

Regulierung im Postsektor kaum gerechtfertigt

Sven Heitzler
sheitzler@diw.de

Die europäischen Postmärkte sollen bis spätestens Ende 2012 vollständig liberalisiert werden. Im Zuge dieser Entwicklung werden derzeit die nationalen Regulierungsrahmen den neuen Bedingungen angepasst, und es wird diskutiert, inwiefern die bisherigen Monopolanbieter (auch) zukünftig ihren Mitbewerbern Zugang zu ihren Netzen bieten müssen. Der Postsektor wird dabei häufig mit der Telekommunikationsbranche verglichen. Tatsächlich sind die Unterschiede zwischen beiden Industrien jedoch so erheblich, dass sich die Regulierung der Telekommunikation nicht auf den Postsektor übertragen lässt. Insbesondere Verpflichtungen zum Netzzugang und Endpreisregulierungen lassen sich im Postbereich kaum rechtfertigen. Im Zuge der Liberalisierung sollte daher eine Regulierungsstrategie verfolgt werden, die auf minimale Anforderungen, wie etwa den Zugang zu Adressverzeichnissen und Postfächern, setzt und so die bestmöglichen Voraussetzungen für effektiven Wettbewerb schafft.

Innerhalb Europas haben Großbritannien, Finnland, Schweden und auch Deutschland am 1. Januar 2008 ihre Postmärkte vollständig für den Wettbewerb geöffnet. Die jüngste europäische Richtlinie erfordert, dass auch alle anderen Europäischen Staaten ihre Märkte bis Ende 2010 (in Ausnahmefällen bis Ende 2012) vollständig liberalisieren.¹ In diesem Kontext wird derzeit die Weiterentwicklung der jeweiligen nationalen Regulierungsrahmen für den Postsektor diskutiert. Dabei ist eine der Schlüsselfragen, ob die bisherigen Monopolanbieter auch nach der vollständigen Öffnung Mitbewerbern Zugang zu Ihren Verteilnetzen gewähren müssen und zum Beispiel verpflichtet werden, Sendungen ihrer Mitbewerber zu transportieren und zuzustellen.

Erhebliche Unterschiede zwischen Post- und Telekommunikationsindustrie

In der Diskussion um eine optimale Gestaltung der Marktbedingungen im Postbereich wird die Regulierung der Telekommunikationsindustrie oft zum Vergleich herangezogen. Beide Sektoren verbinden ihre eng verzahnten Schlüsselrollen in der Informationsgesellschaft und die Tatsache, dass bei beiden Netzwerkindustrien die Liberalisierung noch nicht vollständig abgeschlossen ist. Zudem verfügen die ehemaligen Monopolisten noch immer über erhebliche Marktanteile. In zentralen Bereichen bestehen jedoch erhebliche Unterschiede, die die direkte Vergleichbarkeit stark einschränken.

Bei Telekommunikationsnetzen handelt es sich zumindest im Bereich des Festnetzes um eine

¹ Richtlinie 2008/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Februar 2008 zur Änderung der Richtlinie 97/67/EG im Hinblick auf die Vollendung des Binnenmarktes der Postdienste der Gemeinschaft. Amtsblatt der Europäischen Union L 52/3, Brüssel, 27.2.2008.

Fünf Fragen an Sven Heitzler

„Sinkende Preise und vielfältigere Angebote“

Herr Heitzler, bis Ende 2012 sollen die europäischen Postmärkte vollständig liberalisiert sein. Welche Vor- und Nachteile hat ein liberalisierter Postsektor für den Verbraucher?

Der Verbraucher hat mit sinkenden Preisen und erhöhter Vielfalt zu rechnen. Insgesamt werden die Anbieter auch untereinander im Qualitätswettbewerb stehen, sodass das Angebot schneller, besser und bedarfsgerechter wird. Andererseits muss der Verbraucher mit einer zunehmenden Unübersichtlichkeit rechnen und wird sich in Zukunft besser informieren müssen, so wie jetzt schon im Kommunikationsbereich.

Der Streit über die Mindestlöhne und die PIN-AG hat gezeigt, dass ein Markteintritt in den Postsektor offenbar schwierig ist. Was müsste getan werden, um für mehr Wettbewerber und mehr Wettbewerb auf dem Postsektor zu sorgen?

Grundsätzlich müssen für alle die gleichen Spielregeln und geregelte Bedingungen für den Marktzutritt gelten, sodass die Unternehmen langfristig planen können. Ungleichheiten herrschen im Hinblick auf die Universaldienstverpflichtung, das heißt flächendeckende Zustellung von Briefen, Päckchen und Paketen an sechs Werktagen in der Woche. Diese Leistung erbringt im Moment nur die Deutsche Post. Weiter gibt es Ungleichheiten bei der Infrastruktur und bei den Personalkosten, die bei der Deutschen Post erheblich höher sind als bei den anderen Unternehmen.

Ist es den neuen Mitbewerbern überhaupt möglich, den Vorsprung, den die Deutsche Post als ehemaliger Monopolist hat, aufzuholen?

Die Hauptmitbewerber sind nicht irgendwelche Garagenfirmen, sondern kommen zum Beispiel aus dem Verlagsumfeld und haben einen erheblichen finanziellen Hintergrund. Auch ausländische Anbieter wie der holländische Ex-Monopolist TNT versuchen den deutschen Markt zu erobern. Diese Unternehmen sind fast genau so groß wie die Deutsche Post. Konkurrenz ist also

möglich. Das lässt sich gut im Expresssektor beobachten, wo Firmen wie DHL, FedEx und UPS miteinander konkurrieren. Zusätzlich konkurrieren bereits viele kleine Anbieter selbst in strukturschwachen Regionen.

Im Telekommunikationssektor hat man bereits Erfahrung mit der Regulierung des Marktes. Inwieweit lassen sich diese auf den Postsektor übertragen?

Im Detail sind die Netze und die Kostenstrukturen im Post- und Telekommunikationsmarkt doch sehr unterschiedlich. Telekommunikationsnetze bilden eine feste Infrastruktur, die aus Leitungen besteht, die permanent miteinander verbunden sind und einen erheblichen Aufwand bei der ersten Installation erfordern. Postnetze hingegen bestehen aus Stützpunkten, die im Wesentlichen durch Fahrzeuge untereinander verbunden sind. Regulierungen, die im Telekommunikationsmarkt wirksam sind, kann man nicht eins zu eins übertragen.

Wie kann man sicherstellen, dass die Verbraucher von einem liberalisierten

Postmarkt profitieren und keine Nachteile haben?

Es gibt die Verpflichtung zum Universaldienst, also der flächendeckenden Zustellung von Briefen, Päckchen und Paketen mit definierten Maximallaufzeiten und Auflagen zur Erreichbarkeit von Postannahmestellen und Briefkästen, ebenso zur Rücklauf- und Fehlerquote sowie zum Umgang mit Beschwerden. Damit werden die Verbraucher bereits geschützt. Außerdem könnte man sich überlegen, inwiefern man den Preis für einzelne Postprodukte einer Genehmigungspflicht unterwirft oder solche Preise streng durch die Wettbewerbsaufsicht überwacht. Der Verbraucher wird auf jeden Fall von der Marktöffnung profitieren. Auf einzelne Produkte wie die Preise sollte man ein besonders scharfes Auge werfen. Wenn das nicht reicht, müssen sie reguliert werden.



Sven Heitzler
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter,
Abteilung
Informations-
gesellschaft
und Wettbewerb
am DIW Berlin

» „Die Konkurrenten der Deutschen Post sind nicht irgendwelche Garagenfirmen.“ «

Wie kann man sicherstellen, dass die Verbraucher von einem liberalisierten

Postmarkt profitieren und keine Nachteile haben?

Es gibt die Verpflichtung zum Universaldienst, also der flächendeckenden Zustellung von Briefen, Päckchen und Paketen mit definierten Maximallaufzeiten und Auflagen zur Erreichbarkeit von Postannahmestellen und Briefkästen, ebenso zur Rücklauf- und Fehlerquote sowie zum Umgang mit Beschwerden. Damit werden die Verbraucher bereits geschützt. Außerdem könnte man sich überlegen, inwiefern man den Preis für einzelne Postprodukte einer Genehmigungspflicht unterwirft oder solche Preise streng durch die Wettbewerbsaufsicht überwacht. Der Verbraucher wird auf jeden Fall von der Marktöffnung profitieren. Auf einzelne Produkte wie die Preise sollte man ein besonders scharfes Auge werfen. Wenn das nicht reicht, müssen sie reguliert werden.

Das Gespräch führte
Erich Wittenberg.

Das Interview zum
Anhören finden Sie auf
www.diw.de

physisch permanent verbundene Infrastruktur, wie sie auch bei Strom-, Gas- oder Wasserversorgungsnetzen anzutreffen ist. Während der Aufbau dieser Infrastrukturen mit sehr hohen, nicht umkehrbaren (sogenannten versunkenen) Anfangsinvestitionen verbunden ist, sind die Kosten für die Nutzung der Netze relativ gering. Bei Telekommunikationsnetzen ist es vor allem die Anbindung einzelner Haushalte über die sogenannte *letzte Meile*, die zu versunkenen Kosten beim Aufbau neuer Infrastrukturen führt.

Postnetzwerke hingegen sind logische Netze, deren Knoten von den Briefkästen oder Postfilialen, den Sortierzentren und den Briefkästen der Adressaten gebildet werden. Verbunden sind diese Knoten nur durch eine Prozesskette, bestehend aus den Aktivitäten des Einsammelns, Sortierens, Transportierens und Verteilens der Sendungen über verschiedenste Transportvehikel (Fahrräder, Transporter, Eisenbahnen und Flugzeuge). Die Kostenstruktur dieser Netze unterscheidet sich damit erheblich von der im Telekommunikationsbereich.

Obwohl auch im Postbereich die *letzte Meile*, also die Zustellung der Sendungen vom Zustellstützpunkt (ZSP) zu den Adressaten, für den Großteil der Kosten verantwortlich ist, handelt es sich hier nicht um versunkene Investitionen. Die Zustellung zum Adressaten beruht überwiegend auf dem Einsatz von Arbeit und verursacht daher vor allem variable Kosten. Dass der Anteil variabler Kosten an den gesamten Kosten eines Postnetzes relativ hoch ist, wird deutlich, wenn man bedenkt, dass selbst beim Einsatz hochautomatisierter Sortierzentren etwa drei Viertel der Kosten auf den Faktor Arbeit zurückzuführen sind. Erfolgt die Bearbeitung der Sendungen manuell (wie in Entwicklungs- und Schwellenländern noch immer üblich), ist der Anteil der (variablen) Arbeitskosten noch deutlich höher.

Weitere Unterschiede zwischen den Netzen von Post und Telekommunikation ergeben sich aus der Lagerfähigkeit der Sendungen und den sich daraus ergebenden Echtzeitanforderungen sowie aus dem Verhalten der Netze bei Überfüllung. Postsendungen können im Gegensatz zu Telekommunikationsverbindungen problemlos über kurze Zeit gelagert und zusätzliche Netzkapazitäten (Transportkapazitäten) schnell bereitgestellt werden.

Diese verschiedenen Eigenschaften der Telekommunikations- und Postnetze spiegeln sich auch in den Tarifen für die Inanspruchnahme der Dienste wider: Während im Telekommunikationsbereich monatliche Grundgebühren für den Anschluss

an das Netz in Verbindung mit unterschiedlichen Tarifen für die Nutzung die Regel sind, werden Postdienstleistungen nahezu ausschließlich auf Basis der tatsächlichen Nutzung abgerechnet. Grundgebühren zur Deckung der Anschlusskosten und damit verbundene langfristige Verträge sind in aller Regel nicht zu beobachten.

Wettbewerbspotential auf Post- und Telekommunikationsmärkten

Die unterschiedlichen Kostenstrukturen in beiden Sektoren führen nicht nur zu unterschiedlichen Tarifmodellen, sie bewirken vor allem, dass sich die Bedingungen, unter denen sich Wettbewerb in den beiden Sektoren entfalten kann, stark unterscheiden.

Die mit dem Marktzutritt im Telekommunikationssektor verbundenen Investitionen stellen hohe Eintrittsbarrieren dar, so dass sich selbst potenzieller Wettbewerb kaum entfalten kann. Hinzu kommt, dass auch aus volkswirtschaftlicher Sicht eine Duplizierung bestehender Netze nur dann sinnvoll ist, wenn entweder Kapazitätsengpässe vorliegen, oder neue Netze neue Eigenschaften, wie etwa höhere Übertragungsleistungen, haben.

In Postnetzen existieren demgegenüber nur geringe Markteintrittsbarrieren. Der hohe Anteil variabler Kosten führt dazu, dass Marktein- und -austritt relativ schnell möglich sind und sich der überwiegende Teil der Netze leicht replizieren lässt. Dies gilt auch für Gebiete, in denen bisher kein einziger Telekommunikationsanbieter bereit war, in einen entsprechenden Netzauf- beziehungsweise -ausbau zu investieren. Die Bundesnetzagentur bestätigt diese Einschätzung durch die Feststellung, dass parallel zur Marktliberalisierung im wesentlichen *End-to-End-Wettbewerb* (vom Einsammeln bis zum Zustellen) und vollständige Flächendeckung mit einer „bemerkenswert hohen Anzahl von Lizenznehmern in den neuen Bundesländern“ entstanden sind und „die dort inzwischen erreichte Lizenzdichte belegt, dass auch in strukturschwachen Gebieten eine Versorgung durch alternative Anbieter gegeben ist.“² Neben Kooperationen regionaler Anbieter verfügen auch Anbieter aus dem Paketbereich bereits über ein flächendeckendes Filialnetz und könnten dieses leicht für Briefsendungen einsetzen.³ Zusätzlich erwartet die Regulierungsbehörde nach dem Wegfall der Exklusivlizenz der Deutschen Post

² Bundesnetzagentur: Lage und Entwicklung auf dem Gebiet des Postwesens. Tätigkeitsbericht 2006/2007, 46.

³ Zum Beispiel Hermes, vgl. Bundesnetzagentur, a.a.O., 60.

AG seit dem 1.1.2008 einen weiteren Ausbau der Marktanteile der Wettbewerber wie in den Jahren 1999 bis 2006.⁴

Die zu beobachtenden Marktentwicklungen lassen vermuten, dass auf Postmärkten überall erhebliches Potential für Wettbewerb besteht. Weiterhin können Postdienstleistungen beispielsweise durch Angebote von Kurier- und Expressdienstleistern oder durch elektronische Kommunikationsmedien wie Telefax, e-Mail oder Kurznachrichten (SMS) in erheblichem Umfang substituiert werden.

Damit unterscheiden sich Post- und Telekommunikationsmärkte erheblich, was auch zu unterschiedlichen Regulierungserfordernissen führt. Innerhalb des Europäischen Regulierungsrahmens müssen für eine Regulierung grundsätzlich drei Kriterien erfüllt sein:

- Es müssen hohe und anhaltende Marktzutrittsschranken bestehen,
- es darf keine Tendenz zu effektivem Wettbewerb innerhalb eines definierten Zeithorizonts zu erwarten sein, und
- es muss sichergestellt sein, dass das Wettbewerbsrecht nur unzureichend geeignet ist, den Wettbewerbsbeschränkungen hinreichend zu begegnen.

Regulierung in der Telekommunikation

Die Telekommunikationsregulierung basiert im Grundsatz auf der Überlegung, dass wegen der Markteintrittsbarrieren auch langfristig keine Tendenz zu einem effizienten Wettbewerb besteht und sich dieser ohne Regulierung nicht erreichen lässt. Kernstück der Regulierung ist dabei die Öffnung der bestehenden Netze für mögliche Wettbewerber. Können diese die bestehenden Infrastrukturen nutzen, sind Markteintrittsbarrieren nicht mehr vorhanden und aktueller wie auch potenzieller Wettbewerb führt zu einer besseren Nutzung bestehender Infrastrukturen.

Obgleich diese Überlegung grundsätzlich plausibel scheint, sind doch eine Reihe von Schwierigkeiten zu beachten: Konzeptionell gilt zunächst, dass eine Zugangsregulierung bestehender Netze immer auch den Wert neuer Netze beziehungsweise Investitionen reduziert. In dem Umfang, in dem bestehende Netze genutzt werden können, lohnt sich der Aufbau eigener Infrastrukturen

nicht. Zugangsregulierungen stehen damit dem Problem gegenüber, dass sie zwar die effiziente Nutzung bestehender Netze garantieren können, dass sie auf der anderen Seite aber nicht nur die Monopolstellung der bisherigen Anbieter zementieren, sondern auch die Anreize reduzieren, in neue Infrastrukturen zu investieren.

Zudem zeigt die Erfahrung aus dem Telekommunikationssektor, dass die Umsetzung der Zugangsregulierung mit einer Reihe praktischer Probleme verbunden ist. Werden die Zugangspreise auf Basis der gesamten Investitionskosten für die Erstellung des Netzes (Vollkostenrechnung) ermittelt, so sind sie tendenziell zu hoch, da Wettbewerber mehr als die Kosten zahlen müssen, die sie durch die Nutzung des Netzes verursachen. Dienen die *Kosten der effizienten Leistungserbringung* als Grundlage für die Zugangspreise, trägt das regulierte Unternehmen das Risiko, dass es nicht mehr seine gesamten Kosten decken kann. Dies kann zum Beispiel geschehen, wenn das Netz mit steigendem Bedarf ausgebaut wurde und dadurch die Betriebskosten höher sind, als sie es bei einer Neueinrichtung wären. Gleiches gilt auch, wenn die Kosten durch technologischen Fortschritt im Zeitverlauf gesunken sind.

Schließlich erfordern Zugangsregulierungen in aller Regel zusätzliche Eingriffe. Neben Qualitätsdefinitionen und Regelungen, um die Gleichbehandlung aller am Markt aktiver Unternehmen zu gewährleisten, muss auch das Verhältnis zwischen Zugangs- und Endkundenpreisen beachtet werden. Um effizienten Markteintritt sicherzustellen, muss zum Beispiel verhindert werden, dass das regulierte Unternehmen seine Endkundenpreise so niedrig setzt, dass sie unter den Zugangspreisen liegen. Durch die so entstehende Preis-Kosten-Schere hätten an sich effiziente Wettbewerber keinen Anreiz mehr, in den Markt einzutreten, und das regulierte Unternehmen könnte seine marktbeherrschende Stellung sichern.

Insgesamt zeigt sich damit, dass Zugangsregulierungen zwar die effiziente Nutzung von bestehenden Netzen gewährleisten können, dass sie auf der anderen Seite aber mit relativ hohen regulatorischen Kosten verbunden sein können.

Zugangspflichten im Postsektor

Bei Postnetzen bestehen grundsätzlich die Optionen des Zugangs zu den Abgangsbriefzentren (BZA), den Zielbriefzentren (BZE), den Zustellstützpunkten (ZSP), den Postfächern und den Zustellinformationen. Regulierungen können

⁴ In der Summe stieg die Zahl aller Beschäftigten in der Branche in diesem Zeitraum leicht von 194 838 auf 196 266. Mittlerweile hat der Anstieg der Beschäftigung bei den Wettbewerbern den Stellenabbau bei der Deutschen Post AG überkompensiert. Bundesnetzagentur, a.a.O., 41.

nur dort gerechtfertigt werden, wo der Zugang zum Endkunden – ähnlich wie im Telekommunikationssektor – beschränkt ist. Dies gilt für den Zugang zu Postfächern und Adressverzeichnissen, ohne den Dienstleistungen wie Nachsendeaufträge oder das garantierte Zustellen von Behörden- oder Geschäftspost nicht möglich sind. Zugangsregulierungen zu den Briefzentren und Zustellstützpunkten sind generell nicht gerechtfertigt und können dies nur in Ausnahmefällen (wie beispielsweise in besonders dünn besiedelten und schwer erreichbaren Regionen) sein, da die entsprechenden Investitionskosten weder versunken noch so hoch sind, dass sie einen Markteintritt verhindern.⁵ Allerdings müssen die Vor- und Nachteile sorgsam abgewogen und die Frage beantwortet werden, ob die tatsächliche und potenzielle Konkurrenz ausreichend intensiv ist, um effiziente Marktergebnisse zu erzeugen. Von Bedeutung ist hierbei vor allem auch der Wettbewerb von Unternehmen, die relativ enge Substitute durch andere Zustelldienste anbieten.⁶

In Großbritannien und in den USA beispielsweise werden der Netzzugang und die Preise reguliert. Im Ergebnis hat dies dazu geführt, dass Wettbewerber zwar in den Markt eingetreten sind, der Markteintritt aber vorwiegend auf lokaler Ebene erfolgte. Flächendeckende Angebote von Wettbewerbern sind nicht zu beobachten. Demgegenüber sprechen der hohe Wettbewerb auf den nicht regulierten Kurier-, Express- und Paketmärkten sowie die starke Nachfragemacht der großen Versender gegen eine solche Regulierung beziehungsweise für ihr Auslaufen.⁷ In Deutschland erfolgt die Zugangsregulierung zu den Verteilzentren (BZA und BZE) zum einen auf der Grundlage des § 28 Postgesetz, der marktmächtige Unternehmen zum Angebot von Teilleistungen verpflichtet, zum anderen beruht sie auch auf einer Entscheidung des Bundeskartellamtes, das die Diskriminierung von Wettbe-

werbern gegenüber Großkunden auf der Basis des allgemeinen Wettbewerbsrechts untersagt hat.⁸

In der Postindustrie herrscht insbesondere im Geschäftskundenbereich ein hoher Wettbewerbsdruck. Hier sollte die nachträgliche Wettbewerbsaufsicht über Endpreise ausreichend und eine sektorspezifische Regulierung nicht notwendig sein. Mögliche Endpreisregulierungen zum Schutz der Verbraucher sollten daher auf Einzelpostsendungen begrenzt bleiben oder ebenfalls nur noch der nachträglichen Missbrauchsaufsicht unterliegen.

Beispiele für eine solche Zurückhaltung im Bereich der Preisregulierung finden sich in Deutschland, wo seit der vollständigen Marktöffnung im Januar 2008 nur noch für Sendungen mit einer Einlieferungsmenge von bis zu 50 Stück Preisobergrenzen gelten. Sie finden sich auch in Schweden, wo nur noch der Preis für Einzelbriefsendungen direkt reguliert wird. In Finnland erfolgt keinerlei Vorabgenehmigung mehr, die Preise für Postprodukte unterliegen lediglich der Anforderung „fair und kostengerecht“ zu sein, nachträglich erfolgt nur noch eine Missbrauchsaufsicht.

Fazit

Postmärkte unterscheiden sich deutlich von Telekommunikationsmärkten und bieten erhebliches Potential für Wettbewerb. Parallel zur vollständigen Marktöffnung sollte ein minimalistischer Regulierungsansatz verfolgt werden, der sich auf gleiche Verpflichtungen für alle Anbieter (symmetrische Regulierung) hinsichtlich des Zugangs zu Postfächern und Zustellinformationen, beispielsweise Nachsendedatenbanken, sowie eine minimale Preiskontrolle beschränkt. Ansonsten sollte vollständig auf nachträgliche Missbrauchskontrolle durch die Wettbewerbsbehörden gesetzt werden, um möglichst symmetrische Bedingungen für alle Marktteilnehmer und die bestmöglichen Voraussetzungen für effektiven Wettbewerb zu schaffen.

⁸ Bundeskartellamt: Beschluss B9-55/03 vom 11.2.2005 nach Beschwerde mehrerer Mitbewerber, weil sie nicht die gleichen Konditionen wie Großversender eingeräumt bekommen hatten.

JEL Classification:
L51, L13, D43

Keywords:
Postal economics,
Postal regulation,
Telecommunications
regulation,
Transferability

⁵ Vgl. De Bijl, P., van Damme, E., Larouche, P.: Light is Right. Competition and Access Regulation in an Open Postal Sector. Tilburg Law and Economics Center (TILEC), Tilburg University, NL, 2005.

⁶ Inklusive Anbietern von Hybridpost, also Post, die digital versendet und erst am Zielort gedruckt und versendet wird.

⁷ EU-weit werden 87,5 Prozent der Post von Unternehmen versendet, nur 12,5 Prozent von Privatpersonen und Kleinstunternehmen. Vgl. wik-Consult: Main Developments in the Postal Sector (2004–2006). Studie für die Europäische Kommission, GD Binnenmarkt und Dienstleistungen, 2006, 198.

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran
(Vizepräsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
PD Dr. Elke Holst
Carel Mohn
Vanessa von Schlippenbach
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,-
Einzelheft Euro 7,-
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen
vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

Baumgarten & Grützmacher GbR, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung
– auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die
Stabsabteilung Kommunikation des
DIW Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.