Retail en PostNL: een moeizaam huwelijk

19-08-2016 10:12



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Retailers en het machtige post- en pakketbedrijf PostNL zitten al een tijdje aan elkaar vast, en dat zal ook nog wel even zo blijven. Maar een gouden combinatie is het allerminst. De verlaging van de pakketpuntvergoeding, die winkeliers in ieder geval voorlopig moeten slikken, schiet menigeen in het verkeerde keelgat. De machtige positie van PostNL roept al langer vragen op.

Het is begin februari als PostNL de datum bekendmaakt waarop de maatregel ingaat, waarover tot op de dag van vandaag nog gesteggeld wordt. Het voornemen was twee jaar eerder al naar buiten gebracht: PostNL verlaagt de basisvergoeding voor winkeliers met een pakketpunt met zo'n 25 procent. Brancheverenigingen Vereniging van Postale en Bancaire retailers (VVP) spreekt van dalingen tot veertig procent, maar dat wordt door PostNL ontkend. "Er komen lagere basisvergoedingen en hogere bonussen, waarbij de ondernemer zelf meer invloed heeft op wat hij verdient', laat het postbedrijf weten in De Telegraaf. Als reden voor de maatregel wordt 'de sterk veranderende markt en de wensen van de klant' genoemd, waarbij steeds minder post en steeds meer pakketjes worden verstuurd. Bovendien krijgen winkeliers ook extra klanten in de winkels door de pakketpunten, stelt PostNL.

Dat laatste wordt door de VVP sterk in twijfel getrokken. Het aannemen en uitreiken van pakketjes kost een

winkelier gemiddeld meer dan het opbrengt, liet de brancheorganisatie uitzoeken door onderzoeksbureau Panteia. Na de verlaging van de postpuntvergoeding, die sinds 1 juli van kracht is, is de marge voor winkeliers naar eigen zeggen negatief. Het in stand houden van een klein pakketpunt, met maximaal tweehonderd pakketjes per week, kost een winkelier gemiddeld 51 euro. De opbrengst blijft beperkt tot 21 euro. Bij pakketpunten met meer dan vierhonderd pakketten per week, liggen die bedragen op respectievelijk 240 en 212 euro.

Exclusiviteit
Een extra nadeel voor winkeliers is dat PostNL zijn winkeliers niet toestaat ook pakjes af te handelen van concurrenten als DHL en UPS. Dit exclusiviteitsbeding van de marktleider was twee jaar geleden al eens onderwerp van discussie. Een winkelier die een contract heeft met PostNL zit aan twee kanten in de klem, zei VVP-voorzitter Gerard van Wezenbeek daar destijds over. “Enerzijds moet hij veel ruimte in zijn winkel ter beschikking stellen en voldoende personeel. Anderzijds betaalt PostNL daarvoor een vergoeding die in de loop der jaren niet is meegegroeid met de kosten die de winkelier hiervoor moet maken.”

Mede door het groeiend aantal online bestellingen is de pakjesmarkt voortdurend in beweging, aldus de VVP. “Naast PostNL zijn op die markt andere bedrijven actief. De klant weet dat niet. Die wil gewoon zijn pakje komen halen of brengen in de buurtwinkel, ongeacht via welk bedrijf dat wordt vervoerd”, zegt Van Wezenbeek. Voor de consument is een vrije marktwerking van belang, stelt de voorzitter. “Hij wil in één winkel al zijn pakketjes kunnen halen en brengen. Ongeacht of deze via PostNL of een ander gedistribueerd worden.” De dertienhonderd Nederlandse winkeliers met een pakketshop bij DHL krijgen iets meer betaald dan hun PostNL-collega's met een postkantoor, UPS iets minder, schrijft De Volkskrant.

Albert Heijn koos al eerder eieren voor zijn geld. In 156 van zijn 246 winkels met een pakketpunt gaat die service verdwijnen. 'Een combinatie van factoren, waarvan kosten er één is', verklaart een woordvoerder van het supermarktconcern aan Distrifood. Ook de lange rijen aan de balie, waardoor de gewone supermarktklanten lang moeten wachten, zijn de marktleider een doorn in het oog.

Rechter
De VVP kiest uiteindelijk voor een gang naar de rechter. Winkeliers krijgen te maken met omzetdalingen tot negenduizend euro per jaar en zelfs voor faillissementen vreest de branchevereniging. Veel retailers zouden al overwegen hun pakketpunt te sluiten. Want hoewel PostNL stelt dat zij profiteren van de extra klanten, is dat volgens secretaris Gert Koudijs van de VVP te verwaarlozen. “Het gaat om een percentage van nul komma nog wat”, zegt hij tegen de NOS.

De rechter kan in een kort geding geen inhoudelijke uitspraak doen, daarvoor is het spoedeisende belang te klein en de vraag wie er gelijk heeft te complex. Een bodemprocedure moet op een later moment uitkomst bieden. Bovendien voert de rechter aan dat 99 procent van de retailers zonder meer met de verlaging van de vergoeding heeft ingestemd, slechts zeven retailers bezwaar hebben gemaakt en dertien contracten met PostNL zijn opgezegd. Het is overigens maar de vraag hoe wakker het postconcern ligt van winkeliers die de samenwerking stopzetten. PostNL verlegt zijn focus steeds meer naar een nieuwe stijl pakketpunten, waarbij de nadruk meer op dienstverlening en minder op verkoop ligt. Daarvan moeten er dit jaar maar liefst vierhonderd geopend worden. PostNL wil langzaam zijn shop-in-shop postkantoren, waar consumenten ‘van alles kunnen regelen, van postzegels kopen tot kenteken overschrijven’, afbouwen. Dat er scheurtjes ontstaan in het huwelijk tussen retailers en PostNL, komt dus niet van één kant.