

TNT Post steunt het beleid van de Europese Unie en de Nederlandse regering om de postmarkt te liberaliseren.

Liberalisering biedt de beste garanties op een duurzame toekomst voor de postsector. Een vrije markt zorgt voor efficiëntie en dynamiek en biedt de sector de beste kansen om aansluiting te houden bij de sterk veranderende communicatiemarkt. TNT Post vraagt bij de liberalisering van de Nederlandse postmarkt aandacht voor de volgende vier punten.

1. Voor de Europese concurrentiepositie van het Nederlandse postbedrijf is het cruciaal dat er op de thuish markten van de grote spelers dezelfde spelregels gelden, vooral als de Nederlandse postmarkt eerder dan de Europese postmarkt volledig wordt vrijgegeven voor concurrentie.

- a) TNT Post is voor toekomstige groei grotendeels afhankelijk van het buitenland. Kernmarkten zijn de Britse en Duitse postmarkt. De liberalisering op deze markten biedt mogelijkheden, maar is nog grotendeels cosmetisch van aard.
- b) De cijfers spreken voor zich: nieuwkomers hebben in 2006 in Nederland 12%, in Duitsland 5% en in het Verenigd Koninkrijk 0.2% van de post bezorgd. Daarnaast bestaat er in het Verenigd Koninkrijk concurrentie via toegang tot het netwerk van Royal Mail, waarbij uiteindelijk Royal Mail de post bezorgt maar het voortraject door de nieuwe toetreders wordt gedaan.
- c) In het Verenigd Koninkrijk kunnen grote vraagtekens worden gezet bij de financiële steun van de regering aan (de pensioenen van) Royal Mail, het tariefbeleid, en de beperkte mogelijkheden voor netwerkconcurrentie.
- d) In Duitsland is de postmarkt feitelijk niet opengesteld door het extreem hoge minimumloon voor de postsector.
- e) De BTW-vrijstelling in zowel Duitsland als het Verenigd Koninkrijk verstoort de concurrentie. De Europese Commissie erkent deze belemmeringen en is een inbreukprocedure tegen Duitsland en het Verenigd Koninkrijk gestart om de marktverstoring als gevolg van de BTW-ongelijkheid op te heffen. Zonder een dergelijke opheffing zal een groot deel van de postvolumes in die landen ook na liberalisering niet toegankelijk zijn voor concurrentie.

2. De Nederlandse regering zal zich actiever moeten inzetten voor echte liberalisering van de Europese postmarkt. Met uitsluitend het goede voorbeeld geven, komen we er niet.

- a) De Europese Postrichtlijn biedt ruimte aan nationale invulling en protectionisme. Bovendien is de liberalisering uitgesteld tot 2011; voor de nieuwe lidstaten en Griekenland en Luxemburg zelfs tot 2013
- b) Formeel is de Duitse postmarkt per 1 januari 2008 opengegaan, maar door het extreem hoge minimumloon en de BTW-vrijstelling van Deutsche Post worden onmogelijke eisen gesteld aan de nieuwe toetreders op de Duitse postmarkt.

Het uitstel van de Europese liberalisering en de ruime mogelijkheden voor protectionistische constructies zijn nadelig voor een bedrijf als TNT Post. Andere landen hebben hier in Nederland een vrij speelveld, terwijl dat omgekeerd nog lang niet het geval is.

3. Eerlijke concurrentie op de zakelijke markt.

- a) De universele postdienst is een maatschappelijk belang waarvoor speciale waarborgen en regels noodzakelijk zijn. De aandacht van regelgever en toezichthouder moet zich richten op het publieke belang: de universele postdienst.
- b) TNT Post stelt zich constructief op om eerlijke concurrentie mogelijk te maken en heeft op eigen initiatief al een regeling met andere postbedrijven getroffen voor verkeerd bezorgde post. Ook andere diensten, zoals postcode-informatie, staan ter beschikking aan concurrenten.
- c) De Nederlandse overheid moet tevens waken voor ongewenste loonconcurrentie.

TNT Post wil op een eerlijke manier de concurrentie aangaan. Waar TNT Post concurreert met andere bedrijven moeten voor dat deel van de markt gelijke spelregels gelden. Dat geldt voor eisen aan tariefbeleid en verantwoording over de aan bedrijven geleverde postdiensten.

TNT Post acht het onverantwoord om op dit moment tot definitieve openstelling van de Nederlandse postmarkt te besluiten. Of voldaan is aan de voorwaarde van een 'level playing field' met het Verenigd Koninkrijk en Duitsland uit het Kabinetsbesluit d.d. 13 april 2006 zal naar alle waarschijnlijkheid pas in de loop van 2008 duidelijk worden.

4. Voor het behoud van een toegankelijke, betaalbare en kwalitatieve universele postdienst voor de Nederlandse consument is Nederland aangewezen op een gezond TNT Post.

- a) Ook na liberalisering zal de consument voor de verzending van post vooral aangewezen blijven op het netwerk van TNT Post. Liberalisering zal vooral de dienstverlening aan zakelijke klanten beïnvloeden. Zakelijke post vormt meer dan 90% van de Nederlandse postmarkt. De Nederlandse consument geeft gemiddeld iets meer dan 25 euro per jaar uit aan post. Deze consumentenpost is commercieel niet interessant voor nieuwe toetreders op de markt.
- b) Door de terugloop in zakelijke volumes over het 24-uurs netwerk van TNT Post, zowel door substitutie als concurrentie, zullen de kosten van de universele postdienst steeds verder oplopen. De zekerheid die het zakelijke postvolume biedt voor de instandhouding van de dienstverlening aan consumenten zal afnemen.
- c) Er moet meer aandacht komen voor het daadwerkelijke en veranderende gebruik van de consument als verzender van post.

TNT Post wil op basis van een gedegen evaluatie in overleg met gebruikers meedenken over voorstellen om de dienstverlening aan te passen aan het veranderende gebruik. De ontwikkelingen gaan zo snel dat TNT Post deze evaluatie van de dienstverlening aan de consument binnen twee jaar na liberalisering noodzakelijk acht.

Samenvattend

Wanneer aan de door het Kabinet en Tweede Kamer gestelde randvoorwaarden van een 'level playing field' met Duitsland en het Verenigd Koninkrijk is voldaan, kan de Nederlandse postmarkt verder worden geliberaliseerd. Zolang daarover onduidelijkheid bestaat, kan er geen onomkeerbaar besluit worden genomen, in het belang van de Nederlandse consument en de werkgelegenheid. Daarnaast moet de nieuwe Postwet zorgdragen voor een evenwichtige verdeling van rechten en plichten op de Nederlandse markt.