

Nieuwsbrief

Informatie over postale markt en regelgeving



BTW flinke hobbel voor liberalisering

Eén van de voorwaarden die minister Brinkhorst stelt aan verdere liberalisering van de Nederlandse postmarkt, is dat ook de monopolies van de nationale postdiensten in het Verenigde Koninkrijk en Duitsland verdwijnen. Die voorwaarde alléén is echter onvoldoende om te kunnen spreken van gelijke kansen op elkaars markten. Er zijn meer hobbels te verwijderen voor er sprake is van het zogeheten level playing field. De BTW-ongelijkheid tussen marktpartijen is zo'n hobbel.

Postdiensten zijn van oudsher vrijgesteld van BTW-heffing. De vrijstelling dateert uit een tijd waarin er nog nauwelijks alternatieven waren, de overheid groot belang hechtte aan communicatie per post en er nog geen concurrentie op de postmarkt was.

Die situatie is inmiddels veranderd. Er zijn tal van alternatieven voor communicatie per post en op de postmarkt zelf is - in elk geval in Nederland - volop concurrentie. In Nederland is de BTW-vrijstelling van TPG Post dan ook al vijf jaar geleden onder de loep genomen.

Nederland: BTW niet verstorend

Sindsdien bestaat er nog slechts een vrijstelling voor de door de overheid 'opgedragen' dienstverlening: bepaalde losse zendingen en partijen brieven tot 100 gram. Over alle andere poststromen (pakketten en partijen post) moet wel BTW geheven (en afgedragen) worden. Hiermee is het BTW-regime in Nederland niet of nauwelijks meer van invloed op

de concurrentieverhoudingen. TPG Post moet immers BTW in rekening brengen voor alle producten en diensten die ook door concurrenten worden aangeboden. Maar niet in alle Europese landen wordt het principe van 'gelijke monniken, gelijke kappen' gehuldigd. Zo gelden er in Groot-Brittannië speciale BTW-regels voor de diensten van Royal Mail. Die ongelijkheid werkt concurrentievervalsend (zie kader op pagina 2).

Grote verschillen

Binnen de Europese Unie zijn er grote verschillen in de BTW-regimes voor postale diensten. Terwijl bijvoorbeeld de consument in Spanje (en Nederland) helemaal geen BTW betaalt voor een postzegel op een gewone brief, moet de Zweedse consument maar liefst 25% BTW betalen. In de landen waar (gedeeltelijk) BTW wordt geheven, verschilt het tarief. In sommige landen

Vervolg op pagina 2

Op weg naar een vrije Europese postmarkt?

Nieuwe postwet in de maak

Veel animo voor baan als postbezorger

Nieuwe naam voor aandeel TPG

Express-sector groeit snel

geldt een verlaagd BTW-tarief, in andere landen het standaard BTW-tarief. Dat er voor nationale postbedrijven vaak andere BTW-regels gelden dan voor nieuwe toetreders maakt de situatie nog complex, en de belangentegenstellingen groter.

Europese onduidelijkheid

Op Europees niveau wordt er dan ook al geruime tijd gediscussieerd over de BTW-heffing op postdiensten. Twee jaar geleden leek er duidelijkheid te komen. Naar aanleiding van een Deens BTW-dispuut voor het Europese Hof van Justitie, deed advocaat generaal Geelhoed een belangrijke uitspraak: "postale dienstverleners die dezelfde activiteiten verrichten, mogen wat betreft de BTW niet verschillend behandeld worden." De zaak werd echter ingetrokken vóór het Hof een definitieve uitspraak kon doen.

Sindsdien zit er weinig schot in de Europese besluitvorming over BTW-heffing op postale diensten. Er ligt nu weliswaar een voorstel van de Europese Commissie bij de Raad van Ministers maar de meningen over het voorstel zijn verdeeld, terwijl een unaniem besluit vereist is.

Unanimitéit ver weg

Volgens het voorstel van de Europese Commissie mag er in de BTW-voorschriften geen onderscheid meer gemaakt worden tussen verschillende aanbieders van postale diensten. Bovendien zou BTW-heffing op postale diensten in 2007 verplicht moeten worden, waarbij de Lidstaten voor zendingen tot 10 kg zelf kunnen bepalen of ze het verlaagd BTW-tarief van toepassing verklaren. In diverse Europese landen - waaronder Nederland - zou het voorstel van de Commissie een prijsverhoging voor de consument betekenen. Voor een aantal EU-lidstaten is dat onacceptabel. Daarnaast zijn er, door de uiteenlopende belangen, nog diverse landen die om andere redenen tegen het Commissie-voorstel zijn. De vereiste

Royal Mail: 12% voorsprong

De situatie op de Britse postmarkt is exemplarisch voor de marktverstoring als gevolg van de ongelijkheid in BTW-heffing.

Royal Mail hoeft haar klanten geen BTW in rekening te brengen, andere postbedrijven moeten dat wel. Hierdoor is Royal Mail voor alle organisaties die geen BTW kunnen verrekenen (banken e.d.) veel goedkoper.

Het prijsverschil toegelicht

Het cijfervoorbeeld hieronder laat de gevolgen zien van de verschillen in BTW-heffing. Omdat Royal Mail is vrijgesteld van BTW, kan het de BTW op haar inkopen (7 in het fictieve cijfervoorbeeld) niet terugvorderen. Dat is een nadeel, andere postbedrijven kunnen dat wél. Daar staat echter een veel groter voordeel tegenover voor Royal Mail: háár klanten hoeven geen BTW (25) te betalen.

Het resultaat is dat de verkoopprijs van Royal Mail (147) beduidend lager is dan die van andere postbedrijven (165). Voor grote verzenders als banken en verzekeringsbedrijven is Royal Mail daarmee zo'n 12% goedkoper.



unanimiteit is daarmee nog lang niet in zicht. En zolang er geen oplossing is voor het BTW-issues, is er ook geen

sprake van een level playing field op de Europese postmarkt.

Postvisie goedgekeurd door Tweede Kamer

Nieuwe postwet in de maak

De Tweede Kamer is akkoord met de uitgangspunten voor het postbeleid van het Ministerie van Economische Zaken. Tijdens de Kamerbehandeling van de Visie op de postmarkt van EZ, op 16 december 2004, gaven de Kamerleden minister Brinkhorst groen licht om de plannen om te zetten in nieuwe regelgeving.

Deze goedkeuring van de Postvisie geeft duidelijkheid over de toekomstige liberalisering van de Nederlandse postmarkt. De Postvisie vormt de basis voor de ontwikkeling van de nieuwe Postwet. Nu de Kamer akkoord is, kan het wetgevingstraject van start gaan. Het Ministerie van Economische Zaken zal in de loop van dit jaar alle marktpartijen consulteren. Eind van dit jaar moet het concept-wetsvoorstel gereed zijn. In de loop van 2006 wordt het voorstel dan aan de Tweede Kamer voorgelegd.

Toekomstgericht

De wetgeving die nu wordt gemaakt heeft betrekking op de situatie in een volledig vrije markt. De nieuwe wet zal dus pas in werking treden wanneer de markt vrijgegeven is. Dit is op z'n vroegst in 2007, onder voorwaarde dat ook de postmarkten in Duitsland en Groot-Brittannië volledig worden opengesteld voor concurrentie. Wanneer de

feitelijke liberalisering in deze buurlanden vertraging oploopt, kan ook in Nederland de liberalisering worden uitgesteld. Zo wordt voorkomen dat Deutsche Post en Royal Mail, internationaal gezien de grootste concurrenten van TPG, in Nederland mogelijkheden krijgen die TPG in het buitenland niet heeft. Tijdens de Kamerbehandeling kondigde minister Brinkhorst aan een onderzoek te starten naar de BTW-ongelijkheid op de Europese postmarkten.

Aparte wijziging

Op 1 januari 2006 wordt in alle Europese lidstaten de grens van het postmonopolie teruggebracht tot maximaal 50 gram of 2,5 keer het basistarief. Implementatie van deze stap in het Europese liberaliseringsproces vindt plaats via een aparte wijziging van de Postwet en het Postbesluit.

De Postvisie op hoofdlijnen:

- Volledige liberalisering in 2007, mits op dat moment ook de postmarkten van Duitsland en Groot-Brittannië feitelijk geliberaliseerd worden.
- De prijs van de postzegel voor de consument blijft 39 eurocent in 2005 en 2006. Voor de zakelijke markt mag TPG in 2006 eenmalig het tarief aanpassen met een percentage dat onder de looninflatie van 2004 en 2005 moet blijven.
- Vanaf 2007 zullen de tarieven van de universele dienstverlening gereguleerd worden door een *price cap* systeem dat gebaseerd is op inflatie.
- Het verbod op discriminatie bij het verlenen van diensten van TPG aan concurrenten wordt expliciet vastgelegd. Concurrenten en klanten krijgen dezelfde tarieven en voorwaarden.
- Er wordt duidelijker onderscheid gemaakt tussen het bewaken van algemene en sectorspecifieke concurrentie. De OPTA wordt belast met het bewaken van de universele dienstverlening en het verbod op discriminatie.

TPG wordt TNT

Nieuwe naam voor aandeel

TPG NV wordt TNT NV. Wanneer de aandeelhouders die naamswijziging goedkeuren, verandert per 8 april ook de naam van het aandeel. Op de beurzen van Amsterdam, Londen, New York en Frankfurt worden dan geen aandelen TPG, maar aandelen TNT verhandeld.

De gewijzigde beursnotering is één van de eerste merkbare veranderingen als gevolg van de naamswijziging die TPG medio januari bekendmaakte. Vanaf 2006 zal het bedrijf al haar activiteiten uitvoeren onder de merknaam TNT. Door voortaan één naam - TNT - te voeren, wil het bedrijf wereldwijd één gezicht tonen aan al haar klanten in



de sectoren post, express en logistiek. Het Nederlandse organisatieonderdeel dat de postbezorging verzorgt, gaat TNT Post heten. Het vertrouwde post-rood zal oranje worden. TNT Post past haar bedrijfsmiddelen vanaf 2006 geleidelijk aan de nieuwe huisstijl aan. De exacte planning en timing van de operatie wordt in het najaar bekendgemaakt.

Europese onderzoeken

Op weg naar een vrije postmarkt?

Eind volgend jaar moet de Europese Commissie een voorstel indienen voor verdere liberalisering van de Europese postmarkt in 2009. Ter voorbereiding laat de Commissie tal van studies uitvoeren. De uitkomsten zullen een belangrijke rol spelen in de beleidskeuzes.

De weg naar een vrije Europese postmarkt is een uiterst moeizaam pad. Er wordt al sinds 1989 gediscussieerd over liberalisering van de postmarkt. Vijftien jaar later, in 2004, was nog slechts een klein deel van de markt (verplicht) opengesteld voor concurrentie.

Weer een tussenoplossing?

De Postrichtlijn uit 2002 noemt 1 januari 2009 als mogelijke datum voor een volledige liberalisering van de Europese postmarkt. Het is echter zeker niet uit-

gesloten dat opnieuw voor een tussenoplossing gekozen zal worden. De weerstand tegen liberalisering van de postmarkt houdt aan en de toetreding van de nieuwe Lidstaten maakt de discussie er niet eenvoudiger op. Het voorstel dat de Europese Commissie eind 2006 indient, zal zeer waarschijnlijk rekening houden met deze politieke situatie.

Impact op dienstverlening

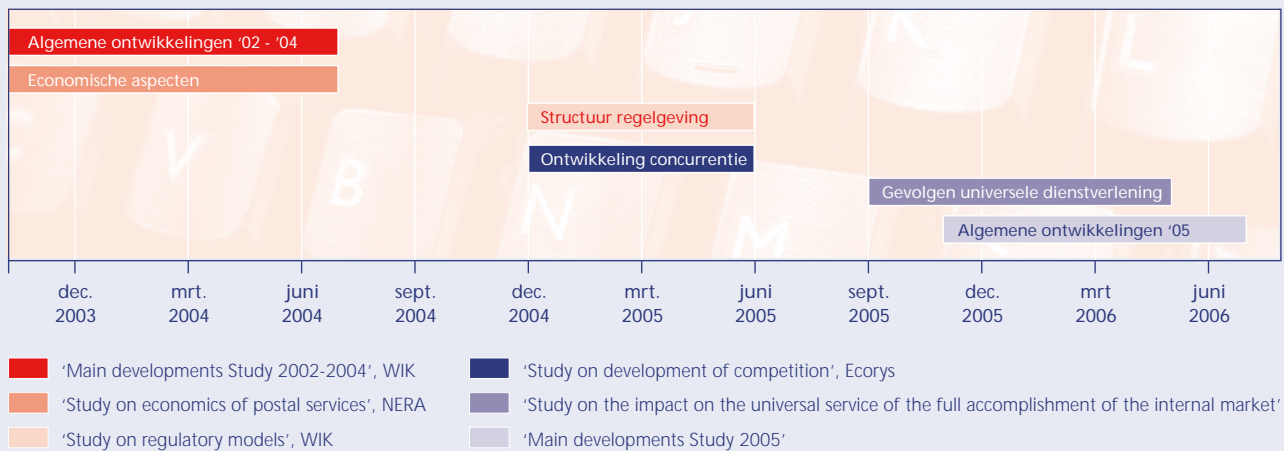
De komende anderhalf jaar laat de Commissie verschillende studies uit-

voeren. Deze studies brengen marktontwikkelingen en implicaties van beleidsalternatieven in beeld. De belangrijkste studie is die naar de impact van liberalisering op de universele dienstverlening. De Postrichtlijn schrijft voor dat de Commissie deze impact moet onderzoeken voor elke Lidstaat.

En dan.. besluitvorming

Op basis van de uitkomsten van de studies start de Commissie met het schrijven van haar voorstel. Daarna start in 2007 de co-decisie procedure: zowel het Europees Parlement als de Raad van Ministers moeten het Commissievoorstel goedkeuren.

EU onderzoekt Europese postliberalisering



Liberalisering van de postmarkt in Europa

	1999	2003	2006
Brieven en direct mail	Van meer dan 350 gram of 5x basistarief	Van meer dan 100 gram of 3x basistarief	Van meer dan 50 gram of 2,5x basistarief
Internationale post		Alle post naar het buitenland ¹	

¹ Zes Zuid Europese vakantielanden mogen deze post nog onder het monopolie laten vallen.

Belangrijk voor Nederland

De uitkomsten van de Europese studies zullen het voorstel van de Commissie waarschijnlijk in hoge mate bepalen. Omdat Nederland, afhankelijk van de situatie in Duitsland en Groot-Brittannië, al in 2007 de markt wil vrijgeven voor concurrentie is betrokkenheid bij de Brusselse beleidsontwikkelingen van groot belang.

Ook in Middelbeers

TPG Post in héél Nederland



Nederland telt steeds meer TPG Post Servicepunten, 'gewone' winkels waar de klanten ook hun belangrijkste postzaken kunnen regelen. Ook het Brabantse Middelbeers heeft zo'n Servicepunt. Niet in een supermarkt, tabakszaak of drogisterij, maar in een fietsenwinkel. Dat komt niet veel voor. Maar in Middelbeers waren er geen andere mogelijkheden.



Eigenaresse van de fietsenwinkel (annex benzinestation) waar het Servicepunt is gevestigd, is Mariëtte van der Staak. Ze is tevreden met het TPG Post Servicepunt in haar winkel. 'De extra omzet is meegenomen. Zeker in de winter, wanneer de fietsverkoop vrijwel volledig stil ligt. Bovendien trekt het Servicepunt ook nieuwe klanten naar de winkel. Mensen die hier al hun hele leven wonen, komen nu voor het eerst de winkel binnen en zien dan wat wij allemaal te bieden hebben.'

Aarzeling

Middelbeers is een dorp binnen de gemeente Oirschot. De inwoners zijn voor de meeste voorzieningen georiënteerd op Tilburg. Veel middelbare scholieren

uit Middelbeers fietsen dagelijks ruim 50 kilometer op en neer naar school. De middenstand in het dorp maakt moeilijke tijden door. 'De ene na de andere winkel verdwijnt', signaleert Mariëtte van der Staak. 'Ook de eigenaar van de winkel voor huishoudelijke artikelen hield het voor gezien. Daar was net sinds enkele maanden een Servicepunt van TPG Post gevestigd.' Om haar dienstverlening in Middelbeers en omgeving te handhaven, moest TPG Post op zoek naar een andere winkelier. De drogisterij wilde niet. En de enige goede optie die overbleef voor TPG Post was de winkel van Mariëtte van der Staak. Maar ook zij had haar aarzelingen. Ze was vooral bang dat klanten die alleen maar benzine af willen rekenen ongeduldig zouden worden wanneer ze langer zouden moeten wachten. Maar TPG Post hield aan en wist haar uiteindelijk te overtuigen van de voordelen van het Servicepunt.

Belangrijke voorziening

Drie medewerkers werden opgeleid. Mariëtte van der Staak, een balie medewerker van de winkel en een fietsmon-

TPG Post in de winkel

De Postkantoren krijgen minder klanten. Geld haalt de Nederlander uit de muur en voor postzegels wil hij liever geen omweg maken. TPG Post speelt in op de behoefte aan gemak door haar dienstverlening ook in winkels aan te bieden. Daar kunnen klanten hun postzaken gelijk met hun andere boodschappen regelen. De samenwerking met winkeliers scheelt bovendien in de exploitatiekosten. Daardoor kan TPG Post ook in dunbevolkte gebieden een goede dienstverlening blijven bieden.

teur. In vier dagen tijd leerden ze alles over het insorteren van de postbussen, het aannemen van pakketten voor het buitenland, aangetekenden, etcetera. Mariëtte van der Staak: 'In het begin leek het veel en ingewikkeld. Maar als je er mee aan de slag gaat, valt het wel mee.'

Middelbeers is blij dat er een goede postale voorziening in het dorp aanwezig blijft. Mariëtte van der Staak: 'Dat is echt iets dat ik van veel mensen hoor, dat ze blij zijn dat zo'n voorziening toch in stand kan blijven. Dat ze niet helemaal naar Oirschot of Tilburg hoeven om een pakketje op te halen of een aangetekende te versturen.'

Veel animo voor baan als postbezorger

Onlangs ging bij TPG Post de 5.500^e postbezorger aan het werk. De functie van postbezorger is voor veel werkzoekenden aantrekkelijk. Uit onderzoek blijkt dat de functie vooral populair is vanwege het werken in de buitenlucht en de beweging. Ruim tweederde van de postbezorgers is vrouw.

Postbezorgers werken 9 tot 15 uur per week. Het werk is daardoor goed te combineren met een gezinsleven en bijvoorbeeld schoolgaande kinderen.

Behalve postbezorgers heeft TPG Post ook 23.500 postbodes en 13.500 zaterdagbestellers in dienst. In verband met het

teruglopende postvolume werkt TPG Post sinds 2001 aan een flexibilisering van de kosten van de postbezorging. De werving van postbezorgers is onderdeel van dit beleid. De postbezorgers nemen de bezorging over van voltijd postbodes die met pensioen gaan of van baan veranderen.

Express-sector groeit snel

De Europese express-sector groeit snel, zo'n zes keer sneller dan de Europese economie als geheel. TPG (TNT) is één van de hoofdrolspelers in deze markt, die werkgelegenheid biedt aan enkele honderdduizenden mensen.

Onderzoekers van Oxford European Forecasting voorspellen dat de express-sector de komende tien jaar met gemiddeld 9% zal groeien, mits de regelgeving daarvoor niet belemmerend

werkt. De snelle groei is het gevolg van de toenemende internationale handel.

Werkgelegenheid

Het grote belang van de express-sector

voor de Europese economie werd onlangs vastgesteld door Oxford European Forecasting. De sector biedt werkgelegenheid aan enkele honderdduizenden Europeanen: 250.000 FTE, inclusief ruim 12.000 FTE in de tien nieuwe EU-landen. Gezien de snelle groei van de express-sector verwacht Oxford European Forecasting dat de werkgelegenheid in minder dan tien jaar zal verdubbelen. Inclusief de werkgelegenheid bij toeleveranciers (autofabrikanten e.d.) is de sector dan goed voor ruim een miljoen banen in de EU.

Veel concurrentie

Er is veel concurrentie op de expressmarkt. Binnen Europa is ongeveer de helft van de markt in handen van de zogeheten integrators: DHL, FedEx, TNT en UPS. Naast deze grote vier, zijn er zeer veel kleinere aanbieders die zich met hun dienstverlening en/of de prijsstelling proberen te onderscheiden.

Omzetgroei Europese expressmarkt 1998-2003

in vergelijking met het bruto nationaal product



Bron: rapport 'The Economic Impact of Express Carriers in Europe', Oxford Economic Forecasting, 2004

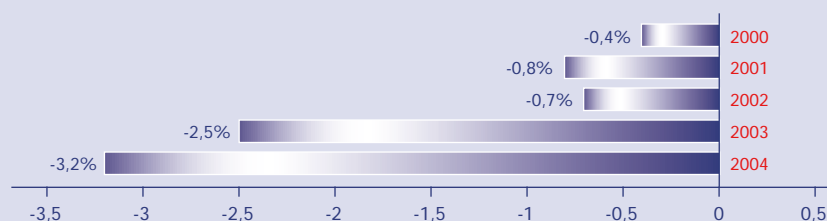
Postvolume blijft dalen

De afgelopen jaren is de hoeveelheid geadresseerde post die TPG Post bezorgt steeds sneller gedaald. De daling wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door het toenemend gebruik van elektronische media en door kostenbesparingsmaatregelen bij klanten. De nega-

tieve ontwikkeling wordt nog versterkt door de toenemende concurrentie en een afgenomen vraag naar direct mail als gevolg van het ongunstig economisch klimaat. TPG Post houdt voor de komende jaren rekening met een jaarlijkse volumedaling van 3 à 4%.

Volumedaling TPG Post in percentages

Geadresseerde post, exclusief internationale poststukken



C O L O F O N

Deze nieuwsbrief is een uitgave van TPG Post afdeling Public Affairs.

Redactieadres:
Postbus 30250, 2500 GG Den Haag

Voor vragen of opmerkingen kunt u contact opnemen met:
Mr drs N. Aukes, directeur Public Affairs
E-mail: e.j.h.sewalt@tpgpost.nl
Telefoon: 070 - 334 30 12

Bericht van aanmelding of opzegging graag faxen onder vermelding van naam en adres. Fax: 070 - 334 30 16

Voor dit drukwerk is milieuvriendelijk papier gebruikt.