



# Post- en Pakkettenmonitor 2017

RAPPORT  
Openbaar

**Autoriteit  
Consument & Markt**



## Inhoud

<b>1</b>	<b>Kernpunten</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Over dit rapport</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Overzicht van de bezorgmarkt</b>	<b>7</b>
3.1	Post en pakketten samen: de bezorgmarkt	7
3.2	Consumentenpost	9
3.3	Zakelijke post	10
3.4	Concurrentie en prijzen	11
3.5	Pakketten	12
<b>4</b>	<b>De segmenten in detail</b>	<b>15</b>
4.1	Gemiddelde omzetten post	15
4.2	Gemiddelde omzetten pakketten	18
4.3	Innovaties en ontwikkelingen in de dienstverlening	21
<b>5</b>	<b>Netwerkdekking en uitbesteding</b>	<b>23</b>
5.1	Brievenbuspost	23
5.2	Pakketten	28
<b>6</b>	<b>Ontwikkelingen in de regelgeving</b>	<b>30</b>
6.1	Kamerbrief over de toekomst van de postmarkt	30
6.2	Marktanalysebesluit zakelijke 24-uurs post	30
6.3	Verordening grensoverschrijdend pakketvervoer	31
	<b>Bijlage 1: deelnemende bedrijven</b>	<b>32</b>

## 1 Kernpunten

Met dit rapport laat de ACM zien hoe het gaat met de bezorgmarkt, bestaande uit de post- en pakketenmarkt. We laten zien welke delen van de markt groeien, welke krimpen, en hoe prijzen zich ontwikkelen. Ook kijken we naar innovatie en de effecten van concurrentie op kansen en keuzes voor aanbieders en afnemers. De belangrijkste bevindingen zijn:

### *Omvang van de markt*

- De bezorgmarkt, van post en pakketten samen, groeide in 2017 met 3% tot een omzet van: €3,24 miljard.
- Met nationale brievenbuspost is in 2017 €1,11 miljard omzet behaald. Er is 8% minder brievenbuspost verstuurd dan in 2016 en de omzet was 6% lager.
- Consumenten verstuurden 7% van de totale hoeveelheid brievenbuspost: 168 miljoen stuks, 10 per persoon. Dit zorgde voor €140 miljoen aan omzet.
- Zakelijke klanten verstuurden 2,42 miljard stuks brievenbuspost en hiermee werd een omzet behaald van bijna een miljard. Zakelijke post vormt 93% van de markt.
- Pakketvervoer deed het in 2017 beter dan in 2016. Het volume groeide met 16% naar 420 miljoen stuks en de omzet met 9% naar €2,1 miljard. De omzetgroei op pakketten is daarmee groter dan de krimp op brievenbuspost.

### *Concurrentie*

- De concurrentie op de postmarkt neemt toe: over het geheel gezien is het marktaandeel van PostNL enigszins gedaald en dat van de regionale vervoerders neemt toe. We zien wel verschillen: buiten de Randstad zijn veel kleinere regionale postvervoerders actief, en binnen de grote steden is dit aantal beperkt.
- Voor bezorging van 24-uurs post is er minder concurrentie dan voor de langzamere post. Zo'n 15 – 20% van de post van zakelijke klanten die 1 werkdag later wordt bezorgd, wordt bezorgd door anderen dan PostNL. Bij consumentenpost is het aandeel van PostNL nog een stuk groter. In de kerstperiode van 2017 bood Sandd voor het eerst kerstzegels aan voor consumenten en plaatste zij brievenbussen op retail locaties door het hele land. Sandd bezorgde in 2017 enkele procenten van de totale hoeveelheid consumentenpost.
- Bij de langzamere post is dit 35 – 40%. 35 – 40% van de post die later dan na één dag aankomt, wordt door andere bedrijven dan PostNL bezorgd.
- De prijsontwikkelingen zijn sterk gerelateerd aan de mate van concurrentie. Zo steeg de gemiddelde omzet per stuk voor consumentenpost met 8%. Dat is het deel van de markt met de minste concurrentie. De gemiddelde omzet per stuk voor zakelijke 24-uurs post blijft ook stijgen: het afgelopen jaar met 5%. Tussen 2012 en 2017 was de stijging gemiddeld 7% per jaar. Voor de post die er langer dan een dag over doet, ligt dit anders: de gemiddelde omzet per stuk schommelde de afgelopen 5 jaar tussen de €0,23 en €0,24 en daalde de afgelopen

twee jaar met 2% per jaar. Op dat deel van de markt is ook de meeste concurrentie.

- Sandd en Van Straaten Post kondigden in het tweede halfjaar van 2017 aan dat zij wilden fuseren. De ACM heeft deze fusie goedgekeurd. Sandd en Van Straaten Post zijn in dit rapport behandeld als twee aparte bedrijven, omdat de fusie tussen de twee bedrijven in 2017 nog niet was afgerond.
- Het vervoer van pakketten werd goedkoper. Voor zowel grensoverschrijdende als binnenlandse pakketten werd in 2017 minder per stuk betaald dan in 2016. PostNL was met een marktaandeel van ca. 60% de grootste partij voor de bezorging van pakketten waar zowel het verzendadres als het bezorgadres in Nederland liggen. De concentratie nam in dit segment licht toe, terwijl deze bij grensoverschrijdende pakketten juist afnam.
- Consumenten versturen hun pakketten voor het overgrote deel via PostNL. Bedrijven die pakketten sturen naar consumenten doen dat vooral via PostNL en DHL. Andere partijen zijn ook aanwezig in beide segmenten, maar zijn veel kleiner.

#### *Bezorgnetwerken*

- De meeste postvervoerders bezorgden in 2016 in dezelfde gebieden als in 2017. Een aantal bedrijven breidde hun bezorggebieden uit, vaak met een factor anderhalf tot twee. Enkele bedrijven bezorgden eind 2017 in minder postcodegebieden dan eind 2016.
- Postvervoerders (anders dan Sandd en PostNL) bezorgen zelf bijna 40% van de post van hun zakelijke klanten, ongeveer 30% wordt bezorgd door PostNL en de rest door andere postvervoerders. Het Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke post<sup>1</sup> legt vast onder welke voorwaarden postvervoerders toegang kunnen krijgen tot het netwerk van PostNL.
- Pakketvervoerders bezorgen deels met bezorgers die bij hen in dienst zijn, en werken deels met onderaannemers die ritten voor hen uitvoeren. Welk deel van de pakketten wordt bezorgd door eigen bezorgers en welk deel door ondernemers verschilt per partij.

#### *Investeringen en dienstverlening*

- Postvervoerders hebben in 2017 geïnvesteerd in hun bedrijven. Meerdere van hen hebben sorteermachines gekocht, transportmiddelen zoals busjes en elektrische fietsen, en hebben hun bedrijfssoftware voor planning en registratie verbeterd.
- Steeds meer pakketvervoerders nemen e-fulfilment op in hun dienstenpakket: de keten vanaf het moment van bestelling totdat het pakket bij de consument is bezorgd.
- Pakketkluisen waar bezorgers van verschillende bedrijven kunnen bezorgen, worden in Nederland veel minder gebruikt dan in bijvoorbeeld België.

---

<sup>1</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/17502/PostNL-moet-toegang-blijven-aanbieden-voor-24-uurs-partijenpost>

## 2 Over dit rapport

### *Achtergrond*

De ACM houdt sinds de liberalisering van de postmarkt in 2009 toezicht op de ontwikkelingen op deze markt. Hierover brengt zij verslag uit aan de Staatssecretaris van Economische Zaken. In de praktijk gaat het hierbij om ‘platte’ poststukken die door de brievenbus passen zoals brieven, mailings, dagbladen en tijdschriften. Sinds 2016 zijn ook de ontwikkelingen over pakketten aan dit verslag toegevoegd. De aanleiding hiervoor is de Marktscan Pakketten<sup>2</sup> waarin onder meer werd geconcludeerd dat het monitoren van de binnenlandse pakketmarkt noodzakelijk is door de toenemende concentratie op deze markt. In de volgende paragrafen wordt uitgelegd hoe de termen ‘post’ en ‘pakket’ in deze monitor worden gebruikt.

In deze monitor definieert de ACM *geen* markten in mededingingsrechtelijke zin of met het oog op marktanalyses. Wanneer in deze monitor het begrip ‘markt’ wordt gehanteerd, wordt hier dus geen markt in mededingingsrechtelijke zin mee bedoeld. Waar begrippen worden uitgelegd, wordt dit gedaan om het rapport leesbaar te maken en *niet* om deze ook in andere contexten te definiëren.

### *Postmarkt*

De “postmarkt”, zoals bedoeld in deze rapportage, betreft de Nederlandse markt voor geadresseerde brievenbuspost. In de praktijk gaat het hier om brieven, direct mail en periodieken. Een brief is een op een fysieke drager aangebrachte geadresseerde mededeling, volgens Artikel 2 lid 1a van de Postwet. Direct mail is wettelijk gezien ook een brief, maar in de markt worden andere tarieven gehanteerd voor deze partijen brievenbuspost waarvan de inhoud hetzelfde is en alleen de adressering verschilt. Een partij post die qua inhoud hetzelfde is, alleen verschilt in adressering en daar bovenop met een bepaalde frequentie wordt uitgegeven en bezorgd, wordt in deze monitor een periodiek genoemd. De nationale markt voor geadresseerde brievenbuspost betreft uitsluitend poststukken die van een Nederlands adres naar een Nederlands adres worden verzonden. Deze markt kan worden onderverdeeld in door consumenten verzonden poststukken (hierna: consumentenpost) en door zakelijke klanten verzonden poststukken (hierna: zakelijke post).

Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingen in de postmarkt stuurt de ACM jaarlijks een vragenlijst naar geregistreerde postvervoerbedrijven met een relevante omzet van minstens één miljoen euro. Over 2017 hebben 29 partijen gegevens aangeleverd. Deze zijn te vinden in Bijlage 1.

---

<sup>2</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/16412/Marktscan-pakketten-eindrapport>

### *Pakkettenmarkt*

Een postpakket wordt in het Postbesluit 2009 gedefinieerd als een geadresseerd verpakt poststuk dat zaken, niet zijnde brieven, bevat.<sup>3</sup> Voor deze monitor is aan partijen gevraagd om postpakketten inclusief brievenbuspakjes te rapporteren. Een brievenbuspakje is een pakket dat door de brievenbus past, deze vallen onder het bereik van het Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke post<sup>4</sup> en daarmee gelden de verplichtingen uit het besluit ook voor brievenbuspakjes. Het vervoer van brievenbuspakjes wordt door zowel post- als pakketvervoerders aangeboden. Er zijn ook pakketten die onder de definitie van expresdiensten vallen. Expres- en koeriersdiensten worden niet meegenomen in deze monitor.

Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingen op de pakkettenmarkt heeft de ACM vragenlijsten uitgestuurd naar dezelfde zes pakket- en expresvervoerbedrijven als in de Post & Pakkettenmonitor 2016, namelijk PostNL, DHL Parcel, DPD, GLS, UPS en TNT.

In 2017 heeft de ACM in het kader van het monitoren van de pakkettenmarkt met meerdere marktpartijen gesproken die in verschillende delen van de keten actief zijn. Belangrijke gesprekspunten waren de marktverhoudingen en segmentering, e-fulfilment en de toekomstige ontwikkelingen rondom de last mile (de laatste fase in de keten: het pakket wordt bezorgd). De bevindingen worden ook in dit rapport besproken.

### *Structuur*

De Post- en Pakkettenmonitor 2017 is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 3 beschrijft de nationale bezorgmarkt, bestaande uit de post- en pakkettenmarkt. Vervolgens gaat hoofdstuk 4 in op de diensten en tarieven en behandelt hoofdstuk 5 de onderwerpen netwerkdekking en uitbesteding. Tot slot beschrijft hoofdstuk 6 de ontwikkelingen in de regelgeving.

---

<sup>3</sup> Postbesluit 2009, artikel 1, lid e.

<sup>4</sup> ACM (2017) Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke post, p. 11,

<https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/17502/PostNL-moet-toegang-blijven-aanbieden-voor-24-uurs-partijpost>

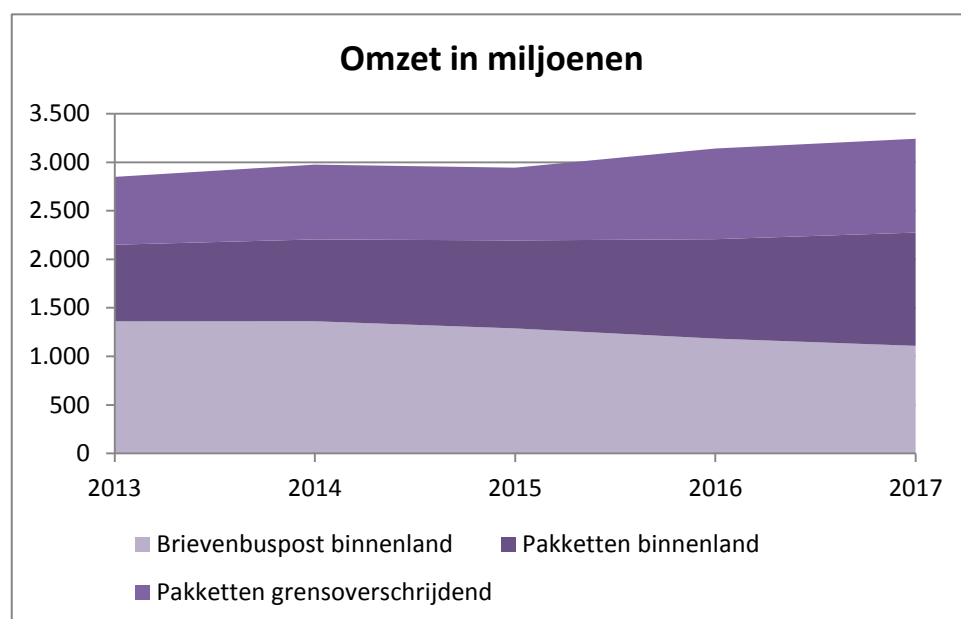
### 3 Overzicht van de bezorgmarkt

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de ontwikkelingen in de bezorgmarkt als geheel en de verschillende segmenten ervan. De verschillende segmenten zijn: consumentenpost, zakelijke post, binnenlands pakketvervoer en grensoverschrijdend pakketvervoer. De bezorgmarkt als geheel groeit. Voor consumentenpost is in 2017 gemiddeld meer betaald dan in 2016. Zakelijke post werd juist goedkoper. Door volumedalingen werd met binnenlandse post in totaal een lagere omzet behaald. Er werden meer pakketten verstuurd, en daar is ook meer omzet mee behaald dan in 2016. De markt voor binnenlands pakketvervoer blijft geconcentreerd, met PostNL als grootste speler en DHL Parcel als nummer twee. Voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn er meerdere partijen die ongeveer even groot zijn.

#### 3.1 Post en pakketten samen: de bezorgmarkt

Terwijl de omzet behaald met binnenlands postvervoer tussen 2016 en 2017 daalde, steeg de omzet behaald met pakketvervoer. Gecombineerd laat de omzet in de bezorgmarkt voornamelijk een stijgende lijn zien. Tussen 2016 en 2017 groeide de omzet met 3%.

Een groot deel van de bedrijven dat post vervoert, vervoert ook pakketten. Van de 29 postvervoerders die informatie hebben aangeleverd voor dit rapport, zijn er 24 ook actief in het vervoer van pakketten. Ook bieden 6 van deze bedrijven e-fulfilment diensten aan: diensten voor webshops, zoals voorraadbeheer en orderafhandeling. Gecombineerd groeien de omzetten die behaald worden met pakketvervoer (6 deelnemers) en binnenlands postvervoer (29 deelnemers), zie de grafiek hieronder.



*Omzet behaald in Nederland met pakketvervoer en binnenlands postvervoer.*

#### *Post: krimp en kansen*

In 2017 zijn er 2,59 miljard stuks brievenbuspost<sup>5</sup> verstuurd, en daarmee is een omzet van €1,11 miljard behaald. Ten opzichte van 2016 betekent dit dat het volume met 8% is gedaald en de omzet met 6%. De omzet daalt net als voorgaande jaren minder sterk dan het volume. PostNL en Sandd zijn de twee grootste partijen actief in deze markt.

Ondanks de krimp in de markt heeft meer dan de helft van de postvervoerders die zowel in 2016 als in 2017 gegevens hebben aangeleverd voor deze monitor in 2017 een minimaal even hoge omzet behaald als in 2016. Zes van deze bedrijven hadden in 2017 een meer dan 20% hogere omzet. Bij twaalf bedrijven, waaronder PostNL, is de omzet gedaald ten opzichte van 2016.

#### *Meer pakketten*

De ACM beschikt niet over een volledig overzicht van het aantal pakketvervoerders in Nederland. Aan de zes pakketvervoerders die in deze monitor zijn meegenomen is gevraagd om alleen hun pakketdiensten te rapporteren en niet hun expresdiensten. Gezamenlijk bezorgden deze zes pakketvervoerders 420 miljoen pakketten in 2017, wat goed was voor een omzet van totaal €2,13 miljard. Het volume is ten opzichte van 2016 gestegen met 16% en de omzet met 9%. Het aantal bezorgde pakketten is dus net als in voorgaande jaren verder toegenomen. PostNL en DHL Parcel waren ook in 2017 de twee grootste pakketvervoerders op de binnenlandse markt voor pakketvervoer. Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn de verhoudingen in 2017 niet veranderd ten opzichte van 2016 en zijn UPS en DPD de grootste twee pakketvervoerders op basis van het aantal bezorgde pakketten.

#### *Conclusie*

De omzet in de bezorgmarkt, van brievenbuspost en pakketten samen, groeit. Post en pakketten laten verschillende trends zien: er worden minder brieven en kaarten, en juist meer pakketten verstuurd. Bedrijven laten verschillende reacties zien op deze trends en niet voor elk bedrijf in de bezorgmarkt pakt de groei hetzelfde uit. Een aantal postvervoerders krimpt sneller dan gemiddeld in de postmarkt, anderen weten juist sterke groei te realiseren. Een deel van de pakketvervoerders groeit nog sneller dan de pakketmarkt, anderen hebben een meer stabiele omzet.

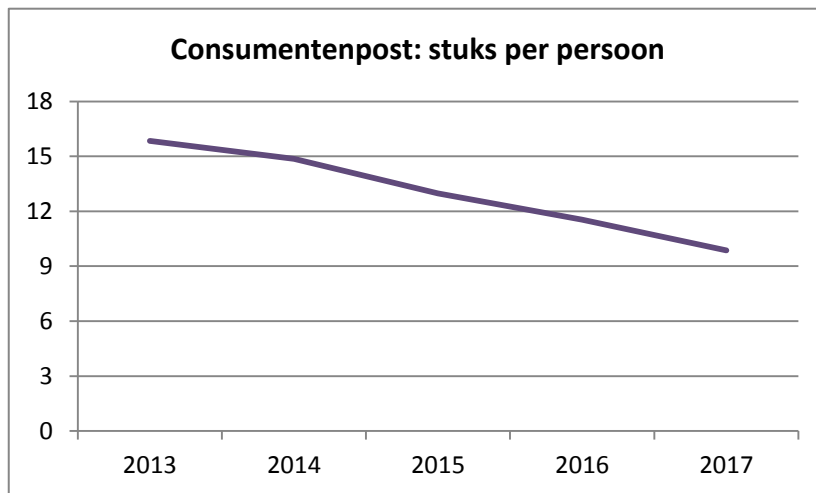
---

<sup>5</sup> Brievenbuspakjes met track and trace worden in deze monitor meegeteld onder pakketten.



### 3.2 Consumentenpost

Consumenten hebben in 2017 168 miljoen poststukken verstuurd, wat 14% minder is dan in 2016. Dit zijn gemiddeld 10 stuks per Nederlander<sup>6</sup> terwijl het in 2016 gemiddeld 12 stuks waren.

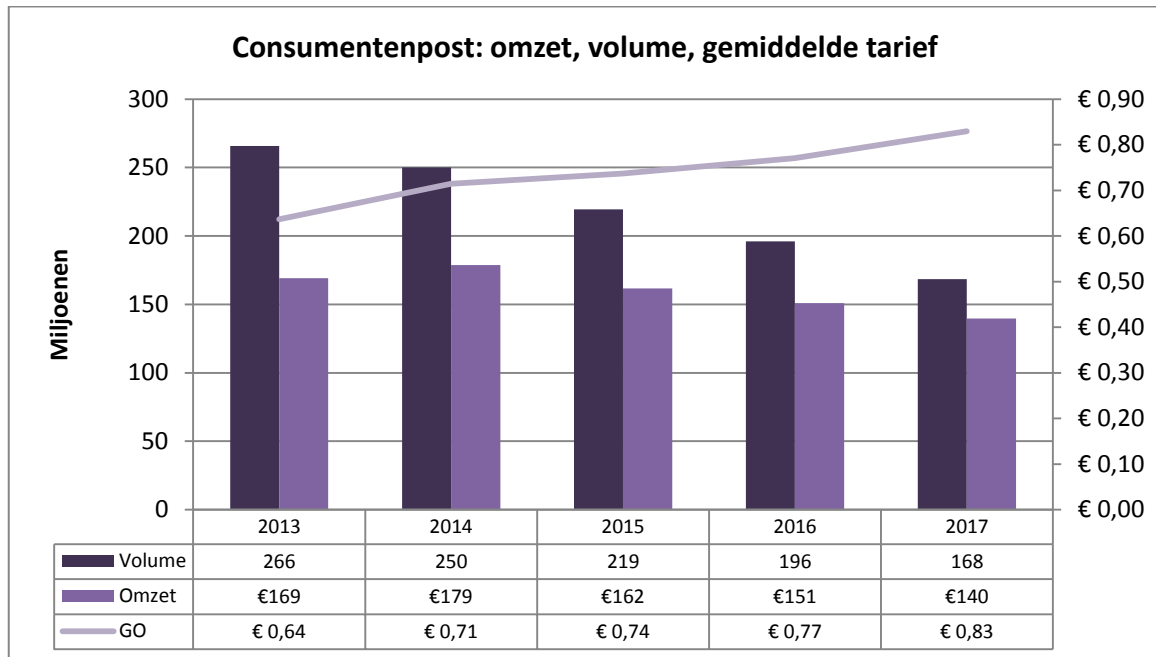


Aantal stuks consumentenpost per persoon, 2013 – 2017.

Consumentenpost vormt daarmee 7% van het totale volume in de postmarkt. In 2016 was dit ook 7%. Het bedrag dat gemiddeld per stuk betaald werd, steeg in 2017 ten opzichte van 2016. Dit gemiddelde omvat allerlei soorten tarieven, voor verschillende types en gewichten poststukken.

Het belangrijkste tarief is de postzegel. PostNL verhoogde in 2017 de prijs van een postzegel voor brieven tot en met 20 gram voor binnenlandse bestemmingen van €0,73 naar €0,78. Consumenten betaalden in 2017 ruim anderhalf keer zo veel per poststuk als in 2012. PostNL is de grootste partij voor de bezorging van consumentenpost. Op veel kleinere schaal verzorgen enkele andere partijen ook post van consumenten. Sandd collecteert en bezorgt in het hele land 72-uurs consumentenpost, in de kerstperiode op grotere schaal dan de rest van het jaar. In 2017 bezorgde Sandd consumentenpost alleen richting het einde van het jaar en daarom komt deze nieuwe dienst nog niet sterk tot uitdrukking in de cijfers in deze monitor. Verder zijn er ook partijen die eigen postzegels uitgeven voor de regio waarin zij bezorgen.

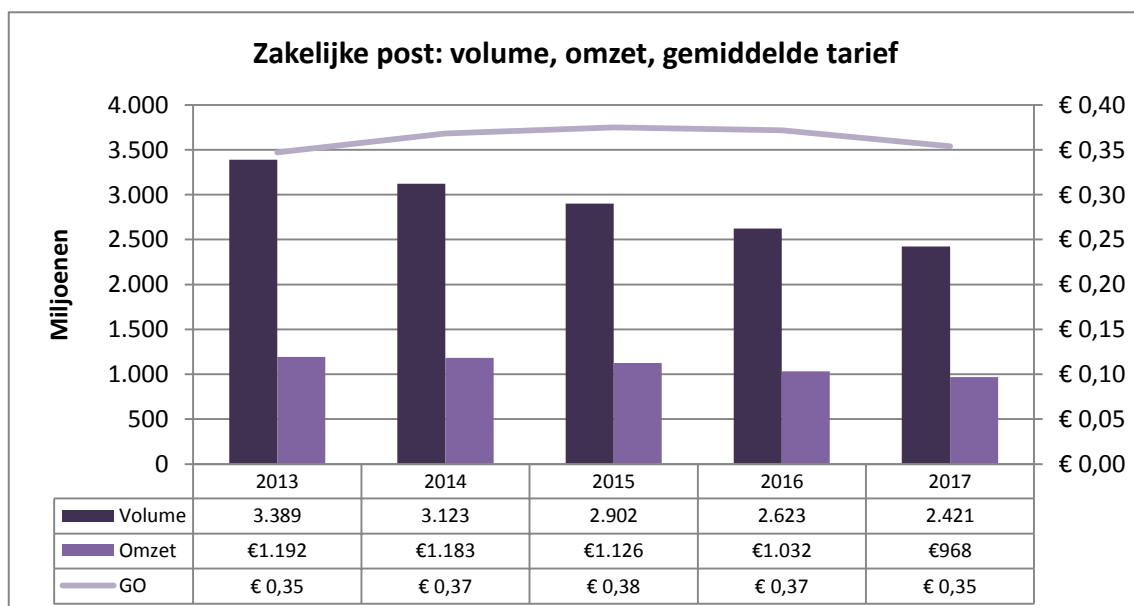
<sup>6</sup> De omvang van consumenten post is niet gelijk aan de omvang van de universele postdienst (UPD). De UPD bevat namelijk ook poststukken van bedrijven, waaronder frankeermachinepost, en internationale partijenpost.



Omzet, volume en gemiddelde omzet (GO) per stuk voor consumentenpost.

### 3.3 Zakelijke post

De omvang van de zakelijke postmarkt was 2,42 miljard stuks en €968 miljoen omzet. Dat is 93% van de post. Van 2013 tot 2015 steeg de gemiddelde omzet per stuk in de zakelijke markt elk jaar, van €0,35 naar €0,38 per stuk. In 2017 lag de gemiddelde omzet weer op het niveau van 2013.



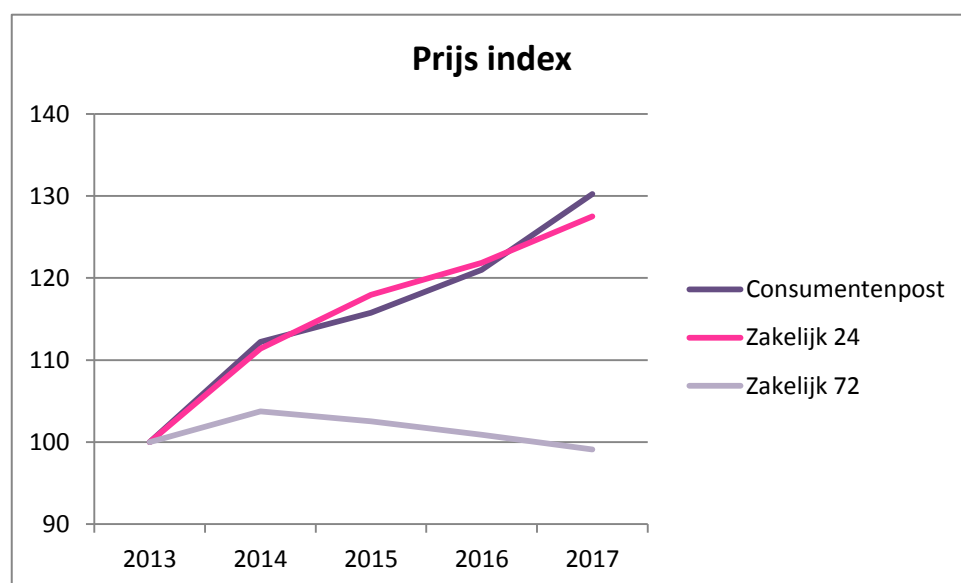
Omzet, volume en gemiddelde omzet (GO) per stuk voor zakelijke post.

De mate van concurrentie verschilt sterk tussen de 24-uurs en de langzamere post. Van de 24-uurs post wordt veruit het grootste volume door PostNL verwerkt. De concurrentie heeft een groter aandeel in de segmenten van de 48- en 72-uurs post. In deze segmenten wordt ruim een derde van de post van zakelijke klanten (die geen postvervoerbedrijf zijn) aangeboden aan andere bedrijven dan PostNL.

PostNL is ook op de zakelijke markt veruit de grootste speler. Daarna volgt Sandd<sup>7</sup> als tweede grote partij. De andere 27 partijen die in 2017 hebben deelgenomen aan de monitor hebben gezamenlijk een marktaandeel van circa 11% qua omzet en 7% qua volume.

### 3.4 Concurrentie en prijzen

Wanneer consumenten en bedrijven kunnen kiezen tussen verschillende aanbieders, zijn de prijzen lager. Op de postmarkt is dit ook te zien. Consumenten konden tot en met 2017 hun post vrijwel alleen via PostNL versturen. Alternatieven zijn veel kleinschaliger, werken regionaal, en/of hebben minder brievenbussen. Sandd begon eind 2017 met postbezorging voor consumenten. Consumenten betaalden in 2017 gemiddeld 30% meer per brief of kaartje dan in 2013.



*Prijsindices consumentenpost, zakelijke 24-uurs post, en zakelijke 72-uurs post. 2013 = 100.*

Ook zakelijke afnemers hebben er last van wanneer er weinig concurrentie is op een markt. De markt voor 24-uurs post is voor een groot deel in handen van PostNL. In 2017 betaalden bedrijven voor poststukken die de volgende dag bezorgd moeten worden gemiddeld bijna 30% meer dan in 2013.

Voor post die pas na drie dagen bezorgd hoeft te worden, kunnen bedrijven wel bij meerdere aanbieders terecht. De prijsontwikkeling in deze markt is hierdoor ook heel anders dan op de 24-uurs markt. Na een stijging in 2014 is de gemiddelde prijs die werd betaald voor 72-uurs post elk jaar

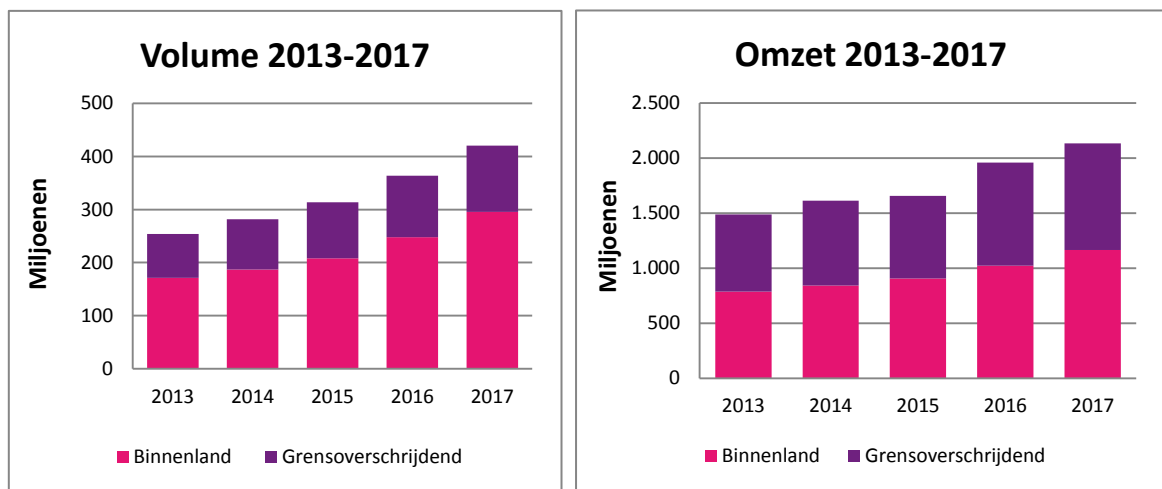
<sup>7</sup> Sandd en Van Straaten Post zijn in deze monitor nog twee aparte bedrijven omdat de fusie in 2017 nog niet was afgerond.

gedaald. In 2017 betaalden bedrijven gemiddeld minder per 72-uurs poststuk dan in 2013.

De prijsontwikkeling is daarmee sterk gerelateerd aan de mate van concurrentie. Op het deel van de markt met de minste concurrentie stijgen de prijzen het snelst, en op het deel van de markt met de meeste concurrentie dalen de prijzen.

### 3.5 Pakketten

In 2017 is het volume van de pakkettenmarkt verder toegenomen naar een totaal van 420 miljoen stuks<sup>8</sup>. Dit is een stijging van 16% ten opzichte van 2016, toen het volume pakketten 364 miljoen was. Zowel het volume binnenlands pakketvervoer als het volume grensoverschrijdend pakketvervoer zijn in 2017 gestegen. Het binnenlands pakketvervoer groeide in 2017 harder dan het grensoverschrijdend pakketvervoer. Het binnenlands pakketvervoer is ten opzichte van 2016 met 19% toegenomen naar een volume van 295 miljoen pakketten terwijl het grensoverschrijdend pakketvervoer gestegen is met 8% naar een volume van 125 miljoen pakketten. De totale omzet voor de gehele markt is ook in 2017 weer verder toegenomen naar een totaal van €2,13 miljard. Dit is een stijging van 9% ten opzichte van 2016, toen de omzet €1,96 miljard bedroeg.



Volume en omzet binnenlandse en grensoverschrijdende pakketten.

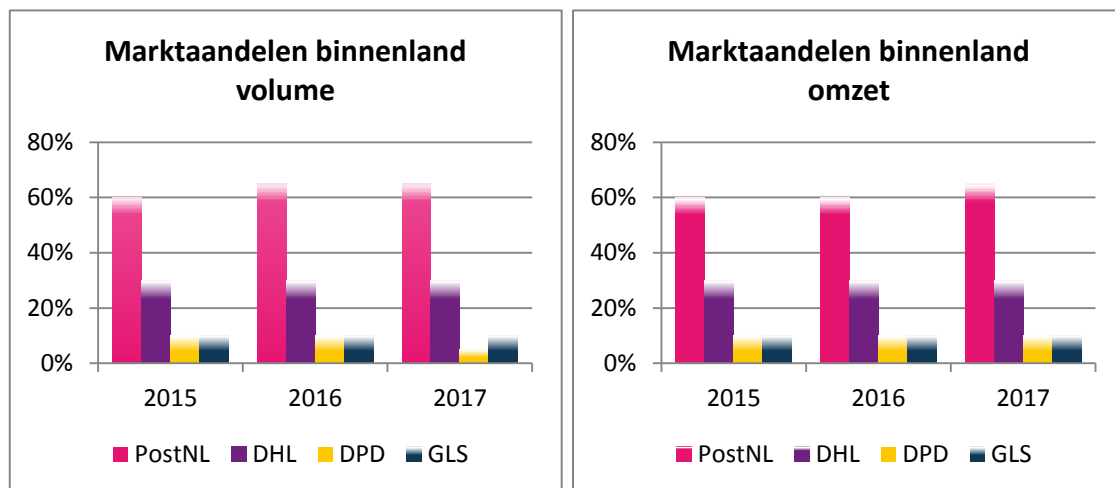
#### Marktverhoudingen: binnenlands pakketvervoer

De binnenlandse markt voor pakketvervoer omvat al het pakketvervoer in Nederland waar zowel het verzendadres als het bezorgadres in Nederland liggen. Voor het bepalen van de marktverhoudingen op de binnenlandse markt voor pakketvervoer zijn de volumes en de bijbehorende omzetten van PostNL, DHL Parcel, DPD en GLS meegenomen.<sup>9</sup> PostNL is net als in voorgaande jaren de grootste pakketvervoerder op deze markt. Het marktaandeel van PostNL was in 2017 op basis van volume 60-

<sup>8</sup> Twee partijen hebben gecorrigeerde data aangeleverd over dit onderwerp, voor de jaren 2013 – 2016. In deze monitor is de gecorrigeerde data gebruikt.

<sup>9</sup> Twee partijen hebben gecorrigeerde data aangeleverd over dit onderwerp, voor de jaren 2013 – 2016. In deze monitor is de gecorrigeerde data gebruikt.

65% en op basis van omzet 60-65%. Het marktaandeel van PostNL is ten opzichte van 2016 op basis van volume gelijk gebleven en op basis van omzet licht gestegen. DHL Parcel is net als in de voorgaande jaren de tweede partij op de markt voor binnenlands pakketvervoer. Het marktaandeel van DHL Parcel was in 2017 op basis van zowel volume als omzet 25-30%. DPD en GLS zijn de derde en vierde partij met beide een marktaandeel van 5-10% op basis van volume als omzet. Het marktaandeel van beide partijen is ten opzichte van 2016 licht gedaald.



Marktaandelen binnenlands pakketvervoer op basis van volume en omzet.

Met name de twee grootste pakketvervoerders PostNL en DHL Parcel hebben kunnen profiteren van de volumegroei op de binnenlandse pakkettenmarkt. In de Post & Pakkettenmonitor 2016 heeft de ACM door middel van het gebruik van de Herfindahl-Hirschman Index (hierna: HHI)<sup>10</sup> al geconstateerd dat de concentratie op deze markt verder is toegenomen ten opzichte van de jaren daarvoor. Op basis van de marktaandelen in de binnenlandse pakkettenmarkt blijkt dat de HHI in 2017 4.530 was. De concentratie is op deze markt ten opzichte van 2016 licht toegenomen. Toen was de HHI 4.436.

### Marktverhoudingen: grensoverschrijdend pakketvervoer

De markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer omvat al het pakketvervoer van een verzendadres in Nederland naar een bezorgadres buiten Nederland en het pakketvervoer van een verzendadres buiten Nederland naar een bezorgadres in Nederland. Voor het bepalen van de marktverhoudingen op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn net als in de Post & Pakketmonitor 2016 de volumes en de bijbehorende omzetten van PostNL, DHL Parcel, DPD, GLS, TNT en UPS meegenomen. Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer<sup>11</sup> liggen de verhoudingen anders dan op de markt voor

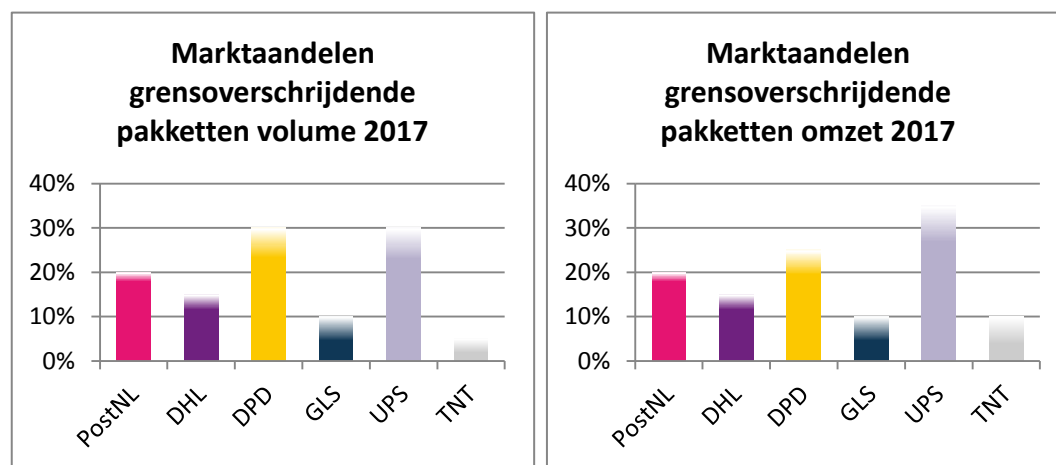
<sup>10</sup> De HHI wordt berekend door de gekwadrateerde marktaandelen (in percentage) van alle spelers in de markt bij elkaar op te tellen en ligt tussen 0 (volledige concurrentie) en 10.000 (monopolie). Als in markt de HHI groter is dan 2.000 wordt deze over het algemeen als geconcentreerd gezien.

<sup>11</sup> Een partij heeft gecorrigeerde data aangeleverd over dit onderwerp, voor de jaren 2013 – 2016. In deze monitor is de gecorrigeerde data gebruikt.

binnenlands pakketvervoer. Voor de berekening van marktaandelen op deze markt zijn ook volumes en omzetten van UPS en TNT meegenomen voor zover dit pakketdiensten betreft.

Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer was UPS op basis van omzet in 2017 de grootste pakketvoerder met een marktaandeel van 30-35%. DPD, DHL Parcel en PostNL hebben op basis van omzet een vergelijkbaar marktaandeel van respectievelijk 20-25% voor DPD en 15-20% voor PostNL en DHL Parcel. GLS en TNT zijn een stuk kleiner met een marktaandeel van 5-10% op basis van omzet. Ten opzichte van vorig jaar zien we dat het marktaandeel van UPS (op basis van omzet) licht is afgenomen, hier hebben alle andere pakketvervoerders van kunnen profiteren.

De marktverhoudingen op basis van volume laten zien dat in 2017 DPD de grootste pakketvoerder was met een marktaandeel van 25-30%. In 2016 was UPS nog de grootste pakketvoerder op deze markt op basis van volume. Het marktaandeel van UPS is in 2017 afgenomen t.o.v. 2016, waardoor UPS na DPD de tweede partij is met een marktaandeel van 25-30%. Het marktaandeel van UPS was in 2016 nog 30-35%. PostNL is de derde partij op de markt met een marktaandeel van 15-20% op basis van volume.



Marktaandelen grensoverschrijdend pakketvervoer op basis van volume en omzet.

De HHI voor de markt van grensoverschrijdend pakketvervoer was in 2017 2.225. De concentratie is op deze markt ten opzichte van 2016 licht afgenomen. Toen was de HHI 2.405. De markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer is minder sterk geconcentreerd dan de markt voor binnenlands pakketvervoer. Dit zien we ook terug in de marktverhoudingen op deze markt. Waar op de markt voor binnenlands pakketvervoer PostNL en DHL Parcel gezamenlijk, kijkend naar het volume, net als in 2016 bijna 90% van de markt in handen hebben, zien we op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer dat ook in 2017 vier pakketvervoerders nodig zijn om dit percentage te halen.

## 4 De segmenten in detail

Dit hoofdstuk gaat in paragraaf 4.1 dieper in op de zakelijke postmarkt en in 4.2 op pakketdiensten. Aan de hand van verschillende doorsnedes geven we inzicht in de gemiddelde omzetten. Tot slot worden in 4.3 innovaties in de post- en pakketmarkt beschreven.

### 4.1 Gemiddelde omzetten post

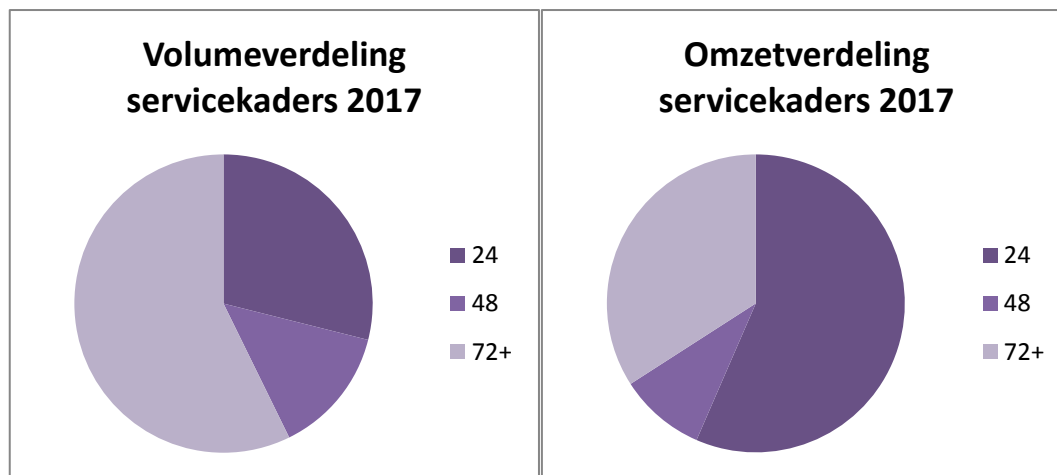
Deze paragraaf gaat dieper in op de zakelijke postmarkt. De verschillende doorsnedes die worden gemaakt zijn op basis van bezorgtijd, jaarvolume van klanten, aard van het poststuk, gesorteerd of ongesorteerd, en nationaal of grensoverschrijdend.

#### Bezorgtijd

Voor de afgesproken bezorgtijd bestaan drie categorieën:

- een dag na aanlevering (24-uurs post),
- twee dagen na aanlevering (48-uurs post) of
- drie of meer dagen na aanlevering of zonder afgesproken bezorgtijd (72-uurs post).

De afgelopen drie jaar is de verdeling tussen de percentages 24-uurs post, 48-uurs post en 72-uurs post stabiel gebleven. In de jaren daarvoor veranderde deze verhouding wel: 24-uurs post werd minder populair en bedrijven gingen meer gebruik maken van 72-uurs post. Nu is meer dan de helft van de zakelijke post 72-uurs post. Ongeveer 30% wordt de volgende dag bezorgd en de rest na twee dagen.



*Volumeverdelingen omzetverdeling over de verschillende servicekaders in 2017.*

Qua omzet is 24-uurs post al ruim vijf jaar even belangrijk: meer dan de helft van de omzet in de markt wordt hiermee behaald. 72-uurs post zorgt voor een derde van de omzet en de rest wordt behaald met 48-uurs post. De gemiddelde omzet per stuk van zakelijke 24-uurs post stijgt elk jaar. Bedrijven betalen elk jaar dus meer voor post die de volgende dag bezorgd wordt: in 2017 was dit gemiddeld €0,73. De prijs die gemiddeld betaald wordt voor langzamere post is veel stabiel. Voor 72-uurs post betaalden

bedrijven de afgelopen vijf jaar gemiddeld €0,23 per stuk en voor 48-uurs post gemiddeld €0,25.

#### Jaarvolumes van klanten

In het Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke post<sup>12</sup> is de markt naar de grootte van klanten als volgt ingedeeld:

- kleinzakelijk: minder dan 100.000 poststukken per jaar;
- middenzakelijk: tussen 100.000 en 2,5 mln poststukken per jaar;
- grootzakelijk: meer dan 2,5 mln poststukken per jaar.

De omzetten en volumes zijn als volgt verdeeld over de categorieën afnemers:

	Aantal stuks (mln)	Retail omzet (mln)	Omzet/stuk
Grootzakelijk (> 2,5 mln per jaar)	1.462	€347	€0,24
Middenzakelijk (100.000 - 2,5 mln)	524	€211	€0,40
Kleinzakelijk (< 100.000)	435	€349	€0,80
<b>Totaal</b>	<b>2.421</b>	<b>€907</b>	<b>€0,37</b>

Kleinzakelijke afnemers betalen per stuk gemiddeld ruim drie keer zo veel als grootzakelijke. Hier zijn verschillende mogelijke verklaringen voor. Zo kunnen zakelijke afzenders in aanmerking komen voor (volume)kortingen naarmate zij meer post versturen. Midden- en grootzakelijke klanten versturen vooral 48-uurs en 72-uurs post, waarvoor lagere tarieven gelden. Kleinzakelijke klanten maken vooral gebruik van de duurdere 24-uurs post. Verder zijn de samenstelling, het gewicht en de hoeveelheid die per keer wordt aangeleverd van invloed op de gemiddelde omzet per stuk. Ook maakt het uit of de post is voorgesorteerd of niet.

De grootzakelijke klanten worden uitsluitend bediend door PostNL en Sandd. Midden- en kleinzakelijke klanten maken ook gebruik van andere postvervoerbedrijven. Het marktaandeel van de andere postvervoerbedrijven groeit.

#### Soort poststuk

Er zijn verschillende soorten poststukken. In deze monitor gebruiken we de volgende categorieën:

- brieven
- direct mail: bijvoorbeeld identiek promotiemateriaal (wel geadresseerd)
- periodieke uitgaven: bijvoorbeeld tijdschriften

Er is een sterke samenhang tussen het type poststuk (brieven, direct mail en periodieke uitgaven) en het servicekader waarvoor wordt gekozen. Bedrijven willen ruim de helft van de brieven de volgende dag laten bezorgen, en meer dan een derde na drie dagen. Periodieke uitgaven worden voornamelijk

<sup>12</sup> Gepubliceerd door de ACM op 27 juli 2017: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/17502/PostNL-moet-toegang-blijven-aanbieden-voor-24-uurs-partijpost/>



aangeboden voor bezorging na twee of drie dagen, en direct mail voor ruim 90% voor bezorging na drie dagen. Dit is ook terug te zien in de gemiddelde tarieven voor de verschillende typen. Zo is het gemiddelde tarief van zakelijke brieven €0,50 terwijl het gemiddelde tarief voor direct mail en periodieken €0,22 is.

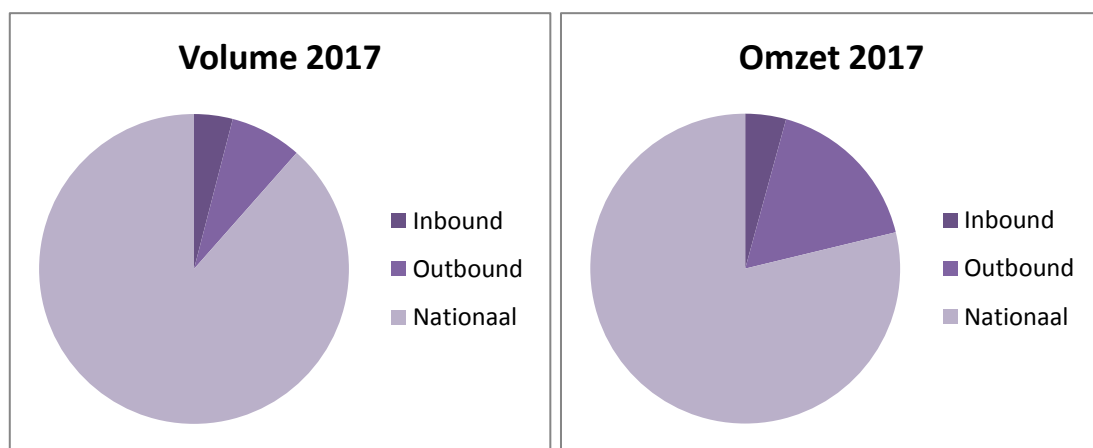
PostNL is voor alle typen poststukken de grootste speler. Van de brieven wordt slechts 15 – 20% bezorgd door andere spelers. Bij direct mail is dit circa een derde en bijna de helft van de periodieken wordt door anderen dan PostNL bezorgd.

#### Gesorteerde en ongesorteerde post

Als klanten post gesorteerd aanleveren, hoeft het postbedrijf minder sorteerhandelingen uit te voeren. Hierdoor kan het postbedrijf gesorteerde post tegen een lager tarief aanbieden. Van alle zakelijke post wordt 61% ongesorteerd aangeleverd. Het percentage ongesorteerd aangeleverde post is ten opzichte van voorgaande jaren licht gedaald. Vrijwel alle 24-uurspost (96%) wordt ongesorteerd aangeleverd, terwijl 47% van de niet-tijdkritische post ongesorteerd wordt aangeleverd.

#### Nationaal en grensoverschrijdend

Binnenkomende en uitgaande grensoverschrijdende post waren goed voor 12% van het volume en 21% van de omzet van zakelijke brievenbuspost. Nationale brievenbuspost gaf gemiddeld €0,37 omzet per stuk, binnenkomende internationale post gemiddeld €0,51 en uitgaande internationale post gemiddeld €1,09.



Volume- en omzetaandelen nationale, grensoverschrijdende binnenkomende en grensoverschrijdende uitgaande brievenbuspost.

## 4.2 Gemiddelde omzetten pakketten

Dit hoofdstuk gaat in op de verschillende pakketdiensten en beschrijft verschillende segmenten van de pakkettenmarkt. De verschillende segmenten worden hieronder toegelicht.

### Type afzenders en ontvangers

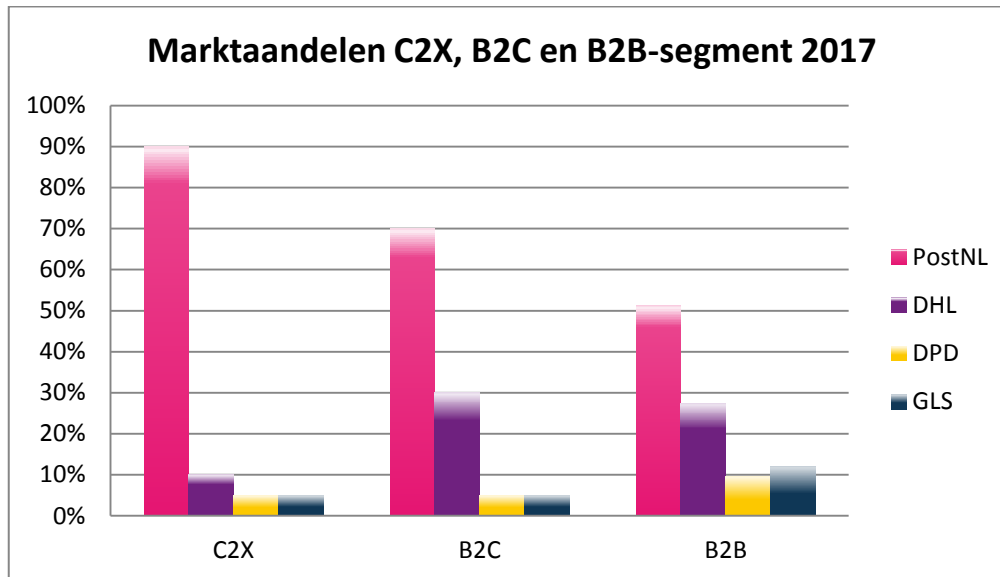
Pakketten zijn te onderscheiden op basis van het type afzenders en ontvangers. Hierdoor ontstaat de volgende verdeling:

- B2B-segment
- B2C-segment
- C2X-segment<sup>13</sup>

Het C2X-segment maakt het kleinste deel van de totale omvang van de markt voor binnenlands pakketvervoer uit. De omvang van het C2X-segment was in 2017 12,3 miljoen stuks en de omzet €67 miljoen. PostNL is net als in voorgaande jaren de grootste pakketvervoerder op het C2X-segment met een marktaandeel van 85-90% op basis van volume. Het merendeel van het totale volume pakketten op de binnenlandse pakkettenmarkt behoorde tot het B2C-segment. Het volume van het B2C-segment was in 2017 200 miljoen stuks en de omzet €662 miljoen. Dit segment is bijna volledig in handen van PostNL en DHL Parcel. PostNL is veruit de grootste pakketvervoerder op het B2C-segment met een marktaandeel van 65-70% op basis van volume. Het marktaandeel van DHL Parcel op het B2C-segment was in 2017 25-30% op basis van volume. Op het B2B-segment liggen de marktverhoudingen tussen de verschillende pakketvervoerders dicht bij elkaar. De omvang van het B2B-segment was in 2017 75 miljoen stuks en de omzet €386 miljoen. PostNL is op dit segment de grootste pakketvervoerder met een marktaandeel van 50-55% op basis van volume. DHL Parcel en GLS volgen met respectievelijk 25-30% en 10-15%.

---

<sup>13</sup> Deze afkortingen staan voor Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Consumer to Business/Consumer (C2X).



Marktaandelen C2X, B2C en B2B segmenten 2016, binnenlands pakketvervoer.

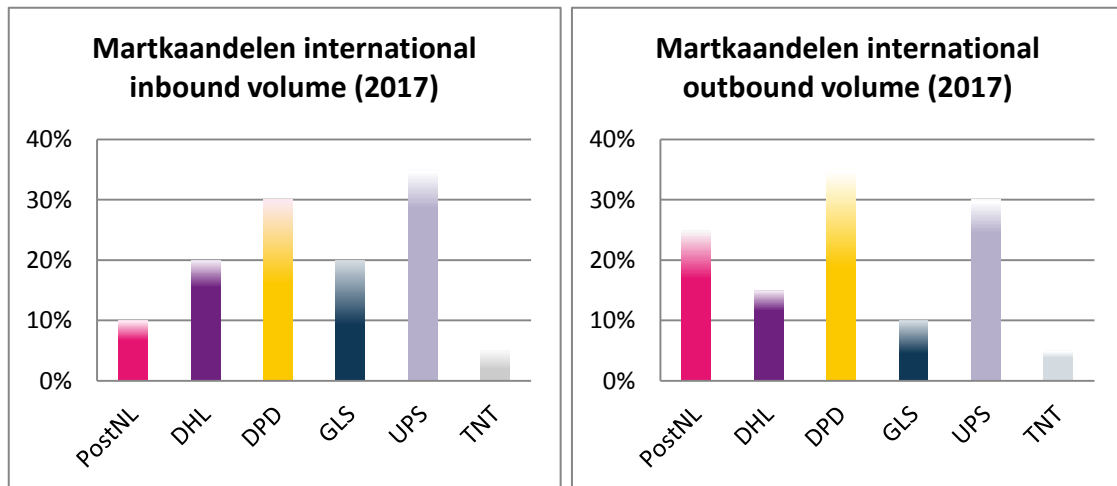
Bovenstaande segmentering heeft de ACM met marktpartijen besproken tijdens gesprekken over de ontwikkelingen op de pakkettenmarkt in 2017. De meeste, maar niet alle, marktpartijen herkenden deze segmentering. Gezien de sterke groei van de markt in combinatie met de hoge concentratiegraad op vooral het C2X en B2C segment gaat de ACM deze markt ook in mededingingsrechtelijke zin afbakenen. Dit betekent dat de ACM uitgebreid onderzoek gaat doen naar de producten, aanbieders en afnemers. Het onderzoek zal zich specifiek richten op de vraag of de verschillende segmenten tot dezelfde markt behoren of niet. Wanneer een markt mededingingsrechtelijk is afgebakend, kan de ACM beoordelen of er een dominante partij bestaat in de markt. Een dominante partij mag geen misbruik maken van zijn positie. Als de ACM een klacht ontvangt en de markt is al afgebakend, dan kan de ACM sneller ingrijpen als dat nodig is. Zo zorgen we dat alle bedrijven een eerlijke kans krijgen in deze groeiende markt.

#### Grensoverschrijdend pakketvervoer

Op de pakkettenmarkt wordt er ook een onderscheid tussen binnenlands pakketvervoer en grensoverschrijdend pakketvervoer gemaakt. In paragraaf 3.4 zijn de binnenlandse pakkettenmarkt en de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer en de verhoudingen tussen de verschillende pakketvervoerders op beide markten al aan bod gekomen. Net als op de markt voor binnenlands pakketvervoer kan ook de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer verder uitgesplitst worden, namelijk in binnenkomende internationale pakketten (*inbound*) en uitgaande internationale pakketten (*outbound*). Pakketvervoerders dienen voor het internationale verkeer ofwel beschikking te hebben over een wereldwijd luchttransportnetwerk en een bezorgnetwerk op de grond binnen en buiten Europa, ofwel aansluiting te hebben op een pakketvervoersnetwerk in het land van bestemming.

Het merendeel van het grensoverschrijdend pakketvervoer in Nederland bestond ook in 2017 uit pakketten die vanuit Nederland naar het buitenland zijn verzonden. Dit aantal nam ook toe: van 80

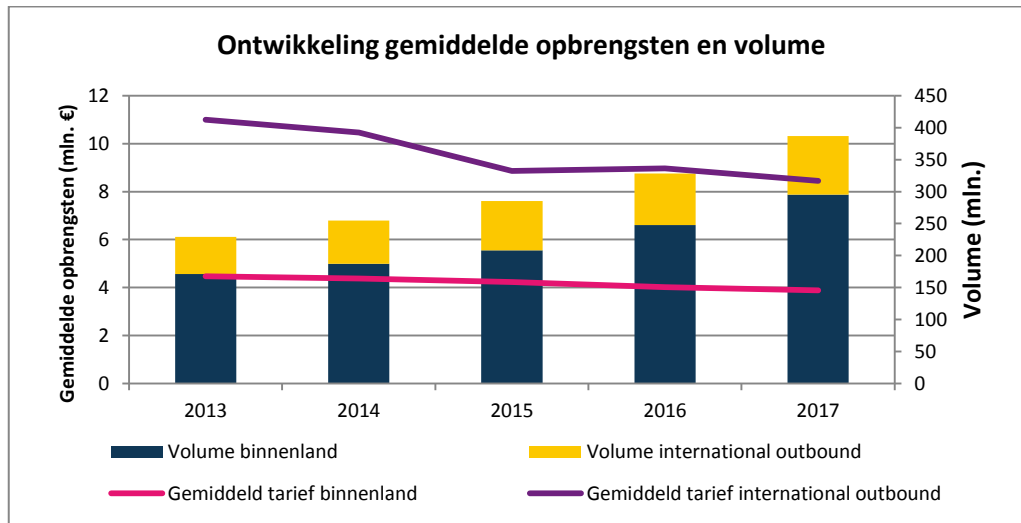
miljoen stuks in 2016 naar 91 miljoen stuks in 2017. DPD is de grootste pakketvervoerder op dit segment met een marktaandeel van 30-35% op basis van volume. Het volume van pakketten dat vanuit het buitenland naar Nederland is verstuurd is daarentegen licht afgenomen van 36 miljoen stuks in 2016 naar 35 miljoen stuks in 2017. UPS was in 2017 de grootste pakketvervoerder op het segment van inkomende internationale pakketten met een marktaandeel van 30-35% op basis van volume.



Markt aandelen grensoverschrijdende pakketten, op basis van volume.

#### Gemiddelde opbrengsten

In 2017 zijn de gemiddelde opbrengsten op de markt voor binnenlands pakketvervoer verder gedaald naar €3,88 per pakket, 3% minder dan in 2016. Het volume in de markt is over deze periode met 19% toegenomen. De gemiddelde opbrengst voor pakketten verstuurd vanuit Nederland naar het buitenland (*international outbound*) is in 2017 gedaald, nadat deze vorig jaar nog licht was gestegen. Deze gemiddelde opbrengst lag in 2017 op €8,45 per pakket. Dit is een daling van 6% ten opzichte van 2016. Het volume in de markt is over deze periode met 14% toegenomen.



*Ontwikkeling in volume en gemiddelde opbrengsten grensoverschrijdend pakketvervoer.*

De ACM heeft ook dit jaar onderzocht hoe belangrijk de top 5 grootste klanten zijn voor pakketvervoerders. Hoe belangrijk de top 5 is voor de omzet, verschilt per pakketvervoerder: de top 5 zorgde voor 16-47% van de omzet van de desbetreffende pakketvervoerder qua binnen Nederland verstuurd pakketten in 2017. Dit was bij de meeste pakketvervoerders meer dan in 2016. Samen waren de top 5 klanten van elk van de pakketvervoerders goed voor 28% van het volume en 18% van de omzet behaald met binnenlands pakketvervoer in 2017. Uit deze cijfers blijkt ook dat deze groep klanten gemiddeld gezien minder betaalt dan het gemiddelde van de hele markt.

Daarnaast heeft de ACM de top 5 grootste klanten (op basis van omzet) die de pakketvervoerders in 2017 hebben verloren meegenomen in haar analyse. Uit deze top 5 nam de grootste overgestapte klant van een pakketvervoerder gemiddeld 0,2% van de omzet van de desbetreffende partij met zich mee. Dit duidt erop dat met name kleinere klanten overstappen naar een andere pakketbezorger en dat grotere klanten minder geneigd zijn dit te doen.

### 4.3 Innovaties en ontwikkelingen in de dienstverlening

In 2017 is Sandd begonnen met collectie en bezorging van brieven voor consumenten. Sandd introduceerde een kerstzegel van €0,50 en bezorgde deze post, net zoals haar andere post, twee dagen in de week. Poststukken met een Sandd kerstzegel konden via de Sandd-brievenbussen verstuurd worden, die te vinden waren in winkels in het hele land. Na de kerstperiode van 2017 is Sandd door gegaan met post voor consumenten. Een normale Sandd postzegel kost €0,60. Deze post wordt net zoals de kerstpost van Sandd twee keer per week bezorgd en kan verstuurd worden vanuit postpunten in het hele land.

De meeste postvervoerbedrijven die hebben deelgenomen aan deze monitor hebben geïnvesteerd in hun processen en dienstverlening. De meesten hebben geïnvesteerd in transportmiddelen, waarbij het opvalt dat elektrische fietsen regelmatig genoemd worden. Veel postvervoerders hebben ook

geïnvesteed in software voor routeplanning, roosteren en apps voor hun bezorgers. Grote investeringen zijn ook gedaan, zoals in sorteermachines en het verbeteren van de bedrijfslocaties. Een aantal bedrijven is ook diensten gaan aanbieden en producten die zij eerder nog niet aanboden, zoals fietskoeriersdiensten, brievenbuspakjes en eigen kerstzegels.

Steeds meer bedrijven bieden e-fulfilment diensten aan. E-fulfilment omvat de gehele keten voor de afhandeling van een pakket vanaf het moment dat de bestelling via een webshop geplaatst wordt tot dat de bestelling bij de consument is bezorgd. Uit de gesprekken met marktpartijen over de pakkettenmarkt is gebleken dat pakketvervoerders achterwaarts integreren op de pakkettenmarkt door ook op de first mile hun diensten aan te bieden. De verschuiving van pakketvervoerders van de last mile naar de gehele e-fulfilment keten is een logische beweging omdat het hen de mogelijkheid biedt om de volledige afhandeling van bestellingen uit handen te nemen van webwinkels. Dit zorgt ervoor dat pakketvervoerders een meerwaarde kunnen vormen voor webwinkels die zij door alleen actief te blijven op de last mile niet zouden kunnen bieden. Webwinkels hebben hier ook steeds meer behoefte aan gezien de toename van het aantal online bestellingen in Nederland en de concurrentie tussen de grote webwinkels waarbij snelle bezorging een belangrijke rol speelt.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.logistiek.nl/distributie/nieuws/2018/01/bol-com-zint-op-2-uurslevering-voor-eind-2018-101161940>

## 5 Netwerkdkking en uitbesteding

### 5.1 Brievenbuspost

PostNL heeft een nationaal dekkend netwerk voor 5-daagse collectie en bezorging van consumentenpost en zakelijke post. Sandd heeft een uitgebreid netwerk waarmee post twee keer per week mee bezorgd wordt. De overige postvervoerders hebben een lokaal of regionaal netwerk voor bezorging tot 5 dagen per week. Voor post buiten hun verzorgingsgebied maken ze gebruik van zowel het netwerk van PostNL als van de netwerken van andere postvervoerders.

#### Collecteren

PostNL beschikt over een landelijk dekkend, fijnmazig collectienetwerk. Dit netwerk bestond eind 2017 onder meer uit 14.992 straatbrievenbussen en 1.705 servicepunten. Met dit netwerk kan PostNL post verzamelen van particulieren, kleine bedrijven en grootzakelijke afzenders. PostNL is het aantal brievenbussen aan het afbouwen van 19.000 naar 8.700 en het aantal servicepunten van 2.500 naar 1.000. De poststukken die via deze brievenbussen worden verstuurd, zijn onderdeel van de universele postdienst (UPD). Binnenlandse brieven binnen de universele postdienst moeten op jaarbasis in gemiddeld 95% van de gevallen de volgende dag worden bezorgd.<sup>15</sup> PostNL scoort hierop met 95,4% in 2017 lager dan in 2016.<sup>16</sup> Van de inwoners van Nederland beschikt, volgens PostNL, 99,7% over een vestiging met volledig postassortiment binnen een straal van 5 kilometer; van de inwoners in buitengebieden betreft dit 98,2%.<sup>17</sup> PostNL collecteert de zakelijke post op servicepunten (Business Point), op de business balies in de sorteercentra en via het ophalen van de post bij de klant (als een betaalde service).

Sandd beschikt over een centraal collectiepunt, namelijk zijn hoofdvestiging in Apeldoorn, waar zakelijke afzenders hun te bezorgen poststukken kunnen afleveren. Daarnaast heeft Sandd zo'n 20 kleinere vestigingen. In de kerstperiode 2017 collecteerde Sandd middels brievenbussen in winkels door het hele land ook consumentenpost met zijn kerstpostzegel. Na de kerstperiode is Sandd door gegaan met het collecteren van consumentenpost op ruim 500 locaties.

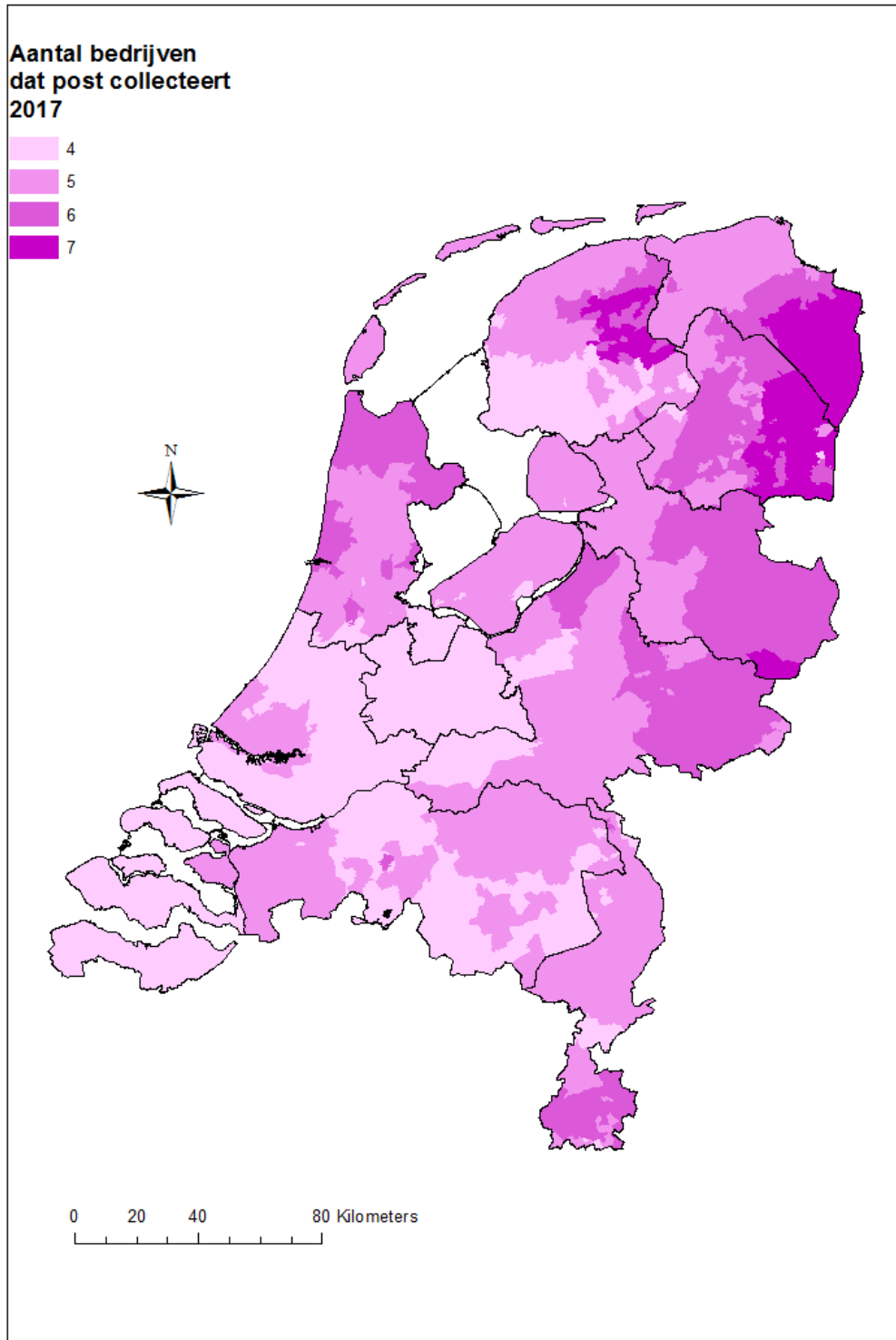
De overige bedrijven beschikken veelal over een geringer aantal collectiepunten. In onderstaande kaart van Nederland is aangegeven hoeveel postvervoerbedrijven in een postcodegebied collecteerden in 2017.

---

<sup>15</sup> Met uitzondering van zon- of maandagen en officiële feestdagen.

<sup>16</sup> Bron: <https://www.postnl.nl/klantenservice/bezorging-en-ontvangst/kwaliteit-postbezorging/>; dit percentage wordt nog beoordeeld door de ACM.

<sup>17</sup> Rapport Postvestigingenbeleid, Overzicht van de uitvoering in 2017. PostNL. Dit rapport wordt nog beoordeeld door de ACM.



*Aantal bedrijven dat post ophaalt, per postcodegebied, 2017.*



### Sorteren

PostNL beschikte in 2017 over zes sorteercentra. Vanaf deze sorteercentra wordt de post verdeeld over voorbereidingscentra, waar de post verder wordt gesorteerd en voorbereid voor bezorging. PostNL beschikt over apparatuur die grote hoeveelheden ongesorteerde en ongecodeerd aangeleverde post kan verwerken.

Sandd beschikt over een centrale vestiging (Apeldoorn) en over ruim 20 regionale vestigingen vanaf waar de post naar de postbezorgers wordt gebracht.

De overige postbedrijven werken zowel met handmatige sortering als sorteermachines. De ACM ziet dat de postbedrijven in 2017 hebben geïnvesteerd in sorteermachines en andere aspecten van automatisering van hun processen.

### Bezorgen

Eind 2017 waren er ruim 40.000 arbeidsplaatsen voor postbezorgers <sup>18</sup> Eind 2016 waren dat er nog bijna 43.000. PostNL bezorgt vijf keer per week in het hele land, daar is hij voor de universele postdienst toe verplicht. PostNL exploiteert als enige postvervoerder in Nederland postbussen. De ruim 106.000 postbussen zijn verspreid over 791 locaties. Sandd bezorgt twee keer per week, in grote delen van het land met eigen bezorgers. Bijna 90% van de postbezorgers werkt bij PostNL of Sandd.

De andere 27 postvervoerders bieden ook bezorging in het hele land aan. Vaak doen zij dat in kleinere delen van het land met eigen bezorgers, en de bezorging van de andere post besteden zij uit. Van deze groep bedrijven leverden er 25 in zowel 2016 als 2017 gegevens aan voor deze monitor. Bij 12 van hen groeide het aantal arbeidsplaatsen tussen 2016 en 2017, en bij 9 daalde dit aantal. Dit zorgde per saldo voor 150 extra arbeidsplaatsen.

Postvervoerders met een omzet van €2 miljoen of meer moeten vanaf 1 januari 2018 met minimaal 80% van hun bezorgers een arbeidsovereenkomst hebben.<sup>19</sup> De ACM is daarom in 2017 een onderzoek hiernaar gestart onder de postvervoerbedrijven. Op 22 maart 2018 publiceerde de ACM de conclusie dat de postvervoerbedrijven met minimaal 80% van de bezorgers een arbeidsovereenkomst hebben afgesloten en dat handhaving daarom niet nodig was.<sup>20</sup>

### Uitbesteding

Voor postbezorging buiten hun verzorgingsgebied maken de lokale en regionale postvervoerbedrijven gebruik van andere postvervoerders. PostNL bezorgde vrijwel alles zelf in 2017. Sandd bezorgde bijna driekwart zelf. De overige partijen besteedden de bezorging van ruim een derde van hun post uit, deels

---

<sup>18</sup> Bij de bedrijven die gegevens hebben aanleverd voor dit rapport.

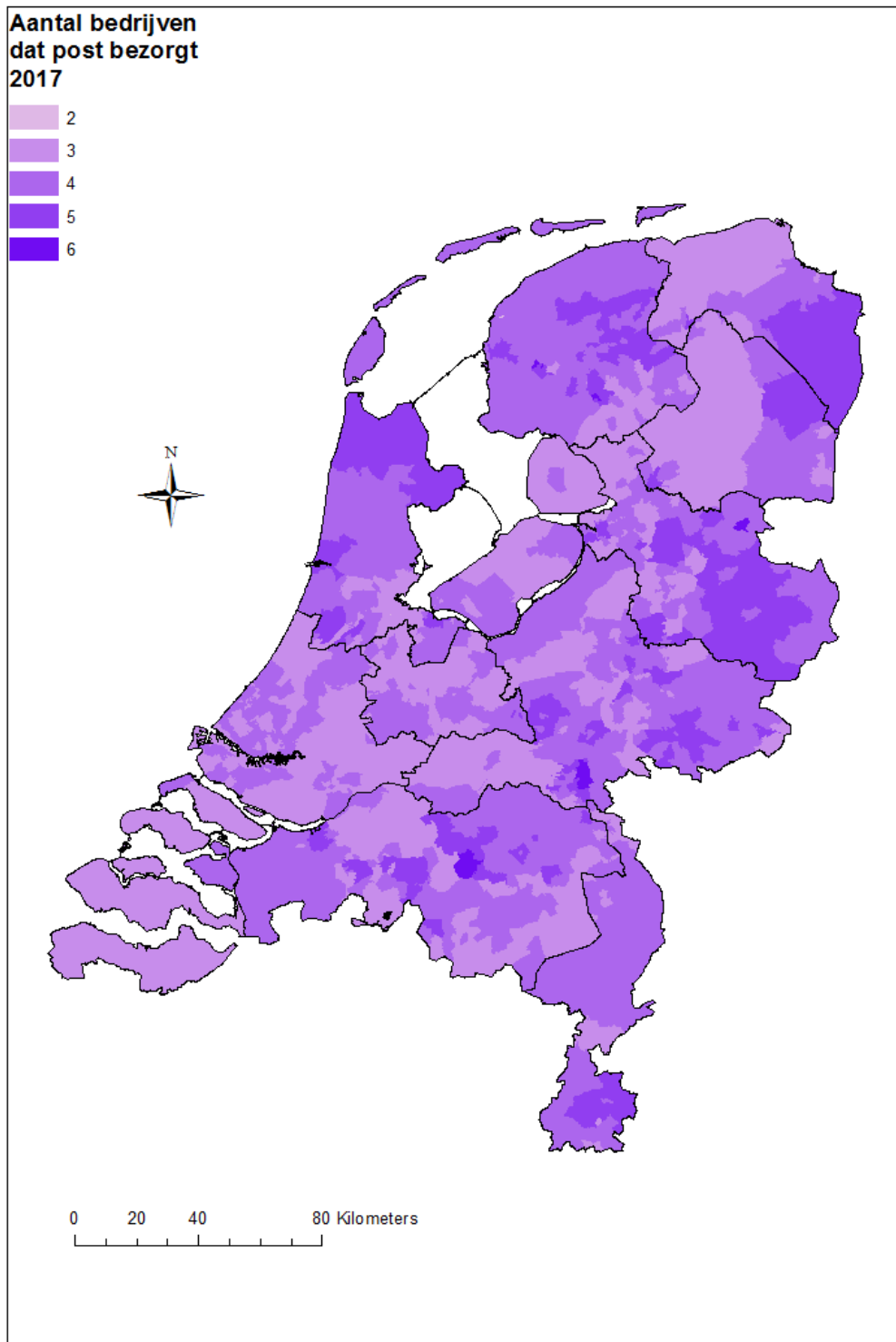
<sup>19</sup> <http://wetten.overheid.nl/BWBR0029800/2017-12-23>

<sup>20</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/postvervoerders-hebben-met-80-postbezorgers-arbeidsovereenkomst>

bij PostNL en deels bij andere postvervoerders. Dit geldt voor het geheel aan post dat deze postvervoerders verwerken, ook de post die zij voor andere postvervoerders bezorgen. Wanneer alleen wordt gekeken naar de post die zij van zakelijke klanten binnen krijgen, is het percentage dat aan PostNL wordt uitbesteed ruim 30%. Postvervoerders worden steeds minder afhankelijk van PostNL.

Postaanbieders per postcodegebied

De regionale en lokale postbedrijven zijn verspreid over het hele land voor wat betreft de gebieden waar zij bezorgen (zie kaart hieronder). Zij richten zich niet uitsluitend op dichtbevolkte gebieden; de Randstad is zelfs iets ondervertegenwoordigd.



*Aantal bedrijven dat post bezorgt, per postcodegebied, 2017.*

## 5.2 Pakketten

### Netwerk en infrastructuur

De grote pakketvervoerders beschikken allen over een (nagenoeg) landelijk dekkend collectie-, sorteer- en bezorgnetwerk voor pakketten. Alle pakketvervoerders hebben in 2017 investeringen gedaan ten behoeve van de verbetering van hun dienstverlening. De meeste pakketvervoerders hebben in 2017 geïnvesteerd in bedrijfsgebouwen, verbeteren van IT systemen en sorteermachines. DHL heeft bijvoorbeeld in 2017 aangekondigd een investering te gaan doen van €35 miljoen voor de bouw van een nieuw sorteercentrum in Amsterdam.<sup>21</sup> Ook PostNL heeft in 2017 meerdere investeringen gedaan om beter in te kunnen spelen op de groeiende vraag op deze markt.<sup>22</sup>

De verschillen in het aantal servicepunten tussen de pakketvervoerders zijn ook in 2017 groot. Met uitzondering van TNT hebben alle andere pakketvervoerders die in deze monitor zijn meegenomen een eigen netwerk van servicepunten. PostNL heeft veruit het grootste aantal servicepunten. Het aantal pakketpunten van DHL Parcel is het snelst gegroeid. DHL Parcel, PostNL en UPS beschikken naast bemande servicepunten ook over pakketkluisen. Gezamenlijk hadden deze drie pakketvervoerders in 2017 104 pakketkluisen in Nederland staan.

Pakketvervoerder	Aantal servicepunten (2016) <sup>23</sup>	Aantal servicepunten (2017) <sup>24</sup>
<b>PostNL</b>	2.817	3.038
<b>DHL Parcel</b>	1.352	2.015
<b>DPD</b>	775	750
<b>GLS</b>	620	673
<b>UPS Access Points</b>	836	825
<b>Totaal</b>	<b>6.400</b>	<b>7.459</b>

Uit de door de ACM opgevraagde cijfers blijkt dat ook in 2017 alleen PostNL en DHL Parcel *same day delivery* aanboden. Het aantal bezorgde *same day delivery* pakketten was ook in 2017 verwaarloosbaar klein. Ruim 90% van de pakketten op de markt voor binnenlands pakketvervoer is in 2017 binnen één werkdag bezorgd. Het resterende deel is binnen 2 dagen of langer bezorgd.

Pakketvervoerders (PostNL, DHL Parcel, DPD en GLS) kiezen voor verschillende mixen van manieren van bezorging. Sommige pakketvervoerders besteden het grootste deel van de bezorging van pakketten uit aan onderaannemers/derden, terwijl andere juist een groot deel van hun volume

<sup>21</sup> [https://www.dhl.nl/nl/pers/pers\\_berichten/berichten\\_2017/local/investering\\_van\\_35\\_miljoen\\_in\\_nieuw\\_sorteercentrum\\_voor\\_dhl\\_parcel\\_in\\_amsterdam.html](https://www.dhl.nl/nl/pers/pers_berichten/berichten_2017/local/investering_van_35_miljoen_in_nieuw_sorteercentrum_voor_dhl_parcel_in_amsterdam.html)

<sup>22</sup> <https://www.logistiek.nl/warehousing/nieuws/2017/09/postnl-opent-grootste-sorteercentrum-voor-pakketten-101158319>

<sup>23</sup> Op basis van de bij de ACM door pakketvervoerders aangeleverde cijfers.

<sup>24</sup> Op basis van de bij de ACM door pakketvervoerders aangeleverde cijfers..

pakketten zelf bezorgen. Onderstaande tabel geeft een overzicht op welke wijze de pakketten die in Nederland door eigen bezorgers van deze vier pakketvervoerders zijn bezorgd.

Bezorging van pakketten	
Pakketten besteld voor bezorging aan huis	90%
<i>% thuis afgeleverd</i>	91%
<i>% afgeleverd op een servicepunt</i>	6%
<i>% afgeleverd bij de bureaus</i>	4%
Pakketten besteld voor bezorging op een servicepunt	4%
Pakketten besteld voor bezorging in pakketkluisen of andere bezorgwijzen (kantoorpanden)	6%

Bezorging in pakketkluisen was een belangrijk onderwerp in de gesprekken die de ACM met marktpartijen heeft gevoerd over de ontwikkelingen in de pakkettenmarkt. De Nederlandse consument heeft op dit moment een voorkeur voor bezorging thuis. Dit beeld wordt bevestigd door de cijfers die de ACM in het kader van post & pakkettenmonitor bij pakketvervoerders heeft opgevraagd. Volgens de gesproken marktpartijen kunnen de verschillende pakketkluis-concepten een belangrijkere rol gaan vervullen dan nu het geval is. In België bijvoorbeeld, worden deze al veel meer gebruikt dan in Nederland. De belangrijkste voordelen van pakketkluisen die genoemd zijn door marktpartijen zijn de gegarandeerde aflevering bij de eerste bezorging (voordeel pakketvervoerder en consument), ophalen wanneer het de consument uit komt (voordeel consument) en meer bestellingen vanwege dit toegenomen gebruiksgemak (voordeel webwinkels). Pakketkluisen komen volgens marktpartijen alleen nog niet van de grond door het ontbreken van kritische massa. De ACM gaat nader onderzoeken of er problemen zijn op het gebied van mededinging die ervoor zorgen dat pakketvervoerders weinig werken met pakketkluisen.

## 6 Ontwikkelingen in de regelgeving

### 6.1 Kamerbrief over de toekomst van de postmarkt

Op 15 juni 2018 heeft de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat een brief naar de Tweede Kamer gestuurd over de toekomst van de postmarkt. De brief beschrijft het dalende volume brievenbuspost en het stijgende aantal pakketten dat wordt bezorgd, trends die de ACM herkent. De Staatssecretaris geeft aan dat het belangrijk is dat in deze bewegende markt de publieke belangen beschermd blijven. Daarom stelt de Staatssecretaris een aantal maatregelen voor, waaronder wetswijzigingen.

Een belangrijke bron van informatie voor de Kamerbrief was het advies dat volgde uit de Postdialoog<sup>25</sup>, die van januari tot en met mei dit jaar is gevoerd met ca. 40 partijen die betrokken zijn bij de postmarkt. De dialoog is daarnaast ondersteund met onderzoeken over consolidatie van de last mile en aanbesteding van de universele postdienst.<sup>26</sup> De ACM heeft op 28 juni tijdens een besloten technische briefing<sup>27</sup> Kamerleden geïnformeerd over ontwikkelingen op de postmarkt en de rol van de ACM.

Na het zomerreces wordt het traject over de postmarkt voortgezet. Tijdens het vervolg van het traject blijft de ACM betrokkenen voorzien van informatie over de postmarkt. Met de Post- en Pakkettenmonitor 2017 maakt de ACM de meest recente informatie over de markt publiek beschikbaar.

### 6.2 Marktanalysebesluit zakelijke 24-uurs post

Op 27 juli 2017 heeft de ACM het marktanalysebesluit zakelijke 24-uurs post<sup>28</sup> genomen. Hierin staat dat PostNL aan andere postvervoerbedrijven toegang moet blijven verlenen tot zijn sorteer- en bezorgnetwerk. Ook regionaal opererende postvervoerbedrijven kunnen daardoor landelijke bezorging van 24-uurs partijenpost aanbieden.

In het marktanalysebesluit stelt de ACM vast welke voorwaarden PostNL mag hanteren voor het bezorgen van deze post. Het gaat dan onder meer om de tijden waarop de andere postvervoerders hun post moeten aanleveren bij PostNL en om hoe de tarieven die PostNL bij hen in rekening mag brengen worden berekend. De rekenregels voor de tarieven zijn zo vastgesteld dat PostNL haar kosten kan terugverdienen en tegelijkertijd een redelijk rendement kan hebben. Ook houdt de ACM bij het vaststellen van de tarieven rekening met de dalende postvolumes.

---

<sup>25</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/06/01/advies-toekomst-postmarkt>

<sup>26</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/06/09/consolidatie-op-de-last-mile-van-postbezorging> en <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/05/03/aanbesteding-universele-postdienst>

<sup>27</sup> [https://www.tweedekamer.nl/debat\\_en\\_vergadering/commissievergaderingen/details?id=2018A02938](https://www.tweedekamer.nl/debat_en_vergadering/commissievergaderingen/details?id=2018A02938)

<sup>28</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/17502/PostNL-moet-toegang-blijven-aanbieden-voor-24-uurs-partijenpost>

De hoogte van de tarieven wordt nu bepaald. Op 14 mei heeft de ACM het ontwerp tariefbesluit PostNL zakelijke post gepubliceerd.<sup>29</sup> Hier konden partijen zes weken op reageren. De ACM is deze reacties nu aan het verwerken en zal in september of oktober het definitieve besluit publiceren.

### 6.3 Verordening grensoverschrijdend pakketvervoer

Op 22 mei 2018 is de verordening grensoverschrijdend pakketvervoer in werking getreden. Met deze verordening wil de Europese Commissie het voor consumenten makkelijker maken om online producten in andere Europese landen te kopen. Deze verordening moet hiervoor zorgen door de tarieven van grensoverschrijdend pakketvervoer transparanter te maken voor consumenten en bedrijven. De ACM houdt in Nederland toezicht op deze verordening.<sup>30</sup>

De verordening introduceert een aantal verplichtingen voor bedrijven die pakketvervoersdiensten aanbieden. Als zij meer dan 50 werknemers hebben of in meerdere EU-landen actief zijn, moeten zij zich bij de ACM registreren. Ook moeten ze jaarlijks gegevens aan de ACM opsturen over onder andere hun volumes, omzetten en hun tarievenlijsten voor enkelstukspostzendingen. Een pakketvervoerder is een onderneming die één of meer grensoverschrijdende pakketbezorgdiensten aanbiedt. Het gaat hier om het ophalen, sorteren, het vervoer en de distributie van pakketten. De verordening verplicht webwinkels om consumenten voorafgaand aan een aankoop te informeren over de beschikbare bezorgopties, bezorgkosten en de klachtenprocedures.

Pakketvervoerders moeten zich later dit jaar bij de ACM registreren en in de eerste helft van 2019 de voorgeschreven informatie bij de ACM aanleveren. De standaardformulieren die hiervoor gebruikt worden, zullen later dit jaar door de Europese Commissie worden vastgesteld.

---

<sup>29</sup> <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-consulteert-tarieven-die-postnl-aan-postvervoerders-mag-rekenen>

<sup>30</sup> De Nederlandse versie van de verordening kunt u vinden op de website van de ACM:

<https://www.acm.nl/nl/publicaties/nieuwe-europese-verordening-voor-grensoverschrijdend-pakketvervoer>.

## Bijlage 1: deelnemende bedrijven

### Pakketvervoerbedrijven

- PostNL
- DHL
- UPS
- DPD
- GLS
- TNT

### Brievenbuspost:

2014	2015	2016	2017
PostNL	PostNL	PostNL	PostNL
SANDD	SANDD	SANDD	SANDD
Intrapost	Intrapost	Intrapost	Intrapost
Van Straaten	Van Straaten	Van Straaten	Van Straaten
Royal Mail	Royal Mail	Royal Mail	Royal Mail
Beson	Beson	Beson	Beson
Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant
Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg
Caparis	Caparis	Caparis	Caparis
Cycloon	Cycloon	Cycloon	Cycloon
De Postbode	De Postbode	De Postbode	De Postbode
Diamant	Diamant	Diamant	Diamant
Ergon	Ergon	Ergon	Ergon
FRL	FRL	FRL	FRL
Gresbo	Gresbo	Gresbo	Gresbo
Mail DMB	Mail DMB	Mail DMB	Mail DMB
PostCo	PostCo	PostCo	PostCo
Postservice	Postservice	Postservice	Postservice
Postvak 50	Postvak 50	Postvak 50	Postvak 50
SkyNet	SkyNet	SkyNet	SkyNet
Stadspost Hengelo – Enschede	Stadspost Hengelo – Enschede		
WNK	WNK	WNK	
	Herling Strijdhorst	Herling Strijdhorst	Herling Strijdhorst
	Meren Post	Meren Post	Meren Post
	MSG	MSG	MSG
	SB Post	SB Post	SB Post
		Postnned	Postnned
		Vixia	Vixia
		Stipt	Stipt
			Businesspost Midden-Limburg
			Van Gompel Logistics