

Siegfried Kobel
(Club Philatelie Hohen Neuendorf e.V.
in Bund Deutscher Philatelisten e.V.)

Private Post-Dienstleister in Berlin und Brandenburg

Das am 22. Dezember 1997 verabschiedete Postgesetz ermöglichte in der Bundesrepublik Deutschland die schrittweise und ab 2008 vollständige Liberalisierung des Briefmarktes. Neue Privatpostunternehmen wurden gegründet, häufig als "Töchter" von Zeitungsverlagen. Andere Unternehmen, meist Kurierdienste, erweiterten ihre Dienstleistungen um den Briefverkehr. Für die Bundesländer Berlin und Brandenburg wurden 1998 bis 2000 ca 99 Lizenzen durch die Bundesnetzagentur erteilt.

Dass das neu entdeckte Geschäft nicht ganz risikolos war, zeigt sich an der Tatsache, dass einige in den "Gründerjahren" (1998 bis 2000) gebildete Unternehmen ihren Geschäftsbetrieb wieder eingestellt haben. Bis 2004 erfolgten über 40 Lizenzrückgaben und 2007/2008 weitere 30, die ihre Ursache wohl auch in der gesetzlichen Mindestlohnregelung für Postzusteller hatten.

Einige Unternehmen erweiterten zunächst ihren regionalen Wirkungskreis durch Verträge mit benachbarten Betrieben. Daraus entstanden mit der Zeit Netzwerke, über die heute vielfach ein bundesweiter Versand möglich ist. Gegenwärtig sind in Berlin und Brandenburg ca. 90 Briefdienste tätig, davon ca. 60 mit bundesweiter, ca. 25 mit landesbezogener und 5 mit regionaler Lizenz. Von den Briefdiensten mit bundesweiter Lizenz sind zwei Dienstleister in das Netzwerk "P2" (seit 2007 bestehend) sowie weitere 11 in das Netzwerk "mail alliance" (gegründet 2010) eingebunden.

Regionale Behörden, Kreis- und Stadtverwaltungen sowie Unternehmen mit höherem Postaufkommen waren erste Kunden der privaten Postdienstleister. Zunächst wurden von diesen mehrheitlich Freistempeler zur Kennzeichnung der Bezahlung benutzt. Fast durchgehend ist auf den Freistempeln die Gebühr nicht vermerkt.

Der Wille, weitere Kunden (Privatpersonen, Unternehmen mit kleinerem Postaufkommen) zu gewinnen, führte fast zwangsläufig zur Ausgabe von eigenen Briefmarken, zur Aufstellung eigener Briefkästen oder der Organisation von Annahmestellen in Supermärkten, Shops u.ä. Natürlich zielen einige Briefmarken-Emissionen auch auf den Philatelisten. Insbesondere regionale Motive finden sich häufig auf gut gestalteten Briefmarken wieder.

Literatur:

Burger, Thomas: Michel Spezial-Katalog der deutschen Privatpostmarken, Band 2,
Moderne Privatpostmarken, Schwaneberger Verlag München, 2006
DBZ Deutsche Briefmarkenzeitung
Philatelie, Zeitschrift des BDPH
Lizenzlisten der Bundesnetzagentur für den Postdienst
Merkur-Briefe, Zeitschrift der Studiengruppe Moderne Privatpost in der
Arbeitsgemeinschaft Privatpost-Merkur
Internet-Recherchen