



Post- en Pakkettenmonitor 2018

RAPPORT
Openbaar

**Autoriteit
Consument & Markt**



Inhoud

1	Kernpunten	3
2	Over dit rapport	5
3	Overzicht van de bezorgmarkt	7
3.1	Post en pakketten samen: de bezorgmarkt	7
3.2	Consumentenpost	9
3.3	Zakelijke post	10
3.4	Concurrentie en prijzen	11
3.5	Pakketten	12
4	De segmenten in detail	16
4.1	Gemiddelde omzetten zakelijke post	16
4.2	Gemiddelde omzetten pakketten	19
4.3	Innovaties en ontwikkelingen in dienstverlening	22
5	Netwerkdekking en uitbesteding	23
5.1	Brievenbuspost	23
5.2	Pakketten	27
6	Ontwikkelingen in de wet- en regelgeving	29
6.1	Voorgestelde wijziging van de Postwet	29
6.2	Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke partijenpost	29
6.3	Verordening grensoverschrijdend pakketvervoer	30
	Bijlage 1: deelnemende bedrijven	31

1 Kernpunten

Met dit rapport laat de ACM zien hoe het ging met de bezorgmarkt, bestaande uit de post- en pakkettenmarkt in 2018. We laten zien welke delen van de markt groeien, welke krimpen, en hoe gemiddelde opbrengsten zich ontwikkelen. Ook brengen we de innovatie en concurrentie in beeld om bij te kunnen dragen aan een goed werkende markt voor mensen en bedrijven. De belangrijkste bevindingen zijn:

Omvang van de markt

- De bezorgmarkt, van post en pakketten samen, groeide in 2018 met 9% tot een omzet van: €3,52 miljard. De pakkettenmarkt groeit en de postmarkt krimpt.
- Er is 9% minder nationale brievenbuspost verstuurd dan in 2017 en de omzet was 7% lager. Er is in 2018 €1,04 miljard omzet behaald met nationale brievenbuspost.
- Consumenten verstuurden 6% van de totale hoeveelheid brievenbuspost: 140 miljoen stuks, ofwel gemiddeld 8 poststukken per persoon. Dit is 17% minder dan vorig jaar. Dit zorgde in 2018 voor €124 miljoen aan omzet.
- Zakelijke verzenders verstuurden 9% minder brievenbuspost in 2018 (2,21 miljard stuks) en de omzet ten opzichte van 2017 is met 7% gedaald (naar €845 miljoen). Zakelijke verzenders verstuurden 94% van de totale hoeveelheid brievenbuspost.
- De pakketmarkt groeide in 2018. Het volume groeide met 20% naar 504 miljoen stuks en de omzet met 17% naar bijna €2,5 miljard. De omzetgroei op pakketten is daarmee groter dan de omzetkrimp op brievenbuspost.

Concurrentie

- Ten opzichte van de vorige monitor worden Sandd en Van Straaten Post, gezien de afgeronde overname in 2018, behandeld als één postvervoerbedrijf: Sandd.
- De concurrentie op de postmarkt neemt toe: dit komt doordat het marktaandeel van PostNL enigszins is gedaald en het gezamenlijke aandeel van de overige postvervoerders is toegenomen.
- Voor bezorging van 24-uurs post is er minder concurrentie dan voor de langzamere post. Zo'n 20 – 25% van de post van zakelijke klanten die 1 werkdag later wordt bezorgd, wordt bezorgd door anderen dan PostNL. Bij consumentenpost is het aandeel van PostNL nog een stuk groter. In de kerstperiode van 2017 bood Sandd voor het eerst kerstzegels aan voor consumenten en plaatste zij brievenbussen op retail locaties door het hele land. Ook in 2018 bood Sandd kerstzegels naast hun normale postzegels aan. Sandd bezorgde in 2018 van de totale hoeveelheid consumentenpost enkele procenten. Van de langzamere post (die later dan na één dag aankomt) wordt 35 – 40% door andere postvervoerders dan PostNL bezorgd.
- De ontwikkelingen in de prijzen zijn sterk gerelateerd aan de mate van concurrentie. Zo steeg de gemiddelde omzet per stuk voor consumentenpost met 7%. Dat is het deel van de postmarkt met de minste concurrentie. De gemiddelde omzet per stuk voor zakelijke 24-uurs

post blijft ook stijgen: het afgelopen jaar met 4%. Tussen 2014 en 2018 was de stijging gemiddeld 5% per jaar. Voor de post die er langer dan een dag over doet, ligt dit anders: de gemiddelde omzet per stuk schommelde de afgelopen 5 jaar tussen de €0,23 en €0,24. Op dat deel van de postmarkt is ook de meeste concurrentie.

- Voor binnenlandse pakketten (zowel verzendadres als bezorgadres in Nederland) daalde de prijs met 3% naar €3,76 per stuk. Voor grensoverschrijdende pakketten werd er ten opzichte van vorig jaar 1% meer per stuk betaald, namelijk €8,50. PostNL is met een marktaandeel van ca. 60% net als in 2017 de grootste bezorger van binnenlandse pakketten. De concentratiegraad in dit segment nam in 2018 opnieuw licht toe, terwijl deze bij grensoverschrijdende pakketten als gevolg van concurrentie juist afnam.
- Consumenten versturen hun pakketten voor het overgrote deel via PostNL. Bedrijven die pakketten sturen naar consumenten doen dat vooral via PostNL en DHL. Andere pakketvervoerders zijn ook aanwezig in beide segmenten, maar zijn hier veel kleiner.

Bezorgnetwerken

- De meeste postvervoerders bezorgden in 2017 in dezelfde gebieden als in 2018. Enkele postvervoerders breidden hun bezorggebieden uit. Ook bezorgden enkele bedrijven eind 2018 in minder postcodegebieden dan eind 2017.
- Er zijn verschillen per regio: buiten de Randstad zijn veel kleinere regionale postvervoerders actief met een eigen bezorgnetwerk, binnen de grote steden is dit aantal beperkt.
- De kleinere postvervoerders bezorgen zelf bijna 40% van de post van hun zakelijke klanten (die zelf geen postvervoerder zijn), ongeveer 20% wordt bezorgd door PostNL en de rest door andere postvervoerders.
- Pakketvervoerders bezorgen deels met bezorgers die bij hen in dienst zijn, en werken deels met onderaannemers die de bezorging voor hen uitvoeren. Welk deel van de pakketten wordt bezorgd door eigen bezorgers en welk deel door onderaannemers verschilt per pakketvervoerder.

Investeringen en dienstverlening

- Ongeveer de helft van de postvervoerbedrijven die hebben deelgenomen aan deze monitor hebben geïnvesteerd in hun processen en dienstverlening. De meeste hebben geïnvesteerd in transportmiddelen. Veel postvervoerders hebben ook geïnvesteerd in software en automatisering. Grote investeringen zijn ook gedaan, zoals in sorteermachines en het verbeteren van de bedrijfslocaties.
- Meer bedrijven dan een jaar geleden hebben e-fulfilment in hun dienstenpakket opgenomen: de keten vanaf het moment van bestelling totdat het pakket bij de consument is bezorgd.

2 Over dit rapport

Achtergrond

De ACM houdt sinds de liberalisering van de postmarkt in 2009 toezicht op de ontwikkelingen op deze markt. Hierover brengt zij jaarlijks verslag uit aan de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat. In de praktijk gaat het hierbij om ‘platte’ poststukken die door de brievenbus passen zoals brieven, direct mail, en periodieken (dagbladen en tijdschriften). Sinds 2016 zijn ook de ontwikkelingen over pakketten aan dit verslag toegevoegd. In de volgende paragrafen wordt uitgelegd hoe de termen ‘post’ en ‘pakket’ in deze monitor worden gebruikt.

In deze monitor definieert de ACM *geen* markten in mededingingsrechtelijke zin of met het oog op marktanalyses. Wanneer in deze monitor het begrip ‘markt’ wordt gehanteerd, wordt hier dus geen markt in mededingingsrechtelijke zin mee bedoeld. Waar begrippen worden uitgelegd, wordt dit gedaan om het rapport leesbaar te maken en *niet* om deze ook in andere contexten te definiëren.

Postmarkt

De “postmarkt”, zoals bedoeld in deze rapportage, betreft de Nederlandse markt voor geadresseerde brievenbuspost. In de praktijk gaat het hier om brieven, direct mail en periodieken. Een brief is een op een fysieke drager aangebrachte geadresseerde mededeling, volgens Artikel 2 lid 1a van de Postwet. Direct mail is wettelijk gezien ook een brief, maar in de markt worden andere tarieven gehanteerd voor partijen brievenbuspost waarvan de inhoud hetzelfde is en alleen de adressering verschilt. Een partij post die qua inhoud hetzelfde is, alleen verschilt in adressering en daar bovenop met een bepaalde frequentie wordt uitgegeven en bezorgd, wordt in deze monitor een periodiek genoemd. De nationale markt voor binnenlandse geadresseerde brievenbuspost betreft uitsluitend poststukken die van een Nederlands adres naar een Nederlands adres worden verzonden. Deze markt kan worden onderverdeeld in door consumenten verzonden poststukken (hierna: consumentenpost) en door zakelijke verzenders verzonden poststukken (hierna: zakelijke post).

Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingen in de postmarkt stuurt de ACM jaarlijks een vragenlijst naar de bij de ACM geregistreerde postvervoerbedrijven met een relevante jaarlijkse omzet van minstens één miljoen euro. Over 2018 hebben 30 vervoerders gegevens aangeleverd. Deze zijn te vinden in Bijlage 1.

Pakkettenmarkt

Een postpakket wordt in het Postbesluit 2009 gedefinieerd als een geadresseerd verpakt poststuk dat zaken, niet zijnde brieven, bevat.¹ Voor deze monitor is aan pakketvervoerders gevraagd om te rapporteren over postpakketten inclusief brievenbuspakjes met extra diensten zoals *track & trace*. Het

¹ Postbesluit 2009, artikel 1, lid e.

vervoer van brievenbuspakjes zonder extra diensten wordt ook door postvervoerders aangeboden. Er zijn ook pakketten die onder de definitie van expresdiensten vallen. Expres- en koeriersdiensten worden niet meegenomen in deze monitor.

Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingen op de pakkettenmarkt heeft de ACM vragenlijsten uitgestuurd naar dezelfde zes pakket- en expresvervoerbedrijven als in de Post- en Pakkettenmonitor 2017, namelijk PostNL, DHL Parcel, DPD, GLS, UPS en TNT.

Structuur

De Post- en Pakkettenmonitor 2018 is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 3 beschrijft de nationale bezorgmarkt, bestaande uit de post- en pakkettenmarkt. Vervolgens gaat hoofdstuk 4 in op de diensten en tarieven en behandelt hoofdstuk 5 de onderwerpen netwerkdekking en uitbesteding. Tot slot beschrijft hoofdstuk 6 de ontwikkelingen in de wet- en regelgeving.

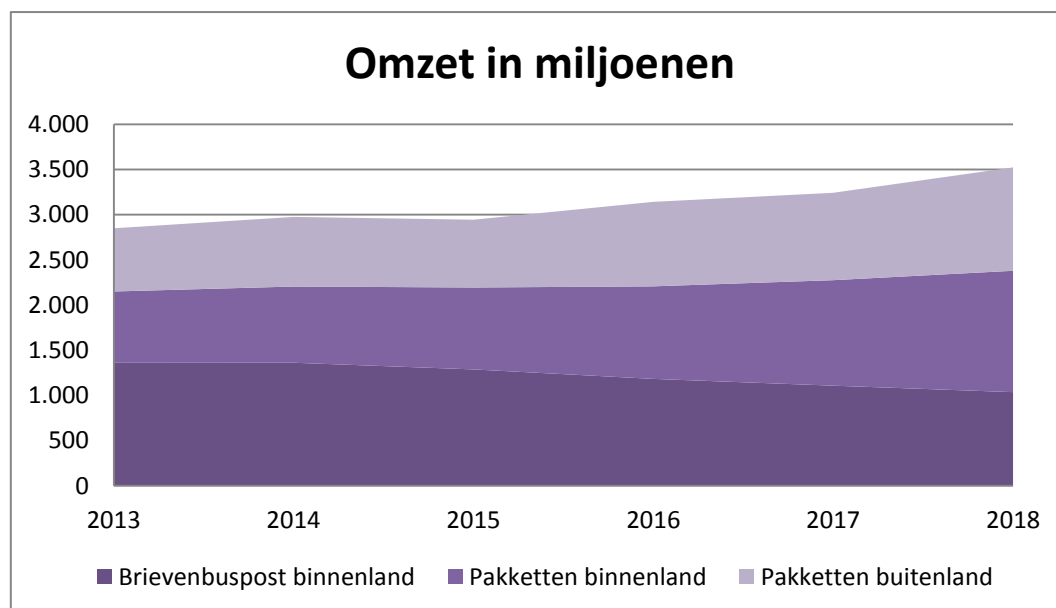
3 Overzicht van de bezorgmarkt

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de ontwikkelingen in de bezorgmarkt, bestaande uit post en pakketten, als geheel en de verschillende segmenten ervan. De verschillende segmenten zijn: consumentenpost, zakelijke post, binnenlands pakketvervoer en grensoverschrijdend pakketvervoer. De bezorgmarkt als geheel groeit. Voor consumentenpost werd per stuk in 2018 gemiddeld meer betaald dan in 2017. Zakelijke post werd juist goedkoper. Door volumedalingen werd met binnenlandse post in totaal een lagere omzet behaald. Er werden meer pakketten verstuurd, en daar is meer omzet mee behaald dan in 2017. De markt voor binnenlands pakketvervoer blijft geconcentreerd, met PostNL en DHL Parcel als voornaamste spelers (waarvan PostNL de grootste). Voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn de marktaandelen gelijkmatiger verdeeld over de verschillende pakketvervoerders.

3.1 Post en pakketten samen: de bezorgmarkt

Terwijl de omzet behaald met binnenlands postvervoer tussen 2017 en 2018 daalde, steeg de omzet behaald met pakketvervoer. Gecombineerd laat de omzet in de bezorgmarkt voornamelijk een stijgende lijn zien. Tussen 2017 en 2018 groeide de omzet met 9%.

Een groot deel van de bedrijven die post vervoeren, vervoert ook pakketten. Van de 30 postvervoerders die informatie hebben aangeleverd voor dit rapport, zijn de meeste ook actief in het vervoer van pakketten. De pakkettenmarkt in deze monitor wordt in kaart gebracht door de 6 eerder genoemde grote pakketvervoerders. Gecombineerd groeien de omzetten die behaald worden met pakketvervoer (6 bedrijven) en binnenlands postvervoer (30 bedrijven), zie de grafiek hieronder.



Omzet behaald in Nederland met pakketvervoer en binnenlands postvervoer.

Post: krimp en kansen

In 2018 zijn er 2,34 miljard stuks brievenbuspost² verstuurd, en daarmee is een omzet van €1,04 miljard behaald. Ten opzichte van 2017 betekent dit dat het volume met 9% is gedaald en de omzet met 7%. De omzet daalt net als voorgaande jaren minder sterk dan het volume. PostNL en Sandd (inclusief Van Straaten Post) zijn de twee grootste vervoerders.

Ondanks de krimp in de binnenlandse postmarkt heeft ongeveer de helft van de postvervoerders die zowel in 2017 als in 2018 gegevens hebben aangeleverd voor deze monitor in 2018 een minimaal even hoge omzet op het gebied van post behaald als in 2017 (13 van de 25). Drie van deze bedrijven hadden in 2018 een meer dan 20% hogere omzet behaald (vorig jaar waren dit zes bedrijven). Bij twaalf bedrijven, waaronder PostNL, is de omzet op het gebied van post gedaald ten opzichte van 2017.

Meer pakketten

De ACM beschikt niet over een volledig overzicht van het aantal pakketvervoerders in Nederland. Aan de zes vervoerders die in deze monitor zijn meegenomen is gevraagd om alleen hun pakketdiensten te rapporteren en niet hun expresdiensten. Gezamenlijk bezorgden deze zes pakketvervoerders 504 miljoen pakketten in 2018, wat goed was voor een omzet van totaal €2,49 miljard. Het volume is ten opzichte van 2017 gestegen met 20% en de omzet met 17%. Het aantal bezorgde pakketten is net als in voorgaande jaren verder toegenomen. PostNL en DHL Parcel waren ook in 2017 de twee grootste pakketvervoerders op de binnenlandse markt voor pakketvervoer.

Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn de marktaandelen gelijkmatiger verdeeld over de zes partijen dan op de binnenlandse markt. UPS is op basis van omzet nog steeds het grootst, maar heeft ten opzichte van vorig jaar marktaandeel ingeleverd. TNT is nog steeds het kleinst.

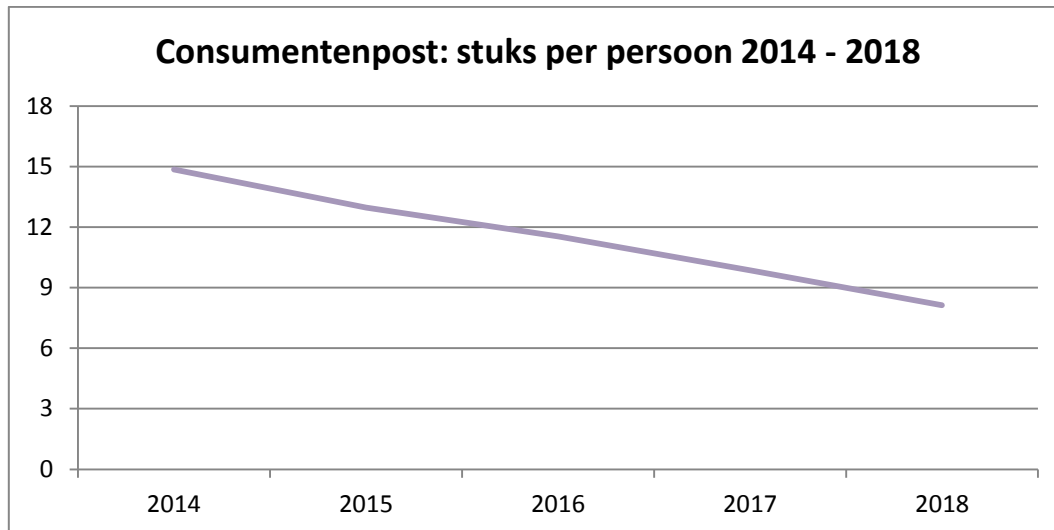
Conclusie

De omzet in de bezorgmarkt (post en pakketten samen) groeit. Post en pakketten laten verschillende trends zien: er wordt minder post verstuurd, maar meer pakketten. Toch wisten 13 van de 25 postvervoerders in 2018 groei te realiseren. De andere postvervoerders krimpen, waarvan sommige sneller dan de markt. De zes pakketvervoerders in deze monitor hebben allemaal groei gerealiseerd met pakketten.

² Brievenbuspakjes met track and trace worden in deze monitor meegeteld onder pakketten.

3.2 Consumentenpost

Consumenten hebben in 2018 140 miljoen poststukken verstuurd, wat 17% minder is dan in 2017. Dit zijn gemiddeld 8 stuks per Nederlander³ terwijl het in 2017 gemiddelde nog 10 stuks was.

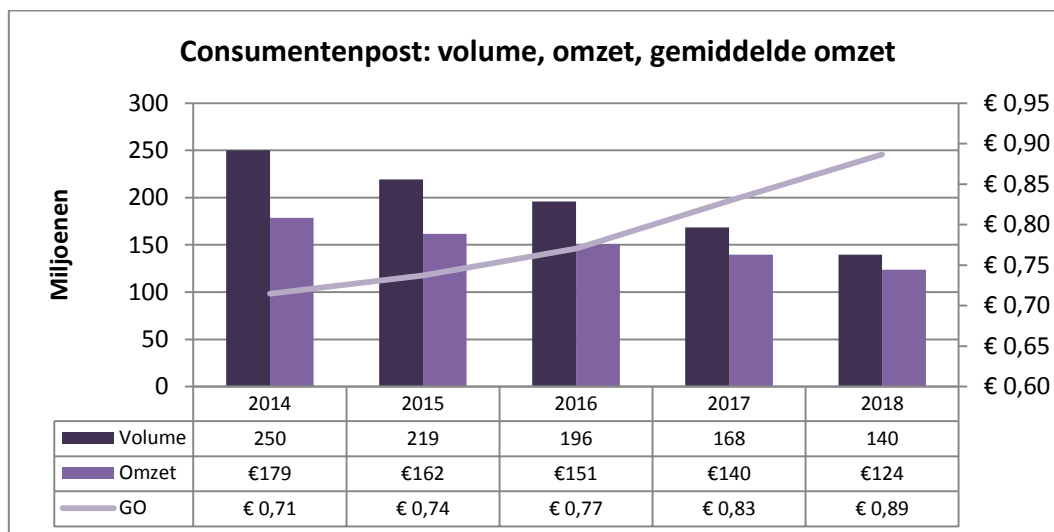


Aantal stuks consumentenpost per persoon, 2014 – 2018.

Consumentenpost vormt daarmee 6% van het totale volume in de postmarkt. In 2017 was dit 7%. Het bedrag dat gemiddeld per stuk betaald werd, steeg in 2018 ten opzichte van 2017. Dit gemiddelde omvat allerlei soorten tarieven, voor verschillende types en gewichten poststukken.

De belangrijkste tarieven voor consumentenpost zijn de postzegeltarieven. PostNL verhoogde in 2018 de prijs van een postzegel voor brieven tot en met 20 gram voor binnenlandse bestemmingen van €0,78 naar €0,83. Consumenten betaalden in 2018 24% meer per poststuk dan in 2014. PostNL is de veruit de grootste bezorger van consumentenpost. Op veel kleinere schaal verzorgen enkele andere vervoerders ook post van consumenten. Sandd collecteert en bezorgt 2x in de week in bijna het hele land consumentenpost. In de kerstperiode wordt daarbij op grotere schaal gecollecteerd dan in de rest van het jaar. Verder zijn er ook partijen die eigen postzegels uitgeven voor de regio waarin zij bezorgen.

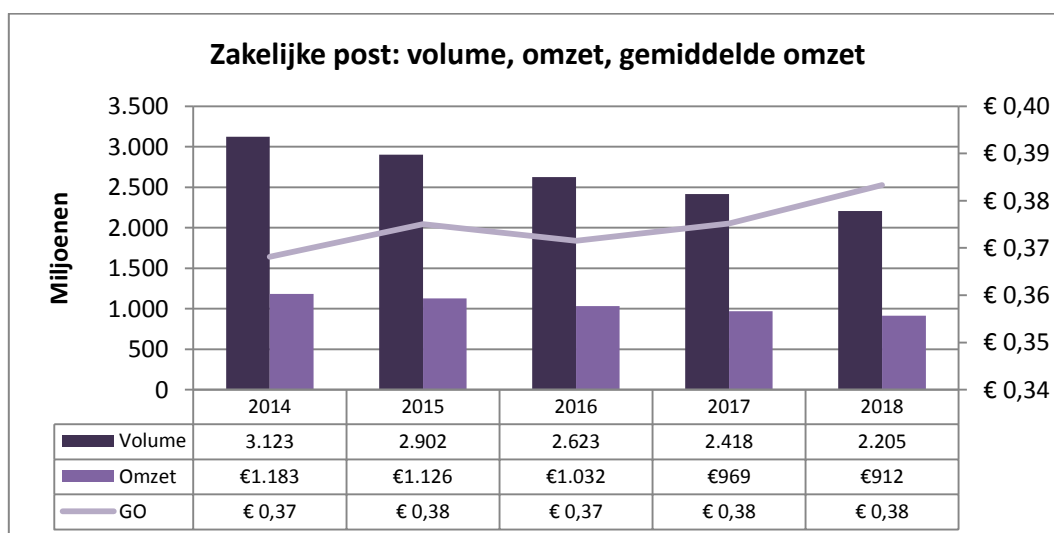
³ De omvang van consumentenpost is niet gelijk aan de omvang van de universele postdienst (UPD). De UPD bevat poststukken van bedrijven, waaronder frankeermachinepost, en internationale partijenpost. Consumentenpost bevat ook de losse post van andere vervoerders dan PostNL als uitvoerder van de UPD.



Omzet, volume en gemiddelde omzet (GO) per stuk voor consumentenpost.

3.3 Zakelijke post

De omvang van de binnenlandse zakelijke post was 2,21 miljard stuks en €912 miljoen omzet in 2018. Dat is 94% van het totaal aan binnenlandse post. Sinds 2013 is de gemiddelde omzet per stuk aan zakelijke post redelijk stabiel (€0,37 of €0,38 per stuk). Wel is er een verschil tussen tijdkritische zakelijke post (24-uurs) en niet-tijdkritische zakelijke post (48-uurs en 72(+)-uurs⁴). De gemiddelde omzet voor tijdkritische zakelijke post is sinds 2014 jaarlijks gestegen. De gemiddelde omzet voor niet-tijdkritische zakelijke post is in 2018 ongeveer even hoog als in 2014.



Omzet, volume en gemiddelde omzet (GO) per stuk voor zakelijke post.

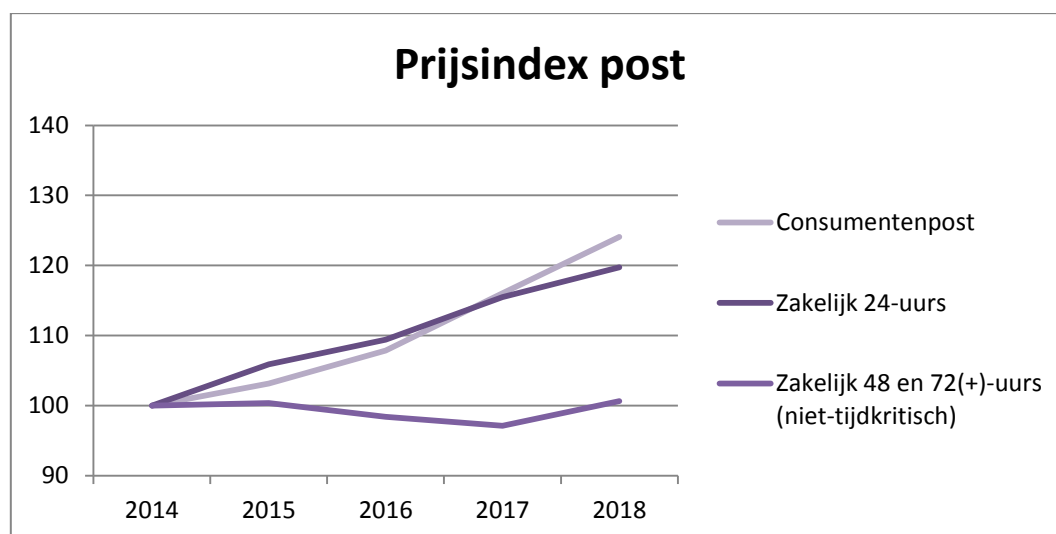
⁴ Bezorging na 3 dagen of later.

De mate van concurrentie verschilt sterk tussen de 24-uurs zakelijke en de langzamere niet-tijdkritische post. Van 24-uurs zakelijke post wordt veruit het grootste volume door PostNL verwerkt. De concurrentie heeft een groter aandeel in de segmenten van de 48- en 72(+)-uurs post. In de segmenten van niet-tijdkritische zakelijke post wordt ruim een derde van de post van zakelijke verzenders (die geen postvervoerbedrijf zijn) aangeboden aan andere postvervoerders dan PostNL. Hiervan neemt Sandd het overgrote deel in.

PostNL is in zakelijke post veruit de grootste speler. Daarna volgt Sandd als tweede grote partij. De andere 28 partijen die in 2018 informatie hebben aangeleverd voor de monitor hebben gezamenlijk een marktaandeel van circa 7% qua omzet en 4% qua volume.

3.4 Concurrentie en prijzen

Wanneer consumenten en zakelijke verzenders kunnen kiezen tussen verschillende postvervoerders, zijn de gemiddelde prijzen lager. Consumenten konden tot en met 2017 hun post vrijwel alleen via PostNL versturen. Alternatieven zijn kleinschaliger, werken vooral regionaal en hebben minder brievenbussen. Sandd begon eind 2017 met postbezorging voor consumenten. Consumenten betaalden in 2018 gemiddeld 24% meer per brief of kaartje dan in 2014.



Prijnsindices consumentenpost, 24-uurs zakelijke post, en 48 en 72(+)-uurs zakelijke post. 2014 = 100.

Ook zakelijke verzenders hebben er last van wanneer er weinig concurrentie is. De markt voor 24-uurs zakelijke post is voor een groot deel in handen van PostNL. In 2018 betaalden zakelijke verzenders voor poststukken die de volgende dag bezorgd moeten worden gemiddeld 20% meer dan in 2014.

Voor niet-tijdkritische zakelijke post kunnen zakelijke verzenders bij meerdere landelijke aanbieders terecht. De prijsontwikkeling voor deze post is hierdoor ook heel anders dan voor 24-uurs zakelijke post. Het afgelopen jaar is de gemiddelde prijs voor niet-tijdkritische zakelijke post voor het eerst weer gestegen, na 2 jaar van lichte dalingen. In 2018 betaalden zakelijk afzenders echter nog steeds

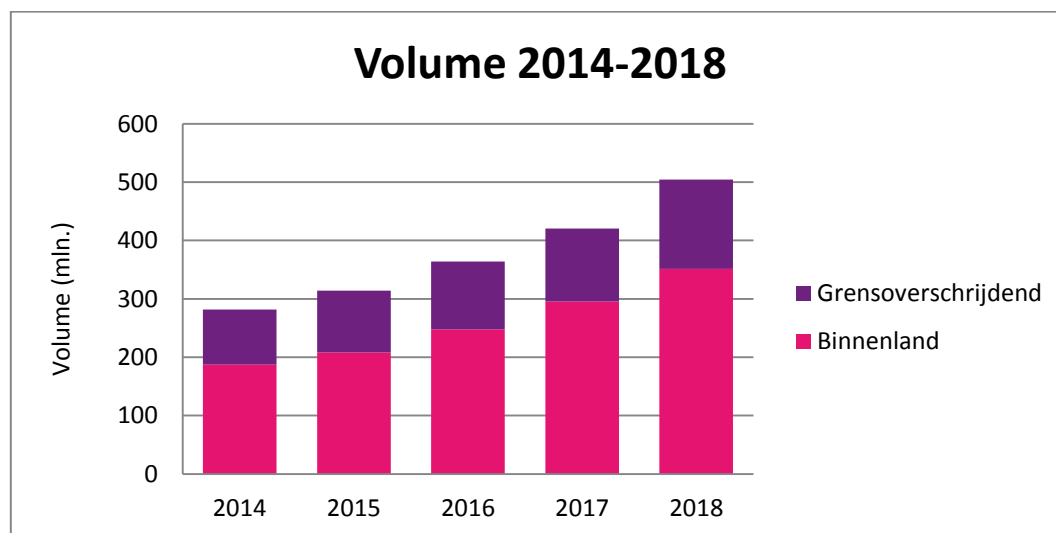
ongeveer evenveel per poststuk voor 72(+)-uurs zakelijke post als in 2014.

De prijsontwikkeling is daarmee sterk gerelateerd aan de mate van concurrentie. Op het deel van de markt met de minste concurrentie stijgen de gemiddelde prijzen het snelst, en op het deel van de markt met de meeste concurrentie zijn de gemiddelde prijzen bijna gelijk aan die van 2014.

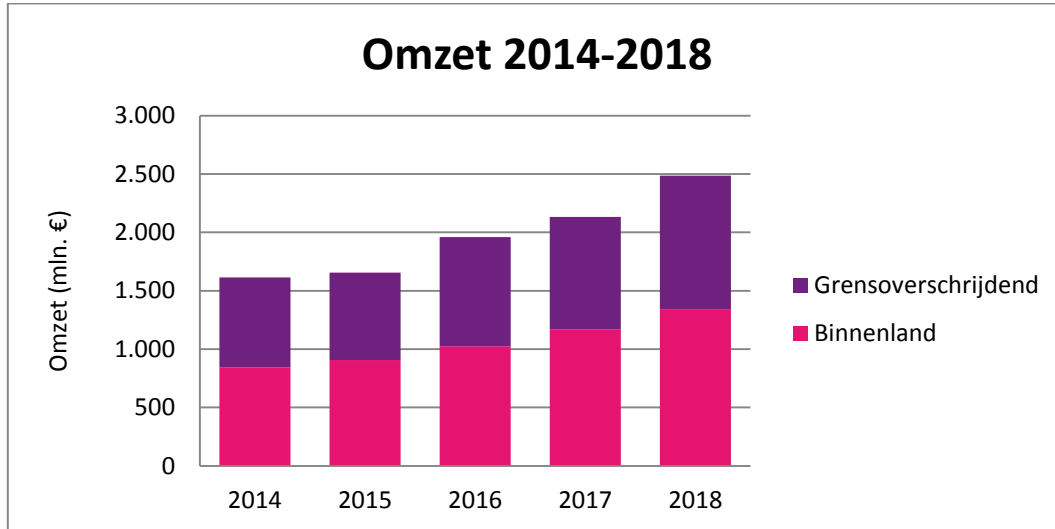
3.5 Pakketten

In 2018 is het volume van de pakkettenmarkt verder toegenomen naar een totaal van 504 miljoen stuks. Dit is een stijging van 20% ten opzichte van 2017, toen het volume aan pakketten 420 miljoen stuks was.

Zowel het volume aan binnenlands pakketvervoer als het volume grensoverschrijdend pakketvervoer zijn in 2018 gestegen. Het binnenlands pakketvervoer groeide in 2018 minder hard dan het grensoverschrijdend pakketvervoer. Het binnenlands pakketvervoer is ten opzichte van 2017 met 19% toegenomen naar een volume van 351 miljoen pakketten terwijl het grensoverschrijdend pakketvervoer gestegen is met 23% naar een volume van 153 miljoen pakketten. De totale omzet voor de gehele markt is ook in 2018 weer verder toegenomen naar een totaal van €2,49 miljard. Dit is een stijging van 17% ten opzichte van 2017, toen de omzet €2,13 miljard bedroeg. Ook de markt voor brievenbuspakjes is gegroeid. De omzet is daar 18% gestegen ten opzichte van vorig jaar.



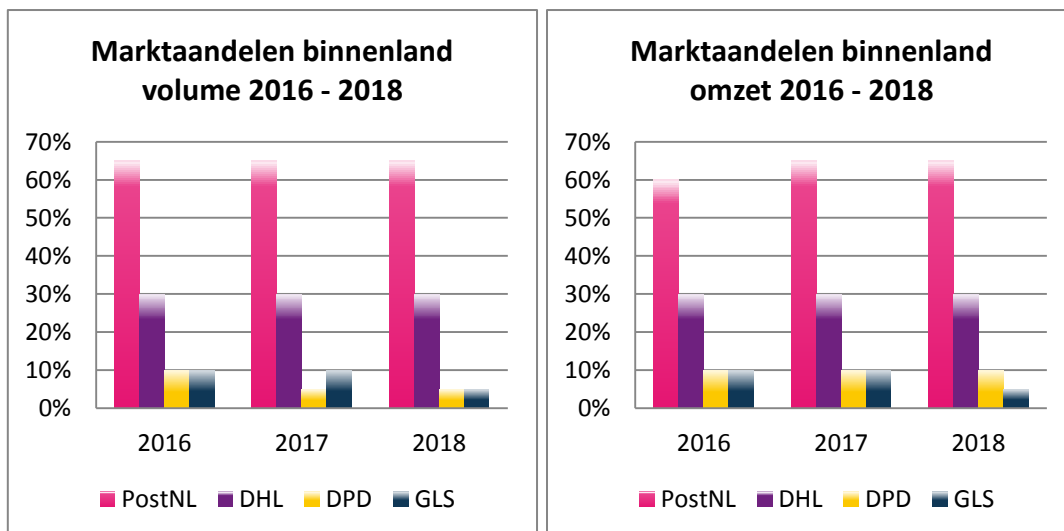
Volume binnenlandse en grensoverschrijdende pakketten.



Omzet binnenlandse en grensoverschrijdende pakketten.

Marktverhoudingen: binnenlands pakketvervoer

De binnenlandse markt voor pakketvervoer omvat al het pakketvervoer in Nederland waar zowel het verzendadres als het bezorgadres in Nederland liggen. Voor het bepalen van de marktverhoudingen op de binnenlandse markt voor pakketvervoer zijn de volumes en de bijbehorende omzetten van PostNL, DHL Parcel, DPD en GLS meegenomen. PostNL is net als in voorgaande jaren de grootste pakketvervoerder op deze markt. Het marktaandeel van PostNL was in 2018 op basis van volume 60-65% en op basis van omzet 60-65%. Het marktaandeel van PostNL is ten opzichte van 2017 op basis van volume en omzet licht gestegen. DHL Parcel is net als in de voorgaande jaren de tweede partij op de markt voor binnenlands pakketvervoer. Het marktaandeel van DHL Parcel is in 2018 op basis van zowel volume als omzet 25-30%. DPD en GLS zijn de derde en vierde partij met beide een marktaandeel van 0-5% op basis van volume en respectievelijk 5-10% en 0-5% op basis van omzet.



Marktaandelen binnenlands pakketvervoer op basis van volume en omzet.

Met name de grootste pakketvervoerders (PostNL en DHL Parcel) hebben kunnen profiteren van de volumegroei op de binnenlandse pakkettenmarkt. In de vorige monitor heeft de ACM door middel van het gebruik van de Herfindahl-Hirschman Index (hierna: HHI)⁵ al geconstateerd dat de concentratie op deze markt verder is toegenomen ten opzichte van de jaren daarvoor. Op basis van de marktaandelen in de binnenlandse pakkettenmarkt blijkt dat de HHI op basis van omzet in 2018 4.654 was. De concentratie is op deze markt ten opzichte van 2017 weer licht toegenomen. Toen was de HHI 4.530.

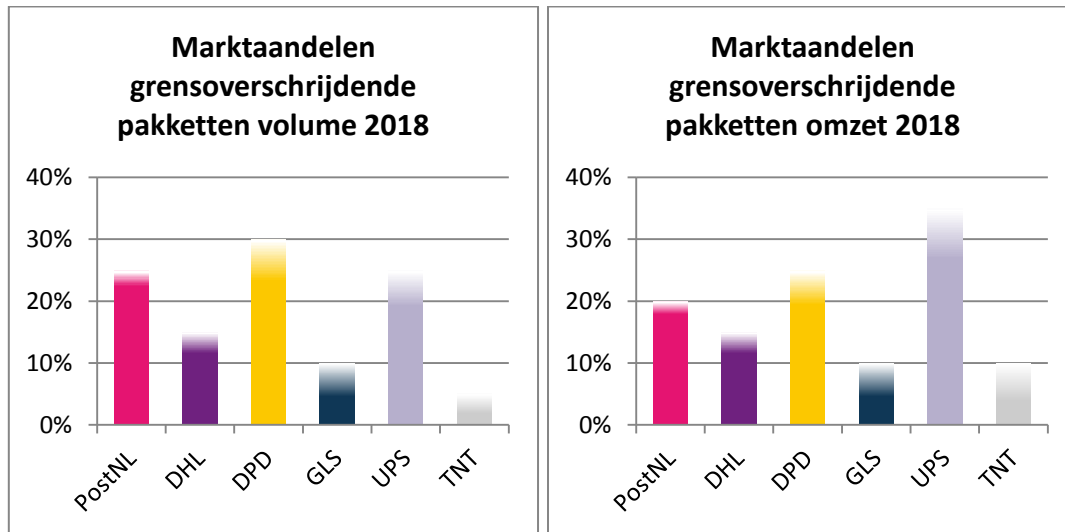
Marktverhoudingen: grensoverschrijdend pakketvervoer

De markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer omvat al het pakketvervoer van een verzendadres in Nederland naar een bezorgadres buiten Nederland en het pakketvervoer van een verzendadres buiten Nederland naar een bezorgadres in Nederland. Voor het bepalen van de marktverhoudingen op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer zijn net als in de Post & Pakketmonitor 2017 de volumes en de bijbehorende omzetten van PostNL, DHL Parcel, DPD, GLS, TNT en UPS meegenomen. Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer liggen de verhoudingen anders dan op de markt voor binnenlands pakketvervoer.

Op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer was UPS op basis van omzet in 2018 de grootste pakketvervoerder met een marktaandeel van 30-35%. DPD, DHL Parcel en PostNL hebben op basis van omzet een marktaandeel van respectievelijk 20-25% voor DPD en 15-20% voor PostNL en 10-15% voor DHL. GLS en TNT zijn een stuk kleiner met een marktaandeel van 5-10% op basis van omzet. In totaal hebben drie pakketvervoerders marktaandeel verloren, al is dit soms minimaal. Het marktaandeel van UPS is het meest gedaald. De overige pakketvervoerders zijn in aandeel gestegen.

De marktverhoudingen op basis van volume laten zien dat in 2018 DPD op deze markt weer de grootste pakketvervoerder was met een marktaandeel van 25-30%. Op plek twee en drie volgen UPS en PostNL vlak achter elkaar met een marktaandeel van 20-25%. Het marktaandeel van PostNL was in 2017 nog 15-20%.

⁵ De HHI wordt berekend door de gekwadrateerde marktaandelen (in percentage) van alle spelers in de markt bij elkaar op te tellen en ligt tussen 0 (volledige concurrentie) en 10.000 (monopolie). Als in markt de HHI groter is dan 2.000 wordt deze over het algemeen als geconcentreerd gezien.



Marktaandelen grensoverschrijdend pakketvervoer op basis van volume en omzet.

De HHI voor de markt van grensoverschrijdend pakketvervoer was in 2018 2.056. De concentratie is op deze markt ten opzichte van 2017 afgenomen. Toen was de HHI 2.225. De markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer is veel minder sterk geconcentreerd dan de markt voor binnenlands pakketvervoer. Dit zien we ook terug in de marktverhoudingen op deze markt. Waar op de markt voor binnenlands pakketvervoer PostNL en DHL Parcel gezamenlijk, kijkend naar het volume, net als in 2017 bijna 90% van de markt in handen hebben, zien we op de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer dat ook in 2017 vier pakketvervoerders nodig zijn om dit percentage te halen.

4 De segmenten in detail

Dit hoofdstuk gaat in paragraaf 4.1 dieper in op zakelijke post en in 4.2 op pakketten. Aan de hand van verschillende doorsnedes geven we inzicht in de gemiddelde omzetten. Tot slot worden in 4.3 innovaties in de post- en pakketmarkt beschreven.

4.1 Gemiddelde omzetten zakelijke post

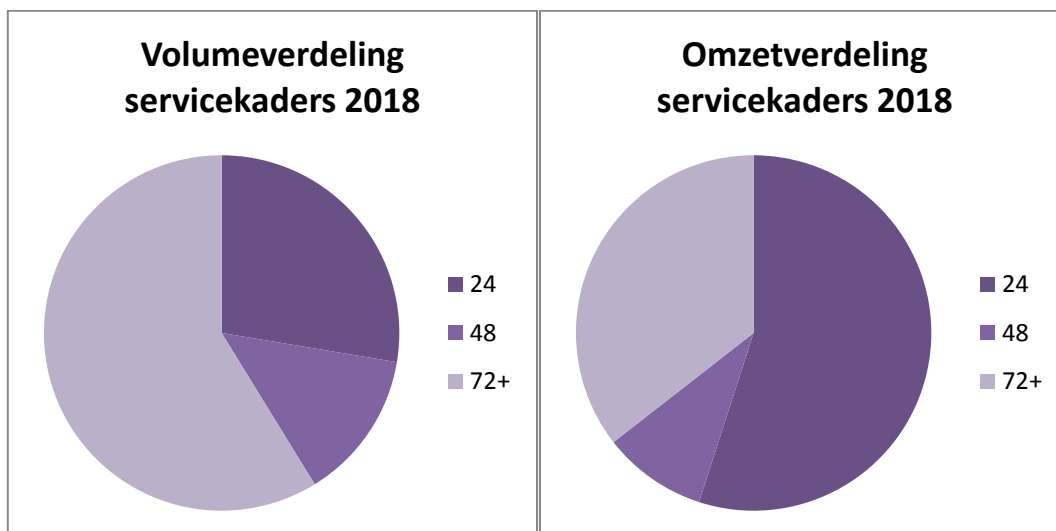
Deze paragraaf gaat dieper in op de zakelijke postmarkt. De verschillende doorsnedes die worden gemaakt zijn op basis van bezorgtijd, jaarvolume van zakelijke verzenders, aard van het poststuk, gesorteerd of ongesorteerd, en nationaal of grensoverschrijdend.

Bezorgtijd

Voor de afgesproken bezorgtijd bestaan drie categorieën:

- een dag na aanlevering (24-uurs post),
- twee dagen na aanlevering (48-uurs post) of
- drie of meer dagen na aanlevering of zonder afgesproken bezorgtijd (72(+)-uurs post).

De afgelopen vijf jaar is de verdeling tussen de percentages 24-uurs zakelijke post, 48-uurs zakelijke post en 72(+)-uurs zakelijke post veranderd. Ten opzichte van 2014 zijn de percentages 24-uurs en 48-uurs post gedaald en het percentage 72(+)-uurs post is toegenomen. Nu is meer dan de helft van de zakelijke post 72(+)-uurs post. Een kleine 30% wordt de volgende dag bezorgd en de rest na twee dagen.



Volumeverdelingen omzetverdeling over de verschillende servicekaders in 2018.

Het omzetaandeel van 24-uurs zakelijke post is al 10 jaar belangrijk: meer dan de helft van de omzet aan zakelijke post wordt hiermee behaald. 72(+)-uurs zakelijke post zorgt voor ruim een derde van de omzet en de rest wordt behaald met 48-uurs zakelijke post.

De gemiddelde omzet per stuk van 24-uurs zakelijke post stijgt elk jaar. Zakelijke verzenders betalen elk jaar dus meer per poststuk voor post die de volgende dag bezorgd wordt: in 2018 was dit gemiddeld €0,76. De prijs die gemiddeld betaald wordt voor langzamere post is veel stabiel. In 2018 waren de gemiddelde prijzen voor 72(+)-uurs post en 48-uurs post respectievelijk €0,23 per stuk en €0,27 per stuk. Dit wijkt weinig af van het gemiddelde over de laatste 5 jaar: voor 72(+)-uurs post betaalden zakelijk verzenders de afgelopen vijf jaar gemiddeld €0,23 per stuk en voor 48-uurs post gemiddeld €0,26. Voor 48- en 72(+)-uurs post samen schommelde de gemiddelde omzet per stuk de afgelopen 5 jaar tussen de €0,23 en €0,24.

Jaarvolumes van klanten

De ACM hanteert drie categorieën klanten, op basis van het aantal poststukken dat zij verzenden:

- kleinzakelijk: minder dan 100.000 poststukken per jaar;
- middenzakelijk: tussen 100.000 en 2,5 mln poststukken per jaar;
- grootzakelijk: meer dan 2,5 mln poststukken per jaar.

De omzetten en volumes zijn als volgt verdeeld over de categorieën afnemers:

	Aantal stuks (mln)	Retail omzet (mln)	Omzet/stuk
Grootzakelijk (> 2,5 mln per jaar)	1.359	€326	€0,24
Middenzakelijk (100.000 - 2,5 mln)	513	€208	€0,41
Kleinzakelijk (< 100.000)	334	€311	€0,93
Totaal	2.421	€907	€0,38

Kleinzakelijke verzenders betalen per stuk gemiddeld bijna vier keer⁶ zo veel als grootzakelijke verzenders. Hier zijn verschillende mogelijke verklaringen voor. Zo kunnen zakelijke afzenders in aanmerking komen voor (volume-)kortingen naarmate zij meer post versturen. Midden- en grootzakelijke klanten versturen vooral 48-uurs en 72(+)-uurs post, waarvoor lagere tarieven gelden. Kleinzakelijke klanten maken vooral gebruik van de duurdere 24-uurs post. Verder zijn de samenstelling, het gewicht en de hoeveelheid die per keer wordt aangeleverd van invloed op de gemiddelde omzet per stuk. Ook maakt het uit of de post is voorgesorteerd of niet.

Grootzakelijke klanten worden uitsluitend bediend door PostNL en Sandd. Midden- en kleinzakelijke klanten maken ook gebruik van andere postvervoerbedrijven. Het marktaandeel van de andere

⁶ Vorig jaar was dit ongeveer 3,5 keer zoveel. In de monitor van vorig jaar werd over 'ruim 3 keer zoveel' gesproken, maar nadien heeft de ACM gerectificeerde cijfers ontvangen.

postvervoerbedrijven is ten opzichte van een jaar geleden gedaald. Hierbij is gecorrigeerd voor het feit dat Van Straaten Post is overgenomen door Sandd.

Soort poststuk

Er zijn verschillende soorten poststukken. In deze monitor gebruiken we de volgende categorieën:

- brieven
- direct mail: bijvoorbeeld identiek promotiemateriaal (wel geadresseerd)
- periodieke uitgaven: bijvoorbeeld tijdschriften

Er is een sterke samenhang tussen het type poststuk (brieven, direct mail en periodieke uitgaven) en de bezorgtijd waarvoor wordt gekozen. Zakelijke verzenders kiezen ervoor om iets minder dan de helft van de brieven de volgende dag te laten bezorgen, en meer dan een derde na drie dagen. Periodieke uitgaven worden voornamelijk aangeboden voor bezorging na twee of drie dagen, en direct mail voor ruim 90% voor bezorging na drie dagen. Dit is ook terug te zien in de gemiddelde omzetten per stuk voor de verschillende typen. Zo is het gemiddelde omzet per stuk van zakelijke brieven €0,51 terwijl de gemiddelde omzet per stuk voor direct mail en periodieken €0,22 is.

PostNL is voor de bezorging van alle typen poststukken de grootste speler. Van de brieven wordt 20 – 25% bezorgd door andere spelers. Bij direct mail is dit circa een derde; iets minder dan de helft van de periodieken wordt door anderen dan PostNL bezorgd.

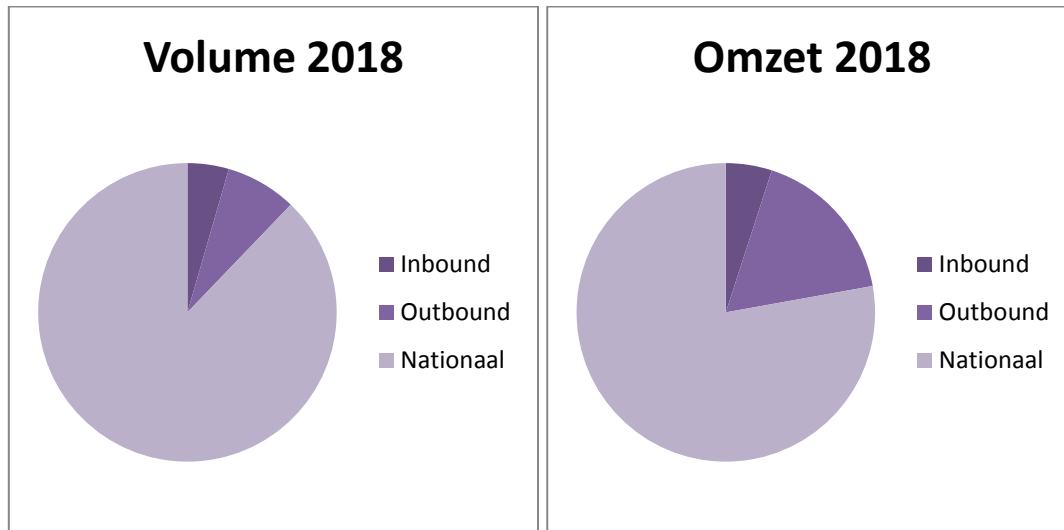
Gesorteerde en ongesorteerde post

Als zakelijke verzenders post gesorteerd aanleveren, hoeft het postvervoerbedrijf minder sorteerhandelingen uit te voeren. Hierdoor kan een postvervoerbedrijf gesorteerde post tegen een lager tarief aanbieden.

Van alle zakelijke post wordt 62% ongesorteerd aangeleverd. Het percentage ongesorteerd aangeleverde post is ten opzichte van vorig jaar licht gestegen waar het de voorgaande jaren nog daalde. Vrijwel alle 24-uurs zakelijke post (98%) wordt ongesorteerd aangeleverd, terwijl 47% van de niet-tijdkritische post ongesorteerd wordt aangeleverd.

Nationaal en grensoverschrijdend

Inkomende en uitgaande grensoverschrijdende post waren goed voor 12% van het volume en 22% van de totale omzet van zakelijke post. Het vervoer van nationale brievenbuspost gaf gemiddeld €0,38 omzet per stuk, inkomende grensoverschrijdende post gemiddeld €0,55 en uitgaande grensoverschrijdende post gemiddeld €1,11.



Volume- en omzetaandelen nationale, grensoverschrijdende inkomende en grensoverschrijdende uitgaande brievenbuspost.

4.2 Gemiddelde omzetten pakketten

Dit hoofdstuk gaat in op de verschillende pakketvervoerdiensten en beschrijft verschillende segmenten van de pakkettenmarkt. De verschillende segmenten worden hieronder toegelicht.

Type afzenders en ontvangers

Pakketten zijn te onderscheiden op basis van het type afzenders en ontvangers. Hierdoor ontstaat de volgende verdeling voor binnenlands pakketvervoer:

- B2B-segment
- B2C-segment
- C2X-segment⁷

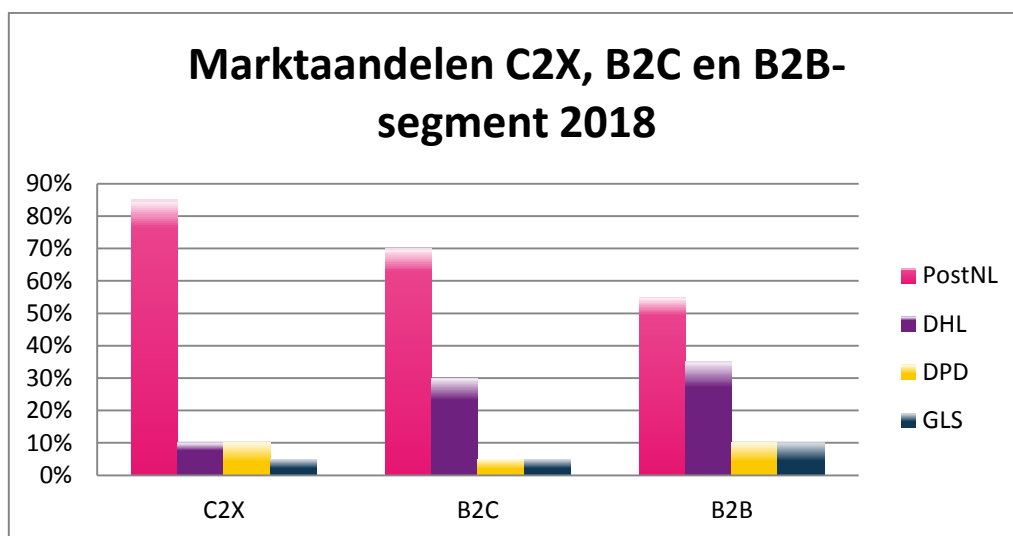
Het C2X-segment maakt het kleinste deel van de totale omvang van de markt voor binnenlands pakketvervoer uit. De omvang van het C2X-segment was in 2018 11,7 miljoen stuks en de omzet €65 miljoen. PostNL is net als in voorgaande jaren de grootste pakketvervoerder op het C2X-segment met een marktaandeel van 80-85% op basis van volume.

Het merendeel van het totale volume aan pakketten op de binnenlandse pakkettenmarkt behoorde tot het B2C-segment. Het volume van het B2C-segment was in 2018 240 miljoen stuks en de omzet €794 miljoen. Dit segment is bijna volledig in handen van PostNL en DHL Parcel. PostNL is veruit de grootste pakketvervoerder op het B2C-segment met net als vorig jaar een marktaandeel van 65-70%

⁷ Deze afkortingen staan voor Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Consumer to Business/Consumer (C2X).

op basis van volume. Het marktaandeel van DHL Parcel op het B2C-segment was net als vorig jaar 25-30% op basis van volume.

Op het B2B-segment liggen de marktaandelen van de verschillende pakketvervoerders dicht bij elkaar. De omvang van het B2B-segment was in 2018 91 miljoen stuks en de omzet €431 miljoen. PostNL is op dit segment de grootste pakketvervoerder met een marktaandeel van 50-55% op basis van volume. DHL Parcel en GLS volgen met respectievelijk 30-35% en 5-10%. Ten opzichte van een jaar geleden is het aandeel van DHL Parcel gestegen en van GLS gedaald.

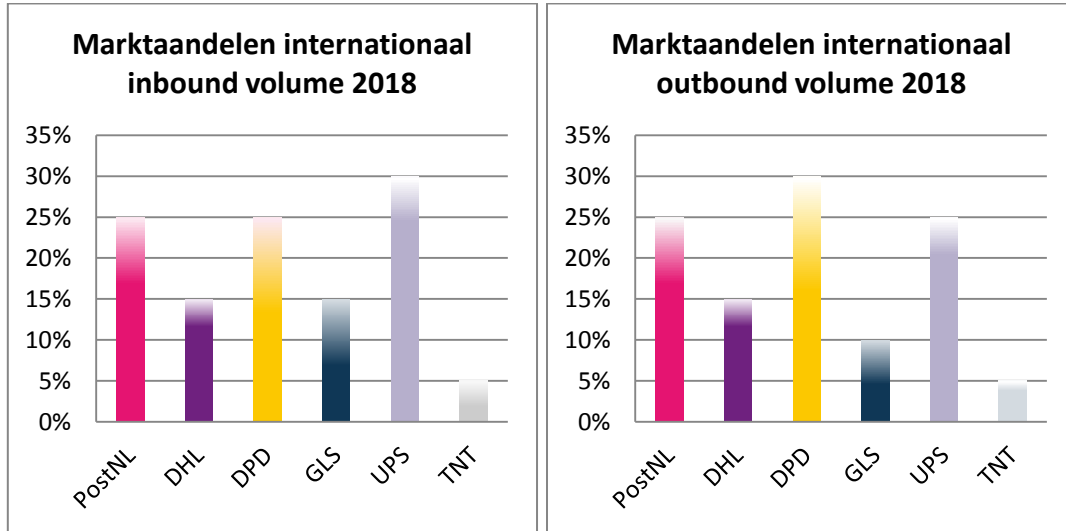


Marktaandelen C2X, B2C en B2B segmenten 2018, binnenlands pakketvervoer.

Grensoverschrijdend pakketvervoer

Op de pakkettenmarkt wordt een onderscheid tussen binnenlands pakketvervoer en grensoverschrijdend pakketvervoer gemaakt. Net als op de markt voor binnenlands pakketvervoer kan ook de markt voor grensoverschrijdend pakketvervoer verder uitgesplitst worden, namelijk in inkomende internationale pakketten (*inbound*) en uitgaande internationale pakketten (*outbound*).

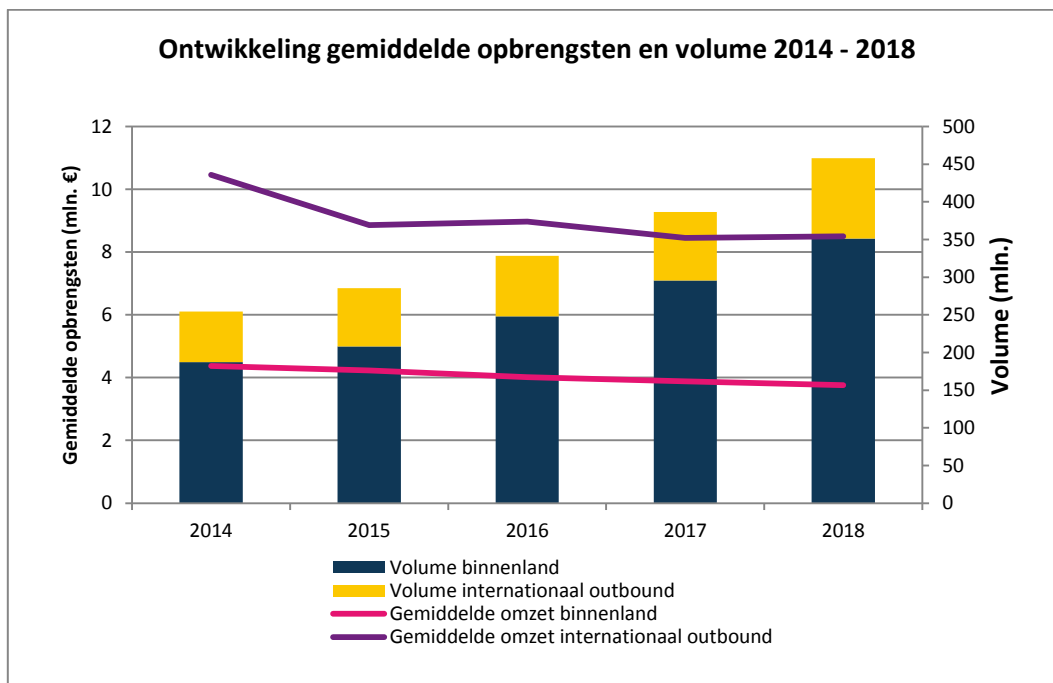
Het merendeel van het grensoverschrijdend pakketvervoer in Nederland bestond ook in 2018 uit pakketten die vanuit Nederland naar het buitenland zijn verzonden. Dit aantal nam ook toe: van 91 miljoen stuks in 2017 naar 107 miljoen stuks in 2018. DPD is de grootste pakketvervoerder op dit segment met een marktaandeel van 25-30% op basis van volume. Het volume van pakketten dat vanuit het buitenland naar Nederland is verstuurd is sterk gestegen van 34 miljoen stuks in 2017 naar 47 miljoen stuks in 2018, waar er vorig jaar nog een lichte daling was. UPS was in 2018 de grootste pakketvervoerder op het segment van inkomende internationale pakketten met een marktaandeel van 25-30% op basis van volume.



Marktaandelen grensoverschrijdende pakketten, op basis van volume.

Gemiddelde opbrengsten

In 2018 is de gemiddelde opbrengst op de markt voor binnenlands pakketvervoer verder gedaald naar €3,76 per pakket, 3% minder dan in 2017. Het volume in deze markt is in 2018 met 19% toegenomen. De gemiddelde opbrengst voor pakketten verstuurd vanuit Nederland naar het buitenland (*internationaal outbound*) is in 2018 licht gestegen, nadat deze vorig jaar nog was gedaald. Deze gemiddelde opbrengst lag in 2018 op €8,50 per pakket. Dit is een stijging van 1% ten opzichte van 2017. Het volume in deze markt (*internationaal outbound*) is over deze periode met 17% toegenomen.



Ontwikkeling in volume en gemiddelde omzet binnenlands en grensoverschrijdend pakketvervoer.

De ACM heeft onderzocht hoe belangrijk de top 5 grootste klanten zijn voor pakketvervoerders. Hoe belangrijk de top 5 is voor de omzet, verschilt per pakketvervoerder: de top 5 afnemers zorgde voor 16 - 50% van de omzet van de desbetreffende pakketvervoerders voor binnen Nederland verstuurd pakketten in 2018. Dit is vergelijkbaar met vorig jaar. Samen waren de top 5 klanten van elk van de pakketvervoerders goed voor 28% van het volume en 20% van de omzet behaald met binnenlands pakketvervoer in 2018. Uit deze cijfers blijkt ook dat deze groep klanten gemiddeld gezien minder betaalt dan het gemiddelde van de hele markt.

Daarnaast heeft de ACM de top 5 grootste klanten (op basis van omzet) die de pakketvervoerders in 2018 hebben verloren meegenomen in haar analyse. Uit deze top 5 nam de grootste overgestapte klant van een pakketvervoerder gemiddeld 0,4% van de omzet van de desbetreffende partij met zich mee. Dit duidt erop dat met name kleinere klanten overstappen naar een andere pakketbezorger en dat grotere klanten minder geneigd zijn dit te doen.

4.3 Innovaties en ontwikkelingen in dienstverlening

In 2017 is Sandd begonnen met collectie en bezorging van brieven voor consumenten. Sandd introduceerde een kerstzegel van €0,50. In 2018 is Sandd doorgedaan met de kerstzegel. De prijs was opnieuw €0,50. Deze post werd, net als haar andere post, 2 keer per week bezorgd. Ook is Sandd doorgedaan met reguliere postzegelpost. Een normale Sandd postzegel kost €0,60.

Ongeveer de helft van de postvervoerbedrijven die informatie hebben aangeleverd voor deze monitor hebben geïnvesteerd in hun processen en dienstverlening. De meeste hebben geïnvesteerd in transportmiddelen. Veel postvervoerders hebben ook geïnvesteerd in software en automatisering. Grotere investeringen zijn ook gedaan, zoals in sorteermachines en het verbeteren van de bedrijfslocaties. Een aantal postvervoerbedrijven is ook diensten gaan aanbieden die zij eerder nog niet aanboden, namelijk brievenbuspakjes. Ook hebben meer bedrijven dan een jaar geleden e-fulfilment in hun dienstenpakket opgenomen: de keten vanaf het moment van bestelling totdat het pakket bij de consument is bezorgd.

5 Netwerkdekking en uitbesteding

5.1 Brievenbuspost

PostNL heeft een landelijk dekkend netwerk voor 5-daagse collectie en bezorging van consumentenpost en zakelijke post. Sandd heeft een uitgebreid netwerk waarmee post twee keer per week bezorgd wordt. Tevens bezorgt Sandd in 2018 in tegenstelling tot het jaar ervoor ook 24-uurs post. Dit komt doordat Sandd in 2018 Van Straaten Post heeft overgenomen. Deze overname werkt door in sommige cijfers in dit hoofdstuk (bijvoorbeeld in de figuren). De meeste overige postvervoerders hebben een lokaal of regionaal netwerk voor bezorging tot 5 dagen per week. Voor post buiten hun verzorgingsgebied maken ze gebruik van zowel het netwerk van PostNL als van de netwerken van andere postvervoerders.

Collecteren

PostNL beschikt over een landelijk dekkend, fijnmazig collectienetwerk. Dit netwerk bestond eind 2018 onder meer uit 12.082 straatbrievenbussen (bijna 3.000 minder dan vorig jaar) en 1.723 servicepunten (18 meer dan in 2017). Met dit netwerk kan PostNL post verzamelen van particulieren, kleine bedrijven en grootzakelijke afzenders. PostNL is het aantal straatbrievenbussen aan het afbouwen van 19.000 naar 8.700 stuks.⁸ De poststukken die via deze straatbrievenbussen worden verstuurd zijn onderdeel van de universele postdienst (UPD). Binnenlandse brieven binnen de universele postdienst moeten op jaarbasis in gemiddeld 95% van de gevallen de volgende dag worden bezorgd.⁹ PostNL scoort hierop met 95% in 2018 lager dan in 2017.¹⁰ Van de inwoners van Nederland beschikt, volgens PostNL, 99,5% over een vestiging met volledig postassortiment binnen een straal van 5 kilometer (vorig jaar 99,7%); van de inwoners in buitengebieden betreft dit 98,2% (zelfde als vorig jaar).¹¹ PostNL collecteert zakelijke post op servicepunten (Business Points), op de business balies in de sorteercentra en via het ophalen van de post bij de klant (als een betaalde service).

Sandd beschikt over een centraal collectiepunt, namelijk zijn hoofdvestiging in Apeldoorn, waar zakelijke verzenders hun te bezorgen poststukken kunnen afleveren. Daarnaast heeft Sandd zo'n 20 kleinere vestigingen. In de kerstperiode 2018 collecteerde Sandd door middel van brievenbussen in winkels door het hele land ook consumentenpost met zijn kerstpostzegel. De reguliere consumentenpost wordt in 2018 op 619 locaties gecollecteerd.

De overige postvervoerbedrijven beschikken veelal over een geringer aantal collectiepunten. In

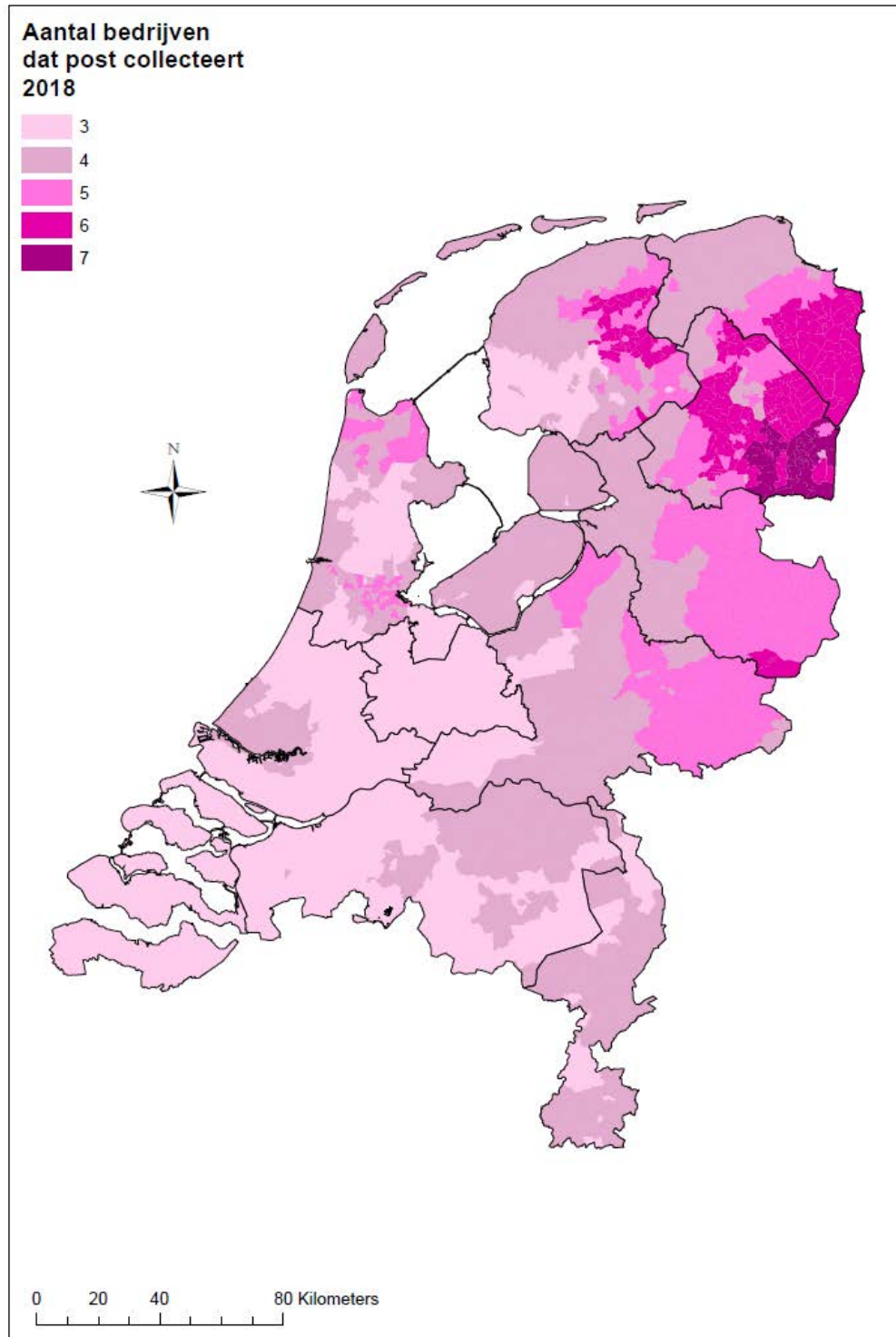
⁸ { HYPERLINK "<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2013/06/03/kamerbrief-over-toekomstvisie-op-de-nederlandse-postmarkt>" }

⁹ Met uitzondering van zon- of maandagen en officiële feestdagen.

¹⁰ <https://www.postnl.nl/klantenservice/bezorging-en-ontvangst/kwaliteit-postbezorging/> dit percentage wordt nog beoordeeld door de ACM.

¹¹ Rapport Postvestigingenbeleid, Overzicht van de uitvoering in 2018. PostNL. De kwaliteit van de bezorging zoals vermeld in dit rapport wordt nog beoordeeld door de ACM.

onderstaande kaart van Nederland is aangegeven hoeveel postvervoerbedrijven in een postcodegebied in 2018 collecteerden.



Aantal bedrijven dat post ophaalt, per postcodegebied, 2018

Sorteren

PostNL beschikte in 2018 over vijf sorteercentra. Vanaf deze sorteercentra wordt de post verdeeld over voorbereidingscentra, waar de post verder wordt gesorteerd en voorbereid voor bezorging.

PostNL beschikt over apparatuur die grote hoeveelheden ongesorteerde en ongecodeerd aangeleverde post kan verwerken.

Sandd beschikt over een centrale vestiging (in Apeldoorn) en over zo'n 20 regionale vestigingen vanaf waar de post naar de postbezorgers wordt gebracht voor uiteindelijke bezorging.

De overige postvervoerbedrijven werken zowel met handmatige sortering als met sorteermachines. De ACM ziet dat de postvervoerbedrijven ook in 2018 hebben geïnvesteerd in sorteermachines en automatisering.

Bezorgen

Eind 2018 waren er ruim 36.000 arbeidsplaatsen voor postbezorgers.¹² Eind 2017 waren dat er nog ruim 40.000. PostNL bezorgt vijf keer per week in het hele land, daar is hij voor de universele postdienst toe verplicht. PostNL exploiteert daarnaast postbussen. De ruim 97.000 postbussen zijn verspreid over 780 locaties. Sandd bezorgt sinds 2018 door de overname van Van Straaten Post 5 keer per week, in grote delen van het land met eigen bezorgers. Bijna 90% van alle postbezorgers werkt bij PostNL of Sandd.

De andere 28 postvervoerders bieden ook landelijk postvervoer aan. Vaak doen zij dat in kleinere delen van het land met eigen bezorgers, en de bezorging van de andere post besteden zij uit. Van deze groep bedrijven leverden er 23 in zowel 2017 als 2018 gegevens aan voor deze monitor. Bij 6 van hen groeide het aantal arbeidsplaatsen tussen 2017 en 2018, en bij 13 daalde dit aantal. Dit zorgde per saldo voor ongeveer 150 minder arbeidsplaatsen. Vorig jaar was het aantal arbeidsplaatsen nog gestegen.

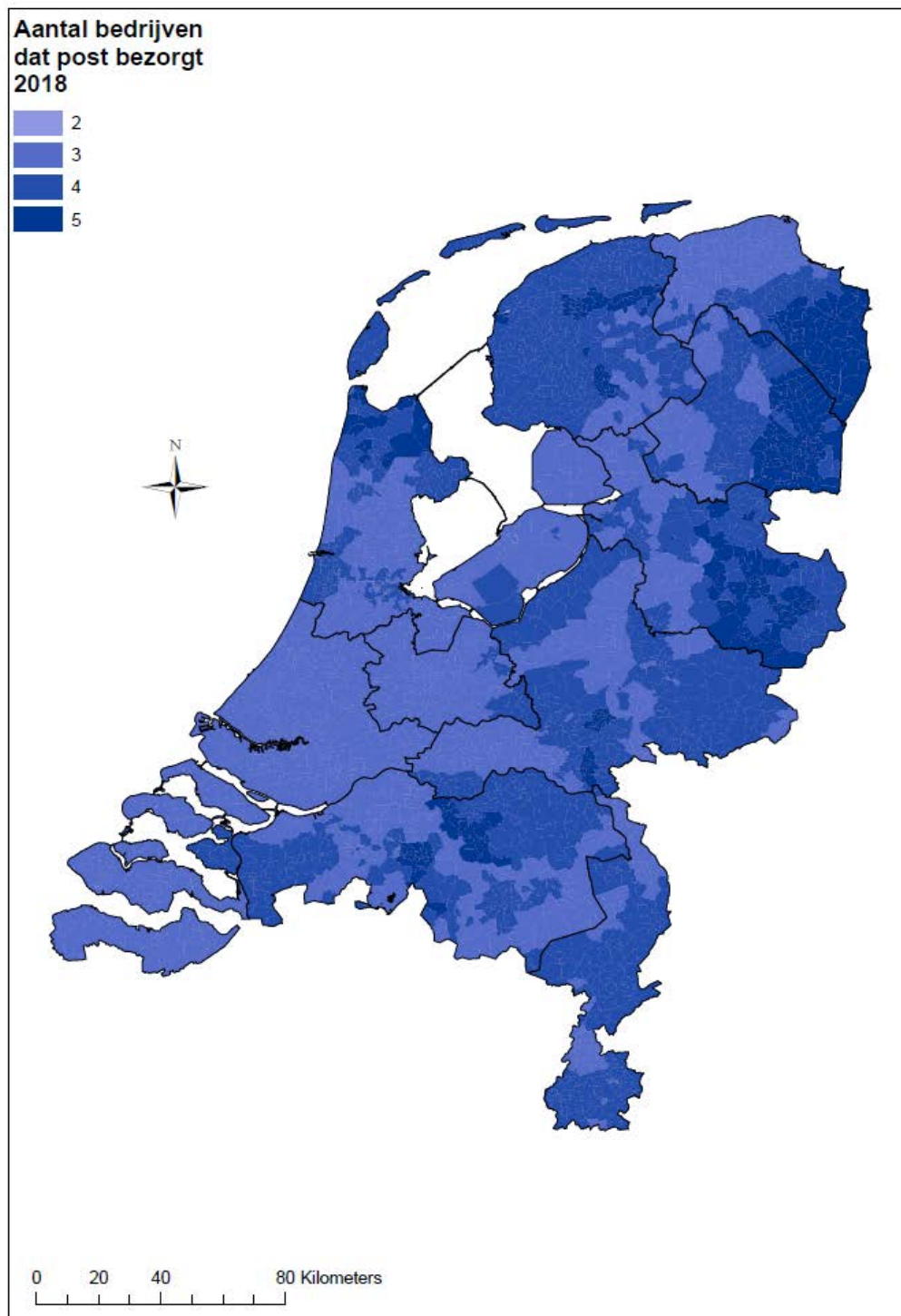
Uitbesteding

Voor postbezorging buiten hun verzorgingsgebied maken de lokale en regionale postvervoerbedrijven gebruik van andere postvervoerders. PostNL bezorgde vrijwel alles zelf in 2018. Sandd bezorgde bijna driekwart zelf en maakt gebruik van franchisenemers voor de bezorging. De overige postvervoerbedrijven besteedden de bezorging van een deel van hun post uit, deels bij PostNL en deels bij andere postvervoerders. Wanneer alleen wordt gekeken naar de post die zij van zakelijke klanten (die zelf geen postvervoerder zijn) binnen krijgen, is het percentage dat aan PostNL wordt uitbesteed bijna 20%. Ten opzichte van vorig jaar is dit percentage gedaald. Hierbij is gecorrigeerd voor de overname van Van Straaten Post door Sandd.

¹² Het gaat hier om bezorgers van brievenbuspost (exclusief bezorging van pakketten).

Postvervoerbedrijven per postcodegebied

De regionale en lokale postvervoerbedrijven zijn verspreid over het hele land voor wat betreft de gebieden waar zij bezorgen (zie kaart hieronder). Zij richten zich niet uitsluitend op dichtbevolkte gebieden; de Randstad is zelfs iets ondervertegenwoordigd.



Aantal bedrijven dat post bezorgt, per postcodegebied, 2018

5.2 Pakketten

Netwerk en infrastructuur

De grote pakketvervoerders beschikken allen over een (nagenoeg) landelijk dekkend collectie-, sorteer- en bezorgnetwerk voor pakketten. Alle pakketvervoerders hebben in 2018 investeringen gedaan ten behoeve van de verbetering van hun dienstverlening. Het merendeel van deze investeringen zijn voor nieuwe bedrijfsgebouwen geweest. Overige investeringen hebben voornamelijk betrekking op IT-systemen, vervoer en sorteermachines. UPS was bijvoorbeeld in 2018 bezig met de constructie van een sorteercentrum in Eindhoven waar een investering van €130 miljoen mee gemoeid was.¹³ Ook DPD investeerde in 2018 in de regio Eindhoven in een sorteercentrum waar een capaciteit van 50.000 pakketten per uur gerealiseerd zal worden.¹⁴

De verschillen in het aantal servicepunten tussen de pakketvervoerders zijn ook in 2018 groot. Pakketvervoerders hebben met uitzondering van TNT een eigen netwerk van servicepunten. Het aantal servicepunten is voor elke pakketvervoerder gegroeid ten opzichte van een jaar geleden. PostNL heeft veruit het grootste aantal servicepunten. Het aantal pakketpunten van DHL Parcel is net als vorig jaar het meest gegroeid (zowel absoluut als procentueel). DHL Parcel, PostNL en UPS beschikken naast bemande servicepunten ook over pakketkluizen. Gezamenlijk hadden deze drie pakketvervoerders in 2018 197 pakketkluizen in Nederland staan. Dit is een sterke toename ten opzichte van de 104 pakketkluizen een jaar geleden.

Pakketvervoerder	Aantal servicepunten (2017) ¹⁵	Aantal servicepunten (2018) ¹⁶
PostNL	3.038	3.307
DHL Parcel	2.015	2.697
DPD	750	850
GLS	673	706
UPS	983 ¹⁷	1.039
Totaal	7.459	8.599

Uit de door de ACM opgevraagde cijfers blijkt dat ook in 2017 alleen PostNL en DHL Parcel *same day delivery* aanboden. Het aantal bezorgde *same day delivery* pakketten was ook in 2018 klein (net als

¹³ <https://www.logistiek.nl/warehousing/nieuws/2017/11/ups-doet-recordinvestering-nieuw-distributiecentrum-101160131>

¹⁴ <https://www.logistiek.nl/warehousing/nieuws/2018/02/162129-101162129>

¹⁵ Op basis van de bij de ACM door pakketvervoerders aangeleverde cijfers.

¹⁶ Op basis van de bij de ACM door pakketvervoerders aangeleverde cijfers.

¹⁷ Dit cijfer is ten opzichte van de monitor uit 2017 gecorrigeerd van 825 naar 983.

vorig jaar 0,1%). 90% van de binnenlandse pakketten is in 2018 binnen één werkdag bezorgd. Het resterende deel is binnen 2 dagen of langer bezorgd.

Pakketvervoerders (PostNL, DHL Parcel, DPD en GLS) kiezen voor verschillende mixen van manieren van bezorging. Sommige pakketvervoerders besteden het grootste deel van de bezorging van pakketten uit aan onderaannemers/derden, terwijl andere juist een groot deel van hun volume pakketten zelf bezorgen. Onderstaande tabel geeft een overzicht op welke wijze de pakketten die in Nederland door eigen bezorgers van deze vier pakketvervoerders zijn bezorgd.

Bezorging van pakketten	
Pakketten besteld voor bezorging aan huis	82%
<i>% thuis afgeleverd</i>	96%
<i>% afgeleverd op een servicepunt</i>	2%
<i>% afgeleverd bij de burens</i>	4%
Pakketten besteld voor bezorging op een servicepunt	5%
Pakketten besteld voor bezorging in pakketkluisen of andere bezorgwijzen (kantoorpanden)	13%

De Nederlandse consument ontvangt pakketten bij voorkeur thuis. Het aandeel is ten opzichte van een jaar geleden wel fors gedaald van 90% naar 82%. Er wordt nu meer besteld voor bezorging via pakketkluisen of andere bezorgwijzen. Het aantal pakketten besteld voor bezorging in pakketkluisen of andere bezorgwijzen gestegen van 6% naar 13%.

De ACM voert op dit moment een marktverkenning voor last-mile pakketbezorging uit waarbij onder andere wordt onderzocht of er problemen zijn op het gebied van mededinging die ervoor zorgen dat pakketvervoerders weinig werken met pakketkluisen.

6 Ontwikkelingen in de wet- en regelgeving

6.1 Voorgestelde wijziging van de Postwet

In 2018 is de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat (EZK) gestart met de voorbereiding van de wijziging van de Postwet 2009. Naar aanleiding van de brief aan de Tweede Kamer over de toekomst van de postmarkt van 15 juni 2018 heeft EZK in het najaar van 2018 en in het begin van 2019 gewerkt aan een ontwerp wetsvoorstel. Op 9 april 2019 heeft de Staatssecretaris het ontwerp wetsvoorstel geconsulteerd in een internetconsultatie.¹⁸ Op dit wetsvoorstel is een groot aantal reacties ontvangen na sluiting van de termijn op 3 juni 2019.¹⁹ Daarnaast heeft de ACM een uitvoeringstoets uitgevoerd op wetswijziging. Momenteel is het verder uitgewerkte wetsvoorstel aangeboden aan de Raad van State, waarna in het najaar naar verwachting de parlementaire behandeling zal plaatsvinden. Voor de uitwerking van de wetswijziging voorziet EZK ook wijzigingen in de onderliggende regelgeving. In het najaar van 2019 zal hier verdere invulling aan worden gegeven.

Het voornemen van de Staatssecretaris is om door de wetswijziging de continuïteit van de postdienstverlening op de langere termijn te handhaven en de waarborging van de betaalbaarheid en beschikbaarheid van de universele postdienst te regelen. De wijzigingen beogen het betaalbaar en beschikbaar houden van een bepaald kwaliteitsniveau van de postdienstverlening in Nederland en zijn gericht op het bieden van meer flexibiliteit aan de UPD-verlener om invulling te geven aan haar wettelijke taken. De veranderingen in de wet hebben mede tot doel om de transitie van de postmarkt naar een bredere bezorgmarkt te ondersteunen. Om deze doelen te bereiken worden in de wet enkele wijzigingen in de UPD voorgesteld. Daarnaast wordt de toegangsregulering herzien, waarbij het huidige AMM instrumentarium wordt vervangen door een wettelijk regime van toegang. Voorts wordt de positie van werknemers versterkt.

6.2 Marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke partijenpost

Op 3 september 2018 heeft het College van Beroep voor het bedrijfsleven (CBb) uitspraak gedaan in de beroepen van PostNL, Sandd, Van Straaten Post en Intrapost tegen het marktanalysebesluit van de ACM over 24-uurs partijenpost.²⁰ Het CBb heeft geoordeeld dat de ACM onvoldoende heeft aangetoond dat digitale communicatie geen onderdeel is van de markt voor 24-uurs partijenpost. Op grond daarvan heeft het CBb het marktanalysebesluit van de ACM vernietigd.

Naar aanleiding van deze uitspraak heeft de ACM opnieuw onderzoek gedaan. Dat onderzoek heeft geleid tot een ontwerp-marktanalysebesluit 24-uurs zakelijke partijenpost dat de ACM op 24 december

¹⁸ Consultatie wijziging Postwet, te raadplegen op: <https://www.internetconsultatie.nl/aanpassingpostwet>

¹⁹ Samenvatting reacties op de internetconsultatie van 19 juli 2019. Ook te vinden onder de hierboven vermelde koppeling.

²⁰ ECLI:NL:CBB:2018:440.

2018 ter consultatie heeft voorgelegd.²¹

In het ontwerp-marktanalysebesluit oordeelt de ACM, op basis van het aanvullende onderzoek, dat digitale verzending onvoldoende druk geeft op de prijzen voor 24-uurs zakelijke partijenpost en daarom geen onderdeel is van deze markt. Op de markt voor 24-uurs zakelijke partijenpost beschikt PostNL over een dominante positie. PostNL heeft als enige bedrijf in Nederland een landelijk 24-uurs postvervoernetwerk. Andere postvervoerders hebben alleen regionale postvervoernetwerken. Om toch landelijke dekking te kunnen aanbieden aan hun klanten, moeten postvervoerders die 24-uurs zakelijke partijenpost bezorgen toegang krijgen tot het postvervoernetwerk van PostNL.

In het ontwerp-marktanalysebesluit stelt de ACM vast welke voorwaarden PostNL mag hanteren voor het bezorgen van 24-uurs zakelijke partijenpost. Het gaat dan onder meer om de tijden waarop de andere postvervoerders hun post moeten aanleveren bij PostNL en om hoe de tarieven die PostNL bij hen in rekening mag brengen worden berekend. De rekenregels voor de tarieven zijn zo vastgesteld dat PostNL haar kosten kan terugverdienen en tegelijkertijd een redelijk rendement kan hebben. Ook houdt de ACM bij het vaststellen van de tarieven rekening met de dalende postvolumes.

De ACM is de reacties van postvervoerders op het ontwerp-marktanalysebesluit aan het verwerken.

6.3 Verordening grensoverschrijdend pakketvervoer

Op 22 mei 2018 is de verordening grensoverschrijdend pakketvervoer in werking getreden. De verordening introduceerde een aantal verplichtingen voor bedrijven die pakketvervoerdiensten aanbieden. Als zij meer dan 50 werknemers hebben of in meerdere EU-landen actief zijn, moeten zij zich bij de ACM registreren. Ook moeten ze jaarlijks gegevens aan de ACM opsturen over onder andere hun volumes, omzetten en hun tarievenlijsten voor enkelstukspostzendingen. Meer informatie hierover is te vinden op de website van de ACM: <https://www.acm.nl/nl/onderwerpen-post/regels-voor-grensoverschrijdend-pakketvervoer>.

²¹ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/ontwerp-marktanalysebesluit-24-uurs-zakelijke-partijenpost>.

Bijlage 1: deelnemende bedrijven

Pakketvervoerbedrijven

2016	2017	2018
PostNL	PostNL	PostNL
DHL Parcel	DHL Parcel	DHL Parcel
UPS	UPS	UPS
DPD (Nederland)	DPD (Nederland)	DPD (Nederland)
GLS Netherlands	GLS Netherlands	GLS Netherlands
TNT Express Nederland	TNT Express Nederland	TNT Express Nederland

Postvervoerbedrijven

2014	2015	2016	2017	2018
PostNL	PostNL	PostNL	PostNL	PostNL
Sandd	Sandd	Sandd	Sandd	Sandd
Intrapost	Intrapost	Intrapost	Intrapost	Intrapost
Van Straaten Post	Van Straaten Post	Van Straaten Post	Van Straaten Post	
Royal Mail / RM NL	Royal Mail / RM NL	Royal Mail / RM NL	Royal Mail / RM NL	Royal Mail/ RM NL
Beson Post	Beson Post	Beson Post	Beson Post	Beson Post
Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant	Businesspost West-Brabant
Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg	Businesspost Zuid-Limburg
Caparis	Caparis	Caparis	Caparis	Caparis
Cycloon Post	Cycloon Post	Cycloon Post	Cycloon Post	Cycloon Post
depostBode	depostBode	depostBode	depostBode	depostBode
Diamant-groep	Diamant-groep	Diamant-groep	Diamant-groep	Diamant-groep
Ergon Businesspost	Ergon Businesspost	Ergon Businesspost	Ergon Businesspost	Ergon Businesspost
FRL Post	FRL Post	FRL Post	FRL Post	FRL Post
Inclusief Gresbo	Inclusief Gresbo	Inclusief Gresbo	Inclusief Gresbo	Inclusief Gresbo
Mail DMB	Mail DMB	Mail DMB	Mail DMB	Mail DMB
PostCo	PostCo	PostCo	PostCo	
Post Service Verspreidingen BV	Post Service Verspreidingen BV	Post Service Verspreidingen BV	Post Service Verspreidingen BV	Post Service Verspreidingen BV
Postvak50	Postvak50	Postvak50	Postvak50	Postvak 50
SkyNet WorldWide Express	SkyNet WorldWide Express	SkyNet WorldWide Express	SkyNet WorldWide Express	SkyNet WorldWide Express
Stadspost Hengelo - Enschede	Stadspost Hengelo - Enschede			
WNK	WNK	WNK		
	Herling Strijdhorst	Herling Strijdhorst	Herling Strijdhorst	Herling Strijdhorst
	Meren Post	Meren Post	Meren Post	Meren Post
	MSG	MSG	MSG	MSG
	SBPost	SBPost	SBPost	SBPost
		Postnned	Postnned	Postnned
		Vixia	Vixia	
		Stipt	Stipt	
			Businesspost Midden-Limburg	Businesspost Midden-Limburg
			Van Gompel Logistics	Van Gompel Logistics
				Stark Business Post
				Probezorgt
				Business Post Kennemerland
				EMCO-groep
				Pantar