



«Openbare versie»
Marktmonitor Post 2012

Monitor van de Autoriteit Consument en Markt van de Nederlandse markt voor geadresseerde brievenbuspost in 2012

**Pagina
1/13**

Muzenstraat 41 | 2511 WB Den Haag
Postbus 16326 | 2500 BH Den Haag
T 070 722 20 00 | F 070 722 23 55
info@acm.nl | www.acm.nl | www.consuwijzer.nl

Ons kenmerk: ACM/DTVP/2013/201625_OV

Zaaknummer: 13.0022.01

Datum: 14 juni 2013



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

1 Inleiding

Sinds de inwerkingtreding van de Postwet 2009 op 1 april 2009 is de Nederlandse postmarkt volledig geliberaliseerd. Met de volledige liberalisering van de markt zijn meer keuze en lagere prijzen voor (met name) zakelijke eindgebruikers beoogd, alsmede innovatie.¹ Teneinde te kunnen monitoren of deze effecten worden behaald, heeft de Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) de taak gekregen gegevens over de werking van de markt te bewerken, verzamelen en analyseren en jaarlijks een verslag van haar bevindingen aan de minister van Economische Zaken te zenden.

In 2010, 2011 en 2012 heeft het college van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit als rechtsvoorganger van ACM aan deze taak invulling gegeven met de rapportages 'De Nederlandse postmarkt in 2008-2009'², 'De Nederlandse postmarkt in 2010'³ en 'De Nederlandse postmarkt in 2011'⁴. De onderhavige rapportage van ACM heeft betrekking op het jaar 2012. Teneinde ontwikkelingen inzichtelijk te kunnen maken, is bij de gegevensverzameling ten behoeve van deze rapportage zoveel als mogelijk aangesloten bij de eerdere rapportages.

In deze rapportage staat de nationale markt voor geadresseerde brievenbuspost (hierna: de markt) centraal. Het laatstelijk vrijgegeven deel van de postmarkt – poststukken tot 50 gram – maakt namelijk een groot deel uit van die markt.⁵ Evenals in voorgaande jaren zijn PostNL en Sandd de grootste postvervoerbedrijven die actief zijn op deze markt. Nu de relatieve omzet en afzet van de overige op deze markt actieve postvervoerbedrijven nagenoeg te verwaarlozen is, heeft ACM haar data-uitvraag tot die twee partijen beperkt. Om dezelfde reden is ook de hiernavolgende analyse hoofdzakelijk beperkt tot die twee partijen.

Deze rapportage is als volgt opgezet. In paragraaf 2 worden de ontwikkelingen op de nationale markt voor geadresseerde brievenbuspost geschetst. De ontwikkelingen in de collectie-, sorteer- en bezorginfrastructuren van de grootste partijen die op deze markt actief zijn, worden beschreven in paragraaf 3. Vervolgens worden in de paragrafen 4 en 5 de gevolgen besproken van de omvang en aard van deze infrastructuren voor de concurrentie(potentie) op het consumentensegment en het zakelijke segment van de markt.

¹ *Kamerstukken II*, 2005-2006, 30 536, nr. 3, p. 1.

² Kenmerk: OPTA/AM/2010/202063.

³ Kenmerk: OPTA/AM/2011/202009.

⁴ Kenmerk: OPTA/AM/2012/203052.

⁵ Nu expresdiensten buiten de reikwijdte van de Postwet 2009 vallen, kan ACM overigens ook niet beschikken over betrouwbare gegevens over de markt voor pakket- en expresdiensten.



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

procent].¹¹

PostNL stelt dat zij sinds 2009 in toenemende mate gevolgen ondervindt van de concurrentie op de markt. Met name aan de bovenkant van de markt zouden klanten tussen PostNL en Sandd overstappen. Daarbij zegt zij ook in toenemende mate concurrentie te ondervinden op postvervoerdiensten voor het midden- en kleinbedrijf.

VGP stelt dat haar onderhandelingsruimte is gedaald met het uitreden van Selekt Mail en Netwerk VSP Geadresseerd. Sandd is het enige – maar geloofwaardige – alternatief voor PostNL, zij het uitsluitend voor het postvervoer met een langere overkomstduur. Er blijken bovendien voor veel organisaties drempels te bestaan voor een overstap van PostNL naar Sandd. Dit heeft onder meer te maken met de overstap naar andere bezorgkaders en de implementatie van wijzigingen – ten aanzien van bijvoorbeeld codering – om gebruik te kunnen maken van de diensten van Sandd.

Het belang van de kwaliteit van het postvervoer voor de markt blijkt onder meer uit het door VGP in 2012 opgestarte kwaliteitsonderzoek. Doel van dat onderzoek is te controleren of de door de postvervoerbedrijven gewekte verwachtingen waargemaakt worden. Het is in dit kader opvallend dat in overeenkomsten tussen postvervoerbedrijven en grootzakelijke klanten ten aanzien van kwaliteit geen bonus-malusafspraken worden gemaakt. Sandd ondervindt dat klanten steeds kritischer worden op de kwaliteit van het postvervoer. Zij wijt dit met name aan de negatieve publiciteit rondom de kwaliteit van de postbezorging door PostNL. Deze zou ook de reputatie van Sandd schaden.

Conclusie

Als gevolg van het continue dalende volume kan concurrentie in belangrijke mate leiden tot herverdeling van het op dat moment overgebleven volume. Sandd blijft met een stabiel stijgend marktaandeel in zowel volume als omzet haar positie op de markt verstevigen.

3 Infrastructuur

Onderstaand beschrijft ACM (de ontwikkeling van) de collectie-, sorteer- en bezorginfrastructuur van PostNL en Sandd.

Collectie-infrastructuur

PostNL beschikt als enige aanbieder over een landelijk dekkende, fijnmazige collectie-infrastructuur. Deze infrastructuur bestond in 2012 onder meer uit ruim 16 duizend straatbrievenbussen, ongeveer 2.200 postvestigingen en ongeveer **[vertrouwelijk: XXX]** business points. Met deze

¹¹ Zie tabel 1.



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

[**vertrouwelijk**: XXX miljoen] poststukken bezorgd.

Sandd bezorgt twee dagen per week, namelijk op dinsdag en vrijdag. In beginsel dient te versturen post drie dagen van tevoren bij Sandd te worden aangeleverd. In de praktijk wordt een substantieel deel van het volume echter twee dagen van tevoren aangeleverd, zodat feitelijk ook een servicekader van 48 uur wordt aangeboden.

Sandd werkte tegen het einde van 2012 met [**vertrouwelijk**: XXX] eigen bezorgers waarvan er [**vertrouwelijk**: XXX] bij haar werkzaam waren op basis van een arbeidsovereenkomst. De overige bezorgers werken op basis van een zogenoemde Overeenkomst van Opdracht (hierna: OvO). Als gevolg van CAO-afspraken moet Sandd vanaf 2012 met een toenemend percentage postbezorgers een arbeidsovereenkomst sluiten.¹³ Dit verhoogt de kosten voor het in stand houden van de bezorginfrastructuur. In 2012 heeft een postbezorger van Sandd zonder arbeidsovereenkomst gemiddeld ruim [**vertrouwelijk**: XXX duizend] poststukken bezorgd. Inherent aan het gebruik van een OvO is dat hieraan niet kan worden ontleend hoeveel poststukken gemiddeld per voltijd werknemer worden bezorgd. Daarmee kan niet worden vastgesteld hoe de mate van efficiëntie van de postbezorging door PostNL en Sandd zich tot elkaar verhoudt.

In tegenstelling tot PostNL is Sandd niet in staat om op alle adressen post te bezorgen met eigen bezorgers. In de postcodegebieden waar zij geen eigen bezorgers heeft, werkt Sandd met distributeurs. Het percentage van haar volume dat Sandd door distributeurs laat bezorgen, is met ongeveer [**vertrouwelijk**: XXX procent] ongewijzigd ten opzichte van 2011.

Conclusie

PostNL beschikt over een landelijk dekkende infrastructuur die haar in staat stelt diensten aan te bieden die Sandd en haar andere concurrenten niet kunnen aanbieden. Gelet op de hoge vaste kosten voor de instandhouding van een dergelijk netwerk is een grote schaal nodig om het te kunnen dupliceren. Door het krimpende marktvolume acht ACM duplicering op meer dan geringe schaal onwaarschijnlijk. Als gevolg daarvan verwacht ACM niet dat – zonder diensteninnovaties – de concurrentiesituatie significant zal verbeteren op de segmenten van tijdskritisch aangeleverde post, ongesorteerd aangeleverde post alsmede van door consumenten en kleinzakelijke eindgebruikers aangeleverde post. In het navolgende gaat ACM hierop nader in.

¹³ Dit betreft 10% per 1 februari 2012, 25% per 30 juni 2012 en 40% per 31 december 2012. Uiteindelijk zal vanaf 30 september 2013 80% van de postbezorgers die postvervoer verrichten op arbeidsovereenkomst moeten werken.



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

4 Consumentenpost

Beschrijving marktsegment

Consumenten hebben in 2012 ongeveer 297 miljoen¹⁴ poststukken verstuurd, ofwel ongeveer **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het totale marktvolume. Het consumentenvolume is in 2012 met ruim 10 procent¹⁵ gedaald. Dit betreft een flinke versnelling van de krimp, die tot 2012 jaarlijks circa 5 procent was. Tot op heden biedt alleen PostNL postvervoerdiensten aan voor consumenten. Consumenten kunnen hun poststukken bij PostNL aanbieden door deze te deponeren in de voor het publiek bestemde brievenbussen of af te geven bij daarvoor bestemde dienstverleningspunten. Deze per definitie ongesorteerd aangeleverde poststukken maken deel uit van de universele postdienst (hierna: UPD) en moeten – voor zover het binnenlandse brieven betreft – op jaarbasis in gemiddeld 95 procent van de gevallen de volgende dag worden bezorgd.¹⁶

In 2012 heeft PostNL haar binnenlandse postzegeltarieven verhoogd van 46 naar 50 cent. Met de doorgevoerde tariefwijziging heeft PostNL – ondanks een 10 procent volumedaling – haar omzetverlies ten opzichte van 2011 weten te beperken tot circa 2,5 procent.

Concurrentiepotentie

Uit onderzoek van Intomart GfK¹⁷ blijkt dat een significant deel van de consumenten het acceptabel vindt als hun post niet de dag volgend op de dag van aanbidding wordt bezorgd. Dit geeft aan dat een deel van de consumenten bereid lijkt te zijn gebruik te maken van minder-tijdskritische bezorgkaders indien dit voor hen voordeliger is. Als gevolg daarvan hoeft het niet kunnen aanbieden van tijdskritische bezorgkaders geen belemmering te zijn voor toetreding op dit segment.

Vanwege het kleine volume post dat ze versturen, zijn consumenten echter niet snel bereid om ten behoeve daarvan grote afstanden af te leggen. Daarmee vergt het succesvol kunnen aanbieden van postvervoerdiensten aan consumenten niet alleen capaciteit om ongesorteerde post te verwerken, maar ook een fijnmazig collectienetwerk.

Conclusie

Evenals in voorgaande jaren heeft in 2012 geen toetreding plaatsgevonden op het segment van consumentenpost. Als gevolg van de combinatie van het lage en dalende volume en de benodigde collectie- en sorteerinfrastructuur acht ACM toetreding met een eigen netwerk op meer dan geringe schaal in de toekomst ook onwaarschijnlijk. ACM verwacht evenmin dat op dit deel van de markt

¹⁴ Zie figuur 5a.

¹⁵ Zie tabel 2.

¹⁶ Met uitzondering van zon- en officiële feestdagen.

¹⁷ Onderzoek naar de betekenis, behoeften en belang van post en de postdienstverlening, Intomart GfK, maart 2011.



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

dienstenconcurrentie tot stand zal komen. PostNL heeft immers geen prikkel om postvervoerbedrijven toegang te verlenen tot haar netwerk en is thans ook niet verplicht toegang te verlenen.

5 Zakelijke post

Beschrijving marktsegment

Met een volume van ongeveer **[vertrouwelijk: XXX miljard]** stuks zijn zakelijke verzenders verantwoordelijk voor **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het totale marktvolume.¹⁸ Hiervan versturen grootzakelijke klanten **[vertrouwelijk: XXX miljard]** stuks, ofwel **[vertrouwelijk: XXX procent]** [70-75 procent].¹⁹ Het volume en de omzet op de zakelijke markt zijn in 2012 met respectievelijk, **[vertrouwelijk: XXX procent]** en **[vertrouwelijk: XXX procent]**²⁰ gedaald ten opzichte van 2011.

Zakelijke klanten sturen naast brieven (54 procent) ook direct mail (**[vertrouwelijk: XXX procent]** [20-25 procent]) en periodieke uitgaven (**[vertrouwelijk: XXX procent]** [20-25 procent]).²¹ Deze poststukken worden in tegenstelling tot consumentenpost niet allemaal voor bezorging de volgende dag aangeboden. Hoewel een aanzienlijk deel (35 procent) nog binnen dat bezorgkader wordt aangeboden, is een verschuiving zichtbaar naar minder tijdskritische bezorgkaders. In 2012 werd 21 procent voor bezorging twee dagen later aangeboden en 45 procent voor bezorging drie dagen later.²² Het substantiële verschil met 2011 – waarin nog 34 procent voor bezorging twee dagen later en 29 procent voor bezorging drie dagen later werd aangeboden – is in belangrijke mate gelegen in de introductie van het 'Basic'-aanbod door PostNL.

Er is een sterke samenhang tussen de inhoud van een poststuk en het bezorgkader waarvoor wordt gekozen. Brieven worden met name aangeboden voor bezorging de dag volgend op de dag van aanbieding. Periodieke uitgaven worden voornamelijk aangeboden voor bezorging twee of drie dagen na de dag van aanbieding en direct mail voornamelijk voor bezorging drie dagen na de dag van aanbieding.²³

Vooraf voor grootzakelijke aanbieders loont het om post voorgesorteerd aan te leveren bij postvervoerbedrijven. Van het zakelijke volume wordt ongeveer 34 procent gesorteerd aangeleverd.

¹⁸ Zie figuur 5a.

¹⁹ Zie figuur 6a.

²⁰ Zie figuur 5a en 5b.

²¹ Zie figuur 7a.

²² Zie figuur 8a.

²³ Zie figuur 9a.

«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

Dit percentage is ten opzichte van voorgaande jaren licht gestegen.²⁴ Vrijwel alle brieven worden ongesorteerd aangeleverd, terwijl vrijwel alle periodieke uitgaven gesorteerd worden aangeleverd. Het direct mailvolume dat gesorteerd wordt aangeleverd, is in 2012 licht gestegen ten opzichte van 2011. Werd in voorgaande jaren het merendeel van het volume binnen dat segment nog ongesorteerd aangeleverd, in 2012 is ruim de helft gesorteerd aangeleverd.²⁵ Deze ontwikkeling houdt mogelijk verband met het feit dat PostNL de dienst 'Direct Mail 24 uur' in 2012 uit de markt heeft gehaald. Het ligt gelet op de samenhang tussen tijdskritische bezorgkaders en de mate van sortering in de rede dat onder die dienst met name ongesorteerde direct mailvolumes zijn aangeboden.

Naarmate poststukken worden aangeboden binnen een minder-tijdskritisch bezorgkader, worden deze in toenemende mate gesorteerd aangeboden. Daar waar **[vertrouwelijk: XXX procent]** van de post die wordt aangeboden voor bezorging de volgende dag nog ongesorteerd wordt aangeboden, is dit **[vertrouwelijk: XXX procent]** van de post die wordt aangeboden voor bezorging drie dagen later.²⁶ Het verschil met 2011, waarin slechts **[vertrouwelijk: XXX procent]** van de post die wordt aangeboden voor bezorging drie dagen later ongesorteerd werd aangeboden, ligt in **[vertrouwelijk: XX
XX]**

Concurrentiepotentie

Met haar huidige infrastructuur kan Sandd met name gesorteerd en voor bezorging binnen een niet-tijdskritisch kader aangeleverde poststukken vervoeren. Post die gesorteerd en voor bezorging drie dagen later wordt aangeleverd, betreft ongeveer **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het volume op de zakelijke markt. Indien Sandd in staat zou zijn om op grote schaal ongesorteerde post te verwerken, dan zou ongeveer **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het totale zakelijke volume binnen haar bereik liggen.

Omdat een deel van het zakelijke volume gesorteerd en binnen een niet-tijdskritisch bezorgkader wordt aangeboden, is de concurrentiepotentie op het zakelijke segment groter dan op het consumentensegment.

Marktresultaat

Nu brieven vrijwel uitsluitend ongesorteerd en voor bezorging de volgende dag worden aangeboden, is het niet onverwacht dat PostNL op dit segment een marktaandeel had van **[vertrouwelijk: XXX procent]** [90-100 procent] in volume en **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet.²⁷ Het gemiddelde

²⁴ Zie figuur 10a.

²⁵ Zie figuur 11a.

²⁶ Zie figuur 12a.

²⁷ Zie figuur 13a en 13b.



«Openbare versie» Marktmonitor Post 2012

tarief van brieven lag met **[vertrouwelijk: XXX cent]** significant hoger dan het gemiddelde tarief van **[vertrouwelijk: XXX cent]** op het zakelijke segment.²⁸ Eerstgenoemde tarief is bovendien met ruim 2 procent gestegen ten opzichte van 2011.

PostNL had in 2012 op het direct mailsegment een marktaandeel van **[vertrouwelijk: XXX procent]** [70-80 procent] in volume en **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet.²⁹ Dat PostNL en Sandd hun marktaandeel in 2012 hebben weten te vergroten, kan verklaard worden door het uit de markt treden van Selekt Mail en Netwerk VSP Geadresseerd, die in nog 2011 op dat segment actief waren. Het gemiddelde tarief op het direct mailsegment laat een licht dalende trend zien sinds 2010. In 2012 ligt het gemiddelde tarief op **[vertrouwelijk: XXX cent]**.³⁰

Op het periodieke uitgavensegment heeft Sandd haar marktaandeel opnieuw weten te vergroten ten opzichte van het voorgaande jaar. Sandd heeft met **[vertrouwelijk: XXX procent]** [50-60 procent] in volume een groter marktaandeel dan PostNL.^{31,32} Ook op het periodieke uitgavensegment laat het gemiddelde tarief een licht dalende trend zien sinds 2010. In 2012 ligt het gemiddelde tarief op **[vertrouwelijk: XXX cent]**.³³

Op het gecombineerde segment van direct mail en periodieke uitgaven heeft PostNL een marktaandeel van **[vertrouwelijk: XXX procent]** [60-70 procent] in volume en **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet. Sandd heeft op dit gecombineerde segment een marktaandeel van **[vertrouwelijk: XXX procent]** [30-40 procent] in volume en **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet.

De gemiddelde tarieven in de verschillende segmenten zijn niet enkel een resultante van de verschillende concurrentieomstandigheden, maar mogelijk ook van verschillende kosten. Ongesorteerd aangeboden poststukken kunnen bijvoorbeeld hogere marginale kosten kennen dan gesorteerd aangeboden poststukken. In het voorgaande is gebleken dat de inhoud van een poststuk samenhangt met het bezorgkader waarin het wordt aangeboden en de mate van sortering. Dit kan de relatief hoge gemiddelde tarieven verklaren voor de relatief vaak tijdskritisch en ongesorteerd

²⁸ Zie figuur 15.

²⁹ Zie figuur 13a en 13b.

³⁰ Zie figuur 15.

³¹ Zie figuur 13a en 13b.

³² Volgens Sandd hanteren zij en PostNL verschillende definities voor periodieke uitgaven, waardoor de gerapporteerde gegevens niet vergelijkbaar zouden zijn. Voor zover bepaalde poststromen onterecht als direct mail worden aangemerkt, heeft dit een negatief effect op het volume en de omzet van periodieke uitgaven (vice versa) en gevolgen voor de marktaandelen op die segmenten. Om die reden heeft ACM tevens de marktaandelen gepresenteerd op het gecombineerde segment van direct mail en periodieke uitgaven. Op dit geaggregeerde niveau hebben mogelijk afwijkende definities geen effect.

³³ Zie figuur 15.



**«Openbare versie»
Marktmonitor Post 2012**

Appendix: Grafieken en tabellen

[vertrouwelijk]