

«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013

# Monitor van de Autoriteit Consument en Markt van de Nederlandse markt voor geadresseerde brievenbuspost in 2013

Pagina  
1/14

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/TVP/2014/206918  
**Zaaknummer:** 14.0452.29  
**Datum:** 17 december 2014

**«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013**

**1 Samenvatting**

In 2013 blijven de volumes op de postmarkt sterk dalen. De vraaguitval wordt voornamelijk veroorzaakt door de overstap naar elektronische alternatieven. Marktleider PostNL heeft te maken met aanhoudend dalende volumes op zowel het consumenten als zakelijke postsegment, maar weet een verdere omzetzaling voor een deel met prijsverhogingen op te vangen. Het marktaandeel van Sandd in het vervoer van zakelijke post vertoont een stijging, maar deze stijging is beperkt. Regionale postvervoerbedrijven houden in 2013 slechts een beperkt marktaandeel op de zakelijke postmarkt.

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

### 2 Inleiding

Sinds de inwerkingtreding van de Postwet 2009 op 1 april 2009 is de Nederlandse postmarkt volledig geliberaliseerd. Het doel van de liberalisering was meer keuze en lagere prijzen voor (met name) zakelijke eindgebruikers, alsmede het stimuleren van innovatie.<sup>1</sup> Om na te gaan of deze beoogde effecten worden gerealiseerd, heeft de Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) de taak gekregen om gegevens over de werking van de Nederlandse postmarkt te verzamelen en te analyseren, en jaarlijks een verslag van haar bevindingen aan de minister van Economische Zaken te sturen.

De voorliggende Marktmonitor van ACM heeft betrekking op het jaar 2013 en is de vijfde in de reeks van rapportages waarin ACM en haar voorganger, OPTA, de ontwikkelingen in de postmarkt in kaart brengt.<sup>2</sup> Om de ontwikkelingen in de postmarkt inzichtelijk te maken, is bij het verzamelen van gegevens voor deze rapportage zo veel mogelijk aangesloten bij de eerdere rapportages.

In deze rapportage staat de nationale markt voor geadresseerde brievenbuspost<sup>3</sup> (hierna: de postmarkt) centraal.<sup>4</sup> In deze rapportage zijn – anders dan vorig jaar – naast de gegevens van de grootste postvervoerbedrijven PostNL en Sandd ook de gegevens van postvervoerbedrijven Intrapost, Van Straaten Post en RM Netherlands meegenomen. Hoewel de afzet en omzet van laatstbedoelde postvervoerbedrijven relatief laag is, vertonen zij jaarlijks groei in een krimpende markt.<sup>5</sup> De aanvullende gegevens bieden interessante inzichten in marktsegmenten waar deze partijen actief zijn, en kunnen in de komende jaren ook waardevolle informatie geven over de keuzevrijheid en het prijsniveau van postvervoer voor zakelijke eindgebruikers en de ontwikkeling daarin.

De Marktmonitor Post 2013 is als volgt opgezet. Paragraaf 3 geeft een beschrijving van de nationale markt voor geadresseerde brievenbuspost en schetst de relevante ontwikkelingen in deze markt. Paragraaf 4 beschrijft de ontwikkelingen in het collectie-, sorteer- en bezorgnetwerk van de grootste aanbieders op deze markt. Paragrafen 5 en 6 geven vervolgens een beeld van de concurrentie op respectievelijk het consumentensegment en het zakelijke segment van de markt.

---

<sup>1</sup> *Kamerstukken II*, 2005-2006, 30 536, nr. 3, p. 1.

<sup>2</sup> Voorafgaande rapportages: 'De Nederlandse postmarkt in 2008-2009', 'De Nederlandse postmarkt in 2010', 'De Nederlandse postmarkt in 2011' en de 'Marktmonitor Post 2012'.

<sup>3</sup> De poststukken die passen in voor de aflevering van poststukken bestemde brievenbussen. Dit omvat brieven, direct mail en periodieke uitgaven.

<sup>4</sup> Nu expresdiensten buiten de reikwijdte van de Postwet 2009 vallen, kan ACM niet beschikken over betrouwbare gegevens over de markt voor expresdiensten.

<sup>5</sup> Bron: registratiegegevens ACM.

«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013

### 3 Totale markt

#### Marktomvang

Het gezamenlijke volume aan verzonden poststukken van PostNL, Sandd, Intrapost, Van Straaten Post en RM Netherlands bedroeg in 2013 circa 3,5-4 miljard **[vertrouwelijk]** stuks. De gezamenlijke omzet bedroeg dat jaar circa 1-1,5 miljard **[vertrouwelijk]** euro. Op 1 januari 2013 waren er 137 postvervoerbedrijven actief op de markt. Er zijn in 2013 8 postvervoerbedrijven toegetreden en 29 postvervoerbedrijven uitgetreden, zodat er op 31 december 2013 116 postvervoerbedrijven actief waren.<sup>6</sup>

#### Marktontwikkelingen

De in voorgaande rapportages geconstateerde daling in zowel het volume als de omzet heeft zich in 2013 doorgezet. Het volume en de omzet van PostNL en Sandd gezamenlijk zijn in 2013 ten opzichte van 2012 met respectievelijk 5-10 en 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX en XXX procent]** gedaald. De krimp in volume is groter dan de krimp in omzet. Dit wordt verklaard door prijsverhogingen die een deel van het verlies aan omzet door volumedalingen opvangen.

**[Vertrouwelijk:]**

4/14

#### **Figuur 1. Volume- en omzetontwikkeling van de totale postmarkt 2008-2013]**

De beschreven krimp in volume en omzet raakt met name PostNL. Daar waar het volume van PostNL in 2013 ten opzichte van 2012 daalde met 10-15 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** en de omzet met 5-10 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]**, groeide het volume van Sandd met 5-10 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** en de omzet met 5-10 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]**.

---

<sup>6</sup> Bron: registratiegegevens ACM.

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

De voortdurende krimp van de postmarkt wordt beïnvloed door communicatie via elektronische communicatiemiddelen. Volgens de Vereniging van Grootgebruikers Postdiensten (hierna: VGP) is een transitie naar elektronische substitutie voor postvervoerdiensten ingezet vanuit efficiëntieoverwegingen. Deze digitalisering wordt versneld door de tariefstijgingen van postvervoer. PostNL geeft aan elektronische substitutie merkbaar terug te zien in alle segmenten van de postmarkt. De belangrijke oorzaken van elektronische substitutie zijn volgens PostNL *social media* en het toenemende gebruik van *tablets* en *smartphones*. **[vertrouwelijk]**

] <sup>7</sup> [Vertrouwelijk

]

### Samenvatting

In 2013 blijven de volumes op de postmarkt sterk dalen. Sandd blijft met een stabiel stijgend marktaandeel in zowel volume als omzet zijn positie op de markt verstevigen. Intrapost, Van Straaten Post en RM Netherlands hebben een beperkt marktaandeel. PostNL heeft te maken met aanhoudend dalende volumes, maar weet een verdere omzetzakelijkheid voor een deel met prijsverhogingen op te vangen.

## 4 Netwerk

### Collectienetwerk

PostNL beschikt als enige aanbieder over een landelijk dekkend, fijnmazig collectienetwerk. Dit netwerk bestond in 2013 onder meer uit ruim 17 duizend straatbrievenbussen en ongeveer 2700 servicepunten. Met dit netwerk kan PostNL post collecteren bij particulieren, kleine bedrijven en grootzakelijke afzenders.

Sandd beschikt over een centraal collectiepunt, namelijk zijn hoofdvestiging in Apeldoorn, waar zakelijke afzenders hun te bezorgen poststukken kunnen afleveren. Zijn huidige collectienetwerk beperkt Sandd in zijn mogelijkheden om (op grote schaal) post te collecteren van particulieren en kleine(re) bedrijven.

Van Straaten Post beschikt over drie collectiepunten in Nederland. Intrapost beschikt over twee collectiepunten. RM Netherlands beschikt over één collectiepunt. Door de regionale opzet van deze collectiepunten is het momenteel voor deze postvervoerbedrijven niet mogelijk om op landelijk niveau post te collecteren van particulieren en kleine(re) bedrijven.

---

<sup>7</sup> [Vertrouwelijk

]

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

### Sorteernetwerk

PostNL beschikte aan het begin van 2013 over zes sorteercentra en 260 voorbereidingscentra, waar de post wordt gesorteerd en voorbereid voor bezorging. In het kader van zijn reorganisatie heeft PostNL in 2013 het aantal voorbereidingslocaties teruggebracht van 260 naar 145.<sup>8</sup> PostNL beschikt over geavanceerde apparatuur die grote hoeveelheden ongesorteerde en ongecodeerd aangeleverde post kan verwerken.

Sandd beschikt over een centrale hal in Apeldoorn en over **[vertrouwelijk]** regionale vestigingen vanaf waar de post naar de postbezorgers wordt gebracht.

Van Straaten Post en RM Netherlands beschikken niet over geavanceerde sorteerapparatuur. Zij werken voornamelijk met handmatige sortering of relatief simpele sorteermachines. Intrapost beschikt over 2 sorteermachines. Deze sorteermachines zijn in staat de straat en postcodes te lezen, post te sorteren, coderen, wegen, registreren en labelen.

### Bezorgnetwerk

Het bezorgnetwerk van PostNL stelde hem in 2013 in staat om zes dagen per week op elk Nederlands postadres post te bezorgen. Voor zover het de universele postdienst (hierna: UPD) betreft is PostNL daartoe wettelijk verplicht.<sup>9</sup> De bezorging van niet-tijdkritische post concentreert PostNL op de zogenoemde piekdagen dinsdag, donderdag en zaterdag. Het servicekader is afhankelijk van de dag waarop klanten hun post bij PostNL aanbieden.<sup>10</sup>

In 2013 waren er gemiddeld **[vertrouwelijk]** bezorgers werkzaam bij PostNL. Dit is een daling ten opzichte van 2012, toen er gemiddeld **[vertrouwelijk]** bezorgers in dienst waren. Zij hadden allen een arbeidsovereenkomst met PostNL. Ook is de gemiddelde deeltijdfactor gedaald naar **[vertrouwelijk]** in 2013. De gemiddelde deeltijdfactor daalt jaarlijks sinds 2008. Dit betekent dat postbezorgers jaarlijks minder uren zijn gaan werken. Verder exploiteert PostNL als enige postvervoerder postbussen. In de circa **[vertrouwelijk]** postbussen verspreid over ruim 900 locaties, zijn in 2013 meer dan **[vertrouwelijk]** poststukken bezorgd.

Sandd bezorgt twee dagen per week, namelijk op dinsdag en op vrijdag. In beginsel dient te versturen post drie dagen voor de dag van bezorging bij Sandd te worden aangeleverd. In de praktijk wordt een deel van het volume echter twee dagen voor de dag van bezorging nog aangeleverd.

In 2013 waren er gemiddeld **[vertrouwelijk]** bezorgers werkzaam bij Sandd. Hiervan waren er

---

<sup>8</sup> PostNL Jaarverslag 2013.

<sup>9</sup> Per 1-1-2014 is de verplichting voor maandagbezorging komen te vervallen. PostNL bezorgt sinds 2014 vijf dagen in de week, met uitzondering van rouw- en medische post.

<sup>10</sup> Niet-tijdkritische post kent de servicekaders 48- en 72-uurspost.

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

[**vertrouwelijk**] op basis van een arbeidsovereenkomst in dienst. Dit is een stijging ten op zichte van 2012, waar Sandd werkte met [**vertrouwelijk**] eigen bezorgers waarvan er [**vertrouwelijk**] werkzaam waren op basis van een arbeidsovereenkomst. De overige bezorgers werken op basis van een zogenoemde Overeenkomst van Opdracht (hierna: OvO).

In tegenstelling tot PostNL bezorgt Sandd niet op alle Nederlandse adressen post met eigen bezorgers. In de postcodegebieden waar zij geen eigen bezorgers hebben, werkt Sandd met distributeurs. Het percentage van zijn volume dat Sandd door distributeurs laat bezorgen, is met ongeveer [**vertrouwelijk: XXX procent**] licht gedaald ten opzichte van 2012.

Het bezorgnetwerk van Intrapost en Van Straaten Post stelt hen in staat om vijf dagen per week post te bezorgen. Zij zijn niet in staat om op alle adressen in Nederland post te bezorgen met eigen bezorgers. Hun bezorggebied is regionaal. In de postcodegebieden waar zij geen eigen bezorgers hebben, bieden zij de post aan bij PostNL of bij andere regionale postvervoerbedrijven voor verdere verspreiding en bezorging. RM Netherlands is niet actief in het bezorgen van poststukken, enkel het sorteren van poststukken.

Van Straaten Post had het afgelopen jaar gemiddeld [**vertrouwelijk**] bezorgers in dienst op basis van een arbeidsovereenkomst. Deze bezorgden ongeveer [**vertrouwelijk: XXX procent**] van de totale bezorgde poststukken. De overige [**vertrouwelijk**] bezorgers werkten op basis van een OvO. Intrapost had afgelopen jaar gemiddeld [**vertrouwelijk**] bezorgers in dienst op basis van een arbeidsovereenkomst. Deze bezorgden [**vertrouwelijk: XXX procent**] van de totale bezorgde poststukken. De overige [**vertrouwelijk**] bezorgers werkten op basis van een OvO.

### Samenvatting

PostNL beschikt over een landelijk dekkend, fijnmazig collectienetwerk. Hiermee kunnen zij post collecteren bij particulieren, kleine bedrijven en grootzakelijke afzenders. Sandd werkt voor een deel met postbezorgers op basis van een OvO en gebruikt daarnaast het netwerk van andere distributeurs in postcodegebieden waar zij zelf geen bezorgers hebben. Intrapost, Van Straaten Post en RM Netherlands hebben een regionaal collectie- en/of bezorgnetwerk.

## 5 Consumentenpost

### Beschrijving marktsegment

Consumenten hebben in 2013 [**vertrouwelijk**] brieven verstuurd, 5-10 procent [**vertrouwelijk: XXX procent**] van het totale volume in de postmarkt. Het aantal brieven dat door consumenten is verstuurd in 2013 is met ruim 10 procent gedaald ten opzichte van 2012. Net als in 2012 betreft dit een grotere volumedaling dan in voorgaande jaren, die tot dan toe jaarlijks circa 5 procent was. Alleen PostNL biedt op landelijk niveau postvervoerdiensten aan voor consumenten. Consumenten kunnen hun brieven bij PostNL aanbieden door deze te deponeren in de voor het publiek bestemde

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

brievenbussen of af te geven bij daarvoor bestemde dienstverleningspunten. Deze (per definitie) ongesorteerd aangeleverde poststukken maken deel uit van de UPD en moeten – voor zover het binnenlandse brieven<sup>11</sup> betreft – op jaarbasis gemiddeld 95 procent van de gevallen de volgende dag worden bezorgd.<sup>12</sup>

[Vertrouwelijk:

8/14

### **Figuur 2. Volume en omzet consumenten brievenbuspost 2008-2013 PostNL.]**

In 2013 heeft PostNL zijn postzegeltarief voor brieven tot en met 20 gram voor binnenlandse bestemmingen verhoogd van 50 naar 60 cent. Met de doorgevoerde tariefwijziging is de omzet van PostNL – ondanks de volumedalingen – gegroeid ten opzichte van 2012 met [vertrouwelijk: XXX procent].

#### Concurrentie

Consumenten zijn vanwege het kleine volume post dat ze per keer aanbieden niet snel bereid om hier grote afstanden voor af te leggen. Daardoor vergt het succesvol kunnen aanbieden van postvervoerdiensten aan consumenten niet alleen capaciteit om ongesorteerde post te verwerken, maar ook een fijnmazig collectienetwerk. Om die reden is PostNL vooralsnog de enige landelijke aanbieder van postvervoerdiensten in het consumentensegment.

#### Conclusie

Evenals in voorgaande jaren heeft er in 2013 geen toetreding plaatsgevonden op het segment van consumentenpost. Door de combinatie van dalende volumes en het benodigde collectienetwerk om dit segment te bedienen, acht ACM toetreding met een eigen netwerk in de toekomst

---

<sup>11</sup> Die brieven die vanuit Nederland naar Nederlandse adressen zijn verstuurd.

<sup>12</sup> Met uitzondering van zon- en officiële feestdagen.



## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

onwaarschijnlijk.

### 6 Zakelijke post

#### *Beschrijving marktsegment*

Met een volume van 3-3,5 miljard **[vertrouwelijk]** stuks zijn zakelijke afzenders verantwoordelijk voor 90-95 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het totale volume in de postmarkt. Hiervan versturen zakelijke afzenders die in heel 2013 ten minste 1 miljoen poststukken bij een postvervoerbedrijf hebben afgeleverd (hierna: grootzakelijke afzenders) tussen 2-2,5 miljard **[vertrouwelijk]** stuks, ofwel 70-75 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** van het totale zakelijke postsegment. Het gezamenlijke volume van zakelijke post van PostNL en Sandd is in 2013 ten opzichte van 2012 gedaald met 5-10 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]**. De gezamenlijke omzet is met 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** gedaald. PostNL heeft in 2013 op het segment van zakelijke post een marktaandeel van 75-80 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en 85-90 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet, Sandd van 20-25 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en 10-15 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet. De overige drie postvervoerbedrijven hebben een marktaandeel van 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet.

**[Vertrouwelijk:**

«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013

10/14

Figuur 3b. Omzet zakelijke post 2008-2013 PostNL en Sandd.]

Postvervoerbedrijven Intrapost en Van Straaten Post hebben een regionaal bezorg- en collectienetwerk. Dit betekent dat zij voor post buiten hun collectie- en bezorgregio de post niet zelf bezorgen, maar uitbesteden aan andere postvervoerbedrijven. RM Netherlands heeft alleen een sorteernetwerk. Omdat dit jaar voor het eerst de gegevens van deze postvervoerbedrijven is opgevraagd, zijn er voor hen geen gegevens beschikbaar over groei of krimp.

Sandd ondervindt dat zakelijke klanten steeds kritischer worden over de kwaliteit van het postvervoer. In 2012 is VGP gestart met een kwaliteitsonderzoek.<sup>13</sup> Het doel van dat onderzoek is om te controleren of de gewekte verwachtingen op het gebied van kwaliteit door de postvervoerbedrijven waargemaakt worden. Uit het onderzoek van VGP blijkt dat er een stijgende lijn is in de kwaliteit van de postbezorging in Nederland sinds 2012. **[Vertrouwelijk:**

]

- *Afgesproken bezorgtijd (servicekader)*

De afgesproken bezorgtijd kan een dag na aanlevering zijn (24-uurspost), twee dagen na aanlevering (48-uurspost) of drie of meer dagen na aanlevering of zonder afgesproken bezorgtijd (72-uurspost). Hoewel 30-35 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** van de poststukken nog voor bezorging een dag later werd aangeboden, is in het algemeen een verschuiving zichtbaar naar minder tijdkritische bezorgkaders. In 2013 werd 10-15 procent **[vertrouwelijk: XXX procent (ten opzichte van XXX procent in 2012)]** voor bezorging twee dagen later aangeboden en 50-55 procent **[vertrouwelijk: XXX procent (ten opzichte van XXX procent in 2012)]** voor bezorging drie dagen later.

---

<sup>13</sup> Bron: Persbericht VGP, 28 mei 2014, Stijgende lijn in kwaliteit postbezorging, PostNL en Sandd presteren uitstekend. VGP houdt kwaliteitsmeting Geadresseerde Post.

«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013

[Vertrouwelijk:

11/14

**Figuur 4a. Volume zakelijke post per servicekader.**

**Figuur 4b. Omzet zakelijke post per servicekader.]**

- *Brieven, Direct Mail en Periodieke uitgaven*

Zakelijke klanten sturen naast brieven (55-60 procent [vertrouwelijk: XXX procent] van het totale zakelijke postvolume) ook direct mail (25-30 procent [vertrouwelijk: XXX procent]) en periodieke uitgaven (15-20 procent [vertrouwelijk: XXX procent]). Deze poststukken worden in tegenstelling tot consumentenpost niet allemaal voor bezorging op de volgende dag aangeboden. Er is een sterke samenhang tussen het type poststuk (brieven, direct mail en periodieke uitgaven) en het servicekader waarvoor wordt gekozen. Brieven worden met name aangeboden voor bezorging binnen 24 uur. Periodieke uitgaven worden voornamelijk aangeboden voor bezorging na twee of drie

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

dagen, en direct mail voornamelijk voor bezorging drie dagen na de dag van aanbidding.

*Brieven:* Aangezien brieven voor een groot deel ongesorteerd en voor bezorging de volgende dag worden aangeboden, is het niet onverwacht dat PostNL op dit segment een marktaandeel heeft van 90-95 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en 95-100 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet. Het gemiddelde tarief van zakelijke brieven lag met 45-50 cent **[vertrouwelijk: XXX cent]** aanzienlijk hoger dan het gemiddelde tarief van 35-40 cent **[vertrouwelijk: XXX cent]** op het totale zakelijke segment. Het gemiddelde tarief voor zakelijke brieven is met 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** gestegen ten opzichte van 2012.

*Direct Mail:* PostNL had in 2013 op het segment direct mail een marktaandeel in volume en omzet van respectievelijk 60-65 en 65-70 procent **[vertrouwelijk: respectievelijk XXX en XXX procent]**. Dit is een daling van het marktaandeel ten opzichte van 2012 (**[vertrouwelijk: XXX en XXX procent respectievelijk]**). Het gecombineerde marktaandeel van Intrapost, Van Straaten Post en RM Netherlands voor direct mail bedroeg in 2013 0-5 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en omzet. Met een marktaandeel van 35-40 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en 25-30 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in omzet heeft Sandd zich in 2013 steviger gepositioneerd in het segment van direct mail. **[Vertrouwelijk:**

**]** Het gemiddelde tarief op het segment van direct mail laat een licht dalende trend zien sinds 2010. In 2013 ligt het gemiddelde tarief op 20-25 cent **[vertrouwelijk: XXX cent]**.

*Periodieke uitgaven:* In tegenstelling tot 2012 heeft PostNL zijn marktaandeel in het segment van periodieke uitgaven weten te vergroten en is het marktaandeel van Sandd in volume en omzet gedaald naar 40-45 procent **[vertrouwelijk: respectievelijk XXX procent en XXX procent]**. PostNL heeft met 55-60 procent **[vertrouwelijk: XXX procent]** in volume en omzet het grootste marktaandeel in dit segment. In het segment van periodieke uitgaven schommelt het gemiddelde tarief rond de 20-25 cent **[vertrouwelijk: XXX cent]**.

«Openbaar»  
Marktmonitor Post 2013

[Vertrouwelijk:

13/14

**Figuur 5. Marktaandelen 2013 per type poststuk PostNL en Sandd.]**

- *Gesorteerde en ongesorteerde post*

Vooraf voor grootzakelijke afzenders<sup>14</sup> loont het om post voorgesorteerd aan te leveren bij postvervoerbedrijven. Van het volume aan zakelijke post wordt 35-40 procent [vertrouwelijk: XXX procent] gesorteerd aangeleverd. Het percentage gesorteerd aangeleverde post is ten opzichte van voorgaande jaren licht gestegen. Vrijwel alle brieven worden ongesorteerd aangeleverd, terwijl vrijwel alle periodieke uitgaven gesorteerd worden aangeleverd. Het percentage van direct mail dat gesorteerd wordt aangeleverd is in 2013 gestegen ten opzichte van 2012 naar 60-65 procent [vertrouwelijk: XXX procent].

Naarmate poststukken worden aangeboden binnen een minder tijdskritisch servicekader, worden deze in toenemende mate gesorteerd aangeleverd. Daar waar 95-100 procent [vertrouwelijk: XXX procent] van de post die wordt aangeboden voor bezorging de volgende dag nog ongesorteerd wordt aangeleverd, is dit 50-55 procent [vertrouwelijk: XXX procent] van de post die wordt aangeboden voor bezorging drie dagen later.

Van Straaten Post en Intrapost zijn voornamelijk actief in het segment voor kleinzakelijke<sup>15</sup> 24-uurspost voor brieven. Op dit segment heeft Van Straaten Post een marktaandeel van 0-5 procent [vertrouwelijk: XXX procent] op basis van volume en omzet en Intrapost een marktaandeel van 0-5 procent [vertrouwelijk: XXX procent] op basis van volume en omzet. RM Netherlands is voornamelijk actief op het segment voor 72-uurs zakelijke post (voornamelijk periodieken en direct mail). Zij hebben op dit segment een marktaandeel van 0-5 procent [vertrouwelijk: XXX procent] in volume en omzet.

---

<sup>14</sup> Een klant die in heel 2013 ten minste 1 miljoen poststukken bij het postvervoerbedrijf heeft afgeleverd.

<sup>15</sup> Een klant die in heel 2013 minder dan 1 miljoen poststukken bij het postvervoerbedrijf heeft afgeleverd.

## «Openbaar» Marktmonitor Post 2013

Er is een samenhang tussen het type poststuk, het bezorgkader waarin post wordt aangeboden en het al dan niet sorteren. Dit kan de hogere gemiddelde tarieven verklaren voor de relatief vaak tijdskritisch en ongesorteerd aangeboden brievenpost. Wanneer uitsluitend wordt gekeken naar de gemiddelde tarieven van poststukken die drie dagen later dienen te worden bezorgd, of gesorteerd worden aangeleverd, dan zijn de verschillen kleiner.

Dit jaar is een verdere uitsplitsing gemaakt naar klein- en grootzakelijke afzenders. Hieruit blijkt dat grootzakelijke afzenders lagere tarieven betalen dan kleinzakelijke afzenders. Dit kan verklaard worden doordat zakelijke afzenders vaak in aanmerking komen voor jaarvolumekortingen die oplopen naarmate zij meer post versturen. Deze verschillen zijn echter mogelijk ook een gevolg van verschillen in de mate waarin klein- en grootzakelijke afzenders druk uitoefenen op postvervoerbedrijven. Een andere mogelijke verklaring is dat er een verschil is in het gemiddelde gewicht dat klein- en grootzakelijke klanten gemiddeld genomen aanleveren. Een hoger gemiddeld gewicht resulteert namelijk in een hogere gemiddeld tarief. Ook kan er tussen klein- en grootzakelijke afzenders een verschil zitten in de planbaarheid van de post, de samenstelling van de post, de hoeveelheid post die per keer wordt aangeleverd en de kosten van de aanlevering van poststukken.

[Vertrouwelijk:

### Tabel 1. Tarieven klein- en grootzakelijk per type poststuk.]

#### Concurrentie

Met zijn huidige netwerk kan Sandd gesorteerd en voor bezorging binnen een niet-tijdskritisch kader aangeleverde poststukken vervoeren. Dit deel betreft ongeveer 20-25 procent [vertrouwelijk: XXX procent] van het volume op de zakelijke markt. Indien Sandd ook in staat zou zijn om op grote schaal ongesorteerde post te collecteren en sorteren, dan zou ongeveer 45-50 procent [vertrouwelijk: XXX procent] van het totale volume aan zakelijke post binnen zijn bereik liggen.

#### Samenvatting

Het marktaandeel van Sandd in het vervoer van zakelijke post stijgt in 2013 verder. In de segmenten waar post in belangrijke mate ongesorteerd en tijdskritisch wordt aangeboden, zijn regionale postvervoerbedrijven actief. Deze hebben een beperkt marktaandeel.