

Vergaderjaar 2004–2005

**29 502**

## **Toekomstige ontwikkeling van de Nederlandse postsector**

**Nr. 4**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 27 september 2004

Zoals toegezegd tijdens het AO met de Vaste Commissie voor Economische Zaken van 28 juni jl. doe ik u hierbij aanvullende informatie op de notitie Post toekomen. Ik schets hieronder eerst mijn visie op liberalisering van de postmarkt. Daarna ga ik, conform uw verzoek, in op de vragen die u verder gesteld hebt. In de bijlagen treft u verder nog aan de toegezegde marktanalyse, een overzicht van de rendementen van TPG en de concessierapportage 2003<sup>1</sup>, alsmede het rapport van SEO over het nut en de noodzaak van toegangsregulering – «Tante Pos krijgt concurrentie»<sup>1</sup> – en het rapport «Betekenis en belang van postdienstverlening. Kwantitatieve consultatie van de Nederlandse bevolking»<sup>1</sup>. Ik heb tijdens het AO goed naar uw vragen geluisterd en hoop dat dit geheel een goede basis biedt om met elkaar verder van gedachten te wisselen over de hoofdlijnen van de uit te werken nieuwe Postwetgeving. Ik streef er naar eind 2005 een voorstel van wet naar het Parlement te sturen zodat ik in 2006, na deze eerste gedachtewisseling over de hoofdlijnen van het beleid, met u de verdere uitwerking kan bespreken.

Inmiddels zijn de telecommunicatiesector en de energiesector in Nederland geliberaliseerd. De vraag die nu voorligt is hoe verder met de liberalisering van de postmarkt. Kern van de notitie Post is het voornemen de postmarkt in 2007 te liberaliseren. In een land als Zweden, waar is overgegaan tot een volledige liberalisering van de postmarkt, zijn de keuzemogelijkheid voor alle gebruikers vergroot en zijn de tarieven voor de zakelijke gebruiker gedaald. Dat is wat ik ook wil bereiken met de liberalisering van de postmarkt in Nederland: meer keuzemogelijkheden, lagere prijzen en betere kwaliteit van postdiensten voor de gebruikers. Ik ben mij er van bewust dat met name de zakelijke gebruiker zal profiteren van de opening van de postmarkt omdat concurrentie zich vooral op dit deel van de markt zal afspelen. Zakelijke post vormt namelijk 92% van de totale poststroom. De directe voordelen van de liberalisering voor de particuliere gebruiker zullen klein zijn, omdat dit slechts een beperkt deel van de poststroom vormt en daarmee minder interessant is vanuit commercieel oogpunt. De voorgestelde liberalisering zal daarom hand in hand dienen

<sup>1</sup> Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

te gaan met het garanderen van een betaalbare en goede universele dienst. Dit betekent dat voor de particuliere gebruikers waarborgen met betrekking tot de universele dienst (UD) in regelgeving zullen worden vastgelegd om deze gebruikers te beschermen tegen eventuele negatieve effecten van de liberalisering.

Voor de Europese Unie ziet het voorgenomen traject voor de liberalisering er als volgt uit:

- 1 januari 2006; verlaging van het toegestane voorbehouden maximumgewicht voor briefpost van 100 naar 50 gram;
- De Commissie zal een verkennende studie verrichten om voor elke lidstaat te beoordelen welke gevolgen de volledige voltooiing van de interne postmarkt in 2009 voor de universele dienst zal hebben. Op basis van de conclusies van deze studie legt de Commissie vóór 31 december 2006 aan het Europees Parlement en de Raad een verslag voor, vergezeld van een voorstel waarin het jaar 2009 wordt bevestigd voor de voltooiing van de interne postmarkt of in het licht van de conclusies van de studie een andere maatregel wordt voorgesteld.

Waarom wil het kabinet nu dat Nederland niet het traject van de Europese Unie volgt maar eerder (2007) liberaliseert. Als we kijken naar Europa zien we een beperkt aantal grote spelers, nl. Deutsche Post, Royal Mail en La Poste (zie ook bijlage 1). Van deze spelers is Deutsche Post met name actief op de internationale markt; Royal Mail en La Poste hebben met name grote omzet op de binnenlandse markt. De postmarkten in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk (VK) zijn belangrijke postmarkten voor de Nederlandse bedrijven, in het bijzonder voor TPG. Het zwaartepunt van de buitenlandse activiteiten van TPG Post ligt in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Omgekeerd hebben Deutsche Post en Royal Mail ook activiteiten in Nederland. Gegeven de context dat met Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Nederland een aanzienlijk deel van de Europese postmarkt is gemoeid, de grote Europese spelers vooral uit deze landen komen en er uiteraard economische voordelen gemoeid zijn met liberalisering, acht ik het zoals ik in de notitie Post heb aangegeven, verantwoord de postmarkt in Nederland in 2007 te liberaliseren onder voorwaarde van liberalisering van de postmarkten in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Nederlandse liberalisering hoeft daarmee in mijn ogen niet afhankelijk te worden gesteld van de ontwikkeling in de overige lidstaten.

Nederland is niet het enige land waar een versnelde liberalisering aan de orde is. Recent is naar buiten gekomen dat het Verenigd Koninkrijk de postmarkt al in 2006 volledig zal openen. In Duitsland staat volledige liberalisering gepland voor eind 2007. De Zweedse en Finse postmarkt zijn overigens al een aantal jaren geliberaliseerd. En ook de Noorse regering heeft plannen gepresenteerd om de markt in 2007 volledig te liberaliseren. TPG heeft in het Europese speelveld een goede positie. TPG heeft zich ontwikkeld tot een internationale dienstverlener. Deze goede uitgangspositie komt mede door de vroege beursgang van TPG, waardoor het bedrijf zich ontwikkeld heeft tot een efficiënte speler van formaat. In een Europese markt is het eigendom van een bedrijf overigens niet de zaak waar het om gaat maar welke waarborgen er zijn vastgelegd rond verlening van de UD. Dit is in de postsector niet anders dan de energie- en telecomsector.

Een blauwdruk van hoe de markt er uit zal komen te zien kan ik u niet geven, wel kan ik u mijn verwachtingen schetsen. Als ik kijk naar de Nederlandse markt, dan is TPG duidelijk de grootste speler. Er zijn twee belangrijke concurrenten, Sandd en SelektMail (Deutsche Post), met ieder een marktaandeel van rond de 3% en ieder een eigen pakket aan diensten. Ik verwacht dat na het opengaan van de Nederlandse markt de concu-

rentie vooral tussen deze drie spelers zal gaan; het is in mijn ogen de vraag of er nog andere grote spelers bij komen. In de eerste periode na liberalisering verwacht ik dat TPG de grootste speler blijft, maar dat het marktaandeel van de andere twee spelers aanzienlijk zal stijgen.

De liberalisering zal een fundamentele herziening van de huidige Postwet met zich meebrengen. Het komende jaar zal een aantal onderwerpen worden uitgewerkt. De hoofdlijnen die mij hierbij voor ogen staan zijn de volgende:

- Uitwerking van universele dienstverlening, met de volgende uitgangspunten:
  - postbezorging 6 dagen in de week
  - geen veranderingen rond postvestigingen
  - leveringszekerheid door (zo nodig) aanwijzing van een leverancier van de UD
- Goed tariefbeheersingssysteem voor particuliere gebruikers
- Goede toegangsregulering voor spelers op de markt
- Goed toezicht door goed geëquipeerde toezichthouders (NMA en OPTA)
- Inbouw van een noodremprocedure voor eventuele uitstel van het moment van liberalisering indien daar zwaarwegende gronden voor zijn

Deze onderwerpen komen hieronder terug langs de meer specifieke vragen die u over de verschillende onderwerpen hebt gesteld.

Over de uit te werken onderwerpen zal de komende maanden verder overleg plaatsvinden met belanghebbende partijen, zoals postbedrijven, OPTA en NMa. Daarnaast zal er overleg plaatsvinden met de lidstaten van de EU die al geliberaliseerd hebben en de lidstaten die dat evenals Nederland van plan zijn te doen. De komende jaren zal ook gekeken worden naar de ontwikkelingen in de meest belangrijke andere lidstaten.

## **Liberalisering**

### *Afweging ten opzichte van andere landen/reciprociteit*

Alle leden hebben aandacht gevraagd voor koppeling van liberalisering van de postmarkt in Nederland aan liberalisering van de postmarkten in met name België en Frankrijk. Met het opengaan van de twee belangrijkste postmarkten in Europa, te weten Duitsland en het VK, ontstaat er zoals hierboven al is aangegeven, een substantiële markt die voldoende mogelijkheden geeft voor Nederlandse bedrijven. Deze mening is TPG ook toegedaan. Het volgen van het traject dat in de EU wordt doorlopen, dan wel te wachten op Frankrijk of op het laatste land in Europa dat liberaliseert, betekent dat de eerder genoemde voordelen van liberalisering onnodig lang onthouden worden aan de gebruiker. Gegeven de belangen van met name de zakelijke gebruikers en de goede uitgangspositie van de Nederlandse bedrijven, acht ik dat onwenselijk. Voorzover nu bekend zullen Frankrijk en België het traject van de Postrichtlijn in de EU volgen. Zoals toegezegd is er gesproken met Franse collega's over het bespoedigen van de liberalisering van de Franse postmarkt. Dit heeft tot dusver geen resultaten opgeleverd.

Er is verder gevraagd of het niet mogelijk is om een vorm van reciprociteit te introduceren, zodat een Frans bedrijf hier alleen mag opereren wanneer dat voor een Nederlands bedrijf in Frankrijk ook mogelijk is. Het introduceren van reciprociteit tussen lidstaten is in beginsel in strijd met het Europees recht. Slechts in een enkel geval is reciprociteit toegestaan geweest en wel op tijdelijke basis in de elektriciteitssector. Voor deze reciprociteit is nadrukkelijk een basis gegeven in de Tweede Elektriciteits-

richtlijn. In de Postrichtlijn ontbreekt een dergelijke basis. De lidstaten die eerder tot volledige liberalisering zijn overgegaan hebben destijds geen reciprociteitswensen op tafel gelegd, noch hebben de lidstaten die tot liberalisering hebben besloten dit gedaan. Ik verwacht niet, gegeven de huidige omstandigheden, dat reciprociteit voor post in de toekomst wel een basis krijgt.

#### *Noodrem*

Naar aanleiding van de zorg van diverse leden rond het liberaliserings-traject in andere landen heb ik tijdens het AO aangegeven een noodrem-procedure in te willen bouwen voor de liberalisering van de postsector, zoals ik ook bij de liberalisering van de elektriciteitsmarkt heb gedaan. Met een noodremprocedure wordt de mogelijkheid ingebouwd om in een laat stadium, indien de omstandigheden daartoe aanleiding geven, te kunnen schuiven met de datum van invoering van liberalisering. Het spreekt voor zich dat uiterste terughoudendheid is geboden bij de hantering van een noodrem, omdat een markt er in beginsel vanuit mag gaan dat een eenmaal genomen besluit tot liberalisering wordt geëffectueerd. Bij de noodremprocedure voor de postsector denk ik aan twee criteria, te weten het feitelijk liberaliseren, met name VK en Duitsland, en of de betreffende markten ook de facto open zijn. Het is van belang dat de markten echt open zijn bij toepassing van de voorwaarden. Ik onderschrijf daarmee van harte de opmerking van mevrouw Van Vroonhoven-Kok dat we bij liberalisering moeten waken voor toetredingsbelemmeringen die markten de facto dichthouden. Tot nu toe hebben mij geen signalen bereikt dat er in Duitsland of het VK sprake zou zijn van (verwachte) belemmeringen. De Europese commissie ziet er overigens op toe dat obstakels voor concurrentie worden weggenomen. Ik heb daar al overleg over met de Commissie; ik zal er ook zelf op toetsen, en ik zal zo nodig de Commissie aanspreken op haar verantwoordelijkheid.

#### *Sociale klimaat in de postsector*

De heer Vendrik (GL) heeft vragen gesteld over de werkgelegenheid en arbeidsvoorwaarden op de postmarkt. De algemene verwachting is dat postbedrijven op Europese schaal actief worden op verschillende markten (post, express en logistiek). Naast grotere Europese spelers zullen kleinere marktpartijen actief blijven op deelmarkten. Uit studies van de Europese Commissie blijkt dat de werkgelegenheid in sectoren die voorheen monopolies kenden, toeneemt. Aan de ene kant worden de traditionele postbedrijven gestimuleerd efficiënter te werken door de concurrentiedruk na liberalisering. Aan de andere kant is er plaats voor nieuwe partijen die ook een bezorgnetwerk opzetten. Het is daarom goed mogelijk dat de werkgelegenheid zal stijgen als gevolg van de liberalisering in Europa. In Nederland is die ontwikkeling voor open markten al ingezet, het aantal postbedrijven en het aantal werknemers in deze sector is de laatste jaren gestegen.

Het effect van liberalisering op de arbeidsvoorwaarden, zoals verder werd gevraagd, is moeilijk aan te geven. Het is ook niet aan het Kabinet om de arbeidsvoorwaarden in de postsector voor te schrijven. Dat doet het Kabinet in geen enkele private sector.

#### *Kwaliteitseisen concurrenten*

Mevrouw Gerkens (SP) is ingegaan op de vraag of er bepaalde kwaliteitseisen zouden moeten worden voorgeschreven aan postbedrijven, anders dan de leverancier van de universele dienst. Borging van kwaliteit is een aspect dat ik bij de uitwerking van de nieuwe Postwetgeving zeker zal

meenemen. Daarbij denk ik primair aan eisen ten aanzien van geschillenbeslechting en transparantie van de prijzen en de kwaliteit van diensten.

## **Universele dienstverlening (UD)**

### *Kwaliteit van de UD*

Door mevrouw Van Vroonhoven-Kok (CDA), mevrouw Gerkens (SP), de heer Vendrik (GL) en de heer Van der Vlies (SGP) zijn verschillende vragen gesteld over de kwaliteit en noodzakelijkheid van de UD in relatie tot de wensen van de consument. De huidige eisen ten aanzien van de kwaliteit van de postdienstverlening zijn vastgelegd in de Postwet, het Postbesluit en het Besluit algemene richtlijnen post (Barp). De eisen betreffen onder meer de frequentie van de postbezorging en de beschikbaarheid en toegankelijkheid van brievenbussen en postvestigingen. In mijn opdracht is begin 2004 het onderzoek «Betekenis en belang van postdienstverlening; Kwantitatieve consultatie van de Nederlandse bevolking» (TNS Nipo Consult) uitgevoerd. Daarbij zijn de percepties, behoeften en verwachtingen van de consument ten aanzien van de post en de postdienstverlening in kaart gebracht. In het onderzoek zijn veranderingen in de kenmerken van post, zoals de prijs, de overkomstduur, de bezorgfrequentie en de afstand tot het postkantoor en de brievenbus, tegen elkaar afgezet. Hieruit blijkt dat op verslechtingen in het aanbod aanmerkelijk negatiever en heftiger wordt gereageerd dan dat verbeteringen een positieve reactie ontvangen. Hierbij zijn veranderingen in de prijs meegenomen.

Uit het onderzoek blijkt dat Nederlanders over het algemeen te spreken zijn over de huidige postdienstverlening:

- De uitgaven aan postdiensten worden door de meeste Nederlanders als aanvaardbaar en redelijk ervaren. Over de prijs van de postzegel is het merendeel van de Nederlanders tevreden.
- Burgers zijn in het algemeen zeer te spreken over de kwaliteit van de postbezorging. Zij zijn tevreden over de correctheid en de frequentie waarmee de post wordt bezorgd. Het terugbrengen van de frequentie vindt een deel van de Nederlanders acceptabel zolang er ten minste een bezorgfrequentie van vijf dagen blijft. Een nog lagere bezorgfrequentie is onaanvaardbaar.
- De Nederlanders hechten veel belang aan de overkomstduur. Een overkomstduur van meer dan 24 uur vindt men onaantrekkelijk, ook als het gepaard zou gaan met een verlaging van de prijs.
- Een meerderheid van de Nederlanders is tevreden over de afstand van de woning tot aan de postvestiging.
- Burgers waarderen het dat de brievenbus zo dicht bij huis staat, maar het merendeel ziet geen belemmeringen wanneer de afstand tot de dichtstbijzijnde brievenbus twee keer zo groot zou worden.
- De afstand tot de postvestiging en de brievenbus is ondergeschikt aan het belang van de overkomstduur, de bezorgfrequentie en de prijs.
- Voor zover kwetsbare groepen in de zin van postdienstverlening kunnen worden geduid, valt te denken aan ouderen en minder mobiele. Bij ouderen ligt de gevoeligheid voor veranderingen vooral bij de bezorgfrequentie. Ouderen willen meer moeite doen om de post te versturen, als zij post maar met een hoge frequentie blijven ontvangen. Minder mobiele zijn meer dan gemiddeld gevoelig voor veranderingen rondom het postkantoor en de brievenbussen.

Het onderzoek geeft aan dat Nederlanders over het algemeen tevreden zijn over de huidige postdienstverlening en dat het wenselijk is de UD op het huidige niveau te handhaven. Dit is dan ook het uitgangspunt in de notitie Post voor de UD na 2007. Ik wil de kwaliteitseisen in wet- en regel-

geving vastleggen. Of er op een gegeven moment veranderingen in deze kwaliteitseisen moeten plaatsvinden, is een politieke keuze.

In een woonkern met meer dan 5 000 inwoners er binnen een straal van 5 kilometer een postvestiging met een volledig assortiment aanwezig moet zijn. Wanneer het inwoneraantal groter is dan 50 000 moet er een extra dienstverleningspunt zijn voor elke 50 000 inwoners. In praktijk heeft 98% van de huishoudens in Nederland binnen 5 kilometer een postvestiging met een volledig assortiment; 93% heeft dat binnen 3 kilometer. Voor het nagenoeg volledig assortiment geldt dat 98% van de Nederlanders dat nu binnen 3 kilometer tot zijn of haar beschikking heeft.

**Gemiddelde afstand van de Nederlander naar een vestiging met:**

Assortiment	Afstand
Volledig assortiment, zoals het kunnen aanbieden van pakketten tot 20 kg naar het buitenland en waardeverzendingen.	1 140 meter
Nagenoeg volledig assortiment, dit is 90% van de handelingen, waaronder het aanbieden van een aangetekende zending, pakjes tot 2 kilogram naar het buitenland en het afhalen van pakjes.	760 meter
Postzegels	510 meter

Bron: TPG, «Dienstverleningspunten, de feiten in Nederland», 2004.

De meerderheid van de Nederlanders is tevreden over de afstand tot het postkantoor zoals eerder vermeld. Aspecten als de overkomstduur en de bezorgfrequentie worden belangrijker gevonden dan de afstand tot de postvestiging. Het consumentenonderzoek Post geeft mij geen aanleiding de universele dienstverlening op dit punt in positieve of in negatieve zin te wijzigen.

*Omvang van de UD*

Mevrouw Van Egenschot (VVD) heeft de vraag gesteld waarom brieven onder de 50 gram na 2007 nog onder de universele dienst vallen. Mijn uitgangspunt is dat de postmarkt na 2007 een geheel vrije markt is. Ik heb in de notitie Post aangegeven dat het mogelijk wenselijk kan zijn partijen brieven tot en met 50 gram vanaf het moment van liberalisering *tijdelijk* onder de universele dienst te laten vallen, aangezien er geen zekerheid bestaat hoe de markt er in 2007 voorstaat, hoe sterk en hoe snel concurrentie zich zal ontwikkelen. Grote zakelijke klanten nemen een sterke positie in en zullen in eerste instantie vooral de aandacht van de postbedrijven krijgen. Voor kleinere klanten (naast de particuliere gebruiker bijvoorbeeld ook het midden- en kleinbedrijf) kan enige bescherming daarom in beginsel wenselijk zijn. In de notitie Post heb ik aangegeven dat ik in 2006 nader zal bezien of en hoe deze overgangperiode, mede tegen de achtergrond van gelijke concurrentieverhoudingen, zal worden ingericht.

*Verplichting tot levering van UD*

Door de heer Crone (PvdA), mw Van Egenschot (VVD), mw Van Vroonhoven-Kok (CDA) en de heer Van der Vlies (SGP) zijn vragen gesteld met betrekking tot de verplichting tot het leveren van de UD ook na 2007. Na 2007 mag in beginsel ieder bedrijf postdiensten aanbieden, maar op dit moment is TPG de enige dienstverlener die in staat kan worden geacht een UD aan te bieden die voldoet aan de huidige eisen. Bedrijven als Sandd en Selektmail richten zich vooralsnog op de zakelijk markt en hebben te kennen gegeven dat ze voorlopig niet van plan zijn om hun bedrijven zo in te richten dat zij ook een UD kunnen aanbieden die voldoet aan de huidige eisen. Deze situatie zal naar mijn verwachting ook ná libe-

ralisering nog enige tijd voortbestaan. Om deze periode te overbruggen zal de UD in ieder geval voorlopig nog aan TPG worden opgedragen. In combinatie met het vervoer van zakelijke post is een efficiënte en bedrijfs-economisch verantwoorde uitvoering van de UD voor TPG goed mogelijk.

In de toekomst zou TPG, om bijvoorbeeld bedrijfseconomische redenen, aan kunnen geven niet langer belast te willen zijn met de leveringsplicht van de UD. Onder bedrijfseconomische redenen kan een aantal situaties worden verstaan, bijvoorbeeld dat TPG de UD niet langer tot een kern-activiteit rekent of dat de universele dienst niet langer tegen betaalbare tarieven kan worden geboden. Mogelijk zouden ook andere bedrijven in staat zijn de UD te leveren. In de notitie Post is aangegeven dat in dat geval wordt voorzien in een aanbestedingsprocedure. Door middel van een aanbestedingsprocedure kan worden bereikt dat andere partijen kunnen aanbieden de UD te leveren. Indien een aanbestedingsprocedure geen gegadigden op levert, zal overigens in ieder geval een van de markt-partijen worden verplicht de UD te leveren. Een dergelijke constructie is niet nieuw. Deze wordt reeds toegepast in de telecomunicatiesector en zorgt er voor dat onder alle omstandigheden de levering van de universele dienst is zeker gesteld.

#### *Faillissement TPG*

Door de heer Vendrik (GroenLinks) is in relatie tot de verplichte levering van de UD de vraag gesteld wat er gebeurt bij een faillissement van TPG. In lijn met de rol van de overheid bij faillissement van (tele)communicatie-aanbieders (Brief aan Tweede Kamer van 12 maart 2004) zal indien nodig, ook voor wat betreft de universele dienst van de postvoorziening, in overleg met het ministerie van Financiën, een passende rol van de overheid worden ingevuld, opdat de levering van de universele dienst verzekerd blijft. Ik zal bij de opstelling van de nieuwe Postwet kijken of mogelijk aanvullende maatregelen nodig zijn.

#### *Gouden aandeel*

Mevrouw Van Egerschot (VVD) heeft een vraag gesteld over het gouden aandeel. De Europese Commissie heeft eerder dit jaar aangegeven de procedure tegen de Nederlandse regering betreffende de gouden aandelen KPN en TPG voor te leggen aan het Hof van Justitie te Luxemburg. De Commissie heeft deze zaken medio juli bij het Hof aanhangig gemaakt. De minister van Financiën is houder van het bijzonder aandeel. De overwegingen die hebben geleid tot het gouden aandeel in TPG komen voort uit het belang dat sinds de verzelfstandiging en de beursgang van TPG wordt toegekend aan een goed functionerende postvoorziening en het belang van een financieel gezonde uitvoerder van de postconcessie in het geval van een wettelijk monopolie.

#### **Tarieven**

Door de heer Crone (PvdA) en mevrouw Van Vroonhoven-Kok (CDA) zijn vragen gesteld over de rendementen van TPG, het tariefsysteem en de keuzes die daaraan ten grondslag liggen. In de bijlage bij deze brief staan gegevens over de rendementsontwikkeling bij TPG. Ik meen dat het voor een goed begrip van belang is onderscheid te maken tussen twee situaties:

1. de huidige markt met een monopolie voor TPG op brieven tot en met 100 gr en
2. de toekomstige situatie met een volledig geliberaliseerde markt.

Ad 1. Voor de huidige situatie gold tot voor kort dat de tarieven voor de universele dienst werden gemaximeerd op het niveau van 1 januari 2003. Na het gegrond verklaren van het bezwaar van TPG tegen de maximeringsbeschikking, is het oude tariefsysteem weer herleefd. Dat is een pricecap-systeem gebaseerd op de loonsomindex. Met TPG is vervolgens afgesproken het tarief van een standaardbrief ongemoeid te laten tot 2007. Voor de zakelijke markt zal TPG eventueel eenmalig voor 2007 een verhoging invoeren. Een en ander heeft feitelijk tot gevolg dat het tarief van een brief voor de consument, dat dateert van 1 januari 2002, tot 2007 ongewijzigd blijft, namelijk 0,39 euro.

Ik geef aan deze eenvoudige, maar effectieve aanpak de voorkeur boven de invoering van een compleet nieuw systeem. De reden dat ik terugval op het oude tariefbeheersingssysteem en niet kies voor een CPI-x of een verlaging van het tarief voor de periode tot 2007, is als volgt. Ingrijpen in de huidige tarieven kan alleen op basis van gronden die vermeld staan in artikel 5 van de Postwet, waaronder de betaalbaarheid. Afgezien daarvan spelen er bij het bepalen van het beleid ten aanzien van de tarieven en het belang van de consument overwegingen mee die in het AO van 8 juli 2003 over het tariefbeheersingssysteem post reeds aan de orde zijn geweest. Het sturen op rendementen van bedrijven heeft in beginsel niet mijn voorkeur. TPG is een efficiënt bedrijf en de tarieven zijn, ook internationaal vergeleken, laag. Dit is een resultaat van de inspanningen van het bedrijf en de werknemers. Het gelijk houden van het tarief van de postzegel voor de consument tot 2007 betekent, rekening houdend met de inflatie, feitelijk al een daling van het tarief. TPG opereert in een dynamische omgeving. Markten en technologieën zijn in ontwikkeling. Het is niet duidelijk hoe deze ontwikkelingen zullen uitpakken. TPG gaat met de liberalisering een onzekere periode tegemoet. Tevens heeft TPG te maken met een dalend postvolume. De komende liberalisering zorgt reeds voor de nodige druk vanuit de markt op tarieven. Tot slot brengt het invoeren van een CPI-x tariefsysteem de nodige administratieve lasten met zich mee. Kortom, ik acht voor nu aanpassing van de systematiek niet gewenst.

Ad 2. Bij volledige liberalisering in 2007 ontstaat een nieuwe situatie. Op de markt voor zakelijke post zal, afgaande op de nu al aanwezige concurrenten, voldoende concurrentie ontstaan. Er is reeds sprake van concurrentie op de vrije marktsegmenten. Voor de zakelijke post, die veruit het grootste deel vormt van de postmarkt, zal de markt zelf de tarieven reguleren. Daarvoor zal geen tariefbeheersingssysteem hoeven te worden ingevoerd. Voor de particuliere gebruikersmarkt ligt dit anders. Slechts 8% van de post is afkomstig van particuliere gebruikers, waarvan de helft weer bestaat uit zakelijk gerelateerde post van consument naar bedrijf of instantie. Op deze markt is vooralsnog geen of nauwelijks concurrentie te verwachten. Uit het oogpunt van bescherming van de particuliere gebruiker zal voor deze post wel een tariefbeheersingssysteem gelden waarbij TPG de tarieven met niet meer dan het inflatiecijfer mag verhogen. Hiermee wordt zeker gesteld dat de post voor de particuliere gebruiker betaalbaar blijft. Derhalve zal een price capsysteem worden ingevoerd en is het niet nodig te corrigeren voor efficiency, dus een CPI zonder x. Het consumentendeel is niet het winstgevendende deel van de markt. Uit internationale vergelijkingen blijkt dat TPG efficiënt opereert. Het CPI-x systeem is aanbevolen tegen de achtergrond van de huidige situatie, waarin een belangrijk deel van de zakelijke post nog onder de UD en het monopolie valt. Dat is bij een volledig geliberaliseerde postmarkt wezenlijk anders. De enige vorm van tariefregulering die daarbij van belang is, is zoals gezegd de regulering voor de particuliere gebruikersmarkt.



## **Toegang tot het netwerk**

De heer Crone (PvdA) en mevrouw Van Egerschot (VVD) hebben vragen gesteld over de toegangsregulering. In mijn opdracht is onderzoek gedaan naar nut en noodzaak van toegang tot het netwerk van TPG. Dit onderzoek, «Tante pos krijgt concurrentie» uitgevoerd door Stichting Economisch Onderzoek (SEO) van de Universiteit van Amsterdam, is in de bijlagen te vinden. De resultaten van het onderzoek vormen de basis voor de notitie Post.

Kernvraag voor het bepalen van toegangsregulering is de vraag in hoeverre er sprake is van een natuurlijk monopolie op de postmarkt. Volgens de onderzoekers kan op twee onderdelen van de postale infrastructuur worden gesproken van een natuurlijk monopolie. Dat is bij het collecteren (de rode brievenbus) en bij het bezorgen van post bij consumenten zes dagen per week. Het reguleren van toegang tot de brievenbussen is volgens de onderzoekers niet opportuun. In dat geval moet de post in het sorteercentrum worden gescheiden in post voor verschillende aanbieders. Dat betekent een extra scheidingsproces in de sorteercentra. Dit werkt kostenverhogend. Bovendien is de meerwaarde van toegang twijfelachtig. Het gaat om een zeer beperkt deel van de poststroom. Reguleren van de toegang tot de brievenbussen acht ik, gezien de door SEO genoemde bezwaren, niet wenselijk. Toegang tot de brievenbus door concurrenten is overigens in geen enkel land gereguleerd.

Voor de overige delen van het netwerk is een verplichting tot non-discriminatie voldoende voorwaarde tot efficiënte toegang op het netwerk, gegeven transparantie van prijzen en voorwaarden. Voor concurrenten en (grootzakelijke) klanten is het op dit moment al mogelijk delen van het productieproces zelfstandig uit te voeren en vervolgens TPG in te schakelen. Op deze manier worden grote partijen voorgesorteerde post afgeleverd bij TPG, waarna TPG voor verdere verwerking zorgdraagt. Deze vorm van toegang heeft het mogelijk gemaakt dat concurrenten als Sandd en SelektMail een landelijke postdienst hebben kunnen opzetten. Inmiddels hebben deze bedrijven een eigen bezorgnetwerk opgezet en functioneren grotendeels onafhankelijk van TPG. De huidige praktijk wijst uit dat op de postmarkt kan worden volstaan met een non-discriminatie bepaling waarmee de concurrent niet achtergesteld mag worden ten opzichte van de (grote) klanten van TPG. Daarvoor is transparantie over de prijzen en voorwaarden nodig en een procedure waarin geschillen over de voorwaarden kunnen worden opgelost. Het tarief voor toegang wordt dus door de markt bepaald.

### *Retourzendingen*

Mevrouw Van Egerschot (VVD) heeft gevraagd naar retourzendingen. TPG Post, Sandd en Selekt Mail hebben een principeovereenkomst voor een jaar gesloten over retourzendingen. De afhandeling daarvan zorgde voor problemen op de deels geliberaliseerde postmarkt. Particulieren die post ontvangen die niet voor hen is bestemd, sturen deze «retour afzender» via de brievenbussen van TPG Post. Ze kijken er niet naar of die post is bezorgd door TPG, Sandd of Selekt Mail. TPG Post behandelde deze post als ongefrankeerd en bracht hiervoor strafport in rekening. De drie bedrijven hebben nu afgesproken dat TPG geen strafport meer berekent. De post kan terug naar het retouradres van Sandd of Selekt Mail tegen een bepaald tarief dat de twee marktpartijen betalen aan TPG Post. De twee concurrenten noemen de prijs die ze daarvoor moeten betalen, redelijk.

Mevrouw Van Egerschot (VVD) heeft tevens de vraag gesteld of het postcodesysteem van TPG voldoende toegankelijk is voor concurrenten. De Nederlandse postcode wordt uitgegeven en onderhouden door TPG Post. De toekenning van de postcode heeft geen wettelijke basis. In de jaren zeventig heeft het toenmalige Staatsbedrijf der PTT het postcodesysteem ontwikkeld ten behoeve van een doelmatig en efficiënt postverkeer, in het bijzonder door optimalisering van het sorteerproces en de bestelling. De toenmalige Minister van Binnenlandse Zaken heeft de ontwikkeling, toekenning en de invoering van de postcode aan PTT overgelaten. De uiteindelijke invoering vond in 1977 plaats.

De toegang tot de postcode is voor alle publieke en private partijen, dus ook concurrenten van TPG Post, onder gelijke voorwaarden, mogelijk. Individuele postcodes horend bij Nederlandse adressen zijn gratis te verkrijgen via de klantenservice of de website van TPG Post ([www.tpg-post.nl](http://www.tpg-post.nl)) en de telefoongids. Postcodebestanden worden tegen betaling geleverd via TPG Post-dochter Cendris. Het gehele, actuele postcodebestand wordt aan eindgebruikers en doorleveranciers, waaronder concurrenten, geleverd. Naar keuze wordt tevens een maandelijks mutatie-abonnement van de postcodegegevens geleverd.

Op de toegang tot de postcode zijn de algemeen geldende mededingingsregels van de Mededingingswet van toepassing. De Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) ziet toe op de naleving. De NMa heeft in 2002 onderzocht of TPG Post mogelijk misbruik maakte van een machtspositie in verband met de toekenning van postcodes en het zakelijk gebruik ervan. De resultaten van het onderzoek, waarbij de gehanteerde tarieven voor het leveren van postcodegegevens specifieke aandacht kregen, vormden geen aanleiding stappen te ondernemen. Sinds het onderzoek door de NMa in 2002 is de toegankelijkheid van de postcode overigens niet gewijzigd en zijn de tarieven voor het leveren van postcodegegevens niet substantieel gewijzigd. Met de huidige toegangsmogelijkheden kan nu worden volstaan. Gezien het belang van concurrenten hecht ik aan een goede toegankelijkheid en beschikbaarheid van het postcodesysteem. Daarom zal ik hieraan bij de opstelling van de nieuwe postwet nadrukkelijk aandacht besteden.

### **Toezicht**

Door de heer Crone (PvdA), mevrouw Van Egerschot (VVD), mevrouw Van Vroonhoven-Kok en de heer van der Vlies (SGP) is een aantal vragen gesteld over het toezicht op onder andere de postale infrastructuur, het gevaar van kruissubsidiëring, omvang en bevoegdheden van de OPTA en de verhouding ten opzichte van de NMa. Allereerst moet onderscheid worden gemaakt tussen algemeen en sectorspecifiek mededingingstoezicht. Het eerste is generiek van karakter en gericht op het bewaken en bevorderen van concurrentie op alle markten en wordt uitgevoerd door de NMa. De NMa ziet (ex post) toe op het gedrag van marktspelers. In aanvulling op de generieke mededingingsregels kunnen sectorspecifieke regels en -toezicht noodzakelijk zijn. Sectorspecifieke regels en het toezicht daarop hebben meestal een preventief karakter: er kan vooraf worden ingegrepen om veranderingen in de markt mogelijk te maken. Toegespitst op de postsector komt het erop neer dat NMa toeziet op de naleving van de algemene mededingingsregels, ook in de postsector, en dat de OPTA toeziet op naleving van de specifieke eisen die de postale wet-en regelgeving stelt.

Het toezicht op ongeoorloofde kruissubsidiëring is een taak van de NMa. Wel worden er in de Postrichtlijn en in navolging daarvan in het Besluit algemene richtlijnen post (Barp) regels gesteld die gericht zijn op het voorkomen van ongeoorloofde kruissubsidies in een toerekeningssysteem voor kosten en opbrengsten. Hierop ziet OPTA toe. De OPTA ziet eveneens toe op de naleving van de eisen welke worden gesteld aan de levering van universele dienst. Hieronder vallen onder meer de naleving van de regels voor postvestigingen, de overkomstduur, de boekhoudkundige scheiding en de tarieven.

OPTA zal er tevens op toe zien dat TPG op non-discriminatoire wijze toegang biedt aan concurrenten. Het is daarbij belangrijk dat kan worden voorzien in een duidelijke en snelle geschillenprocedure. Daarbij zal bij de inrichting van een nieuwe Postwet rekening worden gehouden, waarbij tevens een afweging zal plaatsvinden ten opzichte van de eventuele administratieve lasten. OPTA zal de nieuwe wet op uitvoerbaarheid toetsen. Daarbij zal ook de voor de uitvoering van de wet benodigde menskracht aan de orde komen.

De Minister van Economische Zaken,  
L. J. Brinkhorst

Klanten in de postmarkt zijn de verzenders van post. Enerzijds zijn dit particuliere gebruikers. Iedereen verstuurt wel eens een kaartje, een brief, een document of een pakje. Anderzijds gaat het om zakelijke gebruikers (bedrijven en instellingen) die post versturen: rekeningen, bankafschriften, reclame etc.

De Nederlandse particuliere gebruikers versturen 8% van de totale hoeveelheid post in ons land. Het overgrote deel, namelijk 92%, is post van bedrijven en instellingen. Daarmee kan de postmarkt worden gekarakteriseerd als een typisch zakelijke markt. In totaal worden in Nederland jaarlijks ongeveer 6 miljard poststukken verstuurd, kranten en ongeadresseerde reclame niet meegerekend.

Een Nederlands huishouden besteedt gemiddeld 22 euro per jaar aan postdiensten. De helft van dat bedrag wordt besteed aan kerst- en nieuwjaarspost. Als klantgroep spelen particuliere gebruikers in de postmarkt dus een relatief beperkte rol.

Zakelijke klanten zijn er in vele soorten en maten. Naarmate het te verzenden volume toeneemt, daalt de relatieve prijs. Klanten maken gebruik van die lagere prijs door hun post als partij aan te bieden bij een postbedrijf, bijvoorbeeld TPG, Sandd of Selekt Mail. Daarnaast bestaat de mogelijkheid om de verzending uit te besteden, bijvoorbeeld aan een verzendhuis.

#### *De ontwikkelingen op de postmarkt*

In Nederland wordt de postmarkt gedomineerd door het voormalige staatsbedrijf TPG, dat zich heeft ontwikkeld tot een internationale dienstverlener. TPG's omzet van ongeveer 12 miljard euro per jaar komt in toenemende mate voort uit niet-postactiviteiten. Het bedrijf is actief in meer dan 200 landen en heeft in 64 landen eigen vestigingen. Er werken in totaal ongeveer 163 000 mensen waarvan ongeveer de helft in het buitenland. Het bedrijf heeft drie divisies: Mail, Express en Logistiek. Express is marktleider in Europa, met een eigen Europees netwerk. De logistieke divisie behoort wereldwijd tot de grootste logistieke dienstverleners. Met 60 500 werknemers is TPG Post de grootste particuliere werkgever in Nederland. TPG Post beschikt over 8 sorteercentra voor brieven, 3 voor pakketten en bezorgt 6 dagen per week op ieder adres in Nederland.

Europese postbedrijven zoals Deutsche Post (Duitsland) en Royal Mail (Verenigd Koninkrijk) maken een soortgelijke ontwikkeling door. De laatste jaren heeft een aantal postbedrijven in Europa haar dienstverlening ook buiten de grenzen ontwikkeld en veel meer nadruk op de niet-traditionele postactiviteiten gelegd. Met een iets verschillend profiel in de dienstverlening richten deze grote partijen zich allen op de Europese markt voor post, express en logistiek waarmee de concurrentie zich verscherpt.

Op de postmarkt is TPG bezig, al dan niet samen met partners, netwerken op te zetten in de belangrijkste Europese landen. Dergelijke netwerken bestaan op dit moment al in het Verenigd Koninkrijk, België, Duitsland, Italië, Oostenrijk, Tsjechië en Slowakije.

Op de express markt is de consolidatieslag door de Europese postale spelers al ingezet: TNT en Jet Service werden onderdeel van TPG, Deutsche Post breidde afgelopen jaar haar belang in DHL uit en La Poste en FedEx hebben een samenwerkingsverband. TNT Express van TPG is een aanbieder van express diensten.

De logistieke markt is meer gefragmenteerd: een aantal grote spelers zoals Danzas en TNT, vormen onderdeel van respectievelijk Deutsche Post

en TPG. Daarnaast zijn er spelers die zich al langere tijd uitsluitend met transport en logistiek bezig houden zoals Exel, Hays en Ryder. De grote express bedrijven, zoals UPS en FedEx, zijn zich in toenemende mate tot grote mondiale logistieke bedrijven aan het ontwikkelen.

Uitgedrukt in omzetverhoudingen zijn er drie grote partijen op de Europese markt. De volgende tabel laat zien Deutsche Post veruit de grootste partij is. Royal Mail en La Poste hebben een grote omzet op hun binnenlandse postmarkt, maar hebben geen grote internationale express en logistieke divisies zoals TPG en Deutsche Post.

**Tabel 1: omzet Europese postbedrijven**

Europese postbedrijven (2002)	Omzet totaal	Omzet maildivisie
Deutsche Post	€ 39 255 miljoen	€ 12 905 miljoen
Royal Mail	€ 17 332 miljoen	€ 11 123 miljoen
La Poste	€ 12 940 miljoen	€ 10 253 miljoen
TPG	€ 11 782 miljoen	€ 4 005 miljoen
Post Italiane	€ 7 391 miljoen	€ 4 102 miljoen
Swiss Post	€ 4 288 miljoen	€ 1 866 miljoen

Bron: jaarverslagen

Op de Nederlandse markt is een soortgelijke ontwikkeling waar te nemen. De concurrentie komt vooral van de grote buitenlandse postbedrijven die door acquisities, en in mindere mate door eigen investeringen, bezig zijn een positie op de Nederlandse markt op te bouwen. De Europese postbedrijven zien dit als een schakel bij de opbouw van internationale distributienetwerken.

De toetreders op de Nederlandse markt zijn in te delen in twee groepen. Er is een groep bedrijven (Sandd, MailMerge en Businesspost) die uit commerciële overwegingen uitsluitend op de Nederlandse markt toetreden. Deutsche Post (o.a. met Selekt Mail actief) en Royal Mail (RM Netherlands) zien daarnaast de Nederlandse markt als onderdeel van een bredere, internationale context. Deze grote buitenlandse bedrijven reageren met hun marktgedrag op gedrag van TPG in het buitenland. De belangrijkste spelers op de Nederlandse postmarkt zijn:

#### *Sandd*

Sandd is actief sinds 2001 en heeft sindsdien een bijna landelijk dekkend bezorgnetwerk opgebouwd. Het bedrijf richt zich op geadresseerd drukwerk (tijdschriften, direct mail etc), en bezorgt 2 keer per week en heeft daarvoor circa 6 000 bezorgers in dienst. In 2004 verwacht het bedrijf meer dan 100 miljoen poststukken te verspreiden. Sandd bezorgt op 97% van de Nederlandse adressen. Voor bezorging in de meest afgelegen gebieden zoals de Waddeneilanden maakt Sandd gebruik van een contract met TPG Post.

#### *Deutsche Post*

Na TPG is Deutsche Post de tweede grote speler. Deze partij is door overnames van DHL, Van Gend en Loos, Selektvracht, SelektMail en Interlanden Spreigroep duidelijk aanwezig op de Nederlandse markt. Deutsche Post is sinds 2000 beursgenoteerd maar met een meerderheidsbelang in handen van de Duitse staat. Dochterbedrijf SelektMail is zich aan het ontwikkelen tot een allround speler op de Nederlandse postmarkt en zal naar verwachting in 2004 het getal van 100 miljoen poststukken passeren. Daarvoor heeft het bedrijf circa 4 500 bezorgers in dienst en bezorgt op

twee dagen in de week. Voor bezorging in afgelegen gebieden zoals de Waddeneilanden maakt Selekt Mail gebruik van haar zusterbedrijf Selekt Vracht.

#### *Royal Mail*

Royal Mail is in Nederland actief sinds 1999. Als hoofdactiviteit verzorgt Royal Mail in Nederland internationale post, direct mail en pakketdiensten. Royal Mail is in Nederland actief onder de naam RM Netherlands. Binnen deze organisatie worden voor de zakelijke markt voornamelijk binnenkomende internationale poststukken bezorgd.

TPG werkt samen met Royal Mail en Singapore Post in de joint venture Spring, de grootste particuliere aanbieder van internationale zakelijke postdiensten ter wereld.

#### *La Poste*

Het Franse La Poste heeft binnen de holdingmaatschappij GeoPost twee spelers die actief zijn op de Nederlandse markt. Dit zijn Chronopost International (express brieven en pakketten) die sinds september 2000 nauw samenwerkt met FedEx, en Deutsche Paket Dienst (DPD) die actief is op de markt voor pakketten. La Poste is 100% aandeelhouder van Chronopost en sinds februari 2001 84,8% van DPD (GeoPost). Beide partijen zijn slechts kleine spelers op de Nederlandse markt.

#### *Businesspost*

Businesspost is sinds 2002 actief op de Nederlandse markt. Het bedrijf richt zich op catalogi en ongeadresseerde post. Het bedrijf opereert landelijk en bezorgt op postbussen.

#### *MailMerge*

MailMerge is actief in het bezorgen van post tussen bedrijven onderling en richt zich vooral op postbusbezorging. Het bedrijf biedt diensten aan binnen de segmenten internationale brievenpost, direct mail, ongeadresseerd drukwerk, pakketpost en exprespost. MailMerge collecteert ook post voor straatadressen, maar laat de bezorging over aan SelektMail (Deutsche Post) en TPG.

Deze bijlage is grotendeels gebaseerd op de studie «Tante pos krijgt concurrentie», uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken door Stichting Economisch Onderzoek der Universiteit van Amsterdam. In de studie worden vier deelmarkten onderscheiden. Per deelmarkt wordt de concurrentiele situatie beschreven en de belangrijkste factoren voor de toekomstige ontwikkelingen. De eerste is de markt voor post van consumenten naar consumenten (C2C). In de tweede markt wordt post verstuurd van consumenten naar bedrijven (C2B). Post van bedrijven naar consumenten (B2C) en post tussen bedrijven onderling (B2B) vormen de derde en vierde markt. Per deelmarkt gelden andere voorwaarden voor toetreding, doordat de concurrentiele voorwaarden tussen die deelmarkten verschillen zoals de aanvangsinvesteringen, winstmarges, mate van concurrentie, inkoopmacht van afnemers etc. Deze verschillen worden vooral veroorzaakt door de manier waarop de post verzameld en bezorgd (kan) worden.

**Tabel 2: Overzicht verschillende segmenten**

	C2C	C2B	B2C	B2B
Omvang van totale post	4%	4%	58%	34%
Waarvan partijenpost	0%	0%	77%	60%
Collectie	fijnmazig	fijnmazig	minder fijnmazig	minder fijnmazig
Bezorging	fijnmazig	minder fijnmazig	fijnmazig	minder fijnmazig
Type diensten	Brieven <100gr. en kleine pakketten	Retourpost en brieven	(On)geadresseerd drukwerk, brieven (los en partijen), tijdschriften en direct mail	Alle soorten post: o.a. direct mail, catalogi, brieven, pakketten en tijdschriften

Bron: SEO (2003)

#### *Markt 1: Consument naar consument (C2C).*

Post van een particulier aan een andere particulier. Deze post bestaat hoofdzakelijk uit brieven van ten hoogste 100 gram en kleine pakketten. Het tarief voor deze diensten zijn het hoogst (het enkelstukstarief) en wordt gemaximeerd door het tariefbeheersingssysteem.

Brieven tot 100 gram behoren nog tot het wettelijke monopolie van TPG. Hierop is geen directe concurrentie. Een groot deel van de consumentenpost bestaat uit deze brieven. TPG houdt tot nu toe ook op brieven zwaarder dan 100 gram bijna een 100% marktaandeel ondanks de liberalisering in 2000.

In 2006 wordt het monopolie beperkt van brieven tot 100 gram tot brieven tot 50 gram, conform de afspraken in de Europese richtlijn. De brieven tot 50 gram vormen het overgrote deel van het totaal aantal brieven, zodat deze stap geen grote verschuivingen in de concurrentiele situatie zal veroorzaken.

De post in deze markt bestaat hoofdzakelijk uit los aangeboden ongesorteerde stukken die in vele formaten worden aangeboden. Deze post is ook tijdgevoelig, voor de verzender is het belangrijk precies te weten wanneer de brief of kaart bezorgd wordt. Kwaliteit is dus een belangrijke factor, de reputatie van het postbedrijf is daarom belangrijk voor deze afnemers. Voor deze post is ook een landelijk dekkend netwerk van collectiepunten (brievenbussen) nodig. Berekeningen op basis van een businessmodel die aan deze eisen voldoet laten zien dat deze businesscase alleen bij een zeer groot marktaandeel winstgevend kan zijn<sup>1</sup>. Het Kabinet is voornemens de afnemers op deze markt te beschermen met een tariefbeheersings-

<sup>1</sup> SEO/NNC (2003).

systeem en de universele dienstverplichting opgelegd aan het grootste postbedrijf actief in Nederland.

#### *Markt 2 Consument naar bedrijf (C2B)*

Post van consumenten naar bedrijven bestaat hoofdzakelijk uit overschrijvingsformulieren, acceptgiro's, antwoordkaarten naar bedrijven en instellingen. Deze post kan betaald worden door de ontvangende partij, bijvoorbeeld door het gebruik van antwoordnummers. De tarieven zijn lager dan de enkelstukstarieven omdat kortingen worden gegeven aan de zakelijke klanten die grote partijen verzenden. Ongeveer 4% van de totale postmarkt bestaat uit post van consumenten naar bedrijven. Veel van deze post valt binnen het monopolie van TPG, waardoor het marktaandeel van dat bedrijf bijna 100% bedraagt.

Toetreding op dit segment is eenvoudiger dan tot het segment C2C omdat de bezorging beperkt blijft tot bedrijven, die vaak een postbus gebruiken. Daardoor zijn schaalvoordelen te behalen met kleine maar geconcentreerde volumes. De collectie van deze post blijft een toetredingsdrempel omdat een brievenbussennetwerk opgezet moet worden. De verwachting is dat ook in deze categorie C2B geen nieuwe partijen toe zullen treden<sup>1</sup>.

#### *Markt 3 Bedrijf naar consument (B2C)*

Post van een bedrijf aan een particulier bestaat uit brieven, geadresseerd als ongeadresseerd drukwerk, tijdschriften, etc. Ongeveer 58% van de postmarkt bestaat uit post van bedrijven naar consumenten. Daarvan wordt driekwart in partijen aangeboden, waardoor collectie en sorteren zeer efficiënt gedaan kan worden.

Deze markt is voor een belangrijk deel reeds geliberaliseerd, voor zover het drukwerk, brieven boven de 100 gram en pakjes betreft. Verschillende bedrijven (Sandd, Selekt Mail) hebben een landelijk bezorgnetwerk opgezet.

Op dit segment wordt TPG beconcurrerd op prijs. Veel klanten op dit segment zijn zeer prijsgevoelig. Ondanks de kleinere schaal dan TPG kunnen toetreders toch goedkoper aanbieden omdat zij werken met postbezorgers die veel minder verdienen dan vergelijkbare postbodes van TPG. Ook kunnen zij goedkoper werken omdat zij niet 6 keer per week bezorgen. De belangrijkste toetredingsbelemmering is de grote benodigde schaal bij het bezorgen, waardoor eerst volume moet worden opgebouwd voordat rendabel geopereerd kan worden.

#### *Markt 4. Bedrijf naar bedrijf (B2B)*

Post van een bedrijf naar een ander bedrijf. Deze poststroom omvat alle soorten post. Toetreders op dit segment kunnen TPG beconcurreren op prijs en op service aan de klant bij het collecteren. Zij halen alle post op bij de klant, dus ook pakjes. Vooral voor de klanten in het midden en kleinbedrijf zijn zij interessant. Doordat zij zich vooral richten op maatwerk bij het collecteren zullen zij moeilijk een groot volume kunnen opbouwen. Het ligt daarom niet voor de hand dat zij zelf een volledig netwerk zullen opzetten. Zij bezorgen daar waar de vaste bezorgkosten het laagst zijn: de postbussen en enkele gebieden met een zeer groot volume. Voor de overige adressen blijven zij afhankelijk van TPG voor het bezorgen in de rest van Nederland.

In tabel 3 is de volumeverdeling tussen deze marktsegmenten samengevat. De partijpost brieven in het B2C segment is het meest omvangrijk,

---

<sup>1</sup> SEO/NNC (2003).



gevolgd door de partijpost direct mail en brieven in het B2B segment. Het totale consumentensegment omvat ongeveer 8% van het totale volume.

**Tabel 3 Marktsegmenten in volumes (2000)**

	Gemiddelde stukprijs	Totaal	C2C	C2B	B2C	B2B
Losse post		1.2				
<i>Brieven &lt;100 gram</i>	<i>0.49</i>	0.9	0.2	0.2	0.3	0.2
<i>brieven &gt; 100 gram</i>	<i>1.44</i>	0.3			0.1	0.2
Partijpost		4.5				
<i>Brieven &lt; 100 gram</i>	<i>0.4</i>	2.1			1.4	0.7
<i>Direct Mail</i>	<i>0.29</i>	1.5			0.8	0.7
Tijdschriften	<i>0.27</i>	0.9			0.7	0.2
<b>Totaal</b>		<b>5.7</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>	<b>3.3</b>	<b>2.0</b>
<b>In procenten</b>		<b>100%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>58%</b>	<b>34%</b>

Bron: SEO (2003)

De postdivisie is het best renderende onderdeel van TPG. De operationele marge (het bedrijfsresultaat vóór belasting als percentage van de omzet) van de opgedragen diensten fluctueert tussen de 17,5% en 30,1%. De monopoliewinst (voorbehouden diensten) daalt de laatste jaren, mede door de gewijzigde berekening van de pensioenlasten, een stijging van de pensioenlasten en de beperkte tariefstijgingen.

**Tabel 3 Rendementsontwikkeling TPG Post**

Winstontwikkeling (rendement op omzet % omzet voor belasting)	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Postdivisie diensten	20.0 <sup>1</sup>	20.7	19.2	20.0	20.1	20.9
Voorbehouden diensten				26.5	19.4	13.7
Overig opgedragen diensten				23.6	28.1	23.9
Totaal opgedragen diensten	21.1	24.6	30.1	25.5	22.5	17.5

Bron: cijfers postdivisie diensten uit jaarverslag TPG, overige cijfers uit concessierapportages 1998 – 2002 en concessierapportage 2003.

<sup>1</sup> Tot 2001 is geen onderscheid gemaakt tussen voorbehouden en opgedragen diensten in de concessierapportage.

**Tarieven in Europa****Tarief standaard binnenlandse brief 2003**


---

Noorwegen	0.75
Zwitserland	0.66
Finland	0.65
Denemarken	0.61
Zweden	0.60
Italië	0.60
Oostenrijk	0.55
Duitsland	0.55
<i>Gemiddelde</i>	<i>0.52</i>
Frankrijk	0.50
Luxemburg	0.50
België	0.49
Ierland	0.48
Griekenland	0.47
Portugal	0.43
VK	0.40
Nederland	0.39
Spanje	0.27

---

Bron: Deutsche Post, «Letter prices in Europe», 2004.

**Tarief standaard brief binnen Europa 2003**


---

Portugal	1.75
Noorwegen	1.19
Zweden	1.10
Zwitserland	0.86
<i>Gemiddelde</i>	<i>0.74</i>
Denemarken	0.74
Finland	0.65
Griekenland	0.65
Ierland	0.65
Italië	0.62
Luxemburg	0.60
België	0.59
Nederland	0.59
Oostenrijk	0.55
Duitsland	0.55
VK	0.55
Spanje	0.52
Frankrijk	0.50

---