

Ontwikkelingen in de markt voor post

Gevolgen van marktwerking

Basis & Beleid
Frank Hendriks
25 oktober 2007

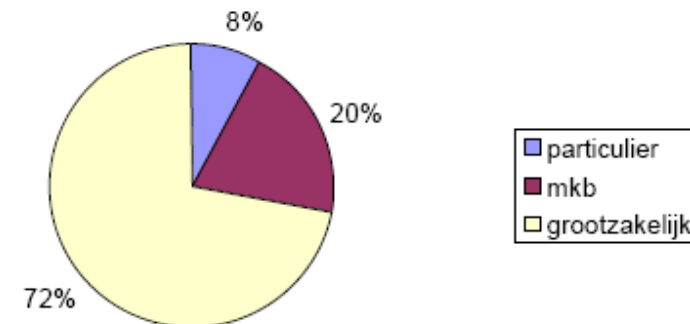
De postmarkt (1)

- De markt voor post heeft betrekking op de volgende diensten: verzamelen, sorteren, distribueren en bezorgen van poststukken.
- Een deel van de markt is nog monopolistisch (bovengenoemde diensten voor losse post en kleine partijen van unieke persoonlijke zendingen < 50 g, dus niet direct mail en gesponsorde zendingen).
- Het restant van de markt is al vrijgegeven.
- Tegenover het verlenen van een monopolie aan TNT Post staat de eis van universele dienstverlening: de verplichting om minimaal vijf dagen per week te bezorgen op alle adressen in Nederland tegen gelijke voorwaarden. Deze eis gaat nu nog verder dan het segment waarvoor monopolie is verleend:
 - ook brieven/drukwerken tot 2 kg (op basis van enkelstukstarief);
 - ook pakjes tot 10 kg (idem).
- Volgens de huidige stand van zaken zou de markt volledig moeten zijn vrijgegeven per 1 januari 2011 (EU). In Nederland is de startdatum voor een volledig vrije markt uitgesteld van 1 januari 2007 naar 1 januari 2008, nog steeds voorwaardelijk (gekoppeld aan de invoering van een vrije markt in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk).

De postmarkt (2)

- De postmarkt laat zich indelen langs drie dimensies:
 1. Naar gebruikers: banken en grootverbruikers (grootzakelijk), MKB en particulier.
 - De helft van de door particulieren verstuurd post is antwoordpost naar antwoordnummers .
 2. Naar vervoersbehoefte (zie grafiek uit FD van 6 april 2007):
 - Sandd: 2 keer/week, vaste dagen.
 - Selektmail idem, periodes van twee-drie dagen (nadeel voor direct mail activiteiten die impact hebben op callcentre-activiteiten.
 - B-merken TNT (Economy, Budget).
 - C-merk TNT (VSP netwerk).

Figuur 2.2 Segmentering van de markt naar verzender van post



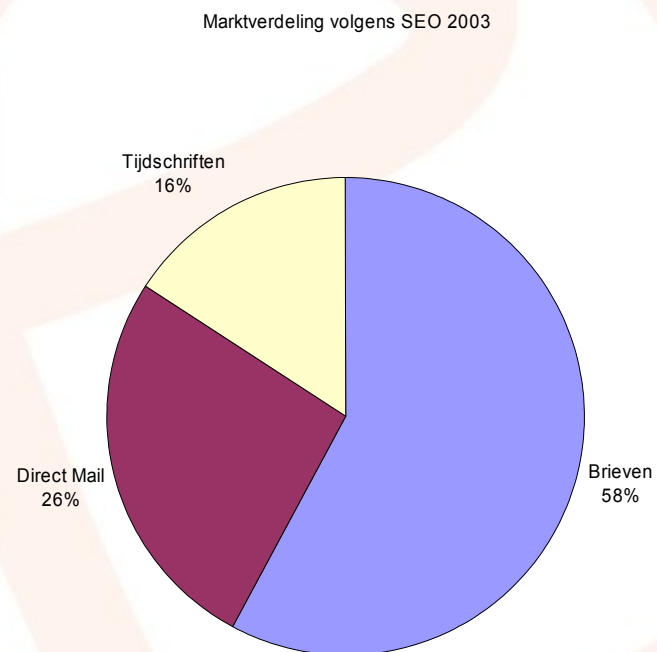
Bron: schatting TPG



De postmarkt (3)

1. Naar product:

- Brieven, direct mail, tijdschriften.
- Circa tweederde deel van de brieven is partijpost (circa 40% van het totaal).

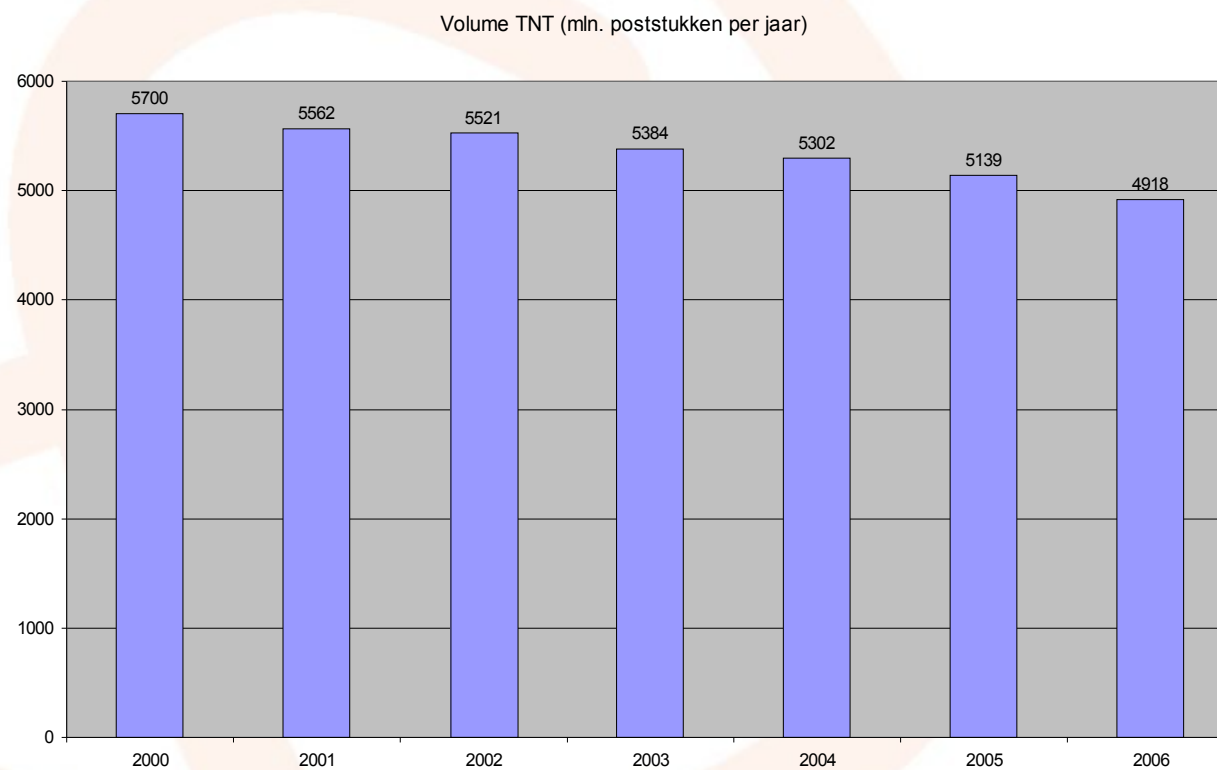


Liberalisering en concurrentie

- De postmarkt is nu nog voor een deel niet toegankelijk.
- Liberalisering doet in eerste instantie concurrentie ontstaan op deelmarkten:
 - in de grofmazige collectie en bezorging;
 - in de niet-tijdkritische post;
 - in de segmenten met lagere kwaliteitseisen (dus geen vertrouwelijke en geen waardevolle post).
- Door afnemende schaal bij de monopolist ontstaat minder dekking voor het netwerk en neemt de kostprijs van overige postdiensten (waaronder de universele dienstverlening) toe.

Marktonwikkeling

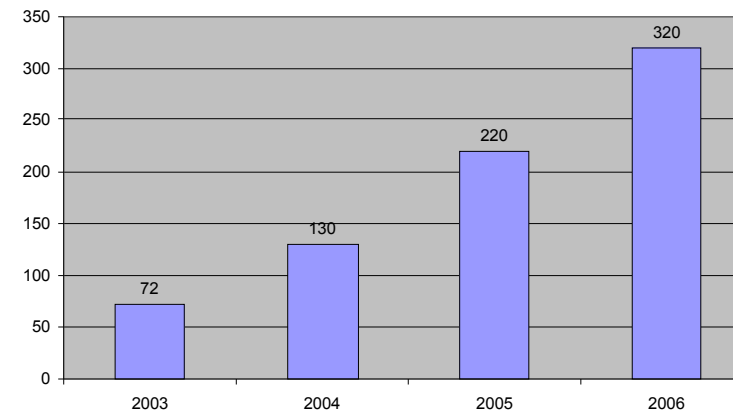
- Het volume dat TNT behandelt daalt tussen 2000 en 2006 met 14%.
- De laatste twee jaar daalt het volume met respectievelijk 3,1% en 4,4%.



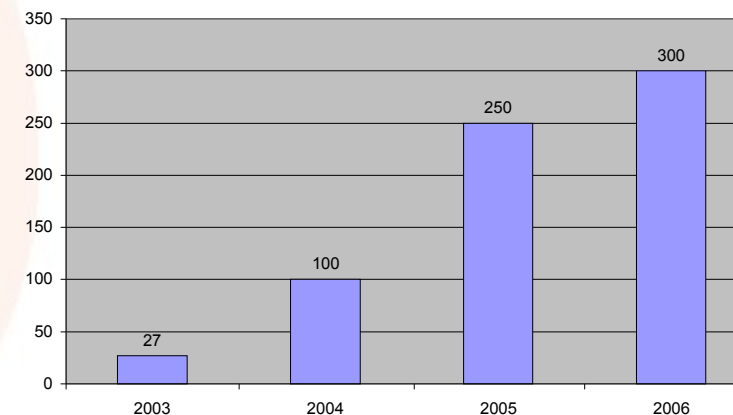
Marktontwikkeling

- Daling volume TNT is resultaat van twee bewegingen:
 - marktontwikkeling: het volume aan post daalt volgens TNT 3-4% per jaar (e-mail, internet, et cetera);
 - ontwikkeling marktaandeel in betwistbare markt (> 50 g) aan Sandd en Selektmail.
- De gegevens van Sandd en Selektmail zijn afkomstig uit publicaties van beide bedrijven.
- Op basis van gepubliceerde gegevens is het marktaandeel van Sandd en Selektmail samen circa 12% van de totale markt.
- Volgens TNT hebben nieuwe toetreders bijna 20% van de betwistbare markt veroverd in 2006.

Volume Sandd (mln. poststukken per jaar)

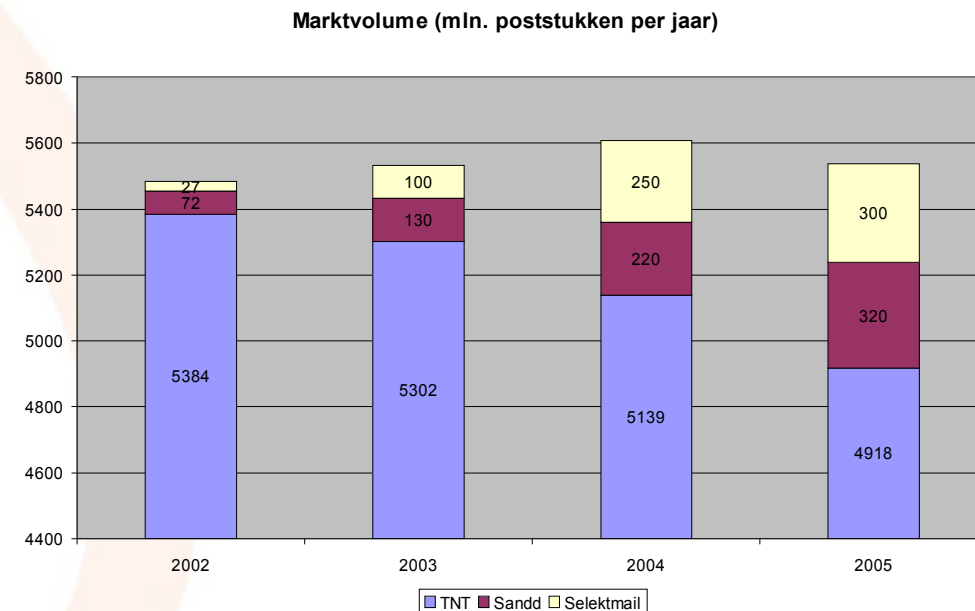


Volume Selektmail (mln. poststukken per jaar)

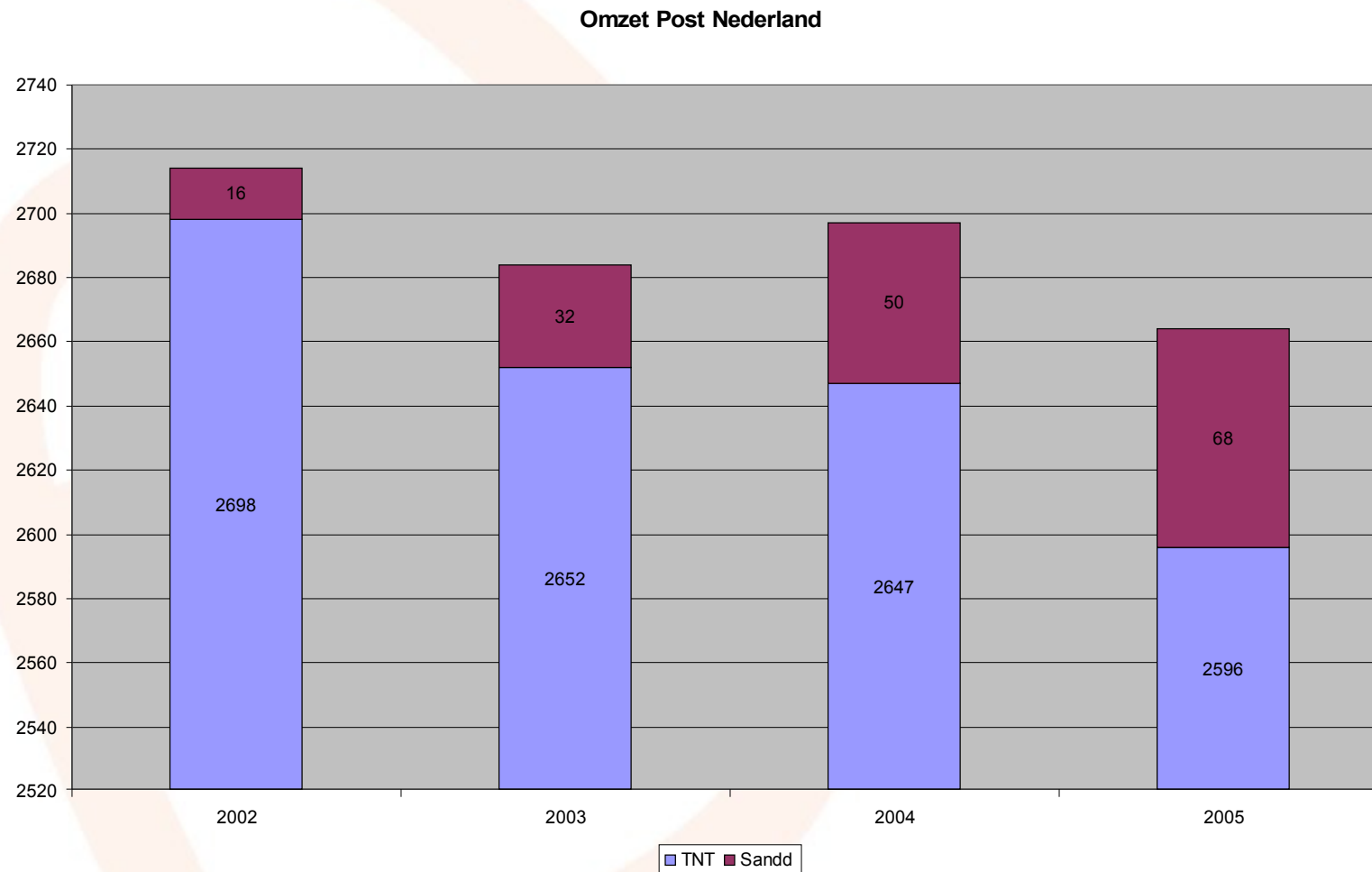


Het marktvolume

- Een daling van de totale marktomvang is niet waarneembaar, maar dat kan worden veroorzaakt door andere definities van 'poststukken' (geadresseerd).
- De informatie over Selektmail is beperkt vanwege de beperkte publicatieplicht als onderdeel van DHL/Deutsche Post.
- TNT schat op basis van eigen marktonderzoek het aandeel van Sandd en Selektmail samen op 10% van de totale markt.
- Volgens die aanname is het totale volume in 2006 circa 1% lager dan in 2002.
- Tegenover het verlies op de transactie- en informatiemarkt (internet, e-mail) staat een stabiele en mogelijk groeiende direct mail/communicatiemarkt.

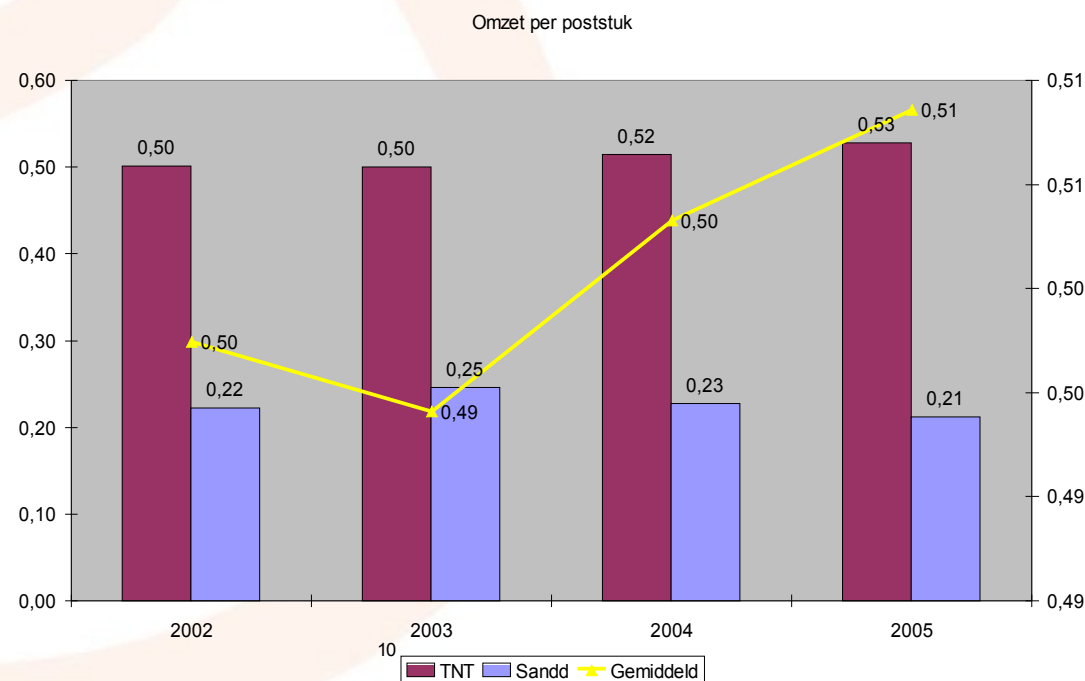


Omzetontwikkeling



Omzet

- De omzet van TNT daalt fors in 2004 en 2006.
- Selektmail publiceert geen omzetgegevens.
- De gemiddelde omzet per poststuk stijgt voor TNT en daalt voor Sandd:
 - TNT: prijs stijgt als gevolg van minder schaal, index én verandering in de productmix door relatief minder positie in het 'lagere segment';
 - Sandd: prijs daalt toenemende schaal van operaties.
- Gemiddeld stijgt de gemiddelde omzet per poststuk vanaf 2004 (stijging TNT telt zwaarder dan daling Sandd).



Effecten marktwerking

- Voor delen van de postmarkt (fijnmazige collectie en bezorging) geldt dat sprake is van een natuurlijk monopolie (meeste efficiëntie als uitvoering in één hand).
- Toetreders concurreren tegen een monopolist met schaalvoordelen dankzij:
 - cherrypicking;
 - lagere kosten;
 - lagere marges (t/m marktaandeel 'kopen').

Chronologie (1)

- 1997: Oprichting OPTA.
- 1998: TNT stelt Business Plan 2000 op:
 - concentratie van voorsortering in 6 sorteercentra;
 - daardoor boventaligheid van 5600 mensen (2300 fte), herplaatst binnen TNT.
- 1999: Liberalisering: aankondiging gedeeltelijke openstelling Nederlandse markt .
- 2000: Postwet beperkt monopolie voor TNT tot post met maximaal gewicht van 100 g.
- 2002: Masterplan 1: kostenbesparing € 320 mln.:
 - huisnummersortering op 284 postkantoren: minder postbodes;
 - TNT wil van 45.000 fte naar 36.000 fte postbodes tussen 2002 en 2014;
 - TNT wil daarnaast 21.000 postbezorgers (= 9.000 fte);
 - introductie Postbezorgers (2003) onder nieuwe CAO (10-15% boven minimumloon);
 - MP2: overheadreductie.
- 2004: Masterplan 2: besparing € 50 mln. op overhead.
- 2004-2006: Daling personeelsbestand Post NL 8.300 mensen, circa 4.400 fte.

Chronologie (2)

- 2006: 1 januari: verlaging gewichtsgrens tot 50 g.
- 2006: 31 december: marktaandeel concurrenten > 10%.
- 2006: efficiëncyslag (nieuwe bezorgnormen).
- 2007: afschaffing monopolie tot 50 g voor TNT per 1 januari 2008.
- 2007: aantal postbodes feitelijk 38.000 (herplaatsing).
- 2007: groei aantal postbezorgers blijft achter (headcount 8.000): wervingsprobleem.
- 2007:
 - aankondiging reductie postbodes van 36.000 in 2014 (Masterplan) naar maximaal 25.000 in 2010 (absorptie binnen TNT onmogelijk);
 - onder de voorwaarde: arbeidsvoorwaarden op nullijn kan verlies beperkt blijven tot 7.000 in plaats van 11.000;
 - Netwerk VSP: TNT's prijsvechter: headcount circa 1600 met een overeenkomst van opdracht (zie verder), nog eens zoveel 'subcontracting'.

Plan TNT 2007

- Noodzaak maatregelen bevestigd door marktonderzoek van 'huisonderzoeker' Boston Consultants Group in opdracht van OR Productie. Conclusies BCG:
 - markt daalt met 3-4% per jaar door substitutie;
 - er is verschil in kwaliteit maar kwaliteit van concurrenten is voldoende en verschil overbrugbaar;
 - concurrenten offeren in 2007 met fors lagere tarieven (-33%);
 - concurrenten hebben al lagere kosten: tegenover schaalnadeel staan lagere loonkosten, minder overhead, lagere bezorgfrequentie;
 - een groter volume voor concurrenten betekent nog meer concurrentievoordeel voor concurrenten;
 - de premie die klanten willen betalen voor een A-merk is kleiner dan TNT denkt;
 - TNT moet prijsvechter worden.
- Volgens concurrenten is TNT met Netwerk VSP zelf vanaf 2007 prijsdumper. VSP zou inschrijven met Netwerk VSP tegen prijzen die 20-30% lager liggen dan in 2006.

Overeenkomst van opdracht

- Netwerk VSP en de concurrenten van TNT werken niet met een CAO voor bezorgers maar met een overeenkomst van opdracht (OVO).
- Het verschil tussen een werknemer en een 'opdrachtnemer' is dat een opdrachtnemer 'in tegenstelling tot de werknemer met een arbeidsovereenkomst in de regel niet gezien (wordt) als de economisch zwakkere ten opzichte van de opdrachtgever' (EZ, oktober 2007) ("men denkt aan advocaten, notarissen en juridisch adviseurs").
- De OVO voor 'werknemers' van Sandd en Selektmail is gebaseerd op enkele vaste vergoedingen en stukloon per bezorgd pakje (zie vergoedingenkaarten).

Uitkomsten vergelijking arbeidsvoorwaarden

In schema zijn de verschillen in de postmarkt als volgt samen te vatten:

	Concurrenten van TNT Post, zoals Sandd	Arbeidsovereenkomst met minimumloon	Postbezorger TNT Post	Postbode TNT Post uiterste uitloop
Bruto uurloon	€ 6 - € 8 ¹ ,	€ 8,-	€ 9,-	€ 14 - € 15
Bruto uurloon per gewerkt uur (verrekening doorbetaling verlof en ziekte/ ca. 12%)	€ 6 - € 8 ¹ ,	€ 9	€ 10	€ 17 - € 18
Doorbetaling bij vakantie en ziekte, sociale zekerheid	Nee	Ja	Ja	Ja
Pensioenopbouw	Nee	Nee	Ja	Ja
Bruto uurkosten werkgever	€ 6 - € 8 ¹ ,	€ 11	€ 12	€ 22 - € 24
Contractvorm	Overeenkomst van Opdracht	Arbeids-overeenkomst	Arbeids-overeenkomst	Arbeids-overeenkomst

¹ berekend op basis van stuks- en stopvergoeding

Bron: Liberalisering Postmarkt in Nederland, vakbonden. maart 2007

Vergoedingen SANDD

Gewone woonwijken; op basis van opgaven van leden vakbonden; zie ook Vergoedingenkaarten						
Vergoedingen Sandd	Afgiftepunten in de wijk		300			
	aantallen per week van 2 slagen					
Vanaf 31 december 2006	100	200	400	600	800	
Straat/zetvergoeding per poststuk	€ 0,018	€ 1,800	€ 3,600	€ 7,200	€ 10,800	€ 14,400
Wijkvergoeding per bezorgdag	€ 2,150	€ 2,150	€ 2,150	€ 2,150	€ 2,150	€ 2,150
Adresvergoeding per stop	€ 0,036	€ 3,600	€ 7,200	€ 14,400	€ 21,600	€ 0,000
Herlaadvergoeding per 30 kg	€ 2,250			€ 0,000	€ 2,250	€ 4,500
Afmeldvergoeding per bezorgdag per bezorger	€ 0,200	€ 0,200	€ 0,200	€ 0,200	€ 0,200	€ 0,200
Bruto vergoeding sorteren en bezorgen		€ 7,750	€ 13,150	€ 23,950	€ 37,000	€ 21,250
Bestede tijd sorteren en bezorgen in uren		1,5	2	3,5	5	6
Uurvergoeding		€ 5,17	€ 6,58	€ 6,84	€ 7,40	€ 3,54

Bron: Liberalisering Postmarkt in Nederland, vakbonden, maart 2007

Vergoeding Selektmail

Vergoedingen SelektMail stedelijk gebied	Afgiftepunten in de wijk					
	300	Aantallen per week van 2 slagen				
		100	200	400	600	800
Startvergoeding	€ 3,000	€ 3,000	€ 3,000	€ 3,000	€ 3,000	€ 3,000
Vergoeding per poststuk	€ 0,060	€ 6,000	€12,000	€24,000	€36,000	€36,000
Overlapbasis	€ 0,024					€ 4,800
Bruto vergoeding sorteren en bezorgen		€ 9,000	€15,000	€27,000	€39,000	€43,800
Bestede tijd sorteren en bezorgen in uren		1,5	2	3,5	5	6
Uurvergoeding		€ 6,00	€ 7,50	€ 7,71	€ 7,80	€ 7,30
PS: Selektmail houdt belasting in over vergoeding minus 10% forfait onkosten						

Bron: Liberalisering Postmarkt in Nederland, vakbonden, maart 2007

Personeelskosten

- Aandeel van **personeelskosten** is bij TNT 65% van totale kosten: arbeidsintensieve sector.
- De postbezorger van TNT verdient een uurloon dat tussen 0% en maximaal circa 15% hoger ligt dan het minimumloon. Hij of zij is op basis van de bezorgnormen van TNT niettemin bijna anderhalf - twee keer zo duur voor de werkgever als die van Sandd/Selektmail. De kosten van een postbode (met uitgebreide functie) kunnen oplopen tot nog eens bijna twee keer zo hoog.
- Werknemers van Sandd en Selektmail verdienen op basis van toepassing van de bezorgnormen van TNT € 6,- tot € 8,- per uur dat gewerkt wordt.
- Het minimumloon bedraagt € 7,60 exclusief en € 8,20 inclusief vakantietoeslag (afgezien van doorbetaling tijdens vakantie).
- Er is binnen TNT een hevige discussie over de haalbaarheid van de bezorgnormen (gemeten bij jonge medewerkers, terwijl bestand vergrijst door afbouw).
- Volgens Sandd verdienen de bezorgers in Q1 2006 € 7,84 en in Q1 2007 € 7,95 per uur
- Een peiling van FNV Bondgenoten levert op dat bezorgers van Sandd en Selektmail zelf berekenen dat ze € 4,= tot € 5,= per uur verdienen, ruim beneden het minimumloon.
- Nieuwkomers hebben lagere kosten dan TNT dankzij contracten die in Nederland niet gebruikelijk zijn en niet bedoeld voor deze categorie werknemers.

Winstgevendheid van post

- De marge die TNT behaalt op zijn postactiviteiten neemt slechts marginaal af.
- De marge is fors hoger dan die op andere activiteiten (in de afgelopen jaren Express en Logistiek). Logistiek is mede om die reden verkocht.
- Het bedrijfsresultaat van TNT in percentage van omzet Post bedraagt 21% in 2003, 19% in 2006.
- Het aandeel van de Divisie Post in de omzet van TNT bedraagt 40%, het aandeel in het resultaat van TNT bedraagt 60%
- Het bedrijfsresultaat van Sandd bedraagt 5% van de omzet in 2005, 8% in 2006.

Toekomstverwachting

- Sandd en Selektmail veroveren circa 25% van de markt (meer dan verdubbeling van huidig marktaandeel).
- Sandd verwacht niet sneller te kunnen groeien dan 80-120 mln. poststukken per jaar.
- Circa de helft van de beschermde postmarkt blijft onbereikbaar voor nieuwe toetreders (vanwege ontbreken van een eigen netwerk kan alleen voorgesorteerde post volledig zelf worden behandeld).
- Marktaandeel Sandd is minder snel gegroeid dan bij aanvang verwacht (25% in 2008), maar liberalisering is ook later gekomen.
- Groei is niettemin snel: van 0 naar 10-12% in vier jaar tijd.
- Sandd relateert groei concurrentie TNT: in 2001 naast TNT nog 300 mln. Poststukken bij Media Express; in 2006 naast TNT circa 600 mln. bij Sandd en Selektmail. Per saldo is marktaandeel derden slechts met 300 mln. toegenomen.