



Versie: 1 september 2017

Document 'under construction'. Binnenkort volgt een nieuwe versie.

VVP Marktverkenning 2017

1. Inleiding

Post-, pakket- en gelddiensten vormen een belangrijk onderdeel van het assortiment van vele duizenden winkels in Nederland. Met name in supermarkten, tijdschriften- en boekenwinkels en tabak- en gemakwinkels.

Ondernemers van deze winkels kunnen met verschillende aanbieders te maken krijgen, zoals:

postaal: DHL, DPD, FiseFersa, GLS, PostNL, PostMasters, UPS/Kiala

bancair: Surichange, ING, Western Union.

De VVP is een samenwerking van Vakcentrum (brancheorganisatie voor zelfstandige supermarktondernemers) en NSO (brancheorganisatie voor ondernemers met een tabaks-/gemakswinkel).

De VVP is een onafhankelijke vereniging van en voor alle retailers, die met één of meer van deze aanbieders te maken hebben. De VVP behartigt de collectieve belangen van deze ondernemers. Retailers kunnen ook bij de VVP terecht voor individueel advies. Ondernemers aangesloten bij Vakcentrum en NSO kunnen via hun brancheorganisatie gebruik maken van de informatie en diensten van de VVP. Alle overige retailers kunnen donateur worden van de VVP en op die wijze toegang krijgen tot informatie en advies.

Middels deze notitie brengt de VVP in kaart hoe de markt van postale en bancaire diensten er anno 2017 uitziet. Na een algemeen gedeelte wordt ingegaan op de positie van iedere aanbieder afzonderlijk.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
2. De Markt	2
2.1. De Consument	2
2.2. De Aanbieders	3
2.3. De Retail	4
2.4. De Overheid	6
3. Marktpartijen	8
3.1. De Buren	8
3.2. DHL	9
3.3. DPD/Parcelshop	10
3.4. Fise Fersa	11
3.5. GLS	11
3.6. PostMasters	12
3.7. PostNL	13
3.8. Sandd	15
3.9. UPS Access Point (Kiala)	15
3.10. ING	16
3.11. Surichange	17
3.12. Western Union (G.A.P.)	17

2. De markt

2.1. De consument

Bancair

Als het gaat om bancaire diensten doet de consument steeds meer zelf. Eerst via de PC, later via tablet en tegenwoordig meer en meer via de mobiele telefoon. Dit is een structurele ontwikkeling die grote gevolgen heeft (gehad) voor de aanbieders van bancaire diensten. Steeds minder hoeft de consument naar een (bank)locatie te komen om zijn of haar bankzaken af te handelen. Hij/zij kan dat overal en altijd via tablet of mobiel.

Brievenpost en pakketten

Sinds 2005 is het aantal geadresseerde poststukken gedaald van 5,6 miljard naar 2,9 miljard stuks in 2016. Het aantal verstuurd brieven in 2016 was 8% minder dan in 2015.

De structurele afname van het aantal brieven wordt veroorzaakt door de email en de opkomst van sociale media.

Het aantal pakketbezorgingen neemt daarentegen de laatste jaren flink toe. In 2016 waren dat er 225 miljoen. Een stijging van weer 10% t.o.v. 2015. Een stijging die zich in 2017 en 2018 verder zal doorzetten. Dit als gevolg van veranderend consumentengedrag en (online) retailaanbod. Consumenten kopen meer en meer goederen en diensten kopen via internet.

Hierbij kan de consument kiezen voor drie soorten beleving:

1. End to end delivery: het pakketje wordt bezorgd op een door de consument aangegeven adres (thuis, werk, elders)
2. Pakketpunten in winkels
3. Stand alone pakketpunten (bijv. kluizen op OV-locaties).

In 2016 gingen circa 225 miljoen pakjes van webshops naar de consument. Dit aantal zal de komende jaren sterk blijven groeien. Circa 75 miljoen hiervan pasten in de brievenbus (bijv. CD's of boeken). De overige 150 miljoen werden verspreid via end to end delivery of pakketpunten.

Meer dan 80% van de consumenten geeft de voorkeur aan end to end delivery. Echter, 60% van de consumenten is niet thuis als de pakketbezorger voor de deur staat. Dit leidt tot toenemende ergernis bij bureaus die steeds vaker gevraagd worden pakketjes in ontvangst te nemen.

Voor de consument is een vrije marktwerking van belang. Hij wil in één winkel al zijn pakketjes kunnen afhalen en retour sturen. Ongeacht of deze via DHL, DPD, UPS/Kiala of PostNL gedistribueerd worden.

De algemene trend is dat de consument meer de regie in handen heeft met betrekking tot het aanbod van producten en diensten. Hij bepaalt zelf wat, hoe, waar en wanneer hij zich oriënteert. De positie van de detailhandel verandert daardoor fundamenteel en structureel.

2.2. De Aanbieders

In het kader van deze notitie wordt onder aanbieder verstaan: bedrijven die postale- en/of bancaire diensten aan consumenten aanbieden. En dan met name die bedrijven die dat (geheel of gedeeltelijk) doen via de fysieke detailhandel.

Verderop worden met name beschreven:

postaal: DHL, PDP, GLS, PostNL en UPS/Kiala.
bancair: ING en Western Union.

Natuurlijk zijn er meer aanbieders van postale- en/of bancaire diensten actief in Nederland. Zoals onder meer ABN/AMRO, Rabobank en SNS. Deze vallen echter buiten het bestek van deze notitie omdat zij hun klanten rechtstreeks bedienen (via website, smartphone of eigen kantorennetwerk) en niet via de fysieke detailhandel.

Met betrekking tot de pakkettenmarkt moeten in dit kader ook genoemd worden bedrijven die een intermediaire functie ambiëren tussen webshop/distributeur en retailer/consument. Dat zijn PostMasters en Fise Fersa. Zij bieden webshops en retailers een infrastructuur waarmee in één winkel alle pakketjes via alle distributeurs kunnen worden geserviced.

In deze VVP-Marktverkenning komt ook Sandd aan de orde. Dit postbedrijf verzorgt post in Nederland in de business-to-business markt en heeft geen pakketpunten in winkels. Bekend is dat Sandd de ambitie heeft om de positie van PostNL over te nemen als uitvoerder van de Universele Postdienst (UPD).

Niet verder behandeld, maar wel hier genoemd wordt Collect & Deliver. Dat is een franchise organisatie die individuele pakketvervoerders als franchisenemer verenigt in een full-service postbedrijf. Collect & Deliver is dus een collectief van zelfstandige pakketbezorgers.

Bancair

In zijn algemeenheid kan gezegd worden dat de aanbieders van gelddiensten de afgelopen jaren hun strategie richting consumenten aangepast hebben. Enerzijds inspelend op het toenemend 'thuisgebruik' van de consument - via internet - middels PC, laptop, tablet en (in toenemende mate) via de mobiele telefoon. Anderzijds uit oogpunt van kostenreductie.

De financiële dienstverlening vanuit eigen bankkantoren is afgenomen. De consument wordt geacht zijn eigen weg te vinden en minder een beroep te doen op een medewerker in een eigen bankfiliaal. Alle algemene banken in Nederland zitten in een proces van afname van lokale bankkantoren.

In het vervolg van deze notitie worden alleen behandeld de ING Servicepunten (ISP) in retaillocaties en de money transfer diensten van Surichange en Western Union.

(brieven)post en pakketten

Het aantal stuks verzonden brievenpost neemt al jaren af. Over 2016 (t.o.v. 2015) bedroeg deze daling 8%.

Daarentegen gingen er in 2016 circa 225 miljoen pakjes van een webshop naar een consument. Dit aantal zal de komende jaren verder toenemen.

Zo'n 70% daarvan wordt bezorgd door PostNL. DHL heeft een marktaandeel van iets meer dan 20% en de rest (DPD, GLS, UPS/Kiala) volgt op grote afstand.

Aanbieders zijn continue op zoek naar nieuwe locaties van waaruit ze de consument kunnen bedienen. Naast de bekende locaties in de tabaks-/gemaksdetailhandel, tijdschriften/ boekenwinkel en supermarkten, worden deze locaties meer en meer in andere retailformules gevonden (bouwmarkten) en/of op perifere locaties (bedrijfsterreinen). Ook worden met wisselend succes onbemande, stand alone pakketpunten, ingericht, bijvoorbeeld op OV-locaties.

In onderstaande tabel een overzicht van het aantal pakketpunten dat anno 2017 door de verschillende aanbieders is ingericht. Met daarbij hun groei ambitie voor de komende jaren. Als alle aanbieders hun ambitie volledig waarmaken, zullen er over 2 à 3 jaar circa 10.000 pakketpunten zijn in Nederland.

Aantal pakketpunten in Nederland		
vervoerder	2017	ambitie
PostNL	2.500	3.000
DHL	1.300	2.000
DPD	750	1.000
GLS	600	1.000
UPS/Kiala	800	1.000
PostMasters	16	50
Fise Fersa	0	600
totaal	5.326	9.550

2.3. De Retail

bancair

Het aantal bancaire punten in de retail is de afgelopen jaren fors afgenomen. Algemene banken als Rabo, ING en ABNAMRO hebben een afnemend aantal eigen kantoren. Alleen ING heeft daarnaast een shop in shop formule: het ING Servicepunt (ISP). Wel valt een groei waar te nemen bij 'nieuwe' bancaire aanbieders. Daarbij gaat het met name om een conjuncturele vraag (consumenten die contant een factuur willen voldoen) en – structureel - money transfers naar het buitenland. Zie verder onder: ING, Surichange en Western Union.

(Brieven)post

Medio zomer 2017 heeft PostNL zo'n 2850 post- en pakketpunten ingericht in de retail. Het postbedrijf streeft naar 3.0000 locaties in de retail per eind 2017.

Pakketten

Hiervoor is reeds geschetst dat de consument kan kiezen voor drie soorten belevering:

1. End to end delivery: het pakketje wordt bezorgd op een door de consument aangegeven adres (thuis, werk, elders)
2. Pakketpunten in winkels
3. Stand alone pakketpunten (bijv. kluizen op OV-locaties).

De reële verwachting is dat in 2017/8 en verder het belang van pakketpunten in winkels verder zal toenemen. Vanwege:

- De autonome groei van het totaal aantal pakketten
- Dichtslibben van woonwijken van al die aparte bestelbusjes, toenemende ergernis omdat consument niet thuis is en burens worden belast
- De toenemende kosten van end to end delivery

In 2016 gingen circa 225 miljoen pakjes van een webshop naar een consument. Dit aantal zal de komende jaren verder toenemen. 75 miljoen waren pakketten die door een brievenbus paste. Bijvoorbeeld een boek of DVD/CD. Blijven 150 miljoen grotere pakketten over.

Zo'n 15% van die 150 miljoen pakjes zijn in 2016 via een pakketpunt in een winkel verspreid. Dat zijn ruim 22 miljoen pakjes.

Circa 2/3 deel van deze pakjes komen in het pakketpunt terecht omdat de consument daar bij aankoop voor kiest. Eén derde deel van de pakjes komt in een pakketpunt terecht omdat de consument bij herhaling niet thuis was.

Verdeeld over 5000 pakketpunten zijn dat gemiddeld 3600 pakketten per winkel in 2015. Waarbij PostNL punten, gelet op het marktaandeel van PostNL, ver boven dat gemiddelde zitten.

In deze cijfers zijn de retouren niet meegenomen. Deze gaan vrijwel allemaal via postkantoren en pakketpunten. Ook dat zijn contactmomenten met consumenten.

De VVP maakt zich daarbij sterk voor de retail als last mile van de digitale snelweg. Laat de lokale retailer al die consumenten in zijn verzorgingsgebied kunnen bedienen, ongeacht via welke vervoerder zij een pakketje geleverd krijgen. Zogenoemde white label pakketpunten waar diensten worden verleend namens/voor alle vervoerders.

De VVP pleit hiervoor in haar gesprekken met alle vervoerders. Ook is de VVP hierover in gesprek met het Ministerie van Economische Zaken en de ACM.

Algemeen

Belangrijke vraag is of en hoe de retail zich de komende jaren kan (blijven) onderscheiden met betrekking tot het aanbieden van postale- en bancaire diensten. Zowel richting aanbieders als richting consument kan de retail een blijvende meerwaarde

realiseren waardoor aanbieders en consument voor de fysieke retail blijven kiezen. Hoe kan de komende jaren aan deze noodzakelijke meerwaarde invulling worden gegeven? Dat zijn vragen waar het VVP-bestuur een antwoord op wil formuleren. Zelfstandig en in overleg met de aanbieders.

Gelet op de ervaringen van de afgelopen jaren lijkt een deel van het antwoord te liggen in de service en dienstverlening die de retailer biedt. Grote groepen consumenten kiezen nog steeds voor de 'bricks' in plaats van de 'clicks'. Zij zoeken service en vinden die in de winkel in de buurt. Verwacht mag worden dat bijvoorbeeld ouderen, slechtzienden en bepaalde allochtonen groepen (contant geld cultuur) nog vele jaren van die persoonlijke service gebruik willen blijven maken.

Ook kunnen retailers een ambassadeursfunctie vervullen voor de aanbieders. Dit is vooral van belang bij de introductie van nieuwe diensten en producten en om feedback uit de markt terug te vertalen naar de aanbieder.

Vanuit een vrije marktpositie wil de retailer de consument bedienen. Post- en pakketdiensten is een normale productcategorie in zijn winkel, met meerdere aanbieders. De retailers wil de consument kunnen bedienen met al die aanbieders. Het is anno 2016 niet meer houdbaar dat één aanbieder exclusiviteit bedingt bij een retailer. Net zo min als de uitgever van de Volkskrant kan bedingen, bij een krantenverkoper, dat hij wel de Volkskrant maar niet De Telegraaf mag verkopen.

2.4. De Overheid



Ministerie van Economische Zaken,
Landbouw en Innovatie

De overheid zorgt ervoor dat het versturen en ontvangen van post voor iedereen in Nederland toegankelijk en betaalbaar blijft. Dit heet de universele postdienst (UPD). Dat betekent bijvoorbeeld dat er voldoende postkantoren en brievenbussen moeten zijn. In Nederland verzorgt PostNL deze universele postdienst. De overheid heeft PostNL aangewezen om het basispakket aan postdiensten uit te voeren. Postdiensten die vallen onder de universele postdienst (UPD), moeten voor iedereen beschikbaar en betaalbaar zijn. De eisen aan de universele postdienstverlener staan in de Postwet 2009.

De UPD garandeert dat:

- * er verspreid over het land openbare brievenbussen staan;
- * het postbedrijf de openbare brievenbussen 5 dagen per week leegt;
- * het postbedrijf 5 dagen per week post bezorgt;
- * gemiddeld ten minste 95% van de brieven de volgende dag wordt bezorgd.

De Autoriteit Consument en Markt (ACM) houdt toezicht op de naleving van de Postwet 2009. Dat geldt voor alle postvervoerbedrijven die actief zijn op de postmarkt.

Het kabinet wil de UPD rendabel houden. Omdat er de laatste jaren minder brievenpost te bezorgen is, komt het rendabel houden van de basispostdienstvoorziening onder druk te staan. De Tweede Kamer en de Eerste Kamer hebben daarom in 2015 ingestemd met het wetsvoorstel tot modernisering UPD. Dit moet de continuïteit van een kwalitatief goede, betaalbare en toegankelijke basispostvoorziening waarborgen. Per 1 januari 2016 mag PostNL maatregelen treffen om de rendabiliteit van de UPD beter te waarborgen.

De Tweede en de Eerste Kamer zijn in 2015 akkoord gegaan om:

- * het aantal postvestigingen te verminderen van 2.000 naar 1.000;
- * het aantal brievenbussen te verlagen van circa 19.000 naar circa 8.700.

VVP praat mee over evaluatie UPD

Maart 2016 heeft Minister Kamp (EZ) de VVP uitgenodigd om mee te praten over de evaluatie van de Universele Postdienst (UPD).

De UPD is het beleidsinstrument van de overheid dat er ondermeer voor moet zorgen dat het versturen en ontvangen van post voor iedereen in Nederland toegankelijk en betaalbaar blijft.

PostNL is belast met de uitvoering van de UPD. Die UPD wordt gedurende de tweede helft van 2016 geëvalueerd. Minister Kamp heeft de VVP uitgenodigd als stakeholder betrokken te worden bij het onderzoek dat de Minister gaat doen in het kader van de evaluatie van de UPD. Vanuit de post- en pakketmarkt klinken er geluiden om die evaluatie te laten uitmonden in een openbare aanbesteding van de UPD. Andere partijen dan PostNL zouden dan ook in aanmerking kunnen komen voor de uitvoering van deze dienst. Onderdeel van de UPD-evaluatie is de vraag of PostNL zich houdt aan de regels bij de berekening van de kosten die het bedrijf maakt om de postdienstverlening aan consumenten en kleine bedrijven in ons land op peil te houden. Vrijdag 15 juni 2016 heeft de ACM uitgesproken dat dit het geval is. Concurrent Sandd was van mening dat PostNL te veel kosten toerekent aan de universele postdienst, en dat dit de concurrentiepositie van Sandd schaadt. Maar volgens de ACM zijn die bezwaren ongegrond.

De resultaten van de volledige UPD-evaluatie wordt begin 2017 verwacht.

Tweede Kamer kritisch over handelwijze PostNL

Woensdag 16 maart 2016 sprak de Tweede Kamercommissie voor Economische Zaken met Minister Kamp over het onderwerp 'Post'.

In het overleg kwamen verschillende onderwerpen aan bod. Bijvoorbeeld de vraag hoe het kan dat de postzegelprijs voor particulieren in een paar jaar tijd verdubbeld is terwijl de zakelijke post steeds goedkoper wordt. De particulier betaalt 73 cent voor een postzegel terwijl een zakelijke klant zijn pakje bij PostNL kan versturen vanaf 10 cent. Betaalt de particulier extra om PostNL een gunstige positie te geven op de zakelijke markt?

In dit verband namen meerdere Kamerleden de term Roofprijzen in de mond. De ACM spreekt van roofprijzen als een bedrijf producten aanbiedt onder de kostprijs om daarmee andere aanbieders 'uit de markt te drukken': "Het bedrijf leidt op korte termijn verlies. Op de langere termijn compenseert zij die verliezen door de prijzen te verhogen. Dit gaat ten koste van haar klanten. Het verschil tussen stevige concurrentie en roofprijzen is in het algemeen heel subtiel".

Meerdere Kamerleden gaven aan het gevoel te hebben dat PostNL de kosten in de zakelijke markt wegschrijft naar de UPD (kruissubsidiering). Minister Kamp ontkende dat PostNL zich schuldig zou maken aan kruisbestuiving.

De Minister zegde de Kamer toe de evaluatie van de UPD eind 2016 af te ronden en voor het eind van dit jaar de conclusies aan de Kamer te sturen.

Met betrekking tot het verlenen van bancaire diensten is de **Wet financiële dienstverlening** van belang. In het kader van deze notitie beperken we ons tot de bepaling dat je als aanbieder van een financiële dienst slechts met één distributeur/retailorganisatie afspraken mag maken met betrekking tot dienstverlening aan consumenten.

In tegenstelling tot de post- en pakketdienstverlening heeft de exclusiviteit die aanbieders van financiële diensten hanteren dus een wettelijke grondslag.

Het VVP-bestuur plaatst hier vraagtekens bij. Vanuit de consument geredeneerd moet het mogelijk zijn dat hij/zij in één retaillocatie meerdere, verschillende bancaire zaken wil afhandelen.

Zeker in zogenoemde krimpgebieden, waar het winkelaanbod verschaald, is het van belang dat het lokale voorzieningenniveau op peil blijft. De consument moet terecht kunnen in de laatst overblijvende supermarkt of gemakswinkel voor al zijn post- én bankzaken.

3. Marktpartijen

In dit hoofdstuk wordt een algemeen beeld gegeven van de op de Nederlandse markt actief zijnde aanbieders van post-, pakket- en gelddiensten.

De VVP heeft een informatiebrochure beschikbaar (exclusief voor leden!) met een uitgebreid overzicht van alle post- en pakketdiensten aanbieders in Nederland.

Met daarin alle specificaties waaraan een retaillocatie moet voldoen om het assortiment van een aanbieder te kunnen voeren. Deze brochure is op te vragen via bureau@vvp.nu

3.1. De Buren

De Buren is gevestigd in Hengelo. Vanaf eind 2011 zijn ze begonnen met het uitrollen van onbemande afhaallocaties. De Buren werkt volledig onafhankelijk en richt zich op verschillende toepassingsmogelijkheden. Naast het ophalen en retourneren van online aankopen en het kunnen verzenden van pakketjes, zijn de kluisjes vooral ook lokaal te gebruiken voor bijvoorbeeld click & collect activiteiten, zoals boodschappen, medicijnen en stomerijservices.



De Buren heeft inmiddels meer dan 50 kluisenlocaties ingericht in Nederland. Waarvan een circa 20 in (de nabijheid van) winkels.

De Buren wil de komende jaren stevig doorgroeien en heeft de ambitie om meer dan 1000 locaties in Nederland te realiseren. De focus ligt hierbij op:

- * Retail (winkelcentra, supermarkten, tankstations)
- * Grootschalig vastgoed (kantoren, ziekenhuizen, universiteiten)
- * High-traffic locaties (ov-stations, snelwegen, transferia)

In het voorjaar van 2014 nam Sandd een meerderheidsbelang in het Twentse bedrijf. Sandd presenteerde de acquisitie destijds als een belangrijke strategische stap in de ontwikkeling van traditionele postbezorger (b2b) naar aanbieder van diensten op de last mile.

Augustus 2015 trok Sandd zich - na nog geen anderhalf jaar - terug als aandeelhouder van De Buren. Dat was *'het gevolg van de strategische keuze van Sandd haar postkader uit te breiden naar een completer portfolio'*.

Oktober 2015 introduceerden Bruna en de Buren Afhaalcentrum 'De Buren van Bruna', een nieuw landelijk retailconcept dat het 24/7 mogelijk maakt om bij Bruna winkels pakketten af te halen, af te leveren en te retourneren. De eerste pilots gingen van start bij winkels in Amsterdam, Rotterdam en Venray.



www.deburen.nl

3.2. DHL

DHL maakt deel uit van de post- en logistieke groep: Deutsche Post DHL. DHL is wereldwijd aanwezig in meer dan 220 landen en gebieden. Met een personeelsbestand van meer dan 315.000 medewerkers.



DHL Parcelshop

In Nederland exploiteert DHL de DHL Parcelshop. Daarvan zijn er anno 2016 ruim 1.300 in Nederland. In de DHL Parcelshops kunnen consumenten hun online bestelde pakketten ophalen en retourneren. De komende jaren wil DHL doorgroeien naar 2000 Parcelshops. De DHL Parcelshops zijn gevestigd in locaties als tankstations, supermarkten, drogisterijen, videotheken en gemakswinkels.

www.dhlparcel.nl

DHL opent eigen winkel in Amsterdam

DHL heeft, maart 2016, in de Van Baerlestraat in Amsterdam zijn eerste eigen winkel geopend. De zogenaamde Shipping Spot is een extra service richting klanten.

In de winkel kunnen particulieren, bedrijven en winkeliers terecht voor internationale en nationale pakketzendingen. Ook kunnen er retouren naar aanleiding van online aankopen worden aangeboden en kan de winkel dienen als ophaalpunt voor zendingen.

Naast service dient de winkel ook als marketingtool. Shopmanager Henne de Jong: "We zitten hier in een internationale gemeenschap van toeristen, zakenmensen, expats en Amsterdammers. Dat is de wereld waarin DHL een verbindend element is en waar we aanwezig willen zijn voor onze klanten."



DHL Parcelstation

DHL heeft in november 2014 in Utrecht zijn eerste Parcelstation van Nederland geplaatst. In de loop van 2015 heeft deze logistieke dienstverlener nog circa twintig pakketstations in gebruik genomen.



Een Parcelstation is een muur van pakketlockers waar consumenten en klanten van DHL 24 uur per dag, 7 dagen per week, pakketten kunnen ophalen en versturen.

Klanten van onder meer Wehkamp.nl (grote klant van DHL) die een online order bij een Parcelstation laten bezorgen, ontvangen een sms-code waarmee het kluisje waarin hun bestelling ligt, kan worden geopend.

In Duitsland kan de consument al bij meer dan 2650 Parcelstations terecht. In Nederland worden Parcelstations bij onder meer tankstations en openbaar vervoerstations geplaatst.

www.dhl.nl

3.3. DPD Parcelshop

DPD is een grote internationale express- en pakketdienstverleners in Europa. Vanuit ruim 500 depots in 40 landen, staan meer dan 26.000 medewerkers en 15.000 voertuigen klaar voor 200.000 zakelijke klanten. De grootste aandeelhouder in DPD is de Franse GeoPost groep, een dochteronderneming van La Poste.



In Nederland bestaat DPD uit 9 depots. Circa 1.000 medewerkers op deze depots zorgen voor de levering van pakketten.



In Nederland werkte DPD lange tijd samen met en voor Kiala. Daardoor was DPD niet zelf actief richting de particuliere consument. Na de overname van Kiala door UPS (in 2012) werd DPD zelf actief op de consumentenmarkt. Pas vanaf die tijd is DPD bezig een eigen netwerk van Parcelshops op te bouwen. Dat verklaart waarom DPD Parcelshops vaak in minder voor de hand liggende retaillocaties gevestigd zijn. Anno 2016 geeft DPD met zo'n 750 ParcelShops ook de particuliere consument toegang tot DPD's pakketdiensten. DPD heeft de ambitie dit aantal de komende jaren met enkele honderden uit te breiden.

Amazon kiest voor DPD

Amazon kondigde februari 2016 aan dat het zijn afhaalpuntenprogramma in België, Nederland en Luxemburg met meer dan 1500 nieuwe punten uitbreidt, waardoor Amazon in de Benelux in totaal 2300 afhaalpunten zal tellen. Amazon gaat hiervoor samenwerken met DPD Pickup.

Amazon klanten kunnen hun bestellingen voortaan ook ophalen bij een DPD Parcelshop.



www.dpdparcelshop.nl

3.4. Fise Fersa

Fise Fersa BV is een organisatie die een landelijk netwerk (samenwerkingsverband) wil bieden van Fise Fersa pakketshops (servicepunten). Zowel particulieren en zakelijke klanten kunnen hier pakketten afhalen en versturen. Een universele pakket-service.

Fise Fersa stelt zich ten doel professionele alternatieven te bieden, voor consumenten, winkeliers, vervoerders en webshops.

Fise Fersa biedt retailers de mogelijkheid deel te nemen, in een landelijk netwerk van pakketshops/servicepunten. Fise Fersa heeft een vervoerders onafhankelijk systeem opgezet. Particulieren en bedrijven bepalen zelf waar zij al hun pakketten willen ophalen, op eenzelfde locatie en ongeacht de vervoerder en afzender. 1 locatie 1 service. Tevens kunnen er pakketten verzonden worden met keuze uit meerdere vervoerders.

Fise Fersa is nog in ontwikkeling. De ambitie is in de loop van 2016 de eerste Fise Fersa punten te openen.

www.fisefersa.nl



3.5. GLS

GLS, General Logistics Systems B.V. (gezeteld in Amsterdam) werd eind 1999 opgericht. Het bedrijf is gespecialiseerd in logistiek en expresdiensten voor 220.000 klanten door heel Europa, verspreid over 35 landen, met een netwerk van dochterondernemingen en partnerbedrijven.

Via de Pakketshops van GLS in Nederland, kunnen particulieren en (kleine) ondernemers pakketten versturen. Daarnaast fungeren de Pakketshops als alternatief afleveradres.

Een GLS-Pakketshop wordt volgens een shop-in-shop formule opgenomen in een bestaande winkel, bijvoorbeeld een tijdschriftenwinkel, tabaks- en gemakszaak of een wit- en bruingoedwinkel.

In Nederland zijn de eerste GLS-Pakketshops in januari 2006 geopend. Anno 2016 staat de teller op meer dan 600 Pakketshops in Nederland. GLS wil dit aantal de komende jaren met enkele honderden uitbreiden.



Ondernemers kunnen een Pakketshop zelfstandig exploiteren binnen hun eigen bedrijf. De ondernemer neemt pakketten van verzenders in ontvangst op eigen naam en op eigen rekening.

Bij GLS worden de pakketprijzen voor verzending via Pakketshops berekend op basis van volume, niet op

gewicht. GLS werkt daarbij met vijf maten = vijf prijsklassen. GLS Nederland haalt eenmaal per dag de pakketten af bij de Pakketshop.

www.gls.nl



3.6. PostMasters



Postmasters is een franchiseformule met een one-stop-shop formule. Particulieren en ondernemers kunnen bij een Postmasters winkel terecht voor alle postzaken en documentenverwerking.

Postmaster is een onafhankelijke organisatie en werkt samen met onder meer FedEx, UPS, DPD, Paperlinx, Exact en Xerox

Anno 2016 zijn er in Nederland 13 Postmasters-vestigingen. Veelal gevestigd in/ in combinatie met kantoorboekhandel en/of copy-shop.

Een Postmastersvestiging biedt een totaal concept van post- en pakketverwerking in combinatie met drukwerkservice en de verkoop van stationary en kantoor supplies.



Daarnaast is eind 2014 de eerste Postmasters Express geopend. Dat is een Postmasters-punt dat kan worden ingevoegd in bijvoorbeeld een bestaande tabaks-/gemakswinkel. Bij een Postmasters Express kan de consument terecht voor post- en pakketdiensten.

Er zijn nu 10 PostMaster express punten operationeel.

www.postmasters.nl

3.7. PostNL

PostNL is door de rijksoverheid aangewezen als bedrijf dat is belast met het uitvoeren van de universele postdienst (UPD). Dat houdt onder andere in dat het bedrijf vijf dagen per week (dinsdag t/m zaterdag) post dient te bezorgen en brievenbussen dient te legen en minimaal 95% van de aangeboden post de volgende bezorgdag dient te bezorgen. Verder moet PostNL een minimaal aantal dienstverleningspunten (postkantoren) en brievenbussen in stand houden.



Per 1 januari 2016 is de nieuwe Postwet in werking getreden. Dit geeft PostNL ruimte om een aantal veranderingen/bezuinigingen door te voeren. Zo zal het aantal brievenbussen langs de weg worden teruggebracht van 18.000 naar 10.000.

Het aantal Postkantoren gaat naar verwachting van 2200 naar 1100. Het aantal Pakketpunten zal groeien van 570 naar circa 2500. Totaal zijn er dan circa 3700 PostNL-locaties. Deze operatie moet eind 2018 zijn afgerond.

PostNL Postkantoor

Het laatste zelfstandige (hoofd) postkantoren in Nederland is in 2013 gesloten. Alle (nu nog ruim 2.000) PostNL-postkantoren zijn gevestigd in winkels. Op een PostNL-Postkantoor kan de consument terecht voor een volledig dienstenpakket. Zoals het ophalen en brengen van post en pakketten, het overschrijven van een kentekenbewijs, de aankoop van postzegels en money transfer.

De consument regelt meer en meer zaken zelf via internet en maakt gebruik van e-mail en sociale media. Mede daarom wil PostNL het aantal postkantoren terug brengen naar circa 1.000



PostNL-Business Points

Naast 'Postkantoor' hanteert PostNL ook de formule 'Business Point'. Daarvan zijn er anno 2016 zo'n 225 in Nederland.

Bij een Business Point kunnen zakelijke klanten alle postzaken in één keer afhandelen. Het ophalen van gefrankeerde en ongefrankeerde post, het aannemen en uitreiken van postdiensten, aanschaffen van verschillende producten in grootverpakking en nog veel meer.



Business Points zijn veelal gevestigd in kantoorboekhandels en drukwerk/copywinkels en hebben hetzelfde volledige postassortiment als Postkantoren. Business Points hebben meestal ruimere openingstijden en parkeergelegenheid ten opzichte van de in winkels gevestigde Postkantoren.

PostNL-Pakketpunt

PostNL wil het aantal pakketpunten de komende jaren laten stijgen van een kleine 600 (anno 2016) naar circa 2500 (eind 2018).

De meeste van de retailers waar het

postkantoor gesloten wordt, zullen een aanbod krijgen pakketpunt te worden.

Het Pakketpunt is een zogenaamd *click and collect* punt. Voornamelijk voor het aannemen, uitgeven en retour nemen van pakketjes. Bij Pakketpunten kan de klant ook postzegels, pakketzegels en verpakkingen kopen. De klant kan hier niet terecht voor de overige 'derden diensten' zoals in het Postkantoor.

In de loop van 2016 wil PostNL een publiekcampagne starten om de consument te informeren over de PostNL-pakketpunten.



PostNL stopt met MoneyGram

PostNL en MoneyGram beëindigen hun samenwerking per 1 april 2017.

Na het beëindigen van de samenwerking met ING (in 2013) ging PostNL met MoneyGram in zee om money transfers aan het assortiment van het postkantoor toe te voegen.

Met MoneyGram biedt PostNL in zijn postkantoren de mogelijkheid aan consumenten en zakelijke klanten per direct contant geld over te maken in binnen- of buitenland.

Vanaf 1 januari 2017 kan de consument voor money transfers niet meer terecht in het PostNL-postkantoor.

MoneyGram heeft ook eigen vestigingen in Nederland in diverse tabaks-/gemakswinkels en supermarkten.



www.postnl.nl

3.8. Sandd

Sandd is in 1999 gestart, vlak voor de liberalisering van de postmarkt, door enkele oud medewerkers van de PTT.

Sandd (Sort and Deliver) is actief in de zakelijke (business to business)

postbezorging. Het postbedrijf richt zich op de bezorging van geadresseerd drukwerk

(magazines, direct mail en bankafschriften). Jaarlijks verwerkt Sandd meer dan 750 miljoen poststukken.

Sandd richt zich (nog) niet op de consumentenmarkt en heeft geen vestigingen in retaillocaties. Sandd heeft wel de ambitie de positie van PostNL over te nemen als uitvoerder van de Universele Postdienst (UPD).

In het voorjaar van 2014 nam Sandd een meerderheidsbelang in De Buren. Sandd presenteerde dit destijds als een belangrijke strategische stap in de ontwikkeling van traditionele postbezorger (b2b) naar aanbieder van diensten op de last mile.

Augustus 2015 trok Sandd zich - na nog geen anderhalf jaar - terug als aandeelhouder van De Buren. Dat was *'het gevolg van de strategische keuze van Sandd haar postkader uit te breiden naar een completer portfolio'*.

www.sandd.nl



3.9. UPS Acces Point

UPS (United Parcel Service) is de grootste en oudste koeriersdienst van de wereld. Mondiaal gezien werkt UPS voornamelijk voor de zakelijke markt.

In 2012 heeft UPS Kiala overgenomen. Kiala had tot die tijd in verschillende Noord- Europese landen een netwerk van afhaalpunten

opgebouwd. Met de overname van Kiala claimt UPS een positie in de snel groeiende Europese e-commerce markt voor consumenten.

In Nederland telt UPS ruim 800 Kiala punten. Vanaf 2014 worden deze omgebouwd tot UPS Acces Points. De twee merken blijven naast elkaar bestaan totdat de verandering afgerond is, wat verwacht wordt in 2016.

UPS wil op termijn over 1000 Acces Points beschikken in Nederland.



3.10. ING

ING vormt samen met PostNL Postkantoren BV. Deze BV beheerde de Hoofdpostkantoren in Nederland. Deze zijn inmiddels allemaal gesloten. Postkantoren BV heeft nu nog een functie als aandeelhouder van Bruna BV.



Na het verdwijnen van de hoofdpostkantoren bedient ING haar klanten via haar eigen netwerk van ING kantoren, via **ING Servicepunten** en **ING Geldservice** in winkels. Zomer 2016 beschikte ING over 251 eigen ING Kantoren. Het aantal ING Servicepunten bedroeg 380. Daarnaast wordt in 373 winkels de zogenoemde ING Geldservice aangeboden.

ING Servicepunten

Een ING Servicepunt (ISP) is een zelfstandige geplaatste unit in een winkel. De klant kan hier deels zelfstandig transacties uitvoeren, deels met medewerking van het winkelpersoneel. De klant kan bij een ISP terecht voor onder meer:

- Geld opnemen en storten op eigen rekening
- Rekening openen
- Openen betaalpakket jeugd
- Openen spaarrekening
- Openen zakelijke ING betaalrekening
- Openen ING betaalrekening



ING Geldservice

Retailers die volgens ING niet in aanmerking komen voor een Servicepunt, kunnen wel de mogelijkheid krijgen de dienst **ING Geldservice** aan klanten aan te bieden.

Bij een ING Geldservice locatie kan de klant met zijn of haar ING-pas tot € 250,- per dag, per persoon, pinnen aan de balie.

Nadeel van een ING Geldservicepunt is dat de retailer zelf een hoeveelheid contant geld moet aanhouden om klanten tot € 250,- te kunnen laten pinnen. Dat mede gezien de – volgens meerdere retailers – beperkte vergoeding die ING hiertegenover stelt.

www.ing.nl



3.11 Surichange

Surichange biedt consumenten de mogelijkheid geld te versturen over de hele wereld. Bij de tien vestigingen (in de Randstad) kan de klant ook te recht om vreemde valuta te wisselen.



3.12. Western Union

Western Union (voluit: The Western Union Company) is een Amerikaanse onderneming gespecialiseerd in financiële dienstverlening en communicatie.

De bekendste dienst van Western Union (WU) is een manier om geld over te maken naar mensen over de hele wereld, zonder tussenkomst van een bank of andere financiële tussenpersoon. Over het algemeen werkt het zo dat een persoon in een bepaald land geld overmaakt en een specifiek filiaal en persoon noemt, waarna de betreffende persoon op vertoon van een paspoort of ander identificatiebewijs het geld contant kan afhalen.

In Nederland zijn er totaal zo'n 500 punten waar consumenten terecht kunnen voor WU diensten. Deels zijn dit eigen agentschappen van WU zelf, deels worden deze geëxploiteerd door tussenkomst van een zogenoemde 'master agent'. Dat was tot begin 2016 GWK/Travelex en is nu G.A.P. Vassilopoulos.

Voorjaar 2016 had G.A.P. met zo'n 100 retailers een contract voor een Western Union agentschap.



www.gapgroup.com

www.westernunion.nl