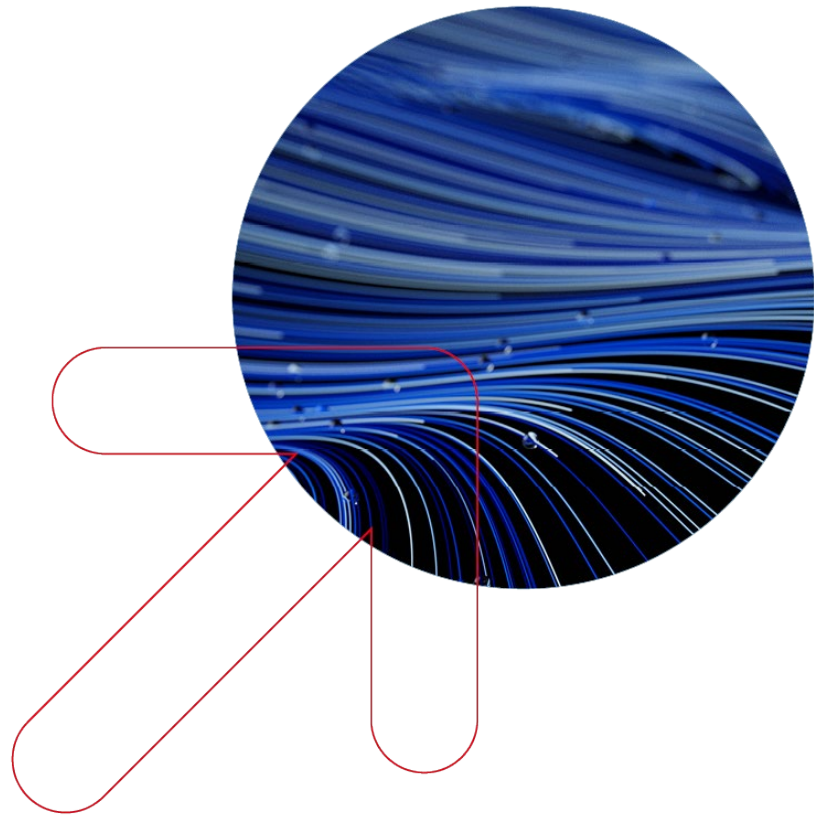


WIK • Diskussionsbeitrag

Nr. 530



Auswirkungen veränderter Rahmenbedingungen im internationalen Postverkehr auf die Lieferketten im E-Commerce

Autorinnen:
Antonia Niederprüm
Petra Junk

Bad Honnef, Dezember 2024

Impressum

WIK Wissenschaftliches Institut für
Infrastruktur und Kommunikationsdienste GmbH
Rhöndorfer Str. 68
53604 Bad Honnef
Deutschland
Tel.: +49 2224 9225-0
Fax: +49 2224 9225-63
E-Mail: info@wik.org
www.wik.org

Vertretungs- und zeichnungsberechtigte Personen

Geschäftsführerin und Direktorin	Dr. Cara Schwarz-Schilling
Direktor, Verwaltungs- und Abteilungsleiter	Alex Kalevi Dieke
Direktor, Abteilungsleiter	Prof. Dr. Bernd Sörries
Abteilungsleiter	Dr. Christian Wernick
Abteilungsleiter	Dr. Lukas Wiewiorra
Vorsitzender des Aufsichtsrates	Dr. Thomas Solbach
Handelsregister	Amtsgericht Siegburg, HRB 7225
Steuer-Nr.	222/5751/0722
Umsatzsteueridentifikations-Nr.	DE 123 383 795

Stand: Januar 2024

ISSN 1865-8997

Bildnachweis Titel: © Robert Kneschke - stock.adobe.com

Weitere Diskussionsbeiträge finden Sie hier:

<https://www.wik.org/veroeffentlichungen/diskussionsbeitraege>

In den vom WIK herausgegebenen Diskussionsbeiträgen erscheinen in loser Folge Aufsätze und Vorträge von Mitarbeitern des Instituts sowie ausgewählte Zwischen- und Abschlussberichte von durchgeführten Forschungsprojekten. Mit der Herausgabe dieser Reihe bezweckt das WIK, über seine Tätigkeit zu informieren, Diskussionsanstöße zu geben, aber auch Anregungen von außen zu empfangen. Kritik und Kommentare sind deshalb jederzeit willkommen. Die in den verschiedenen Beiträgen zum Ausdruck kommenden Ansichten geben ausschließlich die Meinung der jeweiligen Autoren wieder. WIK behält sich alle Rechte vor. Ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des WIK ist es auch nicht gestattet, das Werk oder Teile daraus in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) zu vervielfältigen oder unter Verwendung elektronischer Systeme zu verarbeiten oder zu verbreiten.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	IV
Summary	V
1 Entwicklungen im grenzüberschreitenden Onlinehandel	1
2 Internationale E-Commerce-Lieferketten im Überblick	6
2.1 Direktversand versus B2B2C	6
2.2 Direktversand über nationale Postdienstleister	10
2.3 Direktversand durch internationale Expressdienstleister	12
2.4 Direktversand über internationale Konsolidierer	13
2.4.1 Postnahe internationale Konsolidierer	14
2.4.2 Logistiknahe internationale Konsolidierer	15
2.4.3 Direktversand über vertikal integrierte Handelsplattformen	15
3 Der Rolle des internationalen Postkanals im grenzüberschreitenden Onlinehandel	17
3.1 Einleitung	17
3.2 Deutliche Preissteigerungen durch die Einführung von Self-Declared Rates	19
3.3 Qualitätsverschlechterungen seit 2019	23
3.4 Mengeneinbruch bei der internationalen Briefpost	25
3.5 Empirische Evidenz am Beispiel der Vereinigten Staaten	30
4 Auswirkungen auf den Zustellwettbewerb in Deutschland	37
Literaturverzeichnis	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Letzter Online-Einkauf bei einem ausländischen Händler	2
Abbildung 2	Weltweiter Markt für grenzüberschreitende E-Commerce-Logistikdienstleistungen, 2018-2023	4
Abbildung 3	Markt für grenzüberschreitende E-Commerce-Logistikdienstleistungen in China, 2018-2023	5
Abbildung 4	Vereinfachte Darstellung der Lieferketten für grenzüberschreitende Onlinebestellungen von Waren (Beispiel China – EU)	7
Abbildung 5	Direktversand über designierte Postbetreiber	11
Abbildung 6	Direktversand über internationale Expressdienstleister	12
Abbildung 7	Direktversand über internationale Konsolidierer	13
Abbildung 8	Maßnahmen mit Auswirkungen auf den Postkanal im Überblick	18
Abbildung 9	Internationale Briefpost: Kategorien seit 2018	20
Abbildung 10	Entwicklung der Endvergütungen für Warensendungen seit 2010 mit einer Prognose für 2021-2025 nach Einführung der Self-Declared Rates	22
Abbildung 11	Durchschnittliche jährliche prozentuale Veränderung der Versandkosten nach Transportrelation (2019–2023)	23
Abbildung 12	Veränderung der internationalen Laufzeiten (in Tagen) sowie Abweichungen (in Tagen) von der Zuverlässigkeit der Lieferzeit* nach Handelsrouten 2019–2023	24
Abbildung 13	Rückgang der internationalen Briefposttonnage (2018-2024)	25
Abbildung 14	Prozentuale Veränderung der internationalen Briefposttonnage nach Transportrelationen zwischen 2019 und 2023	26
Abbildung 15	Entwicklung der Briefpostanteile nach Format (2018 versus 2023)	28
Abbildung 16	Entwicklung der Anteile der E-Format-Sendungen an Industrieländer (Gruppe I) nach Ländergruppenrelationen (2018 vs. 2023)	29
Abbildung 17	Entwicklung der De-Minimis Importe in Millionen, 2015-2024	31
Abbildung 18	Importe von De-Minimis Sendungen (< 800 US\$) nach Einfuhrkanal	32
Abbildung 19	Importmengen (De Minimis) über den Post- und den Expresskanal	33
Abbildung 20	USPS: Eingehende Sendungen und Umsätze (Finanzjahre 2015-2024)	34
Abbildung 21	USPS: Ausgehende Sendungen und Umsätze (Finanzjahre 2015-2024)	35
Abbildung 22	USPS: Durchschnittserlöse für ein- und ausgehende Sendungen	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Lagerstandorte: Vor- und Nachteile aus Sicht des Händlers	8
Tabelle 2	Einteilung der UPU-Ländergruppen	19
Tabelle 3	Briefpostanteile nach Ländergruppenrelationen basierend auf den IPK-Studien der UPU (2018 vs. 2023)	27

Zusammenfassung

In den letzten zehn Jahren ist der grenzüberschreitende Onlinehandel, insbesondere aus China in die EU, stark gewachsen. Plattformen wie Shein und Temu spielen dabei eine zentrale Rolle. Die Studie analysiert, wie regulatorische Änderungen, technologische Fortschritte und Marktstrategien die globalen Lieferketten verändert haben und welche Auswirkungen diese Entwicklungen auf die Rolle des traditionellen Postkanals als Versandkanal für grenzüberschreitende Warensendungen hatte. Zwei Hauptmodelle prägen den grenzüberschreitenden E-Commerce: Direktversand und das B2B2C-Modell.

Beim Direktversand wird die Ware direkt aus der Ursprungsregion, meist China, verschickt. Dies ist für lokale Verkäufer i.d.R. kostengünstiger, jedoch mit längeren Lieferzeiten verbunden. Im B2B2C-Modell werden die Waren per Container in die Zielregion transportiert und eingelagert. Die Abwicklung der Bestellung erfolgt aus diesen Lagern, was schnellere Lieferzeiten ermöglicht, aber mit höheren Kosten verbunden ist. Ein bekanntes Beispiel für die Anwendung des B2B2C-Modells einer vertikal integrierten Handelsplattform ist „Fulfillment by Amazon“ (FBA). Beim Direktversand hat sich das Angebot internationaler Konsolidierer mit spezialisiertem Angebot für den Versand von E-Commerce-Sendungen erweitert, von postnahen internationalen auf logistiknahe Konsolidierer und, mit dem Aufkommen von Shein und Temu, auf vertikal integrierte Onlinehandelsplattformen, die für ihre Händler neben dem Verkauf auch die Logistik einschließlich des grenzüberschreitenden Versands abwickeln. Die Entwicklungen haben im Direktversand zu einer Verkürzung der Lieferzeiten und aufgrund erheblicher Skaleneffekte und der Nachfragemacht der Plattformen gegenüber Transport- und Zustellunternehmen zu sinkenden Durchschnittspreisen im Transport geführt.

Bis 2020 dominierten im grenzüberschreitenden Versand traditionell der Postkanal (für Waren mit niedrigem Wert) und internationale Expressdienste (für Waren mit hohem Wert). Reformen im Weltpostverein, insbesondere die Einführung der sogenannten Self-Declared Rates, führten jedoch zu deutlichen Preissteigerungen, um die Zustellkosten in Industrieländern besser zu decken. Gleichzeitig verschlechterte sich während der COVID-19-Pandemie die Qualität des internationalen Postverkehrs durch längere und unzuverlässige Laufzeiten.

Der Bedeutungsverlust des Postkanals führt tendenziell zu einem intensiveren Wettbewerb unter Zustelldienstleistern. Konsolidierer können frei wählen, mit welchen Dienstleistern sie in Zielregionen zusammenarbeiten. Dennoch halten sich die Auswirkungen auf den Zustellwettbewerb in Deutschland in Grenzen, da die Deutsche Post sowohl wegen ihrer starken Wettbewerbsposition als Zustelldienstleister im deutschen Brief- und Paketmarkt als auch über andere Konzernbereiche (DHL eCommerce und DHL Global Forwarding) erfolgreich als internationaler Konsolidierer agiert.

Summary

Over the past decade, cross-border online trade, particularly from China to the EU, has grown significantly. Platforms like Shein and Temu play a key role in this development. This study analyzes how regulatory changes, technological advancements, and market strategies have transformed global supply chains and examines the impact of these developments on the traditional postal channel as a shipping method for cross-border goods. Two main models dominate cross-border e-commerce: direct shipping and the B2B2C model.

In the direct shipping model, goods are sent directly from the country of origin, typically China. For local sellers, this is generally more cost-effective but involves longer delivery times. In the B2B2C model, goods are transported in containers to the destination region, where they are stored. Orders are then fulfilled from these warehouses, enabling faster delivery times but at higher costs. A well-known example of this model in use is Fulfilment by Amazon (FBA). In the direct shipping model, the range of services offered by international consolidators specializing in e-commerce shipments has expanded, evolving from postal-oriented consolidators to logistics-focused ones. Platforms like Shein and Temu, which are vertically integrated and technologically advanced, handle not only sales but also cross-border shipping for their sellers. These developments have led to shorter delivery times in direct shipping and reduced average transport prices due to significant economies of scale and the bargaining power of these platforms with transport and delivery companies.

Until 2020, cross-border shipping was traditionally dominated by postal channels (for low-value goods) and international express delivery services (for high-value goods). However, reforms by the Universal Postal Union (UPU), particularly the introduction of so-called self-declared rates, have led to substantial price increases to better reflect the delivery costs in industrialized countries. At the same time, the quality of international postal services deteriorated during the COVID-19 pandemic, resulting in longer and less reliable delivery times.

The decline in the importance of postal channels has generally intensified competition among delivery service providers. International consolidators are free to choose which service providers they work with in target regions. Nonetheless, the impact on delivery competition in Germany remains limited, as Deutsche Post successfully operates as both a postal-oriented and logistics-oriented international consolidator. This success is attributed to its strong market position as a delivery service provider in the German letter and parcel market, as well as its subsidiaries like DHL eCommerce and DHL Global Forwarding.

1 Entwicklungen im grenzüberschreitenden Onlinehandel

In den letzten zehn Jahren ist der grenzüberschreitende Onlinehandel stark gewachsen. Ein Onlinekauf gilt als grenzüberschreitend, wenn der Verkäufer der Ware nicht im gleichen Land ansässig ist wie der Käufer. Das Wachstum gilt für den europäischen Binnenmarkt ebenso wie weltweit. Die jährlich erscheinenden Ergebnisse des „Cross-Border E-Commerce Shopper Surveys“ durch die International Postal Corporation (IPC) zeigen, dass die beliebtesten Länder für grenzüberschreitende Onlinekäufe zum einen kulturell, sprachlich und räumlich nahe Nachbarländer sind und zum anderen Länder mit weit entwickelten Onlinehandelsmärkten. Diese zweite Gruppe wird bei europäischen Käufern mit Abstand dominiert durch China, gefolgt von Deutschland, Großbritannien und den Vereinigten Staaten.¹

Pressemeldungen aus den letzten zwei Jahren deuten auf einen starken Anstieg der Warensendungen aus China nach Deutschland und in die EU hin. Ähnliches lässt sich auch in anderen Teilen der Welt wie den Vereinigten Staaten oder Australien beobachten. Auf einer Pressekonferenz des chinesischen Handelsministeriums vom 30. Mai 2024 wurde berichtet, dass sich der grenzüberschreitende Onlinehandel von und nach China in den letzten fünf Jahren verzehnfacht habe.² Eine wesentliche Rolle für diesen Anstieg spielen zwei Onlinehandelsplattformen mit chinesischem Ursprung, die sich auf den weltweiten Verkauf von in China gefertigten Waren spezialisiert haben: Shein und Temu.³

- Shein wurde im Jahr 2008 in China als Onlineshop (Nanjing Dianwei Information Technology) gegründet (als Dropshipping-Modell⁴) und ist seit 2015 unter dem Namen Shein aktiv. Im Jahr 2018 startete Shein mit dem Eintritt in den US-amerikanischen Markt die globale Expansion. Im Juni 2023 erweiterte Shein den Shop zu einem Marktplatz, den auch unabhängige Händler als Absatzkanal nutzen können und erweiterte das Produktangebot auf Heim- und Elektronikartikel.⁵

¹ Eigene Auswertung basierend u.a. auf International Postal Corporation (2024): Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2023, S. 10-11. Die jährlich stattfindenden Befragungen beziehen sich auf Onlinekäufer, die mindestens einen Online-Einkauf in den letzten 3 Monaten und mindestens einen Einkauf in einem anderen Land in den letzten 12 Monaten getätigt haben.

² Ministry of Commerce, People's Republic of China (MOFCOM) (2024), Ministry of Commerce Regular Press Conference (May 30, 2024).

³ Zur Frage des Einflusses von Onlinehändlern und -plattformen aus Nicht EU-Staaten auf den Handel in Deutschland, vgl. ibi Research und HDE Handelsverband Deutschland (2024): Drittstaatenhändler und ihr Einfluss auf den deutschen Handel, Exemplarische Betrachtung anhand der beiden Plattformen Temu und SHEIN.

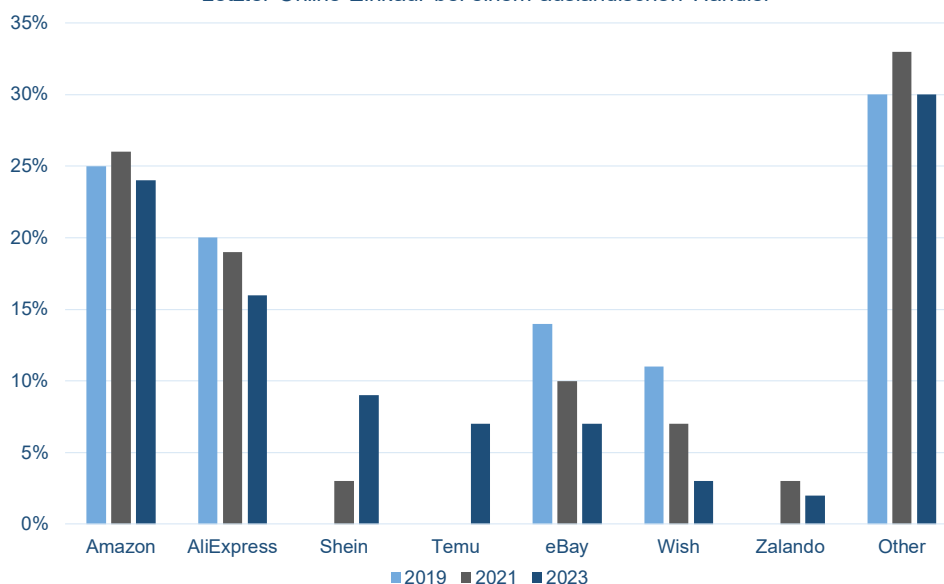
⁴ Vgl. Liu, Jiaye (2022): Research on the Business Strategy and Deficiency of the Fast Fashion Industry to Enhance Development – a Case Study of Shein, erschienen in: Y. Jiang et al. (Eds.): ICEDBC 2022, AEBMR 225, S. 1794–1801.

⁵ Graham, Charlie (2023): Shein, published on the website of Contrary Research, aktualisiert am 16. November 2023.

Mit der Internationalisierung kam das Wachstum: Zwischen 2019 und 2023 verzehnfachte Shein den Umsatz (von 3,15 Milliarden US\$ auf 32,5 Milliarden US\$).⁶

- Temu ist eine Handelsplattform, die über Whaleco Technology Limited (Irland) und Whaleco Inc. (USA) Teil der chinesischen PDD Holdings Limited ist. Die Plattform Temu startete im September 2022 ihre globale Expansion mit einer sehr breiten Produktpalette in den Vereinigten Staaten. Der Marktplatz Temu ist nur außerhalb Chinas aktiv.⁷ Seit April 2023 ist Temu in Europa aktiv. Temu steht mit seinem Produktangebot im Wettbewerb mit den Amazon-Marktplätzen in den jeweiligen Ländern, zumal auf den Amazon-Marktplätzen viele chinesische Onlinehändler aktiv sind⁸.

Abbildung 1 Letzter Online-Einkauf bei einem ausländischen Händler



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf IPC Cross-Border E-Commerce Shopper Surveys (41 Länder), veröffentlicht in den Jahren 2020, 2022 und 2024.

Bei den am meisten genutzten Handelsplattformen zeigen sich bereits Verschiebungen zwischen den Plattformen. Plattformen wie AliExpress, eBay und besonders Wish⁹ haben seit 2019 deutlich an Bedeutung verloren, während Shein und besonders Temu, die

⁶ Statista / Daxue Consulting; Financial Times, Forbes (2024): Umsatz von Shein weltweit bis 2023, aktualisiert am 03.07.2024. Für das Jahr 2024 wird mit einem weltweiten Umsatz von bis zu 50 Mrd. US\$ gerechnet.

⁷ PDD Holdings Inc. (2024): Annual Report 2023, Form 20-F.

⁸ Marketplace Pulse (2024b): Amazon's "Significant" Reliance on Chinese Sellers, Artikel vom 13. Februar 2024.

⁹ Die Plattform Wish wurde im Jahr 2011 in den Vereinigten Staaten gegründet. Das Geschäftsmodell basierte auf dem Verkauf von sehr günstigen Produkten aus China, die per Post direkt aus China an die Onlinekunden verschickt wurden. Die Shopping-App spielt nur noch eine nachrangige Rolle (vgl. Exciting Commerce (2024b): Wish verabschiedet sich mit Umsätzen von \$287 Mio., 5. März 2024).

im September 2022 in den Vereinigten Staaten und im April 2023 in Europa gestartete chinesische Handelsplattform, erheblich Anteile gewinnen konnten (siehe Abbildung 1). Auf den Plattformen AliExpress, Wish und Temu werden eine Vielzahl von Produktkategorien angeboten (vergleichbar mit Amazon) während Shein zunächst als Händler mit (Fast-) Fashion-Produkten startete und nach der Etablierung des Marktplatzes das Angebot auf die Kategorien Home & Living sowie Electronics ausweitete.

Bestätigt wird die erhebliche Bedeutung der drei wichtigsten Plattformen mit chinesischem Ursprung AliExpress, Shein und Temu durch eine Erhebung im Auftrag des deutschen Handelsverbands. Demnach haben von 500 Befragten, die in den letzten 12 Monaten einen Onlinekauf bei einem ausländischen Händler getätigt haben, jeweils rund ein Viertel die Plattformen Temu (24 %) und Shein (23 %) sowie fast ein Fünftel AliExpress (19 %) genutzt.¹⁰

Alle drei Plattformen wurden von der Europäischen Kommission im Rahmen des Digital Service Acts (DSA) als sehr große Online-Plattformen eingestuft, mit der Folge, dass sie u.a. umfassenden Transparenzpflichten unterliegen.¹¹ Aus der jüngsten Transparenzberichterstattung der Plattformen geht hervor, dass bei Temu die durchschnittliche monatliche Nutzerzahl während des Zeitraums April bis September 2024 in Deutschland 16,3 Millionen (EU: 97,3 Millionen) betrug, bei Shein (Februar bis Juli 2024) 17,8 Millionen (EU: 126 Millionen) und bei AliExpress (April bis September 2024) 18,6 Millionen (EU: 149 Millionen) betrug. Während Shein und Temu im Vergleich zum jeweils vorangegangenen Halbjahreszeitraum auf EU-Ebene ein weiteres Wachstum bei den durchschnittlichen Nutzerzahlen verzeichnen konnten (Temu: +30%; Shein: +17%), sank die Anzahl der durchschnittlichen Nutzer bei AliExpress spürbar um mehr als 12 %.¹² Im Vergleich zu den Plattformen chinesischen Ursprungs war die monatliche durchschnittliche Nutzerzahl der Amazon-Plattform weiterhin deutlich höher: sie betrug von Januar bis Juni 2024 in Deutschland 54,7 Millionen (EU: 186,1 Millionen) und im Zeitraum Januar bis Juni 2023 60,4 Millionen (EU: 181,4 Millionen).¹³

Der grenzüberschreitende Einkauf auf globalen Handelsplattformen setzt umfassende Logistikdienstleistungen im Hintergrund voraus, um Bestellungen ausliefern und retournieren zu können. Eine Marktschätzung mit Schwerpunkt auf grenzüberschreitende E-

¹⁰ Handelsverband Deutschland (2024): HDE Onlinemonitor 2024, S. 29.

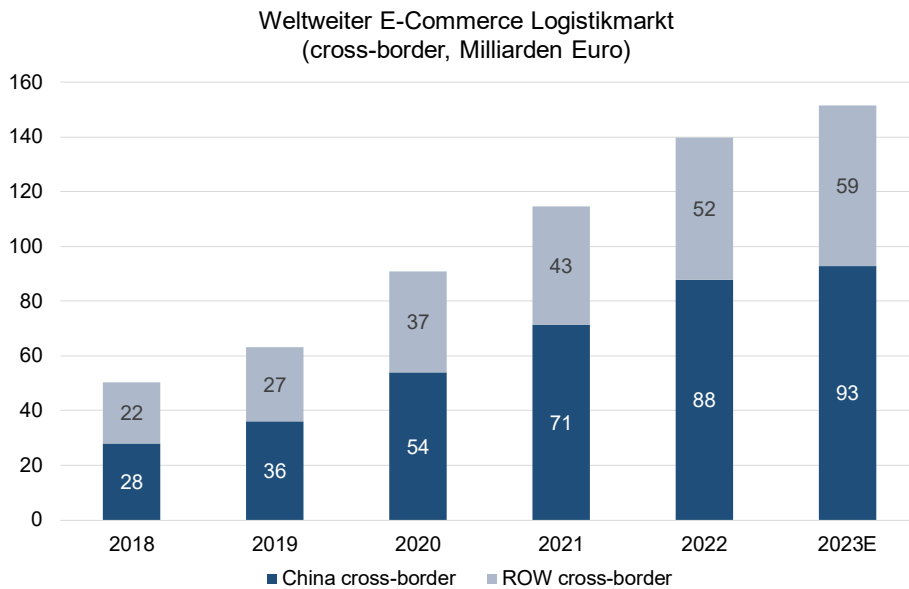
¹¹ Online-Plattformen werden als sehr groß eingestuft, wenn sie in der EU mehr als 45 Millionen Nutzer haben, vgl. Europäische Kommission (o.J.): DSA: Sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen, abgerufen am 10.10.2024. Die Liste der benannten Plattformen findet sich auf folgender Seite: Europäische Kommission (o.J.): Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA, abgerufen am 13.12.2024, und wird laufend aktualisiert.

¹² Zahlen basierend auf Auswertungen von Exciting Commerce (2024a), Temu und Shein mit Nutzerzahlen für Deutschland und Europa, 4. Dezember 2024 und Exciting Commerce (2024), Warum spricht alles über Shemu, aber niemand über AliExpress? 5. Dezember 2024. Die Transparenzberichte sind auf den Webseiten der jeweiligen Plattformen abrufbar.

¹³ Amazon (2024), Digital Services Act (DSA): Amazon EU Store Transparency Report, 24. Oktober 2024.

Commerce-Logistikdienstleistungen aus dem Börsenprospekt von Cainiao Smart Logistics Network Limited (Cainiao) ¹⁴ gibt einen Einblick in deren dynamische Entwicklung.

Abbildung 2 Weltweiter Markt für grenzüberschreitende E-Commerce-Logistikdienstleistungen, 2018-2023



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023), S. 151 und S. 152.

Anmerkung: Die Umrechnung in EUR erfolgte zum Kurs von 7,66 RMB pro EUR.

Nach Schätzungen des chinesischen Unternehmens, das mehrheitlich zum Alibaba-Konzern gehört, wird dieses Logistiksegment mit einem Anteil von mehr als 60 % durch China dominiert (siehe Abbildung 2). Zwischen 2019 und 2022 hat sich der Umsatz nach diesen Schätzungen mehr als verdoppelt.

Rund 70 % der chinesischen Umsätze für grenzüberschreitenden E-Commerce Logistikdienstleistungen entfielen demnach auf Exporte nach Europa und in die Vereinigten Staaten (Abbildung 3).

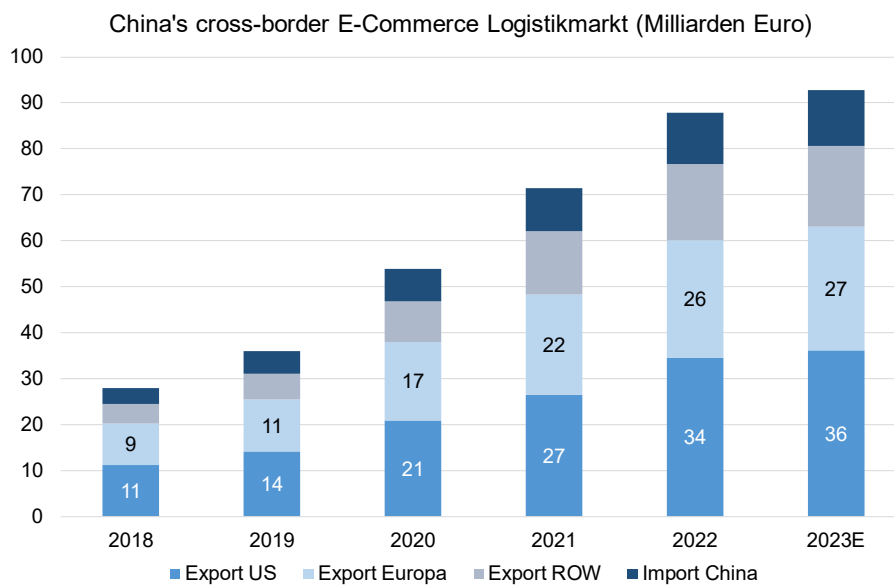
Es erscheint unwahrscheinlich, dass in den Marktschätzungen für 2022 und insbesondere in der Prognose für 2023 die Liefermengen der zum chinesischen Konzern Pinduoduo gehörenden, auf den Export spezialisierten globalen Handelsplattform Temu berücksichtigt sind. Diese haben erst ab der zweiten Hälfte des Jahres 2022 mit Temus Markteintritt in den Vereinigten Staaten an Fahrt aufgenommen. Der Markteintritt von Temu

¹⁴ Vgl. Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023): IPO Prospectus. Cainiao agiert als Logistikplattform für Alibaba wurde als Gemeinschaftsunternehmen von Alibaba und Partnern (u.a. chinesische Paket- und Expressdienstleister) im Jahr 2013 gegründet. Seit 2017 befindet sich Cainiao im Mehrheitseigentum von Alibaba. Der für das Jahr 2023 geplante Börsengang wurde nach einem Strategiewechsel des Konzerns abgesagt. Alibaba plant stattdessen die vollständige Übernahme der Logistiktochter, die Stand November 2024 noch nicht umgesetzt wurde.

dürfte dem Markt für grenzüberschreitende E-Commerce Logistikdienstleistungen einen spürbaren Wachstumsschub gegeben haben, der in dieser Form zum Zeitpunkt der Marktschätzung im Börsenprospekt von Cainiao noch nicht vorhersehbar war.

Dennoch wird aus diesen Zahlen die überragende Bedeutung chinesischer Verkäufer deutlich. Diese Verkäufe finden nicht nur auf Plattformen chinesischen Ursprungs (wie AliExpress), sondern auch über Online-Marktplätze wie Amazon oder Ebay statt.

Abbildung 3 Markt für grenzüberschreitende E-Commerce-Logistikdienstleistungen in China, 2018-2023



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023), S. 151 und S. 152.

Anmerkung: Die Umrechnung in EUR erfolgte zum Kurs von 7,66 RMB pro EUR.

Im Börsenprospekt werden auch Aussagen zu den fünf größten Anbietern im weltweiten Markt für grenzüberschreitende E-Commerce-Logistikdienstleistungen für das Jahr 2022 abgegeben. Die fünf größten Spieler erreichten nach diesen Schätzungen einen Anteil von knapp einem Viertel (23,8 %) der Gesamtmenge. Den größten Anteil hatte demnach Cainiao mit 8,1 % (mit rund 1,5 Milliarden Paketen)¹⁵ gefolgt von DHL (5,5 %, was hochgerechnet einer geschätzten Menge von rund einer Milliarde Sendungen entspräche), China Post (3,8 % oder rund 700 Millionen Sendungen), La Poste (3,3 % oder rund 600 Millionen Sendungen) und UPS (3,1 % oder weniger als 600 Millionen Sendungen). Hochgerechnet wurden basierend auf diesen Schätzungen im Jahr 2022 weltweit etwa

¹⁵ Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023), S. 246: Über das Cainiao-Netzwerk wurden im Jahr 2023 1,519 Milliarden cross-border Sendungen (Im- und Export) abgewickelt. In den Jahren 2021 und 2022 lagen die Mengen bei 1,381 Milliarden und 1,679 Milliarden.

18,5 Milliarden E-Commerce Sendungen aus grenzüberschreitenden Onlinebestellungen befördert und zugestellt.¹⁶

Diese große Menge an E-Commerce-Sendungen, deren Ursprung häufig Onlineeinkäufe auf einschlägigen Handelsplattformen sind, erfordert spezialisierte Lieferketten, die eine kostengünstige, zuverlässige und, wenn möglich, schnelle Zustellung der Bestellungen in den jeweiligen Heimatländern der Onlinekunden ermöglichen. In diesem Diskussionsbeitrag werden die unterschiedlichen internationalen E-Commerce-Lieferketten in Kapitel 2 beschrieben. In Kapitel 3 wird erörtert, wie sich die Wettbewerbsfähigkeit des traditionellen grenzüberschreitenden Postkanals in den letzten fünf bis zehn Jahren entwickelt hat. Die Auswirkungen auf diesen traditionellen Postkanal werden am Beispiel der Vereinigten Staaten und des U.S. Postal Service (USPS) in Kapitel 4 veranschaulicht. Abschließend wird in Kapitel 5 diskutiert, wie sich die veränderten Lieferketten auf den Zustellwettbewerb im deutschen Postmarkt auswirken könnten.

2 Internationale E-Commerce-Lieferketten im Überblick

2.1 Direktversand versus B2B2C

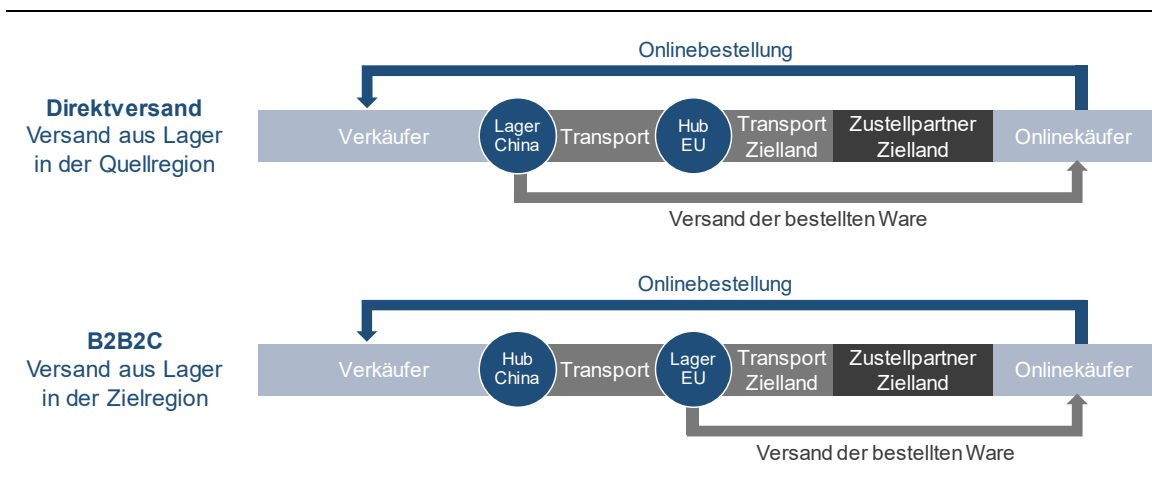
In den vergangenen zehn Jahren hat infolge des erstarkenden grenzüberschreitenden Onlinehandels eine Professionalisierung in der logistischen Abwicklung stattgefunden. Das gilt besonders für Onlinekäufe von Produkten aus exportstarken Ländern wie China, aber auch aus Ländern wie den Vereinigten Staaten und Großbritannien. Auch innerhalb der EU sind die grenzüberschreitenden Onlinekäufe von Händlern mit Sitz in einem anderen EU-Mitgliedstaaten gewachsen. Aufgrund des weit entwickelten EU-Binnenmarkts ist die logistische Abwicklung grenzüberschreitender Verkäufe aufgrund fehlender Zollschranken und der räumlichen Nähe aus logistischer Sicht leichter und schneller als im Vergleich zu Importen aus Nicht-EU Staaten.¹⁷ Im Folgenden betrachten wir daher schwerpunktmäßig E-Commerce-Lieferketten im Zusammenhang mit Bestellungen von Produkten durch EU-Verbraucher aus dem Nicht-EU-Ausland.

Bei internationalen E-Commerce-Lieferketten lassen sich zwei Modelle unterscheiden, die von Händlern bzw. Handelsplattformen sowohl in Reinform als auch in Mischformen zur Anwendung kommen können.

¹⁶ Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023), S. 151, Mengenerhebungen der Wettbewerber basieren auf der Angabe, dass 1,5 Milliarden Sendungen auf Cainiao entfallen.

¹⁷ Weitere Erleichterungen: EU-weites One-Stop-Shop-Verfahren (OSS) für die einheitliche Erhebung der Mehrwertsteuer im Land des Käufers. Nach wie vor müssen Versender aber Unterschiede bei Regelungen zu verbotenen Gütern und mit Blick auf unterschiedliche Anwendung von Verbrauchssteuern (z.B. für Alkohol und Tabakwaren) achten, die ggf. separat im Bestimmungsland angemeldet und abgeführt werden müssen.

Abbildung 4 Vereinfachte Darstellung der Lieferketten für grenzüberschreitende Onlinebestellungen von Waren (Beispiel China – EU)



Quelle: Eigene Darstellung

Der Direktversand ist dadurch gekennzeichnet, dass sich die bestellte Ware zum Zeitpunkt der Bestellung in der Region des Verkäufers befindet (z.B. in China). Sie wird dort verpackt und als grenzüberschreitende Sendung in das Land des Onlinekäufers verschickt. Der Transport der Sendungen zwischen Kontinenten (also beispielsweise von China nach Deutschland) erfolgt dabei üblicherweise per Luftfracht. Für den Direktversand von E-Commerce Bestellungen aus dem Ausland gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, auf die in den nachfolgenden Abschnitten eingegangen wird.

Bei der zweiten Option „B2B2C“ befindet sich die Ware zum Zeitpunkt der Bestellung bereits in einem Lager in der Zielregion, also beispielsweise in Deutschland oder einem anderen Land innerhalb europäischen Binnenmarktes. Die Ware wird üblicherweise in Containern per Schiff oder, wenn verfügbar, per Bahn in die Zielregion (z.B. in den EU-Binnenmarkt) transportiert, wo sie dann bis zum Verkauf eingelagert wird.

Diese Lieferkette wird aufgrund der „containerisierten“ Importe und der Zwischenlagerung in der Zielregion auch mit der Abkürzung „B2B2C“ (Verkäufer (B) an Lager in Zielregion (B) an Verbraucher (C)) beschrieben und hat daher auch eine größere Ähnlichkeit zu Lieferketten heimischer Onlinehändler. Auch hier wird die Ware in größeren Mengen bei einem Hersteller (der häufig auch in China sitzt) gekauft, per Container in Lager der Zielregion befördert und von dort aus dann ausgeliefert.

Welchen Lagerstandort ein ausländischer Verkäufer wählt, hängt von vielen Faktoren und natürlich auch an der Verfügbarkeit von Lagerstandorten in den jeweiligen Zielregionen ab. Tabelle 1 fasst die wichtigsten Vor- und Nachteile bei der Wahl des Lagerstandorts aus Sicht des Verkäufers zusammen.

Tabelle 1 Lagerstandorte: Vor- und Nachteile aus Sicht des Händlers

	Vorteile	Nachteile
Lager in der Quellregion (z.B. China)	Niedrige Lagerkosten (z.B. aufgrund niedriger Arbeitskosten)	Lange Versandlaufzeiten (abhängig von Versandart/Dienstleister)
	Begrenztes Lagerrisiko (falls Waren nicht verkauft werden, kürzere Wege)	Hohe Kosten für Retouren (falls Kostenübernahme durch Händler)
	Keine Wechselkursrisiken	Hohe Versandkosten (abhängig von Versandart/Dienstleister)
Lager in der Zielregion (z.B. EU)	Kurze Versandlaufzeiten (abhängig von Versandart/Dienstleister)	Hohe Lagerkosten (u.a. aufgrund hoher Arbeitskosten)
	Retouren sind für Onlinekäufer möglich (Lager können als Konsolidierungspunkte für Retouren genutzt werden)	Längerfristige Vorausplanung erforderlich w/ Lieferzeiten und höhere Lagerrisiken (falls Waren nicht verkauft werden)
	Tendenziell niedrigere Transport- und Versandkosten (Transport der Ware zum Lager über See oder Schiene möglich)	Wechselkursrisiken

Quelle: Basierend auf Fung Business Intelligence (2018): Business Model Innovation in China's Logistics Market (Part 4), Logistics: An important differentiator of cross-border e-commerce (B2C Export from China), March 2018.

Aus ökonomischer Sicht handelt es sich bei der Entscheidung, welcher Lieferkette bzw. welchem Lagerstandort der Vorzug gegeben wird, im Grundsatz um eine Abwägung zwischen Kosten und Zustellqualität je Sendung. Darüber hinaus gibt es Produktkategorien, die für den Direktversand ungeeignet sind, weil sie z.B. aus Sicherheitsgründen nicht mit dem Flugzeug transportiert werden dürfen (z.B. Lithiumbatterien) oder deren Lufttransport aufgrund von Größe und Gewicht zu teuer wäre (z.B. größere Möbelstücke). Die Herstellkosten der Produkte im Land des Verkäufers (z.B. in China) und die Zustellkosten im jeweiligen Zielland sind grundsätzlich unabhängig von der Art der Lieferkette (Direktversand oder B2B2C). Hingegen kann der Direktversand dann ökonomisch vorteilhaft sein, wenn die Summe der Lager- und Transportkosten deutlich niedriger ist als im Fall von B2B2C. Diese Kostendifferenz sollte deswegen deutlich sein, weil Verbraucher auf Bestellungen, die per Direktversand abgewickelt werden, i.d.R. länger warten müssen als bei einem Versand der Bestellung ausgehend von einem Lager in der Zielregion.

Zusätzliche Kostenvorteile beim Direktversand einzelner Bestellungen im Vergleich zum B2B2C entstehen darüber hinaus durch eine Ungleichbehandlung beim Zoll. Im Gegensatz zum Import großer Produktmengen per Container werden bei Importen von Kleinsendungen aufgrund von (noch) existierenden De-Minimis-Regelungen weder Zoll noch Einfuhrabgaben fällig.¹⁸ Darüber hinaus sind die Zollbehörden aufgrund der großen Mengen eingehender Pakete und Päckchen bei der Kontrolle personell überfordert, so

¹⁸ Im Rahmen der EU-Zollreform ist geplant, die Zollfreigrenze abzuschaffen. Für mehr Details siehe Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024): Veränderungen im Zollwesen und Auswirkungen auf Postunternehmen und Onlinehandel, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 518.

dass die Entdeckungswahrscheinlichkeit für Unter- und Falschdeklarationen niedriger ist als im Fall von B2B2C.¹⁹

Der grenzüberschreitende Verkauf aus Asien in die EU erfordert einen Transport über zwei Zollgrenzen hinweg (Export aus China, Import in die EU). Der Import von vielen einzelnen Paketsendungen beim Direktversand stellt die Zollbehörden vor große Herausforderungen. Auf EU-Ebene wird daher seit vielen Jahren an Lösungen gearbeitet, die es ermöglichen, auch diesen Sendungsstrom adäquat kontrollieren und über fiskalische Maßnahmen ggf. begrenzen zu können.²⁰

Veränderungen in den Rahmenbedingungen führen zu Anpassungen bei der Auswahl bzw. dem Mix aus Direktversand und B2B2C. Tendenzen werden unter anderem bei den Plattformen Temu und Shein sichtbar. Geplante Verschärfungen bei der Einfuhr von Kleinsendungen und Sendungen von geringerem Wert wie die geplante Abschaffung der Zollfreigrenze in der EU und die geplanten Verschärfungen in den Vereinigten Staaten führten dazu, dass beide Plattformen sich erstens für Händler außerhalb Chinas öffneten (mit bislang geringem Erfolg), zweitens Tendenzen hin zu B2B2C sichtbar werden (siehe Shein)²¹ und drittens chinesische Händler, deren Waren sich bereits in Lägern der Zielregion befinden, diese nun auch über Temu vermarkten.²²

Der Untersuchungsschwerpunkt dieser Studie liegt auf dem Direktversand, d.h. zum Zeitpunkt der Bestellung befindet sich die Ware noch im Lager der Quellregion. Dabei spielen die Importe aus dem asiatischen Raum die größte Rolle. Die Onlinebestellungen, die direkt aus dem Nicht-EU-Ausland in die EU geliefert werden, haben sich in den letzten Jahren erheblich erhöht. Seit der Einführung des Import One Stop Shop (IOSS) im Juli 2021 liegen auf EU-Ebene verlässlichere Zahlen zu der Menge der importierten Sendungen aus Nicht-EU-Staaten mit einem deklarierten Warenwert von weniger als 150 € vor. Zwischen 2022 und 2023 hat sich demnach die Zahl der Sendungen von 1,1 Milliarden auf 2,1 Milliarden nahezu verdoppelt.²³ Ein bedeutender Anteil der Sendungen stammt aus China, getrieben nicht zuletzt durch das starke Wachstum der Handelsplattformen Temu und Shein. Für das Jahr 2024 ist mit einem weiteren Anstieg der Sendungen mit einem deklarierten Warenwert von weniger als 150 € zu rechnen, worauf auch die

19 Von weiteren in der Praxis ebenfalls relevanten Problemen beim Import von Konsumgütern (und wahrscheinlich nicht nur dort) wie die Verletzung von Markenrechten, Nichteinhaltung von Vorgaben beispielsweise zur Produktsicherheit und der Versand verbotener Produkte (z.B. Drogen, Waffen usw.) sehen wir hier ab. Im Prinzip treten diese Probleme nicht nur beim Direktversand, sondern auch beim Logistikmodell B2B2C auf. Ein Teil der Probleme ist darauf zurückzuführen, dass über die Entwicklung des Onlinehandels viele kontrollierende Zwischenhandelsstufen (Großhändler) weggefallen sind.

20 Vgl. dazu Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024).

21 Vgl. beispielsweise RetailNews (2024): Nächste Expansionsstufe: Shein mit neuer Logistik in Polen und Frankfurt, 24.02.2024.

22 Vgl. Marketplace Pulse (2024a): Temu Sets Up U.S. Warehouses, 15. April 2024.

23 Europäische Kommission (2024): EU Customs Union – unique in the world – Customs Union in Numbers 2023 und Europäische Kommission (2023): EU Customs Union – unique in the world – Customs Union in Numbers 2022.

deutlich gestiegenen durchschnittlichen monatlichen Nutzerzahlen der größten chinesischen Plattformen hindeuten (siehe Kapitel 1).

Für Deutschland liegen keine konkreten Zahlen zu diesen Importen vor. Unter der Annahme, dass die Importmenge dem Bevölkerungsanteil Deutschlands von rund 20 % in der EU entspräche, wären im Jahr 2023 fast 400 Millionen Sendungen aus Nicht-EU Staaten in Deutschland zugestellt worden. Das entspräche rund 9% der Paketmenge der 4,4 beförderten Pakete in Deutschland (national und grenzüberschreitend).²⁴

In diesem Diskussionsbeitrag wird der Schwerpunkt auf den Direktversand gelegt, dessen Abwicklung in den letzten fünf bis zehn Jahren sowohl qualitativ als auch kostenseitig großen Veränderungen unterworfen war. Dabei lassen sich mehrere Optionen voneinander abgrenzen, die sich bei Qualität und Kosten unterscheiden, in Abhängigkeit von der Art des in Anspruch genommenen Dienstleisters: nationale Postdienstleister, Expressdienstleister und internationale Konsolidierer.

2.2 Direktversand über nationale Postdienstleister

Der grenzüberschreitende Versand von Brief- und Paketsendungen über nationale Postdienstleister war und ist der traditionelle Versandweg, der weltweit sowohl privaten als auch geschäftlichen Versendern zur Verfügung steht.

Der grenzüberschreitende Versand wird nach den Regeln des Weltpostvereins (auf Englisch „Universal Postal Union“, UPU) abgewickelt. Der Weltpostverein wurde 1874 gegründet und regelt bis heute die internationale Zusammenarbeit designierter bzw. benannter Postunternehmen bzw. -verwaltungen und die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs. Mitglieder des Weltpostvereins sind die Staaten, die ihrerseits die Postdienstleister benennen²⁵, die für die Abwicklung des grenzüberschreitenden Versands von Postsendungen verantwortlich sein sollen. Üblicherweise handelt es sich bei diesen Dienstleistern um Postverwaltungen bzw. deren Rechtsnachfolger (also z.B. die Deutsche Post AG als Rechtsnachfolgerin der Deutschen Bundespost für die Erbringung von Postdienstleistungen).²⁶ Designierte oder benannte Betreiber (auf Englisch „Designated Operator“, DO) sind in den meisten Ländern auch verpflichtet, den postalischen Universaldienst in ihrem Heimatmarkt zu erbringen.

²⁴ Bundesnetzagentur (2024a): Marktdaten Paket.

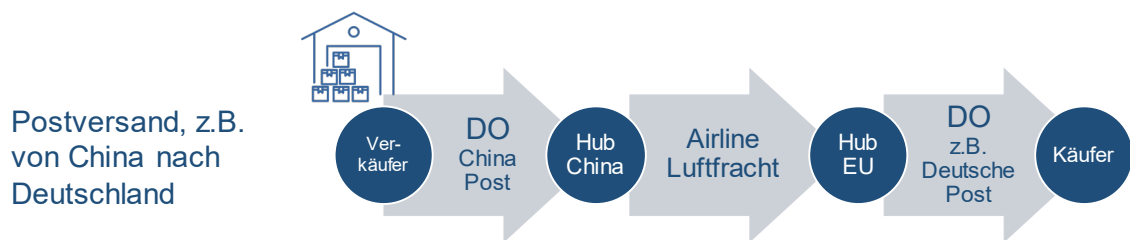
²⁵ Der benannte Betreiber ist jede staatliche oder nichtstaatliche Einrichtung, die von einem Mitgliedsland des Weltpostvereins offiziell für die Erbringung von Postdiensten in seinem Hoheitsgebiet und für die Erfüllung der damit verbundenen Verpflichtungen aus den Vorgaben (Acts) des Weltpostvertrags benannt wurde.

²⁶ Deutschland stellt international eine Ausnahme dar, da im Rahmen der Verordnung über die Zulassung Benannter Betreiber nach Artikel 3 des Gesetzes zu den Verträgen vom 5. Oktober 2004, 12. August 2008, 11. Oktober 2012 und 6. Oktober 2016 des Weltpostvereins vom 1. Juli 2019 (BGBl. I S. 904) auch weitere Postbetreiber bei der Bundesnetzagentur eine Zulassung zum benannten Betreiber beantragen können.

Der Weltpostverein regelt neben Vorgaben zur logistischen Abwicklung auch die Höhe der so genannten Endvergütungen. Bei den Endvergütungen (auf Englisch „Terminal Dues“) handelt es sich um den Betrag, den der nationale Postdienstleister im Zielland für die Zustellung der Sendung von dem Postdienstleister des Quelllands erhält. Die Höhe der Endvergütungen hängt von verschiedenen Faktoren ab, die in Abschnitt 3.2 dieses Beitrags genauer dargestellt werden und ist Gegenstand regelmäßig stattfindender Verhandlungen auf Ebene des Weltpostvereins (Kongresse der UPU).

Entscheidet sich ein Versender für diesen Kanal, wird diese Sendung im Zielland ausschließlich von dem oder den designierten Betreiber(n) zugestellt. Andere Zustelldienstleister kommen nicht in Frage.

Abbildung 5 Direktversand über designierte Postbetreiber



Quelle: Eigene Darstellung.

Anmerkungen: DO = Designated Operator oder benannter Betreiber. Der benannte Betreiber ist jede staatliche oder nichtstaatliche Einrichtung, die von einem Mitgliedsland des Weltpostvereins offiziell für die Erbringung von Postdiensten in seinem Hoheitsgebiet und für die Erfüllung der damit verbundenen Verpflichtungen aus den Vorgaben (Acts) des Weltpostvertrags benannt wurde. In China gibt es außer China Post keine weiteren designierten Betreiber.

Dieser traditionelle Versandkanal war und ist teilweise noch bis heute dadurch gekennzeichnet, dass Sendungen besonders aus „Entwicklungsländern“ (dazu zählt bis heute auch China nach der Nomenklatur des Weltpostvereins) von der Einsammlung bis zur Zustellung sehr lange Zeit benötigen, auf Interkontinentalverbindungen wie zwischen China und Europa durchaus mehrere Wochen. Darüber hinaus war dieser Kanal bis zur grundlegenden Reform der Endvergütungen, die im Jahr 2016 startete (siehe dazu Kapitel 3.2) konkurrenzlos billig, besonders für Sendungen aus „Entwicklungsländern“ wie China.

Da hier ein Sendungsaustausch zwischen zwei unabhängigen Dienstleistern in Kooperation mit einer Fluglinie stattfindet, handelt es sich nicht um einen integrierten Ende-zu-Ende Prozess. Dies hatte zur Folge, dass eine Sendungsverfolgung und generell der dafür notwendige Datenaustausch lange Zeit eher rudimentär war. Gleiches gilt für die Verzollungsprozesse von Warensendungen, die bis heute nach vereinfachten Regeln erfolgt („Postverzollung“).²⁷

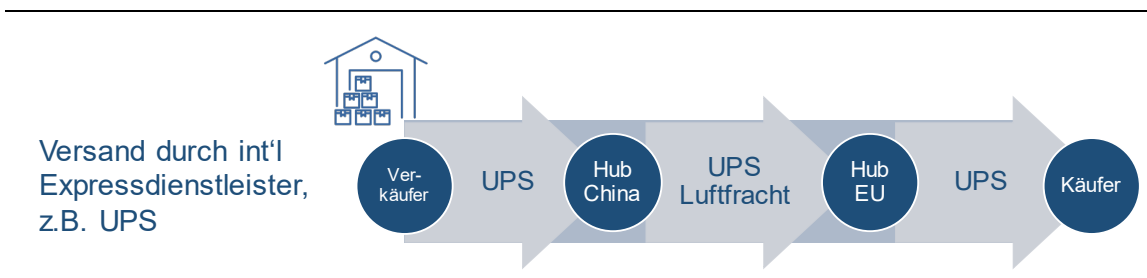
²⁷ Vgl. Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024).

Während der letzten 10 Jahre haben sich die postalischen Prozesse im grenzüberschreitenden Versand von Warensendungen stark verändert. Die Veränderungen bei den Endvergütungen und der Qualität werden in Kapitel 3 dargestellt.

2.3 Direktversand durch internationale Expressdienstleister

Dem Versandweg über designierte Postbetreiber stand auch schon in frühen Jahren der Versand über Expressdienstleister gegenüber. Wichtige Anbieter im internationalen Expressversand sind die so genannten Integratoren, zu denen DHL Express, UPS und FedEx mit nahezu weltumspannenden Netzen gehören.

Abbildung 6 Direktversand über internationale Expressdienstleister



Quelle: Eigene Darstellung.

Beim Direktversand mit einem Expressdienstleister ist die Zustellqualität mit Blick auf Schnelligkeit und Zuverlässigkeit aufgrund der integrierten Logistikkette, die sich zudem überwiegend unter der Kontrolle des Expressdienstleisters befindet, sehr hoch. Das spiegelt sich auch in den Preisen für den Expressversand wider, die in aller Regel sehr hoch sind. Daher wird der Expressversand üblicherweise für den Direktversand hochwertiger oder dringend benötigter Produkte herangezogen.

Eine Expresszustellung beispielsweise aus China oder Hong Kong nach Deutschland dauert nur wenige Tage. Eine engmaschige Sendungsverfolgung ist bei diesen Sendungen Standard. Die Dienstleister sind auch für die Verzollung verantwortlich, die nach kommerziellen Standards abläuft. Im Gegensatz zum qualitativ schlechteren Versand über designierte Postbetreiber ist der Expressversand mit sehr viel höheren Kosten verbunden, wobei i.d.R. zwischen zwei Qualitätsstufen unterschieden wird, der günstigeren Service Day Definite International (DDI) und der Service mit Zustellgarantie für eine bestimmte Zustellzeit, Time Definite International (TDI).

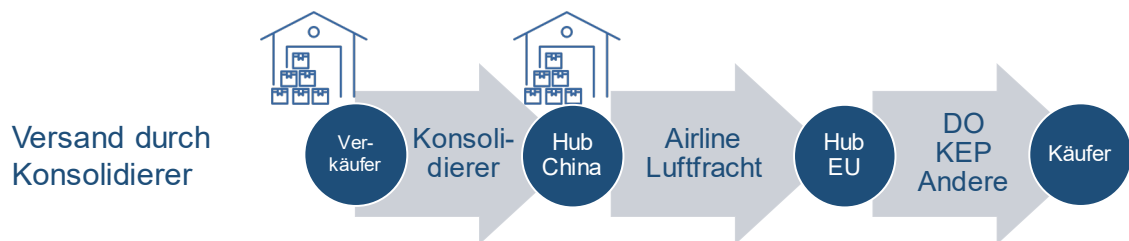
Im Gegensatz zu den designierten Postbetreibern, deren Im- und Exporte einem vereinfachten Postverzollungsverfahren unterliegen, müssen Expressdienstleister die kommerziellen Zollanforderungen erfüllen. Vergünstigungen bei sicherheitsrelevanten

Zollkontrollen und Vereinfachungen gemäß der Zollvorschriften können sie nur als „Authorised Economic Operator“ (AEO), auf Deutsch „zugelassener Wirtschaftsbeteiligter“ erzielen.²⁸

2.4 Direktversand über internationale Konsolidierer

Auch Größeneffekte beeinflussen die ökonomische Vorteilhaftigkeit des Direktversands. Ein wesentlicher Aspekt zur Beschleunigung des internationalen Versands liegt in der Organisation der ersten Meile. Wie kommen die Warensendungen schnell zu den verkehrsgünstig gelegenen Transporthubs bzw. Flughäfen zum Weitertransport? Hier kommen Geschäftsmodelle ins Spiel, die dadurch gekennzeichnet sind, dass Dienstleister in der Quellregion Versandmengen akquirieren, ggf. abholen und konsolidieren. Diese Dienstleister übernehmen die Verantwortung für die Verzollung (Ausfuhr und Einfuhr), den Transport und die Zustellung in der Zielregion. Außerdem unterstützen sie ggf. die Versender bei der Bereitstellung der relevanten Zoll- und weiteren Informationen in digitaler Form. Dabei erbringen sie die einzelnen Tätigkeiten, anders als beispielsweise beim Direktversand durch Expressdienstleister, häufig nicht selbst, sondern greifen auf weitere Dienstleister zurück, die dann die verschiedenen Tätigkeiten in deren Auftrag erbringen.

Abbildung 7 Direktversand über internationale Konsolidierer



Quelle: Eigene Darstellung.

Das besondere Kennzeichen des Direktversands über einen Konsolidierer ist, dass anders als bei den beiden anderen Optionen der Zustelldienstleister im Zielland nicht von vornherein festgelegt ist. Je nach Markt- und Angebotssituation wird die Zustellung durch den designierten Postbetreiber oder einem Wettbewerber erbracht.

Über die letzten Jahre haben sich im grenzüberschreitenden Versand von E-Commerce-Sendungen verschiedene Arten von internationalen Konsolidierern herausgebildet, die wir in drei Gruppen einteilen: (1) Postnahe Konsolidierer, (2) Logistikahe Konsolidierer und (3) Vertikal integrierte Handelsplattformen.

²⁸ Mehr Informationen zum Konzept des AEO und deren Vorteile, siehe https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/aeo-authorized-economic-operator_en.

2.4.1 Postnahe internationale Konsolidierer

Mit steigenden Mengen im grenzüberschreitenden Onlinehandel bei gleichzeitig sinkenden internationalen Briefsendungen haben kommerziell aufgestellte Postbetreiber (i.d.R. aus Industriestaaten) ihr Geschäftsfeld über den Bereich des (schrumpfenden) internationalen Briefversands hinaus auf den internationalen Warenversand (besonders für Sendungen bis 2 kg und bis zu einer bestimmten Größe) ausgeweitet. Diese Unternehmen betreiben in exportstarken Ländern entweder als benannte Betreiber sogenannte extratoritoriale Austauschbüros (auf Englisch „Extraterritorial Offices of Exchange“, ETOE) oder kommerzielle Vertriebsgesellschaften.

Die große Mehrheit der Mitgliedstaaten des Weltpostvereins verbietet die Gründung von ETOEs in ihrem Land. Das gilt beispielsweise auch für China. Die meisten Staaten der Ländergruppe I (Industrieländer, siehe auch Abschnitt 3.2), zu der auch Deutschland gehört, erlauben den Betrieb von ETOEs, allerdings nur, wenn auch das Heimatland des jeweiligen Postunternehmens, der ein ETOE betreibt, ETOEs zulässt (Reziprozitätsprinzip).²⁹ Je nach Ausgestaltung der nationalen Regeln für ETOEs werden diese bei Exporten wie Postbetreiber behandelt oder wie andere Transportunternehmen. Als Postbetreiber dürfen sie beispielsweise die Zollformulare des Weltpostvereins in Verbindung mit dem vereinfachten Zollverfahren verwenden. Eine Ausnahme stellen die Vereinigten Staaten dar. Obgleich der Betrieb von ETOEs in den Vereinigten Staaten erlaubt ist, dürfen sie beim Export von Warensendungen nicht die Zolldokumente des Weltpostvereins verwenden, so dass diese Waren das kommerzielle Export-Zollverfahren durchlaufen müssen.³⁰

Postnahe Anbieter sind zum Beispiel Asendia (La Poste Group), Spring (PostNL), Direkt Link (PostNord) aber auch DHL eCommerce (Deutsche Post). Sie stehen in den Ländern, in denen sie aktiv sind, im Wettbewerb zu den nationalen Postbetreibern beim grenzüberschreitenden Versand von Warensendungen. In vielen Fällen nutzen sie die nationalen Postdienstleister in den Zielländern für die Zustellung der Sendungen. Bei größeren und schwereren Sendungen greifen Konsolidierer auch auf nationale Paketdienstleister oder auf andere Postdienstleister (als den nationalen Postbetreiber) für die Zustellung zurück.

Im Vergleich zum Direktversand über nationale Postdienstleister (siehe Abschnitt 2.2) können die Sendungen schneller zugestellt werden (z.B. ca. 10 Tage bis zwei Wochen, wenn diese aus China kommen). Auch eine Sendungsverfolgung ist eher verfügbar. Preislich konkurrieren sie ebenfalls mit dem Direktversand über nationale Postdienstleister und können diese sogar ggf. unterbieten (siehe dazu auch Kapitel 3.5).

²⁹ Vgl. WIK-Consult (2020): International Postal Service, Remuneration and Regulation, Studie für die Europäische Kommission, DG GROW.

³⁰ UPU (2024), Current ETOE policies by member country, Stand: 31. Januar 2024; <https://www.upu.int/en/members-centre/policies-regulation/extraterritorial-offices-of-exchange-etoes>, [06.08.2024].

2.4.2 Logistiknahe internationale Konsolidierer

Zur Gruppe der logistiknahen Konsolidierer zählen unter anderem Unternehmen, die schwerpunktmäßig als Supply-Chain-Dienstleister aktiv sind, also im Auftrag ihrer Kunden die internationalen Lieferketten für Waren organisieren und sich dabei auch auf die besonderen Anforderungen des Onlinehandels spezialisiert haben. Hierzu zählen beispielsweise große Logistikdienstleister wie DHL Global Forwarding³¹ oder UPS Supply Chain. Ihre Zielgruppe sind eher Händler und Produzenten mit größeren Versandmengen. Sie bieten B2B2C-Lösungen (inklusive Betrieb von Lagern und E-Commerce-Fulfillment) und unterstützen ihre Kunden auch beim Direktversand von E-Commerce-Bestellungen.

Diese Unternehmen organisieren den weltweiten Transport und sind für die (kommerzielle) Export- und Importverzollung verantwortlich. Bei der Wahl der Zustelldienstleister in den Zielländern sind die logistiknahen Konsolidierer grundsätzlich frei. Besonders bei kleinformatischen und leichten Warensendungen werden häufig die nationalen Postdienstleister als Zustelldienstleister herangezogen. Zum Beispiel hat UPS Supply Chain das Produkt UPS Mail Innovations als günstige Versandlösung entwickelt. Dafür kooperiert UPS Supply Chain mit den nationalen Postdienstleistern in den Zielländern, die diese Sendungen dann für UPS Supply Chain zustellen.³² Sind die Sendungen größer und schwerer, kommen neben den nationalen Postdienstleistern auch verfügbare Paketdienstleister in den jeweiligen Zielländern als Zustellpartner in Frage. DHL Global Forwarding nutzt für die Zustellung hingegen die Vorteile des Konzerns DHL Group und stellt über das DHL-Netzwerk zu.

2.4.3 Direktversand über vertikal integrierte Handelsplattformen

Im Unterschied zu den post- und logistiknahen Konsolidierern handelt es sich hier in erster Linie um Technologie- und E-Commerce-Unternehmen, die aufgrund ihrer Größe und internationalen Reichweite große Versandmengen generieren können. Zudem ermöglichen diese Plattformen, dass auch kleinere Hersteller und Händler ihre Produkte grenzüberschreitend verkaufen und ausliefern lassen können.

Das Aufkommen vertikal integrierter Plattformen im Onlinehandel ist keine neue Erscheinung. Der amerikanische Amazon-Konzern hat dieses Modell durch den weltweiten Ausbau seiner Lager- und Zustelllogistik in Kombination mit seinem Angebot Fulfillment by Amazon (FBA) weit vorangetrieben.³³ Da Amazons Kernziel eine möglichst schnelle Zustellung der Onlinebestellungen an die Kunden der Plattform ist, spielte der Direktversand aus Ländern wie China (bislang) eine untergeordnete Rolle. Auf den nationalen Amazon-

³¹ Vgl. Parcel and Postal Technology International (2024), DHL Global Forwarding launches cross-border e-commerce services in China, 26. September 2024.

³² UPS Supply Chain Solutions (o.J.), International Mail Services.

³³ Vgl. dazu auch Niederprüm, Antonia und Petra Junk (2022), Neue Zustelldienste, Auswirkungen auf Marktstrukturen und wettbewerbspolitische Implikationen, WIK-Diskussionsbeitrag Nr. 497.

Marktplätzen sind zu einem erheblichen Teil chinesische Onlinehändler aktiv, die häufig auch FBA (und damit die Option B2B2C statt des Direktversands) nutzen, d.h. ihre Waren in die Amazon-Läger in den Zielregionen transportieren lassen, um von dort eine schnelle Zustellung an ihre Kunden zu gewährleisten.³⁴

Ein weiteres Beispiel für eine vertikal integrierte Handelsplattform der „ersten Generation“ ist die internationale Handelsplattform AliExpress von Alibaba, über die ausschließlich in China produzierte Waren außerhalb Chinas verkauft werden. Händler auf AliExpress haben die Möglichkeit, über Alibabas Logistikplattform Cainiao ihre Bestellungen abwickeln und im Ausland zustellen zu lassen. Cainiao agiert als „light-asset“ Plattform für Lager- und Versanddienstleistungen für die Alibaba-Gruppe selbst (rund 30 % der Umsätze) und ansonsten für Händler, die auf den Plattformen von Alibaba in und außerhalb Chinas aktiv sind.³⁵ Entsprechend bietet Cainiao bei grenzüberschreitenden Verkäufen sowohl die Möglichkeit des Direktversands als auch des B2B2C über Läger in den Zielregionen an.³⁶

Die Weiterentwicklung bei den vertikal integrierten Handelsplattformen der „zweiten Generation“ betrifft zusätzlich zur Übernahme der kompletten logistischen Abwicklung der Bestellungen einschließlich der Lageraktivitäten in und des Direktversands aus den Quellregionen auch die Übernahme weitgehender Handels- und Marketingaktivitäten bis hin zum Kundendienst durch die Plattform. Bei diesem Modell sind die Zielgruppe nicht klassische Händler, sondern die Hersteller selbst. Im Fall von Temu vereinbart der Hersteller mit der Plattform einen Abnahmepreis für seine Produkte, während die Plattform in Absprache mit dem Hersteller den Verkaufspreis festlegt. Bis zum Verkauf verbleibt die Ware im Eigentum des Herstellers, der auch für den Transport der Ware zum Logistikhub der Plattform verantwortlich ist, kurz bevor die Ware weitertransportiert wird (Just-In-Time-Ansatz). Durch diese Art der kurzfristigen Belieferung kann der Aufwand bei der Lagerhaltung minimiert werden.³⁷

Die direkte Zusammenarbeit mit dem Hersteller hat zur Folge, dass eine weitere Handelsstufe wegfällt (Kosteneinsparungen) und dass dieses Modell insbesondere auch kleineren Hersteller die Möglichkeit eröffnet, ihre Waren direkt an Käufer im Ausland zu verkaufen, ohne selbst in das Handelsgeschäft einsteigen zu müssen. Die enge Verflechtung der Handelsplattformen mit den Herstellern führt darüber hinaus zu einer Beschleunigung der Produktzyklen und damit des Lagerumschlags. Über Verkäufe zunächst kleinerer Chargen wird die Erfolgsquote ermittelt und erst bei entsprechendem Erfolg

34 Regelmäßige Analysen von Marketplace Pulse zeigen, dass auf dem amerikanischen Amazon-Marktplatz (amazon.com) rund die Hälfte der TOP 10.000 Verkäufer ihren Sitz in China haben (Marketplace Pulse (2024b). Auf dem deutschen Amazon-Marktplatz (amazon.de) waren nach Angaben aus dem Jahr 2020 28 % chinesische Onlinehändler unter den TOP 10.000 Verkäufern (Marketplace Pulse (2020): Amazon Marketplace is Not International Except for China, Meldung vom 22.09.2020).

35 Vgl. Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023), S. 237.

36 Ebenda, S. 298.

37 Diese Vorgehensweise wird bei Pinduoduo und Temu angewendet. In Abhängigkeit der Marktlage (Preise für vergleichbare Produkte auf anderen Handelsplattformen) verlangt die Plattform ggf. eine Preisreduktion. Folgt der Hersteller nicht, wird sein Produkt von der Plattform genommen. Vgl. Sander, Ed (2023): Temu update June 2023 – Part 2: Pressure on staff, merchants and logistics partners, Blogbeitrag vom 09.06.2023.

entscheiden die Plattformen, ob von einem bestimmten Produkt größere Chargen produziert, durch die Hersteller geliefert und verkauft werden sollen.

Durch die Bündelung sehr vieler Bestellungen steigt die Verhandlungsmacht der vertikal integrierten Plattformen gegenüber den involvierten Logistikdienstleistern auf allen Ebenen der Lieferkette: bei Luftfrachtunternehmen bzw. Fluggesellschaften, Zollagenten und nicht zuletzt bei den Zustellunternehmen in den Zielregionen, so dass zusätzliche Kosteneinsparungen durch niedrigere Transport- und Zustellkosten im Direktversand möglich werden. Zudem kann diese Strategie aufgrund der zentralen Steuerung durch die Plattform (und ihre starke Verhandlungsposition) zu Optimierungen in der Logistikkette zu einer Verkürzung der Lieferzeiten führen, die aber weiterhin oberhalb der Zustellzeiten im B2B2C-Modell liegen. Die Verzollung der Pakete erfolgt mehrheitlich auf dem kommerziellen Weg. Allerdings führen die Massen an eingeführten Sendungen zu erheblichen Kontrollproblemen bei den betroffenen Zollbehörden.³⁸

3 Der Rolle des internationalen Postkanals im grenzüberschreitenden Onlinehandel

3.1 Einleitung

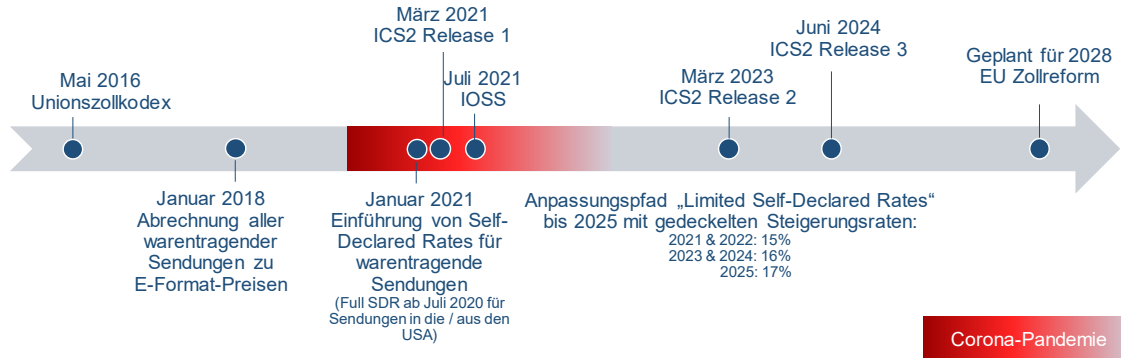
Die Beschwerden in Kombination mit der schnell steigenden Anzahl von Päckchen und Paketen, die aus China in die EU eingeführt wurden, führten in den letzten Jahren zu erheblichen Veränderungen in den Rahmenbedingungen für grenzüberschreitenden Versand von Produkten (siehe Abbildung 9). Ursprünglich standen die niedrigen, vielfach nicht kostendeckenden Endvergütungen, die China Post für die Zustellung der Päckchen in den Zielländern zahlte, im Mittelpunkt der Kritik.³⁹ Das führte auf Seiten des Weltpostvereins, der die Höhe der Endvergütungen zwischen deren Mitgliedsländern regelt, zu weitreichenden Reformen.

³⁸ Vgl. Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024).

³⁹ Vgl. Dieke, Alex; Niederprüm, Antonia und Sonja Thiele (2016): UPU-Endvergütungen und internationaler E-Commerce, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 412.

Abbildung 8 Maßnahmen mit Auswirkungen auf den Postkanal im Überblick

Maßnahmen im Zollwesen (EU)



Maßnahmen im System der UPU-Endvergütungen

Quelle: Eigene Darstellung.

Anmerkungen:

- ICS: Import Control System (Release 2 soll vollumfänglich bis Ende 2024 umgesetzt sein)
- IOSS: Import-One-Stop-Shop / Abschaffung der Freigrenze für Importeinfuhrsteuern (22 EUR)
- SDR: Self-Declared Rates

In diesem Kapitel wird untersucht, welche Bedeutung der traditionelle internationale Postkanal nach den Reformen im System der Endvergütungen für Warensendungen noch hat (unterer Teil der Abbildung 8). Die Auswirkungen werden im nachfolgenden Kapitel 3.5 am Beispiel der Vereinigten Staaten und ihrem nationalen Postunternehmen U.S. Postal Service (USPS) veranschaulicht.

Die EU hat mehrere Maßnahmen zur Modernisierung des Zollwesens umgesetzt (oberer Teil in Abbildung 9): Zum 1. Juli 2021 wurde die Freigrenze für die Einfuhrumsatzsteuer abgeschafft, um Einnahmeverluste für die Mitgliedstaaten und Wettbewerbsnachteile für EU-Händler, die ohne Freigrenze die äquivalente Mehrwertsteuer abführen mussten, zu reduzieren. Gleichzeitig wurde der Import One Stop Shop (IOSS) als vereinfachtes Verfahren für Warensendungen unter einem Wert von 150 € eingeführt, um den Aufwand der Steuererhebung für Zollbehörden und Unternehmen zu begrenzen. Darüber hinaus wurde das Import Control System (ICS2) eingeführt, um die Verfügbarkeit und Qualität von Sendungsdaten zu verbessern und den Zollbehörden durch effizientere Kontrollen einen besseren Schutz vor Sicherheitsbedrohungen und Gefahren zu ermöglichen. Besonders die Umsetzung von ICS2 stellte die Postunternehmen mit ihrer traditionell papiergebundenen Postverzollung internationaler Warensendungen vor Herausforderungen. Durch die Umsetzung wurde die Digitalisierung der Postverzollung maßgeblich vorangetrieben und hat zusammen mit der verpflichtenden elektronischen Zollanmeldung

die Angleichung der Zollverfahren zwischen Postunternehmen und Expressdienstleister befördert.⁴⁰

3.2 Deutliche Preissteigerungen durch die Einführung von Self-Declared Rates

Im internationalen Postverkehr werden Sendungen zwischen den benannten Betreibern (oder „Designated Operators“) des Ursprungslands und des Ziellands ausgetauscht. Der Betreiber des Ursprungslands zahlt dem Betreiber im Zielland für die Zustellung der Postsendung eine sogenannte Endvergütung (oder „Terminal Dues“). Diese werden von den 192 Mitgliedsländern des Weltpostvereins bei deren regelmäßig und mitunter außerplanmäßig stattfindenden Kongressen vereinbart.⁴¹ Die Höhe der Endvergütungen hängt von folgenden Faktoren ab:

- welche Ländergruppe die beteiligten Betreiber zugeordnet sind,
- welches Format und Gewicht die Sendungen haben, und
- welchen Inhalt die Sendungen haben.

Tabelle 2 Einteilung der UPU-Ländergruppen

Gruppe	Zugehörige Länder
I	28 Industrieländer, darunter 22 europäische Staaten (einschließlich Deutschland), sowie die Vereinigten Staaten, Kanada, Israel, Japan, Australien und Neuseeland
II	27 Staaten, darunter Bahamas, Bahrain, Kroatien, Tschechische Republik, Estland, Korea (Süd), Hongkong, Lettland, Polen, Saudi-Arabien, Singapur, Slowenien.
III	36 Staaten, darunter Argentinien, Brasilien, China, Costa Rica, Malaysia, Mexiko, Russland, Südafrika und Thailand.
IV	101 Staaten, darunter Ägypten, Indien, Indonesien, Kenia, die Philippinen und Vietnam.

Anmerkung: Diese Einordnung galt ursprünglich für die Jahre 2018 bis 2021, ist aktuell aber noch in Kraft. Quelle: UPU (2020a): Resolution C 7/2016, Classification of countries and territories for terminal dues and Quality of Service Fund (QSF) purposes for the 2018–2021 period, <https://www.upu.int/get-media/66f57a43-743c-4adc-abd7-51585508fc21/countriesQsfEn.pdf> [15.07.2024].

Die Mitgliedstaaten der UPU sind seit 2010 vier Gruppen I bis IV (siehe Tabelle 2) zugeordnet, die unterschiedliche wirtschaftliche und postalische Entwicklungsstände repräsentieren sollen.⁴²

⁴⁰ Vgl. Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024).

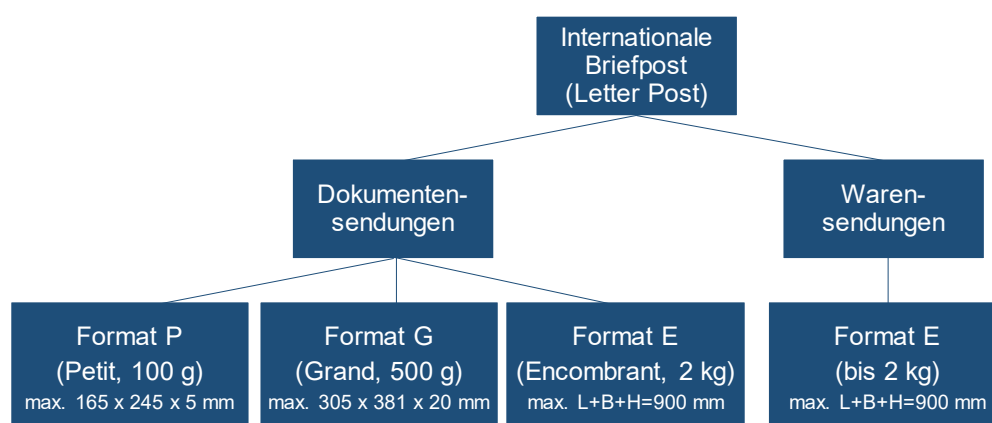
⁴¹ Für die Geschichte der Endvergütungen im internationalen Postverkehr, siehe UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World.

⁴² Vgl. UPU (o.J.): About UPU, und UPU (o.J.): Remuneration, beides abgerufen am 15.7.2024. Die Gruppenzuordnung erfolgt in Abhängigkeit des Pro-Kopf-Einkommens und der Höhe der Kosten in der Briefzustellung in dem jeweiligen Land.

Die UPU unterscheidet Briefsendungen (Letter Post), Paketsendungen (Parcel Post) und Expressendungen (EMS = Express Mail Services) voneinander. Das im Deutschen „Päckchen“ genannte Format E (Encombrant, frz. „sperrig“) ist Teil des Segments „Letter Post“ (siehe Abbildung 9). Die Endvergütungen beziehen sich ausschließlich auf den Austausch von internationalen Briefsendungen inklusive Päckchen.

Die Entwicklung des grenzüberschreitenden Onlinehandels führte zu einem starken Wachstum warentragender Sendungen insbesondere aus dem asiatischen Raum, im Wesentlichen aus China. Viele benannte Betreiber in den Industriestaaten (Gruppe I) beklagten die nicht kostendeckenden Endvergütungen für diese Sendungen (an Betreiber der Gruppe III Staaten einschließlich China Post), die die hohen Kosten in der Verarbeitung und Zustellung nicht decken konnten. Die Reform der Endvergütungen, die im Jahr 2018 in Kraft trat, stellte einen ersten Versuch dar, dieses Ungleichgewicht zu beseitigen.⁴³

Abbildung 9 Internationale Briefpost: Kategorien seit 2018



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf UPU (2020), Convention Manual Volume II, Letter Post Regulations, Article 17, Oktober 2020.

Seit 2018 werden internationale Briefsendungen nicht nur nach dem Format sondern auch nach dem Inhalt unterschieden (siehe Abbildung 9). Die Formatkategorien P, G und E wurden 2012 eingeführt und ersetzt im Zusammenhang mit der Anwendung der Endvergütungen die Formatklassen LC („Lettres et cartes“, Briefe und Postkarten) und AO („Autres objets“, Drucksachen wie Zeitungen, Blindensendungen und Päckchen). Durch den zunehmenden internationalen Versand von E-Commerce-Bestellungen als Briefpostsendung führte die UPU im Jahr 2018 eine Trennung nach Sendungsinhalt ein.⁴⁴ Anders als Dokumentensendungen werden Sendungen, die Waren enthalten, grundsätzlich als E-Format eingestuft, unabhängig von ihrer tatsächlichen Größe oder ihrem tatsächlichen

⁴³ Vgl. UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 17ff. und WIK-Consult (2020), S. 125f.

⁴⁴ Vgl. UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 141.

Gewicht. Das bedeutete, dass sich die Endvergütungen für sehr leichte und kleinformartige Warensendungen im Vergleich zur Ausgangssituation deutlich erhöhten.

Insbesondere die USA bemängelten weiterhin zu niedrige Endvergütungen für E-Commerce-Sendungen aus China. Nach Austrittsdrohungen der USA wurde im Jahr 2020 eine weitere Reform der Endvergütungen beschlossen. Diese bestand in einer schrittweisen Einführung von sogenannten Self-Declared Rates für E-Format-Sendungen. Dabei handelt es sich um Endvergütungen, über deren Höhe die teilnehmenden benannten Betreiber in bestimmten Grenzen selbst entscheiden können. Als Obergrenze für die Self-Declared Rates werden 70% der jeweiligen inländischen Einzelsendungstarife für Priority-Sendungen herangezogen.⁴⁵

- Ab Juli 2020 durften die Self-Declared Rates bereits für alle in die USA eingehenden und ausgehenden Warensendungen vollumfänglich angewendet werden („Full Self-Declared Rates“).
- Seit dem 1. Januar 2021 können alle benannten Betreiber Self-Declared Rates für die Zustellung eingehender E-Format-Sendungen einführen, jedoch zunächst nur in einem begrenzten Umfang („Limited Self-Declared Rates“). Es wurden maximal jährliche Steigerungsraten der bisherigen Endvergütungen für Warensendungen von jeweils 15% in den Jahren 2021 und 2022, jeweils 16% in den Jahren 2023 und 2024 sowie maximal 17% im Jahr 2025 festgelegt.⁴⁶

Für die Zeit nach 2025 hat die UPU bislang noch keine Regelungen zu den Endvergütungen für Warensendungen getroffen.

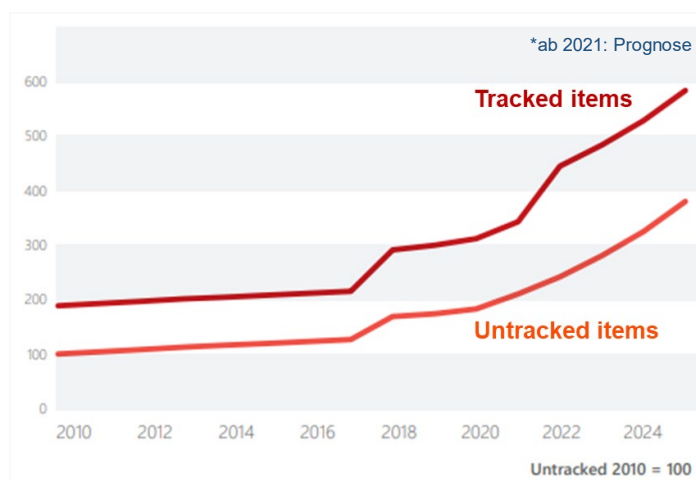
Die UPU erwartet einer im Jahr 2021 veröffentlichten Prognose zufolge bei vollumfänglicher Anwendung der Self-Declared Rates für internationale Warensendungen von den USA und in die USA sowie der Ausnutzung der maximal möglichen Anhebungen bei den übrigen Betreibern eine deutliche Erhöhung der Endvergütungen für Warensendungen bis zum Jahr 2025: eine Verdreifachung für Sendungen mit Tracking und eine Vervierfachung der übrigen Sendungen im Vergleich zum Jahr 2010, wobei die Steigerungen zwischen 2010 und 2017 nahezu vernachlässigbar sind (siehe Abbildung 10).⁴⁷

⁴⁵ Vgl. UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 147f.

⁴⁶ Vgl. UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 147f.

⁴⁷ Vgl. UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 38.

Abbildung 10 Entwicklung der Endvergütungen für Warensendungen seit 2010 mit einer Prognose für 2021-2025 nach Einführung der Self-Declared Rates



Annahmen für Prognose ab 2021: Endvergütungen für Länder der Gruppe I für Sendungen mit einem Durchschnittsgewicht von 158 g. Ab 2020 vollumfängliche Anwendung der Self-Declared Rates durch die Vereinigten Staaten sowie Ausnutzung der maximal möglichen Steigerungsraten bei den Industriestaaten (ab 2021).

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, S. 38.

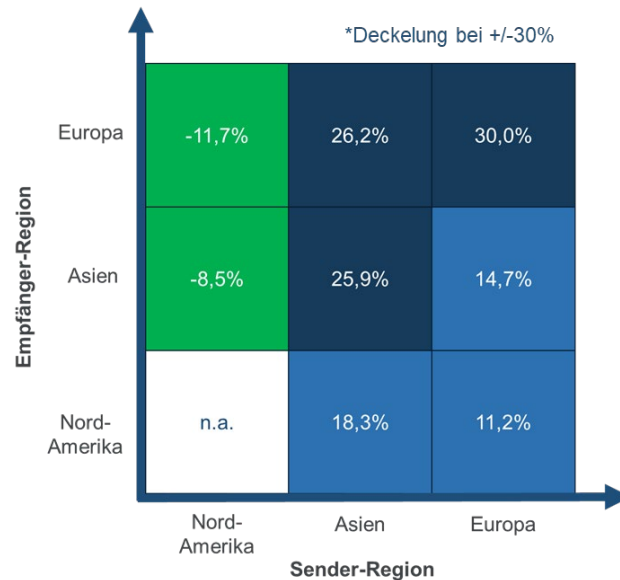
Die tatsächliche Relevanz von Self-Declared Rates für die internationalen Briefpostströme ist in der Praxis unklar, da ihre Anwendung freiwillig ist. Der amerikanische Postbetreiber U.S. Postal Service (USPS) wendet die SDR bereits seit Mitte 2020 in vollem Umfang an. Benannte Betreiber aus insgesamt 40 Mitgliedstaaten (davon 25 Industrieländer der Gruppe I einschließlich Deutschland) wenden diese ebenfalls an, wobei für diese Staaten die Übergangsregelung mit begrenzten Erhöhungen pro Jahr gilt.⁴⁸ Daneben finden auch bi- und multilaterale Vereinbarungen zwischen Betreibern Anwendung, wie beispielsweise das „Interconnect Remuneration Agreement – Europe“ (IRA-E). Entsprechend lassen sich keine Aussagen dazu machen, auf welchen Anteil der internationalen Post-Warensendungen die Self-Declared Rates tatsächlich Anwendung finden.

Datenanalysen der UPU zeigen deutliche Veränderungen der Versandkosten bei internationalen Warensendungen (siehe Abbildung 11). Die Analysen basieren auf elektronisch verfügbaren Daten, die beim Versandprozess zwischen den benannten Betreibern unter Anwendung von UPU Messaging Standards, wie beispielsweise ITMATT⁴⁹, ausgetauscht werden. Die UPU hat diese Daten nach Transportrelationen ausgewertet.

⁴⁸ UPU (2023a), IB Circular 103/2023, Provisional 2024 quality-linked terminal dues rates (26 June 2023), Table 3.

⁴⁹ Bei ITMATT (UPU Messaging Standard) handelt es sich um ein System der IPC für den grenzüberschreitenden E-Commerce-Postverkehr, welches die Zollabfertigung internationaler Postsendungen durch die Bereitstellung vollständiger und genauer elektronischer Zolldaten erleichtert.

Abbildung 11 Durchschnittliche jährliche prozentuale Veränderung der Versandkosten nach Transportrelation (2019–2023)



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf UPU (2024), Folie 15.

Die Analysen der UPU zeigen eine deutliche Erhöhung der Versandkosten für Sendungen besonders aus Asien nach Nord-Amerika (jährlich +18,3% zwischen 2019 und 2023) und Europa (jährlich +26,2%), die sich mit großer Wahrscheinlichkeit auf die gestiegenen Endvergütungen zurückführen lassen. Tatsächlich sind auch die Versandkosten für internationale Warensendungen innerhalb Europas gestiegen. In welchem Umfang hierfür tatsächlich die Self-Declared Rates verantwortlich sind, ist unklar, da oftmals auch alternative bi- und multilateral verhandelte Endvergütungen zur Anwendung kommen.

Dagegen haben sich die Preise für amerikanische Versender im Schnitt um 8,5% bzw. 11,7% für Sendungen nach Europa bzw. Asien verbilligt. Als Ursachen hierfür sehen die Experten der UPU die Verhandlungsmacht großer Onlineplattformen, bei zugleich starkem Wettbewerbsdruck auf dem amerikanischen Markt für ausgehende internationale Sendungen, die dafür gesorgt haben, dass USPS letztlich Menge zugunsten von günstigeren Wettbewerbern verloren und die Preise für internationale Versender aus den USA insgesamt gesunken sind.⁵⁰

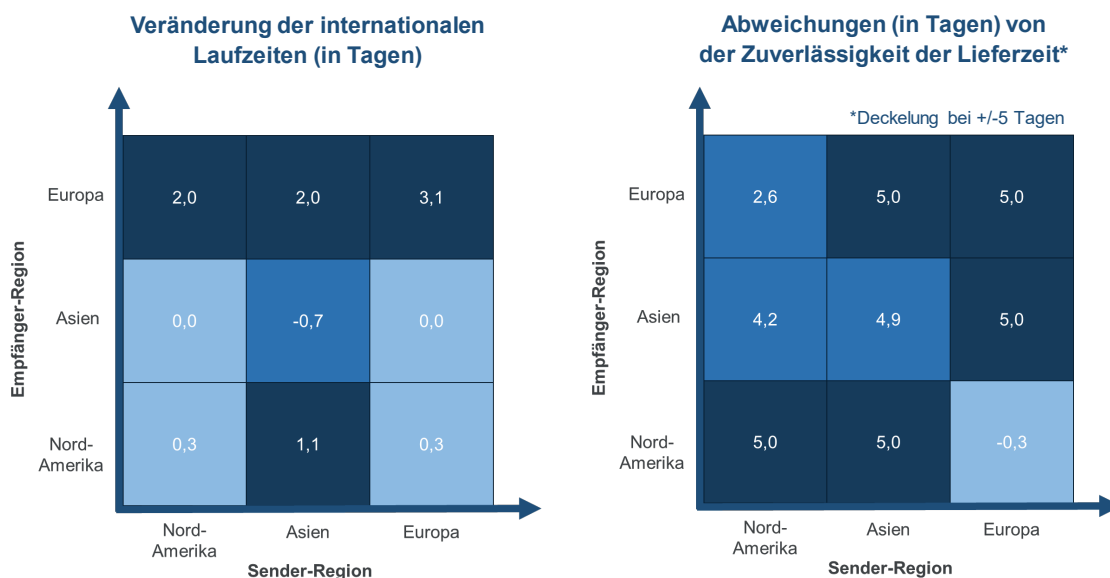
3.3 Qualitätsverschlechterungen seit 2019

Internationale Postsendungen werden üblicherweise per Luftfracht transportiert. Als Haupttransportmittel wurden Passagierflugzeuge genutzt, die auch über Frachtkapazitäten, sogenannte Bellyfracht, verfügen. Aufgrund den mit der Corona-Pandemie

⁵⁰ UPU (2024), Folie 15, und Interview mit José Anson (UPU) am 20. Juni 2024. Siehe dazu auch die Fallstudie zu den USA in Kapitel 3.

verbundenen Grenzschießungen sowie Reisebeschränkungen kam der Passagierflugverkehr in vielen Ländern zeitweise fast gänzlich zum Erliegen. Entsprechend fiel diese Transportmöglichkeit für internationale Postsendungen weg. Frachtflugzeuge waren aufgrund von Kapazitätsengpässen und stark gestiegenen Luftfrachtraten keine Alternative, so dass internationale Postsendungen liegen blieben bzw. über den Schiffs- oder Landweg transportiert werden mussten. Dadurch verlängerten sich die Laufzeiten auf teilweise mehrere Wochen.⁵¹ Auch nach dem Ende der Pandemie und der Normalisierung des Passagierflugverkehrs ist es nicht gelungen, wieder das Qualitätsniveau aus der Zeit vor der Pandemie zu erreichen.

Abbildung 12 Veränderung der internationalen Laufzeiten (in Tagen) sowie Abweichungen (in Tagen) von der Zuverlässigkeit der Lieferzeit* nach Handelsrouten 2019–2023



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf UPU (2024): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2024.1-Pres5, Folien 11 und 13.

Eine Untersuchung der internationalen Postströme durch die UPU⁵² für die Jahre 2019 und 2023 verdeutlicht, dass sich die Laufzeiten, insbesondere von Sendungen aus Asien und selbst innerhalb Europas, deutlich verlangsamt haben (siehe Abbildung 12, links). So benötigen Sendungen von Asien nach Europa im Schnitt zwei Tage länger als noch vor der Corona-Pandemie, während sich die Laufzeit von Sendungen aus Asien nach Nordamerika um durchschnittlich 1,1 Tage verlängert hat. Auch nach dem Ende der Pandemie waren internationale Sendungen damit noch deutlich länger unterwegs als zuvor. Zudem schwankt die Laufzeit auf den einzelnen internationalen Transportrouten deutlich stärker als zuvor (siehe Abbildung 12, rechts). Die Abbildung zeigt die

⁵¹ Vgl. Statista (2024): Statistiken zu den Auswirkungen des Coronavirus auf die Luftfahrt, veröffentlicht am 22.02.2024.

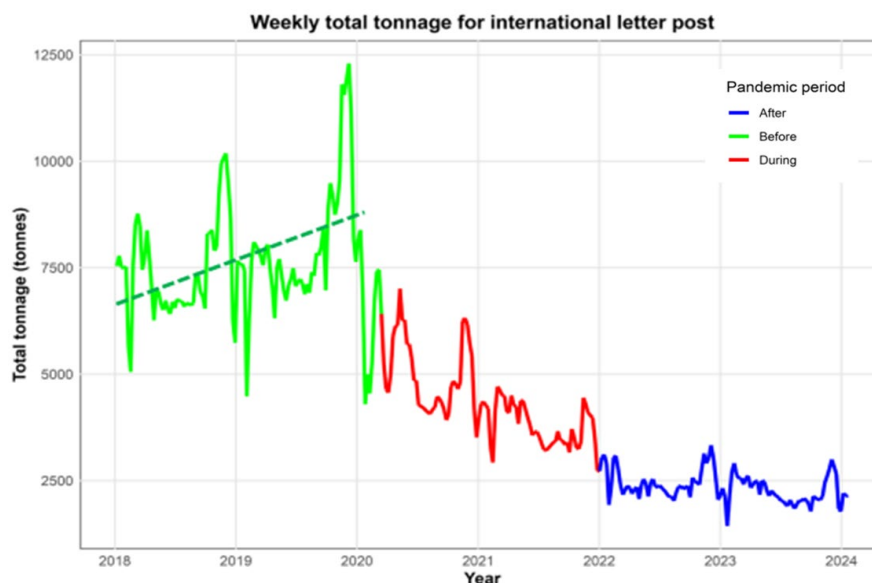
⁵² UPU (2024), Folien 11 und 13.

Standardabweichungen der Laufzeiten internationaler Postsendungen pro Transportroute. Wenn eine Sendung im Durchschnitt 14 Tage unterwegs ist, bedeutet eine Standardabweichung von 5 Tagen, dass die tatsächliche Laufzeit zwischen 9 und 19 Tagen liegen kann. Den Untersuchungen der UPU zufolge hat die Standardabweichung zwischen 2019 und 2023 um zum Teil fünf und mehr Tage zugenommen, insbesondere für Sendungen von Asien nach Europa und Nordamerika, d.h. im Wesentlichen für E-Commerce-Lieferungen aus China.⁵³ Für Onlinehändler bedeutet dies ein deutliches höheres Maß an Laufzeitunsicherheit als vor der Pandemie. Verlässliche Lieferzeiten sind für eine Kundenbindung essenziell, so dass Onlinehändler, denen Kundenbindung wichtig ist, der Postkanal für den Versand wenig attraktiv ist.

3.4 Mengeneinbruch bei der internationalen Briefpost

Die folgende Abbildung der UPU zeigt die Entwicklung der Briefposttonnage vor (grün), während (rot) und nach (blau) der Corona-Pandemie (siehe hierzu Abbildung 13).

Abbildung 13 Rückgang der internationalen Briefposttonnage (2018-2024)



Quelle: UPU (2024): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2024.1-Pres 5, Folie 5.

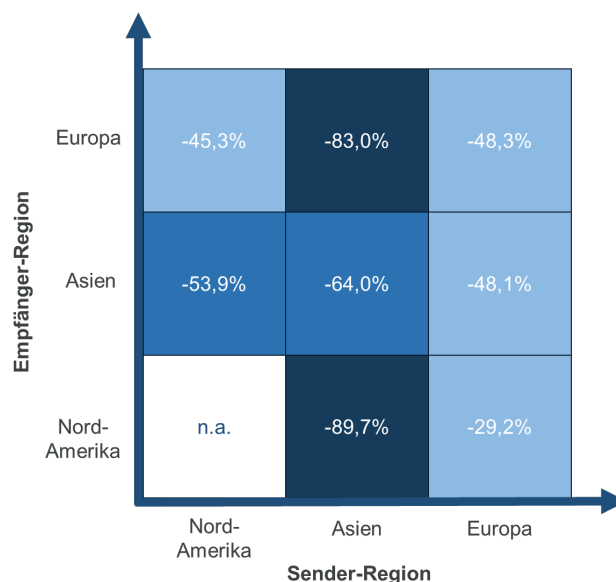
Abbildung 13 verdeutlicht, (1) einen Anstieg der Post-Tonnage bis zum Beginn der Corona-Pandemie (grün), (2) einen massiven Rückgang der Briefpost-Tonnage während der Corona-Pandemie (rot) und (3) einen weiteren, leichten Rückgang der Briefpost-Tonnage nach der Corona-Pandemie (blau). Eine Erholung der Sendungsmenge nach dem Ende der Corona-Pandemie hat demnach nicht stattgefunden.

⁵³ Die UPU hat in ihrer Darstellung Abweichung bei +/- 5 Tagen gedeckelt.

Wie auch bei der eingangs dargestellten Entwicklung der gesamten internationalen Postmenge, hat sich auch die Briefposttonnage nach der Corona-Pandemie nicht erholt. Nach Angaben der UPU hat sich die internationale Briefposttonnage innerhalb von nur vier Jahren um fast zwei Drittel reduziert (Q2 2023 vs. Q2 2019: - 68,1 %).⁵⁴

Der Einbruch bei den internationalen Briefsendungen betrifft insbesondere Sendungen aus Asien, wie eine Untersuchung der UPU zeigt (siehe Abbildung 14). Sie beruht ebenfalls, wie die Untersuchung der Versandkostenentwicklung, auf Auswertungen von elektronisch verfügbaren Sendungsangaben, die beim internationalen Postversand zwischen den beteiligten benannten Betreibern ausgetauscht werden.

Abbildung 14 Prozentuale Veränderung der internationalen Briefposttonnage nach Transportrelationen zwischen 2019 und 2023



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf UPU (2024): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2024.1-Pres5, Folie 7.

Die Briefposttonnage von Asien nach Europa und Nordamerika ist den Datenauswertungen der UPU um über 80 % (nach Europa) und fast 90 % (nach Nordamerika) eingebrochen. Ebenso haben sich die Sendungsströme aus Europa und Nordamerika nach Asien innerhalb von vier Jahren rund halbiert.⁵⁵

Die starken Rückgänge insbesondere bei asiatischen Sendungen werden auch in einer anderen Auswertung der UPU sichtbar, die zwei Erhebungen der Sendungsströme unter benannten Betreibern beruht.⁵⁶ Die Erhebungen der UPU, sogenannte Mail-Flow- bzw.

⁵⁴ UPU (2023): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2023.2-Pres 3, Folie 4.

⁵⁵ UPU (2024), Folie 7.

⁵⁶ Hier und im Folgenden UPU / IPK-Studie (2019): Postal Operations Council, Committee 2 (Physical Services and E-Commerce), Is-sues relating to the Remuneration Integration Group – Update of the

IPK-Studien („Items Per Kilogramm“), basieren auf Stichprobenziehungen zur Ermittlung der Zusammensetzung der internationalen Briefpostströme nach Formaten und Länderrelationen durch beteiligte benannte Betreiber. Insbesondere wird auch ermittelt, wie viele Sendungen (differenziert nach P, G und E) pro Kilogramm im Durchschnitt verschickt werden. Diese Größe ist wichtig für die Berechnung der Endvergütungen, die sich aus einer Stück- und einer Gewichtskomponente zusammensetzen. In der Erhebung im Jahr 2018 (Erhebungszeitraum: April bis Juni 2018) beteiligten sich 45 und im Jahr 2023 (Erhebungszeitraum: April bis Juni 2023) 57 benannte Betreiber.⁵⁷ Wie in den Erhebungen, unterscheiden wir die folgenden internationalen Sendungsströme:

1. Sendungsströme zwischen den Industriestaaten (I ↔ I)
2. Sendungsströme zwischen Ländern der Gruppe II sowie der Austausch mit Industrieländern (II ↔ I, II)
3. Sendungsströme zwischen Ländern der Gruppe III (z.B. China) sowie der Austausch mit Ländern der Gruppen I und II (III ↔ I, II, III)
4. Sendungsströme zwischen Entwicklungsländern der Gruppe IV und allen anderen Ländern (Gruppen I, II, III und IV) (IV ↔ I, II, III, IV)

Die folgende Übersicht (Tabelle 3) zeigt den jeweiligen Anteil der UPU-Ländergruppen an den Sendungsströmen sowie deren Entwicklung zwischen 2018 und 2023.

Tabelle 3 Briefpostanteile nach Ländergruppenrelationen basierend auf den IPK-Studien der UPU (2018 vs. 2023)

Gruppe	Briefpostströme	Mengenanteil an der Briefpost	
		2018	2023
I	I ↔ I	47,3%	80,8%
II	II ↔ I, II	10,0%	8,0%
III	III ↔ I, II, III	37,0%	7,8%
IV	IV ↔ I, II, III, IV	5,7%	3,4%

Anmerkungen: Die Briefpostzusammensetzung basiert auf Angaben der an den Stichproben beteiligten benannten Betreiber (45 im Jahr 2018 und 57 im Jahr 2023).

Quelle: Eigene Auswertung basierend auf UPU / IPK-Studie (2019), Table 10b, und UPU / IPK-Studie (2023), Table 10a.

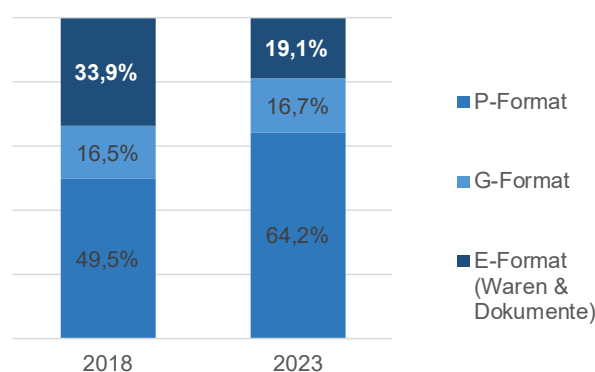
Unter der Annahme, dass die Erhebungen ein repräsentatives Bild zu den weltweiten Briefpostströmen liefern, haben sich diese in den letzten Jahren deutlich verschoben.

results of the IPK study, Memorandum by the International Bureau (Agenda item 4a), published on 28.02.2019, POC C 2 2019.1–Doc 4a, Table 10b; und UPU / IPK-Studie (2023): Postal Operations Council, Committee 2 (Physical Services and E-Commerce), Issues relating to the Remuneration Integration Group – Results of the items-per-kilogramme (IPK) study, Memorandum by the International Bureau (Agenda item 4b), published on 19.10.2023, POC C 2 2023.2–Doc 4b.Rev 1, Table 10a.

⁵⁷ Die Zusammensetzung nach Ländergruppe für 2023 (2018): Gruppe I - 21 (16); Gruppe II – 10 (6); Gruppe III – 13 (12), Gruppe IV – 13 (11).

Insbesondere der Anteil der Sendungen aus Ländern der Gruppe III (zu denen auch China gehört⁵⁸) sind zurückgegangen. Machten sie im Jahre 2018 noch über ein Drittel der Sendungen aus, würden inzwischen nicht mal mehr ein Zehntel der Sendungen mit Ländern der Gruppe III ausgetauscht. Hingegen, würden über 80% der internationalen Briefpost zwischen Industriestaaten ausgetauscht.

Abbildung 15 Entwicklung der Briefpostanteile nach Format (2018 versus 2023)



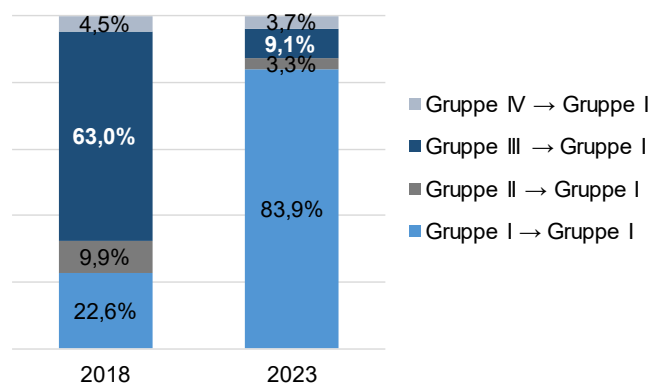
Quellen: Eigene Auswertung auf Basis von UPU / IPK-Studie (2019), Table 10b (45 teilnehmende Betreiber) und UPU / IPK-Studie (2023), Table 10a, S. 9 (57 teilnehmende Betreiber).

Eine sehr ähnliche Entwicklung ist auch für das Segment der E-Format-Sendungen (Waren und Dokumente) zu beobachten. Auswertungen auf der Grundlage einer kleineren Anzahl von Betreibern zeigen, dass der Anteil der Warensendungen an allen E-Format-Sendungen im Jahr 2018 rund 75 % und im Jahr 2019 rund 85 % der E-Format-Sendungen ausmachten.⁵⁹ Ihr Anteil an der Briefpost ist von einem Drittel (2018) zu einem Fünftel (2023) deutlich geschrumpft (siehe Abbildung 15). Angesichts des beobachteten Gewichts- und damit Mengenrückgangs der gesamten internationalen Briefpost (siehe Abbildung 13) wäre die Menge der E-Formatsendungen demnach sogar überproportional zurückgegangen.

⁵⁸ Die UPU gibt zwar die Anzahl der an den IPK-Studien beteiligten Betreiber an, nicht aber deren Identität.

⁵⁹ Eigene Berechnungen basierend auf UPU / IPK-Studie (2019), Table 9a (42 teilnehmende Betreiber) und UPU / IPK-Studie (2023), Table 9a (19 teilnehmende Betreiber). Die Anteile der Warensendungen an allen E-Formatsendungen nach Gewicht betragen 80 % (2018) bzw. 84 % (2023).

Abbildung 16 Entwicklung der Anteile der E-Format-Sendungen an Industrieländer (Gruppe I) nach Ländergruppenrelationen (2018 vs. 2023)



Quellen: Eigene Berechnungen auf Basis von UPU (2019), Table 10b (45 teilnehmende Betreiber) und UPU / IPK-Studie (2023), Table 10a (57 teilnehmende Betreiber).

Die Stichproben für die IPK-Studien zeigen, dass rund 80% der internationalen E-Formatsendungen für Empfänger in den Industrieländern (Gruppe I) bestimmt sind.⁶⁰ Dieser Anteil ist in beiden Erhebungen auf einem ähnlichen Niveau geblieben. Allerdings hat eine Verschiebung der Sendungsströme nach Ländergruppen stattgefunden (siehe Abbildung 16). Im Jahr 2018 stammten mit 63 % fast zwei Drittel der E-Formatsendungen aus der Ländergruppe III (u.a. China). Im Jahr 2023 machte dieser Sendungsstrom hingegen noch 9,1 % der gesamten E-Format-Sendungen aus. Dagegen hat sich der Anteil von E-Format-Sendungen, die zwischen Industrieländern (also Gruppe I → Gruppe I) ausgetauscht werden, mehr als verdreifacht. Er stieg von 22,6 % auf fast 84 % im Jahr 2023.

Die UPU hat mittels einer ökonomischen Datenanalyse als wichtige Ursachen für diese Entwicklungen eine Verschlechterung der Wettbewerbsposition des internationalen Postkanals infolge erheblicher und anhaltender Qualitätsverschlechterungen sowie steigender Versandkosten u.a. aufgrund gestiegener Endvergütungen nach der Einführung der sogenannten Self-Declared Rates durch die UPU festgestellt.⁶¹

Die Qualitätsverschlechterungen bei gleichzeitigem Anstieg der Versandkosten durch die Einführung der Self-Declared Rates bei der Zustellvergütung von Warensendungen haben dazu geführt, dass der traditionelle Postkanal für grenzüberschreitende E-

⁶⁰ Eigene Berechnungen basierend auf UPU / IKP-Studie (2019), Table 10b und UPU / IKP-Studie (2023), Table 10a.

⁶¹ Anson, José (2023): Trends and drivers of international postal volumes, UPU KCTT, Presentation at the 20th Königswinter Postal Seminar, 14th November 2023, Folie 14. Ebenfalls eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielten laut José Anson veränderte Einfuhrbedingungen in Europa durch verschärfte Sicherheitsanforderungen auch für Postverkehre (ICS2) und die Abschaffung der Freigrenze in Höhe von 22 EUR bei der Einfuhrumsatzsteuer durch die EU. Diese Maßnahmen und deren Auswirkungen auf Postunternehmen werden in einer Kurzstudie des WIK dargestellt.

Commerce-Sendungen massiv an Bedeutung verloren hat. Anders als in den „frühen“ Jahren (vor 2020) bringen die neuen Regeln zu den Endvergütungen chinesischen Versendern keine Vorteile mehr. Alternative Importkanäle für den Direktversand aus China, wie sie in Kapitel 2 dargestellt sind, sind dabei, den traditionellen Postversand zu ersetzen.

Generell haben die stark gestiegenen Exportmengen im Versand die Entwicklung professioneller Anbieter mit Dienstleistungen befördert, die auf die spezifischen Bedürfnisse des Onlinehandels zugeschnitten sind. Gegen vertikal integrierte Handelsplattformen, die für ihre mehrheitlich kleinen Händler bzw. Hersteller die komplette Wertschöpfungskette sowohl auf der Handels- als auch auf der komplexen logistischen Seite übernehmen, können auch professionelle post- oder logistikahe Konsolidierer schwer konkurrieren. Diese Gruppe konzentriert sich in erster Linie auf größere und große Onlinehändler, die sich nicht in die Abhängigkeit dieser Plattformen begeben wollen. Für die Postgesellschaften in den Exportländern hat sich durch diese Entwicklungen der adressierbare Markt stark verkleinert, so dass der traditionelle Postkanal nicht vom dynamischen Wachstum der grenzüberschreitenden E-Commerce Sendungen im Direktversand profitieren konnte.

3.5 Empirische Evidenz am Beispiel der Vereinigten Staaten

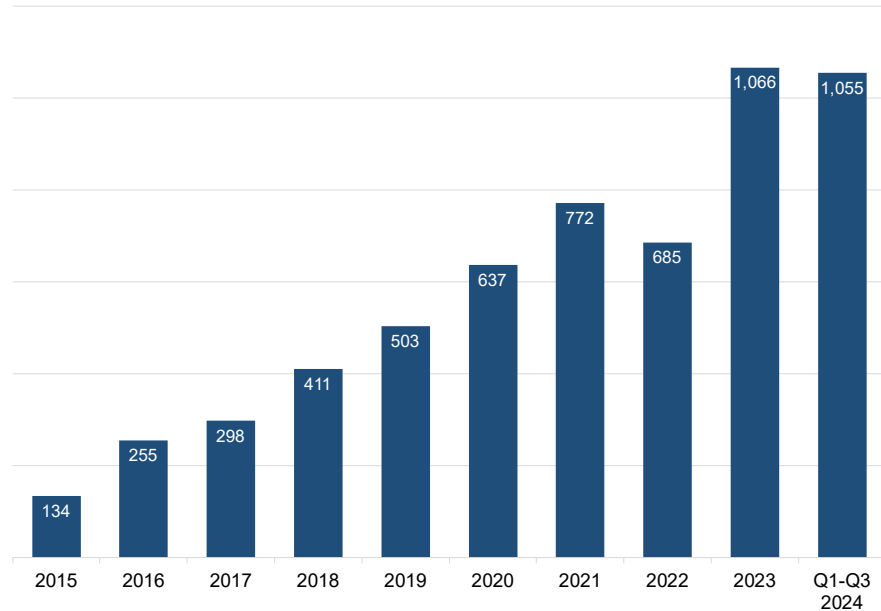
Innerhalb der Europäischen Union gibt es für kein Land Daten, die genauere Einblicke in die Verschiebungen der internationalen Warensendungsströme weg vom traditionellen Postkanal hin zu anderen Importkanälen beim Direktversand veranschaulicht. Anders sieht es für die Vereinigten Staaten aus. Die amerikanische Postgesellschaft United States Postal Service (USPS) veröffentlicht jährlich detailliertes Zahlenmaterial zur Veränderung der grenzüberschreitenden Postsendungen. Ebenso stellt die amerikanische Zollbehörde U.S. Customs and Border Protection (CBP) Importmengen in Abhängigkeit der genutzten Verzollungsarten für Sendungen, die unterhalb der Zoll- und Umsatzsteuerfreigrenze von 800 US\$⁶² liegen (De-Minimis Sendungen), öffentlich zur Verfügung. Darüber hinaus hat USPS die Endvergütungen für Päckchen im Juli 2020 auf die neu beschlossenen Self-declared Rates umgestellt und damit deutlich erhöht.⁶³ Gleichzeitig startete die chinesische Handelsplattform Temu in den Vereinigten Staaten bereits im September 2022 und damit einige Monate früher als in Europa. Vor diesem Hintergrund eignet sich das Beispiel Vereinigte Staaten / USPS besonders, um die Auswirkungen bei den Verschiebungen im Direktversand auf die Importmengen und das Importgeschäft des amerikanischen Postunternehmens zu veranschaulichen.

⁶² Zum Vergleich, in der Europäischen Union gibt es seit 2021 keine Umsatzsteuerfreigrenze mehr und die Zollfreigrenze liegt bei 150 € (rund 160 US\$). Siehe dazu Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024).

⁶³ Vgl. Abschnitt 3.2.

Abbildung 17 zeigt die Mengenentwicklung bei den De-Minimis Sendungen für den Zeitraum von 2015 bis 2024 (Januar bis September).

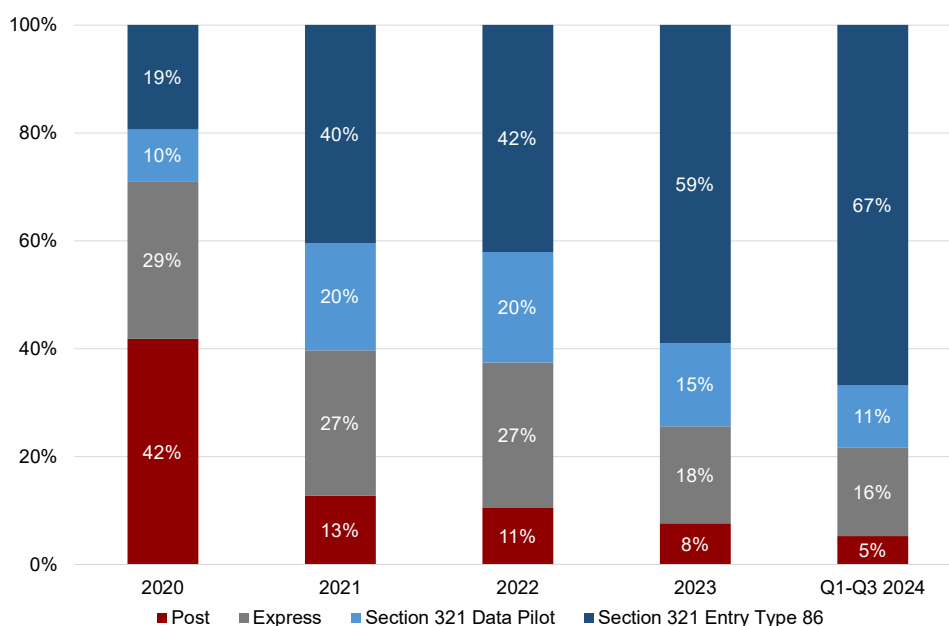
Abbildung 17 Entwicklung der De-Minimis Importe in Millionen, 2015-2024



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf U.S. Customs and Border Protection (2024) und U.S. Customs and Border Protection (2024a).

Infolge der Erhöhung der Zoll- und Umsatzsteuerfreigrenze von 200 US\$ auf 800 US\$ im Jahr 2016 und der gleichzeitigen Verbreitung von globalen Handelsplattformen, die sehr billige Produkte chinesischer Händler und Hersteller über ihren Plattformen verkaufen (z.B. Wish und AliExpress), hat sich zwischen 2016 und 2021 die Importmenge mehr als verdreifacht. Im Jahr 2022 gingen die Mengen mit dem Abflauen der COVID-19 Pandemie zurück, wobei das Niveau immer noch deutlich über dem Wert im Jahr 2019 vor Beginn der COVID-19 Pandemie lag. Im Jahr 2023 sind dann die Mengen innerhalb eines Jahres um über 50 % im Vergleich zum Jahr 2022 gestiegen und auch die Entwicklung in den ersten drei Quartalen des Jahres 2024 lässt erwarten, dass die Menge für das Gesamtjahr 2024 über der Menge des Vorjahres liegen wird. In dieser jüngsten Entwicklung spiegelt sich auch der Verkaufserfolg der chinesischen Plattform Temu.

Abbildung 18 Importe von De-Minimis Sendungen (< 800 US\$) nach Einfuhrkanal



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf U.S. Customs and Border Protection (2024a).

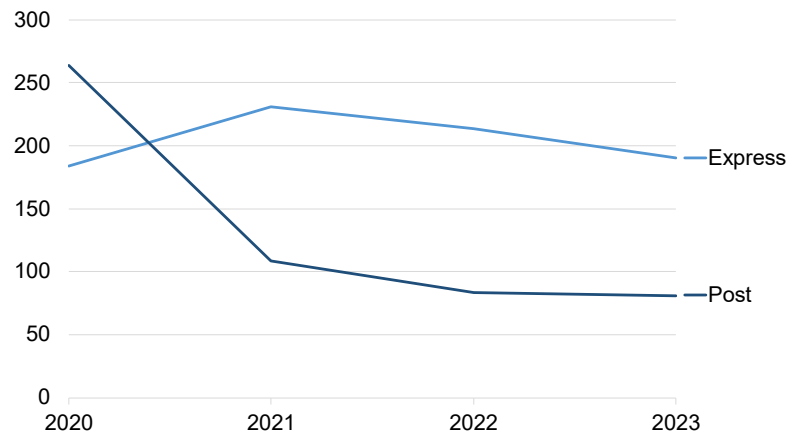
Für die Jahre 2020 bis 2024 (Q1-Q3) liegen auch die Mengen in Abhängigkeit der verfügbaren Einfuhrkanäle für De-Minimis Sendungen vor. Neben dem Postkanal werden Sendungen durch Expressdienstleister eingeführt und über sogenannte „Section 321“-Kanäle, die nur qualifizierte Importeure vergleichbar mit dem europäischen Modell des „Authorized Economic Operator“ (AEO)⁶⁴ nutzen dürfen. Diese Kanäle wurden eingerichtet, um die Zollverfahren für die De-Minimis Sendungen zu vereinfachen und zu beschleunigen, sowie die Belastung der amerikanischen Zollbehörde zu reduzieren.⁶⁵

Abbildung 18 zeigt deutlich, dass sowohl der Importkanal Post (also Einfuhr über USPS) als auch der Importkanal Express (Einführen beispielsweise über UPS, DHL Express oder FedEx) an Bedeutung verloren haben. Zwischen 2020 und 2023 ist der Mengenananteil von Post und Express von über 70% auf nur noch rund 25% zurückgegangen. Entsprechend hat die Bedeutung der kommerziellen Einfuhrkanäle erheblich zugenommen: Für die ersten drei Quartale des Jahres 2024 zeichnet sich sogar ein Anteil von fast 80 % ab.

⁶⁴ Für mehr Informationen zum Status des AEO, siehe DG TAXUD (o.J.), What is AEO? abgerufen am 09.08.2024.

⁶⁵ Zu den konkreten Vorgaben zur Nutzung dieser Kanäle, siehe U.S. Customs and Border Protection (2020), Section 321 Programs. Beide Programme starteten im Jahr 2019.

Abbildung 19 Importmengen (De Minimis) über den Post- und den Expresskanal



Quelle: Eigene Abbildungen basierend auf Eigene Darstellung basierend auf U.S. Customs and Border Protection (2024a)

Während die Expressdienstleister ihre Mengen auf einem Niveau von im Schnitt 200 Millionen Sendungen seit 2020 stabil halten konnten, sind die Mengen über den Postkanal auch absolut um mehr als zwei Drittel von 264 Millionen Sendungen (2020) auf nur noch 81 Millionen Sendungen (2023) zurückgegangen (siehe Abbildung 19). Seither verharren die Mengen auf dem niedrigeren Niveau.

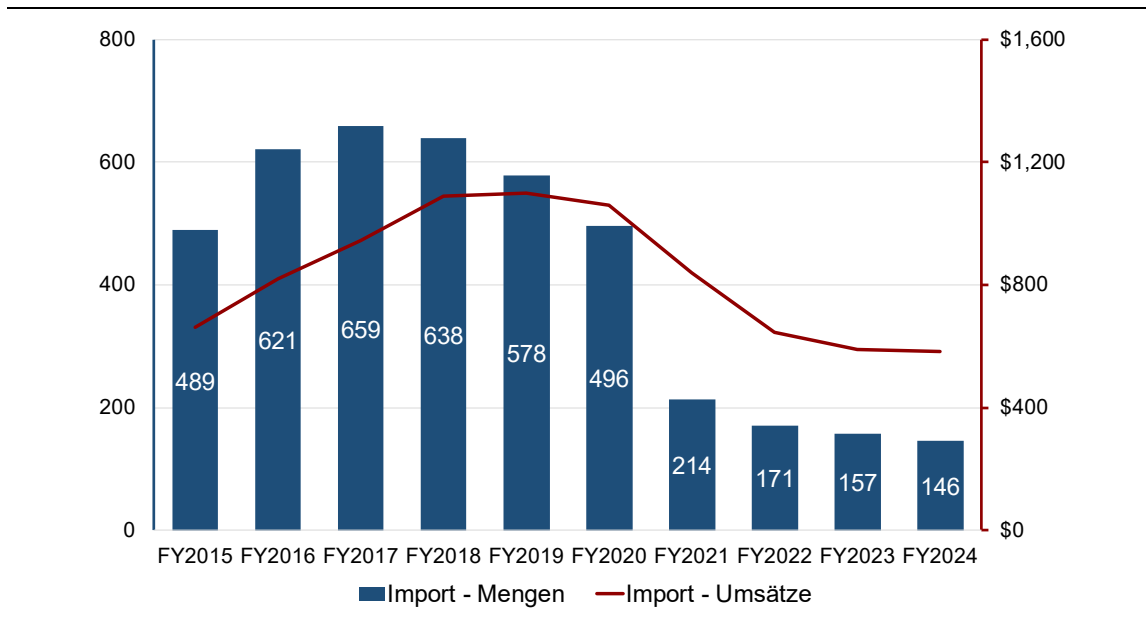
Der empirische Befund zeigt eine deutliche Verschiebung der Importkanäle weg vom Post- und Expresskanal hin kommerziellen Kanälen und damit auch zu anderen Dienstleistern, die den Import dieser Paketsendungen für ausländischer Versender abwickeln. Dazu zählen sogenannte 3PL-Logistikdienstleister, wie beispielsweise das amerikanische Unternehmen SEKO Logistics.⁶⁶ Pressemeldungen weisen darauf hin, dass ein bedeutender Anteil der Sendungen in den Jahren 2023 und 2024 insbesondere über Plattformen wie Temu und Shein generiert worden sind.⁶⁷

Die Entwicklungen, die sich in der Zollstatistik für De-Minimis Importe über den Postweg zeigen, spiegeln sich auch in der Entwicklung der eingehenden internationalen Sendungen des USPS.

⁶⁶ Siehe SEKO Logistics (o.J.), Support for marketplaces and sellers, abgerufen am 09.08.2024. Das Unternehmen war von Suspendierungen der US-Zollbehörde gegen Zollmakler betroffen, denen vorgeworfen wurde, sich nicht an die Vorgaben zu halten, siehe Reuters (2024), No-tariff shipments popular with Shein, Temu hit US customs speedbump, veröffentlicht am 06.06.2024.

⁶⁷ Vgl. Reuters (2024).

Abbildung 20 USPS: Eingehende Sendungen und Umsätze (Finanzjahre 2015-2024)



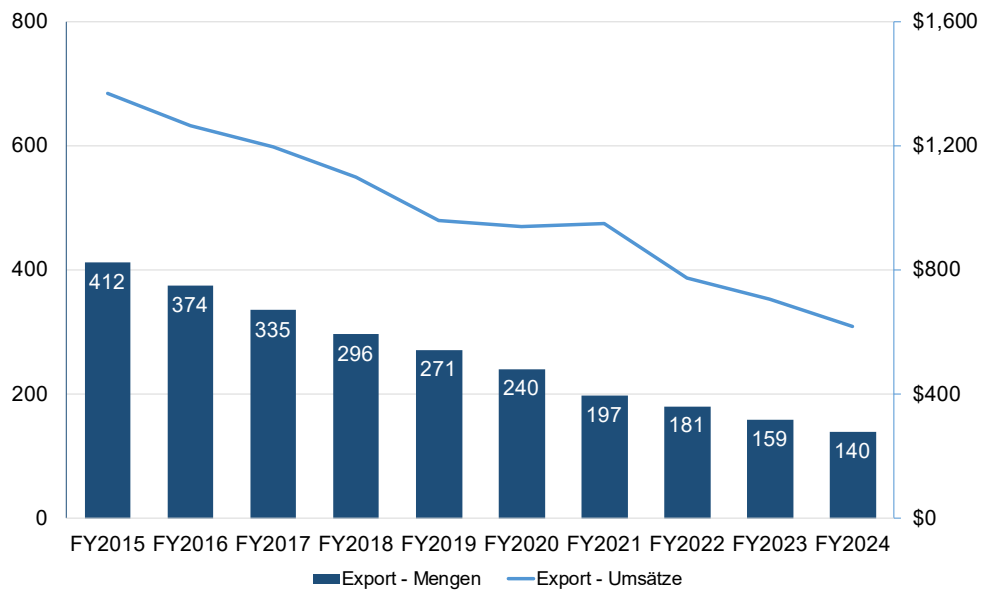
Quelle: Eigene Darstellung basierend auf USPS (mehrere Jahrgänge), Final Revenue, Pieces and Weight by classes of mail and special services for full year, FY 2015-2024.

Anmerkungen: Das Finanzjahr (Fiscal Year, FY) von USPS geht vom 1. Oktober bis 30. September. Die Mengen beinhalten sowohl Brief- als auch Warensendungen.

Seit Juli 2020 durfte USPS vollständig die neuen, deutlich höheren Endvergütungen für die Zustellung eingehender internationaler Warensendungen erheben (siehe dazu auch Abschnitt 3.2). Die Auswirkungen manifestierten sich im Finanzjahr 2021. Die Importmengen sanken um 57 % im Vergleich zum Vorjahr, von 496 auf 214 Millionen Sendungen (siehe Abbildung 20).

Im Gegenzug muss USPS für Warensendungen, die sie ausländischen Postunternehmen zur Zustellung übergibt, ebenfalls die höheren Endvergütungen zahlen. Das führte bei USPS zu einem erheblichen Verlust an Exportmengen und -umsätzen (siehe Abbildung 21), d.h. dass USPS beim Export im Wettbewerb mit Unternehmen wie DHL, La Poste oder Royal Mail, die in den Vereinigten Staaten ETOEs betreiben, preislich unterlegen war.

Abbildung 21 USPS: Ausgehende Sendungen und Umsätze (Finanzjahre 2015-2024)

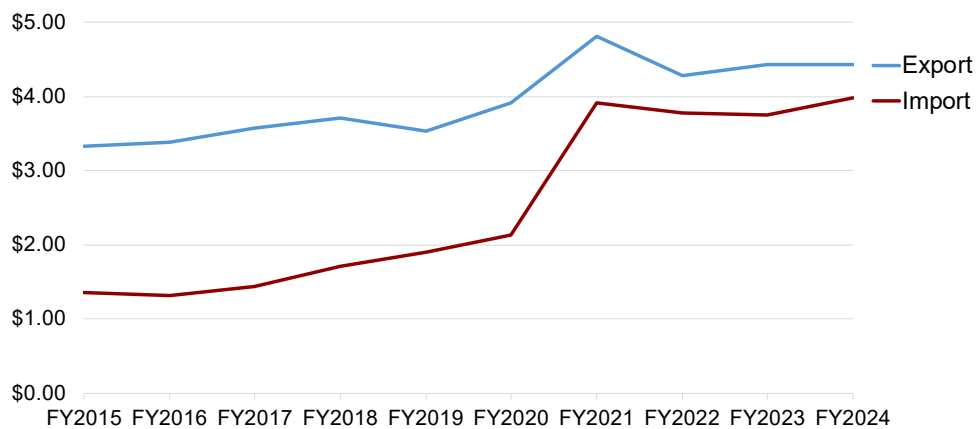


Quelle: Eigene Darstellung basierend auf USPS (mehrere Jahrgänge), Final Revenue, Pieces and Weight by classes of mail and special services for full year, FY 2015-2024.

Die höheren Endvergütungen, die USPS seit Mitte 2020 erzielt beziehungsweise für die Zustellung im Ausland zahlen muss, spiegeln sich auch in den Durchschnittserlösen (siehe Abbildung 22). Die durchschnittlichen Erlöse bei Importsendungen haben sich zwischen 2015 und 2024 rund verdreifacht. Dieser Anstieg ist auf die Erhöhung der Endvergütungen zurückzuführen, die andere Postunternehmen an USPS für die Zustellung ihrer Sendungen zahlen müssen. Auch die Exportsendungen haben sich verteuert, wenn auch nicht im gleichen Umfang wie die Importsendungen. Die gestiegenen Stückerlöse haben dazu geführt, dass USPS bei grenzüberschreitenden Sendungen (Import und Export) keine Verluste mehr in Kauf nehmen muss.⁶⁸

⁶⁸ U.S. Government Accountability Office (US GAO) (2024), International Mail: Effects of Rate Increases and Other Factors on USPS and Domestic Stakeholders, GAO-24-107383, <https://www.gao.gov/products/gao-24-107383>, [17.06.2024], S. 9.

Abbildung 22 USPS: Durchschnittserlöse für ein- und ausgehende Sendungen



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf USPS (mehrere Jahrgänge), Final Revenue, Pieces and Weight by classes of mail and special services for full year, FY 2015-2024.

Nach Angaben des USPS Office of Inspector General (USPS OIG) haben sich die Versandkosten für Päckchen aus China in die USA zwischen 2015 und 2022 um das 2,7-fache oder um durchschnittlich 15 % pro Jahr erhöht. Die Untersuchungen des USPS OIG zeigen zudem, dass im gleichen Zeitraum die Preise für alternative inländische Produkte, die über eine Direkteinlieferung „Direct Injection“ auch für die Zustellung von Paketen aus dem Ausland genutzt werden können, deutlich weniger im Preis gestiegen sind (durchschnittlich 7-8 % pro Jahr).⁶⁹ Das lässt den Schluss zu, dass trotz des Rückgangs der Importmengen bei der amerikanischen Post, diese nicht für das Unternehmen verloren waren. Über Direkteinlieferungen wurde ein Teil der über Section 321 Kanäle importierten Sendungen an USPS übergeben und durch das Unternehmen zugestellt. Die Nutzung eines Direktzugangs zum Netz des amerikanischen Postunternehmens wurde durch dessen „Global Direct Entry“ Wholesaler-Programm, welches bereits Anfang 2013 gestartet ist⁷⁰, erleichtert. USPS Vertreter berichteten gegenüber dem US Government Accountability Office (GAO)⁷¹ von einem nicht näher spezifizierten Mengenwachstum im Rahmen des Global Direct Entry zwischen den Finanzjahren 2020 und 2022.⁷²

Die Höhe der Zustellkosten ist nicht der einzige Grund für die Zunahme der Direkteinlieferungen. Im GAO-Bericht wird ein internationales E-Commerce Unternehmen zitiert, das diesen Zugang für die meisten Importsendungen auch deswegen nutzte, weil es auf diese Weise die Liefergeschwindigkeit und -verlässlichkeit besser kontrollieren konnte.⁷³

⁶⁹ US Postal Service OIG (2023), The International Package Market –Trends And Opportunities For The Postal Service, RISC-WP-23-006, S. 9.

⁷⁰ U.S. Postal Service (2013), 2013 Annual Report to Congress, S. 62.

⁷¹ Das GAO ist eine staatliche Institution, die mit dem Bundesrechnungshof vergleichbar ist.

⁷² U.S. Government Accountability Office (2024), International Mail: Effects of Rate Increases and Other Factors on USPS and Domestic Stakeholders, GAO-24-107383, S. 19.

⁷³ Ebd.

Als weitere Ursachen für die Verschiebung der Importmengen hebt das USPS OIG in ihrer Untersuchung die Erhöhung der Daten-, Sicherheits- und Zollanforderungen für den Postkanal hervor. Vor diesen Änderungen galt der Postkanal als einfacher Weg für grenzüberschreitende Warensendungen, mit papiergebundenen Zollanmeldungen für Postsendungen (CN 22 oder CN 23) und aufgrund vereinfachter Zollverfahren mit wenigen Kontrollen. Dieser Vorteil ist nach Einschätzung des OIG mit der Angleichung der Anforderungen verloren gegangen, so dass der Postkanal zusätzlich an Attraktivität verloren hat.⁷⁴

4 Auswirkungen auf den Zustellwettbewerb in Deutschland

Ausländische Onlinehändler und Hersteller (besonders aus China und Südostasien) verfügen heute über eine breite Auswahl an Lösungen für den Direktversand aus ihren Heimatländern sowie für den Versand aus Lägern in den Zielregionen (B2B2C) zu den Onlinekäufern in ihren Zielmärkten. Anhaltende Qualitätsverschlechterungen im internationalen Warenversand haben viele internationale Versender in den letzten Jahren dazu bewogen, den klassischen Postkanal zu verlassen oder ihn gar nicht erst in Erwägung zu ziehen. Durch die Nutzung alternativer Logistikkkanäle im Direktversand haben sich für die Händler die Lieferzeiten spürbar verringert und sich damit den Lieferzeiten der sehr viel teureren Expressdienstleister angenähert. Gleichzeitig wurden die im grenzüberschreitenden Postverkehr durch die UPU vereinbarten Endvergütungen mit der Einführung der Self-Declared Rates erheblich erhöht. Untersuchungen der UPU belegen den deutlichen Anstieg der Preise für die Zustellung grenzüberschreitender Sendungen aus Asien (vgl. hierzu Kapitel 3.2). Die Bedeutung des klassischen Postkanals für den grenzüberschreitenden Versand von E-Commerce-Sendungen hat deutlich abgenommen, weil er weder qualitativ noch preislich mit den Alternativen konkurrieren kann (vgl. hierfür Kapitel 3.4).

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass eine Verschiebung der internationalen E-Commerce-Lieferketten beim Direktversand weg von den klassischen Post- und Expresskanälen mit festgelegten Zustelldienstleistern in den jeweiligen Zielländern stattgefunden hat. Die modernen internationalen E-Commerce-Lieferketten zeichnen sich durch eine modulare Struktur aus, bei dem je nach Anforderungsprofil unterschiedliche Dienstleister herangezogen werden. Die Orchestrierung findet durch Konsolidierer und hier in besonderem Maße durch die vertikal integrierten Handelsplattformen statt. Besonders die Plattformen chinesischen Ursprungs verfolgen dabei eine so genannte Light-Asset Strategie, die mit wenig Kapitalbindung (z.B. ohne Investitionen in Frachtflugnetze oder eigene Fulfillment-Zentren) auskommt), anders als beispielsweise Amazon. Der modulare Aufbau der Lieferketten führt auch dazu, dass die Plattformen und andere internationale Konsolidierer grundsätzlich nicht auf spezifische Zustelldienstleister in der Zielregion festgelegt sind. Das führt auch dazu, dass grenzüberschreitende Warensendungen häufig nicht

⁷⁴ US Postal Service OIG (2023).

mehr als solche erkennbar sind, wenn sie, wie im US-amerikanischen Beispiel, per Direktlieferung an Zustellunternehmen des Ziellandes übergeben und von diesen als nationale Sendungen gelabelt und zugestellt werden. Die Rolle der nationalen Zustelldienstleister beschränkt sich daher zunehmend auf die Erbringung dieser letzten Meile, ohne dass sie einen direkten Zugang zu den Versendern haben.

Im Abschnitt 2.1 wurde bereits darauf verwiesen, dass für Deutschland keine konkreten Zahlen zu diesen Importen vorliegen. Unter der Annahme, dass die Importmenge dem Bevölkerungsanteil Deutschlands von rund 20 % in der EU entspräche, wären im Jahr 2023 von den in die EU eingeführten 2,1 Milliarden Sendungen mit einem Warenwert von weniger als 150 € fast 400 Millionen Sendungen aus Nicht-EU Staaten in Deutschland zugestellt worden. Das entspräche rund 9% der Paketmenge der 4,4 Milliarden beförderten Pakete in Deutschland (national und grenzüberschreitend).⁷⁵ Es stellt sich die Frage, welche Zustellunternehmen in Deutschland von diesem wachsenden Sendungsstrom profitieren und ob sich diese Entwicklungen tendenziell wettbewerbsfördernd auswirken. Für die Zustellung dieser „Importe“ kommen die Deutsche Post (Brief- und Paketzustellung) und ihre Wettbewerber im Brief- und Paketmarkt in Frage.

Die Deutsche Post verfügt im Briefmarkt über eine marktbeherrschende Stellung mit rund 85 % Marktanteil und den Vorteil eines vollintegrierten, deutschlandweiten Zustellnetzes, über das sie in zunehmendem Umfang Briefe und Pakete gemeinsam zustellt. Die alternativen Zustelldienstleister im Briefmarkt kommen auf eine durchschnittliche Flächendeckung von rund 50-60% und bestehen aus einer Vielzahl von lokal tätigen Zustellgesellschaften, die miteinander in verschiedenen Verbänden kooperieren und schwerpunktmäßig Briefsendungen zustellen.⁷⁶

Auch im Paketmarkt verfügt die Deutsche Post über eine starke Marktstellung mit einem Mengenanteil von mehr als 40 % bezogen auf den Gesamtmarkt.⁷⁷ Im Segment der Zustellung von Paketen an Verbraucher (B2C, im Wesentlichen E-Commerce-Pakete) liegt ihr Mengenanteil eher über 50 %⁷⁸. Die größten Wettbewerber der Deutschen Post im B2C-Segment sind Amazon, gefolgt von Hermes.⁷⁹ In Deutschland werden über das Amazon-Netz bislang nur Amazon-Bestellungen zugestellt, die über Amazons Fulfillment-Zentren abgewickelt werden (FBA), so dass Amazon nicht als Zustelldienstleister für andere Onlinehandelsplattformen (wie Temu) oder von Amazon FBA unabhängige Onlinehändler in Frage kommt.

Die drei großen Onlinehandelsplattformen Temu, Shein und AliExpress lassen ihre E-Commerce-Sendungen im Wesentlichen über die Deutsche Post und Hermes zustellen.

⁷⁵ Zu den Quellen siehe Fußnoten 23 und 24.

⁷⁶ Niederprüm, Antonia und Petra Junk (2023): Preis- und Qualitätsstrategien im Briefmarkt: Auswirkungen auf den Zustellwettbewerb in Deutschland, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 517, S. 9.

⁷⁷ Bundesnetzagentur (2024): Post Tätigkeitsbericht 2022/2023, S. 44.

⁷⁸ Niederprüm, Antonia und Petra Junk (2022): Neue Zustelldienste, Auswirkungen auf Marktstrukturen und wettbewerbspolitische Implikationen, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 497, S. 30.

⁷⁹ Bundesnetzagentur (2024), S. 44.

Es gibt auch Kooperationen mit alternativen Briefdienstleistern, beispielsweise zwischen AliExpress und der Mail Alliance.⁸⁰ Aus der Branche wird auch über Zustellungen von Temu-Sendungen durch die alternativen Briefdienste berichtet, allerdings scheint diese Kooperation aufgrund erheblicher operativer Herausforderungen nicht mehr zu bestehen.

Postnahe Konsolidierer aus Europa wie Asendia (La Poste) und Spring (Global Mail / PostNL) arbeiten für die Zustellung von internationalen E-Commerce-Sendungen in Deutschland vorwiegend mit Deutsche Post / DHL und Hermes zusammen. Auf Online-Auslieferungen spezialisierte chinesischen Speditionen wie YUN Express, SF Express und 4PX nutzen dagegen neben Deutsche Post / DHL die ganze Vielfalt der Zustellunternehmen in Deutschland. Sie arbeiten auch mit den Paketdiensten Hermes und DPD als auch mit verschiedenen Alternativen Briefdiensten (wie dem Stadtboten und der Citypost) zusammen.⁸¹

Die Deutsche Post hat durch den Bedeutungsverlust des klassischen Postkanals ihre „Monopol“-Mengen aus dem grenzüberschreitenden Postversand beispielsweise mit China Post verloren. Die vorangegangenen Ausführungen haben aber gezeigt, dass die Deutsche Post nach wie vor als Dienstleister für grenzüberschreitende E-Commerce-Sendungen über eine starke Marktstellung verfügt. Gleichzeitig profitiert die Deutsche Post durch die Aktivitäten der anderen Konzernbereiche DHL eCommerce, DHL Supply Chain und DHL Global Forwarding, die als postnahe und logistiknahe Konsolidierer in den exportstarken Quellregionen agieren (besonders in China, den Vereinigten Staaten und Großbritannien) von zusätzlichen E-Commerce Sendungen, die dann durch die Deutsche Post in Deutschland zugestellt werden. Die Markteinschätzungen aus dem Börsenprospekt von Cainiao, die der DHL Group einen signifikanten Mengenanteil von mehr als 5,5 % an der weltweiten grenzüberschreitenden E-Commerce-Sendungsmenge zuordnet, deuten ebenfalls darauf hin.⁸²

Wettbewerber der Deutschen Post im Brief- und Paketmarkt profitieren auch von diesen Mengenzuwächsen. Allerdings ist nicht zu erwarten, dass sich dadurch die Marktverhältnisse im deutschen Paketmarkt spürbar verschieben. Unklar bleibt die zukünftige Rolle von Amazon. Im November 2024 hat Amazon in den Vereinigten Staaten einen „Discount-Marktplatz“ in Analogie zur Temu-Plattform unter der Markenbezeichnung Amazon Haul gestartet.⁸³ Auf diesem gesonderten Marktplatz werden sehr günstige Waren angeboten, die dann per Direktversand mit einer entsprechend längeren Sendungslaufzeit aus dem asiatischen Raum verschickt werden. Zum jetzigen Zeitpunkt ist unklar, ob Amazon damit tatsächlich zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für Temu und Co. heranwachsen wird oder ob es sich eher um einen erweiterten Testlauf handelt. Ebenso besteht die Möglichkeit, das Amazon sein Zustellnetz in Deutschland zukünftig für Dritte

⁸⁰ Vgl. Junk, Petra und Antonia Niederprüm (2021): Postmärkte der Zukunft: Die Rolle alternativer Briefdienste im wachsenden Onlinehandel, WIK Kurzstudie.

⁸¹ Vgl. hierzu Paketda! (o.J.), Sendungsverfolgung & Tracking für Pakete, abgerufen am 09.09.2024.

⁸² Vgl. Kapitel 1 und zu den Quellen Fußnote 16.

⁸³ Marketplace Pulse (2024): Amazon Haul, Delivered a Little More Slowly, Artikel vom 13. November 2024.

öffnet. In erster Linie wäre eine solche Öffnung für Händler attraktiv, die zwar über Amazon verkaufen, nicht aber das FBA-Programm nutzen. Ob Amazon dann auch Sendungen von der Konkurrenz aus China zustellen würde, bliebe abzuwarten.

Literaturverzeichnis

- Amazon (2024): Digital Services Act (DSA): Amazon EU Store Transparency Report, 24. Oktober 2024, <https://trustworthyshopping.aboutamazon.com/dsa-digital-services-act-amazon-eu-store-transparency-report#rich-text-240000> [13.12.2024].
- Anson, José (2023): Trends and drivers of international postal volumes, UPU KCTT, Präsentation auf dem 20. Königswinter Postal Seminar am 14. November 2023, https://www.wik.org/fileadmin/user_upload/Unternehmen/Veranstaltungen/2023/Koenigswinter_Postal_Seminar/S1_3_Anson.pdf [10.07.2024].
- Bundesnetzagentur (2024): Post Tätigkeitsbericht 2022/2023, https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Mediathek/Taetigkeitsberichte/2023/Post2022.pdf?__blob=publicationFile&v=4.
- Bundesnetzagentur (2024a): Marktdaten Paket, <https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Fachthemen/Post/Marktbeobachtung/Marktdaten/start.html> [09.09.2024].
- Cainiao Smart Logistics Network Limited (2023): IPO Prospectus (Draft), 26. September 2023, https://www.stattimes.com/pdf_upload/cianio272-55784.pdf [19.08.2024].
- DG TAXUD (o.J.): What is AEO?, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/aeo-authorised-economic-operator/what-aeo_en [09.08.2024].
- Dieke, Alex; Niederprüm, Antonia und Sonja Thiele (2016): UPU-Endvergütungen und internationaler E-Commerce, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 412, https://www.wik.org/fileadmin/files/migrated/news_files/WIK_Diskussionsbeitrag_Nr_412_Deutsch.pdf.
- Europäische Kommission (2024): EU Customs Union – unique in the world – Customs Union in Numbers 2023, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/eu-customs-union-facts-and-figures/eu-customs-union-unique-world_en [11.07.2024]
- Europäische Kommission (2023): EU Customs Union – unique in the world – Customs Union in Numbers 2022, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/eu-customs-union-facts-and-figures/eu-customs-union-unique-world_en [10.04.2024]
- Europäische Kommission (o.J.): DSA: Sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/dsa-vlops> [10.10.2024].
- Europäische Kommission (o.J.): Supervision of the de-signated very large online platforms and search engines under DSA, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses> [13.12.2024].
- Exciting Commerce (2024), Warum spricht alles über Shemu, aber niemand über AliExpress?, 5. Dezember 2024, [Warum spricht alles über Shemu, aber niemand über AliExpress? – Exciting Commerce](https://www.excitingcommerce.com/de/news/warum-spricht-alles-ueber-shemu-aber-niemand-ueber-aliexpress?) [13.12.2024]
- Exciting Commerce (2024a), Temu und Shein mit Nutzerzahlen für Deutschland und Europa, 4. Dezember 2024, [Temu und Shein mit Nutzerzahlen für Deutschland und Europa – Exciting Commerce](https://www.excitingcommerce.com/de/news/temu-und-shein-mit-nutzerzahlen-fuer-deutschland-und-europa) [13.12.2024].
- Exciting Commerce (2024b): Wish verabschiedet sich mit Umsätzen von \$287 Mio., 5. März 2024, [Wish verabschiedet sich mit Umsätzen von \\$287 Mio. \(-50%\) – Exciting Commerce](https://www.excitingcommerce.com/de/news/wish-verabschiedet-sich-mit-umsaetzen-von-287-mio) [30.03.2024].

- Fung Business Intelligence (2018): Business Model Innovation in China's Logistics Market (Part 4), Logistics: An important differentiator of cross-border e-commerce (B2C Export from China), March 2018, <https://www.fbicgroup.com/report/business-model-innovation-in-chinas-logistics-market-part-4-logistics-an-important-differentiator-of-cross-border-e-commerce-b2c-export-from-china/> [27.08.2024].
- Graham, Charlie (2023): Shein, published on the website of Contrary Research, aktualisiert am 16. November 2023, <https://research.contrary.com/company/shein> [19.08.2024].
- Handelsverband Deutschland (2024): HDE Onlinemonitor 2024, <https://einzelhandel.de/online-monitor>, [07.05.2024].
- ibi Research und HDE Handelsverband Deutschland (2024): Drittstaatenhändler und ihr Einfluss auf den deutschen Handel, Exemplarische Betrachtung anhand der beiden Plattformen Temu und SHEIN, https://einzelhandel.de/images/publikationen/ibi_research_HDE_Drittstaatenha%CC%88ndler_und_ihr_Einfluss_auf_den_deutschen_Handel_2024.pdf [17.09.2024].
- International Postal Corporation (2024): Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2023, <https://www.ipc.be/services/markets-and-regulations/cross-border-shopper-survey>, [21.01.2024].
- Junk, Petra und Antonia Niederprüm (2021): Postmärkte der Zukunft: Die Rolle alternativer Briefdienste im wachsenden Onlinehandel, WIK Kurzstudie, https://www.wik.org/fileadmin/files/migrated/news_files/WIK_Kurzstudie_Postmaerkte-der-Zukunft_01.pdf.
- Liu, Jiaye (2022): Research on the Business Strategy and Deficiency of the Fast Fashion Industry to Enhance Development – a Case Study of Shein, erschienen in: Y. Jiang et al. (Eds.): ICEDBC 2022, AEBMR 225, S. 1794–1801; https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_268 [28.05.2024]
- Marketplace Pulse (2024): Amazon Haul, Delivered a Little More Slowly, Artikel vom 13. November 2024, [Amazon Haul, Delivered a Little More Slowly - Marketplace Pulse](#) [14.11.2024].
- Marketplace Pulse (2024a): Temu Sets Up U.S. Warehouses, Artikel vom 15. April 2024, [Temu Sets Up U.S. Warehouses - Marketplace Pulse](#) [13.12.2024].
- Marketplace Pulse (2024b): Amazon's "Significant" Reliance on Chinese Sellers, Artikel vom 13. Februar 2024, [Amazon's "Significant" Reliance on Chinese Sellers - Marketplace Pulse](#), [29.08.2024].
- Marketplace Pulse (2020): Amazon Marketplace is Not International Except for China, Artikel vom 22.09.2020, <https://www.marketplacepulse.com/articles/amazon-marketplace-is-not-international-except-for-china>, [29.08.2024].
- Ministry of Commerce, People's Republic of China (MOFCOM) (2024), Ministry of Commerce Regular Press Conference (May 30, 2024), [Ministry of Commerce Regular Press Conference \(May 30, 2024\)](#) [18.06.2024].
- Niederprüm, Antonia und Petra Junk (2023): Preis- und Qualitätsstrategien im Briefmarkt: Auswirkungen auf den Zustellwettbewerb in Deutschland, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 517, [WIK Diskussionsbeitrag](#).
- Niederprüm, Antonia und Petra Junk (2022): Neue Zustelldienste, Auswirkungen auf Marktstrukturen und wettbewerbspolitische Implikationen, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 497, [WIK Diskussionsbeitrag](#).

- Niederprüm, Antonia und Jana Stuck (2024): Veränderungen im Zollwesen und Auswirkungen auf Postunternehmen und Onlinehandel, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 518, [WIK Diskussionsbeitrag](#).
- Paketda! (o.J.), Sendungsverfolgung & Tracking für Pakete, <https://www.paketda.de/tracking/index.php> [09.09.2024].
- Parcel and Postal Technology International (2024), DHL Global Forwarding launches cross-border e-commerce services in China, 26. September 2024, <https://www.parcelandpostal-technologyinternational.com/news/cross-border/dhl-global-forwarding-launches-cross-border-e-commerce-services-in-china.html> [10.10.2024].
- PDD Holdings Inc. (2024): Annual Report 2023, Form 20-F.
- RetailNews (2024), Nächste Expansionsstufe: Shein mit neuer Logistik in Polen und Frankfurt, 24.02.2024, <https://retail-news.de/naechste-expansionsstufe-shein-mit-neuer-logistik-in-polen-und-frankfurt/>, [09.09.2024].
- Reuters (2024): No-tariff shipments popular with Shein, Temu hit US customs speedbump, veröffentlicht am 06.06.2024, <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/no-tariff-shipments-popular-with-shein-temu-hit-us-customs-speedbump-2024-06-06/>, [07.06.2024].
- Sander, Ed (2023): Temu update June 2023 – Part 2: Pressure on staff, merchants and logistics partners, Blogbeitrag vom 09.06.2023, <https://www.chinatalk.nl/temu-update-june-2023-part-2-pressure-on-staff-merchants-and-logistics-partners> [29.08.2024].
- SEKO Logistics (o.J.): Support for marketplaces and sellers, <https://www.sekologistics.com/us/marketplaces-and-sellers/> [09.08.2024].
- Statista (2024): Statistiken zu den Auswirkungen des Coronavirus auf die Luftfahrt, veröffentlicht am 22.02.2024, <https://de.statista.com/themen/6257/coronavirus-und-luftfahrt/#editor-sPicks> [15.07.2024].
- Statista / Daxue Consulting; Financial Times, Forbes (2024): Umsatz von Shein weltweit bis 2023, aktualisiert am 03.07.2024, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1373080/umfrage/shein-umsatz-weltweit/> [19.08.2024].
- UPS Supply Chain Solutions (o.J.): International Mail Services, <https://www.ups.com/us/en/supplychain/logistics-solutions/mail-innovations.page> [07.08.2024].
- UPU (2024): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2024.1-Pres 5.
- UPU (2023): Updates to the trends and drivers of international postal volumes, CA C 3 2023.2-Pres 3.
- UPU (2023a), IB Circular 103/2023, Provisional 2024 quality-linked terminal dues rates (26 June 2023).
- UPU (2021): Terminal Dues – New Frontiers for a Changing World, Bern, <https://www.upu.int/en/publications/remuneration/terminal-dues-new-frontiers-for-a-changing-world>.
- UPU (2020), Convention Manual Volume II, Letter Post Regulations, Article 17, Oktober 2020.

- UPU (2020a): Resolution C 7/2016, Classification of countries and territories for terminal dues and Quality of Service Fund (QSF) purposes for the 2018–2021 period, <https://www.upu.int/getmedia/66f57a43-743c-4adc-abd7-51585508fc21/countriesQsfEn.pdf> [15.07.2024].
- UPU (o.J.): About UPU, <https://www.upu.int/en/universal-postal-union> [15.07.2024].
- UPU (o.J.): Remuneration, <https://www.upu.int/en/universal-postal-union/activities/physical-services/remuneration#terminal-dues> [15.07.2024].
- UPU / IPK-Studie (2023): Postal Operations Council, Committee 2 (Physical Services and E-Commerce), Issues relating to the Remuneration Integration Group – Results of the items-per-kilogramme (IPK) study, Memorandum by the International Bureau (Agenda item 4b), 19.10.2023, POC C 2 2023.2–Doc 4b.Rev 1.
- UPU / IPK-Studie (2019): Postal Operations Council, Committee 2 (Physical Services and E-Commerce), Issues relating to the Remuneration Integration Group – Update of the results of the IPK study, Memorandum by the International Bureau (Agenda item 4a), published on 28.02.2019, POC C 2 2019.1–Doc 4a.
- U.S. Customs and Border Protection (2024), FY 2023 CBP Trade Sheet, [FINAL CBP FY 2023 Trade Fact Sheet CLEARED](#) [26.07.2024]
- U.S. Customs and Border Protection (2024a): <https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/e-commerce> [01.10.2024].
- U.S. Government Accountability Office (2024): International Mail: Effects of Rate Increases and Other Factors on USPS and Domestic Stakeholders, GAO-24-107383, <https://www.gao.gov/assets/gao-24-107383.pdf> [17.06.2024].
- U.S. Customs and Border Protection (2020): Section 321 Programs, https://www.cbp.gov/sites/default/files/assets/documents/2020-Aug/Section-321-Data-Pilot-vs-Entry-Type-86-Test_v1-1.pdf [08.08.2024].
- U.S. Postal Service (2013): 2013 Annual Report to Congress.
- U.S. Postal Service (mehrere Jahrgänge), Final Revenue, Pieces and Weight by classes of mail and special services for full year, FY 2015-2024.
- U.S. Postal Service OIG (2023): The International Package Market –Trends And Opportunities For The Postal Service, RISC-WP-23-006, https://www.uspsoig.gov/sites/default/files/reports/2023-05/risc-wp-23-006_0.pdf [08.08.2024].
- WIK-Consult (2020): International Postal Service, Remuneration and Regulation, Studie für die Europäische Kommission, DG GROW, https://www.wik.org/fileadmin/Studien/2021/International_Postal_Service.pdf.

ISSN 1865-8997