

TNT Post en de Postwet

De postmarkt staat in 2007 prominent op de agenda in Europa en in Nederland. Wanneer en onder welke voorwaarden moet de postmarkt geliberaliseerd worden? Hoe moet worden omgegaan met de belangen van consumenten, zakelijke klanten, werknemers en aanbieders? Een evenwichtige afweging van alle belangen is noodzakelijk voor een integrale visie op de toekomst van de sector. Daarbij moet rekening worden gehouden met een aantal feiten.

In deze uitgave licht TNT Post dit verder toe.

ENKELE FEITEN

Nederland voorop in Europa

De Nederlandse overheid heeft in een vroeg stadium gekozen voor liberalisering van de postmarkt. Al in 1989 is het postbedrijf verzelfstandigd met het oog op de liberalisering van de markt in Europa. De privatisering van het postbedrijf heeft tot verregaande hervormingen geleid en de staat ruim 7 miljard euro opgeleverd.

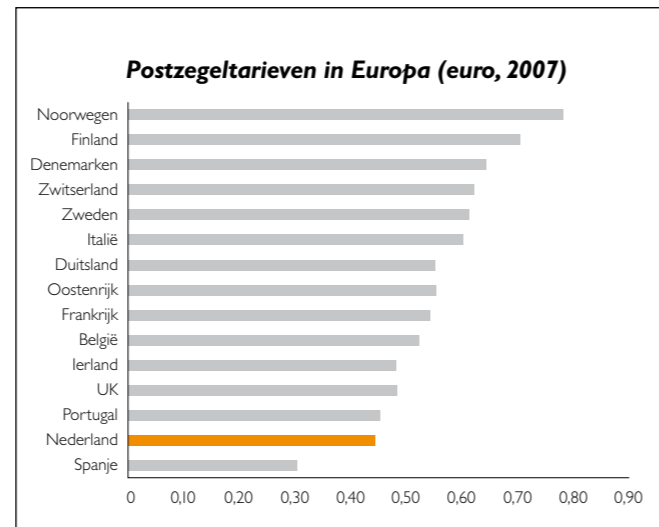
Op dit moment is TNT Post het enige Europese postbedrijf dat volledig is geprivatiseerd. Daarnaast heeft Nederland het Europese beleid om de postmarkt stap voor stap te liberaliseren steeds ruimhartig geïmplementeerd. Verschillen in BTW-behandeling van TNT Post en concurrenten op het vrije deel van de postmarkt zijn in 2000 door de wetgever opgeheven. De ontwikkeling van concurrentie is daardoor op de Nederlandse markt sneller gegaan dan op de postmarkten in andere landen van de Europese Unie. Met marktwerking in de postsector loopt Nederland voorop in Europa.

Op dit moment wordt voorgesteld om de postmarkt in Nederland per 1 januari 2008 volledig vrij te geven. In Europa is het voorstel gedaan om in 2009 de markt te liberaliseren. De besluitvorming over dit voorstel moet nog plaatsvinden.

De consument communiceert maar weinig per post

De postmarkt is vooral een zakelijke markt. 92 procent van alle post wordt verstuurd door bedrijven¹⁾. De consument geeft gemiddeld 25,50 euro¹⁾ per jaar uit aan postzegels. Het grootste deel wordt uitgegeven aan kerst- en vakantiekaartjes. De consument is met deze beperkte bestedingen niet echt interessant voor nieuwe postbedrijven en zal ook in de toekomst vooral op TNT Post aangewezen blijven voor de verzending van post.

TNT Post is het enige bedrijf dat zes dagen per week de post verzamelt uit alle straatbrievbussen en deze post de volgende dag bezorgt. Dat doet TNT Post zorgvuldig en efficiënt: de kwaliteit in Nederland is goed en het tarief van 44 eurocent behoort tot de laagste in Europa.



Bron: Websites postbedrijven

Het communicatiegedrag van mensen verandert sterk. De hoeveelheid post die consumenten versturen is de laatste vijf jaar met zes procent gedaald, terwijl andere communicatievormen enorm zijn gegroeid¹⁾. Ter illustratie: 67 procent van de Nederlandse huishoudens bankiert tegenwoordig elektronisch²⁾. De verwachting is dat deze trend de komende tijd doorzet. Overheid en bedrijven stimuleren op allerlei manieren elektronische communicatievormen. Het beperkte volume aan consumentenpost zal dus nog verder dalen.

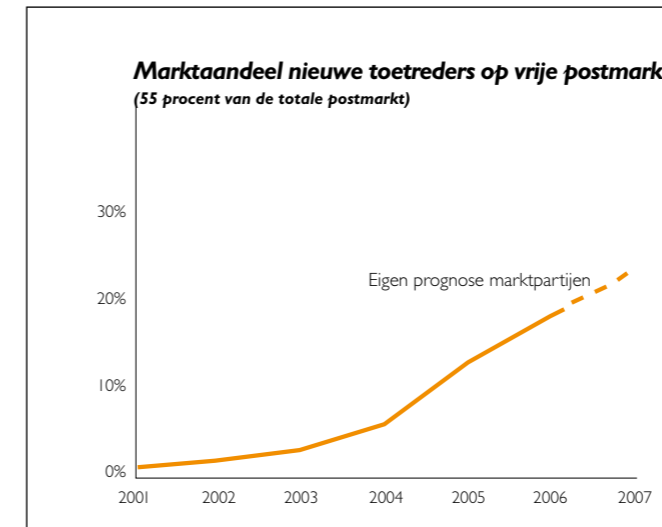
Internetpenetratie en communicatiegedrag	2002	2006	2010
Huishoudens met internet	63%	80%	88%
Huishoudens met breedband internet	15%	66%	85%
Huishoudens dat elektronisch bankiert	24%	67%	77%
Elektronische belastingaangiften	34%	68%	92%

Bronnen: CBS December 2006, PWC, Dutch Entertainment & Media Outlook towards 2010, Belastingdienst, Triple Play Monitor TNS Nipo

Bedrijven hebben aan enkele besteldagen per week vaak genoeg

Ook het zakelijke deel van de postmarkt verandert onder invloed van elektronische communicatie. Tegelijkertijd is zakelijke post steeds beter planbaar geworden. Daardoor kan deze dienstverlening heel gericht worden toegesneden op enkele besteldagen per week.

Nieuwe toetreders spelen in op deze trend en richten zich voornamelijk op dit deel van de markt. Deutsche Post en Sandd concurreren TNT Post op de zakelijke markt met een goedkope service waarbij op maximaal twee dagen per week post wordt bezorgd. Door deze ontwikkelingen neemt het zakelijke postvolume waarvoor een zesdaagse bestelling noodzakelijk is snel af. Als gevolg hiervan is het zakelijke postvolume bij TNT Post de laatste vijf jaar met ruim 13 procent gedaald¹⁾. Omdat consumentenpost op dit volume meelift, vervalt daardoor een belangrijke drager voor een goedkope 24-uursservice aan consumenten.



Bron: Sandd en Deutsche Post Selekt Mail

De postmarkt is een Europese markt

De dienstverlening van veel bedrijven internationaliseert. Banken, verzekeringsmaatschappijen en telecombedrijven richten zich steeds meer op Europa. Hierdoor verandert ook de postmarkt in een Europese markt. TNT Post is inmiddels actief in zeven andere Europese landen. Deutsche Post is actief in Nederland en het Verenigd Koninkrijk. En ook andere vooruitstrevende postbedrijven slaan hun vleugels uit.

De mogelijkheden voor grensoverschrijdende concurrentie worden echter beperkt doordat veel buitenlandse overheden hun nationale postbedrijven beschermen. Voorbeelden van protectionisme zijn speciale licentievoorwaarden en de BTW-vrijstelling van het nationale postbedrijf.

Europa doet zichzelf hiermee tekort. Liberalisering van de postmarkt kan Europa ruim 10 miljard euro efficiencywinst opleveren³⁾. Het is dan wel van groot belang dat gelijktijdig met de liberalisering protectionisme wordt tegengegaan. Het recente voorstel van de Europese Commissie voor een nieuwe Europese Postrichtlijn laat echter nog steeds ruimte voor protectionisme, zoals concurrentiebeperkende licentievoorwaarden.

Gevolgen voor arbeidsvoorwaarden bij postbedrijven

Omdat de postmarkt krimpt en tegelijkertijd de concurrentie groeit, moet TNT Post haar organisatie continu aanpassen. De afgelopen jaren zijn daarbij circa 9.000 banen bij TNT Post verdwenen. Ook de komende jaren zijn reorganisaties nodig. Onlangs is een nieuwe besparing van 300 miljoen euro aangekondigd.

TNT Post heeft met haar werknemers een CAO afgesloten. De beloning en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn goed geregeld en zijn zelfs boven marktniveau. Dat is verklaarbaar vanuit de historie van het nationale postbedrijf.

Op de zakelijke postmarkt bieden concurrenten van TNT postbezorging aan tegen een aanzienlijk lagere prijs. Dit is mogelijk door een combinatie van een gereduceerde bestelfrequentie (twee dagen in plaats van zes dagen per week) en aanzienlijk lagere arbeidskosten. Om lagere arbeidskosten te bewerkstelligen vermijden zij, overigens binnen de ruimte die de wet hen daarvoor biedt, een werkgevers-werknemersrelatie met hun personeel. Daardoor kunnen hun arbeidskosten zich bewegen op een niveau van circa 7-9 euro per uur⁴⁾. In de praktijk kan dit betekenen dat de vergoeding beneden het niveau van het minimumloon ligt.

Deze ontwikkeling maakt het onvermijdelijk dat ook TNT Post haar arbeidsvoorwaarden naar beneden moet bijstellen om concurrerend te blijven. Behoud van zakelijk volume is immers belangrijk om de consumentenpost betaalbaar te houden.

1) Bron: TNT Post Control | 2) Bron: CBS, november 2006

3) Bron: Boston Consulting Group, Liberalisation in the EU Mail Market | 4) Bron: Analyse TNT Post

DE POST EN DE TOEKOMST

De postmarkt is volop in beweging: liberalisering, de opkomst van concurrentie en de groei van digitale communicatie. Het zijn ontwikkelingen waar de nieuwe postwet rekening mee moet houden. Een evenwichtige postwet zal een passende, betaalbare dienstverlening voor consumenten mogelijk maken, ruimte bieden voor eerlijke concurrentie in Nederland en tegelijkertijd rekening houden met de noodzaak voor TNT Post om zich in Europa verder te ontwikkelen. TNT Post vraagt aandacht voor vier punten.

Passende dienstverlening aan de consument

De overheid wil dat TNT Post ook in een geliberaliseerde markt de dienstverlening aan consumenten garandeert. Dat is logisch. TNT Post is op dit moment het enige postbedrijf in Nederland dat dit kan. De prijs- kwaliteitverhouding van TNT Post is ongeëvenaard in Europa. Daar zijn we trots op en dat willen we graag zo houden. Maar dat kan alleen als TNT Post de ruimte krijgt om de dienstverlening gelijke tred te laten houden met het snel veranderende communicatiegedrag van consumenten. Is de huidige dienstverlening, met onder andere een zesdaagse bestelling, bijvoorbeeld ook nog wenselijk als de internetpenetratie op huishoudniveau tot boven de 95 procent is gestegen? Of dreigt deze dienstverlening dan te verworden tot een onbetaalbare service waar niemand meer op zit te wachten?

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

Eerlijke concurrentie op de zakelijke markt

De overheid wil per 1 januari 2008 de postmarkt volledig vrijgeven. Met name het bedrijfsleven, de grootste verzender van post, zal profiteren van de kostenbesparing en dynamiek die de liberalisering met zich meebrengt. De consument verzendt weliswaar weinig, maar ontvangt wel

veel post. En dat ontvangen van post is gratis. Als ontvanger zal de consument wel degelijk de effecten merken van de liberalisering. Vroeger ontving de consument alleen post van TNT Post, nu op z'n minst van drie postbedrijven. Dat betekent dat de consument voor onverwachte vragen kan komen te staan, zoals waar hij terecht kan met zijn klachten, hoe hij moet omgaan met verkeerd bezorgde stukken of hoe de verhuisservice werkt. TNT Post heeft op eigen initiatief al een regeling met andere postbedrijven getroffen voor verkeerd bezorgde post. Ook andere diensten, zoals postcode-informatie, staan aan concurrenten ter beschikking.

TNT Post stelt zich daarmee constructief op om eerlijke concurrentie mogelijk te maken. Tegelijkertijd wordt TNT Post geconfronteerd met eisen aan de dienstverlening op de vrije markt; eisen met betrekking tot tariefbeleid en verantwoording die voor andere marktpartijen niet gelden.

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

Echte in plaats van cosmetische liberalisering in Europa

Nederland is geen eiland in Europa. De Europese postmarkt kan wat TNT Post betreft vandaag nog geliberaliseerd worden. Daarin staan wij niet alleen: de Duitse, Britse, Zweedse en Finse nationale postbedrijven delen ons standpunt.

Maar er zijn ook tegenkrachten. Landen als Frankrijk, Polen, Italië en België voeren sterk oppositie. Het voorstel van de Europese Commissie tot liberalisering van de Europese postmarkt in 2009 bevat nog veel ruimte voor protectionisme. Concurrentie beperkende licentievoorwaarden zijn niet uitgesloten en definities van de universele dienstverlening die de reikwijdte van de BTW-vrijstelling bepalen worden niet geharmoniseerd. Hierdoor zal de BTW de gelijke kansen verder verstoren wanneer in Nederland wél tot verdere beperking van de universele dienstverlening wordt overgegaan.

3. *TNT Post is van mening dat de Nederlandse regering zich tot het uiterste moet inspannen om cosmetische liberalisering te voorkomen. Protectionisme zal tot langdurige concurrentievervalsingen op de Europese postmarkt leiden.*

'Level Playing Field' nog geen realiteit

TNT Post wil het Europese liberaliseringsproces zoveel mogelijk stimuleren omdat alleen in een vrije markt "post" de concurrentie met andere media zo goed mogelijk kan aangaan. Daarom steunt TNT Post het beleid van de Nederlandse regering om de Nederlandse postmarkt gelijktijdig met de liberalisering van de Duitse en Britse postmarkt vrij te geven. Er moet dan wel sprake zijn van échte liberalisering, zonder ruimte voor nationaal protectionisme. Op dit moment bestaan er nog substantiële belemmeringen op beide markten.

Verenigd Koninkrijk

In het Verenigd Koninkrijk is vrije toegang voor nieuwkomers niet aan de orde. De Britse overheid steunt Royal Mail ruimhartig. Momenteel liggen er voorstellen voor een overheidsbijdrage van £ 850 miljoen aan een pensioengat bij Royal Mail, een investering van £ 1,7 miljard in het postkantorennetwerk en een lening van £ 900 miljoen waarvan de voorwaarden onduidelijk zijn. Het Engelse "Mail Competition Forum" (de organisatie van nieuwe toetreders op de Engelse postmarkt) heeft inmiddels een klacht ingediend wegens staatssteun. Bovendien is Royal Mail vrijgesteld van BTW, waardoor zij voor veel klanten 13 procent goedkoper is dan alle nieuwe postbedrijven. Door deze BTW-regeling wordt 30 procent van de Britse postmarkt afgeschermd voor concurrentie⁵⁾.

Duitsland

Op 1 januari 2008 zal de Duitse postmarkt volledig open moeten gaan. Bondskanselier Merkel eist wel meer duidelijkheid over de uitkomst van liberalisering van de Europese postmarkt. Ook is in Duitsland nog geen oplossing gevonden voor de BTW-vrijstelling waar Deutsche Post nog steeds van profiteert. Bovendien neemt Deutsche Post alle vrijheid om stelselmatig nieuwkomers tegen te werken met juridische procedures. Illustratief zijn de vele rechtzaken die TNT Post nog steeds moet voeren om simpelweg het woord "post" te mogen gebruiken!

Gelijke kansen in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn een voorwaarde voor liberalisering in Nederland

De postmarkt kan in Nederland, vooruitlopend op liberalisering van de hele Europese postmarkt, volledig worden vrijgegeven. Voorwaarde is dat er sprake is van gelijke kansen in de kopgroep. Als TNT Post in andere landen, met name het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, dezelfde ruimte krijgt om te groeien als buitenlandse postbedrijven in Nederland, heeft TNT Post voldoende armslag om de gevolgen van een vrije postmarkt in Nederland op te kunnen vangen. De exacte timing van de liberalisering van de Nederlandse postmarkt moet volgens ons gebaseerd zijn op de feitelijke ontwikkelingen in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Hopelijk worden de concurrentiebelemmeringen in deze landen snel weggenomen, maar wellicht gebeurt dit niet.

4. *Voor TNT Post zijn gelijke kansen in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk voorwaarde voor liberalisering van de Nederlandse postmarkt. TNT Post stelt voor in het najaar van 2007 de ontwikkelingen op de Britse en Duitse postmarkt wederom te bekijken om te bezien of de marktbelemmeringen zijn weggenomen. De volgende vragen zijn daarbij essentieel:*

- *Liberaliseert Duitsland de postmarkt op 1 januari 2008?*
- *Wordt de concurrentievervalsing door BTW-heffing in Duitsland per 1 januari 2008 opgeheven?*
- *Wordt de concurrentievervalsing door BTW-heffing in het Verenigd Koninkrijk per 1 januari 2008 opgeheven?*

Wanneer deze drie vragen positief beantwoord kunnen worden, is de weg vrij om de postmarkt ook in Nederland te liberaliseren.

Kortom: eerlijke spelregels

TNT Post is voorstander van een vrije postmarkt. TNT Post loopt ook niet weg van haar verantwoordelijkheid om in die vrije markt, als grootste speler, een passende dienstverlening aan de consument te bieden. Maar dat kan alleen als met deze punten rekening wordt gehouden. Want concurrentie is alleen gezond voor de markt als het eerlijke concurrentie is.

Wilt u hier meer over weten? Kijk dan op www.tntpost.nl/postwet

