

Unterrichtung

**durch die Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation,
Post und Eisenbahnen**

Tätigkeitsbericht der Bundesnetzagentur – Post 2020/2021

mit

**12. Sektorgutachten Post (2021) der Monopolkommission –
Wettbewerb mit neuem Schwung!**

– Drucksache 20/1622 –

Paketmarktbericht 2021

Infolge einer Nachlieferung von Daten zum Paketmarkt, die einen erheblichen Einfluss auf die bereits im Tätigkeitsbericht Post 2020/2021 auf Bundestagsdrucksache 20/1622 veröffentlichten Aussagen zur Marktentwicklung und -struktur haben, hat die Bundesnetzagentur die betreffenden Passagen des Tätigkeitsberichts in dem beigefügten Paketmarktbericht 2021 aktualisiert.

Dies betrifft im Einzelnen das Kapitel 2.2.1 auf den Seiten 20 bis 22 sowie das Kapitel 2.2.3 auf Seite 24 des Tätigkeitsberichts Post 2020/2021. Ferner enthält der Paketmarktbericht 2021 zusätzliche Auswertungen zur Netzstruktur und zur Marktkonzentration im Paketbereich.

**Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas,
Telekommunikation, Post und Eisenbahnen**

Referat 315

Tulpenfeld 4

53113 Bonn

Tel.: +49 228 14-0

Fax: +49 228 14-8872

E-Mail: info@bnetza.de

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Inhaltsverzeichnis..... | 3 |
| 1 Einleitung | 5 |
| 2 Definitionen Paketdienste | 6 |
| 3 Marktentwicklung..... | 6 |
| 3.1 Umsätze und Mengen insgesamt | 6 |
| 3.2 Paketsendungen Inland und grenzüberschreitend | 7 |
| 3.3 Paketsendungen nach Preiskonditionen..... | 9 |
| 4 Infrastruktur..... | 11 |
| 4.1 Zugangs- und Zustellpunkte | 11 |
| 4.2 Netzstruktur | 11 |
| 5 Wettbewerbsverhältnisse..... | 13 |
| 6 Marktkonzentration | 14 |
| 6.1 Exkurs theoretische Grundlagen | 14 |
| 6.2 Ergebnisse für den Paketmarkt | 15 |
| 7 Zusammenfassung..... | 17 |
| Abbildungsverzeichnis | 18 |
| Tabellenverzeichnis | 19 |
| Abkürzungsverzeichnis | 20 |
| Impressum..... | 21 |

1 Einleitung

Ein wesentlicher Bestandteil der Marktbeobachtung der Bundesnetzagentur im Postbereich ist die jährliche Markterhebung. Hierbei werden die Unternehmen, die im Bereich des Postwesens tätig sind, mit Hilfe eines Fragebogens zu ihren wirtschaftlichen Verhältnissen (insbesondere Umsatz- und Absatzzahlen) befragt. Die Auskunftspflicht der Unternehmen ergibt sich aus § 45 Postgesetz (PostG) sowie Artikel 4 der EU-PaketVO (Verordnung (EU) 2018/644 vom 18. April 2018 über grenzüberschreitende Paketzustelldienste).

Die Ergebnisse der jährlichen Erhebungen fließen regelmäßig in die Tätigkeitsberichte und Jahresberichte der Bundesnetzagentur ein.

Dieser Bericht enthält aktualisierte Marktdaten für den Paketbereich. Der Bundesnetzagentur wurden nach Veröffentlichung des Tätigkeitsberichtes 2020/2021 im Dezember 2021 aktuellere Daten bereitgestellt, sodass die in diesem Bericht enthaltenen Daten von denen im Tätigkeitsbericht 2020/2021 abweichen. Die aktualisierten Werte sind im Folgenden entsprechend gekennzeichnet.

Im Einzelnen stellt dieser Bericht die aktualisierten Marktzahlen dar und wertet diese aus. Darüber hinaus enthält er Informationen über die Marktstruktur und die Marktkonzentration im Paketmarkt.

Weitere, detailliertere Postmarktdaten finden Sie im Jahresbericht 2021 der Bundesnetzagentur und im Internetauftritt unter www.bundesnetzagentur.de/Post-Marktdaten.

2 Definitionen Paketdienste

Paketdienste sind geprägt durch einen sehr hohen Grad an Standardisierung und Automatisierung. Für die Zwecke der Marktbeobachtung wird von der Bundesnetzagentur ein Maximalgewicht von 31,5 Kilogramm pro Paket zugrunde gelegt, auch wenn die Maximalgewichte der Paketdienstleister unterschiedlich sind und im Einzelfall bis zu 70 Kilogramm pro Paket betragen können. Damit wird internationalen Regelungen Rechnung getragen und der Postmarkt klarer vom Güterverkehr und Logistikmarkt abgegrenzt. Die Beförderungslaufzeiten betragen in der Regel 24 bis 72 Stunden, werden allerdings nicht garantiert.

3 Marktentwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung im Paketbereich wird maßgeblich vom florierenden Onlinehandel und dem daraus resultierenden Paketmengenwachstum beeinflusst. Dabei wurde das Wachstum durch die Corona-Pandemie nochmals beschleunigt. Der enorme Anstieg im Paketbereich insgesamt ist hierbei ganz überwiegend auf den stark gestiegenen Paketversand innerhalb Deutschlands zurück zu führen.



Bei den nachfolgend dargestellten Absolutzahlen handelt es sich um gerundete Werte. Die dargestellten Prozentangaben wurden jedoch aus den ungerundeten Umsatz- und Sendungsmengenwerten berechnet, so dass sowohl im Text als auch in den Grafiken und Tabellen Rundungsdifferenzen auftreten können. Den Umsatz- und Sendungsmengenwerten für das Jahr 2021 liegen Schätzungen auf Basis der von den Unternehmen gemeldeten Prognosewerte (2021p) zugrunde.

3.1 Umsätze und Mengen insgesamt

Im Jahr 2020 wurden im Paketbereich insgesamt (inländische und grenzüberschreitende Sendungen) 15,61 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das waren rund 28,23 Prozent mehr als im Vorjahr (Paket Umsatz 2019: 12,17 Milliarden Euro).

Im Paketbereich insgesamt lag die Sendungsmenge im Jahr 2020 bei 3,70 Milliarden Stück. Im Vergleich zum Vorjahr war ein Anstieg um 20,89 Prozent zu verzeichnen (Sendungsmenge 2019: 3,06 Milliarden Stück).

Für das Jahr 2021 wird für den Paketbereich insgesamt mit einem kräftigen Umsatzplus von rund 13 Prozent auf knapp 17,67 Milliarden Euro gerechnet.

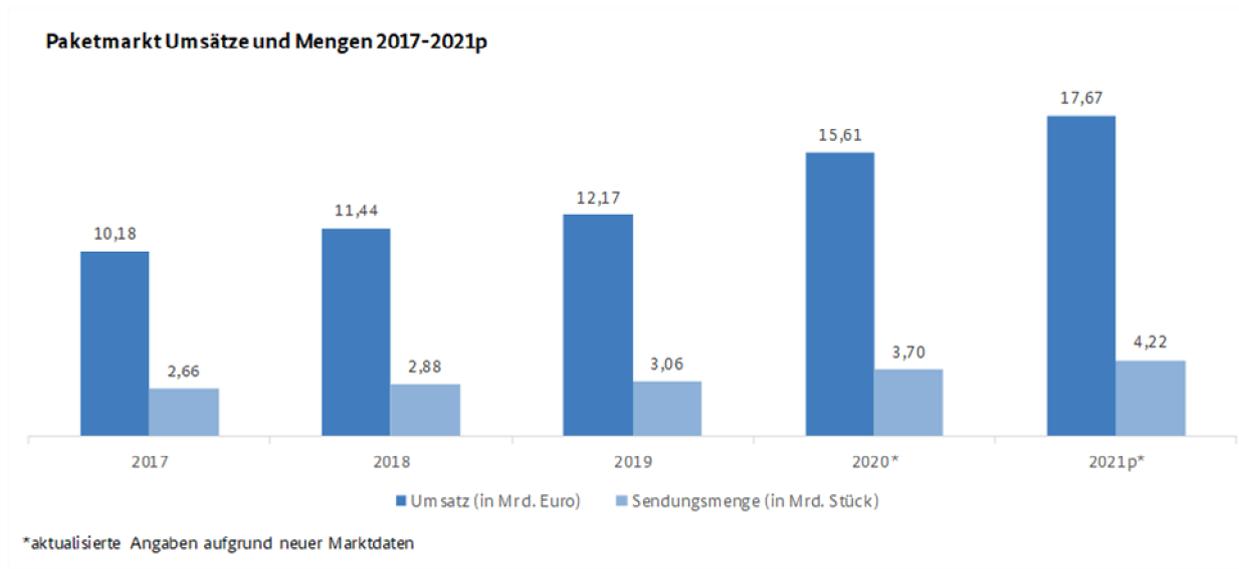


Abbildung 1: Paketmarkt Umsätze und Mengen 2017-2021p

3.2 Paketsendungen Inland und grenzüberschreitend

Seit dem Jahr 2018 fragt die Bundesnetzagentur bei den Marktteilnehmern separat die Mengen und Umsätze grenzüberschreitender Paketsendungen ab, also der Sendungen, die in das Ausland versendet oder aus dem Ausland in Deutschland zugestellt werden.

Im Jahr 2020 betrug der Anteil der Umsätze, die auf grenzüberschreitende Sendungen entfielen, 20 Prozent der gesamten Paketumsätze. 80 Prozent der Umsätze entfielen dagegen auf inländische Sendungen.

Der Umsatzanteil der grenzüberschreitenden Sendungen, die in das Ausland abgehen, betrug im Betrachtungszeitraum 17 Prozent. Hierbei handelte es sich überwiegend um Umsätze aus der Paketbeförderung in die Länder des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR). Drei Prozent der Umsätze wurden mit aus dem Ausland kommenden Sendungen erwirtschaftet. Der Großteil dieser Sendungen stammte aus Ländern des EWR.

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die inländischen Paketumsätze im Jahr 2020 um rund 32,62 Prozent von 9,4 Milliarden Euro auf 12,4 Milliarden Euro. Für das Jahr 2021 ist mit einem weiteren Anstieg um rund 14,54 Prozent auf 14,2 Milliarden Euro zu rechnen.

Die grenzüberschreitenden Paketumsätze sind im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr um rund 13,47 Prozent von 2,8 Milliarden Euro auf 3,2 Milliarden Euro gestiegen. Für das Jahr 2021 wurde ein weiterer Anstieg um rund 7,91 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gemeldet.

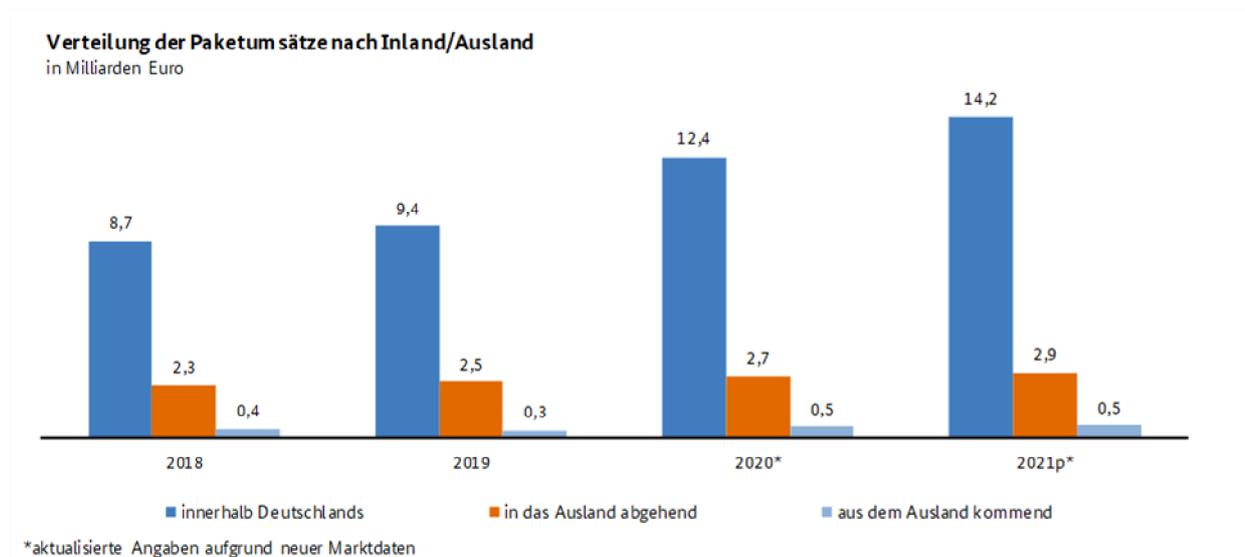


Abbildung 2: Verteilung der Paketumsätze nach Inland/Ausland

Der Blick auf die Sendungsmengen im Jahr 2020 ergibt ein sehr ähnliches Bild (vgl. Abbildung 3).

Während 90 Prozent aller Paketsendungen innerhalb Deutschlands befördert und zugestellt wurden, betrug der Anteil der in das Ausland abgehenden Sendungen sieben Prozent. Aus dem Ausland kamen drei Prozent der Sendungsmenge nach Deutschland. Hierbei überwogen Sendungen, die aus Ländern des EWR kommen bzw. in das EWR-Ausland abgingen.

Der deutlich höhere Umsatzanteil (20 Prozent) der grenzüberschreitenden Sendungen ist gegenüber dem entsprechenden Sendungsmengenanteil (10 Prozent) auf den hohen Stückumsatz in diesem Bereich zurückzuführen.

Wie auch bei den Umsätzen ist das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr 2019 im Segment der inländischen Paketsendungen am größten. Hier wurde ein Anstieg um rund 22,47 Prozent von 2,7 Milliarden Stück auf 3,3 Milliarden Stück gemeldet. Für das Jahr 2021 ist mit einem weiteren Anstieg um rund 14,43 Prozent auf 3,8 Milliarden Stück zu rechnen.

Im grenzüberschreitenden Paketbereich sind die Sendungsmengen im Jahr 2020 um rund 9,05 Prozent im Vergleich zum Vorjahr von 0,36 Milliarden Stück auf 0,39 Milliarden Stück gestiegen. Die Prognose für das Jahr 2021 zeigt einen weiteren Anstieg um rund 10,50 Prozent auf 0,43 Milliarden Stück.

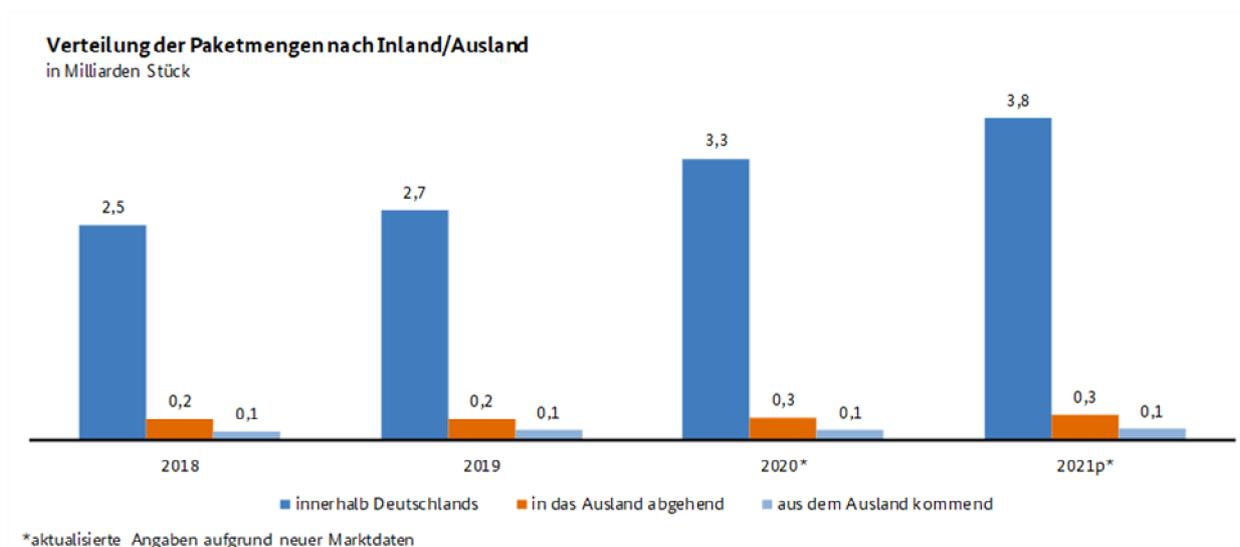


Abbildung 3: Verteilung der Paketmengen nach Inland/Ausland

3.3 Paketsendungen nach Preiskonditionen

Seit dem Jahr 2018 erhebt die Bundesnetzagentur die Mengen und Umsätze inländischer Paketsendungen differenziert nach Preiskonditionen bei den Marktteilnehmern. Hierbei ist zu unterscheiden zwischen solchen Sendungen, die zu Einzelpreisen bei den Anbietern eingeliefert wurden, und solchen, die zu gesondert ausgehandelten Konditionen eingeliefert wurden.

Im Jahr 2020 wurden sieben Prozent der inländischen Paketsendungen zu Einzelpreisen bei den Anbietern eingeliefert. Hierzu zählen typischerweise Sendungen von Privatpersonen (ausgenommen Retouren im Onlinehandel) sowie Einzelsendungen im B2B-Segment.

Dagegen wurden 94 Prozent aller Sendungen zu gesondert ausgehandelten Konditionen bei den Anbietern eingeliefert. Hierunter fallen u. a. die Sendungsmengen, die Onlinehändler wie z. B. Amazon oder Zalando an ihre Käufer versenden. Vergleicht man die Stückumsätze miteinander, zeigt sich, dass im Jahr 2020 der Umsatz pro Paket, welches zu Einzelpreisen versendet wurde, bei durchschnittlich 5,69 Euro lag und damit geringfügig unter dem Durchschnittspreis aus dem Jahr 2018 (5,76 Euro). Dahingegen betrug der Stückumsatz von inländischen Paketen, die zu Sonderkonditionen befördert wurden, durchschnittlich 3,65 Euro, was einer Steigerung von rund zwölf Prozent im Vergleich zum Jahr 2018 entspricht (3,27 Euro). Dies dürfte vor allem auf Preiserhöhungen der Paketdienstleister bei den B2C-Paketsendungen zurückzuführen sein.

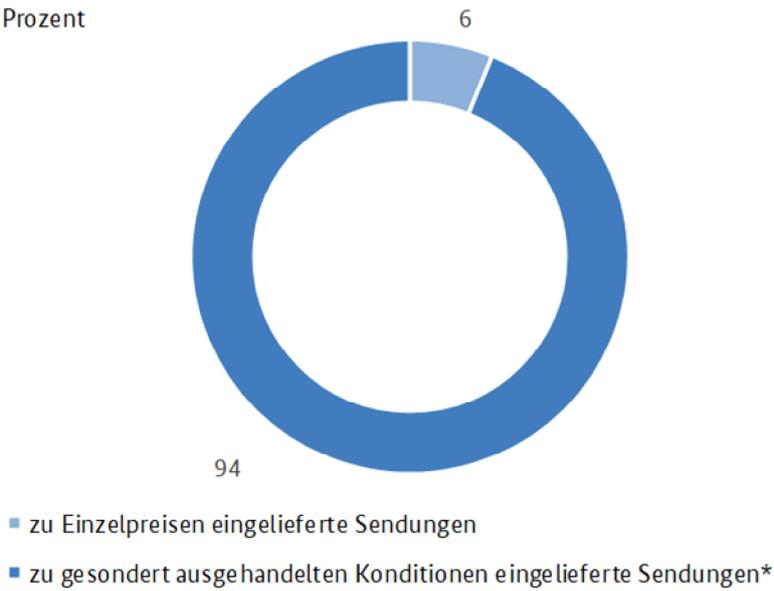
Auch in Zukunft ist aufgrund von allgemeinen Kostensteigerungen mit weiteren Erhöhungen der Preise der zu Sonderkonditionen beförderten Pakete zu rechnen. Entsprechende Ankündigungen haben die großen Paketdienstleister bereits öffentlich gemacht.



Grund für den Preisunterschied zwischen Paketsendungen, die zu Einzelpreisen befördert werden, und solchen, denen gesondert ausgehandelte Konditionen zugrunde liegen, ist, dass bei letzteren u. a. große Sendungsmengen je Versender zu deutlich niedrigeren Stückkosten führen.

Paketsendungen Inland nach Preiskonditionen 2020

in Prozent



*aktualisierte Angaben aufgrund neuer Marktdaten

Abbildung 4: Paketsendungen Inland nach Preiskonditionen 2020

4 Infrastruktur

4.1 Zugangs- und Zustellpunkte

Die Paketdienstleister bieten ihren Kundinnen und Kunden zahlreiche Zugangs- und Zustellpunkte. Diese bestehen unter anderem aus Filialen/Paketshops, Paketstationen und Paketboxen. Unter Paketboxen versteht man Empfangseinrichtungen für Pakete bei Empfängerinnen bzw. Empfängern sowohl in Ein- als auch in Mehrfamilienhäusern und in Geschäftsräumen.

Die in der Grafik aufgeführten ca. 8.454 Paketstationen aller Anbieter im Jahr 2020 hatten insgesamt gut 750.000 Fächer für den Empfang und den Versand der Sendungen. Aufgrund der steigenden Sendungsmengen insbesondere im Paketbereich ist für die kommenden Jahre mit einer weiteren Zunahme zu rechnen. So hat z. B. die Deutsche Post-Gruppe angekündigt, die Zahl ihrer Packstationen von rund 7.000 im Jahr 2021 auf 15.000 bis zum Jahr 2023 zu erhöhen.¹

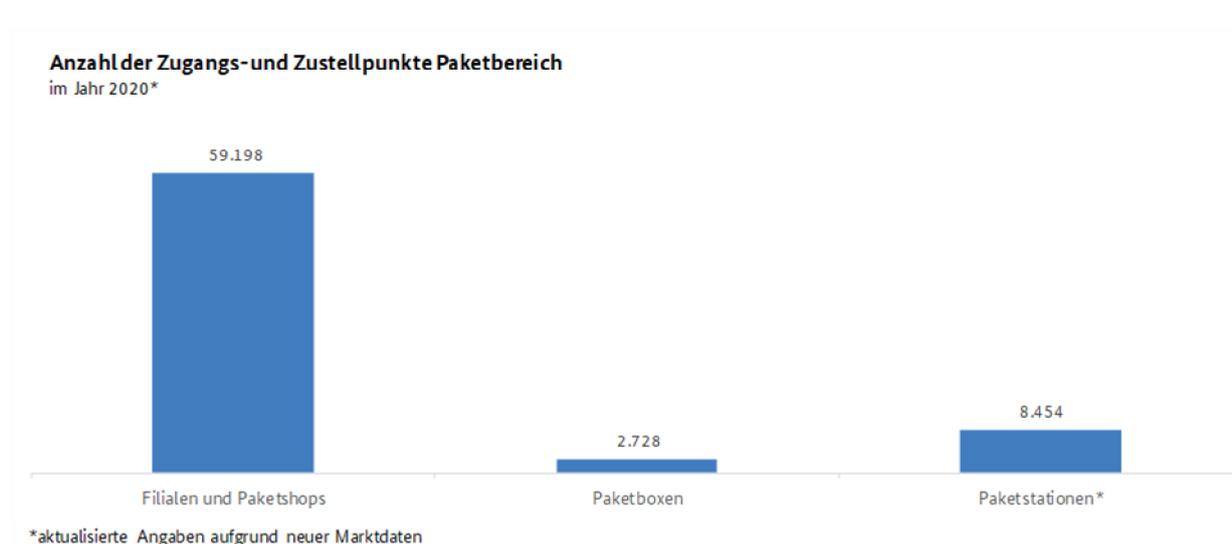
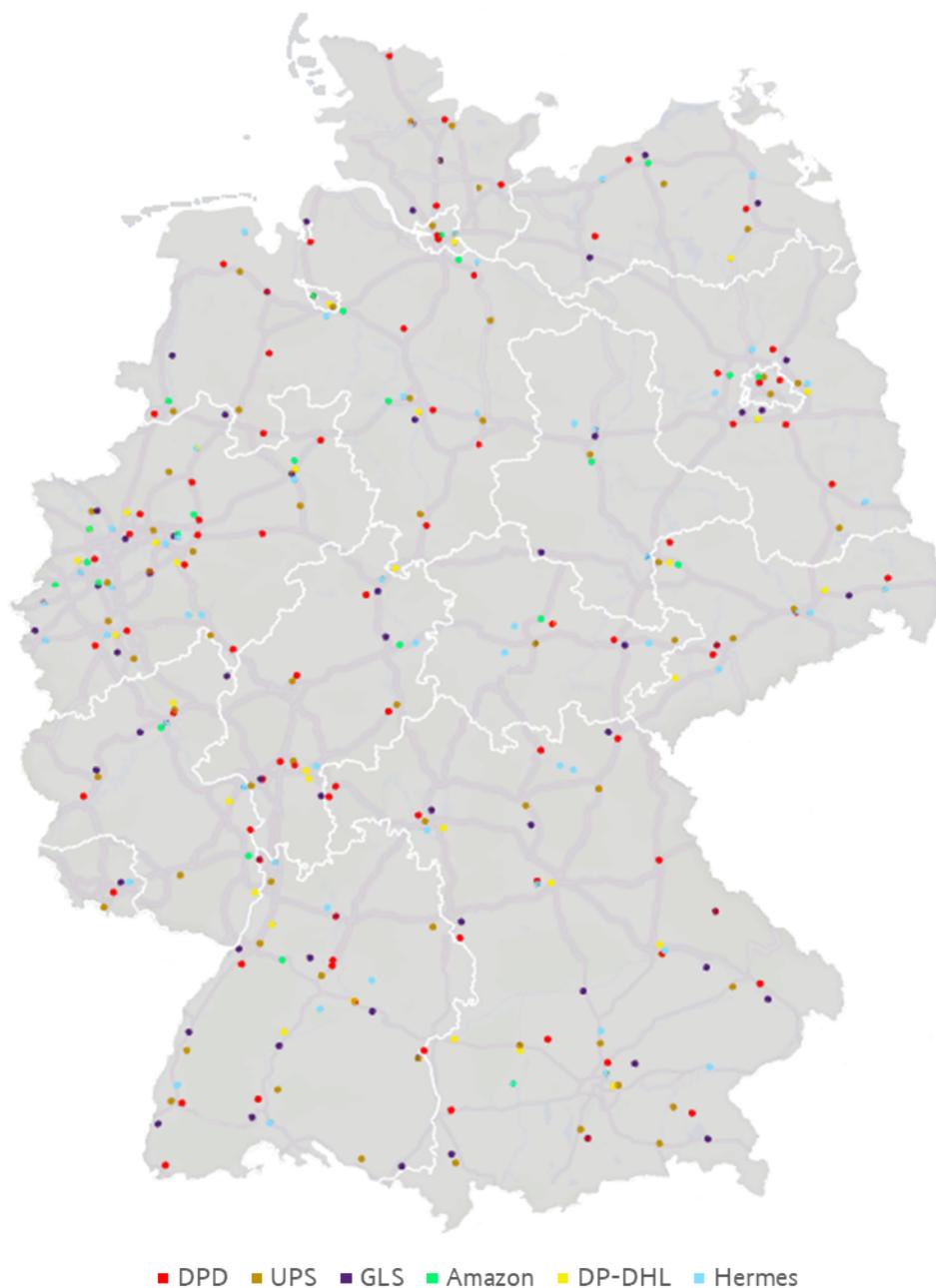


Abbildung 5: Anzahl der Zugangs- und Zustellpunkte Paketbereich im Jahr 2020

4.2 Netzstruktur

Die Bundesnetzagentur beschäftigt sich im Rahmen ihrer Aufgaben u. a. auch mit der Ausgestaltung der Netzwerkinfrastruktur der Anbieter von Paketdienstleistungen. Zum einen gewinnt sie hierdurch wichtige Erkenntnisse über die allgemeine Versorgung mit Paketdienstleistungen sowie die Dienstleistungsqualität im gesamten Bundesgebiet und analysiert beispielsweise die Unterschiede zwischen städtisch und ländlich ausgeprägten Gebieten. Zum anderen fließt die Darstellung und vergleichende Analyse der Netzwerkinfrastruktur in die Beurteilung der Wettbewerbssituation ein.

¹ Vgl. <https://www.dpdl.com/de/presse/pressemitteilungen/2021/dhl-baut-packstationen-weiter-aus-15000-bis-2023.html>, abgerufen am 11.04.2022.



Quelle: Eigene Recherche und Angaben der Unternehmen

Abbildung 6: Übersicht Paketzentren der großen Paketdienstleister in Deutschland

Bei der Betrachtung der Logistik-Strukturen fällt auf, dass alle Anbieter ihre Standorte ähnlich über Deutschland verteilt haben und sich dabei im Wesentlichen an der bestehenden Infrastruktur orientieren. So sind die Paketzentren fast ausschließlich in unmittelbarer Nähe von Autobahnen platziert. Weitere Einflussfaktoren sind die Kundendichte in Ballungsgebieten sowie die Abdeckung der Fläche in dünnbesiedelten Gebieten.

5 Wettbewerbsverhältnisse

Im Vergleich zum Briefmarkt herrschen im Paketbereich weitgehend wettbewerbliche Strukturen. Insgesamt existieren sechs bedeutende Anbieter von Paketdienstleistungen in Deutschland, die im Folgenden näher betrachtet werden. Dies sind (in alphabetischer Reihenfolge): Amazon, DPD, Deutsche Post DHL (DP DHL), GLS, Hermes und UPS. Diese sechs Unternehmen befördern 98 Prozent aller Paketsendungen im Inland und grenzüberschreitend, somit ist der Markt als hoch konzentriert anzusehen (s. u.).

Dabei hat die DP DHL derzeit einen Marktanteil von über 40 Prozent (auf die Sendungsmenge bezogen); damit verfügt sie über einen erheblichen Marktanteilsvorsprung vor ihren Wettbewerbern, die Marktanteile jeweils im Bereich von fünf bis 15 Prozent (auf die Sendungsmenge bezogen) aufweisen. Zudem ist seit 2017 mit Amazon ein neuer Anbieter Paketdienstleister mit eigenen Paketzustellstrukturen am Markt tätig.



Abbildung 7: Sendungsmengenanteile Paketdienstleister 2020

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass das Paketvolumen und die entsprechenden Umsätze im Zeitraum von 2017 bis 2021 (Prognose) deutlich gestiegen sind und zwar um durchschnittlich 14,8 Prozent bezüglich der Umsätze bzw. 12,2 Prozent bezüglich der Sendungsmengen (s. o.). Bei näherer Betrachtung ist aber festzustellen, dass die einzelnen Anbieter in unterschiedlicher Weise von dieser Entwicklung profitiert haben. Dies hat zu leichten Verschiebungen der Marktanteile insbesondere bei den im Korridor von fünf bis 15 Prozent befindlichen Unternehmen geführt. Das skizzierte Marktwachstum könnte in Zukunft insbesondere vor dem Hintergrund eines neuen Anbieters (Amazon) auch die Wettbewerbsstrukturen tiefgreifend verändern. Dies wird im folgenden Kapitel dargestellt.

6 Marktkonzentration

6.1 Exkurs theoretische Grundlagen

Die Marktkonzentration beschreibt, wie sich die Mengen- oder Umsatzanteile eines bestimmten Marktes auf die in diesem Markt tätigen Unternehmen (Merkmalsträger) verteilen. Es wird unterschieden zwischen absoluter und relativer Konzentration.

Die absolute Konzentration beschreibt, wie sich die Anteile auf eine bestimmte absolute Anzahl an Merkmalsträgern verteilt. Eine hohe absolute Konzentration liegt vor, wenn ein Großteil der Merkmalssumme auf eine kleine Anzahl an Merkmalsträgern fällt. Typische Konzentrationsindizes sind hier die Konzentrationsrate als Summe der n größten Merkmalsträger und der Herfindahl-Hirschman Index, welcher als die Summe der quadrierten Anteile definiert ist.



Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

Der HHI wird in der Regel zur Beurteilung der Marktkonzentration im Rahmen der Fusionskontrolle herangezogen. Die Leitlinien der europäischen Kommission zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse liefern eine Orientierung zur Interpretation des HHI. So wird in den Randziffern 19 und 20 festgestellt, dass sich in der Regel keine horizontalen Wettbewerbsbedenken in einem Markt ergeben, dessen HHI nach Zusammenschluss unter 1.000 liegt. Gleiches gilt bei Märkten deren HHI zwischen 1.000 und 2.000 liegt und nach Zusammenschluss um nicht mehr als 250 steigt, bzw. in Märkten deren HHI größer als 2.000 ist und nach Zusammenschluss um nicht mehr als 150 steigt.² In Anlehnung an diese Ausführungen werden im Folgenden zur Interpretation des HHI die folgenden Intervalle zu Grunde gelegt.

Interpretation des HHI

| | |
|-------------------|------------------------|
| HHI < 1000 | niedrige Konzentration |
| 1000 < HHI < 2000 | moderate Konzentration |
| HHI > 2000 | hohe Konzentration |

Tabelle 1: Interpretation des HHI

Bei relativer Konzentration wird die Anzahl an Merkmalsträgern ins Verhältnis zur Gesamtzahl an Merkmalsträgern gesetzt. Hohe relative Konzentration liegt vor, wenn ein Großteil der Merkmalssumme auf einen kleinen Anteil an Merkmalsträgern fällt (z. B. fünf Prozent der Unternehmen eines Marktes vereinen 95

² Vgl. Amtsblatt der Europäischen Union, Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäß Rasterverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, Rz 19-20, abgerufen am 10.01.2022 unter <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2004:031:0005:0018:DE:PDF>.

Prozent der Umsätze auf sich). Die Lorenzkurve und der aus ihr abgeleitete Gini-Koeffizient werden oft verwendet, um die relative Konzentration zu beschreiben. Die Lorenzkurve setzt die kumulierten Merkmalsanteile mit den kumulierten Anteilen der Merkmalsträger in Beziehung. Sie entspricht einer nach unten durchhängenden Kurve (konvex). Je weiter sie nach unten durchhängt, desto höher ist die Konzentration auf dem Markt.³ Im Falle einer Gleichverteilung entspricht die Lorenzkurve der Winkelhalbierenden. Der Gini-Koeffizient beschreibt die Krümmung der Lorenzkurve und liefert damit ein Maß für die relative Konzentration. Er ist definiert als das Zweifache der Fläche zwischen der Lorenzkurve und der Winkelhalbierenden und nimmt Werte zwischen 0 und $1 - 1/n$ an, wobei n hier die Anzahl der Unternehmen bezeichnet.

Für das Verständnis der Struktur eines Marktes ist es nützlich, beide Konzepte zu betrachten. Eine hohe absolute Konzentration kann mit geringer relativer Konzentration einhergehen und umgekehrt.

Die Betrachtung der Marktanteile und die damit einhergehende Konzentrationsmessung sind wichtige Indikatoren, können aber allein kein vollumfängliches Bild über die tatsächlichen Wettbewerbsbedingungen eines Marktes liefern. Für weitergehende Analysen sind zusätzliche Kriterien – insbesondere rechtliche und tatsächliche Marktzutrittsschranken, Ausweichmöglichkeiten der Marktgegenseite, Produktionsumstellungsflexibilität, Zugang zu den Beschaffungs- und Absatzmärkten sowie Verflechtungen mit anderen Unternehmen – zu berücksichtigen.

6.2 Ergebnisse für den Paketmarkt

Der HHI liegt sowohl umsatz- als auch mengenbezogen mit Werten um die 3.000 im Beobachtungszeitraum von 2017 bis 2021 weit über dem Schwellenwert von 2.000, womit der Paketmarkt als hoch konzentriert anzusehen ist (vgl. Tabelle 2). Vergleicht man den HHI des Paketmarktes allerdings mit dem des Briefmarktes der im Jahr 2020 bei rund 7.000 liegt⁴ so ist festzustellen, dass der Paketmarkt trotz der hohen Sendungsmengen- und Umsatzkonzentration weitgehend wettbewerbliche Strukturen unter den Top 6 (vgl. Tabelle 1) Unternehmen aufweist. Auch die Gini-Koeffizienten gehen von 2017 bis 2021 leicht zurück, was durch die leichte Verschiebung der Lorenzkurven nach innen verdeutlicht wird.

Konzentrationsindizes Paketmarkt 2017-2021p

| Jahr | CR6 | CR6 | HHI | HHI | Gini-Koeffizient | Gini-Koeffizient |
|-------|--------|-------|--------|-------|------------------|------------------|
| | Umsatz | Menge | Umsatz | Menge | Umsatz | Menge |
| 2017 | 96 | 98 | 2.905 | 3.217 | 0,97 | 0,98 |
| 2018 | 94 | 97 | 2.731 | 3.181 | 0,97 | 0,97 |
| 2019 | 96 | 97 | 2.867 | 3.152 | 0,96 | 0,96 |
| 2020 | 96 | 98 | 2.651 | 2.970 | 0,96 | 0,96 |
| 2021p | 99 | 99 | 2.650 | 2.889 | 0,96 | 0,96 |

Tabelle 2: Konzentrationsindizes Paketmarkt 2017-2021p

³ Vgl. <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20031/lorenzkurve>, abgerufen am 26.08.2021.

⁴ Vgl. ERGP PL II (21) 25 report on core indicators 2020 for monitoring the European postal market, abgerufen am 30.03.2022 unter DocsRoom - European Commission (europa.eu).

Im Sinne der Konzentrationsmessung ist über den betrachteten Zeitraum ein leichter Rückgang sowohl der absoluten als auch der relativen Konzentration zu erkennen. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass sich die Anzahl der Top Unternehmen vergrößert (absolute Konzentration) und auch der Anteil der Top Unternehmen an den insgesamt im Paketmarkt tätigen Unternehmen größer wird (relative Konzentration). Insgesamt lässt sich daraus folgern, dass sich die Umsatz- und Sendungsmengenanteile gleichmäßiger unter den Top Unternehmen verteilen. Während der Großteil der Umsätze und Sendungsmengen sich zuvor (vor 2017) auf fünf große Anbieter verteilt hat, sind es durch den Markteintritt von Amazon nun sechs Unternehmen, die den Markt im Wesentlichen prägen.

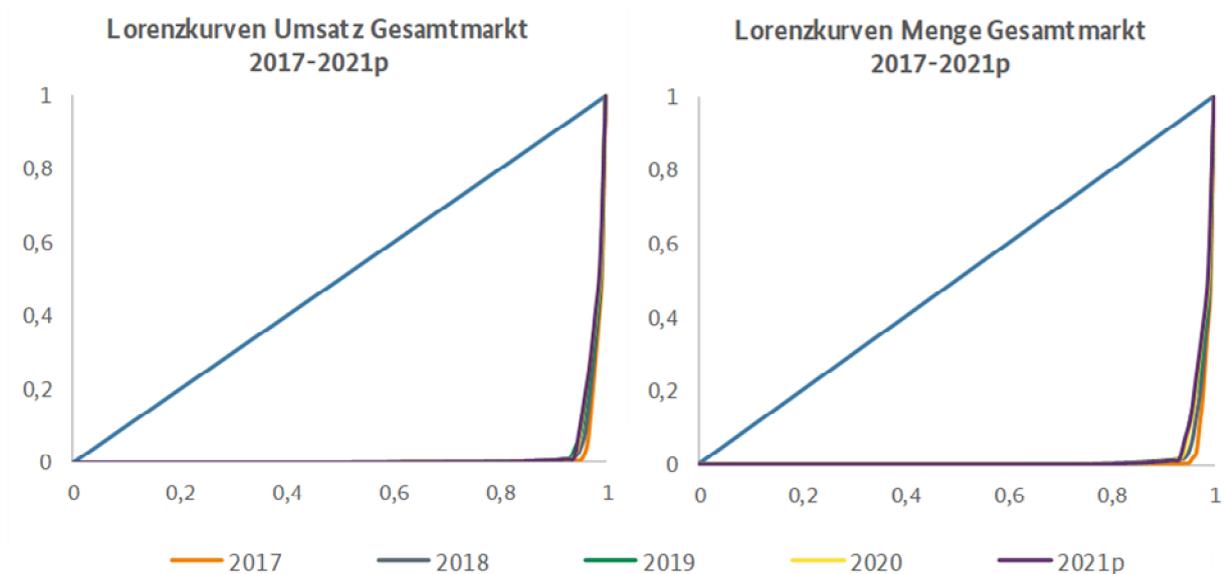


Abbildung 8: Lorenzkurven Umsatz und Sendungsmengen Paketmarkt 2017-2021p

Aus den dargestellten Marktanteilen und Konzentrationsindizes lässt sich ableiten, dass der Aufbau eigener Zustellstrukturen durch Amazon tendenziell zu mehr Wettbewerb im Paketmarkt geführt hat. Dabei bleibt die starke Marktstellung der DP DHL zunächst jedoch bestehen. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Tendenz auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Sollte der Anteil an Paketsendungen, die über das von Amazon selbst betriebene Zustellnetz befördert werden, weiter mit der Geschwindigkeit der letzten Jahre wachsen, könnte die DP DHL ihre führende Marktposition einbüßen. Ob und inwieweit dies der Fall sein wird, dürfte entscheidend davon abhängen, wie groß die Sendungsmengen sein werden die Amazon als Kunde der DP DHL zukünftig über deren Zustellnetz abwickelt. Es ist davon auszugehen, dass Amazon in dem Maße, in dem die eigenen Zustellnetze ausgebaut werden, auch Sendungsmengen von anderen etablierten Paketdienstleistern abziehen wird. Inwieweit es dabei zu deutlichen Marktanteilsverlusten bei den etablierten Paketdiensten kommen wird, hängt unter anderem auch von der allgemeinen Marktentwicklung in den kommenden Jahren ab.

7 Zusammenfassung

Die in diesem Bericht veröffentlichten Zahlen zum Paketmarkt stellen heraus, dass die Umsätze und Sendungsmengen in den Jahren 2020 und 2021 deutlich gestiegen sind. Ein wesentlicher Grund hierfür ist der wachsende Onlinehandel. Die Corona-Pandemie hat dieser Entwicklung zusätzlichen Schub verliehen. Abzuwarten bleibt, ob der Trend sich auch im Jahr 2022 fortsetzen wird. Nach ersten Einschätzungen des Marktes werden die Umsätze und Sendungsmengen auf hohem Niveau bleiben, die Zuwächse könnten allerdings geringer ausfallen.

Gleichzeitig ist festzustellen, dass der Markteintritt Amazons den Wettbewerb im Paketmarkt belebt hat, ohne die starke Marktstellung der DP DHL wesentlich zu schwächen. Der leichte Rückgang der Konzentrationsindizes bestätigt diese Beobachtung. Dies könnte sich in den kommenden Jahren unter Umständen deutlicher verändern. Die Bundesnetzagentur wird daher diese Form der Wettbewerbsanalyse weiterhin regelmäßig durchführen und die Ergebnisse in ihre Bewertungen hinsichtlich der Wettbewerbsstrukturen einfließen lassen.

Ferner bleibt abzuwarten, ob in den nächsten Jahren weitere Player auf dem deutschen Markt aktiv werden und neue Zustellstrukturen aufbauen. Zu nennen ist hier z. B. das chinesische Unternehmen Alibaba, mit seiner Logistiktochter Cainiao, das bereits mit einem Umschlagzentrum in Lüttich im europäischen Markt präsent ist.⁵

Die Veröffentlichung endgültiger Daten für das Jahr 2021 sowie von Prognosedaten für das laufende Jahr (2022) ist für Anfang 2023 vorgesehen.

⁵ Vgl. KEP-Meldungen, „Cainiao drängt mit Macht nach Europa“, KW 43/21.

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Paketmarkt Umsätze und Mengen 2017-2021p..... | 7 |
| Abbildung 2: Verteilung der Paketumsätze nach Inland/Ausland..... | 8 |
| Abbildung 3: Verteilung der Paketmengen nach Inland/Ausland..... | 9 |
| Abbildung 4: Paketsendungen Inland nach Preiskonditionen 2020 | 10 |
| Abbildung 5: Anzahl der Zugangs- und Zustellpunkte Paketbereich im Jahr 2020..... | 11 |
| Abbildung 6: Übersicht Paketzentren der großen Paketdienstleister in Deutschland..... | 12 |
| Abbildung 7: Sendungsmengenanteile Paketdienstleister 2020 | 13 |
| Abbildung 8: Lorenzkurven Umsatz und Sendungsmengen Paketmarkt 2017-2021p..... | 16 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Interpretation des HHI | 14 |
| Tabelle 2: Konzentrationsindizes Paketmarkt 2017-2021p | 15 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------------------|-------------------------------------|
| B2B | Business-to-Business |
| B2C | Business-to-Consumer |
| DPD | Deutscher Paket Dienst |
| DP DHL | Deutsche Post DHL |
| EWR | Europäischer Wirtschaftsraum |
| EU-PaketVO | Europäische Paketverordnung |
| GLS | General Logistics Systems |
| HHI | Herfindahl-Hirschmann Index |
| s. u. | siehe unten |
| u. a. | unter anderem |
| UPS | United Parcel Service |
| vgl. | vergleiche |
| z. B. | zum Beispiel |

