

M.A.S.

Market Analysis & Synthesis

Brusselsesteenweg 46a

3000 Leuven

Tel. 016/22 69 67

Fax 016/20 50 52

www.masresearch.be

info@masresearch.be



Belgische Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie

**Uitvoering van een statistische enquête en analyse
betreffende de voorkeuren, de behoeften en de
betalingsbereidheid van de binnenlandse
particuliere en professionele gebruikers van
verrichtingen die onder de universele postdienst
vallen**

Eindrapport

November 2015

Colofon

Opdrachtgever	BIPT – Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie
Projectcoördinator	Anita Claes, sr.manager M.A.S.
Projectuitvoering	Charles Laporte, adviseur M.A.S. Nele Van Der Donckt, adviseur M.A.S. Anita Claes, sr.manager M.A.S. Dirk Buyens, adviseur M.A.S.
Datum	November 2015
Status document	Eindrapport

Inhoud

1.	INLEIDING	9
1.1	Opbouw van het onderzoeksrapport.....	9
1.2	Context van de opdracht	9
1.3	Doelstelling en scope van de studie	10
2.	METHODOLOGIE – TECHNISCHE RAPPORTERING.....	11
2.1	Bevragingsmethodiek.....	11
2.2	Vragenlijst	11
2.3	Steekproef	12
2.3.1	Particuliere gebruikers	12
2.3.2	Zakelijke gebruikers	12
2.4	Responsgegevens.....	13
2.4.1	Particulieren	13
2.4.2	Zakelijke gebruikers	13
3.	RESULTATEN BEVRAGING PARTICULIEREN.....	14
3.1	Profiel respondenten	14
3.2	Gebruik van de diensten	15
3.2.1	Ontvangen van post in brievenbus in gemiddelde week	15
3.2.2	Versturen van post in gemiddelde week.....	15
3.2.3	Ontvangen van pakjes thuis.....	16
3.2.4	Versturen (of terugzenden) van pakjes.....	17
3.2.5	Gebruik van bpost en andere ondernemingen voor verzenden van brieven en pakjes	17
3.2.6	Toegang tot internet.....	18
3.2.7	Internetaankopen geleverd met de post	18
3.3	Toegankelijkheid van de postdiensten	19
3.3.1	Gebruik rode postbussen	19
3.3.2	Locatie meest gebruikte postbus	19
3.3.3	Maximaal gewenste afstand tot lichtingspunt	20
3.3.4	Tevredenheid met locatie lichtingspunten	20
3.3.5	Houding ten aanzien van centraal, beveiligd afhaalpunt	21
3.4	Gedragsverandering	22
3.4.1	Evolutie versturen van briefzendingen in komende 3 jaar	22
3.4.2	Evolutie versturen van postpakketten in komende 3 jaar	22
3.4.3	Attitude ten opzichte van de stelling 'Ik zal altijd zaken met post moeten versturen'	23
3.4.4	Attitude ten opzichte van de stelling 'Bestellen van meer artikelen in komende 3 jaar die met post zullen verstuurd worden'	24

3.4.5	Attitude ten opzichte van de stelling 'Ik zou me afgesloten voelen als ik geen post meer kan versturen of ontvangen'	24
3.5	Verbeteringen	26
3.5.1	Voorkeur t.a.v. mogelijke veranderingen bij postdiensten	26
3.5.2	Verandering bij de postdiensten met de grootste voorkeur	26
3.5.3	Verandering bij de postdiensten met de grootste negatieve impact.....	27
3.6	Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid.....	28
3.6.1	Betalingsbereidheid van de particulieren voor het versturen en ontvangen van brieven ...	28
3.6.2	Betalingsbereidheid van de particulieren voor het versturen en ontvangen van pakjes	29
3.6.3	Betalingsbereidheid van de particulieren betreffende de postale dienstpunten	30
3.6.4	Conclusie betalingsbereidheid van particulieren	32
4.	RESULTATEN BEVRAGING PRIVATE EN PUBLIEKE ZAKELIJKE GEBRUIKERS	34
4.1	Profiel respondenten	34
4.1.1	Private ondernemingen (N=1.674).....	34
4.1.2	Overheid (N=517)	34
4.2	Belang van ontvangen en versturen van poststukken voor bedrijf.....	35
4.2.1	Private ondernemingen	35
4.2.2	Overheid.....	36
4.3	Gebruik van de postdiensten	38
4.3.1	Private ondernemingen	38
4.3.2	Overheid.....	39
4.4	Toegankelijkheid van de postdiensten	41
4.4.1	Private ondernemingen	41
4.4.2	Overheid.....	42
4.5	Gedragsverandering	45
4.5.1	Private ondernemingen	45
4.5.2	Overheid.....	45
4.6	Verbeteringen	47
4.6.1	Private ondernemingen	47
4.6.2	Overheid.....	48
4.7	Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid.....	50
4.7.1	Private ondernemingen	50
4.7.2	Overheid.....	58

Tabellen

Tabel 1 : Respons totaal – particulieren	13
Tabel 2 : Respons totaal – zakelijke gebruikers	13
Tabel 3 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van brieven – particulieren	29
Tabel 4 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes – particulieren	30
Tabel 5 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – particulieren	31
Tabel 6 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van mate van betalingsbereidheid hiervoor - particuliere gebruikers	32
Tabel 7: Frequentie verstuurd poststukken (privaat) – totaal	38
Tabel 8: Frequentie verstuurd poststukken (publiek) – totaal	39
Tabel 9 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van administratieve post – private ondernemingen (in %)	51
Tabel 10 : Betalingsbereidheid voor het versturen, ontvangen van Direct Mail– private ondernemingen (in %)	52
Tabel 11 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes– private ondernemingen (in %)	53
Tabel 12 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – private ondernemingen(in %)	54
Tabel 13 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van de mate van hun betalingsbereidheid - private professionele gebruikers	56
Tabel 14 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van administratieve post – publieke instellingen (in %)	58
Tabel 15 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van Direct Mail– publieke instellingen (in %)	59
Tabel 16 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes – publieke instellingen(in %)	61
Tabel 17 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – publieke instellingen(in %)	62
Tabel 18 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van de mate van hun betalingsbereidheid - publieke zakelijke gebruikers	64

Figuren

Figuur 1 : Ontvangen van post in brievenbus in gemiddelde week – naar leeftijd	15
Figuur 2 : Versturen van post in gemiddelde week – naar leeftijd	16
Figuur 3 : Ontvangen van pakjes thuis – naar leeftijd	16
Figuur 4 : Versturen (of terugzenden) van pakjes – naar leeftijd	17
Figuur 5 : Uitsluitend gebruik van bpost voor verzenden van brieven en pakjes – naar leeftijd	17
Figuur 6 : Internetaankopen geleverd met de post – naar leeftijd	18
Figuur 7 : Gebruik rode postbussen – naar leeftijd	19
Figuur 8 : Maximaal gewenste afstand tot lichtingspunt – naar leeftijd	20
Figuur 9 : Tevredenheid met locatie lichtingspunten in de buurt – naar regio	20
Figuur 10: Houding ten aanzien van beveiligd, centraal afhaalpunt – naar leeftijd	21
Figuur 11: Verwachte aantal briefzendingen in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag – naar leeftijd	22
Figuur 12: Verwachte aantal postpakketten in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag – naar leeftijd	23
Figuur 13: Ik zal altijd bepaalde zaken met de post moeten versturen – naar leeftijd	23
Figuur 14: Bestellen van meer artikelen in de komende 3 jaar, die met de post zullen verstuurd worden – naar leeftijd	24
Figuur 15: Ik zou me afgesloten voelen van de samenleving als ik geen post meer kan versturen of ontvangen – naar leeftijd	25
Figuur 16: Belang van administratieve post, geadresseerde reclamezendingen, pakjes(privaat)	35
Figuur 17: Belang van administratieve post, geadresseerde reclamezendingen, pakjes(publiek)	36
Figuur 18 : Verzendingswijze van postzendingen (privaat) – naar aantal werknemers	41
Figuur 19: Verzendingswijze van postzendingen (publiek) - naar aantal werknemers	43

Executive summary betalingsbereidheid postdiensten universele dienst

Deze studie peilt naar de voorkeuren, de behoeften en de betalingsbereidheid van de gebruikers van postale producten en diensten die vallen onder de universele postdienst. Hiervoor is gekozen voor een online-enquête waarbij de respondenten telefonisch geassisteerd worden. Na een algemene bevraging omtrent postdiensten, zijn de respondenten bevraagd via de conjoint analyse-methode waarbij ze kiezen tussen verschillende scenario's. Het voordeel van deze methodologie is dat het toelaat de betalingsbereidheid, en hiermee ook de behoeften, te bepalen.

Over het algemeen blijkt dat voor zowel particuliere als professionele gebruikers lage tarieven prioritair zijn.

Particuliere gebruikers

De resultaten wijzen uit dat de helft van de particuliere gebruikers maximaal 500 meter wil afleggen om hun post te deponeren. Overigens blijkt dat het idee van postbezorging in een centraal beveiligd afhaalpunt erg negatief wordt onthaald. Tevens hebben particuliere gebruikers een grote behoefte om een postale dienstpunt dicht bij zijn/haar woonplaats te hebben.

Verder wordt de afschaffing van postkantoren en/of postpunten in de nabijheid van de woonplaats beschouwd als de verandering dat het grootste negatieve impact zou betekenen voor de particulieren. Hiertegenover staat dat 10% van de particulieren aangeeft hier geen impact van te ondervinden, terwijl 70% van de particuliere klanten aangeeft dat ze een manier zouden vinden om met deze verandering om te gaan.

De particuliere klant staat niet negatief tegenover een langere verzendingstermijn (D+2) maar hecht belang aan een day-certain¹ levering. Ook hebben particulieren een sterke behoefte om post thuis te ontvangen: brievenpost gedurende 5 dagen per week en pakjes gedurende 4 à 5 dagen per week.

Professionele gebruikers

Hoewel de private ondernemingen de behoefte hebben aan een bezorgingsfrequentie van 5 dagen per week voor de administratieve brievenpost, staan de overheidsinstanties niet negatief tegenover een bezorging van 4 dagen per week. Voor publicitaire post echter, is een daling van de bezorgingsfrequentie acceptabel voor beide professionele gebruikers.

¹ Day-certain / dag-zekere levering betekent dat men met een hoge zekerheid (90%, 95%, 99%) weet op welke dag de verstuurde post gaat toekomen bij de bestemming.

Voor administratieve en publicitaire post staan professionele gebruikers niet negatief tegenover een bezorgingstermijn van D+2. Overigens wensen de professionele gebruikers dat de ontvanger zijn post thuis of op de hoofdzetel van de onderneming ontvangt. Net zoals bij de particuliere gebruikers hechten ook de professionele gebruikers belang aan een day-certain levering.

Verder wijst de studie uit dat de professionele gebruikers een sterke behoefte vertonen om hun administratieve en publicitaire post ofwel tegen de huidige tarieven in een postkantoor of een postpunt te deponeren, ofwel deze in een MassPost- of een nationaal sorteercentrum te deponeren met inbegrip van operationele kortingen.

Voor pakjes hebben zowel private ondernemingen als overheidsinstellingen een grote behoefte om de pakjes geleverd te krijgen binnen een leveringstermijn van D+1. Verzonden pakjes dienen 5 dagen per week opgehaald te worden en op het thuisadres van de bestemming bezorgd te worden. De door de professionele gebruikers ontvangen pakjes dienen aan te komen op de hoofdzetel van de onderneming.

Tenslotte hechten de professionele gebruikers belang aan het feit dat er een postale dienstpunt beschikbaar is binnen een afstand van 3 km.

1. INLEIDING

1.1 Opbouw van het onderzoeksrapport

In dit inleidend hoofdstuk wordt het onderzoek gesitueerd in zijn context, en de doelstellingen en scope van het onderzoek aangegeven.

In het tweede hoofdstuk wordt de gehanteerde methodologie van het onderzoek (cfr. technisch rapport) uiteengezet.

In het derde en vierde hoofdstuk worden de **resultaten van het onderzoek bij respectievelijk de particulieren en de ondernemingen (incl. overheid)** gerapporteerd met hierbij hun voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid.

1.2 Context van de opdracht

Tot 31 december 2018 is het bedrijf bpost belast met de universele postdienst over het gehele Rijksgebied. Artikel 142 van de wet van 21 maart 1991 omschrijft deze universele postdienst als volgt:

"§ 1. De universele postdienst omvat de volgende verrichtingen:

- *het ophalen, het sorteren, het vervoer en de distributie van postzendingen tot 2 kg;*
- *het ophalen, het sorteren, het vervoer en de distributie van postpakketten tot 10 kg;*
- *de distributie van de postpakketten ontvangen vanuit andere Lidstaten tot 20 kg;*
- *de diensten in verband met aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde.*

De universele postdienst omvat zowel de nationale als de grensoverschrijdende diensten.

§ 2. De levering van de universele dienst brengt de volgende verplichtingen met zich:

1° in elke gemeente van het Rijk, met inbegrip van de gefusioneerde gemeenten die op 31 december 1971 een afzonderlijke bestuurlijke eenheid vormden, dient zich ten minste één toegangspunt te bevinden voor het deponeren van postzendingen bedoeld in § 1;

2° per gemeente bedoeld in punt 1° dient er minimaal vijf dagen per week, behalve op zondag en de wettelijke feestdagen, ten minste één lichting, één verzending en één bestelling van die postzendingen te geschieden;

3° bij de bestelling van de postzendingen moeten alle woningen van het Rijk worden betrokken voor zover zij voorzien zijn van een brievenbus binnen handbereik geplaatst aan de grens van de openbare weg en beantwoordend aan de reglementering uitgevaardigd door de Minister, op voorstel van het Instituut.

Deze verplichting wordt uitgebreid tot de pakketten bedoeld in § 1, tweede streepje. Zo het aangeboden pakket niet in ontvangst is kunnen genomen worden door de bestemming, wordt het bewaard op een plaats in de gemeente van de geadresseerde, waarbij die laatste daarvan op de hoogte wordt gebracht door een bericht dat in zijn bus wordt gestoken. Die plaats moet ten minste vijf dagen per week, behalve op zondag en op de wettelijke feestdagen toegankelijk zijn.

§ 3. De levering van de universele dienst beantwoordt aan de volgende eisen:

- *de essentiële eisen worden nageleefd;*
- *aan de gebruikers die zich in vergelijkbare omstandigheden bevinden, wordt een identieke dienstverlening geboden;*
- *er wordt niet gediscrimineerd, met name op grond van politieke, religieuze of levensbeschouwelijke overtuiging;*
- *de dienst wordt, behoudens wegens overmacht, niet onderbroken of beëindigd;*
- *de dienst evolueert overeenkomstig de technische, economische en sociale ontwikkeling en de behoeften van de gebruikers. "*

In het kader van de aanwijzing van een nieuwe aanbieder van de universele postdienst en van de mogelijke aanpassing van de inhoud van de universele postdienst wenst het BIPT de voorkeuren, de behoeften en de betalingsbereidheid van de gebruikers van deze universele postdienst te kennen. Deze opdracht past in het kader van artikel 133, 1°, van de wet van 21 maart 1991.

1.3 Doelstelling en scope van de studie

De huidige studie dient te focussen op de behoeften en de betalingsbereidheid van de gebruikers van de universele postdienst (in de voorbije enquêtes ging het om het gedrag en de wensen van de gebruikers van de respectievelijke dienst).

In het bijzonder wenst het BIPT de voorkeuren, de behoeften en de betalingsbereidheid (willingness-to-pay of willingness-to-accept) van de gebruikers van de universele postdienst te kennen:

- de verzendingstermijn;
- de betrouwbaarheid van de verzendingstermijnen;
- de plaats van afgifte;
- het aantal distributies per week;
- het aantal lichteningen per week (gelinkt aan de verzendingstermijn);
- het moment en het laatste gegarandeerde tijdstip van distributie;
- de concepten van distributie 's avonds en op zaterdag (en zondag) (in kader van pakjesleveringen);
- de toegang tot de postkantoren;
- de toegang tot de brievenbussen;
- de openingsuren;
- de uniforme prijs;
- de reikwijdte van het aantal diensten per Postpunt (welke producten / welke diensten?).

Deze studie richt zich tot de gebruikers van de universele postdienst, zijnde zowel de particuliere gebruikers (burgers) als de zakelijke gebruikers (grote ondernemingen, kmo's, zelfstandigen; overheidsdiensten). Het gaat hier verder ook om zowel afzenders als geadresseerden.

Er moet voor elk van voornoemde te onderzoeken punten een onderscheid gemaakt worden naar:

- betreffende de ondernemingen:
 - administratieve post²;
 - geadresseerde reclamezendingen³;
 - postpakketten;
 - postale dienstpunten (postkantoor, postpunt, posthalte);
- betreffende de particulieren:
 - briefzendingen;
 - pakjes / colli's;
 - postale dienstpunten.

²Met administratieve post wordt bedoeld administratieve correspondentie naar/van klanten, leveranciers, werknemers, openbare diensten zoals offertes, facturen, vorderingen, contracten, enz.

³Met geadresseerde reclamezendingen wordt bedoeld brochures, catalogi, promoties, enz.

2. METHODOLOGIE – TECHNISCHE RAPPORTERING

De door M.A.S. gehanteerde methodologie naar opzet en analyse van de studie vindt zijn basis in de studie gerealiseerd door het RAND-instituut⁴.

2.1 Bevragingsmethodiek

De bevraging van de diverse doelgroepen diende te gebeuren door middel van telefonische interviews (CATI), gecombineerd met een visuele vragenlijst (op scherm, per brief of per e-mail).

Deze methodiek houdt in dat de bevraging moet gerealiseerd worden middels CATI-telefonische interviews waarbij de respondent dient te kunnen beschikken over een scherm (pc, laptop, tablet, smartphone, enz.) en moet kunnen inloggen op de webserver van het onderzoeksbureau. Het is belangrijk dat de respondent de scenariovragen visueel kan bekijken en meevolgen, in dit geval op het scherm. De respondent wordt door de enquêteur door de scenariovragen “geleid”.

Indien om een bepaalde reden de respondent het interview telefonisch niet kan of niet wil beantwoorden (geen internet, geen mogelijkheid om ‘online’ te gaan, geen pc, geen tijd op moment van contactname, slecht tijdstip, enz.), maar toch wil meewerken aan het onderzoek, dan kan hij/zij alsnog de vragenlijst hetzij schriftelijk (per brief), hetzij online (per e-mail) invullen.

2.2 Vragenlijst

Op basis van de beschrijving van de opdracht, de verdere briefing volgend op de gunning van de opdracht en onze ervaring, werd een vragenlijst uitgewerkt in zowel het Nederlands als het Frans en dit voor enerzijds de particulieren en anderzijds de ondernemingen.

Deze vragenlijsten werden aan het BIPT voorgelegd en, na bespreking, door M.A.S. herwerkt waar dit noodzakelijk was.

De pretest van de vragenlijsten werd face-to-face afgenomen (door stafleden van M.A.S.) bij 10 proefrespondenten met 5 particulieren en 5 ondernemingen.

Na validatie van de finale versies (NL + FR), werden de vragenlijsten geprogrammeerd met het softwareprogramma Limesurvey.

De vragenlijst “particuliere” klanten van de Belgische postdiensten” is opgebouwd rond 6 delen, zijnde :

1. Profiel particuliere klant;
2. Gebruik van de postdiensten;
3. Toegankelijkheid van de postdiensten;
4. Gedragsverandering;
5. Verbeteringen van de postdiensten;
6. Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid : analyse van de keuzes – scenario’s.

De vragenlijst “zakelijke gebruikers” van de Belgische postdiensten” is opgebouwd rond 7 delen, zijnde :

1. Profiel zakelijke gebruiker;
2. Belang van ontvangen en versturen van poststukken;
3. Gebruik van de postdiensten;
4. Toegankelijkheid van de postdiensten;
5. Gedragsverandering;
6. Verbeteringen van de postdiensten;
7. Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid : analyse van de keuzes – scenario’s.

⁴Rohr, Charlene, Urs Trinkner, Alison Lawrence, Priscillia Hunt, Chong Woo Kim, Dimitris Potoglou et Rob Sheldon. *Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services: Final Report*. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2011. http://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR1140.

2.3 Steekproef

2.3.1 PARTICULIERE GEBRUIKERS

De populatie van het particulierenonderzoek bestaat uit alle personen woonachtig in België vanaf 18 jaar.

Het aantal te realiseren valide enquêtes voor de particulieren is in overleg met het BIPT vastgelegd op N=3.350.

Betreffende de steekproefsamenstelling wordt er geopteerd voor een proportioneel gestratificeerde steekproef met een gekend steekproefkader in functie van Nielsen-zone, leeftijd en geslacht waardoor de gerapporteerde basis een afspiegeling vormt van de onderliggende populaties⁵; de bevroegde personen zijn evenredig vertegenwoordigd naargelang hun respectievelijk aantal, bv. per Nielsen-zone, naar geslacht en leeftijd.

Na afname van de enquêtering werd – om de validiteit van de finale steekproef na te gaan – de gerealiseerde steekproef vergeleken op meerdere karakteristieken met de populatie. Het onevenwicht tussen de steekproefgegevens en de populatiegegevens werd gecorrigeerd door de steekproefresultaten te wegen met een wegingsfactor die met de werkelijke proportie van de subgroepen rekening houdt zodoende dat de nettoresultaten representatief zijn voor de Belgische bevolking in zijn geheel alsook op niveau van de subgroepen.

In totaal werden **3.627 particuliere enquêtes** gerealiseerd waarbij de maximale foutenmarge gelijk is aan 1,47% (bij een betrouwbaarheidsinterval van 95%). Deze gerealiseerde steekproef heeft toegelaten om significante en statistisch betrouwbare resultaten te bekomen, zowel voor het geheel van de populatie alsook voor de diverse onderdelen (leeftijd, geslacht, regio).

2.3.2 ZAKELIJKE GEBRUIKERS

De populatie van het onderzoek bij de zakelijk of professionele gebruikers bestaat uit alle zelfstandigen, kmo's, grote ondernemingen en overheidsdiensten gelokaliseerd in België.

Het aantal te realiseren geldige enquêtes voor de private ondernemingen en de publieke instellingen is in overleg met het BIPT vastgelegd op **N=2.150** (respectievelijk N=1.750 en N=400).

Betreffende de steekproefsamenstelling wordt hier geopteerd voor een quotasteekproef met een gekend steekproefkader in functie van zakelijke categorie (zelfstandigen, kmo's, grote ondernemingen, overheidsdiensten), aantal werknemers, categorie van bedrijfstak en geografische zones (Nielsen-zones).⁶

Conform de werkwijze bij de particulieren, werd na afname van de enquêtering de gerealiseerde steekproef vergeleken met de populatie en werden de steekproefresultaten gewogen (op de parameters regio, sector van tewerkstelling en aantal werknemers) .

In totaal werden **2.190 enquêtes zakelijke gebruikers** behaald, zijnde 1.673 private en 517 publieke, met een maximale afwijking van respectievelijk 1,98%, 2,29% en 4,25%.

De respondent was de persoon die binnen het bedrijf of overheidsdienst verantwoordelijk is voor de postzendingen en/of logistiek.

⁵Basis populatiegegevens : FOD Economie, Algemene Directie Statistiek-Statistics Belgium

⁶Op basis van beschikbare cijfers zoals die van o.m. de RSZ, RSVZ, en Algemene Directie Statistiek-Statistics Belgium.

2.4 Responsgegevens

2.4.1 PARTICULIEREN

In totaal werden 39.424 contactnames gedaan. Dit resulteerde in het volgende:

Tabel 1 : Respons totaal – particulieren

Resultaat contactpogingen	N	%
Ok, enquête voltooid	3.627	9,2%
Gedeeltelijke voltooid	4.810	12,2%
Geen medewerking	10.329	26,2%
Geen antwoord	13.365	33,9%
Fout telefoonnummer (geen particulier)	2.247	5,7%
Onbestaand telefoonnummer / fax	1.340	3,4%
Onvoldoende Nederlands/Frans	907	2,3%
Onderleeftijdsgrens (18 jaar) niet aanwezig	591	1,5%
Quota reeds bereikt (leeftijd, geslacht, regio)	2.050	5,2%
Werkzaam bij BIPT, bpost, TBC Post, DHL, UPS, Kiala en andere postale operatoren/koeriersdiensten	158	0,4%
Totaal contactpogingen	39.424	100%

2.4.2 ZAKELIJKE GEBRUIKERS

In totaal werden 32.268 contactnames gedaan. Dit resulteerde in het volgende:

Tabel 2 : Respons totaal – zakelijke gebruikers

Resultaat contactpogingen	N	%
Ok, enquête voltooid	2.190	6,8%
Gedeeltelijke voltooid	7.214	22,4%
Geen medewerking	10.853	33,6%
Geen antwoord	5.249	16,3%
Verantwoordelijke post/logistiek niet aanwezig (verlof)	4.541	14,1%
Fout telefoonnummer (geen bedrijf)	1.384	4,3%
Onbestaand telefoonnummer / fax	837	2,6%
Totaal contactpogingen	32.268	100,0%

3. RESULTATEN BEVRAGING PARTICULIEREN

3.1 Profiel respondentent

De verdeling van de gerealiseerde steekproef (N=3.627) naar de socio-demografische kenmerken van de respondenten (geslacht, leeftijd, regio) is een weerspiegeling van de verdeling van populatie gelet op de proportionele steekproef en weging.

Derhalve bestaat de steekproef uit 51,4% vrouwen en 48,6% mannen.

Naar leeftijd kan worden vastgesteld dat het aandeel 18-35-jarigen in de steekproef 26,9% bedraagt. 25,9% van de particulieren bevindt zich in de leeftijdscategorie 36-50 jaar en 24,8% is tussen 51 en 64 jaar oud. Tenslotte is 22,4% van de respondenten 65 jaar of ouder.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten bedraagt 49 jaar. Alle respondenten zijn tussen 18 en 95 jaar oud.

58% van de respondenten is woonachtig in het Vlaams Gewest (met 34% woonachtig in de provincies Limburg, Antwerpen en Vlaams-Brabant (regio II Nielsen) en 24% in de provincies Oost- en West-Vlaanderen (regio I Nielsen)).

32% van de ondervraagde particulieren woont in het Waals Gewest (met 16,5% in de provincies Luik, Namen en Luxemburg (regio V Nielsen) en 15% in de provincies Henegouwen en Waals-Brabant (regio VI Nielsen)).

10% van de respondenten is woonachtig in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (regio III Nielsen).

Uit de verdeling naar beroepsactiviteit blijkt dat 1 op 3 van de respondenten (brug)gepensioneerd⁷ is, 22% is werkzaam als bediende en 9% als arbeider. 6% is werkzoekend, 3% is zonder beroep en 8% is student.

2% van de respondenten heeft geen diploma. Meer dan 4 op 10 respondenten heeft een diploma hoger onderwijs (30% niet-universitair en 13% universitair) en nog eens 36% van de ondervraagden heeft een diploma hoger middelbaar onderwijs. 15% heeft als hoogst behaald diploma dit van het lager middelbaar onderwijs en 5% heeft een diploma lagere school.

Voor 54% van de respondenten bestaat het gezin uit 2 à 3 personen (zichzelf inbegrepen) en een kwart van de respondenten is alleenstaande. 18% van de ondervraagden maakt deel uit van een gezin van 4 à 5 personen (zichzelf inbegrepen) en voor 3% bestaat zijn/haar gezin uit meer dan 5 personen.

⁷In 2010 bedroeg het aandeel gepensioneerden in de totale populatie in België 19%. Bij de steekproefsamenstelling zijn er geen quota naar beroepsactiviteit (en andere socio-economische parameters) gesteld en derhalve dan ook niet op deze parameters gestuurd.

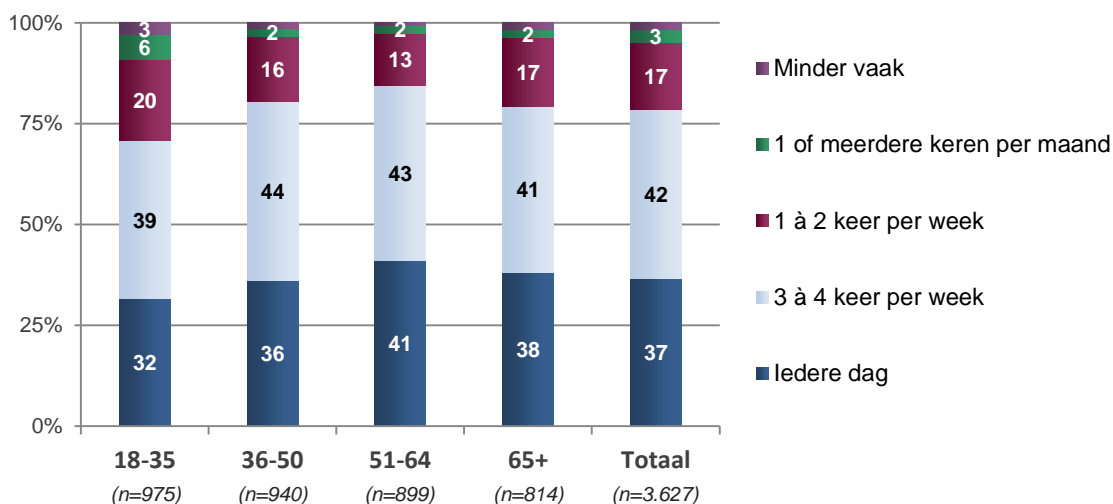
3.2 Gebruik van de diensten

3.2.1 ONTVANGEN VAN POST IN BRIEVENBUS IN GEMIDDELDE WEEK

Vier op de vijf particulieren ontvangen gemiddeld minstens 3 à 4 keer per week post in zijn/haar brievenbus; bij 37% is dit zelfs elke dag. 17% ontvangt 1 tot 2 keer per week post in de brievenbus, en 5% ontvangt minder vaak post (hooguit meerdere keren per maand).

Er is een zwak, doch significant verband tussen de leeftijd van de respondent en de frequentie waarin hij/zij post ontvangt. Figuur 1 toont dat de jongste respondenten (18 tot 35 jaar) minder frequent dagelijks post ontvangen in vergelijking met de 51 tot 64-jarigen (respectievelijk 32% t.o.v. 41%) en dat ze meer frequent aangeven 1 à 2 keer per week post te ontvangen dan de laatstgenoemden (respectievelijk 20% t.o.v. 13%).

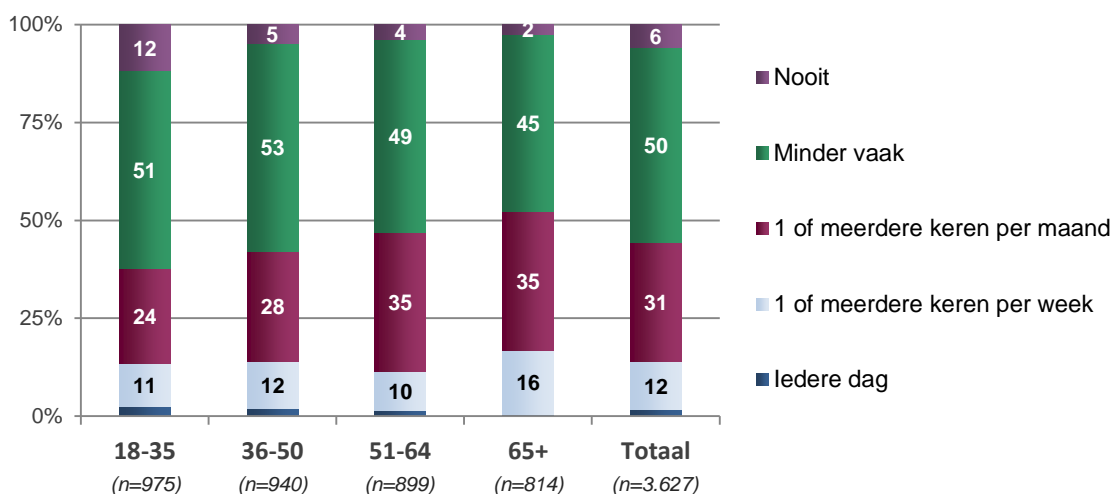
Figuur 1 : Ontvangen van post in brievenbus in gemiddelde week – naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.2.2 VERSTUREN VAN POST IN GEMIDDELDE WEEK

14% van de particulieren verstuurt in een gemiddelde week minstens 1 keer per week post. De overgrote meerderheid verstuurt minder frequent post: 31% verstuurt 1 of meerdere keren per maand post, 50% verstuurt minder vaak dan maandelijks post en 6% verstuurt in een gemiddelde week nooit post.

Figuur 2 : Versturen van post in gemiddelde week – naar leeftijd

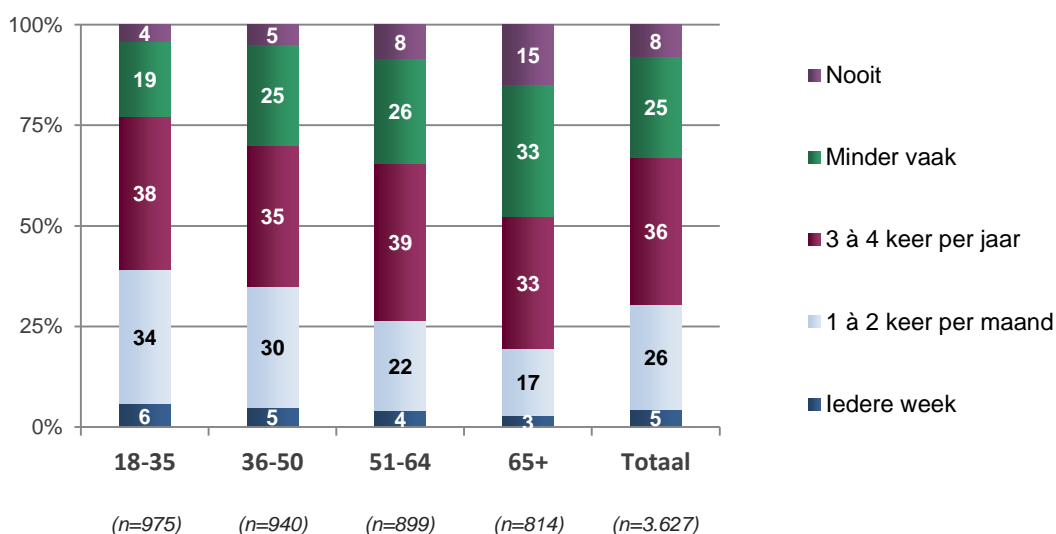
Basis: alle respondenten (N=3.627)

Ook hier is er een zwak verband tussen de leeftijd van de respondent en de frequentie waarin hij/zij post verstuurt: hoe ouder de respondent, hoe meer frequent hij/zij post verstuurt.

3.2.3 ONTVANGEN VAN PAKJES THUIS

5% van de particulieren laat weten minstens wekelijks thuis een pakje⁸ te ontvangen. Een vierde van de respondenten ontvangt 1 à 2 keer per maand een pakje thuis, 36% 3 à 4 keer per jaar en 33% minder vaak tot nooit.

Hoe jonger de respondent, hoe meer frequent hij/zij pakjes thuis ontvangt: 35% tot 40% van de min-50-jarigen ontvangt minstens een keer per maand een pakje thuis, bij de plus-50-jarigen is dit gedaald tot 20% tot 26%.

Figuur 3 : Ontvangen van pakjes thuis – naar leeftijd

Basis: alle respondenten (N=3.627)

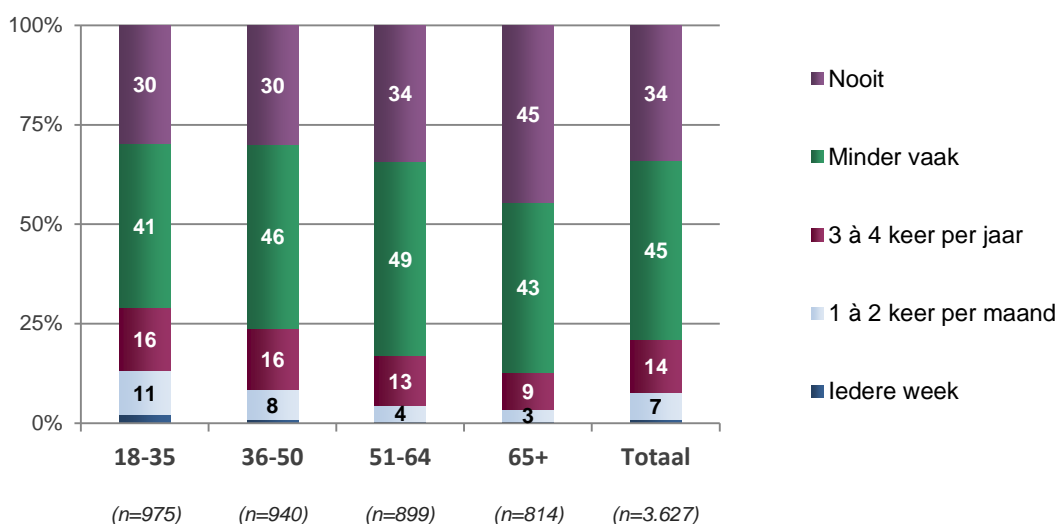
⁸ Een pakje werd gedefinieerd als "een kleine zending die niet in de brievenbus kan worden gestoken (meer dan 3cm dik) en dat minder weegt dan 10kg".

3.2.4 VERSTUREN (OF TERUGZENDEN) VAN PAKJES

Bijna 1 op de 10 particulieren (8%) verstuurt minstens een keer per maand een pakje en 14% 3 à 4 keer per jaar. De overgrote meerderheid verstuurt minder vaak (45%) of nooit (34%) een pakje.

Jongere particulieren ontvangen niet alleen frequenter pakjes dan oudere respondenten, ze versturen er ook vaker.

Figuur 4 : Versturen (of terugzenden) van pakjes – naar leeftijd



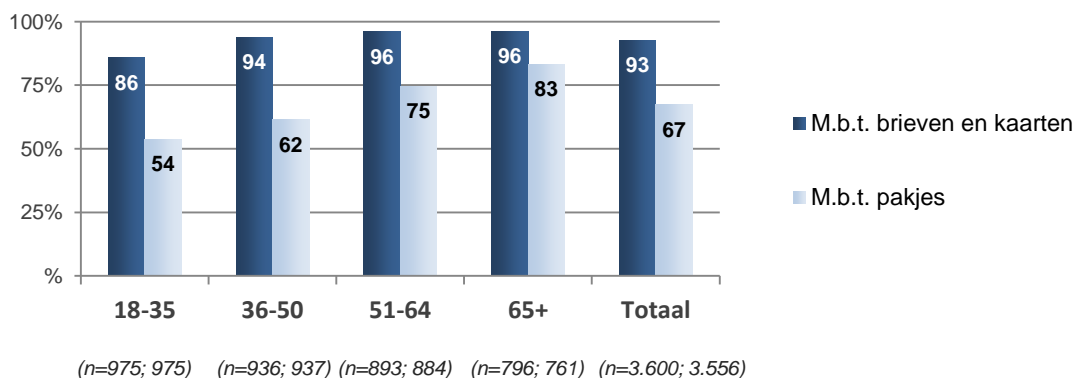
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.2.5 GEBRUIK VAN BPOST EN ANDERE ONDERNEMINGEN VOOR VERZENDEN VAN BRIEVEN EN PAKJES

Meer dan negen op de tien particulieren (93%) maken uitsluitend gebruik van bpost voor het verzenden van brieven en kaarten. Bij de pakjes ligt dit aandeel lager: 33% van de particulieren maakt (ook) gebruik van andere ondernemingen dan bpost voor het verzenden van hun pakjes.

Bekeken naar leeftijd, kan vastgesteld worden dat de jongste leeftijdscategorie t.o.v. de andere leeftijdscategorieën proportioneel minder uitsluitend gebruik maken van bpost voor zowel het verzenden van brieven als het verzenden van hun pakjes (respectievelijk 86% en 54% t.o.v. 96% en 83% bij de 65+-ers).

Figuur 5: Uitsluitend gebruik van bpost voor verzenden van brieven en pakjes – naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.2.6 TOEGANG TOT INTERNET

Toegang tot het internet is een belangrijke parameter in de context van deze studie, omdat het als communicatiekanaal eventueel als substituuut voor brievenpost kan doorgaan maar tevens aanleiding kan geven tot het ontvangen en zo mogelijk terugsturen van pakketten via het groeiende fenomeen van e-commerce.

93% van de respondenten beschikt over een internetverbinding thuis. 43% heeft toegang tot internet via de gsm, smartphone, tablet enz. en een kwart van de particulieren beschikt over internet op het werk. 4% van de respondenten heeft geen internet.

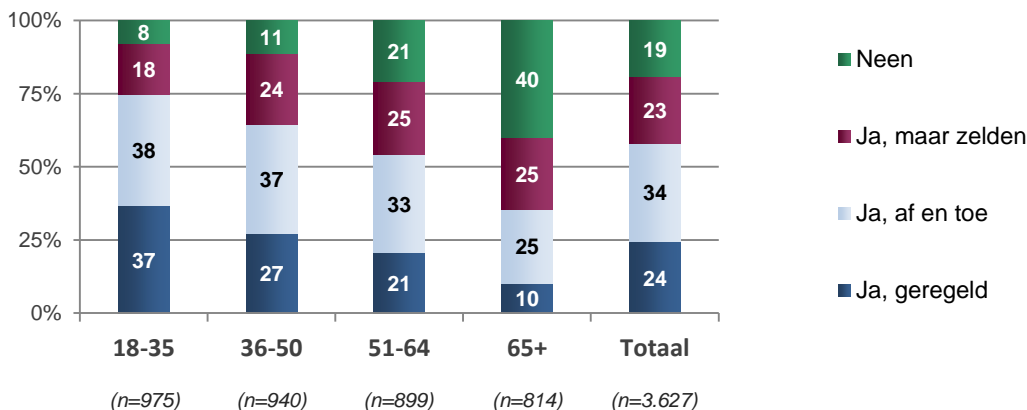
Naar leeftijd beschouwd, beschikken de 65+-ers proportioneel het minst over een internetverbinding thuis (85%), op hun gsm, tablet, enz. (15%) en elders (2%). Zij laten dan ook het hoogste aandeel 'geen internetverbinding noteren (14%). De jongste leeftijdscategorie (18-35 jaar) heeft dan weer, in vergelijking met de andere leeftijden, proportioneel het meeste internet op hun gsm, smartphone, tablet, enz. (74%), alsook elders (12%).

3.2.7 INTERNETAANKOPEN GELEVERD MET DE POST

Eén op vier respondenten doet geregeld internetaankopen die geleverd worden met de post. Voor respectievelijk 34% is dat af en toe en 23% maar zelden. 1 op 5 doet geen aankopen via het internet die geleverd worden met de post.

We stellen een vrij sterk verband vast tussen de frequentie internetaankopen die met de post geleverd worden en de leeftijd van de respondent: hoe ouder men is, hoe minder internetaankopen men doet die geleverd worden met de post.

Figuur 6: Internetaankopen geleverd met de post – naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

Conclusies over het gebruik van de postdiensten door particuliere klanten

- Vier op vijf particulieren ontvangen gemiddeld minstens 3 à 4 keer per week post in hun brievenbus. 14% van de respondenten verstuurt gemiddeld minstens één keer per week post.
- Drie op tien particulieren ontvangen minstens 1 à 2 keer per maand een pakje thuis; één op tien verstuurt minstens 1 à 2 keer per maand een pakje.
- Voor het verzenden van brieven en kaarten maakt de overgrote meerderheid van de respondenten uitsluitend gebruik van bpost (93%). Voor het versturen van pakjes is dit beduidend lager (67%)
- Een kwart van de particulieren doet geregeld internetaankopen die met de post worden geleverd; hoe jonger men is, hoe frequenter men deze aankopen doet.

3.3 Toegankelijkheid van de postdiensten

Legale basis:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt dat de dichtheid van de dienstverleningspunten en de toegangspunten dienen te voldoen aan de behoeften van de gebruikers van de universele dienst.

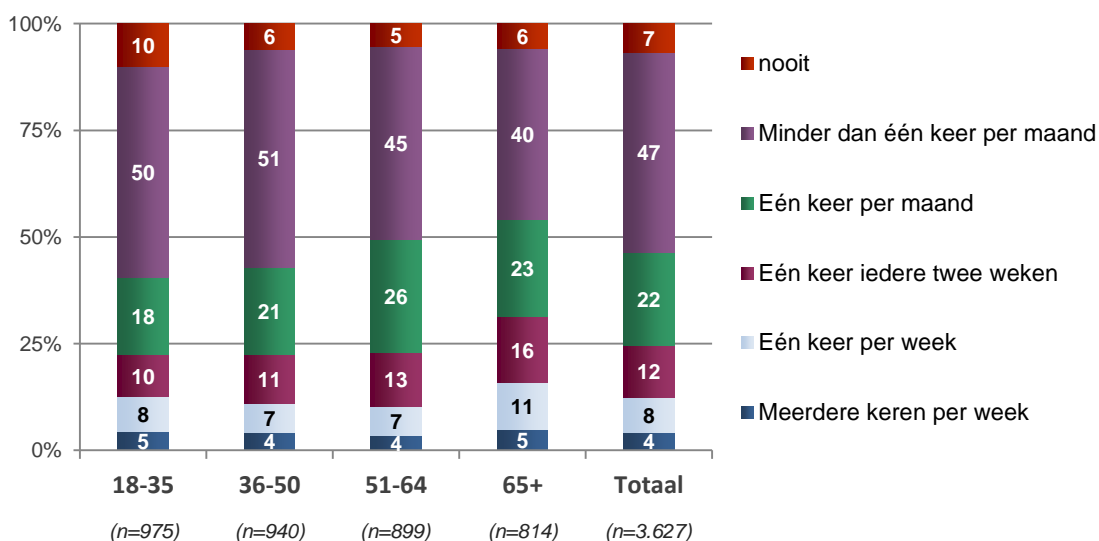
Artikel 16 van het 5^{de} beheerscontract tussen De Staat en bpost bepaalt dat het retail-netwerk van bpost minstens uit 1300 postale service punten moet bestaan met een minimum van 650 postkantoren waarvan er minstens in elke gemeente zich 1 van bevindt. Artikel 18 van datzelfde beheerscontract stipuleert overigens dat minimum 95% van de bevolking binnen 5 kilometer en minimum 98% binnen 10 kilometer, (via de weg) toegang moet hebben tot een postaal service punt met een basis assortiment.

3.3.1 GEBRUIK RODE POSTBUSSEN

Bijna de helft van de respondenten (46%) maakt minstens één keer per maand gebruik van de rode postbussen voor het versturen van post; iets meer dan 1 op 10 doet dit minstens één keer per week. 7% van de ondervraagde particulieren maakt nooit gebruik van de rode brievenbussen.

Hoe jonger de respondent, hoe minder vaak hij/zij gebruik maakt van de rode postbussen.

Figuur 7: Gebruik rode postbussen – naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.3.2 LOCATIE MEEST GEBRUIKTE POSTBUS

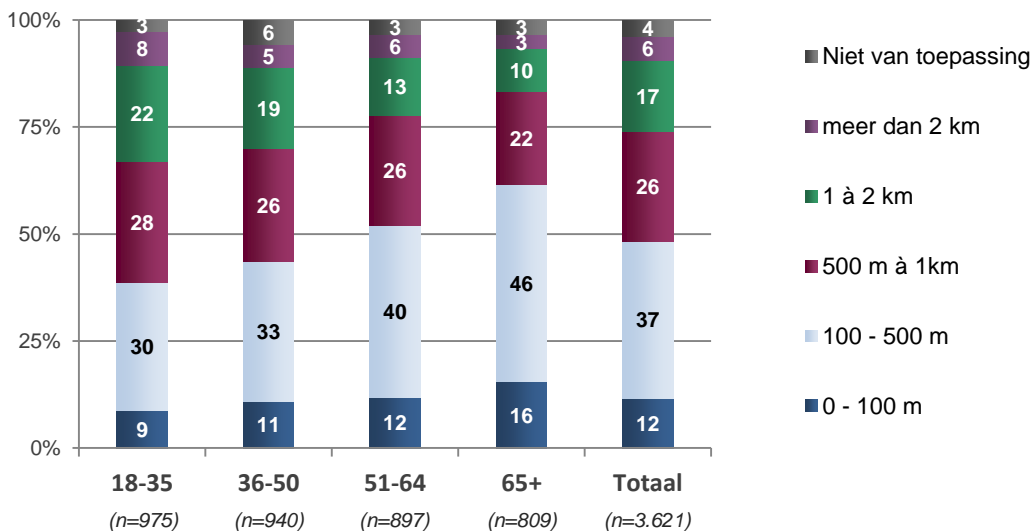
Op de vraag van welke postbus men het meest gebruik maakt voor het versturen van haar/zijn post, antwoordt 66% van de respondenten dat dit de postbus het dichtst bij de woonplaats is. 10% gebruikt het meest de postbus in een postkantoor. Een andere postbus in de buurt wordt door 7% het meest gebruikt. Nog eens 6% gaat naar de postbus in een postpunt en evenveel verstuurt zijn/haar post via een postbus gelegen op het traject tussen de woon- en werkplaats.

3.3.3 MAXIMAAL GEWENSTE AFSTAND TOT LICHTINGSPUNT

Voor de helft van de respondenten (49%) bedraagt de maximale afstand die zij bereid zijn af te leggen om hun post te deponeren in het dichtstbijzijnde lichtingspunt van de post (zijnde een rode postbus, een postpunt, een postkantoor) 0 tot 500 meter. Een vierde van de respondenten is bereid 500 meter tot 1 km af te leggen; 17% wil zich tot 1 à 2 km verplaatsen en 6% meer dan 2 km.

De grootte van de maximale afstand die men bereid is af te leggen, staat in relatie met de leeftijd van de respondenten: hoe jonger men is, hoe groter de maximale afstand die men bereid is af te leggen.

Figuur 8: Maximaal gewenste afstand tot lichtingspunt – naar leeftijd

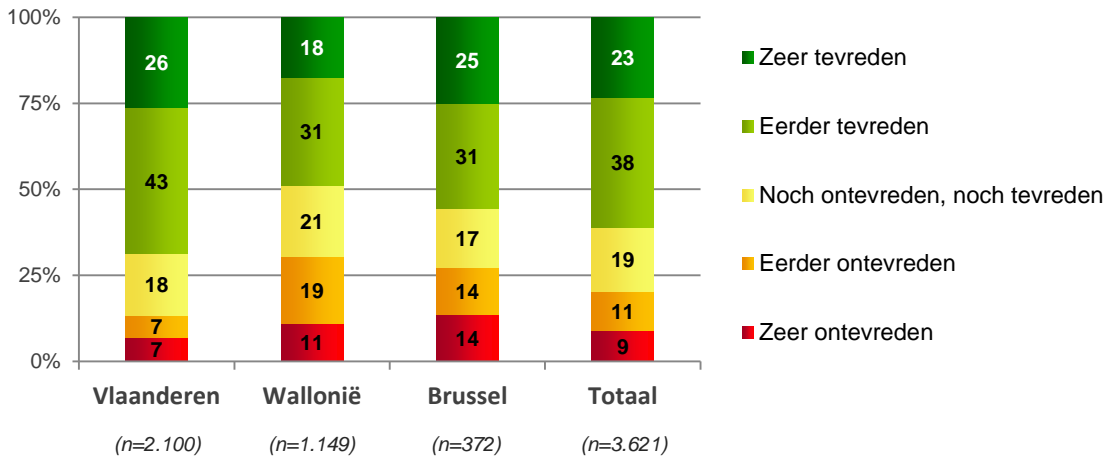


Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.3.4 TEVREDENHEID MET LOCATIE LICHTINGSPUNTEN

6 op 10 particulieren zijn eerder tevreden tot zeer tevreden over de locatie van het lichtingspunt van de post in hun buurt (zijnde een rode postbus, een postpunt of postkantoor). 20% van de particuliere klanten is eerder ontevreden tot zeer ontevreden over de locatie van het lichtingspunt. Eén op vijf respondenten is noch tevreden noch ontevreden en stelt zich eerder onverschillig op.

Figuur 9: Tevredenheid met locatie lichtingspunten in de buurt – naar regio



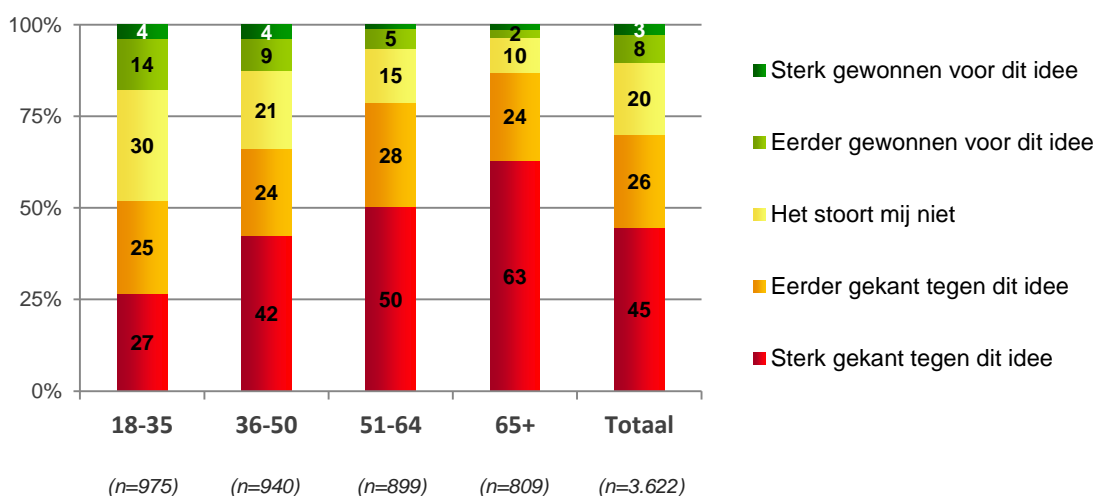
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.3.5 HOUDING TEN AANZIEN VAN CENTRAAL, BEVEILIGD AFHAALPUNT

Op de vraag wat men zou denken als zijn/haar post – in plaats dat deze bezorgd wordt in zijn/haar brievenbus thuis –, zou afgeleverd worden in een beveiligde, waterdichte brievenbus in een centraal punt zoals het treinstation, een winkelcentrum, het stads- of dorpscentrum, antwoordt 45% sterk gekant te zijn tegen dit idee en nog eens 26% eerder gekant. 7 op 10 van de respondenten kunnen zich dus niet vinden in dit voorstel.

Het gewonnen of gekant zijn tegen dit idee staat duidelijk in relatie tot de leeftijd van de respondenten: hoe ouder men is, hoe meer men gekant is tegen het idee van de beveiligde brievenbus op locatie.

Figuur 10: Houding ten aanzien van beveiligd, centraal afhaalpunt – naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

Conclusies over de toegankelijkheid van de postdiensten voor particuliere klanten

- Bijna de helft van de respondenten maakt minstens één keer per maand gebruik van een rode postbus voor het versturen van post; voornamelijk de postbus die het dichtst bij de woonplaats is gelegen (66%).
- De helft van de respondenten (49%) stelt trouwens dat zij maximum tot 500 meter bereid zijn af te leggen om hun post te deponeren (zijnde in een rode brievenbus, een postpunt, een postkantoor).
- Zes op tien respondenten zijn tevreden over de locatie van het punt in hun buurt waar de post wordt gelicht; een kwart is zelfs zeer tevreden.
- Een beveiligde, waterdichte brievenbus in een centraal afhaalpunt (bv. treinstation, winkelcentrum, enz.) waarin de post wordt afgeleverd in plaats van de brievenbus thuis wordt door slechts 3 op 10 respondenten als een goed idee beoordeeld. Hoe ouder men is, hoe meer men gekant is tegen dit idee.

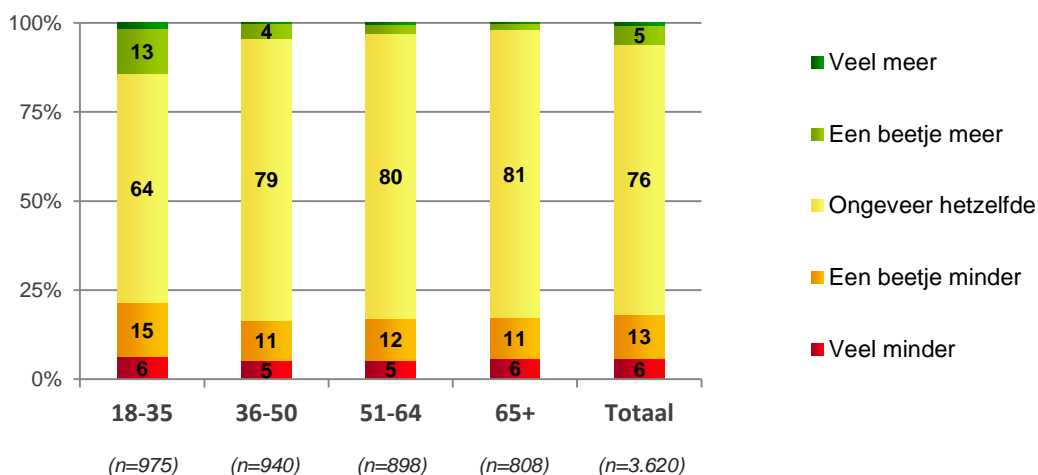
3.4 Gedragsverandering

3.4.1 EVOLUTIE VERSTUREN VAN BRIEFZENDINGEN IN KOMENDE 3 JAAR

Drie op vier respondenten (76%) verwachten ongeveer hetzelfde aantal briefzendingen te versturen in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag (juli 2015).

Een opvallend gegeven bij de verdeling naar leeftijd is dat jongste leeftijdsgroep van 18-35 jaar in vergelijking met de overige leeftijdscategorieën aanzienlijk meer brieven verwacht te versturen in de komende 3 jaar (respectievelijk 14% tegenover 4%, 2%).

Figuur 11: Verwachte aantal briefzendingen in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag naar leeftijd



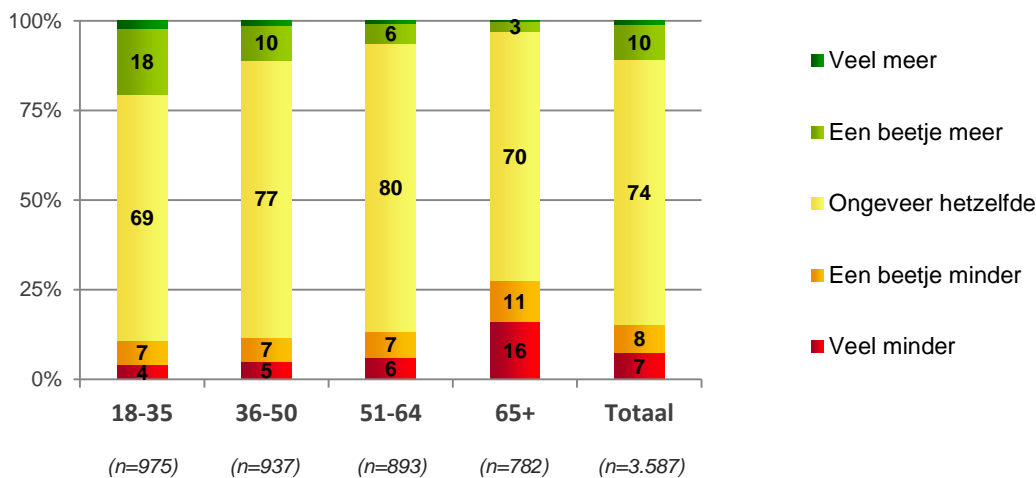
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.4.2 EVOLUTIE VERSTUREN VAN POSTPAKKETTEN IN KOMENDE 3 JAAR

Aan de respondenten werd ook gevraagd of ze, volgens hen, in de komende 3 jaar, meer, minder of hetzelfde aantal postpakjes gaan versturen ten opzichte van vandaag. Ook hier verwachten drie op vier respondenten (74%) ongeveer hetzelfde aantal postpakketten te versturen in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag (juli 2015).

Hoe jonger de respondent, hoe meer hij/zij van mening is in de komende 3 jaar meer postpakketten te versturen in vergelijking met vandaag.

Figuur 12: Verwachte aantal postpakketten in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag – naar leeftijd



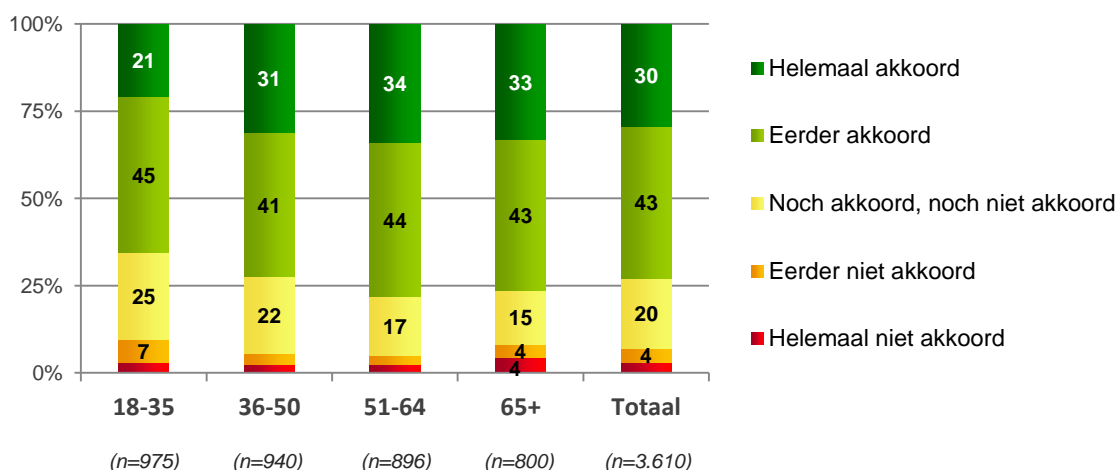
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.4.3 ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE STELLING ‘IK ZAL ALTIJD ZAKEN MET POST MOETEN VERSTUREN’

73% van de respondenten gaat akkoord met de stelling dat men altijd bepaalde zaken met de post zal moeten versturen, 7% is hier niet mee akkoord en 20% is noch akkoord, noch niet akkoord.

Uit Figuur 13 blijkt dat hoe hoger de leeftijd van de respondent, hoe meer men akkoord gaat met de stelling dat men altijd bepaalde zaken met de post zal versturen.

Figuur 13: Ik zal altijd bepaalde zaken met de post moeten versturen – naar leeftijd



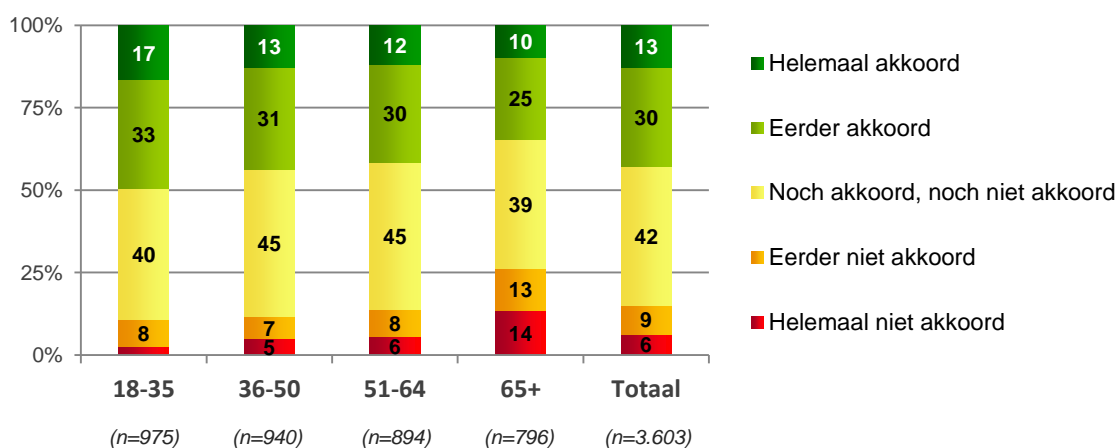
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.4.4 ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE STELLING 'BESTELLEN VAN MEER ARTIKELLEN IN KOMENDE 3 JAAR DIE MET POST ZULLEN VERSTUURD WORDEN'

Op de vraag of de respondent akkoord gaat met de stelling dat men denkt dat men, in de komende 3 jaar, meer artikelen zal bestellen die met de post zullen verstuurd worden, antwoordt 43% positief. 42% gaat noch akkoord, noch niet akkoord en 15% is niet akkoord.

Naar leeftijd beschouwd, zien we dat hoe lager de leeftijd van de respondent, hoe meer men akkoord gaat met de stelling dat men in de komende 3 jaar meer artikelen zal bestellen die met de post zullen verstuurd worden: bij de 18 tot 35-jarigen bedraagt dit aandeel 50% tegenover 35% bij de 65-plussers.

Figuur 14: Bestellen van meer artikelen in de komende 3 jaar, die met de post zullen verstuurd worden – naar leeftijd



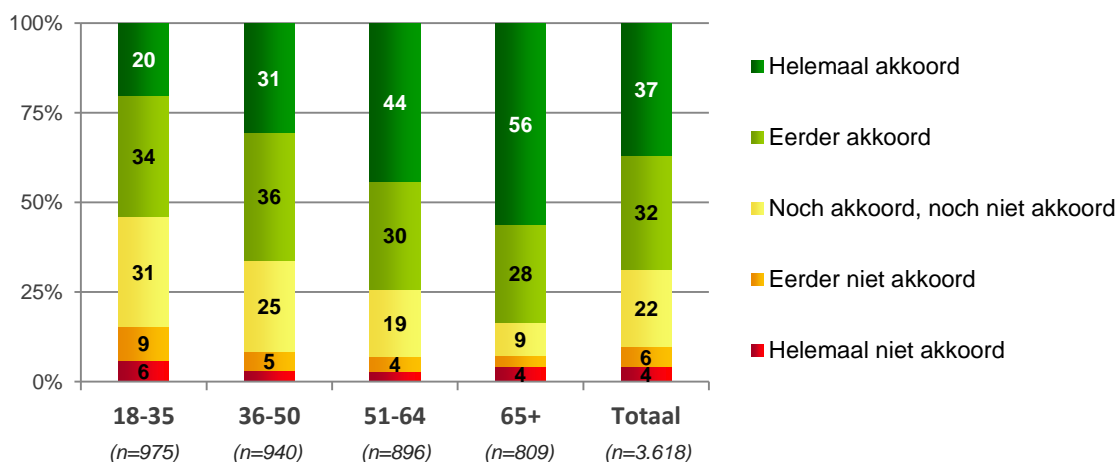
Basis: alle respondenten (N=3.627)

3.4.5 ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE STELLING 'IK ZOU ME AFGESLOTEN VOELEN ALS IK GEEN POST MEER KAN VERSTUREN OF ONTVANGEN'

69% van de ondervraagden zou zich afgesloten voelen van de samenleving als men geen post meer kan versturen of ontvangen; 22% gaat noch akkoord, noch niet akkoord, en 10% van de respondenten zou zich niet afgesloten voelen als men geen post meer kan versturen of ontvangen.

Er is een vrij sterk verband met de leeftijd van de respondent: hoe hoger de leeftijd van de respondent, hoe meer men akkoord gaat met voornoemde stelling. Dit blijkt ook uit Figuur 15.

Figuur 15: Ik zou me afgesloten voelen van de samenleving als ik geen post meer kan versturen of ontvangen –naar leeftijd



Basis: alle respondenten (N=3.627)

Conclusies over gedragsverandering particuliere klanten

- Drie op vier respondenten verwachten niet alleen ongeveer hetzelfde aantal briefzendingen maar ook ongeveer hetzelfde aantal postpakjes te versturen in de komende 3 jaar ten opzichte van vandaag (juli 2015).
- Twee op vijf ondervraagde particulieren denken dat ze, in de komende 3 jaar, meer artikelen zullen bestellen die met de post zullen verstuurd worden.
- Dat men altijd bepaalde zaken met de post zal moeten versturen wordt door driekwart van de respondenten beaamd en zeven op tien respondenten zouden zich afgesloten voelen van de samenleving als men geen post meer kan versturen of ontvangen.

3.5 Verbeteringen

Legale basis:

Tarieven :

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat de prijzen van de postdiensten die onder de universele dienst vallen betaalbaar zijn voor alle gebruikers.*

Ophaling en distributie :

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat er minimaal 5 werkdagen per week een lichte en een verdeling plaatsvindt van de postale diensten die vallen onder de universele dienst. In geval van uitzonderlijk geachte omstandigheden of geografische situaties is het mogelijk om hiervan af te wijken.*

3.5.1 VOORKEUR T.A.V. MOGELIJKE VERANDERINGEN BIJ POSTDIENSTEN

Aan de respondenten werd gevraagd aan te duiden naar welke mogelijke veranderingen in de postdiensten hun voorkeur uitgaat (indien zij mogen kiezen)⁹; men kon meerdere antwoorden aanduiden.

De meest vernoemde mogelijke veranderingen bij de postdiensten die men zou verkiezen, zijn lagere tarieven (40%), gevolgd door bezorging van pakjes 's avonds en in het weekend (38%) en bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (33%).

Een kwart van de respondenten (26%) kiest een veel later uur dan nu waarop de rode postbussen worden gelicht en 22% wenst dat de post bezorgd wordt op een vroeger tijdstip dan nu.

12% van de ondervraagden geeft aan niets te willen veranderen.

Binnen de groep van de 18 tot 35-jarigen gaat de voorkeur van mogelijke verandering uit naar de bezorging van pakjes 's avonds en in het weekend (53%; meer dan bij de overige leeftijdsgroepen), gevolgd door lagere tarieven (42%), en de bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (38%). Deze leeftijdsgroep, samen met de 36 tot 50-jarigen, vermeldt ook minder vaak dan de 51 tot 64-jarigen en de 65-plussers, dat men niets wil veranderen (respectievelijk 7% en 10% tegenover 16% en 17%).

De 36 tot 50-jarigen laten eenzelfde top 3 van veranderingen noteren als de 18 tot 35-jarigen (respectievelijk 45%, 44% en 31%). Voor de 51 tot 64-jarigen en de 65-plussers zijn de lagere tarieven de belangrijkste verandering (telkens 36%).

3.5.2 VERANDERING BIJ DE POSTDIENSTEN MET DE GROOTSTE VOORKEUR

Aan de respondent werd vervolgens gevraagd, welke van de mogelijke veranderingen **de meeste voorkeur** wegdraagt; er kon slechts één antwoord worden aangeduid.

De lagere tarieven blijken op de eerste plaats te komen (24%), gevolgd door de bezorging van pakjes 's avonds en in het weekend (22%) en de bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (16%).

⁹ Het betreft volgende antwoordmogelijkheden: Bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week; Bezorging van de post op een vroeger tijdstip dan nu; Een veel later uur dan nu waarop de rode postbussen worden gelicht; Bezorging van pakjes 's avonds en in het weekend; Een postbus veel dichterbij mijn woonplaats; Bezorging van mijn post in een postkantoor of postpunt, eerder dan thuis; Lagere tarieven; Andere (specifieer); Niets.

Alle leeftijdsgroepen kennen eenzelfde top 3 (zij het soms in een andere volgorde), met uitzondering van de 65-plussers die naast lagere prijzen (21%) en een postbezorging en -ophaling 6 dagen per week (20%), ook graag hun post op een vroeger uur bezorgd zien (16%).

Tussen de leeftijdsgroepen valt op dat bij de 18 tot 35-jarigen 35% kiest voor de bezorging van pakjes 's avonds en tijdens het weekend, terwijl dit bij de overige (oudere) respondenten tussen de 7% en 27% ligt. Een vijfde van de 65-plussers zou de post graag 6 dagen per week bezorgd en opgehaald zien, terwijl dit bij de 18 tot 50-jarigen 13% à 14% is.

3.5.3 VERANDERING BIJ DE POSTDIENSTEN MET DE GROOTSTE NEGATIEVE IMPACT

Sommige veranderingen in de postdiensten zouden een negatieve invloed kunnen hebben op het dagelijks functioneren van de respondenten. Er werd hen gevraagd welke van de opgegeven voorstellen¹⁰ volgens hen de meest negatieve impact zou hebben (slecht één voorstel aan te duiden).

Voor 35% van de respondenten zou de afschaffing van postkantoren en/of postpunten in de nabijheid van hun woonplaats de meest negatieve impact hebben. Voor de meerderheid van deze respondenten (70%) zou dit een groot ongemak betekenen, hoewel ze een manier zouden vinden om het probleem op te lossen. Voor 20% echter zou dit een sterke impact op hun leven hebben en hen vrijwel onbereikbaar maken voor personen of bedrijven die ze moeten contacteren. 10% laat weten dat het weinig of geen impact zou hebben.

De verandering met de tweede grootste negatieve impact zou de afschaffing van rode postbussen in de nabijheid van de woonplaats zijn (15%). Onder hen geeft 68% te kennen dat dit een groot ongemak zou zijn, maar niet onoverkomelijk. Voor 14% zou dit een sterke negatieve impact op hun leven hebben; maar bijna evenzoveel (18%) laat weten dat dit nauwelijks een impact zou hebben.

Op de derde plaats volgt het verminderen van de bezorgfrequentie van de post tot vier dagen per week; met name door 14% van de respondenten. Voor ongeveer de helft van deze respondenten zou dit een groot ongemak betekenen. Voor telkens een vierde zou het een sterke negatieve impact op hun leven hebben, of net geen (of weinig) impact.

Conclusies over verbeteringen universele postdiensten particuliere gebruikers

- *Bij keuze naar welke mogelijke veranderingen in de postdiensten de voorkeur uitgaat, wordt het vaakst de lagere tarieven (40%) aangeduid, gevolgd door bezorging van pakjes 's avonds en in het weekend (38%) en bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (33%). Eén op tien respondenten geeft aan niets te willen veranderen. De vernoemde top 3 wordt ook vastgesteld bij aanduiding van mogelijke veranderingen die de meeste voorkeur wegdragen.*
- *Sommige veranderingen in de postdiensten zouden een negatieve invloed kunnen hebben op het dagelijks functioneren van de respondenten. De meest negatieve impact zou de afschaffing van postkantoren en/of postpunten in de nabijheid van de woonplaats zijn (35%) Voor 70% van deze respondenten zou de afschaffing voor groot ongemak zorgen hoewel ze een manier zouden vinden om het probleem op te lossen. De verandering met de tweede grootste negatieve impact zou de afschaffing van rode postbussen in de nabijheid van de woonplaats (15%) zijn, onmiddellijk gevolgd door de vermindering van de bezorgfrequentie tot 4 dagen per week (14%). Bijna 15% van de respondenten stelt dat geen enkele van deze veranderingen een impact zal hebben.*

¹⁰ Het betreft volgende antwoordmogelijkheden (voorstellen) : Een vermindering van de frequentie van bezorging van de post tot 4 dagen per week; Een veel vroeger uur van lichte van de rode postbussen tijdens de dag; Geen garantie van de dienst Prior; De prijs van de postzegel vastgelegd op 1 euro; Afschaffing van de rode postbussen in de nabijheid van de woonplaats; Afschaffing van de postkantoren en/of postpunten in de nabijheid van de woonplaats; Geen enkele van deze veranderingen zal impact hebben.

3.6 Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid

3.6.1 BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PARTICULIEREN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN BRIEVEN

In dit deel gaan we de betalingsbereidheid van de particulieren na bij hypothetische wijzigingen in de dienstverlening. Veranderingen in betalingsbereidheid, die zowel een bijkomende vergoeding als een gewenste korting kunnen inhouden, zullen worden gebruikt om de voorkeuren en behoeften af te bakenen. Significante wijzigingen in betalingsbereidheid worden als voorkeuren of behoeften geïnterpreteerd. Deze betalingsbereidheid kan zowel positief als negatief zijn.

Indien het om een significante stijging van de betalingsbereidheid gaat, kunnen we spreken van een voorkeur tot wijziging van de dienstverlening. Bij grote significante wijzigingen in de betalingsbereidheid kunnen we zelfs spreken van behoeften.

Bij een daling van de betalingsbereidheid kunnen we concluderen dat er een voorkeur of behoefte bestaat voor het behoud van de huidige dienstverlening of de acceptatie van het alternatieve scenario mits een verlaging van het tarief.

Legale basis :

Tarieven:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat de prijzen van de postdiensten die onder de universele dienst vallen betaalbaar zijn voor alle gebruikers.*

Verzendingstermijn en betrouwbaarheidsniveau:

Artikel 16 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement stipuleert *dat de lidstaten de verzendingsduur, de regelmaat en de betrouwbaarheid vastleggen van de diensten die vallen onder de universele dienst.*¹¹

Uit de analyse weergegeven in tabel 3, kunnen we afleiden dat een korte verzendingstermijn (D+1, zoals vandaag de dag het geval is) geen absolute noodzaak is. De betalingsbereidheid voor een verzendstermijn die een dag langer duurt, D+2 in plaats van D+1, is immers niet significant lager. Er is daarentegen wel een sterke afkeer van een verzendingstermijn D+5.

De particulieren hebben daarentegen wel een day-certain levering, en wensen meer zekerheid te bekomen over de dag waarop hun post gaat toekomen bij de bestemming.

Er is een uitgesproken nood om post thuis te blijven ontvangen, de particulieren zijn sterk gekant tegen de levering van de post in een beveiligde postbus in een postpunt of een postkantoor. Deze vaststelling is tevens een bevestiging van de resultaten van het algemene deel van de enquête: op de vraag wat men ervan denkt als de post – in plaats van thuisbezorging – zou afgeleverd worden in een beveiligde, waterdichte brievenbus in een centraal punt, antwoorden ongeveer 7 mensen op 10 dat ze gekant zijn tegen dit idee.

¹¹ Deze cijfers worden jaarlijks gepubliceerd op de website van het BIPT.

Legale basis:

Ophaling en distributie:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt dat er minimaal 5 werkdagen per week een lichting en een verdeling plaatsvindt van de postale diensten die vallen onder de universele dienst. In geval van uitzonderlijk geachte omstandigheden of geografische situaties is het mogelijk om hiervan af te wijken.

Betreffende het aantal bezorgingen per week, blijkt dat de particulieren hier geen daling wensen. Hoe minder bezorgingen per week, hoe lager de betalingsbereidheid voor de dienst namelijk is.

Tabel 3 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvang van brieven – particulieren

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Verzendingstermijn / Snelheid van bezorging	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	-0,03	(¹²)
	D+5	-0,42	***
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	0,04	*
	99%	0,15	***
Plaats van bezorging	Thuis (basis)	0,00	
	In een beveiligde postbus in een openbare plaats	-0,82	***
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-0,47	***
	3 dagen + zaterdag	-0,29	***
	4 dagen	-0,29	***
	4 dagen + zaterdag	-0,25	***
Aantal lichtingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	0,17	***
	4 dagen	0,30	***
	6 dagen	0,13	***

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%.

3.6.2 BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PARTICULIEREN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN PAKJES

Uit de analyse van de resultaten van de betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes blijkt dat een aantal resultaten niet significant of eenduidig zijn en zullen derhalve dan ook niet besproken worden.

Uit de analyse blijkt dat de particulieren niet gekant zijn tegen een verzendingstermijn die een dag langer duurt dan nu het geval is (D+2); zij hebben evenwel geen interesse in een langere verzendingstermijn (D+5) gelet op de lage betalingsbereidheid. De betrouwbaarheid van verzendingstermijn is een aspect van de dienstverlening waar de particulieren veel belang aan hechten.

¹² P-value : 0.177018; het significantieniveau is 82,3%.

Vastgesteld wordt ook dat de particulieren veel belang hechten aan de plaats waar de pakjes worden bezorgd. Zij verkiezen een bezorging thuis ten opzichte van een bezorging in een beveiligde postbus.

Op basis van de gegevens kunnen geen eenduidige besluiten genomen worden betreffende het aantal bezorgingen per week alsook niet betreffende het aantal lichteningen per week.

Tabel 4 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes – particulieren

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Verzendingstermijn / Snelheid van bezorging	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	3,83	***
	D+5	-6,18	***
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	-8,36	***
	99%	-0,27	
Plaats van bezorging	Thuis (basis)	0,00	
	In een postpunt of een postkantoor	-11,84	***
	In een beveiligde postbus in een openbare plaats	-22,71	***
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-3,07	***
	3 dagen + zaterdag	0,61	
	4 dagen	4,72	***
	4 dagen + zaterdag	-2,73	**
Aantal lichteningen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-4,94	***
	4 dagen	7,75	***
	6 dagen	7,39	***
Laatste gegarandeerd uur van levering	17u (basis)	0,00	
	21u	-0,83	**

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

3.6.3 BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PARTICULIEREN BETREFFENDE DE POSTALE DIENSTPUNTEN

De particulieren werden ook gevraagd om tussen verschillende scenario's te kiezen waarin informatie was opgenomen over een aantal belangrijke aspecten van de universele postdienst betreffende de postale dienstpunten.

Uit de analyse blijkt dat de particulieren het grootste belang hechten aan de afstand van hun woonplaats tot het dichtstbijzijnde dienstpunt. Hoe groter de afstand van de woonplaats tot het dichtstbijzijnde dienstpunt, hoe lager de betalingsbereidheid.

Deze vaststelling is tevens een bevestiging van de resultaten van het algemene deel van de enquête: op de vraag welke de maximale afstand is die men bereid is af te leggen om hun post te deponeren in het dichtstbijzijnde lichtingspunt van de post, antwoordt 75% van de respondenten 'tot 1 kilometer'. Daarenboven zou de afschaffing van postkantoren en/of postpunten in de nabijheid van de woonplaats voor 35% van de respondenten de meest negatieve impact hebben op hun dagelijks functioneren.

Legale basis:**Toegang tot het netwerk :**

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat de dichtheid van de dienstverleningspunten en de toegangspunten dienen te voldoen aan de behoeften van de gebruikers van de universele dienst.*

Artikel 18 van het 5^{de} beheerscontract stipuleert *overigens dat minimum 95% van de bevolking binnen 5 kilometer en minimum 98% binnen 10 kilometer, (via de weg) toegang moet hebben tot een postaal service punt met een basis assortiment.*

Betreffende de beschikbare diensten in het postale dienstpunt, de ondervraagde particulieren wensen dat de dienstpunten een zeer breed scala van diensten aanbieden; hun voorkeur gaat uit naar het totaal aanbod aan postdiensten met ook de financiële en andere diensten.

Inzake de openingsuren geven de particulieren de voorkeur aan de huidige openingsuren (7 uren per dag en 4 uren zaterdag).

Tabel 5 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – particulieren

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Afstand woonplaats - het dichtstbijzijnde dienstpunt	Minder dan 1km (basis)	0,00	
	1 tot 2,99 km	-0,11	***
	3 tot 5,99 km	-0,45	***
	6 tot 9,99 km	-0,79	***
	Meer dan 10 km	-1,21	***
Beschikbare diensten	Basis postdiensten (basis)	0,00	
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten	0,09	***
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten + andere diensten	0,22	***
Openingsuren	7u/dag maandag tot vrijdag + 4u zaterdag (basis)	0,00	
	4u/dag maandag tot vrijdag (afwisseling voor-/namiddag)	-0,33	***
	7u/dag maandag tot vrijdag	-0,08	***
	9u/dag maandag tot vrijdag	-0,09	***
	9u/dag maandag tot vrijdag + 6u/zaterdag	0,00 ¹³	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

¹³ De niet-afgeronde coëfficiënt bedraagt 0,004394.

3.6.4 CONCLUSIE BETALINGSBEREIDHEID VAN PARTICULIEREN

In bijgevoegde tabel worden de onderscheiden aspecten van de universele postdiensten weergegeven in functie van de mate van de betalingsbereidheid hiervoor. In de kolommen wordt telkens aangegeven voor wie welke postdienst belangrijk is. Bijvoorbeeld : er is een zeer hoge betalingsbereidheid (een hoge mate van behoefte of belangrijkheid) betreffende de afstand tot het dichtstbijzijnde postdienstpunt voor de zender.

De tabel geeft een overzicht van het belang van de verschillende aspecten. Er is een ranking gemaakt op basis van het gewicht van de berekende betalingsbereidheid (zie coëfficiënten betalingsbereidheid voorgaande tabellen).

Een matige betalingsbereidheid betekent dat de betalingsbereidheid ligt tussen de waarden 0,01 en 0,5. Als de betalingsbereidheid zich situeert tussen 0,6 en 1, dan is er een hoge betalingsbereidheid en bij een zeer hoge betalingsbereidheid bedraagt de waarde meer dan 1.

Zoals reeds vermeld, wordt in de kolommen aangegeven welk aspect van de universele postdienst voor wie – zijnde de zender, de postdienst of de ontvanger - belangrijk is.

Zo kan vastgesteld worden dat de variabelen afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt, openingsuren en de beschikbare diensten belangrijk zijn voor de 'Zender' maar het grootste belang (cfr. zeer hoge betalingsbereidheid) gaat uit naar de afstand tot dichtstbijzijnde dienstpunt.

Wat betreft de postdienst zelf, wordt de grootste behoefte vastgesteld voor de variabelen betreffende het versturen en ontvangen van pakjes. Voor de ontvanger tenslotte is de plaats van bezorging het belangrijkste aspect.

Tabel 6 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van mate van betalingsbereidheid hiervoor - particuliere gebruikers

	Zender	Postdienst	Ontvanger
Zeer hoge betalingsbereidheid	Afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt	Snelheid van bezorging (pakjes) Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn (pakjes) Aantal bezorgingen per week (pakjes) Aantal lichten per week (pakjes)	Plaats van bezorging (pakjes)
Hoge betalingsbereidheid			Plaats van bezorging (brieven) Laatste gegarandeerd uur van levering (pakjes)
Matige betalingsbereidheid	Beschikbare diensten postale dienstpunten Openingsuren dienstpunt	Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn (brieven) Snelheid van bezorging (brieven) Aantal bezorgingen per week (brieven) Aantal lichten per week (brieven)	
Geen betalingsbereidheid			

Conclusies betalingsbereidheid particuliere gebruikers

- *Betreffende het versturen en ontvangen van brieven:*
 - *De ondervraagden blijven vasthouden aan de bezorging van de post thuis (en nergens anders). Voor dit aspect is er ook een hoge betalingsbereidheid.*
 - *Een verzendingstermijn van D+1 is geen absolute noodzaak voor de particuliere klant; er is wel een sterke afkeer voor een verzendingstermijn van D+5.*
 - *De particulieren wensen meer zekerheid over de dag waarop hun post gaat toekomen bij de bestemming (:99% betrouwbaarheidsniveau) ondanks de matige betalingsbereidheid voor dit aspect.*
 - *De particuliere klant lijkt een voorkeur te hebben voor het behoud van het aantal bezorgingen per week (5 dagen / week).*
- *Betreffende het versturen en ontvangen van pakjes:*
 - *Voor wat de bezorging van de pakjes betreft, de voorkeur gaat uit naar een levering aan huis. Voor dit aspect wordt ook zeer hoge betalingsbereidheid genoteerd.*
 - *De particulieren zijn niet gekant tegen een verzendingstermijn van D+2.*
 - *De particulieren wensen met zekerheid van 95% te weten wanneer hun pakje bij de bestemming zal toekomen. De betalingsbereidheid voor dit aspect is zeer hoog.*
- *Betreffende de postale dienstpunten:*
 - *Particulieren hechten het grootste belang aan de afstand van hun woonplaats tot het dichtstbijzijnde dienstpunt. De voorkeur gaat uit naar een dienstpunt dat het dichtst bij de woonplaats is gelegen. De mate van belang vertaalt zich dan ook in een zeer hoge betalingsbereidheid.*
 - *Zij geven ook de voorkeur aan een beschikbaarheid van een totaal aanbod aan postdiensten alsook de financiële en andere diensten. De betalingsbereidheid hiervoor is evenwel niet zo groot; eerder matig.*
 - *De huidige openingsuren lijken tegemoet te komen aan de behoeften van de ondervraagde respondenten; een zaterdagopening is wel gewenst.*

4. RESULTATEN BEVRAGING PRIVATE EN PUBLIEKE ZAKELIJKE GEBRUIKERS

4.1 Profiel respondententen

4.1.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN (N=1.674)

Acht op de tien van de bevroagde private ondernemingen (82%) zijn zelfstandigen (zonder werknemers). 12,4% betreft een kleine onderneming met 2 tot 4 werknemers, 5% een middelgrote onderneming met 5 tot 49 werknemers, en 1% betreft een grote onderneming met 50 of meer werknemers.

Zeven op de tien private bedrijven geeft aan zelfstandige (eenmanszaak) te zijn, 14% oefent een vrij beroep uit en 16% tot slot betreft een private onderneming zoals een NV, BVBA, enz.

6% van de bedrijven van onze gewogen steekproef behoort tot de primaire sector.¹⁴ 20% ressorteert onder de secundaire sector¹⁵ en de activiteiten van 74% van de bedrijven vormen de tertiaire sector¹⁶. De bedrijven van de quataire sector (zijnde hier de private bedrijven met activiteiten in de maatschappelijke en socio-culturele dienstverlening) zijn ondergebracht in de tertiaire sector.¹⁷

4.1.2 OVERHEID (N=517)

Bijna de helft (46%) van de bevroagde overheidsbedrijven telt 2 tot 4 werknemers, een derde (34%) laat weten met 5 tot 49 werknemers te zijn en 21% tot slot is een overheidsdienst met 50 werknemers of meer.

Bijna tweederde van de bevroagde overheidsbedrijven is gevestigd in Vlaanderen, 20% in Wallonië en 15% in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

De grote overheidsbedrijven (50+ werknemers) zijn significant vaker in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest gevestigd dan in Vlaanderen en Wallonië (respectievelijk 36% t.o.v. 8% en 13%).

Zeven op de tien overheidsbedrijven betreffen een openbaar bestuur. Voorts behoort 13% tot de onderwijssector, 7% tot de gezondheidszorg, 9% verschaft maatschappelijke dienstverlening en 1% tot slot laat weten actief te zijn in de sector van kunst, amusement en recreatie.

¹⁴ Primaire sector : landbouw, jacht, bosbouw en visserij.

¹⁵ Secundaire sector : winning van delfstoffen, industriële sector/vervaardiging van producten, productie en distributie van elektriciteit, gas, ... en bouw.

¹⁶ Tertiaire sector : groot- en kleinhandel, horeca, vervoer en opslag, financiële dienstverlening (verzekeringen, kredieten, banken, ...), dienstverlening aan bedrijven (o.m. HR, consultancy, IT, interim, ...), dienstverlening aan particulieren (o.m. kapper, verzorging, reisbureau, ...), maatschappelijke dienstverlening, kunst, recreatie, enz.

¹⁷ Het vastleggen van de quota is gebeurd op basis van de populatie met verdeling naar drie sectoren: primaire, secundaire en tertiaire. De weging is bijgevolg ook gebeurd op basis van deze drie sectoren. In de vragenlijst diende de respondent aan te geven tot welke sector de onderneming behoorde, waarbij een onderscheid werd gemaakt naar primaire, secundaire, tertiaire en quataire sector; de quataire sector was hier opgenomen omdat tevens overheidsdiensten werden bevroagd (en quataire sector refereert in hoofdzaak naar publieke dienstverlening). De activiteiten van de quataire sector die effectief ressorteren onder 'overheid' zijn dan ondergebracht bij de 'publieke ondernemingen'; de activiteiten van de quataire sector die met 'maatschappelijke & socio-culturele dienstenverlening' van private aard zijn, zijn ondergebracht in de tertiaire sector van de private ondernemingen, omdat ze qua activiteiten (dienstverlening) daarbij aansluiten en ook de populatie (quota/weging) zo is samengesteld.

4.2 Belang van ontvangen en versturen van poststukken voor bedrijf

4.2.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

Administratieve post

Voor respectievelijk 60% en 70% van de private ondernemingen is het versturen en ontvangen van administratieve post (heel) belangrijk voor hun activiteiten. Met administratieve post wordt bedoeld alle administratieve correspondentie aan de klanten, leveranciers, werknemers en openbare diensten zoals offertes, facturen, vorderingen, contracten, enz.

Een vierde van de private ondernemingen laat weten dat het versturen van administratieve post niet belangrijk is voor hun werking, en voor 13% is dit het geval voor wat betreft het ontvangen van administratieve post. Tot slot neemt 16% à 17% een neutrale houding aan.

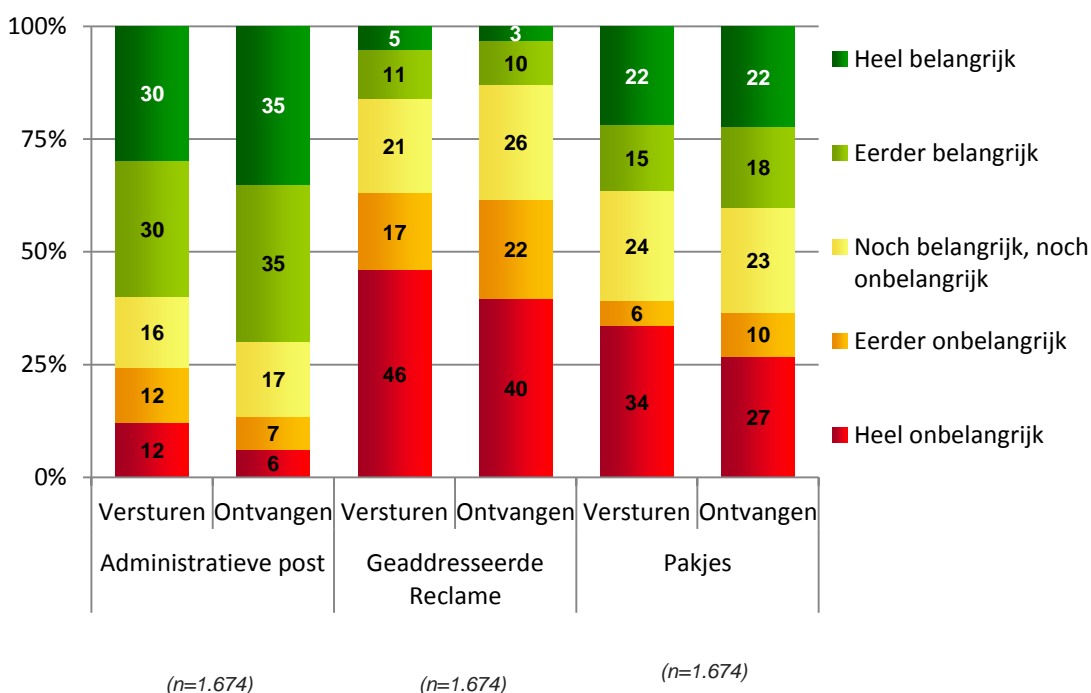
Geadresseerde reclamezendingen

Het verzenden en ontvangen van geadresseerde reclamezendingen (brochures, catalogi, promoties enz.) is heel wat minder belangrijk voor de private ondernemingen die aan het onderzoek hebben meegewerkt: respectievelijk 16% en 13% vinden het belangrijk, 21% en 26% nemen een neutrale houding aan, en 63% en 62% vinden het onbelangrijk.

Pakjes (onder 10 kg)

Drie op de tien bedrijven (32%) vinden het verzenden van pakjes (minder dan 10 kilo) belangrijk voor de activiteiten van hun bedrijf. Het ontvangen van pakjes is voor vier op de tien bedrijven (42%) belangrijk.

Figuur 16: Belang van administratieve post, geadresseerde reclamezendingen, pakjes(privaat)



4.2.2 OVERHEID

Administratieve post

De overgrote meerderheid van de bevroagde overheidsbedrijven (89%) geeft aan dat zowel het versturen, als het ontvangen van administratieve post belangrijk is voor hun werking; voor tweederde is dit zelfs heel belangrijk.

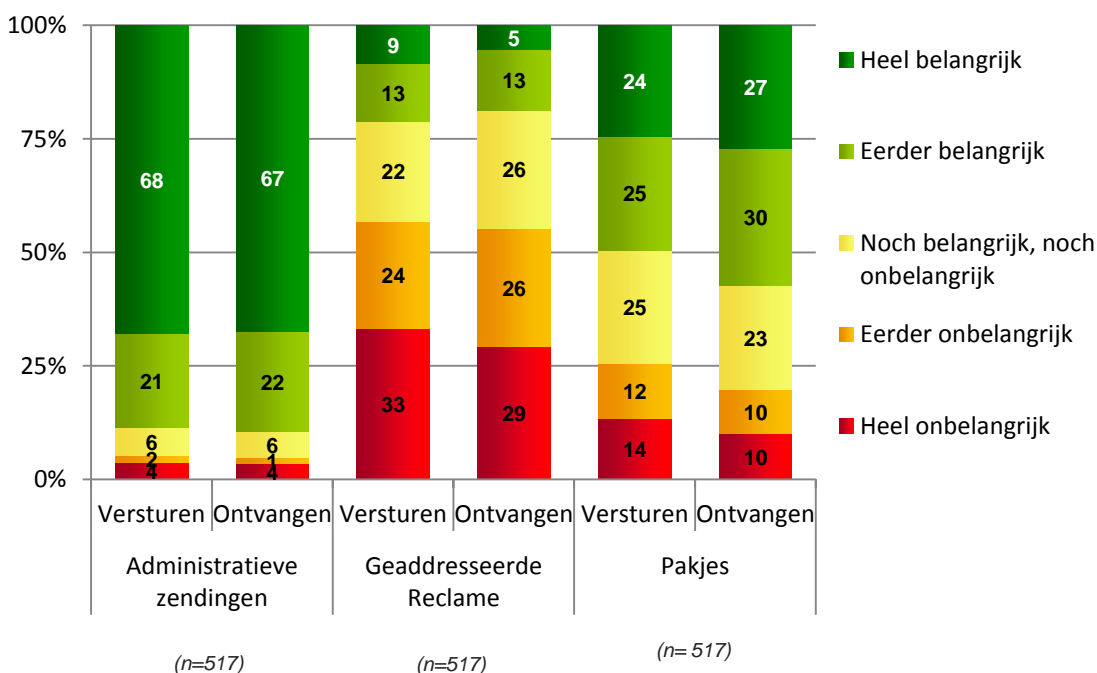
Geadresseerde reclamezendingen

Het verzenden en ontvangen van geadresseerde reclamezendingen blijkt eveneens voor de activiteiten van de publieke instanties veel minder belangrijk. 57% laat weten dat het verzenden van geadresseerde reclamezendingen niet belangrijk is voor hun activiteiten en 22% geeft aan dat het noch belangrijk, noch onbelangrijk is. Voor ongeveer een vijfde van de bevroagde overheidsbedrijven (22%) is het verzenden van geadresseerde reclamezendingen belangrijk. Eenzelfde verhouding zien we voor wat betreft het ontvangen van geadresseerde reclamezendingen: 55% laat weten dat dit niet belangrijk is, 26% neemt een neutrale houding aan en voor 18% is dit wel belangrijk voor hun werking.

Pakjes (onder 10 kg)

Het belang van het verzenden en ontvangen van pakjes minder dan 10 kg bevindt zich tussen dit van administratieve post en geadresseerde reclamezendingen: voor de helft van de bevroagde publieke instanties (49%) is het versturen van pakjes belangrijk voor hun activiteiten en voor 57% is het ontvangen van pakjes belangrijk voor hun activiteiten. Ongeveer een vierde (23% tot 25%) stelt zich neutraal op ten opzichte van zowel het versturen als het ontvangen van pakjes, en voor 20% tot 28% is respectievelijk het ontvangen en versturen van pakjes niet belangrijk voor hun activiteiten.

Figuur 17: Belang van administratieve post, geadresseerde reclamezendingen, pakjes(publiek)



Conclusies belang van versturen en ontvangen van poststukken voor professionele gebruikers:

- Betreffende de administratieve post (d.i. alle administratieve correspondentie aan klanten, leveranciers, werknemers en openbare diensten zoals offertes, facturen, vorderingen, contracten) :
 - Het versturen en ontvangen van administratieve post is voor respectievelijk 60% en 70% van de private ondernemingen (heel) belangrijk voor hun activiteiten. Een vierde van de private ondernemingen stelt dat het versturen van administratieve post niet belangrijk is voor hun werking, en voor 13% is dit het geval voor wat betreft het ontvangen van administratieve post.
 - Telkens negen op tien van de bevraagde overheidsdiensten geven aan dat zowel het versturen, als het ontvangen van administratieve post belangrijk is voor hun werking; voor tweederde is dit zelfs heel belangrijk.
- Betreffende de geadresseerde reclamezendingen (d.i. brochures, catalogi, promoties enz.) :
 - Het verzenden en ontvangen van deze zendingen is heel wat minder belangrijk voor de private ondernemingen dan administratieve post : respectievelijk 16% en 13% vinden het belangrijk, 63% en 62% vinden het onbelangrijk.
 - Deze vaststelling geldt eveneens voor de publieke instanties: voor 57% van de diensten is het verzenden niet belangrijk voor hun activiteiten en voor 21% is wel belangrijk. Eenzelfde verhouding zien we voor wat betreft het ontvangen van geadresseerde reclamezendingen: 55% laat weten dat dit niet belangrijk is voor hun werking en voor 18% is dit wel belangrijk.
- Betreffende pakjes (minder dan 10 kilo) :
 - Drie op de tien private bedrijven vinden het verzenden van pakjes belangrijk voor de activiteiten van hun bedrijf. Het ontvangen van pakjes is voor vier op de tien bedrijven belangrijk.
 - Voor telkens de helft van de bevraagde overheidsbedrijven is het versturen alsook het ontvangen van pakjes belangrijk voor hun activiteiten en voor een kwart van de publieke instellingen is respectievelijk het ontvangen en versturen van pakjes niet belangrijk voor hun activiteiten.

4.3 Gebruik van de postdiensten

4.3.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

Gemiddeld aantal ontvangen en aantal verstuurde postzendingen per week

Uit de resultaten blijkt voor het geheel van de bedrijven dat men meer post (administratieve, pakjes, geadresseerde zendingen) ontvangt dan verstuurt : gemiddeld wordt per week voor het totaal van de ondervraagde bedrijven 89 administratieve stukken ontvangen tegenover 53 verzendingen. Voor de pakjes is dit een gemiddelde van 84 ontvangsten en 58 verzendingen per week en tenslotte voor geadresseerde reclamezendingen komen we op een 117 ontvangsten tegenover 81 verzendingen.

Gemiddelde frequentie verzending poststukken per week

72% van de bedrijven verstuurt nooit geadresseerde reclamezendingen, 59% van de bedrijven verstuurt nooit pakjes en 23% verstuurt nooit administratieve post.

De frequentie die het vaakst proportioneel wordt aangeduid door de bedrijven betreffende het verzenden van zowel administratieve post, als reclamezendingen en pakjes is 1 à 2 keer per week (respectievelijk 49%, 17% en 26%).

Tabel 7: Frequentie verstuurde poststukken (privaat) – totaal

	Nooit	1 à 2 keer per week	3 à 4 keer per week	Iedere dag	Andere
	%	%	%	%	%
Administratieve post	23%	49%	11%	11%	6%
Geadresseerde reclamezendingen	72%	17%	5%	3%	4%
Pakjes	59%	26%	4%	3%	9%

Basis: alle respondenten (N=1.674)

Frankeermethode (meerdere methoden mogelijk)

Bijna 9 van de 10 ondervraagde bedrijven (89%) gebruiken postzegels als frankeermethode en 6% beschikt over een frankeermachine. Voorts werkt 6% met port betaald (hetzij contractueel 3%, hetzij niet contractueel 3%).

Gebruik andere ondernemingen andere dan bpost voor postzendingen

92% van de bedrijven maakt uitsluitend gebruik van bpost voor het versturen van administratieve post, 94% doet dit voor de geadresseerde reclamezendingen. Voor het versturen van pakjes maakt 24% van de bedrijven gebruik van andere ondernemingen / bedrijven dan bpost.

Wijze waarop internet gebruikt wordt binnen het bedrijf

72% van de bedrijven maakt gebruik van internet om informatie te verspreiden over hun bedrijf en hun activiteiten. 7% verkoopt producten/diensten via e-shop die bezorgd worden met de post.

Een op de vijf private ondernemingen (21%) gebruikt het internet binnen het bedrijf op nog een andere wijze, bijvoorbeeld voor administratieve zaken, bankzaken, boekingen, bestellingen, enz.

Uitspraken meest van toepassing betreffende mate waarop het bedrijf afhankelijk is van internet als verkoopskanaal

Iets meer dan de helft van de ondervraagde bedrijven maakt geen gebruik van internet als verkoopskanaal. 20% maakt gebruik van internet als verkoopskanaal maar gebruikt ook eveneens andere kanalen binnen het bedrijf. Voor 14% is het gebruik van internet als verkoopskanaal zéér belangrijk en nog eens 14% is zeer afhankelijk van internet omdat zij dit aanwenden als verkoopskanaal.

4.3.2 OVERHEID

Gemiddeld aantal ontvangen en aantal verstuurde postzendingen per week

De bevroegde overheidsdiensten laten weten in een gemiddelde week zo'n 728 administratieve postbrieven, 38 pakjes van minder dan 10 kilo en 190 geadresseerde reclamezendingen te versturen. Zelf ontvangen ze in een gemiddelde week ongeveer 548 administratieve postbrieven, 36 pakjes van minder dan 10 kilo en 47 geadresseerde reclamezendingen.

Gemiddelfrequentie versturing poststukken per week

95% van de publieke instanties verstuurt wekelijks administratieve post (79% dagelijks), 66% verstuurt wekelijks pakjes (18% dagelijks), en 35% wekelijks geadresseerde reclamezendingen (16% dagelijks).

Tabel 8: Frequentie verstuurde poststukken (publiek) – totaal

	Nooit	1 à 2 keer per week	3 à 4 keer per week	Iedere dag	Andere
	%	%	%	%	%
Administratieve post	5%	8%	6%	79%	2%
Geadresseerde reclamezendingen	54%	16%	3%	16%	12%
Pakjes	25%	37%	11%	18%	10%

Basis: alle respondenten (N=517)

Frankeermethode (meerdere methoden mogelijk)

De helft van de publieke instanties (52%) laat weten een frankeermachine te gebruiken. De tweede meest gebruikte frankeermethode is het gebruik van postzegels, met name door 27% van de publieke instanties. Voorts werkt 16% met UV (uitgestelde vergoeding) en 16% met port betaald (hetzij contractueel 11%, hetzij niet contractueel 5%).

Gebruik andere ondernemingen andere dan bpost voor postzendingen

Negen op de tien van de bevroegde overheidsbedrijven geeft aan uitsluitend op bpost beroep te doen voor het verzenden van administratieve post (89%) en geadresseerde reclamezendingen (90%). Iets minder, maar toch nog steeds acht op de tien (81%) maken uitsluitend gebruik van bpost voor het verzenden van pakjes.

Wijze waarop internet gebruikt wordt binnen de overheidsdienst

Aan de publieke instanties werd tevens gevraagd aan te geven op welke manier ze internet gebruiken. Hieruit blijkt dat 86% van de overheidsbedrijven het internet gebruikt om informatie te verspreiden. 4% heeft een webshop met producten /diensten die vervolgens met de post geleverd worden.

Uitspraken meest van toepassing betreffende mate waarop het bedrijf afhankelijk is van internet als verkoopskanaal

Zeven op de tien overheidsbedrijven gebruiken het internet niet als verkoopskanaal. 17% gebruikt het internet als verkoopskanaal, maar gebruikt eveneens andere kanalen binnen de overheidsdienst. Voor 7% tot slot is het internet als verkoopskanaal zeer belangrijk en 6% laat weten zeer afhankelijk te zijn van het internet omdat ze het aanwenden als verkoopskanaal.

Conclusies gebruik van postdiensten professionele gebruikers:

- Betreffende het gemiddeld aantal ontvangen en verzuurde postzendingen per week :
 - De private bedrijven ontvangen meer post (administratieve, pakjes, geadresseerde zendingen) dan ze versturen.
 - De bevroagde overheidsdiensten daarentegen versturen in een gemiddelde week meer poststukken dan dat ze ontvangen.
- Betreffende gemiddelde frequentie verzending poststukken per week :
 - 72% van de private bedrijven verzuurd nooit geadresseerde reclamezendingen, 59% van de bedrijven verzuurd nooit pakjes en 23% verzuurd nooit administratieve post. De meest vernoemde frequentie van verzending is 1 à 2 keer per week.
 - 95% van de publieke instanties verzuurd wekelijks administratieve post (79% dagelijks), 66% verzuurd wekelijks pakjes (18% dagelijks), en 35% verzuurd wekelijks geadresseerde reclamezendingen (16% dagelijks).
- Betreffende gebruik van ondernemingen andere dan bpost voor postzendingen :
 - 92% van de privé bedrijven maakt uitsluitend gebruik van bpost voor het versturen van administratieve post, 94% doet dit voor geadresseerde reclamezendingen. Voor het versturen van pakjes daarentegen maakt 24% van de bedrijven gebruik van andere ondernemingen/bedrijven dan bpost.
 - Een quasi gelijk aandeel overheidsdiensten geeft aan uitsluitend op bpost beroep te doen voor het verzenden van administratieve post (89%) en geadresseerde reclamezendingen (90%). Ook hier maken iets meer dan acht op de tien (81%) uitsluitend gebruik van bpost voor het verzenden van pakjes.
- Betreffende wijze waarop internet gebruikt wordt binnen het bedrijf :
 - 72% van de private bedrijven maakt gebruik van internet om informatie te verspreiden over hun bedrijf en hun activiteiten. 7% van de private ondernemingen verkoopt producten/diensten via e-shop die bezorgd worden met de post.
 - Bij de publieke instanties wordt een hoger aandeel genoteerd m.b.t. informatieverzpreiding middels internet, met name 86%. 4% van de publieke overheden heeft een webshop met producten /diensten die vervolgens met de post geleverd worden.
- Betreffende de mate waarop het bedrijf afhankelijk is van internet als verkoopskanaal :
 - Iets meer dan de helft van de ondervraagde ondernemingen maakt geen gebruik van internet als verkoopskanaal. Voor 14% is het gebruik van internet als verkoopskanaal zéér belangrijk en nog eens 14% is zeer afhankelijk van internet omdat zij dit aanwenden als verkoopskanaal.
 - Zeven op de tien overheidsdiensten gebruiken het internet niet als verkoopskanaal. 17% gebruikt het internet als verkoopskanaal, maar gebruikt eveneens andere kanalen binnen het bedrijf. Voor 7% is het internet als verkoopskanaal zeer belangrijk en 6% is zeer afhankelijk van het internet omdat ze het aanwenden als verkoopskanaal.

4.4 Toegankelijkheid van de postdiensten

Legale basis:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt dat de dichtheid van de dienstverleningspunten en de toegangspunten dienen te voldoen aan de behoeften van de gebruikers van de universele dienst.

Artikel 16 van het 5^{de} beheerscontract tussen De Staat en bpost bepaalt dat het retailnetwerk van bpost minstens uit 1300 postale service punten moet bestaan met een minimum van 650 postkantoren waarvan er minstens in elke gemeente zich 1 van bevindt.

Artikel 18 van datzelfde beheerscontract stipuleert overigens dat minimum 95% van de bevolking binnen 5 kilometer en minimum 98% binnen 10 kilometer, (via de weg) toegang moet hebben tot een postaal service punt met een basis assortiment.

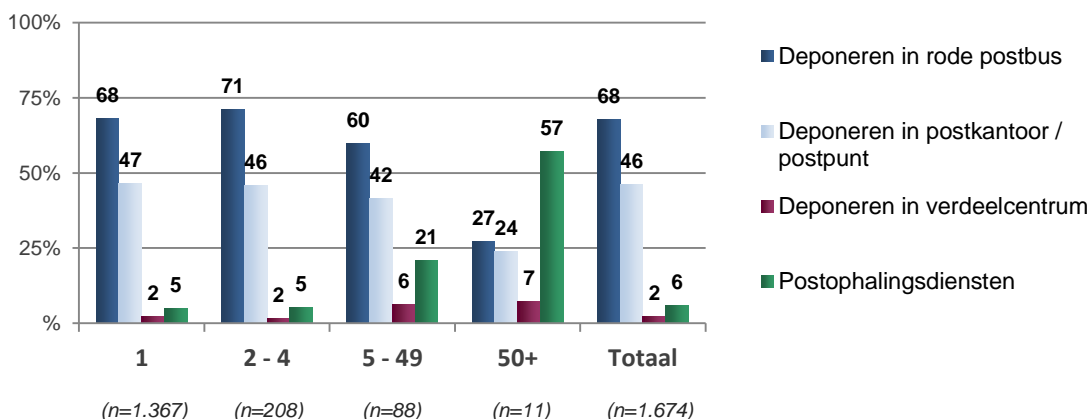
4.4.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

Wijze van versturen postzendingen

Voor het versturen van hun postzendingen maken de ondervraagde bedrijven voornamelijk gebruik van een rode postbus (68%) of een postkantoor of postpunt (46%). Slechts 6% doet een beroep op postophalingsdiensten en 2% brengt hun post naar een verdeelcentrum.

Deze cijfers verschillen evenwel (significant) naar grootte van het bedrijf: hoe meer werknemers een bedrijf telt, hoe vaker het beroep doet op postophalingsdiensten, en hoe minder vaak men de te versturen post in een rode postbus deponert.

Figuur 18 : Verzendingswijze van postzendingen (privaat) – naar aantal werknemers



Basis: alle respondenten (N=1.674)

Postverzamelpunt meest frequent gebruikt voor versturen postzendingen

De bedrijven die gebruik maken van een postverzamelpunt om hun postzendingen te versturen (94%), maken het vaakst gebruik van een rode postbus die het dichtst bij het bedrijf gelegen is (63%); in mindere mate maakt men gebruik van een rode postbus in een postkantoor of postpunt (25%) of nog een andere postbus in de buurt (9%). Slechts 1% maakt gebruik van een MassPost-centrum in de buurt van het bedrijf.

Belangrijkste element bij keuze postverzamelpunt

Van alle bevroagde bedrijven die aangaven hun te versturen postzendingen in een postverzamelpunt deponeren (94%), geven acht op de tien (80%) aan dat de keuze van het postverzamelpunt bepaald wordt door de locatie van het postverzamelpunt (dichtbij en goed beschikbaar), eerder dan door een later lichtingsuur (20%).

Frequentie van gebruik postophalingsdiensten

Eerder zagen we dat 103 van de 1.674 bevroagde bedrijven de te versturen postzendingen laat ophalen door een postophalingsdienst, zijnde 6%. Bij de helft van deze bedrijven gebeurt dit dagelijks (N=49), bij 9 bedrijven 3 à 4 keer per week, bij 19 bedrijven 1 à 2 keer per week en bij 26 bedrijven minder vaak.

Maximaal aanvaardbare afstand tot postverzamelpunt

Meer dan de helft van de bedrijven wil een postverzamelpunt op maximaal 1 km van het bedrijf: 43% van de bedrijven is bereid zich tot 500 meter te verplaatsen voor een postverzamelpunt, en voor 24% mag het postverzamelpunt 500 meter tot 1 km van het bedrijf gelegen zijn. Voorts heeft een vierde van de bedrijven (26%) er geen probleem mee zich tussen 1 en 3 km te verplaatsen naar het dichtst bij gelegen postverzamelpunt. Voor 7% mag het dichtstbijzijnde postverzamelpunt verder dan 3 km van het bedrijf gelegen zijn.

Tevredenheid met betrekking tot locatie postverzamelpunt

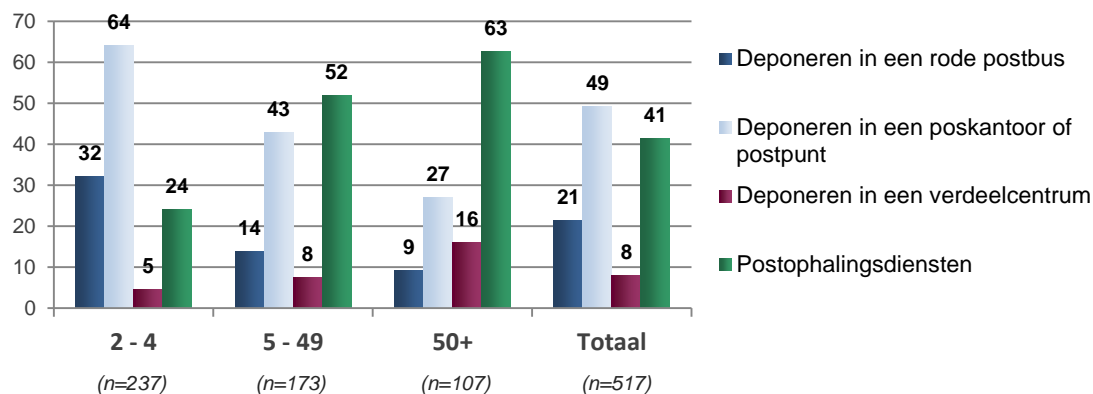
Zes op de tien van de bevroagde bedrijven (63%) laten weten tevreden te zijn over de locatie van het postverzamelpunt in de buurt van hun bedrijf: 22% is zeer tevreden, 41% is eerder tevreden. 14% van de bevroagde bedrijven is ontevreden over de locatie (6% zeer ontevreden en 8% eerder ontevreden), en 23% is noch tevreden, noch ontevreden.

4.4.2 OVERHEID

Wijze van versturen postzendingen

Vier op de tien van de bevroagde overheidsbedrijven (41%) doen beroep op een postophalingsdienst om hun post te versturen. Wie hier geen beroep op doet, gaat in de meeste gevallen de post deponeren in een postkantoor of postpunt (49%), deponeert de post in een rode postbus (21%), en/of brengt de post naar een verdeelcentrum (8%).

De grootte van de overheidsdienst speelt een belangrijke rol inzake de wijze van postverzending: de kleinste overheidsbedrijven (2 tot 4 werknemers) maken het minst gebruik van een postophalingsdienst brengen hun post ook minder vaak naar een verdeelcentrum dan de grotere. De kleinste overheidsbedrijven maken aldus vaker gebruik van een rode postbus voor het verzenden van hun post dan de grotere bedrijven.

Figuur 19: Verzendingswijze van postzendingen (publiek) - naar aantal werknemers

Basis: alle respondenten (N=517)

Postverzamelpunt meest frequent gebruikt voor versturen postzendingen

De overheidsdiensten die hun post naar een postverzamelpunt brengen, maken in de eerste plaats gebruik van een postbus in een postkantoor of postpunt (45%). 34% maakt gebruik van de postbus die het dichtstbij gelegen is. In mindere mate maakt men gebruik van nog een andere postbus in de buurt (5%) of nabijgelegen een MassPost-centrum (4%).

Belangrijkste element bij keuze postverzamelpunt

Overheidsbedrijven die hun post (soms) naar een postverzamelpunt brengen, laten zich bij de keuze hiervan in hoofdzaak leiden door de locatie (dichtbij en goed bereikbaar) (85%), eerder dan door een later lichtingsuur (15%).

Frequentie van gebruik postophalingsdiensten

De meeste overheidsbedrijven die hun te versturen post laten ophalen door een ophalingsdienst, maken hier iedere dag gebruik van (94%) of minstens een keer per week (6%). Slechts een bedrijf maakt nog minder vaak gebruik van de ophalingsdienst, met name een keer om de twee weken.

Maximaal aanvaardbare afstand tot postverzamelpunt

Op de vraag wat de maximale afstand is dat men bereid is af te leggen tot het dichtstbijzijnde postverzamelpunt, antwoordt iets meer dan de helft van de bevroegde overheidsbedrijven (57%) dat het postverzamelpunt binnen een straal van 500 meter moet beschikbaar zijn. 22% is bereid zich 500 meter tot 1 kilometer te verplaatsen om de post te deponeren, 16% wil een postverzamelpunt in een straal van maximaal 1 tot 3 kilometer, en 5% is bereid zich meer dan 3 kilometer te verplaatsen naar het dichtstbij gelegen postverzamelpunt.

Tevredenheid met betrekking tot locatie postverzamelpunt

Zeven op de tien van de bevroegde overheidsbedrijven zijn tevreden (35% zelfs zeer tevreden) over de locatie van een postverzamelpunt in hun buurt. Iets meer dan 1 op 10 (12%) is ontevreden; 18% neemt een neutrale houding aan.

Conclusies toegankelijkheid van de postdiensten voor professionele gebruikers:

- Betreffende wijze van versturen van postzendingen :
 - De private bedrijven maken hierbij voornamelijk gebruik van een rode postbus (68%) of een postkantoor of postpunt (46%). Slechts 6% doet een beroep op postophalingsdiensten en 2% brengt hun post naar een verdeelcentrum (zoals een MassPost-centrum in de buurt van het bedrijf).
 - Bij de publieke instanties doet 41% beroep op een postophalingsdienst. Wie hier geen beroep op doet, gaat de post deponeren in een postkantoor of postpunt (49%), in een rode postbus (21%), en/of brengt de post naar een verdeelcentrum (8%).
- Betreffende postverzamelpunt dat meest frequent wordt gebruikt om postzendingen te versturen :
 - De private bedrijven die gebruik maken van een postverzamelpunt om hun postzendingen te versturen (94%), maken het vaakst gebruik van een rode postbus die het dichtst bij het bedrijf gelegen is (63%).
 - De overheidsdienst die hun post naar een postverzamelpunt brengt, maakt in de eerste plaats gebruik van een postbus in een postkantoor of postpunt (45%) en 34% maakt gebruik van de postbus die het dichtstbij gelegen is.
- Betreffende het belangrijkste element bij keuze van een postverzamelpunt :
 - Voor acht op tien van de private bedrijven die gebruik maken van een postverzamelpunt om hun post te versturen wordt de keuze van het postverzamelpunt bepaald door de locatie van het postverzamelpunt (dichtbij en goed beschikbaar), eerder dan door een later lichtingsuur (20%).
 - Overheidsdiensten die hun post naar een postverzamelpunt brengen, laten zich bij de keuze hiervan eveneens in hoofdzaak leiden door de locatie (dichtbij en goed bereikbaar) (85%), eerder dan door een later lichtingsuur (15%).
- Betreffende de maximaal aanvaardbare afstand tot een postverzamelpunt :
 - Bijna zeven van de tien private ondernemingen willen een postverzamelpunt op maximaal 1 km van het bedrijf: 43% van de bedrijven is bereid zich tot 500 meter te verplaatsen, en voor 24% mag het postverzamelpunt 500 meter tot 1 km van het bedrijf gelegen zijn.
 - Bij de publieke instanties willen acht van de tien bedrijven op maximaal 1 km van de dienst een postverzamelpunt : 57% wil dit binnen een straal van 500 meter en 22% is bereid zich 500 meter tot 1 kilometer te verplaatsen om de post te deponeren.
- Betreffende de tevredenheid met betrekking tot de locatie van een postverzamelpunt :
 - 63% van de bevraagde privé bedrijven stelt tevreden te zijn over de locatie van het postverzamelpunt in de buurt van hun bedrijf; 14% is ontevreden over de locatie.
 - Voor wat de publieke instanties betreft, 70% is tevreden over de locatie van een postverzamelpunt in de buurt. 12% is ontevreden.

4.5 Gedragsverandering

4.5.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

Evolutie versturen van administratieve post in komende 3 jaar

Iets meer dan de helft van de bevroagde bedrijven verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel administratieve post te versturen in vergelijking met vandaag. Drie op de tien bedrijven (29%) verwachten een afname (12% zelfs een sterke afname). 14% verwacht in de komende 3 jaar meer administratieve post te versturen ten opzichte van vandaag.

Evolutie versturen van geadresseerde reclamezendingen in komende 3 jaar

Ook voor wat betreft geadresseerde reclamezendingen verwachten zes op de tien bedrijven (62%) in de komende 3 jaar ongeveer evenveel te versturen in vergelijking met vandaag. Drie op de tien bedrijven (31%) verwachten een afname (23% zelfs een sterke afname). Slechts 8% verwacht in de komende 3 jaar meer geadresseerde reclamezendingen te versturen ten opzichte van vandaag.

Evolutie versturen van pakjes in komende 3 jaar

Tot slot ligt ook het verwacht aantal te versturen pakjes in dezelfde lijn: 66% verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel pakjes te versturen in vergelijking met vandaag, 20% van de bedrijven verwacht een afname en 15% verwacht in de komende 3 jaar meer pakjes te verzenden in vergelijking met vandaag.

Attitude ten opzichte van 'Ons bedrijf zal altijd zaken met post moeten versturen'

Zes op de tien van de bevroagde bedrijven (64%) gaat akkoord met de uitspraak dat hun bedrijf altijd bepaalde zaken met de post zal moeten versturen; 21% neemt een neutrale houding en 15% geeft aan niet akkoord te zijn.

4.5.2 OVERHEID

Evolutie versturen van administratieve post in komende 3 jaar

64% van de bevroagde publieke organisaties verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel administratieve post te versturen in vergelijking met vandaag. Een op vijf (22%) verwacht een afname (slechts 5% een sterke afname). 15% verwacht in de komende 3 jaar meer administratieve post te versturen ten opzichte van vandaag.

Evolutie versturen van geadresseerde reclamezendingen in komende 3 jaar

Voor wat betreft geadresseerde reclamezendingen, ook hier verwacht het merendeel van de ondervraagden (70%) in de komende 3 jaar ongeveer evenveel te versturen in vergelijking met vandaag. Een kwart van de organisaties (24%) verwacht een afname. Slechts 6% verwacht in de komende 3 jaar meer geadresseerde reclamezendingen te versturen ten opzichte van vandaag.

Evolutie versturen van pakjes in komende 3 jaar

80% van de respondenten verwacht meer pakjes te versturen in de komende 3 jaar in vergelijking met vandaag. 13% van de publieke organisaties verwacht een afname en 7% verwacht in de komende 3 jaar meer pakjes te verzenden in vergelijking met vandaag.

Attitude ten opzichte van 'Ons bedrijf zal altijd bepaalde zaken met de post moeten versturen'

86% van de ondervraagde publieke instellingen gaat akkoord met de uitspraak dat hun organisatie altijd bepaalde zaken met de post zal moeten versturen; 10% neemt een neutrale houding en 4% geeft aan niet akkoord te zijn.

Conclusies gedragsverandering voor professionele gebruikers:

- Betreffende verwachte evolutie van versturen administratieve post in komende 3 jaar :
 - 57% van de bevroagde private bedrijven verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel administratieve post te versturen in vergelijking met vandaag (juli 2015). 29% verwacht een afname en 14% verwacht in de komende 3 jaar meer administratieve post te versturen ten opzichte van vandaag.
 - 64% van de bevroagde publieke organisaties verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel administratieve post te versturen in vergelijking met vandaag. 21% verwacht een afname en 15% verwacht een stijging.
- Betreffende verwachte evolutie van versturen geadresseerde reclamezendingen in komende 3 jaar:
 - 62% van de private bedrijven verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel te versturen in vergelijking met vandaag. 31% verwacht een afname en 8% verwacht in de komende 3 jaar meer geadresseerde reclamezendingen te versturen ten opzichte van vandaag.
 - 70% van de ondervraagde overheidsdiensten verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel zendingen te versturen in vergelijking met vandaag. 24% verwacht een afname en 6% verwacht in de komende 3 jaar een toename ten opzichte van vandaag.
- Betreffende verwachte evolutie van versturen van pakjes in komende 3 jaar :
 - 66% van de private ondernemingen stelt in de komende 3 jaar ongeveer evenveel pakjes te versturen in vergelijking met vandaag, 20% van de bedrijven verwacht een afname en 15% verwacht een stijging.
 - 80% van de publieke instanties verwacht in de komende 3 jaar ongeveer evenveel pakjes te versturen in vergelijking met vandaag. 13% van de publieke organisaties verwacht een afname en 7% verwacht in de komende 3 jaar meer pakjes te verzenden in vergelijking met vandaag.
- Dat men altijd bepaalde zaken met de post zal moeten versturen wordt door 64% van de private bedrijven en 86% van de publieke organisaties beaamd. 21% van de privé ondernemingen neemt een neutrale houding aan tegenover 10% van de publieke instanties.

4.6 Verbeteringen

Legale basis:

Ophaling en distributie :

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat er minimaal 5 werkdagen per week een lichting en een verdeling plaatsvindt van de postale diensten die vallen onder de universele dienst. In geval van uitzonderlijk geachte omstandigheden of geografische situaties is het mogelijk om hiervan af te wijken.*

4.6.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

Voorkeur t.a.v. mogelijke veranderingen bij postdiensten

Indien bedrijven mogen kiezen welke elementen ze zouden veranderen bij de postdiensten, opteert men in de eerste plaats voor lagere tarieven (37%), in gelijke mate gevolgd door een later lichtingsuur in de postverzamelpunten (24%), bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (21%) en bezorging van de post op een vroeger tijdstip (19%). Slechts 8% heeft graag een postverzamelpunt dicht bij het bedrijf gezien. Een vijfde van de bedrijven (20%) zou helemaal niets veranderen en laat verstaan tevreden te zijn over bovenvermelde elementen.

Verandering bij de postdiensten met de grootste voorkeur

Indien men uit alle mogelijke veranderingen degene moet kiezen waaraan het bedrijf de meeste voorkeur geeft, blijken dit lagere tarieven te zijn (31%). Op een gedeelte tweede plaats vinden we een veel later lichtingsuur van de postverzamelpunten (18%) en een bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (17%). De top drie wordt afgesloten door een postbezorging op een vroeger tijdstip (13%).

Verandering bij de postdiensten met de grootste negatieve impact

Aan de bedrijven werd tevens gevraagd uit een lijst van mogelijke veranderingen, deze aan te duiden die voor hun bedrijf de meest negatieve impact zou hebben. De meest aangeduide verandering in negatieve zin (door 16% van de bedrijven) is het verminderen van de postbezorging tot 4 dagen per week, op de voet gevolgd door de afschaffing van postverzamelpunten in de nabijheid van het bedrijf (15%) en de prijs van een postzegel vastgelegd op 1 euro (13%).

Zeker het vermelden waard is dat voor een derde van de bevroegde bedrijven (34%) geen enkele van de opgesomde mogelijke veranderingen een negatieve impact zou hebben op de werking / activiteiten van het bedrijf.

Mate van negatieve impact m.b.t. veranderingen bij de postdiensten

De vaakst vernoemde mogelijke verandering die de meest negatieve impact zou hebben, is het **verminderen van de frequentie van bezorging** van de post tot vier dagen per week; met name door 16% van de respondenten, zijnde 244 van de 1.674 bedrijven. Voor 18% van hen zou deze frequentievermindering een sterke impact hebben op de activiteiten van het bedrijf en hen vrijwel onbereikbaar maken. Voorts laat ook iets meer dan de helft (55%) weten dat dit een groot ongemak zou betekenen. Voor 28% van de bedrijven (zijnde 68 bedrijven) zou het ongemak beperkt blijven of zelfs helemaal geen impact hebben.

We zagen reeds dat voor 15% van de bedrijven, zijnde 230 van de 1.674 bedrijven, het **afschaffen van postverzamelpunten** in de nabijheid van het bedrijf de meest negatieve verandering zou zijn. Voor iets meer dan de helft van deze bedrijven (56%) zou dit een groot ongemak betekenen, hoewel ze een manier zouden vinden om het probleem op te lossen. Voor 5% zou het zelfs een zeer sterke impact hebben op de activiteiten van het bedrijf en betekenen dat ze onbereikbaar zouden zijn voor de personen / bedrijven die ze moeten contacteren. Voor 36% zou dit eerder een klein ongemak betekenen en 4% zou hier weinig of geen invloed van ondervinden.

De derde vaakst vernoemde mogelijke verandering die de meest negatieve impact zou hebben, is het **vastleggen van de prijs van een postzegel op 1 euro**, met name door 13% van de bedrijven (of nog 203 van de 1.674 bedrijven). 12% van hen laat weten dat de prijszetting een zeer sterke negatieve impact zou hebben op de activiteiten van hun bedrijf en voor 35% zou het een groot ongemak zijn. Voor de helft echter (53%) zou het eerder een klein ongemak betekenen of zelfs weinig tot geen impact hebben.

4.6.2 OVERHEID

Voorkeur t.a.v. mogelijke veranderingen bij postdiensten

Lagere tarieven is de verandering in de postdiensten die door de diverse publieke gebruikers het meest wordt vernoemd (44%). Een veel later lichtingsuur in de postverzamelpunten wordt door 17% van de ondervraagden aangeduid en 15% opteert voor de bezorging van de post op een vroeger tijdstip dan nu. Een kwart van de respondenten geeft aan niets te willen veranderen.

Verandering bij de postdiensten met de grootste voorkeur

Indien men uit alle mogelijke veranderingen degene moet kiezen waaraan men de meeste voorkeur geeft, blijken dit lagere tarieven te zijn (34%). Op een tweede plaats vinden we de bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week. Postbezorging op een vroeger tijdstip alsook een veel later lichtingsuur van de postverzamelpunten worden door 10% van de respondenten uitverkoren.

Een postverzamelpunt veel dichterbij ons bedrijf komt slechts voor 4% van de ondervraagden op de eerste plaats.

19% van de publieke respondenten verkiest "niets / geen verandering".

Verandering bij de postdiensten met de grootste negatieve impact

Aan de publieke instellingen werd tevens gevraagd uit een lijst van mogelijke veranderingen, deze aan te duiden die voor hun bedrijf de meest negatieve impact zou hebben. De meest aangeduide verandering in negatieve zin (door 30% van de ondervraagden) is het verminderen van de postbezorging tot 4 dagen per week. 16% vermeldt op de eerste plaats de afschaffing van postverzamelpunten in de nabijheid van het bedrijf en voor 10% van de ondervraagden heeft de prijs van een postzegel vastgelegd op 1 euro de meest negatieve impact.

Eén op vijf van de respondenten stelt dat geen enkele van de opgegeven veranderingen een impact zal hebben op de activiteiten van de instelling.

Mate van negatieve impact m.b.t. veranderingen bij de postdiensten

De vaakst vernoemde mogelijke verandering die de meest negatieve impact zou hebben, is het **verminderen van de frequentie van bezorging van de post tot vier dagen per week**; met name door 30% van de respondenten, zijnde 114 van de 517 publieke instellingen. Voor bijna de helft van hen (48%) zou deze frequentievermindering een sterke impact hebben op de activiteiten van de instelling en hen vrijwel onbereikbaar maken. Verder laat ook 39% weten dat dit een groot ongemak zou betekenen maar men zou een alternatief vinden (om het probleem op te lossen).

Voor 23% van de overheidsdiensten (zijnde N=20) zou het ongemak beperkt blijven of zelfs helemaal geen impact hebben.

We hebben vastgesteld dat voor 16% van de publieke gebruikers, zijnde 78 van de 517 organisaties, het **afschaffen van postverzamelpunten in de nabijheid van het bedrijf** de meest negatieve verandering zou zijn. Voor bijna drie kwart van deze instellingen (72%) zou dit een groot ongemak betekenen, hoewel ze een manier zouden vinden om het probleem op te lossen. Voor 18% zou het zelfs een zeer sterke impact hebben op de activiteiten van het bedrijf en betekenen dat ze onbereikbaar zouden zijn voor de personen / bedrijven die ze moeten contacteren.

Voor 9% zou dit eerder een klein ongemak betekenen en 1% zou hier weinig of geen invloed van ondervinden.

Conclusies verbeteringen postdiensten voor professionele gebruikers:

- Betreffende voorkeur t.a.v. mogelijke veranderingen in de postdiensten :
 - 37% van de private bedrijven opteert in de eerste plaats voor lagere tarieven, in gelijke mate gevolgd door een later lichtingsuur in de postverzamelpunten (24%), bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (21%) en bezorging van de post op een vroeger tijdstip (19%). Slechts 8% heeft graag een postverzamelpunt dichterbij het bedrijf gezien. Een vijfde van de bedrijven (20%) zou helemaal niets veranderen en is blijikbaar tevreden over bovenvermelde elementen.
 - Lagere tarieven is de verandering in de postdiensten die eveneens door de diverse publieke gebruikers het meest wordt vernoemd (44%). Een veel later lichtingsuur in de postverzamelpunten wordt door 17% van de ondervraagden aangeduid en 15% opteert voor de bezorging van de post op een vroeger tijdstip dan nu. Een kwart van de respondenten geeft aan niets te willen veranderen.
- Betreffende verandering bij de postdiensten met de grootste voorkeur :
 - Indien men uit alle mogelijke veranderingen de verandering moet kiezen waaraan het bedrijf de meeste voorkeur geeft, dan kan eenzelfde top 3 in dezelfde rang van voorkeur genoteerd worden als hierboven : lagere tarieven (31%), een veel later lichtingsuur van de postverzamelpunten (18%) en een bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (17%).
 - Dit geldt tevens voor de publieke instanties : lagere tarieven (34%), de bezorging en ophaling van de post 6 dagen per week (25%), postbezorging op een vroeger tijdstip (10%), een veel later lichtingsuur van de postverzamelpunten (10%).
- Betreffende de verandering in de postdiensten met de grootste negatieve impact :
 - De verandering in de postdiensten die de grootste negatieve impact zou hebben voor de onderneming, is het verminderen van de postbezorging tot 4 dagen per week (aangeduid door 16% van de bedrijven), gevolgd door de afschaffing van postverzamelpunten in de nabijheid van het bedrijf (15%) en de prijs van een postzegel vastgelegd op 1 euro (13%).
 - De meest aangeduide verandering in negatieve zin door de publieke instellingen is het verminderen van de postbezorging tot 4 dagen per week (aangeduid door 30% van de respectievelijke ondervraagden). 16% vermeldt op de eerste plaats de afschaffing van postverzamelpunten in de nabijheid van het bedrijf en voor 10% van de ondervraagde overheidsdiensten heeft de prijs van een postzegel vastgelegd op 1 euro de meest negatieve impact.

4.7 Voorkeuren, behoeften en betalingsbereidheid

4.7.1 PRIVATE ONDERNEMINGEN

4.7.1.1. BETALINGSBEREIDHEID VAN PRIVATE ONDERNEMINGEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN ADMINISTRATIEVE POST

Naar analogie met de analyse voor de particulieren, bespreken we in wat volgt voor de private ondernemingen de betalingsbereidheid aangaande postdiensten en de daaruit voortvloeiende voorkeuren en behoeften.

In de onderstaande tabellen wordt de betalingsbereidheid in percentages weergegeven, aangezien de prijs van de universele postdienst niet uniform is voor alle ondernemingen maar afhankelijk is van het volume van poststukken per onderneming.

Indien de resultaten niet significant of eenduidig zijn, worden ze niet besproken.

Legale basis:

Tarieven:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat de prijzen van de postdiensten die onder de universele dienst vallen betaalbaar zijn voor alle gebruikers.*

Uit de analyse blijkt dat de ondernemingen een behoefte hebben aan een grotere zekerheid over de dag waarop hun post gaat toekomen bij de bestemming.¹⁸

De voorkeur van de plaats waar het bedrijf haar post deponeert, gaat uit naar het postkantoor of een postpunt. Er wordt een belangrijke prijscompensatie gevraagd indien het bedrijf haar post moet gaan afleveren in een MassPost-centrum of een nationaal sorteercentrum. Dit is reeds van toepassing: een klant van bpost kan met name genieten van voorkeurstarieven indien een bepaald volume wordt gedeponneerd in een MassPost-centrum of een nationaal sorteercentrum.

Betreffende het aantal bezorgingen per week, blijkt dat de ondernemingen hier geen daling wensen. Hoe minder bezorgingen per week, hoe lager de betalingsbereidheid.

Legale basis:

Ophaling en distributie:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat er minimaal 5 werkdagen per week een lichte en een verdeling plaatsvindt van de postale diensten die vallen onder de universele dienst. In geval van uitzonderlijk geachte omstandigheden of geografische situaties is het mogelijk om hiervan af te wijken.*

¹⁸ Een betrouwbaarheid van verzendingstermijn van 99% - day-certain levering van 99% – betekent dat men met 99% zekerheid weet op welke dag de verstuurde post gaat toekomen bij de bestemming.

Tabel 9 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van administratieve post – private ondernemingen (in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	2,16	
	D+5	-9,16	*
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	12,42	***
	99%	15,47	***
Plaats van bezorging voor de bestemming	Thuis (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-1,96	
Plaats van bezorging van post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-3,35	
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor of een postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	-87,48	***
	In een nationaal sorteercentrum	-75,87	***
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	-38,47	***
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-18,27	***
	3 dagen + zaterdag	-23,71	***
	4 dagen	-12,23	
	4 dagen + zaterdag	-31,38	***
Aantal lichteningen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	3,44	
	4 dagen	-2,96	
	6 dagen	-2,51	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.1.2. BETALINGSBEREIDHEID VAN PRIVATE ONDERNEMINGEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN DIRECT MAIL

De resultaten tonen aan dat de ondernemingen zeer veel belang hechten aan een 'dag-zekere' levering. Bij het versturen van de Direct Mail wensen de ondernemingen dat de bestemming deze thuis of in de zetel van het bedrijf ontvangt.

De private bedrijven vertonen een sterke behoefte om hun reclamezendingen tegen de huidige tarieven te deponeren in het postkantoor of een postpunt ofwel deze in een MassPost-centrum of nationaal sorteercentrum af te leveren indien hiervoor prijscompensaties worden gegeven (zoals dit reeds het geval is).

Betreffende het aantal bezorgingen per week, blijken 3 bezorgingen per week voor de ondernemingen voldoende te zijn (met een bezorging op zaterdag).

Tabel 10 : Betalingsbereidheid voor het versturen, ontvangen van Direct Mail– private ondernemingen (in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	4,35	
	D+5	-25,37	***
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	28,89	***
	99%	51,61	***
Plaats van bezorging voor de bestemming	Thuis of hoofdzetel ontvanger (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-15,41	***
Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	5,42	
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor of een postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	-70,41	***
	In een nationaal sorteercentrum	-41,16	***
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	-28,21	***
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	20,45	***
	3 dagen + zaterdag	25,14	***
	4 dagen	15,87	***
	4 dagen + zaterdag	4,89	
Aantal lichten per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	6,92	
	4 dagen	-26,43	***
	6 dagen	0,18	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.1.3. BETALINGSBEREIDHEID VAN PRIVATE ONDERNEMINGEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN PAKJES

Uit de analyse betreffende de betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes blijkt dat de private ondernemingen een grote behoefte hebben aan een verzendingstermijn van D+1.

Betreffende de pakjes die men verstuurt kan vastgesteld worden dat de voorkeur uitgaat naar een bezorging op het thuisadres of zetel van de ontvanger; de pakjes die bestemd zijn voor het bedrijf zelf, wenst men te ontvangen in de zetel van het bedrijf.

De ondernemingen wensen hun pakjes te deponeren in een MassPost-centrum of rechtstreeks te laten ophalen bij het bedrijf zelf.

Verder blijkt uit de analyse dat drie à vier bezorgingen per week tegemoetkomen aan de behoeften van de ondernemingen en men wenst geen daling van het aantal lichten van pakjes per week.

Tabel 11 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes– private ondernemingen (in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	-71,41	***
	D+5	-97,87	***
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95%(basis)	0,00	
	90%	-13,11	
	99%	-12,14	*
Plaats van bezorging voor de bestemming	Thuis of hoofdzetel ontvanger (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-32,02	***
Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-20,03	***
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor of een postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	52,72	***
	In een nationaal sorteercentrum	6,81	
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	67,38	***
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	29,00	**
	3 dagen + zaterdag	28,58	**
	4 dagen	-2,71	
	4 dagen + zaterdag	-6,73	

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Aantal lichten per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-86,21	***
	4 dagen	-81,30	***
	6 dagen	-88,36	***
Uren van bezorging	9u-17u (basis)	0,00	
	7u-21u	-2,98	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.1.4. BETALINGSBEREIDHEID VAN PRIVATE ONDERNEMINGEN VOOR DE POSTALE DIENSTPUNTEN

Legale basis:

Toegang tot het netwerk :

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt dat de dichtheid van de dienstverleningspunten en de toegangspunten dienen te voldoen aan de behoeften van de gebruikers van de universele dienst.

Artikel 18 van het 5de beheerscontract stipuleert overigens dat minimum 95% van de bevolking maximaal binnen 5 kilometer en minimum 98% binnen 10 kilometer, (via de weg) toegang moet hebben tot een postaal service punt met een basis assortiment.

De ondernemingen blijken tevreden te zijn met het basisaanbod aan diensten in de postale dienstpunten alsook met de huidige openingsuren van het postale dienstpunt.

Meer belang gaat uit naar de nabijheid van het dienstpunt (afstand van het bedrijf tot het dienstpunt), vanaf 3 kilometer geldt: hoe groter de afstand, hoe lager de betalingsbereidheid.

Tabel 12 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – private ondernemingen(in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Afstand plaats bedrijf tot dichtstbijzijnde dienstpunt	Minder dan 1km (basis)	0,00	
	1 tot 2,99 km	-1,86	
	3 tot 5,99 km	-17,32	***
	6 tot 9,99 km	-77,68	***
	Meer dan 10 km	-89,80	***
Beschikbare diensten	Basis postdiensten (basis)	0,00	
	Volledige postdiensten + financiële diensten	-2,51	
	Volledige postdiensten + financiële diensten + andere diensten	-14,65	**

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Openingsuren van de dienstpunten	7u/dag maandag tot vrijdag + 4u/zaterdag (basis)	0,00	
	4u/dag maandag tot vrijdag (afwisseling voor-/namiddag)	-44,76	***
	7u/dag maandag tot vrijdag	-24,99	***
	9u/dag maandag tot vrijdag	-3,82	
	9u/dag maandag tot vrijdag + 6u/zaterdag	-9,78	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.1.5. CONCLUSIE BETALINGSBEREIDHEID PRIVATE ONDERNEMINGEN

In bijgevoegde tabel worden de onderscheiden aspecten van de universele postdienst weergegeven in functie van de mate van de betalingsbereidheid hiervoor. In de kolommen wordt telkens aangegeven voor wie welke postdienst belangrijk is. Bijvoorbeeld : er is een hoge betalingsbereidheid (een hoge mate van belangrijkheid) vanwege de ondernemingen betreffende de afstand tot het dichtstbijzijnde postdienstpunt voor de zender.

De tabel geeft een overzicht van het belang van de verschillende aspecten. Er is een ranking gemaakt op basis van het gewicht van de berekende betalingsbereidheid (zie coëfficiënten betalingsbereidheid voorgaande tabellen).

Een matige betalingsbereidheid betekent dat de betalingsbereidheid ligt tussen de waarden 0,01 en 0,5. Als de betalingsbereidheid zich situeert tussen 0,6 en 1, dan is er een hoge betalingsbereidheid en bij een zeer hoge betalingsbereidheid bedraagt de waarde meer dan 1.

Zoals reeds vermeld, wordt in de kolommen aangegeven welk aspect van de universele postdienst voor wie – zijnde de zender, de postdienst of de ontvanger - belangrijk is.

Zo kan vastgesteld worden dat de variabelen afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt, plaats waar het bedrijf haar brieven & pakjes & Direct Mail deponeert belangrijk zijn voor de 'Zender' maar het grootste belang (cfr. hoge betalingsbereidheid) gaat uit naar de afstand tot dichtstbijzijnde dienstpunt en plaats waar het bedrijf haar brieven en pakjes deponeert.

Wat betreft de postdienst zelf, wordt de grootste behoefte vastgesteld voor het aantal lichten per week van pakjes en de verzendingstermijn van de pakjes en hiervoor is de betalingsbereidheid dan ook hoog.

Voor de ontvanger wordt er belang gehecht aan de plaats van bezorging voor de bestemming maar ook voor het bedrijf zelf en aan de uren van bezorging van pakjes. Dit belang is evenwel niet zo groot gelet op de matige betalingsbereidheid hiervoor.

Tabel 13 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van de mate van hun betalingsbereidheid - private professionele gebruikers

	Zender	Postdienst	Ontvanger
Zeer hoge Betalingsbereidheid			
Hoge betalingsbereidheid	Afstand tot het dichtstbijzijnde postale dienstpunt	Aantal lichteningen per week (pakjes)	
	Plaats waar bedrijf haar post deponeert (brieven & pakjes)	Verzendingstermijn (pakjes)	
Matige betalingsbereidheid	Plaats waar bedrijf haar post deponeert (Direct Mail)	Aantal bezorgingen per week (brieven, Direct Mail, pakjes)	Plaats van bezorging van de post voor de bestemming (brieven, Direct Mail, pakjes)
		Verzendingstermijn (brieven, Direct Mail)	
		Betrouwbaarheid van verzendingstermijn (brieven, Direct Mail, pakjes)	Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf (brieven, Direct Mail, pakjes)
		Aantal lichteningen per week (brieven, Direct Mail)	Uren van bezorging (pakjes)
Geen betalingsbereidheid			

Conclusies betalingsbereidheid private ondernemingen

- *Betreffende het versturen en ontvangen van administratieve post:*
 - *Bedrijven hebben een behoefte aan een grotere zekerheid te weten wanneer hun post gaat toekomen bij de bestemming maar de betalingsbereidheid voor de verzendingstermijn is matig.*
 - *De ondernemingen geven de voorkeur aan bezorging van hun post in de zetel van het bedrijf 5 dagen per week.*
 - *De plaats waar het bedrijf haar post deponeert dient niet te veranderen; de ondernemingen geven hier de voorkeur aan een postkantoor of een postpunt. Er wordt ook een hoge betalingsbereidheid voor dit aspect van de postdienst vastgesteld.*
- *Betreffende het versturen en ontvangen van Direct Mail:*
 - *De ondernemingen hechten zeer veel belang aan een 'dag-zekere' levering.*
 - *Betreffende de plaats van bezorging voor de bestemming, de ondernemingen wensen hier een levering aan huis/hoofdzetel van de ontvanger.*
 - *De plaats waar het bedrijf haar post bij voorkeur deponeert blijkt het postkantoor of postpunt te zijn; ofwel een MassPost-centrum of nationaal sorteercentrum indien hier kortingen worden gegeven (zoals thans het geval is).*
 - *Drie bezorgingen per week blijken voldoende te zijn voor de private ondernemingen.*

- *Wat betreft het versturen en het ontvangen van pakjes :*
 - *De ondernemingen hebben een grote behoefte aan een verzendingstermijn van D+1. De verzendingstermijn voor pakjes heeft ook een hoge betalingsbereidheid.*
 - *Pakjes die de ondernemingen ontvangen, dienen afgeleverd te worden in de zetel van het bedrijf.*
 - *De ondernemingen wensen hun pakjes te deponeren in een MassPost-centrum of rechtstreeks te laten ophalen bij het bedrijf zelf. Er wordt hier ook een hoge betalingsbereidheid voor dit aspect van de postdienst vastgesteld.*
 - *Drie à vier bezorgingen per week voldoen aan de behoeften van de ondernemingen.*
 - *De ondernemingen wensen geen daling inzake het aantal huidig vastgelegde lichten per week. De onderneming laten voor dit aspect een hoge betalingsbereidheid noteren.*

- *Betreffende de postale dienstpunten:*
 - *De ondernemingen blijken veel belang te hechten aan de afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt. Dit groot belang vertaalt zich tevens in een hoge betalingsbereidheid.*
 - *Zij zijn tevreden met het basisaanbod aan diensten.*
 - *Verder blijken de ondernemingen ook tevreden te zijn met de huidige openingsuren van het dienstpunt*

4.7.2 OVERHEID

4.7.2.1. BETALINGSBEREIDHEID VAN PUBLIEKE INSTELLINGEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN ADMINISTRATIEVE POST

Zoals dit ook het geval was bij de ondernemingen, wordt in de bijgevoegde tabel de betalingsbereidheid van de publieke instellingen in percentages weergegeven aangezien de prijs van de universele postdienst niet uniform is voor alle publieke diensten maar afhankelijk is van het volume van poststukken per overheidsdienst.

Indien de resultaten niet significant of eenduidig zijn, worden ze niet besproken.

Legale basis:

Tarieven:

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt dat de prijzen van de postdiensten die onder de universele dienst vallen betaalbaar zijn voor alle gebruikers.

De publieke diensten blijken bereid te zijn hun post te ontvangen in een beveiligde postbus in een openbare plaats.

Zoals ook vastgesteld bij de private ondernemingen, gaat de voorkeur van plaats van deponeren van de post uit naar het postkantoor of een postpunt. Indien de post moet afgeleverd worden in een MassPost-centrum of een nationaal sorteercentrum, dan dienen kortingen gegeven te worden.

Tabel 14 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van administratieve post – publieke instellingen (in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	8,93	
	D+5	-19,26	
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	0,14	
	99%	9,41	
Plaats van bezorging voor de bestemming	Thuis (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-15,10	
Plaats van bezorging van post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	27,55	***
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor of een postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	-112,04	***
	In een nationaal sorteercentrum	-103,85	***
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	-38,22	***

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-25,21	**
	3 dagen + zaterdag	-32,62	***
	4 dagen	7,68	
	4 dagen + zaterdag	-61,02	***
Aantal lichteningen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-10,25	
	4 dagen	-6,64	
	6 dagen	-12,63	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.2.2. BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PUBLIEKE DIENSTEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN DIRECT MAIL

De publieke diensten hechten geen belang aan de verzendingstermijn voor het versturen en ontvangen van Direct Mail. Hiertegenover staat dat openbare diensten belang hechten aan een day-certain levering.

De publieke diensten bezorgen liever de Direct Mail bij de mensen thuis of op de hoofdzetel van de ontvanger dan in een brievenbus in een openbare plaats.

Het postkantoor of het postpunt is dan weer de plaats waar het bedrijf bij voorkeur, tenzij korting, haar post deponeert.

Een daling van de bezorgfrequentie tot 4 bezorgingen per week lijkt aanvaardbaar te zijn voor de publieke diensten.

Tabel 15 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van Direct Mail– publieke instellingen (in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	16,58	
	D+5	-21,83	
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	20,04	
	99%	36,92	*
Plaats van bezorging voor de ontvanger	Thuis of hoofdzetel ontvanger (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-25,50	***

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	11,23	
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor of een postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	-62,82	***
	In een nationaal sorteercentrum	-56,71	***
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	-23,55	*
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	15,67	
	3 dagen + zaterdag	10,96	
	4 dagen	33,74	***
	4 dagen + zaterdag	-6,56	
Aantal lichteningen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-18,07	*
	4 dagen	-8,67	
	6 dagen	-15,68	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.2.3. BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PUBLIEKE INSTELLINGEN VOOR HET VERSTUREN EN ONTVANGEN VAN PAKJES

De ondervraagde publieke diensten hechten veel belang aan een verzendingstermijn van D+1.

In tegenstelling tot het lichtingspunt van voorkeur voor de administratieve post en de Direct Mail – zijnde het postkantoor of een postpunt -, verkiezen publieke instellingen rechtstreekse ophaling bij de dienst zelf.

Verder blijkt uit de analyse dat betreffende het aantal bezorgingen per week, de publieke instellingen niet gekant zijn tegen een vermindering van de huidige vastgelegde frequentie.

Daartegenover wensen de overheidsdiensten een behoud van het huidig aantal vastgelegde lichteningen per week (d.i. 5 dagen).

Tabel 16 : Betalingsbereidheid voor het versturen en ontvangen van pakjes – publieke instellingen(in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid	Sig. ?
Verzendingstermijn	D+1 (basis)	0,00	
	D+2	-68,20	***
	D+5	-96,99	***
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	95% (basis)	0,00	
	90%	3,50	
	99%	-20,22	
Plaats van bezorging voor de bestemming	Thuis of hoofdzetel ontvanger (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	-47,83	
Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf	Zetel van het bedrijf (basis)	0,00	
	Postbus in een openbare plaats	4,79	
Plaats waar bedrijf haar post deponeert	In een postkantoor / postpunt (basis)	0,00	
	In een MassPost-centrum	66,18	
	In een nationaal sorteercentrum	-22,09	
	Rechtstreekse ophaling bij het bedrijf zelf	68,40	*
Aantal bezorgingen per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	68,08	**
	3 dagen + zaterdag	39,74	
	4 dagen	43,40	**
	4 dagen + zaterdag	0,74	
Aantal lichten per week	5 dagen (basis)	0,00	
	3 dagen	-90,27	***
	4 dagen	-92,98	***
	6 dagen	-118,93	***
Uren van bezorging	9u-17u (basis)	0,00	
	7u-21u	-7,64	

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.2.4. BETALINGSBEREIDHEID VAN DE PUBLIEKE INSTELLINGEN VOOR DE POSTALE DIENSTPUNTEN

Legale basis:

Toegang tot het netwerk :

Artikel 3 van de Derde Postrichtlijn (Richtlijn 2008/6/EG) van het Europees Parlement bepaalt *dat de dichtheid van de dienstverleningspunten en de toegangspunten dienen te voldoen aan de behoeften van de gebruikers van de universele dienst.*

Artikel 18 van het 5^{de} beheerscontract stipuleert *overigens dat minimum 95% van de bevolking binnen 5 kilometer en minimum 98% binnen 10 kilometer, (via de weg) toegang moet hebben tot een postaal service punt met een basis assortiment.*

De analyse van de betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten geeft aan dat de publieke instellingen behoefte hebben aan een dienstpunt dat op minder dan 3 km afstand gelegen is van de dienst.

De basis postdiensten die aangeboden worden in een dienstpunt zijn voor de ondervraagde overheidsdiensten voldoende.

De publieke diensten zijn ook tevreden over de thans geldende openingsuren van een postaal dienstpunt (d.i. 7 u/dag van maandag tot vrijdag en 4 u 's zaterdags).

Tabel 17 : Betalingsbereidheid voor de postale dienstpunten – publieke instellingen(in %)

Variabelen	Niveaus	Betalingsbereidheid (%)	Sig. ?
Afstand plaats bedrijf tot dichtstbijzijnde dienstpunt	Minder dan 1km (basis)	0,00	
	1 tot 2,99 km	17,98	
	3 tot 5,99 km	-44,74	***
	6 tot 9,99 km	-64,15	***
	Meer dan 10 km	-74,11	***
Beschikbare diensten	Basis postdiensten (basis)	0,00	
	Volledige postdiensten + financiële diensten	-3,83	
	Volledige postdiensten + financiële diensten + andere diensten	-28,81	***
Openingsuren van de dienstpunten	7u/dag maandag tot vrijdag + 4u/ zaterdag (basis)	0,00	
	4u/dag maandag tot vrijdag (afwisseling voor-/namiddag)	-36,82	***
	7u/dag maandag tot vrijdag	-15,80	**
	9u/dag maandag tot vrijdag	-10,67	
	9u/dag maandag tot vrijdag + 6u/ zaterdag	-59,18	***

Legende betrouwbaarheidsniveau (Sig.): * voor 90%, ** voor 95% en *** voor 99%

4.7.2.5. CONCLUSIEBETALINGSBEREIDHEID PUBLIEKE INSTELLINGEN

In bijgevoegde tabel worden de onderscheiden aspecten van de universele postdienst weergegeven in functie van de mate van de betalingsbereidheid hiervoor. In de kolommen wordt telkens aangegeven voor wie welke postdienst belangrijk is. Bijvoorbeeld : er is een hoge betalingsbereidheid (een hoge mate van belangrijkheid) vanwege de publieke diensten betreffende de afstand tot het dichtstbijzijnde postdienstpunt voor de zender.

De tabel geeft een overzicht van het belang van de verschillende aspecten. Er is een ranking gemaakt op basis van het gewicht van de berekende betalingsbereidheid (zie coëfficiënten betalingsbereidheid voorgaande tabellen).

Een matige betalingsbereidheid betekent dat de betalingsbereidheid ligt tussen de waarden 0,01 en 0,5. Als de betalingsbereidheid zich situeert tussen 0,6 en 1, dan is er een hoge betalingsbereidheid en bij een zeer hoge betalingsbereidheid bedraagt de waarde meer dan 1.

Zoals reeds vermeld, wordt in de kolommen aangegeven welk aspect van de universele postdienst voor wie – zijnde de zender, de postdienst of de ontvanger - belangrijk is.

Zo kan vastgesteld worden dat de variabelen plaats waar het bedrijf haar brieven, Direct Mail en pakjes deponeert, afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt, beschikbare diensten en de openingsuren in het dienstpunt belangrijk zijn voor de 'Zender' maar het grootste belang (cfr. zeer hoge betalingsbereidheid) gaat uit naar de plaats waar het bedrijf haar brieven deponeert.

Wat betreft de postdienst zelf, wordt de grootste behoefte vastgesteld voor het aantal lichteningen per week van pakjes.

Voor de ontvanger wordt er belang gehecht aan de plaats van bezorging voor de bestemming maar ook voor het bedrijf zelf en aan de uren van bezorging van pakjes. Dit belang is evenwel niet zo groot gelet op de matige betalingsbereidheid hiervoor.

Tabel 18 : Rangschikking van de onderscheiden aspecten van de universele postdienst in functie van de mate van hun betalingsbereidheid - publieke zakelijke gebruikers

	Zender	Postdienst	Ontvanger
Zeer hoge betalingsbereidheid	Plaats waar bedrijf haar post deponeert (brieven)	Aantal lichten per week (pakjes – 6 dagen/week)	
Hoge betalingsbereidheid	Afstand tot het dichtstbijzijnde postale dienstpunt	Aantal lichten per week (pakjes) Verzendingstermijn (pakjes)	
	Plaats waar bedrijf haar post deponeert (Direct Mail, pakjes)	Aantal bezorgingen per week (brieven – 4 dagen + zaterdag; pakjes – 3 dagen)	
Matige betalingsbereidheid	Beschikbare diensten postale dienstpunt Openingsuren dienstpunt	Aantal bezorgingen per week (brieven, pakjes)	Plaats van bezorging van de post voor de bestemming (brieven, Direct Mail, pakjes)
		Verzendingstermijn (brieven, Direct Mail)	
		Betrouwbaarheid van verzendingstermijn (brieven, Direct Mail, pakjes)	Plaats van bezorging van de post voor het bedrijf zelf (brieven, Direct Mail, pakjes) Uren van bezorging (pakjes)
		Aantal lichten per week (brieven, Direct Mail)	
		Aantal bezorgingen per week (Direct Mail)	
Geen betalingsbereidheid			

Conclusies betalingsbereidheid publieke instellingen

- *Betreffende het versturen en ontvangen van administratieve post:*
 - *De publieke diensten blijken bereid te zijn hun post te ontvangen in een beveiligde postbus in een openbare plaats.*
 - *Conform de vaststelling bij de ondernemingen, verkiezen de publieke overheidsdiensten het postkantoor of een postpunt als plaats waar men zijn post kan deponeren. Indien het lichtingspunt een MassPost-centrum is of een nationaal sorteercentrum, dan wensen de ondervraagde overheidsdiensten een prijsvermindering. De plaats waar het bedrijf haar brieven deponeert wordt een zeer hoge betalingsbereidheid toegekend.*
- *Betreffende het versturen en ontvangen van Direct Mail:*
 - *De openbare diensten hechten veel belang aan een dag-zekere levering. Voor de betrouwbaarheid van verzendingstermijn is de betalingsbereidheid evenwel matig.*
 - *De publieke diensten bezorgen liever de Direct Mail bij de mensen thuis of op de hoofdzetel van de ontvanger dan in een brievenbus in een openbare plaats.*
 - *Het postkantoor of het postpunt is dan weer de plaats waar het bedrijf bij voorkeur haar post deponeert. De betalingsbereidheid voor dit aspect is hoog.*
 - *Een daling van de bezorgfrequentie tot 4 bezorgingen per week lijkt aanvaardbaar te zijn voor de publieke diensten.*

- *Wat betreft het versturen en het ontvangen van pakjes :*
 - *De ondervraagde publieke diensten houden vast aan een verzendingstermijn van D+1. Zoals uit de tabel van de rangschikking van de verschillende aspecten van de postdienst blijkt, is de verzendingstermijn van pakjes belangrijk voor de overheidsdiensten en zodoende de betalingsbereidheid hoog.*
 - *In tegenstelling tot het lichtingspunt van voorkeur voor de administratieve post en de Direct Mail – zijnde het postkantoor of een postpunt -, verkiezen publieke instellingen rechtstreekse ophaling bij de dienst zelf.*
 - *De publieke instellingen zijn niet gekant zijn tegen een vermindering van de huidige vastgelegde bezorgfrequentie per week. Het aspect van aantal bezorgingen per week kent een hoge betalingsbereidheid.*
 - *De overheidsdiensten wensen een behoud van het huidig aantal vastgelegde lichten per week, d.i. 5 dagen per week. De betalingsbereidheid hiervoor is eveneens hoog.*
- *Betreffende de postale dienstpunten:*
 - *De publieke instellingen hebben behoefte aan een dienstpunt dat op minder dan 3 km afstand gelegen is van de openbare dienst. Afstand tot het dichtstbijzijnde dienstpunt is een belangrijk aspect en hieraan wordt dan ook een hoge betalingsbereidheid toegekend.*
 - *De basis postdiensten die aangeboden worden in een dienstpunt zijn voor de ondervraagde overheidsdiensten voldoende. De betalingsbereidheid is dan ook matig.*
 - *Deze diensten zijn ook tevreden over de thans geldende openingsuren van een postaal dienstpunt.*