

Ernst Herrmann: Die Deutsche Bundespost. Kommunikationsunternehmen zwischen Staat und Wirtschaft.- Baden-Baden: Nomos 1986 (Schriften zur öffentlichen Verwaltung und öffentlichen Wirtschaft 99), 261 S., DM 69,-

An Publikationen über die Deutsche Bundespost herrscht derzeit wahrlich kein Mangel. Die Welle der 'Neue Medien'-Literatur dringt in bislang wenig beachtete Bereiche vor, und so war es nur eine Frage der Zeit, wann die Post, die ja schließlich mit ihrer Verkabelung einen Anstoß für die Durchsetzung der 'Neuen Medien' gegeben hatte, selbst ins Zentrum der Diskussion rücken würde. Spätestens seit die Pläne zur organisatorischen Reform der Bundespost in der Öffentlichkeit debattiert werden, ist die Frage akut: Was für ein Gebilde ist dies überhaupt, wie ist es entstanden, nach welchen Regeln funktioniert es und in welche Richtung geht die Entwicklung? Diesem Thema widmen sich in der jüngsten Vergangenheit eine ganze Reihe von fach- und populärwissenschaftlichen Publikationen. Der vorliegende Band gehört in die erste Kategorie. Hier wird mit großem Sachverstand, aber auch mit einigen Anforderungen an die Leserschaft, das Gestern, Heute und Morgen der Deutschen Bundespost erörtert. Dies liest sich freilich manchmal gar zu trocken, wenn etwa von der "Erfüllung von Ordnungs- und Betriebsaufgaben im Verbund einer einheitlichen Institution" oder von der "Trennung der hoheitlich-ordnenden von den betrieblich-leistenden Funktionen" die Rede ist. Wer sich aber auf die begriffliche Ebene der Postexperten einläßt, dem wird sich unschwer die innere Dramaturgie dieses Buches eröffnen und der wird auch der Argumentation des Autors mit einiger Spannung folgen. "Trennung von hoheitlich-ordnenden von betrieblich-leistenden Funktionen" heißt dann nämlich im Klartext: Die Auflösung der derzeitigen - und historisch gewachsenen - Deutschen Bundespost und die Trennung der bisher gemeinsam wahrgenommenen Ordnungs-, Versorgungs- und Unternehmensfunktion. An die Stelle dieser "Dreieinigkeit" sollte nach Meinung des Autors künftig folgende Konstruktion treten: Die Ordnungsfunktion, also kurz gesagt die Aufsicht über das Post- und Fernmeldewesen, sollte einer übergeordneten Behörde übertragen werden; die Versorgungsfunktion sollte darauf reduziert werden, die Kommunikationsinfrastruktur der Bundesrepublik "bedarfsgerecht weiterzuent-

wickeln", und die Unternehmensfunktion sollte so ausgebaut werden, daß die Bundespost alle ihre betrieblichen Funktionen im Post- und Fernmeldewesen behält, sie aber zur Gänze unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten betreibt.

Der letzte Aspekt dürfte der entscheidende sein. Denn die Ausrichtung am Grundsatz der Wirtschaftlichkeit wäre verbunden mit dem Verlust der bisherigen Monopolrechte an verschiedenen Diensten und lieferte die Post dem möglichst 'freien Spiel' der Konkurrenz auf einem dann der privaten Industrie vollkommen geöffneten Markt aus. Die reduzierte Versorgungsfunktion soll der Bundespost diesen Schritt erleichtern, indem auch für bislang unrentable Dienste dann kostendeckende Preise genommen werden dürften. Und die neu zu schaffende Aufsichtsbehörde hätte dann darüber zu wachen, daß "faire Wettbewerbsbedingungen zwischen der DBP und ihren Konkurrenten" herrschen.

Soweit die Konzeption des Autors zur Neuordnung der Deutschen Bundespost, die Herrmann als "Lösung der Widersprüche nach der wirtschaftlichen Seite hin" bezeichnet. Er gibt diesem Konzept den Vorzug gegenüber einer Lösung "nach der staatlichen Seite hin", bei der die DBP einen Teil ihrer jetzigen unternehmerischen (Monopol-) Funktionen an die Privatwirtschaft abzutreten hätte und ihr nur einige - vermutlich die am wenigsten lukrativen - Dienste verbleiben würden, versehen mit dem Gebot der gleichmäßigen Versorgung der Allgemeinheit.

Letztere Konzeption entspricht dem, was in der Öffentlichkeit verkürzt als "Trennung von Post- und Fernmeldewesen" gehandelt wird. Ein Modell, dessen Schwächen auf den ersten Blick erkennbar sind, da die Übernahme lukrativer Fernmeldedienste durch das Kapital die Finanzdecke der DBP so schwächen müßte, daß saftige Gebührenerhöhungen bei den mit Kostenunterdeckung arbeitenden Postdiensten (Pakete, Päckchen, in der Folge dann wohl auch der Briefdienst, der derzeit eine knappe Überdeckung erreicht) die logische Folge wären. Gebührenerhöhungen im Postwesen sind aber - wie auch Ernst Herrmann betont - politisch äußerst unerwünscht, denn sie fallen unmittelbar auf deren Verursacher, personifiziert im Bundespostminister, zurück und könnten langanhaltenden politischen Flurschaden anrichten - mit unkalkulierbaren Folgen bei den nächsten Wahlen. Daher ist kaum anzunehmen, daß die bevorstehende Neustrukturierung der Deutschen Bundespost nach dem einfachen Schema der Trennung beider Bereiche vor sich gehen wird.

Und genau an diesem Punkt bekommen die Vorschläge von Ernst Herrmann ihre politische Brisanz. Nach seinen Vorstellungen einer "wirtschaftlichen Lösung" würde der DBP nichts weggenommen, sie würde lediglich auf ihre Monopolstellung verzichten müssen und damit auf verschiedene Formen der Quer-Subventionierung unrentabler Dienste. Ihr Monopol behalten dürfte sie in vollem Umfang nur noch beim (kostspieligen und risikoträchtigen) Ausbau der Kommunikationsinfrastruktur. Was dann mit den Preisen geschähe, läge außerhalb der Verantwortung der Politik: reines Spiel der Kräfte, Angebot und Nachfrage, der freie Markt würde regieren ...

So weit, so gut. Doch sollte man wohl auch weiter denken. Das Paketwesen liefert den bislang einzigen, aber dafür um so anschaulicheren Beleg für das Prinzip der Marktwirtschaft im Postwesen und seiner Folgen für den Postkunden: Hier betätigen sich - mit wachsendem Erfolg - private Unternehmen als 'Rosinenpicker' in lukrativen Ballungsgebieten, der Post verbleiben die ländlichen Gebiete, die entsprechend kostenintensiver zu bedienen sind. Noch zu stabilen Preisen, doch was, wenn sich die DBP aufgrund privater Konkurrenz bei allen Diensten zu kostendeckenden Preisen gezwungen sähe?

Die Folgen für den 'kleinen' Postkunden wären unabsehbar. Schuld hätte dann aber der Markt. Und wer ist der Markt? Produzenten, Händler und Konsumenten - also wir alle ...

Klaus Betz