

PUBLICATIERAPPORT POSTALE EINDGEBRUIKER 2020

Opgemaakt voor: BIPT
Opgemaakt door: Ipsos

Datum: 16/02/2021

GAME CHANGERS



1 INHOUDSTAFEL

1	<i>Inhoudstafel</i>	2
2	<i>Lijst met tabellen en figuren</i>	4
2.1	Figuren.....	4
2.2	Tabellen	5
3	<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	6
3.1	Context en methodologie	6
3.2	Particuliere eindgebruikers	6
3.3	Professionele eindgebruikers	7
4	<i>Aanbevelingen vanuit het onderzoek</i>	8
5	<i>Inleiding</i>	10
5.1	Context en onderzoeksdoelstellingen	10
5.1.1	Context.....	10
5.1.2	Onderzoeksdoelstellingen.....	10
5.1.3	Impact COVID-19.....	11
5.2	Methodologie.....	12
5.2.1	Sequentieel exploratieve strategie.....	12
5.2.2	Kwalitatieve exploratiefase	12
5.2.3	Kwantitatieve validatie	14
6	<i>Resultaten particulieren</i>	16
6.1	Profiel van de steekproef.....	16
6.2	Brievenpost	17
6.2.1	Gebruik brievenpost.....	17
6.2.2	Verwachtingen brievenpost.....	19
6.3	Pakketten.....	21
6.3.1	Gebruik pakketzendingen	21
6.3.2	Verwachtingen pakketzendingen	23
6.4	Postaal netwerk.....	26
6.4.1	Gebruik postaal netwerk	26
6.4.2	Verwachtingen postaal netwerk	27
6.5	Overige postdiensten.....	31
6.5.1	Kranten en tijdschriften	31
6.5.2	Aangetekende zendingen	31
6.5.3	Rol van de postbode	33
6.6	Evaluatie wijzigingen universele postdienst.....	34
6.6.1	Opheffen vereiste elk adres te bedienen	34
6.6.2	Prior-brief wordt commercieel product	34
6.6.3	Versoepeling postaal netwerk: postkantoren vervangen door postpunten.....	35
6.6.4	Opheffen vereiste om heel het grondgebied te bedienen tegen een betaalbaar uniform tarief	35
6.7	Hoofdconclusies postale behoeften particulieren	36
6.7.1	Briefzendingen	36
6.7.2	Pakketzendingen	36
6.7.3	Postaal netwerk	36
6.7.4	Overige postdiensten	37
7	<i>Resultaten professionele gebruikers</i>	38
7.1	Beschrijving professionele gebruikers	38

7.1.1	Professionele gebruikers in België	38
7.1.2	Professionele gebruikers volgens postvolume	39
7.2	Administratieve post.....	41
7.2.1	Gebruik administratieve post	41
7.2.2	Verwachtingen administratieve post	43
7.3	Geadresseerde reclamezendingen	46
7.3.1	Gebruik geadresseerde reclamezendingen.....	46
7.3.2	Verwachtingen geadresseerde reclamezendingen	47
7.4	Pakketten.....	49
7.4.1	Gebruik pakketten.....	49
7.4.2	Verwachtingen pakketten.....	52
7.5	Postaal netwerk.....	54
7.5.1	Gebruik postaal netwerk	54
7.5.2	Verwachtingen postaal netwerk.....	55
7.6	E-commerce	57
7.6.1	Professionele gebruikers met een webshop.....	57
7.7	Hoofdconclusies postale behoeften professionele eindgebruikers.....	58
7.7.1	Administratieve post.....	58
7.7.2	Reclamezendingen	58
7.7.3	Pakketten	58
7.7.4	Postaal netwerk	59
7.7.5	E-commerce.....	59
8	Appendix	60
8.1	Attributen, niveaus en beschrijvingen van conjoints particuliere eindgebruikers....	60
8.1.1	Brievenpost	60
8.1.2	Pakketten	61
8.1.3	Postaal netwerk	63
8.2	Attributen, niveaus en beschrijvingen van conjoints professionele eindgebruikers	65
8.2.1	Administratieve brievenpost.....	65
8.2.2	Reclamezendingen	66
8.2.3	Pakketten	67
8.2.4	Postaal netwerk	68

2.1 Figuren

Figuur 5-a. Sociodemografisch profiel van de steekproef van particuliere eindgebruikers.....	16
Figuur 5-b. Betalingsbereidheid service-dimensies van brievenpost voor particuliere eindgebruikers	19
Tabel 5-c. Frequentie ontvangst pakketten particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	21
Figuur 5-d. Betalingsbereidheid service-dimensies van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers ..	23
Figuur 5-e. Betalingsbereidheid plaats van bezorging van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie.....	24
Figuur 5-f. Betalingsbereidheid plaats van bezorging van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers – per urbanisatiegraad.....	24
Figuur 5-g. Betalingsbereidheid service-dimensies van postaal netwerk voor particuliere eindgebruikers	27
Figuur 5-h. Betalingsbereidheid voor maximale afstand deponeren postzending voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	28
Figuur 5-i. Betalingsbereidheid voor maximale afstand deponeren postzending voor particuliere eindgebruikers – per urbanisatiegraad	28
Figuur 5-j. Rol van de postbode voor particuliere eindgebruikers	33
Figuur 5-k. Vier potentiële wijzigingen van universele postdienst voor particuliere eindgebruikers	34
Figuur 6-a. Gemiddeld aantal postzendingen van professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	39
Figuur 6-b. Gemiddeld aantal werknemers van professionele eindgebruikers – op basis van postvolume ...	39
Figuur 6-c. Betalingsbereidheid service-dimensies van administratieve post voor professionele eindgebruikers	43
Figuur 6-d. Betalingsbereidheid snelheid bezorging van administratieve post voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	44
Figuur 6-e. Betalingsbereidheid plaats bezorging van administratieve post voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	44
Figuur 6-f. Betalingsbereidheid service-dimensies van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers	47
Figuur 6-g. Betalingsbereidheid service-dimensies van pakketten voor professionele eindgebruikers	52
Figuur 6-h. Betalingsbereidheid omtrent plaats van afgifte van pakketten voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	53
Figuur 6-i. Betalingsbereidheid service-dimensies van postaal netwerk voor professionele eindgebruikers .	55
Figuur 6-j. Online diensten van professionele eindgebruikers	57

2.2 Tabellen

Tabel 4-a. Overzicht spreiding professionele gebruikers	13
Tabel 5-a. Frequentie ontvangst brievenpost particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	17
Tabel 5-b. Frequentie verzenden brievenpost particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	18
Tabel 5-c. Uitspraak “Ik zal altijd brieven moeten versturen” voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	18
Tabel 5-d. Frequentie verzenden pakketten (excl. retourzendingen) particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	21
Tabel 5-e. Frequentie verzenden pakketten (incl. retourzendingen) particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	22
Tabel 5-f. Uitspraak “Ik zal altijd pakjes moeten versturen” voor particuliere eindgebruikers - per leeftijdscategorie	22
Tabel 5-g. Frequentie gebruik rode brievenbussen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	26
Tabel 5-h. Gebruik type rode brievenbus het vaakst gebruikt door particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	26
Tabel 5-i. Maximale afstand die particuliere eindgebruikers willen afleggen om brievenpost te versturen – per leeftijdscategorie	29
Tabel 5-j. Maximale afstand die particuliere eindgebruikers willen afleggen om pakketten te versturen – per leeftijdscategorie	29
Tabel 5-k. Abonnement op krant/tijdschrift particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	31
Tabel 5-l. Frequentie ontvangst aangetekende zendingen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	31
Tabel 5-m. Frequentie versturen aangetekende zendingen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	32
Tabel 5-n. Houding t.o.v. digitale vorm aangetekende zending particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie	32
Tabel 6-a. Aantal bevraagde professionele eindgebruikers per personeelsklasse vs. aandeel binnen Belgische bedrijvenpopulatie	38
Tabel 6-b. Postvolume per personeelsklasse van professionele eindgebruikers	38
Tabel 6-c. Percentage per sector bij professionele eindgebruikers in deze steekproef – op basis van postvolume. Enkel sectoren met minstens 1% zijn gerapporteerd	40
Tabel 6-d. Belang ontvangen en versturen van administratieve post professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	41
Tabel 6-e. Frequentie versturen administratieve post professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	41
Tabel 6-f. Frankeermethode professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	41
Tabel 6-g. Bedrijven/koeriers gebruikt door professionele eindgebruikers – op basis van postvolume – uitgedrukt in percentages	42
Tabel 6-h. Verwachting versturen administratieve post in de komende 3 jaar professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	42
Tabel 6-i. Belangrijkheid van het ontvangen/versturen van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	46
Tabel 6-j. Frequentie versturen van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	46
Tabel 6-k. Verwachting versturen van geadresseerde reclamezendingen in de komende 3 jaar voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	46
Tabel 6-l. Belangrijkheid van het ontvangen/versturen van pakketten voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	49
Tabel 6-m. Frequentie van versturen van pakketten voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	49
Tabel 6-n. Bedrijven/koeriers gebruikt door professionele eindgebruikers voor pakketten – op basis van postvolume – uitgedrukt in percentages	50
Tabel 6-o. Openheid ten opzichte van duurzame leveringen voor pakketten van professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	50
Tabel 6-p. Verwachting versturen van pakketten in de komende 3 jaar voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume	51
Tabel 6-q. Gebruik van afgifte-/ophalingsservices van postaal netwerk voor administratieve post en reclamezendingen door professionele gebruikers – op basis van postvolume	54
Tabel 6-r. Gebruik van afgifte-/ophalingsservices van postaal netwerk voor pakketten door professionele gebruikers – op basis van postvolume	54

3 EXECUTIVE SUMMARY

3.1 Context en methodologie

De Belgische postmarkt vertegenwoordigt, met een omzet van 2,7 miljard euro in 2019¹, een belangrijk deel van de Belgische economie. Deze markt is in volle verandering omwille van technologische ontwikkelingen, zoals digitalisering. De postmarkt is, hoofdzakelijk, op twee manieren beïnvloed geweest door deze technologische ontwikkelingen. Enerzijds is er een groot deel van de sociale communicatie, die initieel via brievenpost overgebracht werd, verschoven naar elektronische substituten (e-mails, sociale media, enzovoort). Anderzijds hebben dezelfde technologische ontwikkelingen het pad geëffend voor een sterke groei van elektronische handel (oftewel e-commerce), wat geleid heeft tot een sterke toename in het volume van pakketten. Deze omwenteling vertaalt zich ook op de postmarkt. Sinds 2017 is de omzet van het pakketsegment groter dan de omzet uit het brievensegment.

Het spreekt voor zich dat de voorkeuren en behoeften van de Belgische consument mee evolueren met de evoluties op de postmarkt. De Europese Postrichtlijn, in werking sinds 1997 met aanpassingen van 2002 en 2008, stelt in artikel 5 dat de universele postdienst, waar elke Europese consument dus op kan terugvallen, afgestemd moet zijn op de evoluerende technische, economische en sociale ontwikkelingen en behoeften van eindgebruikers.

Het BIPT evalueert hiertoe eventuele gewijzigde behoeften van de postale eindgebruikers in België driejaarlijks via uitgebreide consumentenstudies. Op basis van deze consumentenstudies kan de huidige Belgische universele dienstverlening, evenals eventuele voorgestelde veranderingen aan de universele dienstverlening, optimaal afgestemd worden op de huidige behoeften van de postale eindgebruiker.

In 2020 heeft het BIPT de uitvoering van de huidige studie toegewezen aan IPSOS. Deze studie maakt gebruik van een sequentieel exploratieve strategie. Dit houdt in dat er in een eerste fase kwalitatief onderzoek werd gedaan zodat de hieruit gegenereerde inzichten gebruikt konden worden in het daaropvolgend kwantitatief onderzoek.

De kwalitatieve exploratiefase werd uitgevoerd bij een representatieve doorsnede van particuliere en professionele eindgebruikers. Daarnaast zijn er bijkomende interviews afgenomen bij kwetsbare gebruikers zoals anderstaligen, hoogbejaarden, chronisch zieken, enzovoort. Het kwalitatief luik omvatte zowel focusgroepen (met telkens 10 deelnemers) als individuele diepte-interviews.

De kwantitatieve validatiefase werd uitgevoerd via WATI (**web assisted telephone interviewing**). Dit houdt in dat respondenten opgebeld werden door interviewers vanuit het callcenter. Tijdens het interview werd gevraagd om naar een webpagina te gaan waar de vragenlijst visueel getoond werd. Voor particuliere eindgebruikers zonder internet werd de enquête per post opgestuurd. De kwantitatieve interviews werden bij particuliere en professionele eindgebruikers uitgevoerd. De resultaten van deze studie zijn representatief voor de Belgische populatie van particuliere en professionele eindgebruikers. In totaal werden er 2.755 interviews bij particuliere eindgebruikers en 1.721 interviews bij professionele eindgebruikers uitgevoerd.

3.2 Particuliere eindgebruikers

De gekende evoluties bij particuliere eindgebruikers zetten zich verder in 2020. Particulieren ontvangen minder brievenpost (53% minstens 3 à 4 keer per week) en versturen ook minder brieven (40% op maandbasis). Particulieren ontvangen daarentegen meer dan ooit pakketten (57% op maandbasis). Naar de toekomst toe verwachten particuliere eindgebruikers dat deze evoluties zich verder zullen doorzetten. Particuliere eindgebruikers verwachten binnen drie jaar minder brieven te sturen omdat digitale communicatie brievenpost verder zal vervangen. Zij verwachten ook dat het verzenden en ontvangen van pakketten nog verder zal stijgen, voornamelijk gedreven door e-commerce.

Rode brievenbussen worden ook minder gebruikt door particuliere eindgebruikers (37% op maandbasis). Particulieren hebben het gevoel dat het netwerk van rode brievenbussen en postkantoren kleiner wordt, maar vinden dit niet erg omdat ze minder vaak post versturen. Particuliere eindgebruikers hebben als groep geen specifieke voorkeur voor een postkantoor of postpunt omdat beide types servicepunten hun voor- en nadelen hebben. Postkantoren worden als performanter gezien voor postzaken; postpunten worden als flexibeler gezien (voornamelijk door de ruimere openingsuren).

¹ <https://www.bipt.be/operators/publication/mededeling-van-16-oktober-2020-betreffende-het-observatorium-van-de-markt-voor-postactiviteiten-in-belgie-voor-2019>

De betalingsbereidheid voor een dag+1 levering (zijnde levering op de volgende werkdag) is bij brieven en pakketten laag. Dit betekent dat dag+1 levering geen universele behoefte is voor particulieren. Prior (dag+1) postzegels uit de universele postdienst halen, stemt overeen met de huidige behoeften van de particuliere eindgebruikers. Voor zowel brieven als pakketten is de basisverwachting bij particuliere eindgebruikers een dag+3 levering. Als de levering van een brief of pakket langer dan drie werkdagen duurt, wordt dit echter onaanvaardbaar voor particulieren.

Particuliere eindgebruikers begrijpen dat traditionele snelle leveringen van pakketten niet noodzakelijk duurzaam zijn en staan open voor oplossingen. Maar particulieren zijn niet bereid om extra te betalen als de levering duurzaam is. Daarentegen staan particulieren er wel voor open dat pakjes gebundeld worden met die van burens zodat de bedeling efficiënter kan verlopen en dus duurzamer kan zijn, op voorwaarde dat de vertraging maximaal drie werkdagen bedraagt.

Aangetekende zendingen worden zelden gedaan door particuliere eindgebruikers. Voornamelijk bij het ontvangen van aangetekende zendingen kunnen er heel wat frustraties ontstaan (bv. als de ontvanger niet thuis is). Particuliere eindgebruikers staan dan ook open voor digitale aangetekende zendingen, op voorwaarde dat de veiligheid gegarandeerd wordt.

Particuliere eindgebruikers vinden ten slotte dat de postbode extra diensten zou moeten aanbieden aan sociaal geïsoleerde mensen, ook al maakt dit de ronde trager en kost dit de Belgische schatkist meer geld.

3.3 Professionele eindgebruikers

Administratieve post en pakketten zijn belangrijk voor de dagelijkse werking van de meeste professionele eindgebruikers. Daarentegen zijn reclamezendingen eerder beperkt tot een kleinere groep bedrijven en organisaties. Slechts vier procent van de professionele eindgebruikers verstuurt op weekbasis reclamezendingen.

Naar de toekomst toe verwachten professionele eindgebruikers dat het verzenden van administratieve post sterk zal afnemen. Dit is voornamelijk gedreven door de digitalisering van bijvoorbeeld officiële documenten. Professionele eindgebruikers met een hoog postvolume verwachten dat ze in de toekomst nog meer pakketten en reclamezendingen zullen versturen. Bij professionele eindgebruikers met een laag tot gemiddeld postvolume is de stijging van pakketzendingen minder uitgesproken en wordt er een daling verwacht van het aantal verstuurd reclamezendingen.

In tegenstelling tot particuliere eindgebruikers is er bij professionele eindgebruikers wel een betalingsbereidheid voor dag+1 levering bij administratieve post. Deze betalingsbereidheid is minder uitgesproken bij professionele eindgebruikers met een laag postvolume, maar zeer uitgesproken bij professionele eindgebruikers met een hoog postvolume. Slechts een minderheid van de professionele eindgebruikers staat dan ook open voor een meer duurzame maar tragere levering van pakketten, zelfs als hier een financieel voordeel tegenover staat. Professionele eindgebruikers vrezen concurrentieel benadeeld te worden zonder het aanbieden van een dag+1 levering van pakketten.

Bij zowel administratieve post als pakketten hebben professionele gebruikers de hoogste betalingsbereidheid bij afgifte van pakketten in het postkantoor of postpunt. Rechtstreekse ophaling aan het bedrijf zelf is enkel relevant voor professionelen met een hoog postvolume.

Professionele gebruikers hechten belang aan een hoge betrouwbaarheid van de verzendtermijn (99%) bij reclamezendingen en pakketten. Bij administratieve post volstaat een betrouwbaarheid van 95%. Bij pakketten kan het belang van een hoge betrouwbaarheid van de verzendtermijn verklaard worden door de hoge frustratie bij particulieren als een pakket niet op de gecommuniceerde dag aankomt.

Professionele eindgebruikers hebben ten slotte een lichte voorkeur voor postkantoren over postpunten wanneer andere dimensies zoals afstand en openingsuren hetzelfde zijn. Zij waarderen de expertise van de medewerkers.

De resultaten van deze studie kunnen helpen om de Belgische universele postdienstverlening optimaal af te stemmen op de huidige behoeften van de postale eindgebruiker. Hieronder geven we een aanzet tot enkele aanbevelingen. Deze aanbevelingen zijn louter gebaseerd op de resultaten van de bevraging en houden geen rekening met andere mogelijks relevante elementen in het kader van het beleid rond de universele postdienstverlening.

Overweeg priorzendingen uit de universele postdienst voor particulieren te halen

Particuliere eindgebruikers zien weinig meerwaarde in een dag+1 levering t.o.v. een dag+3 levering bij het versturen van (niet-dringende) brievenpost. Hierop zijn wel enkele uitzonderingen noodzakelijk die om een priorlevering vragen. Rouwbrieven versturen is bijvoorbeeld wel een universele postbehoefte. We bevelen aan om andere mogelijke uitzonderingen verder te bekijken. In tegenstelling tot particuliere eindgebruikers is er bij sommige professionele eindgebruikers wel een betalingsbereidheid voor dag+1 levering bij administratieve post, vooral bij professionele eindgebruikers met een hoog postvolume. Voor hen is dag+1 dus wel van groot belang.

Kwaliteitsnormen voor pakketten hebben hun belang

Door de grote (en stijgende) relevantie van pakketten worden kwaliteitsnormen voor pakketten ook belangrijker, zowel voor particuliere eindgebruikers als voor professionele eindgebruikers.

Qua snelheid zien we dat particulieren dag+1 leveringen optimaal vinden, maar mits een korting zijn dag+3 leveringen relatief acceptabel. Vanaf dat het pakket langer dan drie dagen onderweg is, wordt dit als onacceptabel gezien door de particuliere eindgebruikers. Een garantie op een dag+3 levering lijkt in die zin in lijn met de behoeften van de consument. Professionele eindgebruikers, daarentegen, vrezen concurrentieel benadeeld te worden zonder het aanbieden van een dag+1 levering van pakketten.

Naast snelheid is ook betrouwbaarheid belangrijk voor zowel particuliere als professionele eindgebruikers. Bij particulieren is er een lichte betalingsbereidheid voor een pakketzending met 99% betrouwbaarheid ten opzichte van een pakketzending met 95% betrouwbaarheid. Bij professionele gebruikers is die betalingsbereidheid groter. Zij willen de mogelijks hoge frustratie bij klanten wanneer een pakket niet op de gecommuniceerde dag aankomt, zo veel mogelijk vermijden.

Overweeg verdere aanpassingen aan het postaal netwerk

Particuliere eindgebruikers hebben als groep geen specifieke voorkeur voor een postkantoor of postpunt voor de dagelijkse postale dienstverlening (bv. postzegels kopen, brief versturen, pakket ontvangen, enzovoort). Er moet voor hen wel een minimum aantal postkantoren behouden blijven voor het aanbieden van specifieke en vaak complexe postdiensten. Hierbij hebben particuliere eindgebruikers nood aan specifiek opgeleid personeel. Daarnaast dient men bij verdere aanpassingen van het postaal netwerk ook rekening te houden met de algemene trend dat er minder bankkantoren zullen zijn in de toekomst en dat hierdoor mogelijks financiële diensten in postkantoren of postpunten relevanter kunnen worden.


Extra aandacht zou ook gegeven moeten worden aan kwetsbare gebruikers met specifieke noden, zoals bv. een kortere maximale afstand voor het deponeren van een brief. Deze specifieke noden kunnen opgevangen worden met de dienst AUB postbode², maar dan moet de dienst bekender worden bij particuliere eindgebruikers. Deze dienst wordt door particuliere eindgebruikers als relevant gezien voor sociaal geïsoleerde mensen, ook al zou dit de Belgische schatkist meer geld kunnen kosten. Momenteel is de dienst weinig bekend.

Professionele gebruikers, ten slotte, hebben een lichte voorkeur voor postkantoren over postpunten wanneer andere dimensies zoals afstand en openingsuren hetzelfde zijn. Zij waarderen de expertise van de medewerkers.

Levering op adres blijft belangrijk voor levering van brieven

Levering op adres is in 2020 een absolute must voor levering van brieven. Alternatieven, zoals bv. levering in een postkantoor, postpunt, gemeenschapsbrievenbus, enzovoort zijn momenteel niet aanvaardbaar voor particuliere eindgebruikers. Indien er gestopt wordt met standaard te leveren op adres zou dit sterk ingaan tegen de huidige behoeften en verwachtingen van particuliere eindgebruikers.

² Je kan via jouw postbode een aantal verrichtingen aan huis uitvoeren. Het volstaat om een affiche "AUB Postbode" voor het raam te plaatsen en de postbode belt aan tijdens zijn ronde. Het gaat hierbij om het aanschaffen van postzegels, het meegeven van zendingen en de afgifte van stortingsformulieren (met een maximaal bedrag).



Voor levering van pakketten lijkt er bij de doorsnee particuliere eindgebruikers een opening te zijn om niet op het adres te leveren, mits een korting van €1 tot €1,5, afhankelijk van de urbanisatiegraad. Deze levering zou dan kunnen plaatsvinden in een postpunt of postkantoor. Bij pakketautomaten is de huidige betalingsbereidheid van particulieren nog lager, wellicht gedreven door de nog eerder beperkte dekkingsgraad ervan vandaag. Bij kwetsbare gebruikers blijft een levering aan huis, voor zowel brieven als pakketten, van groot belang.

Onderzoek pistes voor duurzame leveringen

De resultaten van deze studie wijzen er ten slotte op dat particuliere eindgebruikers openstaan voor een duurzame levering van pakjes. Het voorbeeld dat we gaven was een langere verzendingstermijn zodat pakketten optimaler gebundeld zouden kunnen worden³. Een complexiteit hierbij is dat voorlopig slechts een minderheid van de professionele eindgebruikers open staat voor een meer duurzame maar tragere levering van pakketten, omdat zij vrezen hierbij concurrentieel benadeeld te worden. We raden dan ook aan om deze piste met de verschillende betrokken spelers verder te bekijken.

³ De duurzame levering werd als volgt voorgesteld aan de respondent: "Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendingstermijn met X dag veroorzaken."

5 INLEIDING

5.1 Context en onderzoeksdoelstellingen

5.1.1 Context

In het kader van de Europese Postrichtlijn (Richtlijn 97/67/EG betreffende gemeenschappelijke regels voor de ontwikkeling van de interne markt voor postdiensten in de Gemeenschap en de verbetering van de kwaliteit van de dienst, zoals gewijzigd Richtlijn 2002/39/EG en Richtlijn 2008/06/EG) moeten EU-landen een universele dienstverlening invoeren in de interne markt voor postdiensten. Volgens artikel 5 van deze Postrichtlijn moet deze universele dienstverlening, in elk van de EU-lidstaten, afgestemd zijn op de evoluerende technische, economische en sociale ontwikkelingen en behoeften van eindgebruikers.

Deze universele dienstverlening bevat onder andere volgende diensten:

- 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 postsector vertegenwoordigt een belangrijk deel van de Europese en Belgische economie. Postdiensten (liggend op het kruispunt van de communicatiesector en de elektronische handel) genereerden in 2018, 82 miljard euro aan inkomsten in de Europese Unie, waarvan 2,7 miljard euro in België. Postale operatoren zijn essentiële spelers bij de ontwikkeling van elektronische handel. De preferenties van deze dienst zijn sterk geëvolueerd sinds de inwerkingtreding van de eerste postrichtlijn 97/67.

Het BIPT evalueert eventueel gewijzigde behoeften van de postale eindgebruikers in België driejaarlijks via consumentenstudies. Op basis van de consumentenstudies kan de huidige universele dienstverlening, evenals eventuele voorgestelde veranderingen aan de universele dienstverlening, optimaal afgestemd worden op de huidige behoeften van de postale eindgebruiker.

In 2020 heeft het BIPT gekozen voor een sequentieel exploratieve strategie. Dit houdt in dat er in een eerste fase een kwalitatief onderzoek werd gedaan zodat deze inzichten gebruikt konden worden in een daarop volgend kwantitatief onderzoek.

5.1.2 Onderzoeksdoelstellingen

Deze consumentenstudie had als doel om volgende topics in kaart te brengen:

- de huidige behoeften van postale gebruikers met betrekking tot de universele postdienst;
- de waarden van de onderdelen van de universele postdienst voor verschillende types gebruikers;
- de behoeften van postale gebruikers m.b.t. de informatievoorziening vanuit de postale en e-retailsector;
- de behoeften van postale gebruikers met betrekking tot het postaal aspect van e-commerce;
- de behoeften van postale gebruikers met betrekking tot de leveringsopties van hun postale zendingen;
- het hedendaagse gebruik van postale producten en diensten bij eindgebruikers;
- eventuele trends in het gebruik van postale producten en diensten bij eindgebruikers;
- de belangrijkste determinanten van een wijziging in het gebruik van postale producten en diensten;
- de ervaringen, percepties en verwachtingen van postale gebruikers met betrekking tot postale producten en het postale netwerk;
- de perspectieven met betrekking tot substitutiemogelijkheden voor postale producten en diensten;
- de populariteit en merktrouw van de grote postale operatoren;
- de impact van potentiële wijzigingen van de universele postdienst.

De postale gebruiker omvat zowel particuliere eindgebruikers als professionele eindgebruikers.

5.1.3 Impact COVID-19

Met uitzondering van de focusgroepen werd het veldwerk van de kwalitatieve en kwantitatieve fase uitgevoerd tijdens en na de eerste golf van de coronacrisis. De coronacrisis en bijhorende lockdown heeft voor veranderingen in attitudes en gewoontes gezorgd bij particuliere en professionele eindgebruikers. De postale sector is hier zeker geen uitzondering op. In het kwantitatief luik werden daarom enkele vragen toegevoegd zodat er in de analyse rekening kon gehouden worden met deze veranderingen.

Bij de particulieren was de verwachting dat de coronacrisis weinig impact zou hebben op deze studie. Om dit te kunnen verifiëren, werd er aan de particulieren gevraagd of ze meer, evenveel of minder postale diensten gebruikten ten opzichte van de periode vóór de coronacrisis. De resultaten tonen aan dat deze assumptie klopt. De grote meerderheid van de particulieren gaf aan evenveel brieven en pakjes te versturen. Particulieren ontvangen wel vaker pakjes dan vóór de coronacrisis.

Bij de professionele eindgebruikers is de impact van de coronacrisis potentieel veel groter. Een deel van de bedrijven en organisaties waren namelijk verplicht gesloten tijdens een deel van het veldwerk. Daarom werd er bij de professionele eindgebruikers voor gekozen om bij de vragen rond het versturen en ontvangen van postdiensten specifiek te vragen naar de periode vóór de coronacrisis.

5.2 Methodologie

5.2.1 Sequentieel exploratieve strategie

Deze studie volgde een sequentieel exploratieve strategie. Dit houdt in dat er eerst een exploratiefase via kwalitatief onderzoek gebeurde. Op basis van de inzichten uit het kwalitatief onderzoek werd de exacte vraagstelling van het kwantitatief onderzoek bepaald. Deze vraagstelling werd daarbij verder geoptimaliseerd bij de grootste postale operatoren actief in België. Het kwantitatief onderzoek kan op deze manier inzichten van het kwalitatief onderzoek op een betrouwbare manier valideren.

5.2.2 Kwalitatieve exploratiefase

Het kwalitatief onderzoeksluik was een exploratief onderzoek met als doel:

- eerste inzichten te geven in de nieuwe behoeften en trends inzake postale producten en diensten, die nadien gevalideerd werden in het kwantitatief onderzoek;
- input te geven voor de vragenlijst van het kwantitatief onderzoek (bv. vraagstelling, antwoordmogelijkheden, hypothesen ter validatie);
- de kwantitatieve eindresultaten te verrijken en illustreren (bv. via quotes).

De inzichten werden verzameld aan de hand van:

- n= 10 focusgroepen van 3u met 8 residentiële postale gebruikers;
- n= 20 individuele diepte-interviews (IDI's) met professionele gebruikers;
- n= 20 IDI's met kwetsbare residentiële gebruikers.

Voor de start van de gesprekken kregen alle gebruikers (met uitzondering van drie anderstalige kwetsbare profielen) een informatieve presentatie bestaande uit een inleiding, statistieken, uitdagingen en mogelijke toekomstige scenario's op het vlak van de universele postdienst. Dit bood de respondenten de kans om geïnformeerde meningen te delen.

De kwalitatieve exploratiefase werd uitgevoerd van februari tot april 2020.

5.2.2.1 Focusgroepen

In totaal werden er 10 focusgroepen georganiseerd van 3u met telkens n= 8 residentiële postale gebruikers. Om een volledig beeld te krijgen van de ervaringen en trends bij gebruikers van postale producten en diensten, werd er bij de rekrutering van de deelnemers gezorgd voor een goede spreiding op volgende dimensies:

- taal en regio;
- bevolkingsdichtheid: gebruikers wonend in verstedelijkt versus landelijk gebied;
- leeftijd (leefwereld en levensfase).

4 FOCUSGROEPEN IN VLAANDEREN:

- n= 1 groep; 18-45 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden in Antwerpen);
- n= 1 groep; 18-45 jaar; landelijk gebied⁴ (sessie werd gehouden in Hasselt);
- n= 1 groep; 46-70 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden in Gent);
- n= 1 groep; 46-70 jaar; landelijk gebied⁵ (sessie werd gehouden in Brugge).

2 FOCUSGROEPEN IN BRUSSEL:

- n= 1 groep met Franstaligen; 18-45 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden in Brussel centrum);
- n= 1 groep met Nederlandstaligen; 46-70 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden op Brusselse rand).

4 FOCUSGROEPEN IN WALLONIË:

- n= 1 groep; 18-45 jaar; landelijk gebied⁶ (sessie werd gehouden in Namen);
- n= 1 groep; 18-45 jaar; landelijk gebied⁷ (sessie werd gehouden in Luxemburg);
- n= 1 groep; 46-70 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden in Luik);
- n= 1 groep; 46-70 jaar; verstedelijkt gebied (sessie werd gehouden in Charleroi).

⁴ Komende uit landelijke gemeenten in Limburg

⁵ Komende uit landelijke gemeenten in West-Vlaanderen

⁶ Komende uit landelijke gemeenten in provincie Namen

⁷ Komende uit landelijke gemeenten in provincie Luxemburg

Binnen elke groep werd er gezorgd voor een goede mix qua ervaringen met postale diensten en producten:

- de helft had in de voorbije maand gebruik gemaakt van e-commerce (ontvangen, verzenden en retourneren van pakjes);
- de helft had in de voorbije drie maanden een brief of wenskaart verstuurd per post;
- de helft had in de voorbije drie maanden een postkantoor of postpunt bezocht;
- een aantal onder hen had:
 - een paar keer per jaar ervaring met het zelf verzenden of retour zenden van pakjes;
 - een paar keer per jaar ervaring met het zelf verzenden of retour zenden van pakjes naar het buitenland;
 - ervaring met andere postoperatoren dan bpost voor het ontvangen of versturen/retour zenden van pakjes.

Binnen elke groep werd er tenslotte gezorgd voor een goede mix qua:

- gender (man/vrouw);
- sociale klasse.

Geen van hen waren werkzaam in de sectoren reclame, marketing, marktonderzoek, media, informatica, internetbedrijf/web builder, webshop, of bij postbedrijven (DHL, bpost, PostNL, UPS, GLS).

5.2.2.2 IDI's met professionele gebruikers

Bij de n= 20 individuele diepte-interviews (IDI's) met professionele gebruikers werd er gezorgd voor een goed evenwicht qua:

- taal (10 Nederlandstalige en 10 Franstalige respondenten);
- grootte van de onderneming (aantal werknemers);
- soort activiteit van de onderneming (bureauwerk versus manueel werk);
- sector waarin de onderneming actief was.

Grootte onderneming	Functie van de respondent binnen onderneming	Soort activiteit van de onderneming	Sector
6 éénmanszaken (geen werknemers) 4 NL + 2 FR	- allen (mede)zaakvoerders	- 3 vnl. bureauwerk - 2 bureauwerk en manueel werk - 2 vnl. manueel werk	handel, immobiliën, cosmetica, fotografie, export, e-commerce
5 kleine ondernemingen (met 2 tot 4 werknemers) 2 NL + 3 FR	- 4 (mede)zaakvoerders - 1 bediende	- 4 vnl. bureauwerk - 1 vnl. manueel werk	horeca, sportwinkel, handel
5 middelgrote ondernemingen (met 5 tot 49 werknemers) 2 NL + 3 FR	- 1 zaakvoerder - 4 bedienden*	- 3 vnl. bureauwerk - 2 vnl. manueel werk	gezondheid, reissector, bouw, auto
4 grote ondernemingen (met 50 of meer werknemers) 2 NL + 2 FR	- 4 bedienden*	- 3 vnl. bureauwerk - 1 vnl. manueel werk	reissector, handel, verzekeringen, consultancy

Tabel 5-a. Overzicht spreiding professionele gebruikers

*De bedienden hadden binnen het bedrijf diverse functies: officemanager, logistiek medewerker, hr-verantwoordelijke, brandmanager, enz.

Geen van hen waren werkzaam in de sectoren media/journalistiek, onderwijs, openbaar bestuur, marktonderzoek/marketing, postbedrijven.

5.2.2.3 IDI's met kwetsbare profielen

In totaal werden 20 gesprekken gevoerd met gebruikers met een kwetsbaar profiel.

- 10 woonachtig in Vlaanderen (8 vrouwen en 2 mannen);
- 10 woonachtig in Wallonië/Brussel (5 vrouwen en 5 mannen).

Er waren:

- 6 gesprekken met bejaarde respondenten (+70-jarigen) die vaker minder mobiel zijn en vaker sociaal geïsoleerd leven (aangeven dat ze zich vaak alleen voelen) – 3 NL en 3 FR;
- 5 gesprekken met personen die lijden aan een chronische ziekte die een ernstige impact heeft op hun leven (bv. niet kunnen werken; niet of minder mobiel) – 2 NL en 3 FR;
- 3 gesprekken met personen met een fysieke beperking die hen beperkt in hun dagelijkse leven (bv. in een rolstoel, slechtziend) – 2 NL en 1 FR;
- 2 anderstalige (Engels) nieuwkomers wonend in Vlaanderen;
- 2 respondenten met een migratieachtergrond wonend in Brussel/Wallonië;
- 2 respondenten uit een lage sociaal-economische klasse (laag opgeleid, werkloos) – 1 NL + 1 FR.

Geen van hen waren werkzaam in de sectoren reclame, marketing, marktonderzoek, media, informatica, internetbedrijf/web builder, webshop, postbedrijven (DHL, bpost, PostNL, UPS, GLS).

5.2.3 Kwantitatieve validatie

De kwantitatieve validatie liep van mei tot oktober en werd uitgevoerd volgens de methodologie beschreven in een publicatie van het RAND-instituut.⁸

5.2.3.1 Doelgroep

Bij de bevraging werden zowel particuliere gebruikers als professionele gebruikers bevraagd.

De particuliere gebruikers zijn alle Belgen ouder dan 18 jaar. Er werden specifieke maatregelen genomen (cf. infra) om er voor te zorgen dat ook particuliere gebruikers zonder internet (dit zijn vooral 75+'ers) correct vertegenwoordigd werden in de studie.

De professionele gebruiker werd gedefinieerd als een bedrijf of organisatie met een BTW-nummer in België. Er werd geen limiet gezet op het aantal werknemers. Deze studie omvat dus zowel eenmanszaken als grote bedrijven met meer dan 500 werknemers. Zowel private bedrijven als publieke organisaties liggen binnen de scope van deze studie.

In België is meer dan 80% van de bedrijven een eenmanszaak en bestaat slechts een klein aandeel van de totale bedrijvenmarkt uit grote bedrijven. Daarom werd er voor gekozen om in deze studie bedrijven disproportioneel te rekruteren. Dit wil zeggen dat het aandeel grote bedrijven in de steekproef groter is dan het aandeel in de totale populatie. Hierdoor kunnen er betrouwbare resultaten gerapporteerd worden voor alle bedrijfsgroottes, inclusief de grote bedrijven. Voor analyses op de totale steekproef van professionele gebruikers werd er terug gewogen naar de correcte verhoudingen via een post-stratificatie wegging, zodat resultaten representatief blijven voor de totale bedrijvenmarkt.

5.2.3.2 Datacollectiemethode

De kwantitatieve bevraging van de postale eindgebruikers gebeurde via WATI “**w**eb **a**ssisted **t**elephone **i**nterviewing”. Dit houdt in dat respondenten opgebeld werden door interviewers vanuit het callcenter met de vraag om deel te nemen aan het onderzoek. In het begin van het interview werd er gevraagd om naar een webpagina te gaan waar visuele stimuli konden getoond worden. Bij akkoord van de respondent werd het eerste deel van het interview telefonisch afgewerkt en werd in het tweede deel van het interview gevraagd om naar een website te gaan. Via deze website kon de respondent het scherm van de interviewer meevolgen. Deze visuele ondersteuning was nodig omdat een deel van het interview bestond uit keuzetaken die enkel goed beoordeeld konden worden wanneer ze getoond werden aan de respondenten.

Bij particulieren werd naast de WATI-methode ook een postaal luik aangeboden. Dit luik gaf respondenten die geen internet hadden, of wantrouwig waren om naar een website te gaan, de kans om ook deel te nemen aan deze studie. In dat geval werd er gevraagd naar de contactgegevens van de respondent zodat de vragenlijst per post kon verstuurd worden. De respondent kon thuis de vragenlijst op papier invullen en gratis terugsturen naar Ipsos. De antwoorden werden achteraf ingetikt, gecontroleerd op volledigheid, en bijgevoegd bij de antwoorden van het WATI-luik.

⁸ Rohr C., Trinkner U., Lawrence A. et al., Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services, 2010

5.2.3.3 Steekproeftrekking

De steekproeftrekking bij de particulieren gebeurde via “mobile random digit dialing”. Dit houdt in dat er binnen de gekende mobiele prefixen volledig willekeurige telefoonnummers gegenereerd werden. Deze telefoonnummers werden daarna “gepulst”. Dit betekent dat er gecheckt werd of deze telefoonnummers in gebruik zijn. De telefoonnummers die in gebruik, zijn werden ten slotte at random opgebeld.

De steekproeftrekking bij professionele gebruikers bestond uit een quotasteekproef gerekruteerd uit een database met gegevens van alle bedrijven in België. De gebruikte quota bij de professionele gebruikers zijn beschreven in het hoofdstuk 6.1 profiel van de steekproef.

5.2.3.4 Steekproefgrootte

In totaal hebben 4.442 postale eindgebruikers deelgenomen aan het kwantitatief luik van deze studie:

- n= 2.722 particulieren:
 - o via WATI: 2.150 particulieren;
 - o via postaal luik: 572 particulieren;
- n= 1.720 professionele gebruikers.

5.2.3.5 Looptijd veldwerk

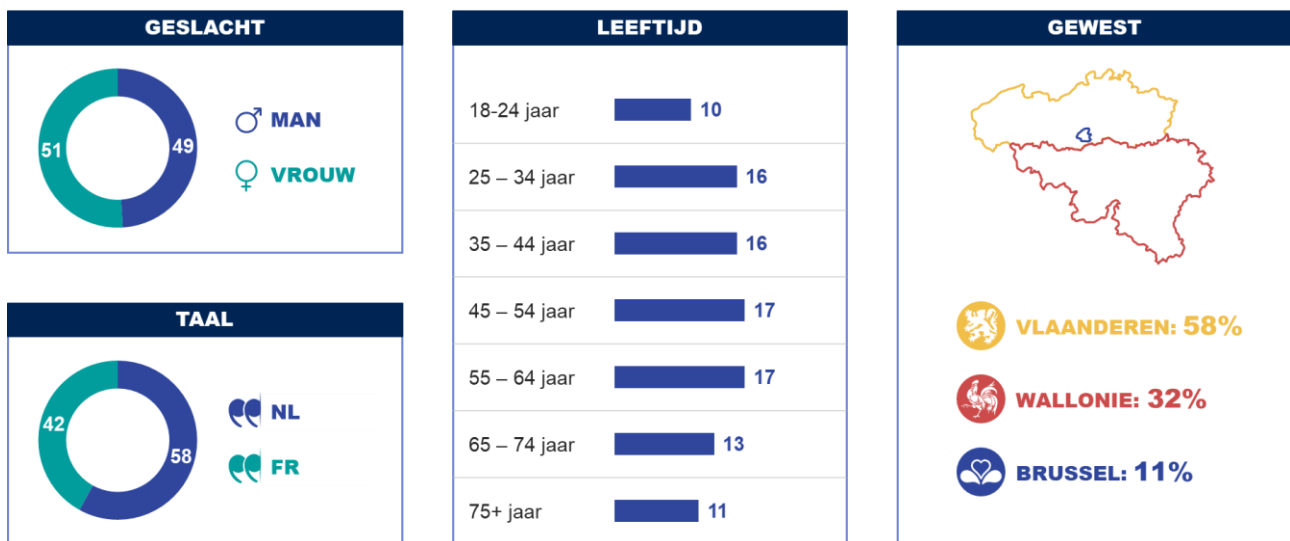
Het veldwerk voor de particulieren en professionele gebruikers werd gelijktijdig uitgevoerd. Het veldwerk liep van eind mei tot begin oktober 2020. Tijdens het bouwverlof in juli werd er enkel op afspraak getelefoneerd met professionele eindgebruikers.

6 RESULTATEN PARTICULIEREN

6.1 Profiel van de steekproef

In totaal werden n=2.722 particulieren bevestigd. De rekrutering van de particulieren gebeurde at random, waardoor het profiel van de particulieren uit de steekproef op bepaalde karakteristieken beperkt kon afwijken van de populatieverhoudingen. Deze afwijkingen werden gecorrigeerd via een post-stratificatie weging. De volgende variabelen werden in dit wegingschema opgenomen: leeftijd gekruist met regio, geslacht gekruist met regio en provincie. Het sociodemografisch profiel van de steekproef is hierdoor volledig in lijn met het profiel van de Belgische populatie. De weging is gebaseerd op de cijfers van Statbel voor het jaar 2020.

De geslachtsverdeling binnen België is 49% man / 51% vrouw. 58% van de Belgen is Nederlandstalig, 42% van de Belgen Franstalig. De leeftijdsverdeling binnen België is 10% 18-24 jaar, 16% 25-34 jaar, 16% 35-44 jaar, 17% 45-54 jaar, 17% 55-64 jaar, 13% 65-74 jaar en 11% 75+ jaar. Ten slotte woont 58% van de Belgen in Vlaanderen, 32% in Wallonië en 11% in Brussel.



Figuur 6-a. Sociodemografisch profiel van de steekproef van particuliere eindgebruikers

6.2 Brievenpost

6.2.1 Gebruik brievenpost

Iets meer dan de helft van de Belgen (53%) ontvangt minstens 3 à 4 keer per week brievenpost. Jongere Belgen (18-34 jaar) ontvangen iets minder vaak brievenpost dan oudere generaties. Vanaf 75 jaar daalt de frequentie waarmee men brievenpost ontvangt weer.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Iedere werkdag	12	16	11	13	13	13	11	13
3 à 4 keer per week	41	34	35	38	48	46	47	31
1 à 2 keer per week	37	26	41	41	35	38	36	42
1 of meerdere keren per maand	8	19	12	8	3	3	5	7
Minder vaak	2	4	2	1	1	0	1	4

Tabel 6-a. Frequentie ontvangst brievenpost particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

De frequentie waarmee men brievenpost ontvangt, is sterk gedaald ten opzichte van 2015. Toen gaf 79% van de particuliere gebruikers aan minstens 3 à 4 keer per week post te ontvangen, terwijl dit percentage nu op 41% ligt. Dit is een normale evolutie omdat bpost sinds 2020 niet-dringende post nog twee maal per week levert in plaats van vijf maal per week.

Particuliere gebruikers versturen brieven voornamelijk voor administratieve en wettelijke zaken zoals facturen, officiële documenten, enzovoort. Door de toenemende digitalisering geven particuliere gebruikers aan dat ze minder vaak brievenpost gebruiken. Gebruikers prefereren algemeen gezien digitale communicatie omdat dit sneller en goedkoper is.

*Pas du tout important : je ne poste plus rien du tout ou un ou deux courriers.
J'envoie des mails, je scanne mes documents. Les extraits de compte non plus. J'ai évolué avec les outils actuels, je trouve ça plus pratique et plus rapide. Moins de stockage, moins de gaspillage, moins de papier*

~Groep Charleroi, verstedelijkt gebied, 46-70 jaar~

Een minderheid, voornamelijk oudere mensen, stuurt nog brieven als het gaat om emotionele zaken en op specifieke tijdstippen zoals het versturen van verjaardagskaarten, kerstkaarten, condoleances, enzovoort.

In 2020 stuurt 41% van de Belgen nog minstens één keer per maand een brief. 18-24-jarigen doen dit significant minder vaak (18%) en 65+'ers doen dit significant vaker (53%). Ten opzichte van 2015 is het versturen van brieven licht gedaald. In 2015 verstuurde nog 44% van de Belgen minstens één keer per maand een brief.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Iedere werkdag	0	0	0	0	0	0	1	1
1 of meerdere keren per week	5	1	4	4	3	6	11	12
1 of meerdere keren per maand	35	17	29	29	43	44	41	40
Minder vaak	51	57	56	59	49	47	44	42
Nooit	8	26	12	7	5	4	3	5

Tabel 6-b. Frequentie verzenden brievenpost particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Bij het versturen van brieven wordt bijna exclusief een beroep gedaan op bpost (95%)⁹.

Algemeen is de perceptie onder de bevolking dat het gebruik van brievenpost nog verder zal dalen omdat officiële communicatie door bedrijven en organisaties steeds meer elektronisch verloopt. Weliswaar denkt de meerderheid van de Belgen (73%) in de toekomst ongeveer evenveel brieven te versturen als nu. Maar Belgen die verwachten dat hun gedrag zal veranderen, verwachten eerder minder brieven te sturen (22%).

De meerderheid van de Belgen is wel van mening dat brievenpost nooit helemaal zal verdwijnen. 50% van de Belgen is eerder tot helemaal akkoord met de stelling “ik zal altijd brieven moeten versturen”, wat meer is dan het aandeel Belgen dat niet akkoord gaat met deze uitspraak.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Helemaal akkoord	22	7	20	21	24	28	29	21
Eerder akkoord	28	25	37	36	32	28	21	12
Noch akkoord, noch niet akkoord	11	18	13	12	12	10	6	6
Eerder niet akkoord	21	34	20	22	22	19	17	14
Helemaal niet akkoord	18	17	11	10	10	15	26	47

Tabel 6-c. Uitspraak “Ik zal altijd brieven moeten versturen” voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

⁹ Lijst met huidige vergunningshouders voor het versturen van brieven: <https://bip.be/operators/publication/mededeling-betreffende-de-lijst-van-de-aanbieders-van-postdiensten-die-houder-zijn-van-een-individuele-vergunning>

6.2.2 Verwachtingen brievenpost

In het kwantitatief luik werden de huidige behoeften rond brievenpost bevraagd via een discrete choice experiment.¹⁰ Dit houdt in dat de behoeften van particuliere eindgebruikers niet rechtstreeks werden bevraagd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes.

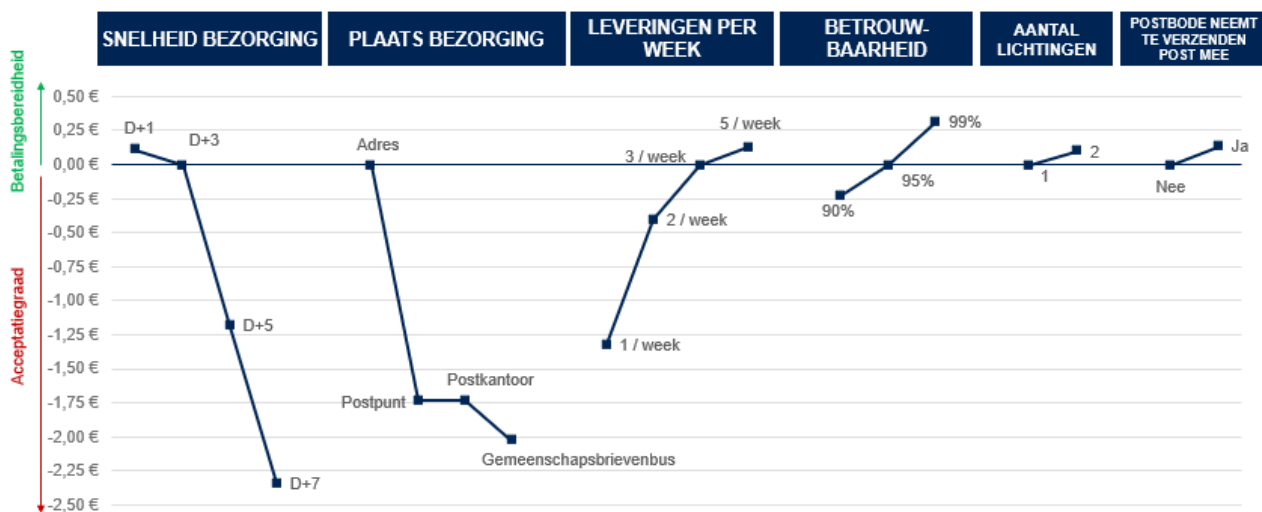
Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: prijs, snelheid van de bezorging, plaats van de levering, aantal bezorgingen, betrouwbaarheid van de verzending, aantal lichteningen per dag, en het al dan niet meenemen van de te verzenden brieven door de postbode.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid van particuliere eindgebruikers voor service-verbeteringen / de acceptatiegraad voor een dalende service voor verschillende service-dimensies van brievenpost.

Bij brievenpost is de basissituatie een dag+3 levering, bezorging op adres, 3 leveringen per week, 95% betrouwbaarheid, 1 lichtening per dag, postbode neemt te verzenden post niet mee.

Ter info: een dag+3 levering betekent dat de brief uiterlijk 3 werkdagen na het inbrengen in het postaal netwerk voor het laatste lichtingsuur bezorgd wordt. Bij een dag+1 levering is dit de volgende werkdag.

Voor elke dimensie zijn er verschillende serviceniveaus gesimuleerd. Een verandering van een dimensie kan een positief effect of een negatief effect op de particuliere eindgebruiker hebben. Bij een positief effect kan de betalingsbereidheid gemeten worden. Dit is de mate waarin de particuliere eindgebruiker bereid is om meer te betalen voor deze positieve verandering. Bij een negatief effect wordt de acceptatiegraad gemeten. Dit is de mate waarin een particuliere eindgebruiker minder wil betalen om deze negatieve verandering te accepteren. De betalingsbereidheid en de acceptatiegraad worden beide uitgedrukt in euro ten opzichte van de basisprijs voor een postzegel.



Figuur 6-b. Betalingsbereidheid service-dimensies van brievenpost voor particuliere eindgebruikers

Snelheid bezorging

Particuliere eindgebruikers zijn bereid om 10 cent meer te betalen voor een dag+1 levering ten opzichte van de standaard dag+3 levering. De keuze van bpost om standaard van een dag+1 naar een dag+3 levering te gaan ligt in lijn met de verwachtingen van de particuliere eindgebruiker. Er is namelijk een relatief klein verschil in betalingsbereidheid tussen een dag+1 en een dag+3 levering. Voor het verzenden van gewone (niet-dringende) brievenpost is er dus weinig behoefte aan een dag+1 levering.

In het kwantitatief luik is er niet gepeild naar betalingsbereidheid bij dringende brievenpost waarbij een priorzegel nodig is. In het kwalitatief luik gaven particuliere eindgebruikers wel aan dat dag+1 levering als een premiumservice gezien kan worden. Maar enkele particuliere eindgebruikers hebben de perceptie dat met de huidige prior, de dag+1 levering niet altijd wordt nagekomen.

¹⁰ Rohr C., Trinkner U., Lawrence A. et al., Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services, 2010

Je ne paye pas le prior car je n'ai pas la garantie, j'ai un prior qui est arrivé 15 jours

~ Kwetsbaar profiel~

Dag+3 levering wordt als de standaard verzendtermijn gezien en is voor niet-dringende post een aanvaardbare verzendtermijn. Maar wanneer de bezorging langer dan drie dagen aansleept, daalt de acceptatiegraad onmiddellijk naar een onaanvaardbaar niveau. Dag+5 en dag+7 leveringen worden niet geaccepteerd door de particuliere eindgebruikers.

Er zijn geen significante verschillen tussen leeftijdsgroepen qua verwachting rond de snelheid van bezorging. Alle leeftijdsgroepen zijn bereid iets meer te betalen voor een dag+1 levering en vinden een levering vanaf dag+5 onaanvaardbaar.

Plaats bezorging

Momenteel is enkel bezorging op het thuisadres een aanvaardbare oplossing. Particuliere eindgebruikers vinden het algemeen gezien onaanvaardbaar dat brievenpost standaard in een postpunt, postkantoor of gemeenschapspostbus zou bezorgd worden in de plaats van op het thuisadres. De gemeenschapspostbus¹¹ wordt hierbij nog minder aanvaard dan een postpunt of postkantoor.

Aantal leveringen per week

Het basisniveau bij de dimensie aantal leveringen per week is vastgelegd op drie dagen per week. Officieel doet bpost nog twee reguliere rondes per week per adres, maar op vrijdag kan er nog extra post bezorgd worden om aan het dag+3 criterium te voldoen. Door de combinatie van soms nog post te ontvangen op vrijdag en priorzendingen die elke werkdag geleverd kunnen worden hebben particulieren het gevoel dat er gemiddeld drie dagen per week post geleverd wordt.

De beslissing om vanaf 2020 over te stappen van vijf naar twee reguliere rondes per adres voor non-prior per week lag in lijn met de verwachtingen van de particuliere eindgebruiker.¹² De extra betalingsbereidheid voor vijf leveringen per week is vergelijkbaar met de betalingsbereidheid voor een priorzending.

Betrouwbaarheid, aantal lichten en meenemen van te verzenden post door de postbode

Er is een zekere betalingsbereidheid voor een 99% betrouwbaarheid van de zending, voor twee lichten per dag en voor het meenemen van te verzenden post door de postbode. De betalingsbereidheid voor een hoge betrouwbaarheid is het grootst. Hieruit kunnen we afleiden dat er een grote behoefte is aan een hoge betrouwbaarheid.

¹¹ In een gemeenschapspostbus kunnen zowel brieven als pakjes geleverd worden. Indien de particuliere eindgebruiker voor deze optie koos konden brieven en pakketten enkel in een gemeenschapspostbus gedeponereerd worden.

¹² Mededeling van de Raad van het BIPT van 13 februari 2017 met betrekking tot een overkoepelende analyse aangaande de postale behoeften in België

6.3 Pakketten

6.3.1 Gebruik pakketzendingen

57% van de particuliere eindgebruikers ontvangt minstens één keer per maand een pakket. Vooral jongere generaties ontvangen vaker pakketten; 72% van de 18-35-jarigen ontvangt minstens elke maand een pakket.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Iedere week	17	20	21	26	23	11	8	3
1 à 2 keer per maand	40	52	51	44	45	40	28	14
3 à 4 keer per jaar	18	11	14	17	16	23	26	18
Minder vaak	18	16	11	11	13	21	24	36
Nooit	7	2	3	3	4	5	13	27

Tabel 6-c. Frequentie ontvangst pakketten particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Particuliere eindgebruikers ontvangen in 2020 veel vaker pakketten dan in 2015. In 2015 ontving slechts 8% van de particuliere gebruikers een pakketzending op maandelijkse basis. Tijdens de diepte-interviews en de focusgroepen gaven particuliere eindgebruikers aan dat producten online bestellen en laten opsturen ondertussen sterk ingeburgerd is.

Anders dan het ontvangen van pakketten wordt het versturen van pakketten een stuk minder gedaan door particuliere eindgebruikers. Wanneer we retourzendingen buiten beschouwing laten, verstuurt slechts 7% van de Belgen op maandbasis een pakket. Dit wordt bevestigd in het observatorium van BIPT, waar slechts 6% van het binnenlands volume aan pakketten wordt verstuurd door particulieren¹³. 9% stuurt maandelijks retourzendingen van online aankopen. Gewone pakketten worden door alle leeftijdsgroepen ongeveer even vaak verstuurd. Retourzendingen van online aankopen worden voornamelijk gedaan door particuliere eindgebruikers jonger dan 55 jaar.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Iedere week	1	0	0	1	1	1	1	0
1 à 2 keer per maand	6	7	6	9	6	4	4	2
3 à 4 keer per jaar	10	8	12	14	12	9	9	6
Minder vaak	36	30	37	39	38	40	34	28
Nooit	48	54	45	38	43	47	51	63

Tabel 6-d. Frequentie verzenden pakketten (excl. retourzendingen) particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

¹³ <https://www.bipt.be/operators/publication/mededeling-van-16-oktober-2020-betreffende-het-observatorium-van-de-markt-voor-postactiviteiten-in-belgie-voor-2019>

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Iedere week	1	3	1	2	1	0	0	0
1 à 2 keer per maand	8	12	13	12	10	5	2	2
3 à 4 keer per jaar	13	15	17	22	17	10	4	1
Minder vaak	34	36	37	34	37	39	29	18
Nooit	44	34	33	30	35	45	64	78

Tabel 6-e. Frequentie verzenden pakketten (incl. retourzendingen) particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Voor het verzenden van pakketten doen 80% van de particuliere eindgebruikers een beroep op bpost. DHL wordt door 12% van de Belgen gebruikt, voornamelijk door jongere Belgen (18 – 34 jaar). Daarna volgt PostNL (9% penetratie in België; 14% in Vlaanderen) en Mondial Relay (8% penetratie in België; 14% in Wallonië).

De perceptie van particuliere eindgebruikers is dat het verzenden van pakketten naar de toekomst toe minstens gelijk zal blijven, en mogelijk zelfs verder zal toenemen. 71% verwacht immers dat het aantal verzonden pakketten ongeveer hetzelfde zal blijven. Maar 22% verwacht dat dit zal toenemen tegenover slechts 6% die verwacht dat dit zal afnemen.

Er gaan meer Belgen akkoord dan niet akkoord met de uitspraak dat men altijd pakjes zal moeten versturen. Zoals bij brievenpost zijn het ook bij pakjes vooral de 25-64-jarige Belgen die het meest met deze stelling akkoord gaan.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Helemaal akkoord	20	13	21	24	24	17	19	20
Eerder akkoord	29	31	34	37	37	27	20	14
Noch akkoord, noch niet akkoord	19	27	20	14	14	19	18	20
Eerder niet akkoord	19	17	17	16	16	22	25	17
Helemaal niet akkoord	14	12	8	8	8	15	18	28

Tabel 6-f. Uitspraak “Ik zal altijd pakjes moeten versturen” voor particuliere eindgebruikers - per leeftijdscategorie

Uit het kwalitatief onderzoek bleek verder dat particuliere eindgebruikers momenteel nog terughoudend staan tegenover innovatieve manieren om pakjes te bezorgen:

- Er is momenteel weinig vertrouwen in het laten bezorgen van pakjes in-car¹⁴ of in-home¹⁵. De belangrijkste reden voor deze terughoudendheid is dat mensen niet iemand in hun auto of woning willen toelaten en dit zien als een inbreuk op hun privacy.
- Levering via drone wordt in België voorlopig niet gezien als een levering “voor gewone gebruikers”. Er zijn nog veel vragen over hoe dit praktisch zou werken. Particuliere eindgebruikers zien dit eerder als een oplossing voor bedrijven, organisaties en overheden.

Particuliere eindgebruikers staan wel open voor meer duurzame oplossingen, maar zijn aanvankelijk niet bereid om hier meer voor te betalen. Men staat wel open voor een latere leveringstermijn indien het pakje zodoende op een meer duurzame manier verstuurd wordt.

¹⁴ Pakjes worden rechtstreeks geleverd in de kofferruimte van de wagen van de werknemer, terwijl die aan het werk is. Dit kan met bestaande software die al aanwezig is in heel veel wagens.

¹⁵ Pakjes kunnen binnen geleverd worden aan de hand van een slimme deurbel die specifieke bezorgers kan binnenlaten.

6.3.2 Verwachtingen pakketzendingen

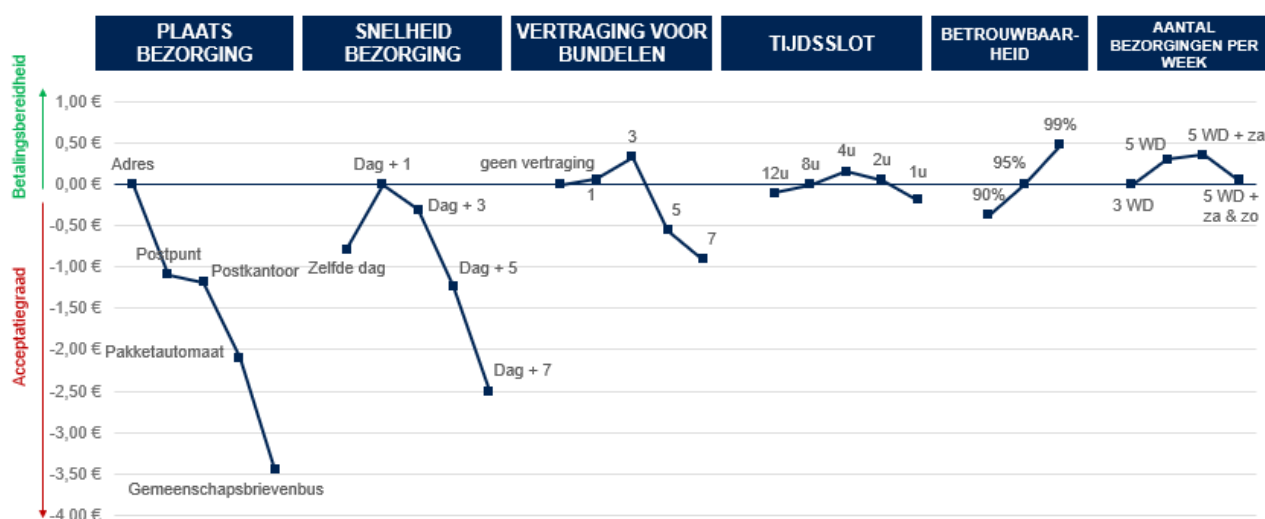
Net zoals voor brievenpost werden de verwachtingen van de particuliere eindgebruiker rond pakketzendingen bevestigd via een conjoint analyse, waarbij de verwachtingen niet rechtstreeks werden bevestigd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes.

Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: prijs, plaats van de levering, snelheid van de bezorging, het aantal dagen later dat pakjes aankomen als ze gezamenlijk bezorgd zouden worden met pakjes van burens, het tijdsslot waarbinnen het pakje wordt geleverd, de betrouwbaarheid van de verzendingstermijn en aantal bezorgingen per week.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid en acceptatiegraad van particuliere eindgebruikers voor elk niveau van deze dimensies.

Bij pakketleveringen is de basissituatie een levering op de eerstvolgende werkdag, bezorging op adres, geen vertraging door het bundelen van pakketten, een tijdsslot van 8u (tijdsperiode waarbinnen het pakket geleverd zal worden), en een betrouwbaarheid van de verzendingstermijn van 95%.

Voor elke dimensie zijn er verschillende serviceniveaus gesimuleerd. Een verandering van een dimensie kan een positief effect (betalingsbereidheid) of een negatief effect (acceptatiegraad) op de particuliere eindgebruiker hebben. De betalingsbereidheid en de acceptatiegraad worden beide uitgedrukt in euro ten opzichte van de basisprijs voor een pakketzending.



Figuur 6-d. Betalingsbereidheid service-dimensies van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers

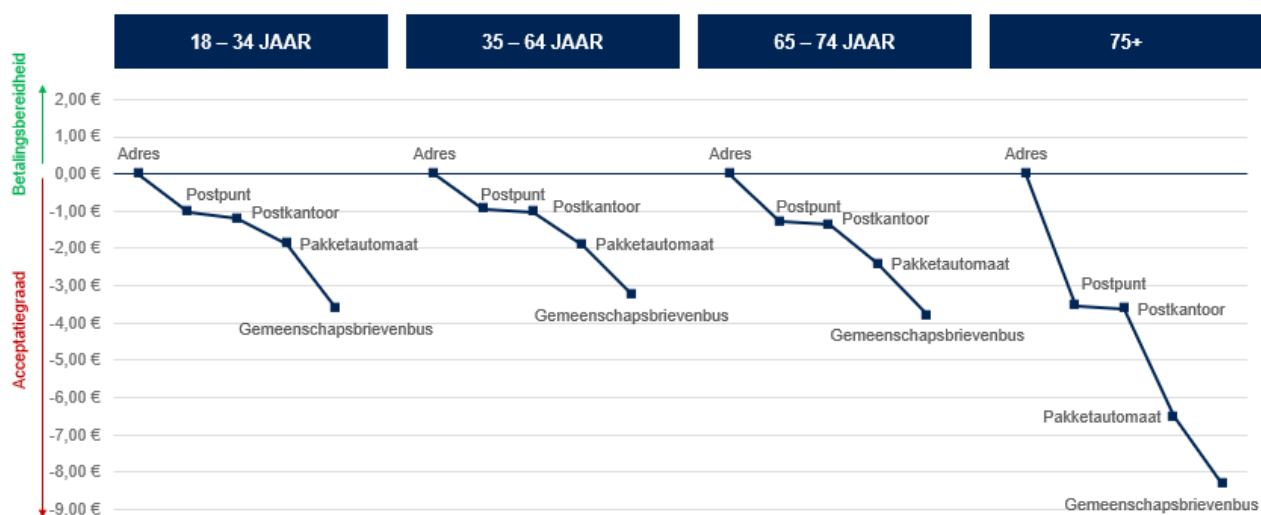
Plaats bezorging

Voor particuliere eindgebruikers is er momenteel een lage acceptatiegraad indien de levering niet op het adres gebeurt. Particuliere eindgebruikers willen ongeveer 1,1 tot 1,2 euro minder betalen voor pakketten die in een postpunt of een postkantoor geleverd worden. Voor pakketautomaten is er nog een lagere acceptatiegraad (-2 euro) en de gemeenschapspostbus¹⁶ wordt momenteel als onacceptabel beschouwd.

Er zijn duidelijke verschillen in betalingsbereidheid tussen verschillende leeftijdsgroepen. Bij Belgen jonger dan 75 jaar, is een postpunt of postkantoor acceptabel indien de prijs verlaagt met ongeveer 1,2 euro. Dit is iets hoger dan de korting die bpost momenteel geeft (1 euro) als de levering niet op een adres dient te gebeuren (maar dus op een postaal punt of in een bpost pakjesautomaat). Voor Belgen ouder dan 75 jaar zijn het postkantoor en het postpunt echter onaanvaardbaar.

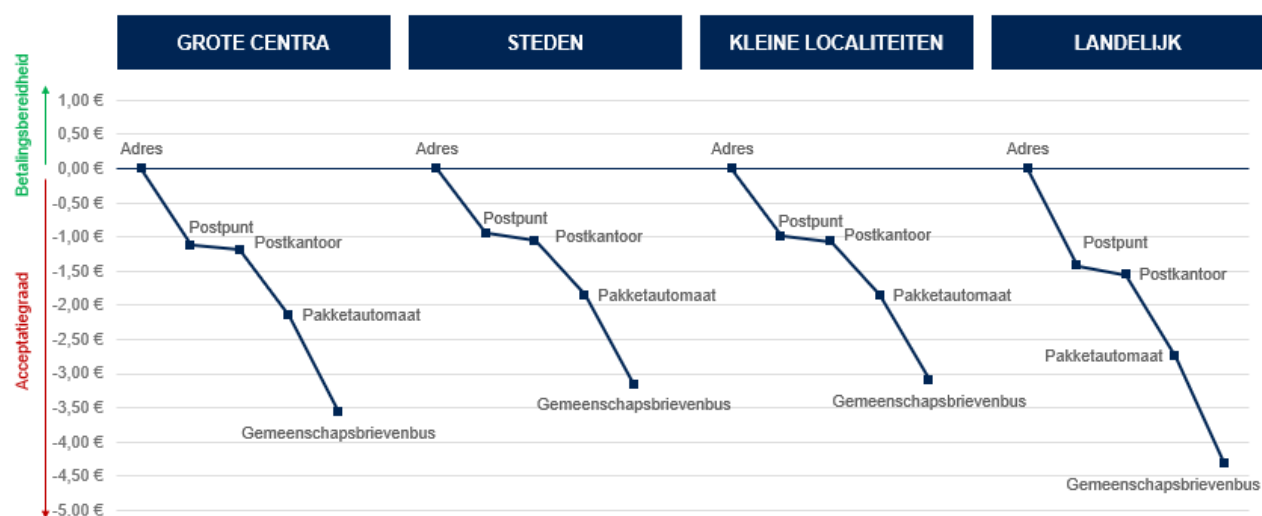
De nuance kan gemaakt worden dat pakketautomaten nog relatief zeldzaam en recent zijn (evenals de gemeenschapspostbus). Bij een grotere dekking kan de assumptie gemaakt worden dat de betalingsbereidheid hiervoor zal stijgen.

¹⁶ Naast een aparte 'vaste' (brieven)postbus per residentie ook algemene 'variabele' (pakjes)postbussen, waarbij enkel de ontvanger van een pakje toegang heeft tot deze 'variabele' (pakjes)postbus.



Figuur 6-e. Betalingsbereidheid plaats van bezorging van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Indien de particuliere eindgebruikers opgesplitst worden per urbanisatiegraad, kan er een soortgelijke betalingsbereidheid gezien worden voor de plaats van bezorging in grote centra, steden en kleine localiteiten.¹⁷ Belgen die landelijk wonen, en dus gemiddeld genomen de verste verplaatsing moeten doen voor een postpunt, postkantoor of pakketautomaat, hebben de laagste acceptatiegraad voor deze alternatieven. Particuliere eindgebruikers uit landelijke gebieden hebben ook de laagste acceptatiegraad voor de gemeenschapspostbus, terwijl dit vanuit logistiek oogpunt net in landelijk gebied – waar de densiteit van de bebouwing vaak lager is – interessant zou zijn.



Figuur 6-f. Betalingsbereidheid plaats van bezorging van pakketzendingen voor particuliere eindgebruikers – per urbanisatiegraad

Snelheid bezorging

De huidige dag+1 levering wordt als het meest optimaal beschouwd door de particuliere eindgebruikers. Een levering op dezelfde dag heeft zelfs een negatieve impact op de betalingsbereidheid. Dit is een signaal dat er voor particuliere eindgebruikers ook nadelen zijn aan een levering op dezelfde dag die groter zijn dan het voordeel van een snelle levering (bv. men kan er zich moeilijk op organiseren; het is niet duurzaam, enzovoort).

¹⁷ Deze opsplitsing is gebaseerd op de urbanisatiegraad in België. Respondenten worden toegewezen aan één van deze categorieën op basis van de postcode. De urbanisatiegraad wordt bepaald op basis van het aantal inwoners per vierkante kilometer.

Dag+3 leveringen hebben een hoge acceptatiegraad van 0,4 euro. Maar vanaf dat het pakket langer dan drie dagen onderweg is, wordt dit als onacceptabel gezien door de particuliere eindgebruikers.

Die supersnelle levering is wel cool dat je er mee kan pronken en dat je dat kan doen, maar dat hoeft niet per se, dat is een nice to have.

~ Groep Hasselt, landelijk gebied, 18-45 jaar ~

La rapidité n'est pas primordiale pour moi, j'ai toujours une saison d'avance pour les enfants, 1 semaine d'attente, ça me va. Primordial = le prix auquel j'ai l'objet et que les colis arrivent en bon état, ça me suffit.

~ kwetsbaar profiel ~

Vertraging door bundelen van pakketten

Voorafgaandelijk aan de keuzetaak werd deze dimensie op een eenvoudige en intuïtief begrijpbare wijze uitgelegd aan de respondent, zodat de gevolgen van keuzes goed werden begrepen:

Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendtermijn met X dag(en) veroorzaken.

Particuliere eindgebruikers staan positief tegenover een vertraging indien pakketten dan gebundeld kunnen worden. Tot en met drie dagen vertraging bestaat hiervoor zelfs een zekere mate van betalingsbereidheid. Alhoewel dit niet letterlijk moet begrepen worden als zou de particuliere eindgebruiker willen bijbetalen om langer op een pakket te wachten, toont dit wel duidelijk aan dat het positief duurzaam effect van bundelen meer doorweegt in de keuze dan de extra wachttijd. Tenminste, indien dit niet langer dan drie dagen duurt. Vanaf een duurtijd langer dan drie dagen wordt de betalingsbereidheid negatief (-0,6 euro).

Tijdsslot, betrouwbaarheid en aantal bezorgingen per week

Voor de verschillende breedtes van het tijdsslot waarbinnen de pakketten geleverd worden, zien we slechts kleine variaties in betalingsbereidheid of acceptatiegraad. Deze dimensie lijkt met andere woorden minder belangrijk voor de particuliere eindgebruiker. Het ideale tijdsslot bedraagt 4 uur. Merk op dat dit louter gaat over de breedte van het tijdsslot en niet over de nauwkeurigheid van de levering binnen dat tijdsslot. Betrouwbaarheid is wel belangrijk, in die zin dat er een lichte betalingsbereidheid is van 0,4 euro voor een zending met 99% betrouwbaarheid.

Qua aantal bezorgingen per week is er een lichte betalingsbereid om dit uit te breiden naar vijf wekdagen of 5 wekdagen + zaterdag. Een uitbreiding naar 7 dagen per week (inclusief zondag) is echter niet nodig voor de particuliere eindgebruiker.

6.4 Postaal netwerk

6.4.1 Gebruik postaal netwerk

De rode brievenbussen van bpost worden niet frequent gebruikt door de particuliere eindgebruikers. Slechts 37% van de Belgen geeft aan minstens 1 keer per maand deze te gebruiken. Het gebruik van deze rode brievenbussen is hoger bij Belgen tussen 35 en 64 jaar oud.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Wekelijks	4	2	3	2	3	5	8	6
Maandelijks	33	24	25	26	34	39	40	42
Minder vaak	51	55	56	61	53	48	43	39
Nooit	11	19	16	12	10	7	7	8

Tabel 6-g. Frequentie gebruik rode brievenbussen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Welke rode brievenbus gebruikt wordt, hangt sterk af van de levensfase van de Belg. Belgen jonger dan 25 jaar (die nog minder vaak werken), gebruiken het vaakst een rode brievenbus het dichtst bij de woonplaats. Belgen tussen 25 en 54 jaar, die het vaakst werken, kiezen naast een rode brievenbus vlak bij de woonplaats ook voor een rode brievenbus op weg naar het werk of in de buurt van het werk. Belgen ouder dan 55 jaar verkiezen vooral de rode brievenbus dicht bij de woonplaats of in een postkantoor.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Rode brievenbus het dichtst bij mijn woonplaats	61	78	63	64	54	56	64	52
Een rode brievenbus in een postkantoor	13	5	9	7	13	19	18	26
Een rode brievenbus op het traject tussen mijn woonplaats en mijn werk	10	10	12	9	13	8	1	1
Een rode brievenbus dicht bij mijn werk	6	0	10	11	7	3	1	0
Een andere rode brievenbus in mijn buurt	6	3	5	7	7	5	6	9

Tabel 6-h. Gebruik type rode brievenbus het vaakst gebruikt door particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

6.4.2 Verwachtingen postaal netwerk

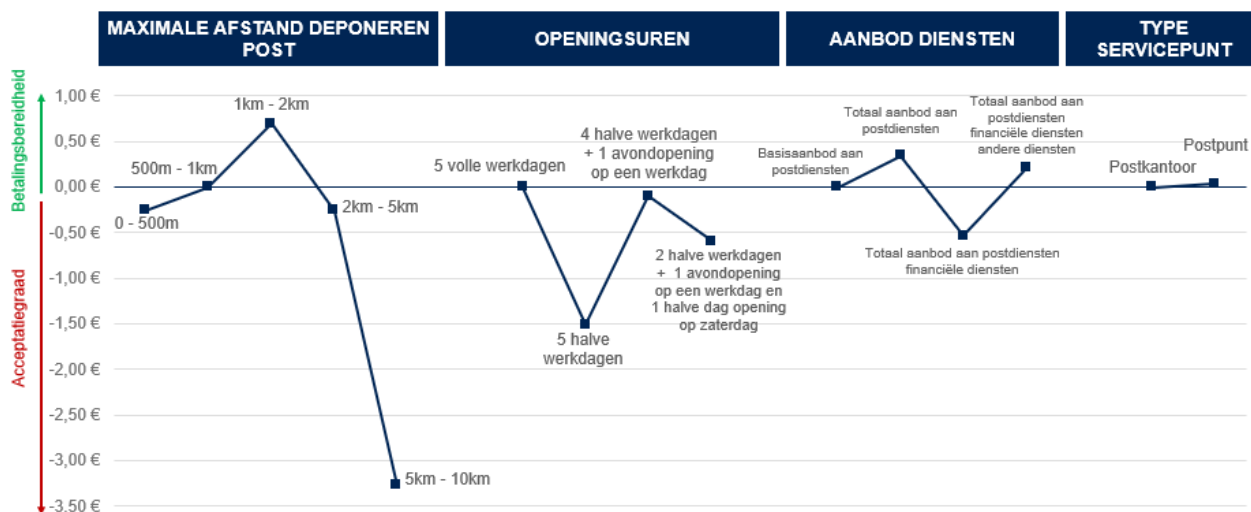
Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: maximale af te leggen afstand voor het deponeren van een postzending, openingsuren, prijs, beschikbare diensten en type servicepunt.

Sinds 2017 is in de Belgische postmarkt de omzet van het pakketsegment hoger dan de omzet van het briefsegment.¹⁸ De resultaten uit dit onderzoek bevestigen dat deze trend, met een groeiend belang voor het segment van de pakketten, zich zal verderzetten. Er is daarom gekozen om de prijs voor het verzenden van een pakket te gebruiken om de verwachtingen van particuliere gebruikers m.b.t. het postaal netwerk te meten. In 2015 werden de verwachtingen nog gemeten aan de hand van de prijs voor het verzenden van een brief.¹⁹

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid en acceptatiegraad van particuliere eindgebruikers voor elk niveau van deze dimensies.

Bij het postaal netwerk is de basissituatie een maximale afstand voor deponeren post 500m - 1km, geopend op 5 volle werkdagen, basisaanbod aan postdiensten en het servicepunt is een postkantoor.

Voor elke dimensie zijn er verschillende serviceniveaus gesimuleerd. Een verandering van een dimensie kan een positief effect (betalingsbereidheid) of een negatief effect (acceptatiegraad) op de particuliere eindgebruiker hebben. De betalingsbereidheid en de acceptatiegraad worden beide uitgedrukt in euro ten opzichte van de basisprijs voor een pakketzending.



Figuur 6-g. Betalingsbereidheid service-dimensies van postaal netwerk voor particuliere eindgebruikers

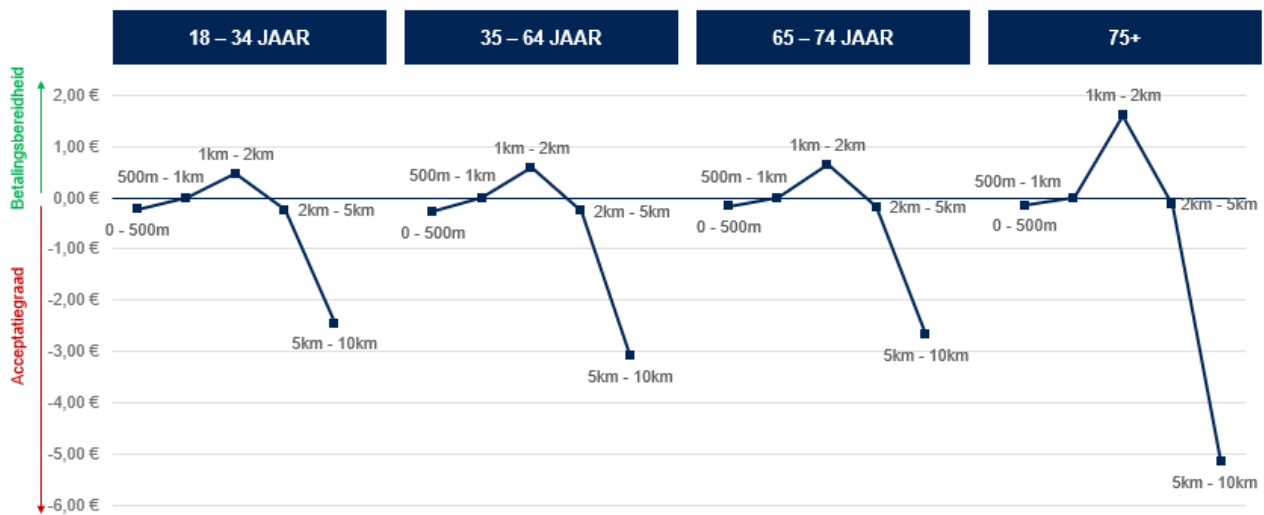
Maximale afstand deponeren postzending

Op basis van het keuzegedrag kan besloten worden dat particuliere eindgebruikers geen probleem hebben met een maximale afstand tot 2 km en een uitbreiding tot maximum 5 km een zeer kleine impact op de betalingsbereidheid heeft. Vanaf de afstand groter wordt dan 5 km, wordt dit gezien als onacceptabel.

De verwachtingen met betrekking tot de afstand tot een postpunt of postkantoor verschilt bij de 75-plussers. Bij deze leeftijdsgroep is het in een veel grotere mate onacceptabel indien het postkantoor of postpunt verder dan 5 km ligt.

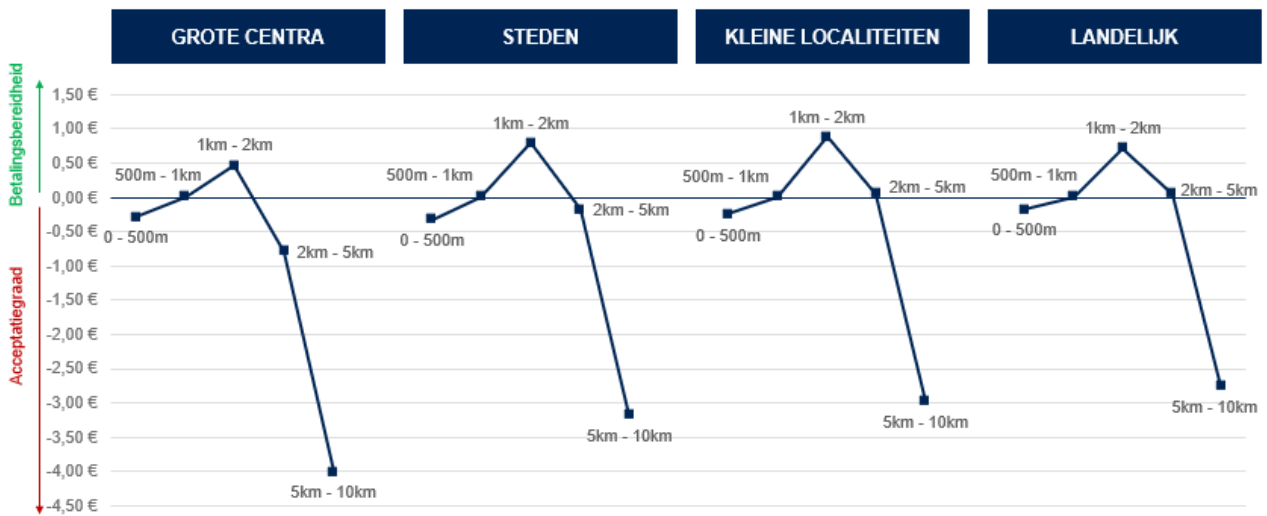
¹⁸ <https://www.bipt.be/consumenten/publication/mededeling-van-16-oktober-2020-betreffende-het-observatorium-van-de-markt-voor-postactiviteiten-in-belgie-voor-2019>

¹⁹ Mededeling van de Raad van het BIPT van 8 december 2015 betreffende de 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



Figuur 6-h. Betalingsbereidheid voor maximale afstand deponeren postzending voor particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

De verwachtingen met betrekking tot de maximale afstand voor het deponeren van een postzending zijn duidelijk verschillend bij particuliere gebruikers afhankelijk van de urbanisatiegraad. Tot 2 km afstand hebben Belgen ongeveer dezelfde verwachtingen, maar vanaf 2 km afstand is er al een aanzienlijk lagere acceptatiegraad bij particuliere eindgebruikers uit de grote centra. Particuliere eindgebruikers die meer landelijk wonen, accepteren een grotere afstand gemakkelijker.



Figuur 6-i. Betalingsbereidheid voor maximale afstand deponeren postzending voor particuliere eindgebruikers – per urbanisatiegraad

De maximale afstand werd ook rechtstreeks bevraagd. Indien Belgen zelf een maximale afstand moeten aangeven – zonder dat men hierbij rekening moet houden met andere service-dimensies – is deze een stuk strenger dan wat er indirect uit keuzegedrag afgeleid wordt. 30% van de Belgen verwacht dat er een rode brievenbus, postkantoor of postpunt aanwezig is binnen een straal van 500 meter en 55% verwacht dat dit binnen de straal van 1 km is. Vooral bij oudere mensen zijn deze verwachtingen hoger. Bij 75-plussers verwacht 45% een rode brievenbus, postkantoor of postpunt binnen de straal van 500 meter en 66% binnen een straal van 1 km.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Minder dan 100m	6	3	6	4	3	7	8	11
100m – 500m	24	10	18	22	24	26	32	33
500m – 1km	25	18	23	27	27	26	26	23
1km – 2km	21	38	23	25	23	17	17	14
2km – 5km	12	19	15	14	11	12	1	4
>5 km	7	10	10	6	9	7	3	4
N.V.T.	4	2	5	1	3	4	3	10

Tabel 6-i. Maximale afstand die particuliere eindgebruikers willen afleggen om brievenpost te versturen – per leeftijdscategorie

Toch is de particuliere eindgebruiker minder veeleisend geworden op dit vlak. In de studie van 2015 gaf 75% van de Belgen aan dat ze een rode brievenbus, postkantoor of postpunt binnen een straal van 1km verwachtten. Dit is significant gedaald in 2020 (55%).²⁰

Particuliere eindgebruikers zijn ook minder veeleisend als het gaat over de maximale afstand die men moet afleggen om een pakket te deponeren. Hierbij verwacht 21% van de Belgen dat binnen een straal van 500 meter een pakketautomaat, postkantoor of postpunt aanwezig is en verwacht 44% van de Belgen dat dit binnen een straal van 1 km aanwezig is.

Ook bij de maximale afstand voor het deponeren van een pakket is er een duidelijk verschil afhankelijk van de leeftijd. Slechts 11-12% van de Belgen tussen 25 en 54 jaar verwacht dat er een pakketautomaat, postkantoor of postpunt binnen een straal van 500 meter aanwezig is. Dit percentage ligt ongeveer dubbel zo hoog bij de leeftijdscategorie tussen 55 en 64 jaar (24%) en zelfs ruim drie keer zo hoog bij Belgen vanaf 65 jaar (36%).

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Minder dan 100m	4	3	4	2	3	2	6	9
100m – 500m	17	14	9	9	8	22	28	28
500m – 1km	23	15	15	27	29	21	24	24
1km – 2km	23	34	25	27	24	24	15	16
2km – 5km	19	20	29	24	20	17	16	7
>5 km	9	11	15	8	13	9	6	2
N.V.T.	5	2	4	2	3	4	5	14

Tabel 6-j. Maximale afstand die particuliere eindgebruikers willen afleggen om pakketten te versturen – per leeftijdscategorie

²⁰ De verwachtingen van de gebruikers zijn mogelijk bijgesteld aan de nieuwe realiteit, in 2019 verdwenen immers 20,6% van alle brievenbussen voor verzending.
<https://www.bipt.be/consumenten/publication/mededeling-van-16-oktober-2020-betreffende-het-observatorium-van-de-markt-voor-postactiviteiten-in-belgie-voor-2019>

Openingsuren

Voor postkantoren en postpunten zijn er twee scenario's qua openingsuren die voor de grootste betalingsbereidheid zorgen:

- 5 volle werkdagen
- 4 halve werkdagen + 1 avondopening op een werkdag

Bij particuliere eindgebruikers heeft een avondopening een significante waarde met betrekking tot de openingsuren. Andere varianten van openingsuren zorgen voor een significant lagere betalingsbereidheid (-0,7 euro tot -1,5 euro).

Aanbod diensten

Algemeen is er een lage bereidheid om meer te betalen voor extra diensten (financiële diensten, totaal aanbod postdiensten) in postkantoren of postpunten. Momenteel worden financiële diensten als het minst relevant gezien en zorgt dit zelfs voor een negatieve betalingsbereidheid. Belangrijk is wel dat dit een momentopname is, met nog relatief veel bankkantoren in België. De algemene trend is dat er minder bankkantoren zullen zijn in de toekomst en dat hierdoor mogelijk financiële diensten in postkantoren of postpunten relevanter zullen worden.

Type servicepunt

Er is geen significant verschil in betalingsbereidheid tussen een postkantoor en een postpunt. Dit wil zeggen dat particuliere eindgebruikers gemiddeld geen voorkeur hebben voor het ene of het andere type servicepunt. Dat men gemiddeld geen voorkeur heeft, wil echter niet zeggen dat een individuele particuliere eindgebruiker geen voorkeur kan hebben (enkel dat deze voorkeuren over de totale populatie bekeken elkaar opheffen). In het kwalitatief onderzoek gaven particuliere eindgebruikers aan dat beide servicepunten hun voor- en nadelen hebben.

- Postkantoren worden als performanter voor postzaken gezien. Het personeel is beter opgeleid en er worden meer postdiensten aangeboden.
- Postpunten worden als toegankelijker gezien. Volgens de postale eindgebruikers zijn er meer postpunten verspreid over België en in de algemene perceptie hebben postpunten ruimere openingsuren.

Dat particuliere eindgebruikers gemiddeld geen voorkeur hebben voor het ene of het andere type servicepunt, zien we terugkomen binnen elke leeftijdsgroep.

6.5 Overige postdiensten

6.5.1 Kranten en tijdschriften

30% van de Belgen ontvangt thuis een krant. Het ontvangen van kranten is leeftijdsgebonden. 25-34 jarigen zijn minder vaak geabonneerd op kranten. Oudere generaties zijn vaker geabonneerd op kranten – tot 42% bij 75-plussers.

Belgen zijn vaker op tijdschriften geabonneerd dan op kranten – 42% van de Belgen ontvangt een tijdschrift thuis. Ook hier kan eenzelfde leeftijdseffect gezien worden. 25-34 jarigen ontvangen minder vaak tijdschriften. Oudere generaties ontvangen vaker tijdschriften, tot meer dan de helft bij de 65-plussers.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Kranten	30	30	20	20	25	34	41	42
Tijdschriften	42	35	30	33	37	48	53	63

Tabel 6-k. Abonnement op krant/tijdschrift particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie²¹

Uit het kwalitatief exploratief onderzoek werden als essentiële verwachtingen het onbeschadigd leveren, levering in de correcte brievenbus en specifiek voor kranten vroege levering op weekdagen (vóór 7u30) genoemd. Bij tijdschriften werd ook nog verwacht dat de thuislevering gebeurt op het moment dat het tijdschrift ook in de winkel ligt.

J'ai été abonné et c'est frustrant de voir le numéro en librairie et le recevoir 2 semaines plus tard.

~ kwetsbaar profiel ~

6.5.2 Aangetekende zendingen

Belgen ontvangen zelden aangetekende zendingen. Slechts 6% geeft aan dit ongeveer elke maand te ontvangen. 52% ontvangt jaarlijks een aangetekende zending. Na de beroepsactieve leeftijd neemt dit percentage af. Slechts 29% van de 75-plussers ontvangt jaarlijks een aangetekende zending.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Wekelijks	0	1	1	0	0	0	0	0
Maandelijks	6	17	7	8	4	5	3	2
Jaarlijks	52	34	67	61	62	52	44	29
Minder vaak	41	48	26	31	34	43	53	69

Tabel 6-l. Frequentie ontvangst aangetekende zendingen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Bij particuliere eindgebruikers kunnen er enkele ergernissen ontstaan bij het ontvangen van aangetekende zendingen:

- Men is vaak niet thuis wanneer de aangetekende zending wordt geboden.
- Men kan pas de dag erna de aangetekende zending ophalen.
- In het afwezigheidsbericht staat geen informatie over de afzender.
- Het is omslachtig om de aangetekende zending op te halen voor iemand anders.

²¹ Een mogelijke verklaring voor de hogere penetratie van kranten en tijdschriften ontvangen bij 18-24-jarigen, is dat de ouders hierop geabonneerd zijn.

Een aangetekende zending versturen komt nog minder voor. Nagenoeg geen enkele particuliere eindgebruiker stuurt maandelijks een aangetekende zending. 30% verstuurt jaarlijks een aangetekende zending.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Maandelijks	1	1	1	1	0	1	1	1
Jaarlijks	29	15	27	34	36	34	30	19
Minder vaak	70	84	72	66	64	65	69	79

Tabel 6-m. Frequentie versturen aangetekende zendingen particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

Belgen staan open voor een digitale variant van de aangetekende zending. Slechts 14% van de Belgen staat onder geen enkele omstandigheid er voor open om deze vorm van een aangetekende zending te sturen.²² Voornamelijk oudere Belgen staan hier minder voor open: 24% bij 65-74-jarigen en 47% bij 75-plussers.

Belgen vinden hierbij voornamelijk de veiligheid belangrijk. 70% van de Belgen zou een digitale aangetekende zending overwegen als er gegarandeerd kan worden dat dit even veilig is. Daarnaast geeft de meerderheid van de Belgen aan dat ze dit ook zouden overwegen als het goedkoper is.

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Indien dit even veilig is	70	70	65	75	72	79	60	29
Indien dit goedkoper is	55	61	55	54	58	56	47	22
Indien de inhoud van de brief niet zo belangrijk is	40	61	45	32	32	40	33	32
Onder geen enkele omstandigheid	14	7	12	12	13	10	24	47

Tabel 6-n. Houding t.o.v. digitale vorm aangetekende zending particuliere eindgebruikers – per leeftijdscategorie

²² Connect Solutions, de enige gekwalificeerde Belgische dienstverlener voor elektronische aangetekende zendingen, verstuurt ongeveer 50 000 zendingen per jaar.

6.5.3 Rol van de postbode

Particuliere gebruikers hebben doorgaans veel sympathie voor de postbode en het werk dat hij/zij doet. De perceptie is dat het werk van de postbode heel zwaar is en dat hij/zij onder veel tijdsdruk staat. Bij oudere generaties in landelijke gebieden is de postbode nog een vertrouwd figuur. Zeker bij personen die weinig contact hebben met anderen is de postbode belangrijk.

Ce rôle social est énorme, une personne âgée va l'attendre, va lui offrir un petit café vite fait bien fait.

~ Kwetsbaar profiel~

Gebruikers van meer stedelijke gebieden geven aan dat ze hun postbode niet (meer) kennen, of ze hebben de indruk dat het steeds een andere postbode is. Toch merken ze op dat hun gebruikelijke postbode met vakantie is, omdat hun vervanger vaak sneller een fout maakt of minder correct is.

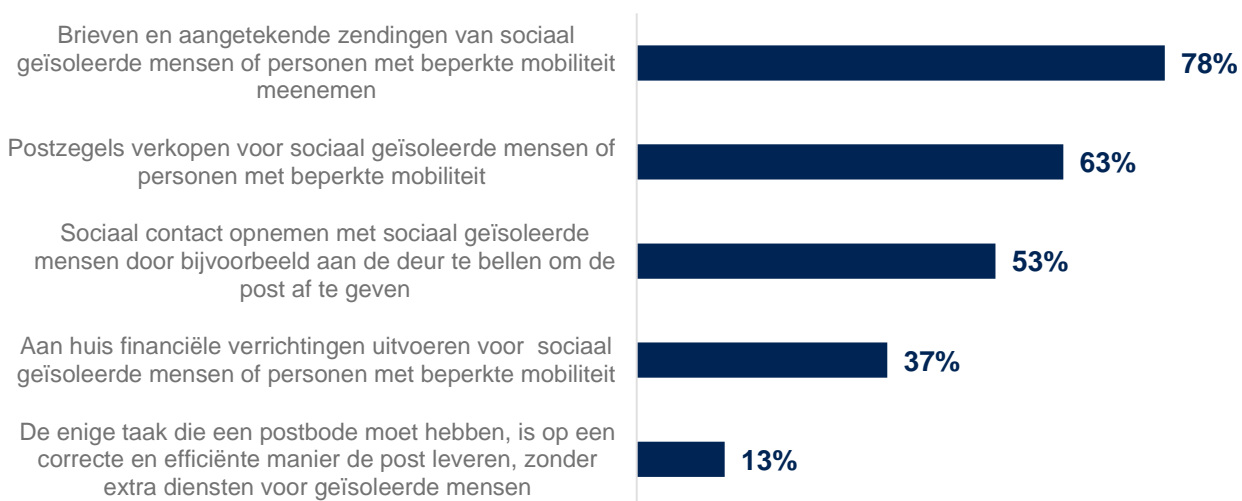
Een essentiële verwachting rond de postbode is dat de levering van brieven en pakketten correct en verzorgd is. Ook is het belangrijk dat de postbode altijd vriendelijk is.

Je l'aime bien, on fait connaissance à chaque fois qu'il passe, sympathique et relation amicale. Il est très poli, il demande comment je vais, il est très souriant, c'est la base et il a l'air d'apprécier ce qu'il fait.

~ Kwetsbaar profiel~

Belgen vinden dat het goed zou zijn indien de postbode extra diensten aanbiedt aan sociaal geïsoleerde mensen, ook al zou dit een ronde van de postbode duurder maken en meer geld kosten aan de Belgische schatkist.

Slechts 13% van de Belgen geeft aan dat de enige taak van de postbode correct en efficiënt de post leveren moet zijn. Bijna 80% van de Belgen vindt dat de postbode – te verzenden – aangetekende zendingen moet meenemen van sociaal geïsoleerde mensen. Daarnaast vindt ook nog eens 63% van de Belgen dat de postbode postzegels moet kunnen verkopen aan sociaal geïsoleerde mensen en 53% dat de postbode sociaal contact moet opnemen door bijvoorbeeld aan de deur te bellen. Een minderheid van de Belgen vindt dat de postbode ook financiële verrichtingen moet kunnen uitvoeren voor sociaal geïsoleerde mensen.



Figuur 6-j. Rol van de postbode voor particuliere eindgebruikers

6.6 Evaluatie wijzigingen universele postdienst

In zowel het kwalitatief luik als het kwantitatief luik werden er enkele scenario's getest waarbij de universele postdienst gewijzigd werd.



Figuur 6-k. Vier potentiële wijzigingen van universele postdienst voor particuliere eindgebruikers

6.6.1 Opheffen vereiste elk adres te bedienen

Het idee bij dit scenario is dat er één gemeenschappelijke brievenbus op een centrale locatie staat in plaats van dat elk adres zijn eigen brievenbus heeft. Deze gemeenschappelijke brievenbus kan bijvoorbeeld aan het begin van een straat staan. Momenteel wordt dit al toegepast in Zweden en Canada.

In de kwalitatieve interviews en focusgroepen kwamen bij dit idee al heel wat bedenkingen op. Men begreep wel dat in bepaalde gebieden dit een oplossing kan zijn onder bepaalde voorwaarden: de bus is nabijgelegen en beveiligd en minder mobiele mensen worden nog steeds huis-aan-huis bediend.

De resultaten van het kwantitatief luik bevestigen deze conclusie. Onder de huidige omstandigheden en dus zonder deze extra garanties, staan Belgen niet open voor dit idee. Zowel voor het ontvangen van brieven als pakketten wordt de gemeenschapspostbus als onaanvaardbaar gezien.

6.6.2 Prior-brief wordt commercieel product

In dit scenario wordt de prior-brief uit de universele postdienst gehaald en wordt dit een commercieel product. Dit betekent dat de prijs van een prior-brief sterk kan stijgen omdat hieromtrent geen verplichtingen meer zijn. Dit is momenteel het geval in bv. Denemarken.

In de focusgroepen en individuele diepte-interviews vinden particuliere eindgebruikers dat dit een logische beslissing zal zijn. Digitale middelen hebben de snelle brievenpost voor een groot deel vervangen, waardoor de nood aan een snelle brieflevering zeer uitzonderlijk is. In dit uitzonderlijk geval vinden particulieren het normaal dat dit een hoger tarief heeft. Particulieren geven wel aan dat er een uitzondering zou moeten zijn op rouwbrieven.

In het kwantitatief luik zagen we slechts een kleine betalingsbereidheid van 10 cent voor een dag+1 levering ten opzichte van de standaard dag+3 levering. Dit wilt zeggen dat particuliere eindgebruikers weinig meerwaarde zien in een dag+1 levering ten opzichte van een dag+3 levering. Priorzegels zijn momenteel 20 cent duurder dan standaard zegels²³, en dus al duurder dan de betalingsbereidheid van particuliere eindgebruikers. Belangrijk hierbij is dat kwantitatief de betalingsbereidheid werd gemeten om standaardbrieven te versturen. Priorzegels zijn gemaakt voor situaties met hoogdringendheid, waarbij de particuliere eindgebruiker eventueel wel een hogere betalingsbereidheid zou hebben.

²³ In 2021 zal dit verschil oplopen tot 50 eurocent.

<https://www.bipt.be/operators/publication/besluit-van-22-september-2020-betreffende-de-analyse-van-de-tariefterhogingen-van-bpost-voor-de-enkelstuktarieven-voor-het-jaar-2021>

6.6.3 Versoepeling postaal netwerk: postkantoren vervangen door postpunten

Dit scenario werd in het kwalitatief luik het meest positief onthaald door alle gebruikers omdat dit zeer sterk aanleunt bij de huidige gewoontes en noden. Verschillende positieve eigenschappen van postpunten werden vaak aangehaald: ruime openingsuren, klantvriendelijk, enzovoort. Belgen vinden wel dat er overal volwaardige alternatieven moeten zijn voor minder mobiele bewoners in landelijke gebieden, waar vaak onvoldoende postpunten zijn.

Kwantitatief werd dit bevestigd. Belgen hebben geen hogere betalingsbereidheid als het postaal servicepunt een postkantoor is. Voor Belgen is het type servicepunt de minst belangrijke dimensie die opgenomen is in het kwantitatief onderzoek.

6.6.4 Opheffen vereiste om heel het grondgebied te bedienen tegen een betaalbaar uniform tarief

In de kwalitatieve verkenningsfase stuit dit scenario op heel sterke tegenstand bij alle leeftijden en urbanisatiegraden. Belgen zijn van mening dat iedereen een beroep moet kunnen doen op de postdiensten aan dezelfde tarieven. De perceptie is dat er in België geen plaatsen zijn die zo afgelegen zijn dat een meerprijs voor post te verantwoorden valt.

Door de grote tegenstand in het kwalitatief luik is dit scenario niet verder onderzocht in het kwantitatief luik.

6.7 Hoofdconclusies postale behoeften particulieren

6.7.1 Briefzendingen

- In lijn met de aangepaste dienstverlening van bpost is de frequentie van het ontvangen van brievenpost sterk gedaald. 53% van de Belgen ontvangt minstens 3 à 4 keer per week brievenpost in 2020, tegenover 79% in 2015.
- Belgen versturen in 2020 ook minder brievenpost. 41% van de Belgen stuurt minstens één keer per maand een brief ten opzichte van 44% in 2015. Men gebruikt vooral nog brievenpost om wettelijke en administratieve zaken te regelen.
- Belgen verwachten in de toekomst ook minder post te zullen versturen, voornamelijk gedreven door de digitalisering van administratieve zaken.
- De snelheid van bezorging is doorslaggevend bij brievenpost. Een dag+3 levering ligt helemaal in lijn met de huidige behoeften van de Belgen. Maar vanaf de levering langer dan drie dagen duurt, wordt dit als onacceptabel gezien.
- Belgen zijn in beperkte mate bereid om meer te betalen voor een dag+1 levering. Er is dus een lage behoefte aan een dag+1 levering ten opzichte van een dag+3 levering bij normale brievenpost.
- Naast de snelheid van bezorgen is ook de plaats van bezorging doorslaggevend bij brievenpost. Levering van brieven op adres is momenteel de enige aanvaardbare oplossing. Levering op een postkantoor, postpunt of gemeenschapspostbus wordt als onacceptabel gezien – de prijscompensatie die particuliere eindgebruikers hiervoor vragen is te hoog in vergelijking met de huidige prijzen.
- Een bedeling van niet-prioritaire items drie dagen per week zou in lijn zijn met de huidige behoeften. Momenteel bedraagt dit twee dagen per week, terwijl het er voorheen vijf waren.

6.7.2 Pakketzendingen

- De pakketzendingen vormen het domein waar we de grootste gedragsveranderingen zien in vergelijking met 2015. De frequentie waarmee pakketten ontvangen worden, is zeer sterk gestegen. In 2015 gaf 7% van de Belgen aan minstens op maandbasis een pakket te ontvangen. Nu is dit al 57%.
- Het versturen van pakketten, daarentegen, is zeer occasioneel. Slechts 7% van de Belgen verstuurt een pakket op maandbasis (excl. retourzendingen) en 9% stuurt maandelijks een retourzending van een online aankoop.
- Naar de toekomst toe verwachten Belgen dat dit nog verder zal stijgen, mede door de verdere uitbreiding van e-commerce.
- Bij pakketten is de plaats van de levering de belangrijkste dimensie. Bij 75-plussers is enkel het adres een acceptabele plaats voor levering. Belgen tussen 18-74 staan in zekere mate open voor levering in een postpunt of postkantoor als dit leidt tot een prijsdaling van +/- 1,2 euro.
- Naast de plaats van de levering is ook de snelheid van de levering een belangrijke dimensie. De huidige dag+1 levering wordt als het meest optimaal beschouwd door de particuliere eindgebruikers. Er blijkt weinig behoefte te zijn aan een levering op de dag van de bestelling zelf. Aan de andere kant lijken dag+3 leveringen met een gemiddeld compensatiebedrag van 0,4 euro relatief acceptabel. Vanaf dat het pakket langer dan drie dagen onderweg is, wordt dit als onacceptabel gezien door de particuliere eindgebruikers.
- Belgen staan open voor een tragere leveringstermijn tot maximum drie dagen als pakketten dan gebundeld kunnen worden, waardoor de ecologische impact minder wordt.

6.7.3 Postaal netwerk

- De rode brievenbus wordt niet frequent gebruikt. 37% van de Belgen gebruikt deze minstens één keer per maand.
- Vooral de rode brievenbus het dichtst bij de woonplaats wordt het meest gebruikt. In mindere mate worden de rode brievenbussen aan het postkantoor en de rode brievenbussen op weg naar of vlak bij het werk gebruikt.
- Het belangrijkste aspect van het postaal netwerk is de maximale afstand die moet afgelegd worden bij het deponeren van de postzending. Op basis van deze keuzetaken, waarbij gelijktijdig verschillende aspecten van het postaal netwerk geëvalueerd werden, leiden we af dat Belgen een maximale afstand tot 5 km, mits een kleine prijscompensatie, acceptabel zouden vinden. Maar indien dit rechtstreeks bevraagd wordt, zonder mogelijkheid tot prijscompensatie, verwachten Belgen wel dat dit dichterbij is (55% verwacht dat dit binnen de straal van 1 km is voor brievenpost). De veiligste conclusie is dat de particuliere eindgebruiker in elk geval minder veeleisend geworden is op het vlak van maximale afstand. In 2015 gaf nog 75% aan dat een rode brievenbus, postkantoor of postpunt in een straal van 1 km wordt verwacht; in 2020 is dit nog slechts 55%.

- Verder hebben Belgen gemiddeld genomen geen specifieke voorkeur voor een postkantoor of postpunt (individueel kan men uiteraard wel een specifieke voorkeur hebben). Beide types servicepunten hebben hun voor- en nadelen. Postkantoren hebben de perceptie om performanter te zijn omtrent een totaalaanbod van postzaken. Postpunten worden als flexibeler qua openingsuren gezien.

6.7.4 Overige postdiensten

- 30% van de Belgen ontvangt thuis een krant en 42% van de Belgen ontvangt thuis een tijdschrift. Voornamelijk oudere Belgen ontvangen vaker kranten en tijdschriften.
- Slechts 6% van de Belgen ontvangt maandelijks een aangetekende zending. Het ontvangen van aangetekende zendingen zorgt regelmatig voor ergernissen (niet thuis zijn, niet mogen ontvangen voor iemand anders, pas de dag erna kunnen ophalen, geen info over verzender, enzovoort).
- Belgen staan open voor digitale aangetekende zendingen, op voorwaarde dat de veiligheid gegarandeerd wordt.
- Belgen vinden dat de postbode extra diensten zou moeten aanbieden aan sociaal geïsoleerde mensen, ook al maakt dit de ronde trager en kost dit meer geld van de Belgische schatkist.

7 RESULTATEN PROFESSIONELE GEBRUIKERS

7.1 Beschrijving professionele gebruikers

7.1.1 Professionele gebruikers in België

In deze studie werden n=1.721 professionele gebruikers bevestigd. Zoals beschreven in het hoofdstuk rond de methodologie van het onderzoek, werd er gekozen voor een opzet waarbij professionele gebruikers disproportioneel werden gerekruteerd op basis van het aantal actieve werknemers. Onderstaande tabel geeft het aantal bevestigde professionele gebruikers weer per personeelsklasse, enerzijds, en het aandeel van elke klasse binnen de Belgische bedrijvenpopulatie, anderzijds. Hierbij is het duidelijk dat bedrijven en organisaties binnen de hogere personeelsklassen sterk overgerekruteerd werden.

Aantal werknemers	Aantal respondenten	Ongewogen aantal in totaal	Gewogen aantal in totaal
1 WN	210	12%	81%
2 – 4 WN	442	26%	12%
5 – 49 WN	662	38%	6%
50+ WN	407	24%	1%

Tabel 7-a. Aantal bevestigde professionele eindgebruikers per personeelsklasse vs. aandeel binnen Belgische bedrijvenpopulatie

Er is voor deze aanpak gekozen omdat in deze studie het postvolume een belangrijke rol speelt. De overgrote meerderheid van de postvolumes worden gedaan door professionele gebruikers met 50+ werknemers. Statistieken van bpost tonen aan dat grote organisaties en bedrijven (50 werknemers of meer) verantwoordelijk zijn voor 78% van het postvolume. Eenmanszaken zijn slechts verantwoordelijk voor 2% van het postvolume, terwijl ze 81% van de bedrijvenpopulatie uitmaken.

Aantal werknemers	Postvolume
Onbekend	[5-15]%
1 WN	[0-10]%
2 – 4 WN	[0-10]%
5 – 49 WN	[5-15]%
50+ WN	[75-85]%

Tabel 7-b. Postvolume per personeelsklasse van professionele eindgebruikers

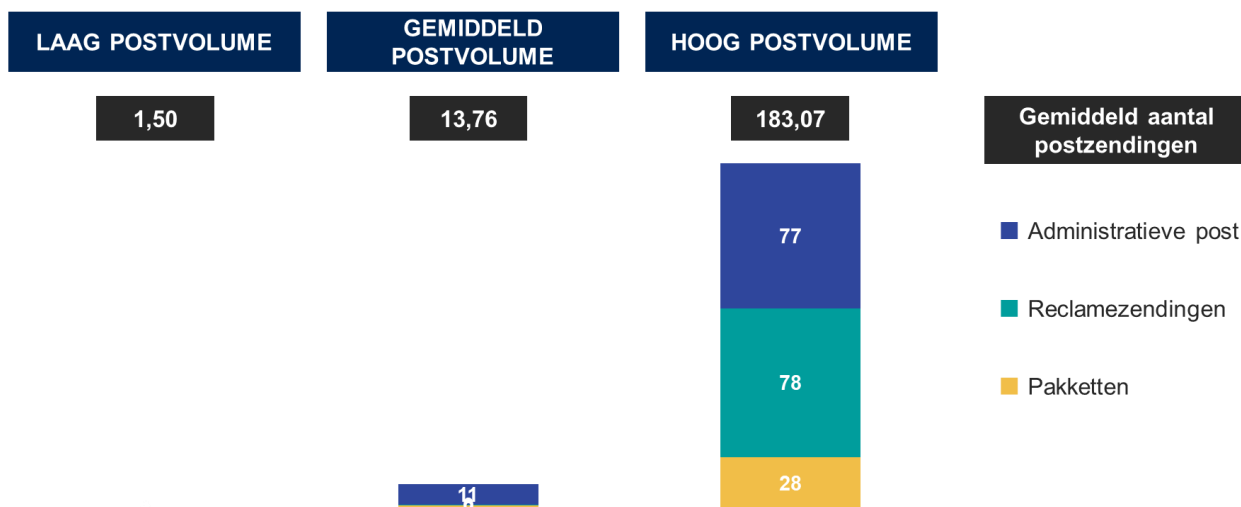
Via post-stratificatie weging werden de verzamelde gegevens tijdens de analyse teruggewogen naar de correcte populatieverhoudingen. Meer specifiek houdt de gebruikte weging rekening met het aantal werknemers en de activiteitssector. Als bron werden de Statbel data uit 2020 gebruikt die gebaseerd zijn op de Kruispuntbank van Ondernemingen.

7.1.2 Professionele gebruikers volgens postvolume

Bij professionele gebruikers is het relevant om deze in te delen volgens postvolume. De postale noden kunnen namelijk sterk verschillen naargelang het gebruik van post. Bij de rapportering van de resultaten van professionele gebruikers zal daarom de indeling “laag postvolume”, “gemiddeld postvolume” en “hoog postvolume” gebruikt worden. Deze indeling is gebaseerd op het verzenden van administratieve post, reclamezendingen en pakketten en werd als volgt bepaald:

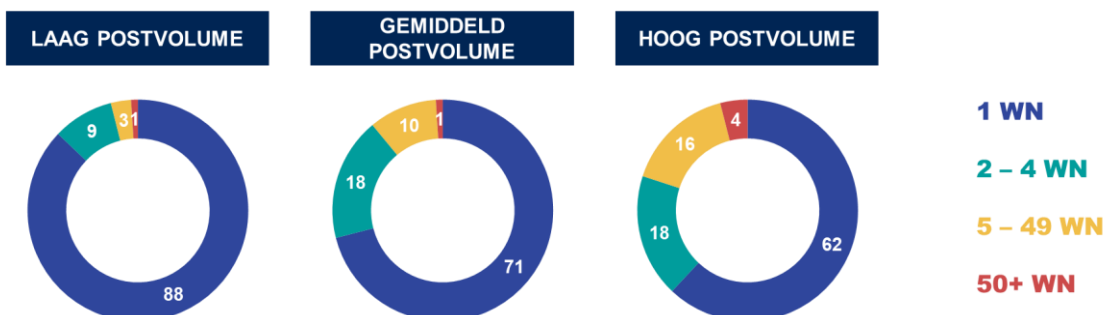
- Laag postvolume: gemiddeld 5 of minder poststukken per week
- Gemiddeld postvolume: gemiddeld 6 tot en met 30 poststukken per week
- Hoog postvolume: gemiddeld meer dan 30 poststukken per week

Professionele gebruikers met een laag postvolume versturen gemiddeld 1,5 postzendingen per week. Dit zijn voornamelijk administratieve postzendingen. Professionele gebruikers met een gemiddeld postvolume versturen gemiddeld 14 postzendingen per week, waarvan 11 postzendingen met administratieve post. Professionele gebruikers met een hoog postvolume versturen gemiddeld 183 postzendingen per week. De meeste van deze zendingen zijn administratieve post en reclamezendingen, gevolgd door pakketten.



Figuur 7-a. Gemiddeld aantal postzendingen van professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Bijna 96% van de professionele eindgebruikers met een laag postvolume hebben minder dan 5 werknemers. Hoe hoger het postvolume binnen het bedrijf of de organisatie, hoe meer werknemers er actief zijn. Bij professionele gebruikers met een hoog postvolume heeft nog 62% van de bedrijven of organisaties een eenmanszaak.



Figuur 7-b. Gemiddeld aantal werknemers van professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

In onderstaande tabel staat het percentage professionele gebruikers per sector, gesplitst op het postvolume. Hierbij is het duidelijk dat sectoren zoals landbouw, bouwnijverheid en ook het verschaffen van accommodatie en maaltijden eerder een laag postvolume hebben. Vrije beroepen en de sector kunst, amusement en recreatie hebben eerder een gemiddeld postvolume. De hoge postvolumes bevinden zich voornamelijk in de sectoren industrie, groot- en detailhandel/repairatie van auto's en motorfietsen, informatie en communicatie. Vrije beroepen zijn sterk vertegenwoordigd bij alle postvolumes.

Sector	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Landbouw, bosbouw en visserij	5	6	4	3
Industrie	5	3	8	11
Bouwnijverheid	13	17	10	3
Groot- en detailhandel/repairatie van auto's en motorfietsen	18	17	18	25
Vervoer en opslag	3	3	1	2
Verschaffen van accommodatie en maaltijden	6	9	2	0
Informatie en communicatie	5	5	2	11
Financiële activiteiten en verzekeringen	1	0	3	1
Exploitatie van en handel in onroerend goed	3	4	1	4
Vrije beroepen en wetenschappelijke en technische activiteiten	19	15	29	20
Administratieve en ondersteunende diensten	6	7	4	5
Openbaar bestuur en defensie/verplichte sociale verzekeringen	0	0	0	1
Onderwijs	2	2	3	1
Menselijke gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening	2	2	2	3
Kunst, amusement en recreatie	4	3	6	1
Overige diensten	7	6	7	10

Tabel 7-c. Percentage per sector bij professionele eindgebruikers in deze steekproef – op basis van postvolume. Enkel sectoren met minstens 1% zijn gerapporteerd

7.2 Administratieve post

7.2.1 Gebruik administratieve post

Administratieve post speelt een belangrijke rol bij Belgische bedrijven en organisaties. Twee op de drie professionele gebruikers vinden het ontvangen van administratieve post eerder tot zeer belangrijk voor de activiteiten van het bedrijf of de organisatie. Het versturen van administratieve post wordt door minder professionele gebruikers als belangrijk gezien, maar nog steeds meer dan 50%.

Zowel het versturen als het ontvangen van administratieve post is belangrijk bij professionele gebruikers met een laag, gemiddeld en hoog postvolume. Vooral professionele gebruikers met een hoog postvolume geven aan dat het ontvangen en versturen van administratieve post heel belangrijk is.

% belangrijk	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Ontvangen administratieve post	68	63	43	89
Versturen administratieve post	58	49	73	79

Tabel 7-d. Belang ontvangen en versturen van administratieve post professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Ongeveer de helft van de professionele gebruikers verstuurt op weekbasis administratieve post. Vanaf dat deze gebruikers een gemiddeld postvolume hebben, stijgt dit naar meer dan 80% op weekbasis. Eén op de drie professionele gebruikers met een laag postvolume verstuurt minder dan één keer per maand administratieve post.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Wekelijks	51	33	84	83
Maandelijks	24	33	12	2
Minder vaak	14	18	3	14
Nooit	11	17	0	1

Tabel 7-e. Frequentie versturen administratieve post professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

De overgrote meerderheid van de professionele gebruikers gebruikt een prepaidmethode (gewone postzegels of een frankeermachine). Facturatie door bpost wordt door 12% van de professionele gebruikers gedaan, maar dit is vooral gedreven door bedrijven of organisaties met een hoog postvolume (31%). Ook het gebruik van frankeermachines wordt voornamelijk gedreven door professionele eindgebruikers met een gemiddeld tot hoog volume.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Postzegels	85	84	90	78
Frankeermachine	4	1	7	16
Facturatie door bpost	12	6	18	31
Facturatie door een andere onderneming	7	5	13	9

Tabel 7-f. Frankeermethode professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Meer dan 90% van de professionele gebruikers verzendt administratieve post via bpost. Bij de professionele gebruikers met een laag of gemiddeld postvolume is dit bijna exclusief bpost.

*Enkel operatoren met minstens 1% aandeel in één van de postvolume categorieën zijn gerapporteerd in deze tabel, meerdere operatoren konden aangegeven worden.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Bpost	93	95	93	82
DHL	5	2	4	22
TNT	2	1	0	12
GLS	1	0	0	9
FedEx	1	0	0	4
Euro-Sprinters	1	1	0	0
DPD	1	1	0	1

Tabel 7-g. Bedrijven/koeriers gebruikt door professionele eindgebruikers - op basis van postvolume - uitgedrukt in percentages

Bijna de helft van de professionele gebruikers verwacht binnen drie jaar minder administratieve post te versturen. Diegenen die niet verwachten minder administratieve post te versturen, denken voornamelijk dat ze evenveel administratieve post zullen versturen. Bij professionele gebruikers met een hoog postvolume is dit minder uitgesproken, maar ook hier is de verwachting dat er minder administratieve post zal verstuurd worden. Een belangrijke oorzaak hiervan is digitale communicatie. Dit wordt gezien als sneller en goedkoper door professionele gebruikers.

Er zijn bedrijven waarmee we samenwerken die nog alles automatisch via de post sturen. We vragen soms wel om dat via mail te sturen, en je merkt met de jaren wel dat dat meer en meer gebeurt. Maar je hebt er ook van de oude stempel die nog altijd alles per post opsturen.

~ Professionele gebruiker, 4 tot 5 werknemers ~

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Meer	8	5	11	17
Ongeveer hetzelfde	44	45	47	34
Minder	48	50	42	49

Tabel 7-h. Verwachting versturen administratieve post in de komende 3 jaar professionele eindgebruikers - op basis van postvolume

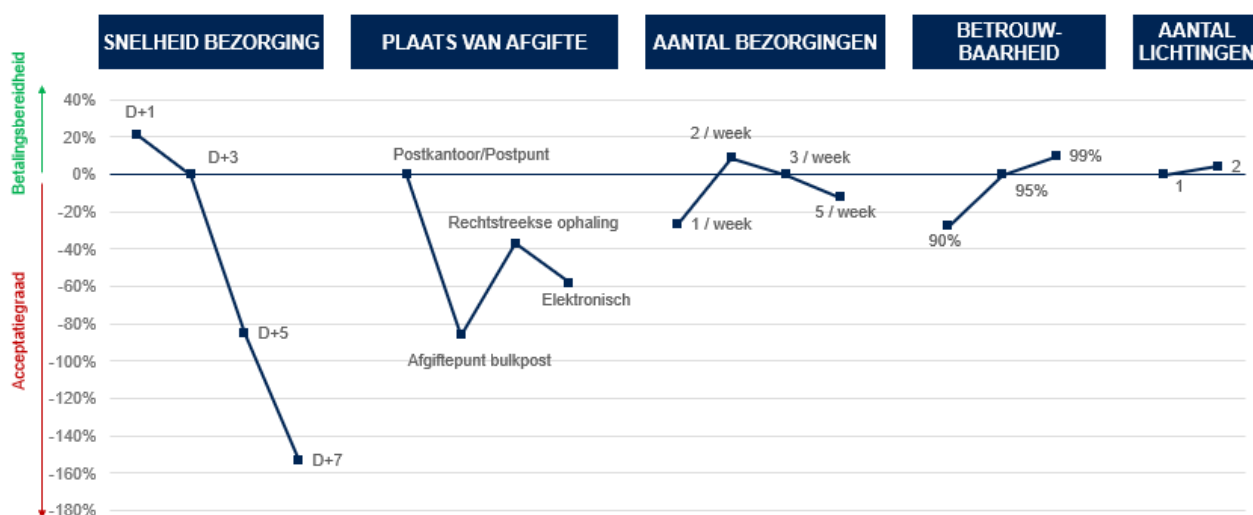
7.2.2 Verwachtingen administratieve post

In het kwantitatief luik werden de huidige behoeften rond administratieve post bevraagd via een conjoint analyse. Dit houdt in dat de behoeften van professionele eindgebruikers niet rechtstreeks werden bevraagd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes.

Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: prijs, snelheid van de bezorging, plaats van de bezorging, aantal bezorgingen, betrouwbaarheid van de verzending en aantal lichten per dag.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid van professionele eindgebruikers voor elk niveau van de administratieve post dimensies.

De prijs voor het versturen van administratieve post is afhankelijk van meerdere factoren (volume, mate van bereiding door de verzender, enzovoort) en kan dus significant verschillen per professionele gebruiker. Daarom is ervoor gekozen de prijs uit te drukken als het percentage ten opzichte van de prijs die de professionele gebruiker momenteel betaalt. Bijvoorbeeld een betalingsbereidheid van 10% wil zeggen dat professionele gebruikers bereid zijn om 10% meer dan hun huidige tarief te betalen om administratieve post te verzenden.

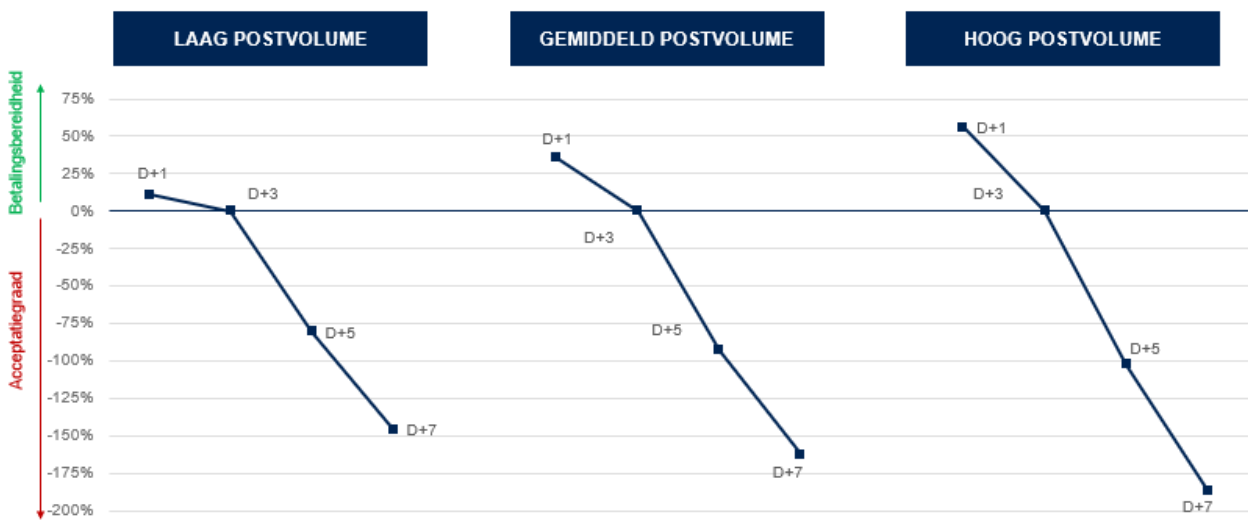


Figuur 7-c. *Betalingsbereidheid service-dimensies van administratieve post voor professionele eindgebruikers*

Snelheid bezorging

Professionele gebruikers zijn bereid om 20% meer te betalen dan het huidige tarief voor een dag+1 bezorging. Als de bezorging van administratieve post langer dan drie dagen duurt, wordt dit onacceptabel voor professionele gebruikers.

De verwachtingen over de snelheid van de bezorging hangen sterk af van het postvolume van de professionele gebruikers. Professionele gebruikers met een laag postvolume hechten niet zoveel belang aan een dag+1 bezorging en zijn ook maar bereid om hier +/- 10% meer voor te betalen dan het huidige tarief. Bij professionele gebruikers met een gemiddeld postvolume stijgt de bereidheid al naar 30% en bij professionele gebruikers met een hoog postvolume zelfs naar 50%.

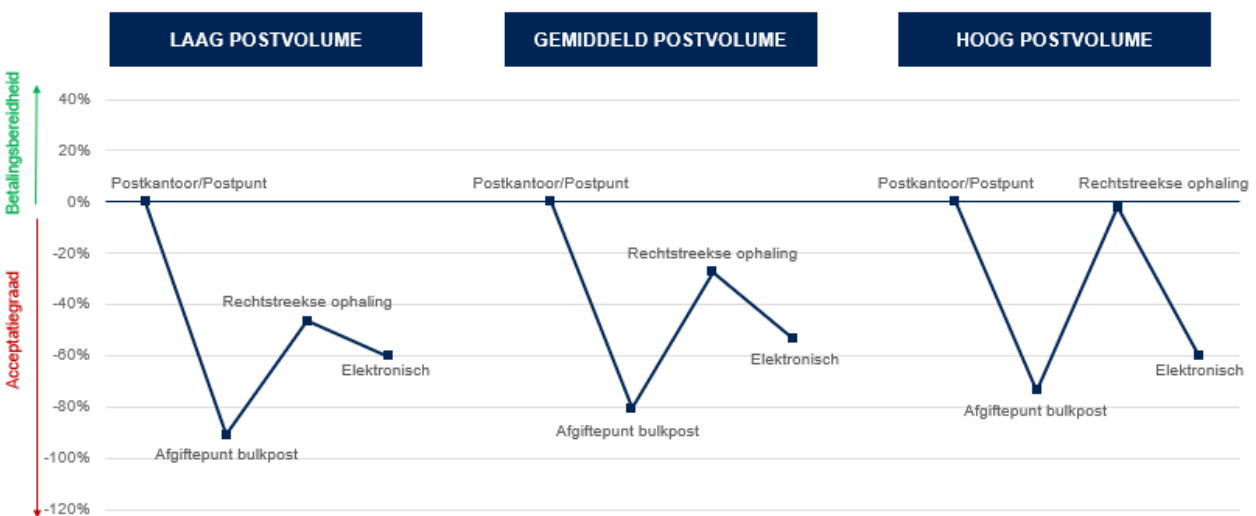


Figuur 7-d. Betalingsbereidheid snelheid bezorging van administratieve post voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Plaats van afgifte²⁴

De gemiddelde professionele gebruiker is bereid het meest te betalen als de administratieve post in een postpunt of postkantoor ingebracht kan worden in het netwerk. Professionele gebruikers zijn bereid 30% minder te betalen voor rechtstreekse afhaling, 60% minder te betalen als de inhoud elektronisch verstuurd wordt en 90% minder te betalen als ze het moeten afleveren in een afgiftepunt voor bulkpost.

Professionele gebruikers met een hoog postvolume zijn wel bereid om evenveel te betalen voor rechtstreekse ophaling van de administratieve post.



Figuur 7-e. Betalingsbereidheid plaats bezorging van administratieve post voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Aantal bezorgingen per week

Het huidige aantal bezorgingen per week van bpost is volledig in lijn met de verwachtingen van professionele gebruikers. De betalingsbereidheid is het hoogst bij twee à drie bezorgingen per week. Bij één bezorging per week daalt de betalingsbereidheid met 30%. Voor vijf bezorgingen per week bestaat geen betalingsbereidheid.

²⁴ De plaats van afgifte betreft de plaats waar de professionele gebruiker zijn post aan bpost overhandigd om te versturen.

Betrouwbaarheid van de verzendtermijn

Ook de huidige betrouwbaarheid van 95% bij administratieve post is in lijn met de verwachtingen voor professionele gebruikers.²⁵ Als deze betrouwbaarheid stijgt naar 99%, zijn professionele gebruikers slechts bereid om 10% meer te betalen. Professionele gebruikers zijn gevoeliger voor een daling van de betrouwbaarheid van de verzendtermijn. Bij een daling van de betrouwbaarheid naar 90%, daalt de betalingsbereidheid met 30%.

Aantal lichten per dag

Professionele gebruikers hechten weinig waarde aan een uitbreiding van één naar twee lichten per dag van de rode brievenbus. De betalingsbereidheid voor twee lichten per dag is niet significant hoger dan de betalingsbereidheid voor één lichting per dag.

²⁵ De wettelijke kwaliteitsnorm van 93% is van toepassing op prioritaire stukpost brievenpost, wat betekent dat minstens 93% van deze zendingen moet toekomen op de dag volgend op de afgifte van de brief (voor het laatste lichtingsuur). Het UD-beheerscontract tussen De Staat en bpost gaat hier in verder: 95% van de niet-prioritaire stukpost brievenpost, de prioritaire stukpost brievenpost en de stukpost aangetekende zendingen dienen aan te komen binnen het beloofde verzendingstermijn (respectievelijk Dag+3, Dag+1 en Dag+1).

7.3 Geadresseerde reclamezendingen

7.3.1 Gebruik geadresseerde reclamezendingen

Voor slechts één op de acht professionele gebruikers is het versturen van geadresseerde reclamezendingen belangrijk voor de werking van het bedrijf. Maar dit is sterk afhankelijk van het verstuurde postvolume. Bij één op de drie professionele gebruikers met een hoog postvolume is het versturen van geadresseerde reclamezendingen wel belangrijk voor de werking van het bedrijf.

% belangrijk	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Ontvangen reclamezendingen	14	14	14	16
Versturen reclamezendingen	12	9	9	32

Tabel 7-i. Belangrijkheid van het ontvangen/versturen van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Hierbij mag niet vergeten worden dat zeker niet elke professionele eindgebruiker geadresseerde reclamezendingen verstuurt. Slechts 4% stuurt op weekbasis geadresseerde reclamezendingen en 6% stuurt op maandbasis geadresseerde reclamezendingen. 86% van de professionele gebruikers geeft aan dat ze nooit geadresseerde reclame versturen. Opnieuw is dit cijfer sterk afhankelijk van het totale postvolume dat door het bedrijf verstuurd wordt.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Wekelijks	4	1	7	11
Maandelijks	2	1	1	8
Minder vaak	8	6	11	17
Nooit	86	91	81	63

Tabel 7-j. Frequentie versturen van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

De gemiddelde professionele gebruiker verwacht dat er over drie jaar minder geadresseerde reclamezendingen zullen verstuurd worden. Maar gebruikers met een hoog postvolume zijn verantwoordelijk voor bijna alle geadresseerde reclamezendingen en deze gebruikers neigen ernaar iets meer geadresseerde reclamezendingen te zullen sturen in de toekomst.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Meer	4	3	4	12
Ongeveer hetzelfde	75	72	81	82
Minder	21	25	15	6

Tabel 7-k. Verwachting versturen van geadresseerde reclamezendingen in de komende 3 jaar voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

In de diepte-interviews gaven enkele professionele gebruikers aan dat ze naar de toekomst toe postale reclamezendingen gaan vervangen door digitale op-maat-gemaakte reclame zoals bijvoorbeeld Facebookadvertenties of e-mailcampagnes.

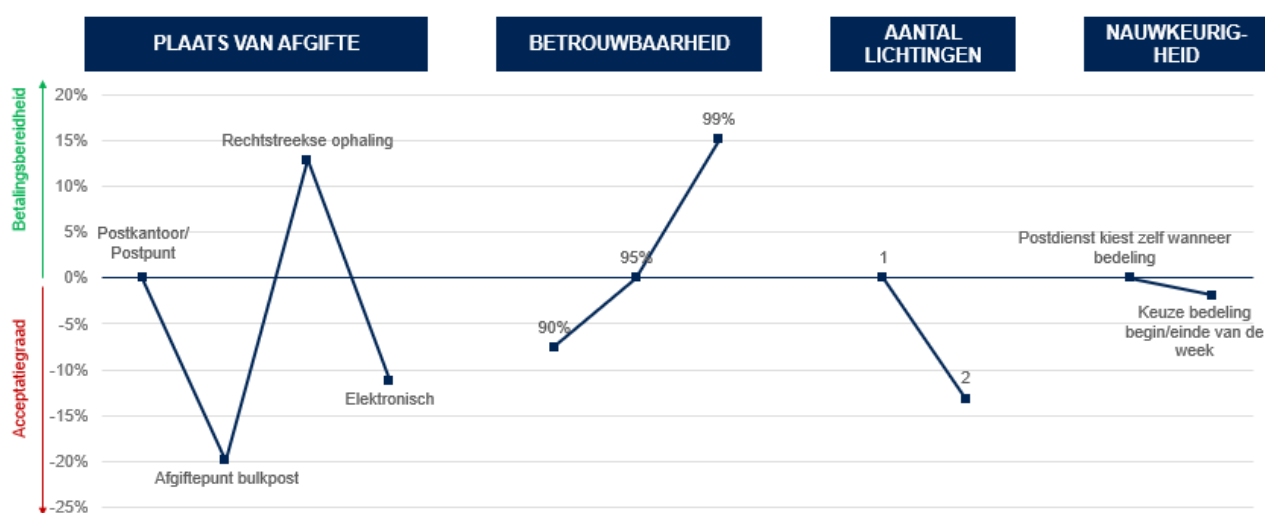
7.3.2 Verwachtingen geadresseerde reclamezendingen

In het kwantitatief luik werden de huidige behoeften rond geadresseerde reclamezendingen bevraagd via een conjoint analyse. Dit houdt in dat de behoeften van professionele eindgebruikers niet rechtstreeks werden bevraagd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes. De keuzetaken werden enkel aangeboden aan professionele gebruikers die ooit al geadresseerde reclamezendingen verstuurd.

Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: prijs, plaats bezorgingen, betrouwbaarheid, aantal lichtingen en nauwkeurigheid.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid van professionele eindgebruikers voor elk niveau van de dimensies gerelateerd aan de geadresseerde reclamezending.

De betalingsbereidheid van geadresseerde reclamezendingen is uitgedrukt in percentage ten opzichte van het huidig bedrag.



Figuur 7-f. *Betalingsbereidheid service-dimensies van geadresseerde reclamezendingen voor professionele eindgebruikers*

Plaats van afgifte (om post te versturen)

Voor geadresseerde reclamezendingen verkiezen professionele gebruikers rechtstreekse ophaling en zijn ze hiervoor bereid 15% meer te betalen dan de prijs die ze betalen wanneer ze zelf de reclamezendingen afgeven in een postkantoor of postpunt. Als de professionele gebruikers de inhoud van de reclame elektronisch doorsturen, verwachten professionele gebruikers een korting van 12% en bij het afleveren in een afgiftepunt voor bulkpost verwachten professionele gebruikers een korting van 20%.

Een mogelijke reden voor de lage betalingsbereidheid voor het elektronisch doorsturen van de reclamezending, is het zeer beperkte gebruik door professionele gebruikers. Als professionele gebruikers naar een nieuwe methode moeten overstappen, zorgt dit vaak voor extra kosten.

Betrouwbaarheid

Professionele gebruikers hechten belang aan het feit dat de verzendtermijn gerespecteerd wordt. Als deze betrouwbaarheid 99% is, zijn professionele gebruikers bereid 15% meer te betalen dan wanneer dit 95% is.

Aantal lichtingen per dag

Professionele gebruikers zien geen meerwaarde in het verhogen van het aantal lichtingen van één naar twee met betrekking tot het versturen van geadresseerde reclamezendingen. Er is hiervoor dus ook geen bereidheid om meer voor te betalen.



Nauwkeurigheid

De professionele gebruikers hechten ook geen belang aan het feit of de postdienst kiest wanneer de bedeling van de geadresseerde reclamezendingen plaatsvindt, of dat de gebruiker zelf kan kiezen of dit in het begin of het einde van de week is. Het verschil in betalingsbereidheid voor beide opties is niet significant.

7.4 Pakketten

7.4.1 Gebruik pakketten

Het ontvangen van pakketten is belangrijk voor de activiteit voor twee op de drie professionele gebruikers. Bij professionele gebruikers met een hoog postvolume is dit nog belangrijker. Bij deze gebruikers zegt 87% dat het ontvangen van pakketten belangrijk is voor de activiteit. Het versturen van pakketten, daarentegen, is belangrijk voor een meer beperkte groep. Het versturen van pakketten is eerder onbelangrijk voor professionele gebruikers met een laag postvolume (25% vindt dit belangrijk). Vanaf dat de gebruiker een gemiddeld postvolume heeft, wordt het versturen van een pakket wel belangrijker (55%) en het versturen van pakketten is belangrijk voor vier op de vijf professionele gebruikers met een hoog postvolume.

% belangrijk	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Ontvangen pakketten	68	65	69	87
Versturen pakketten	38	25	55	80

Tabel 7-l. Belangrijkheid van het ontvangen/versturen van pakketten voor professionele eindgebruikers - op basis van postvolume

In 2020 verstuurt één op de vijf professionele gebruikers pakketten op weekbasis. Daarentegen geeft meer dan de helft van de professionele gebruikers aan dat ze nooit pakketten sturen. Logischerwijs is er een sterke positieve correlatie tussen de frequentie van pakketten sturen en het postvolume van de professionele gebruiker.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Wekelijks	20	9	31	59
Maandelijks	16	12	26	14
Minder vaak	11	12	8	8
Nooit	54	67	34	19

Tabel 7-m. Frequentie van versturen van pakketten voor professionele eindgebruikers - op basis van postvolume

Bpost is de meest gekozen operator voor het versturen van pakketten bij professionele gebruikers. Bij professionele gebruikers met een laag postvolume wordt bpost bijna exclusief gebruikt. Vanaf dat het postvolume gemiddeld tot hoog is, wordt er in beperkte mate ook een beroep gedaan op andere operators. De meest gebruikte koeriers zijn dan DHL, TNT en GLS.

*Enkel operatoren met minstens 1% aandeel in één van de postvolume categorieën zijn gerapporteerd in deze tabel, meerdere operatoren konden aangegeven worden.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
bpost	84	97	70	83
DHL	5	1	0	13
TNT	5	0	3	10
GLS	1	0	1	3
FedEx	1	0	3	0
UPS	1	0	1	2
DPD	1	1	0	1
Andere operator	12	1	22	14

Tabel 7-n. Bedrijven/koeriers gebruikt door professionele eindgebruikers voor pakketten - op basis van postvolume - uitgedrukt in percentages

*Enkel koeriers met minstens 1% aandeel in één van de postvolume categorieën zijn gerapporteerd in deze tabel.

Professionele gebruikers staan momenteel nog minder open voor meer duurzame leveringen. Twee op de drie professionele gebruikers opteren voor traditionele levering, die zo snel mogelijk is zelfs wanneer hen een financieel voordeel wordt aangeboden indien ze kiezen voor een duurzame levering met langere leveringstijd voor klanten. Hoe hoger het postvolume van de professionele gebruiker, hoe meer ook de voorkeur uitgaat naar traditionele (niet-duurzame) levering zonder financieel voordeel.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Duurzame levering met lange leveringstijd voor klanten met financieel voordeel	36	41	30	17
Kortst mogelijke levering zonder financieel voordeel	64	58	70	83

Tabel 7-o. Openheid ten opzichte van duurzame leveringen voor pakketten van professionele eindgebruikers - op basis van postvolume

Een reden hiervoor kan zijn dat de perceptie van professionele gebruikers is dat Belgen niet bereid zijn om lang te wachten op hun pakket. Door te opteren voor een duurzame, maar tragere levering zijn professionele eindgebruikers competitief benadeeld.

Rapidité, ça doit arriver au moment où ça doit arriver. Pouvoir donner une heure dans une journée de livraison. Comme un B pack 24 qui doit être livré en 24 heures et non en 72 heures.

~ Professionele gebruiker, 2 tot 4 werknemers ~

Een andere mogelijke reden is dat professionele gebruikers het goede moment kunnen missen indien de leveringstermijn te lang is.

Hoe sneller dat je kunt leveren, hoe langer je sales cyclus is. Stel dat we voor Valentijn een actie doen, dan kunnen we, als het snel is, de dag voor Valentijn of misschien zelfs op Valentijn zelf verkopen. Dus dan kunnen we meer business doen. Als je twee dagen verzendtermijn hebt, dan stopt je business eigenlijk al twee dagen vóór Valentijn.

~ Professionele gebruiker, 4 tot 5 werknemers ~

Professionele gebruikers verwachten over drie jaar meer pakketten te versturen. Deze verwachting hangt wel sterk af van het postvolume van de gebruiker. Professionele gebruikers met een laag postvolume verwachten eerder een daling binnen drie jaar. Daarentegen verwachten professionele gebruikers met een gemiddeld en vooral hoog postvolume een sterke stijging van het aantal te verzenden pakketten binnen de komende drie jaar.

Rekening houdend met het gewicht van de professionele gebruikers, kan er dus geconcludeerd worden dat verwacht wordt dat het aantal te verzenden pakketten nog sterk zal toenemen.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Meer	21	13	29	43
Ongeveer hetzelfde	63	67	61	48
Minder	16	20	10	9

Tabel 7-p. Verwachting versturen van pakketten in de komende 3 jaar voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

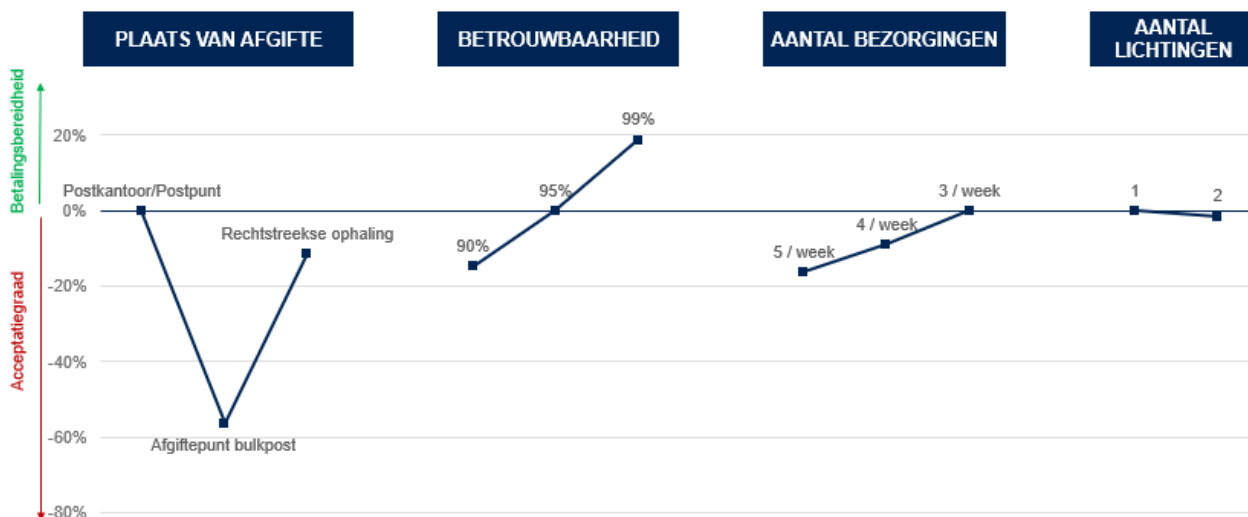
7.4.2 Verwachtingen pakketten

In het kwantitatief luik werden de huidige behoeften rond pakketverzendingen bevestigd via een conjoint analyse. Dit houdt in dat de behoeften van professionele eindgebruikers niet rechtstreeks werden bevestigd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes.

Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: de prijs voor het versturen van een pakket, de plaats waar het pakket wordt afgegeven, de betrouwbaarheid van de verzending en het aantal lichten op één dag.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid van professionele eindgebruikers voor elk niveau van de pakketzending dimensies.

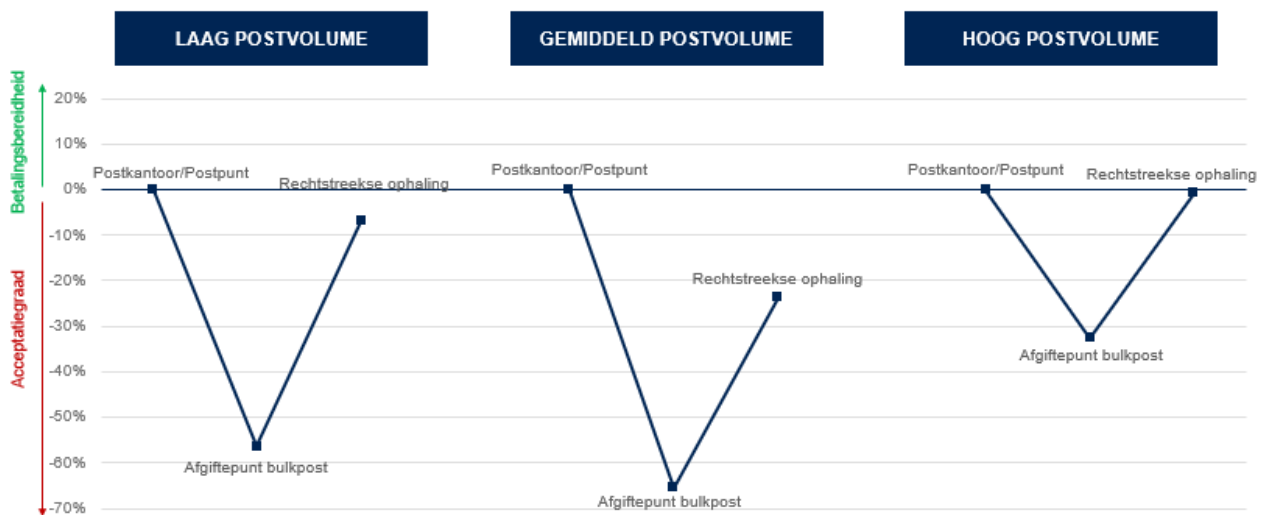
De betalingsbereidheid van pakketzendingen is uitgedrukt in percentage ten opzichte van het huidige bedrag.



Figuur 7-g. Betalingsbereidheid service-dimensies van pakketten voor professionele eindgebruikers

Plaats van afgifte

Professionele gebruikers hebben de grootste betalingsbereidheid als het pakket gedeponereerd kan worden in een postkantoor of postpunt. Professionele gebruikers verwachten om gemiddeld 10% minder te betalen bij rechtstreekse ophaling. Vanaf de gebruiker een hoog postvolume heeft is de betalingsbereidheid voor rechtstreekse ophaling hetzelfde als deponeren in een postkantoor of postpunt. De betalingsbereidheid voor het deponeren van pakketten in een afgiftepunt voor bulkpost is laag, ongeacht de gebruiker een laag, gemiddeld of hoog postvolume heeft.



Figuur 7-h. Betallingsbereidheid omtrent plaats van afgifte van pakketten voor professionele eindgebruikers – op basis van postvolume

Betrouwbaarheid van de verzending

Professionele gebruikers hechten belang aan de betrouwbaarheid van de verzending. Indien de betrouwbaarheid zou dalen van 95% naar 90%, zouden professionele gebruikers een prijsdaling met 15% verwachten. Indien de betrouwbaarheid zou stijgen naar 99%, dan zijn professionele gebruikers bereid 20% meer te betalen voor het verzenden van pakketten. Het niet nakomen van de verzendtermijn kan tot grote frustratie leiden bij professionele gebruikers.

Aantal bezorgingen per week

Professionele gebruikers hechten weinig belang aan de dimensie aantal bezorgingen per week. Professionelen zijn dan ook niet bereid om meer te betalen voor een pakket als het aantal bezorgingen stijgt naar vier of vijf bezorgingen per week.

Aantal lichteningen per dag

De dimensie aantal lichteningen per dag is de minst relevante voor de professionele gebruikers. Er is geen bereidheid om meer te betalen als het aantal lichteningen stijgt van één naar twee.

7.5 Postaal netwerk

7.5.1 Gebruik postaal netwerk

Voor het versturen van administratieve post of reclamezendingen maken de meeste bedrijven of organisaties gebruik van een rode brievenbus het dichtst bij het eigen kantoor. Als alternatief wordt ook vaak het postkantoor of postpunt gebruikt. Andere postale services zoals postophaling op kantoor of een afgiftecentrum voor bulkpost worden relatief weinig gebruikt door professionele gebruikers. Logisch, daar het gedeelte van het netwerk dat zich richt op bulkpost, enkel door een beperkt aantal professionele gebruikers wordt gebruikt, namelijk zij met een (erg) hoog volume.

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Deponeren in rode brievenbus het dichtst bij kantoor	54	58	50	38
Deponeren in postkantoor of postpunt	24	23	19	41
Deponeren in andere rode brievenbus in de buurt	11	8	20	7
Postophaling op kantoor	9	7	12	12
Deponeren in afgiftecentrum voor bulkpost	1	1	0	0

Tabel 7-q. Gebruik van afgifte-/ophalingservices van postaal netwerk voor administratieve post en reclamezendingen door professionele gebruikers - op basis van postvolume

Meer dan vier op de vijf professionele gebruikers deponeren te verzenden pakketten in een postkantoor of postpunt. Postophaling op kantoor wordt in tegenstelling tot administratieve post en reclamezendingen vaker gebruikt. Voornamelijk professionele gebruikers met een hoog postvolume maken hier gebruik van. Massapostcentra worden bijna exclusief gebruikt door professionelen met een hoog postvolume. Pakketautomaten worden bijna niet gebruikt door bedrijven of organisaties voor het versturen van pakketten.

*Meerdere mogelijkheden konden aangegeven worden

	Totaal	Laag postvolume	Gemiddeld postvolume	Hoog postvolume
Deponeren in postkantoor of postpunt	83	84	82	75
Postophaling op kantoor	20	18	23	32
Deponeren in massapostcentrum	4	2	4	15
Deponeren in pakketautomaat	3	2	4	1

Tabel 7-r. Gebruik van afgifte-/ophalingservices van postaal netwerk voor pakketten door professionele gebruikers - op basis van postvolume

7.5.2 Verwachtingen postaal netwerk

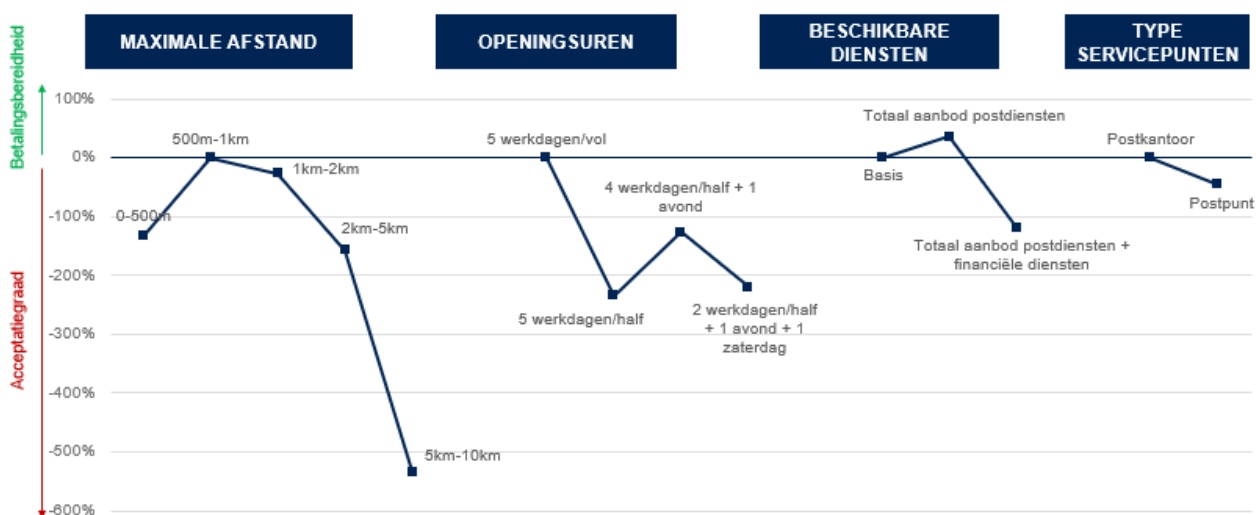
In het kwantitatief luik werden de huidige behoeften rond het postaal netwerk bevestigd via een conjoint analyse. Dit houdt in dat de behoeften van professionele eindgebruikers niet rechtstreeks werden bevestigd, maar indirect werden afgeleid uit gesimuleerde keuzes.

Op basis van de kwalitatieve exploratiefase werden volgende dimensies in de kwantitatieve analyse opgenomen: de prijs voor het versturen van een pakket, de maximale afstand tot het bereiken van een postaal servicepunt, de openingsuren, de beschikbare diensten en het type servicepunt.

Onderstaande grafiek toont de betalingsbereidheid van professionele eindgebruikers voor elk niveau van de postaal netwerk dimensies.

Sinds 2017 is de omzet van pakketzendingen hoger dan de omzet van briefzendingen²⁶. De resultaten uit dit onderzoek bevestigen dat de trend van stijgende pakketomzet en dalende brievenomzet zich de volgende jaren zal voortzetten. In samenspraak met het BIPT is er daarom gekozen om de prijs voor het verzenden van een pakket te gebruiken om de verwachtingen van professionele gebruikers m.b.t. het postaal netwerk te meten. In 2015 werden de verwachtingen nog gemeten aan de hand van de prijs voor het verzenden van een brief.

De betalingsbereidheid van pakketzendingen is uitgedrukt in percentage ten opzichte van het huidig bedrag.



Figuur 7-i. Betalingsbereidheid service-dimensies van postaal netwerk voor professionele eindgebruikers

Maximale afstand

Professionele gebruikers hebben de hoogste betalingsbereidheid als het postaal servicepunt tot op een afstand van maximaal 1 km ligt. Een maximale afstand van 2 km wordt nog steeds als acceptabel gezien, hierbij daalt de betalingsbereidheid met 25%. Vanaf de maximale afstand groter is dan 2 km wordt dit als onacceptabel gezien voor professionele gebruikers.

Openingsuren

De verwachtingen omtrent de openingsuren van postale servicepunten zijn in lijn met de openingsuren van de meeste professionele gebruikers. De betalingsbereidheid is het hoogst als het servicepunt vijf werkdagen open is. Wanneer het servicepunt geen volle werkdagen open is, daalt de betalingsbereidheid snel tot onaanvaardbare niveaus.

Professionele gebruikers hechten veel belang aan de openingstijden. Hoe langer postale servicepunten open zijn, hoe beter.

²⁶ <https://www.bipt.be/operators/publication/mededeling-van-16-oktober-2020-betreffende-het-observatorium-van-de-markt-voor-postactiviteiten-in-belgie-voor-2019>

Een postkantoor moet langer open zijn. Hoe langer, hoe liever, dat je 's avonds nog iets kunt afgeven of brengen. Ons postkantoor sluit al om 17u. Dat is te vroeg.

~ Ondernemer > 35 werknemers, minder dan 50 ~

Beschikbare diensten

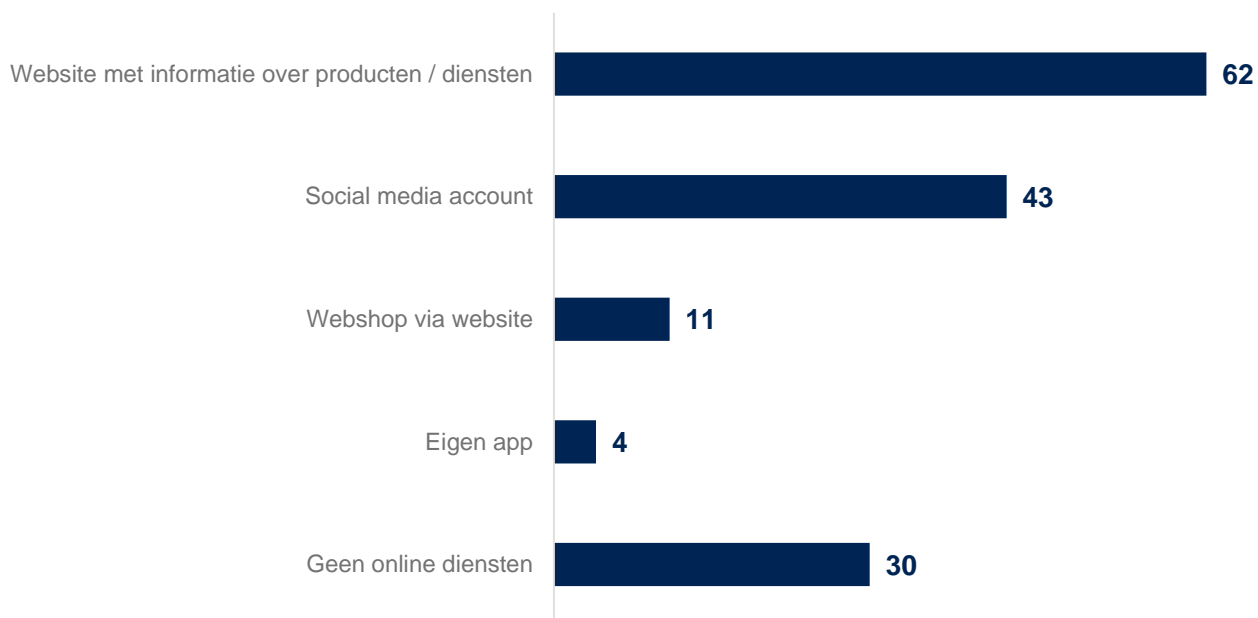
Professionele gebruikers zien een meerwaarde als het servicepunt een totaal aanbod van postdiensten aanbiedt. De betalingsbereidheid is dan 40% hoger dan een basisaanbod van postdiensten. Net zoals de particuliere eindgebruikers zien professionele eindgebruikers momenteel weinig relevantie in een aanbod van financiële diensten.

Type servicepunt

In de diepte-interviews apprecieerden professionele gebruikers de expertise van medewerkers in postkantoren. In de betalingsbereidheid vertaalt deze appreciatie zich in een iets hogere betalingsbereidheid ten opzichte van postpunten. Belangrijk hierbij is dat deze voorkeur enkel geldt indien andere dimensies exact hetzelfde zijn voor beide servicepunten, wat vaak in de realiteit niet het geval is. Dimensies die meer impact hebben op de betalingsbereidheid (bv. maximale afstand en openingsuren) zullen eerder bepalen of professionele gebruikers voor een postkantoor of postpunt opteren.

7.6 E-commerce

70% van de professionele eindgebruikers is online aanwezig voor het promoten of verkopen van producten of diensten. Bijna alle professionele eindgebruikers die online aanwezig zijn, hebben een eigen website met informatie over producten of diensten. Daarnaast heeft 43%, en dus meer dan de helft van de online aanwezige professionele eindgebruikers, een account op één of meerdere sociale media. 11% van de professionele eindgebruikers heeft een webshop en doet dus aan e-commerce.



Figuur 7-j. Online diensten van professionele eindgebruikers

Het al dan niet hebben van een webshop is onafhankelijk van het aantal werknemers actief bij de professionele eindgebruiker. Professionele eindgebruikers met geen of weinig werknemers hebben dus even vaak een webshop als grote professionele eindgebruikers met meer dan 50 werknemers.

7.6.1 Professionele gebruikers met een webshop

Voor de meeste professionele eindgebruikers met een webshop, heeft e-commerce een aanvullende functie bij de verkoop van producten of diensten. 64% van de professionele eindgebruikers met een webshop geeft aan dat verkopen via een ander kanaal hoger zijn dan de verkopen met een webshop. 22% van de professionele gebruikers verkoopt via de webshop ongeveer evenveel als via andere kanalen. Een minderheid van 14% van de professionele eindgebruikers verkoopt meer online dan via andere kanalen.

De grote meerderheid van de professionele eindgebruikers met een webshop beperkt zich tot België en buurlanden. 37% levert enkel binnen België en 90% levert in België en buurlanden. Van de 10% professionele eindgebruikers die buiten België en buurlanden producten of diensten levert, verstuurt ongeveer de helft binnen de EER (de Europese Economische Ruimte) en de andere helft ook buiten de EER.

Een mogelijke hypothese voor het hoge aantal professionele eindgebruikers met een webshop die enkel binnen België leveren, is dat de internationale verzendingstarieven te hoog zijn. 86% van de professionele eindgebruikers die enkel binnen België leveren, geven aan dat internationale verzendingstarieven geen rol spelen in de keuze om enkel binnen België te leveren. Nog eens acht procent van de professionele eindgebruikers van de webshop geeft aan dat verzendingstarieven slechts in een beperkte mate een rol spelen, en zeven procent vindt dit zeer belangrijk.

Een mogelijke reden voor het relatief laag belang van internationale verzendingstarieven is de fase waarin ondernemingen zich bevinden m.b.t. internationale e-commerce. Een onderneming die bv. nog in een beginfase zit zal mogelijk andere barrières hebben die veel dominanter zijn zoals taalbarrières, concurrenten in andere landen... en zal nog niet bezig zijn met internationale verzendingstarieven.

7.7 Hoofdconclusies postale behoeften professionele eindgebruikers

7.7.1 Administratieve post

- In 2020 speelt administratieve post een belangrijke rol bij professionele gebruikers. Meer dan de helft van de professionele gebruikers verstuurt op weekbasis administratieve post; bij gebruikers met een hoog postvolume is dit zelfs meer dan acht op de 10 gebruikers.
- Ondanks het hoog belang verwachten professionele gebruikers dat ze minder administratieve post zullen versturen in de komende drie jaar. Er wordt verwacht dat digitale communicatie een deel van de administratieve post zal overnemen.
- De bereidheid om meer te betalen voor een dag+1 levering hangt af van het postvolume. Professionele gebruikers met een laag postvolume zijn in heel beperkte mate bereid om meer te betalen voor een dag+1 levering. Vanaf een gemiddeld postvolume stijgt de betalingsbereidheid al sterk. De betalingsbereidheid voor een dag+1 levering is zelfs meer dan 50% hoger dan een dag+3 levering bij professionele gebruikers met een hoog postvolume.
- Professionele gebruikers hebben de hoogste betalingsbereidheid als de afgifte van administratieve post bij een postkantoor of postpunt kan. Voor gebruikers met een hoog postvolume is rechtstreekse ophaling ook relevant.

7.7.2 Reclamezendingen

- Reclamezendingen worden door een minderheid van de professionele gebruikers verstuurd. Vaak zijn dit grote bedrijven met een hoog aantal werknemers.
- Professionele gebruikers hebben een verdeelde mening over de toekomst van reclamezendingen. Bedrijven en organisaties met een laag postvolume verwachten dat dit eerder zal afnemen naar de toekomst toe, maar bedrijven en organisaties met een hoog postvolume verwachten dan weer eerder een stijging naar de toekomst toe.
- Rechtstreekse ophaling van de reclamezendingen heeft de hoogste betalingsbereidheid bij professionele gebruikers. Zij zijn bereid hiervoor 15% extra te betalen ten opzichte van de kostprijs wanneer men de reclamezendingen zelf aflevert in een postkantoor of postpunt. Voor alternatieve afgiftes zoals elektronisch of afgiftepunt bulkpost is er een lage betalingsbereidheid.
- Professionele gebruikers hebben geen nood om zelf te kiezen wanneer op de week de bedeling van de reclamezending gebeurt.

7.7.3 Pakketten

- Het ontvangen van pakketten is voor de meerderheid van de professionele gebruikers belangrijk voor de werking van het bedrijf of de organisatie. Maar slechts één op de vijf professionele gebruikers verzendt pakketten op weekbasis.
- In tegenstelling tot particulieren hebben professionele gebruikers een sterke voorkeur voor traditionele (en snelle) levering ten opzichte van een duurzamere tragere levering, zelfs als hier een financiële compensatie tegenover staat. De hoofdreden hiervoor is dat professionele gebruikers vrezende concurrentieel benadeeld te zijn als de leveringstermijn te lang is.
- Naar de toekomst toe verwachten professionele gebruikers dat ze meer pakketten zullen sturen, voornamelijk professionele gebruikers met een hoog postvolume.
- In lijn met de administratieve post hebben professionele gebruikers de hoogste betalingsbereidheid bij afgifte van pakketten in het postkantoor of postpunt. Rechtstreekse ophaling is enkel relevant voor professionelen met een hoog postvolume.
- De betrouwbaarheid van de verzendtermijn is het belangrijkste bij pakketten ten opzichte van administratieve post en reclamezendingen. Professionele gebruikers zijn bereid om 20% meer te betalen indien de betrouwbaarheid van de verzendtermijn 99% is in plaats van 95%.

7.7.4 Postaal netwerk

- De meeste professionele gebruikers deponeren administratieve post of reclamezendingen in de rode postbus. Ophaling van de post in het kantoor of deponeren in een afgiftepunt voor bulkpost wordt door een minderheid van de professionele gebruikers gedaan.
- De maximale acceptabele afstand tot een postaal servicepunt (postkantoor of postpunt) is 2 km. Vanaf dan daalt de betalingsbereidheid sterk.
- Professionele gebruikers hebben een sterke voorkeur voor openingsuren gedurende volledige werkdagen. Als postale servicepunten niet tijdens de hele werkdag open zijn, daalt de betalingsbereidheid sterk.
- Professionele gebruikers hebben een lichte voorkeur voor postkantoren boven postpunten. De voornaamste reden hiervoor is de expertise van de medewerkers. Een nuance die hierbij moet gemaakt worden is dat veranderingen in afstand en openingsuren een grotere impact hebben dan het type postpunt.

7.7.5 E-commerce

- Momenteel heeft 11% van de professionele gebruikers een webshop waar goederen of diensten online aangeboden worden. Het aandeel bedrijven met een webshop is bij zelfstandigen, kmo's en grote bedrijven of organisaties ongeveer even groot.
- Meer dan één op de drie professionele gebruikers met een webshop levert enkel binnen België. 90% van de professionele gebruikers levert enkel binnen België en buurlanden.

8 APPENDIX

8.1 Attributen, niveaus en beschrijvingen van conjoints particuliere eindgebruikers

Hieronder zijn de attributen (met hun verschillende niveaus en beschrijvingen) van de verschillende conjoints terug te vinden, die getoond werden aan de particuliere gebruikers. De beschrijving staat exact weergegeven zoals ook de respondent ze kon zien, evenals de verwoording van de niveaus voor zijn of haar desbetreffende conjoint.

Ter modellering achteraf vertrokken we van het basisniveau (het niveau dat in het huidige postaal systeem bestaat), om uitspraken te kunnen doen over de betalingsbereidheid en de acceptatiegraad van particuliere gebruikers van het postaal netwerk. Deze basisniveaus zijn telkens aangeduid met een asterisk (*) in de onderstaande lijsten, maar waren niet bekend aan de respondenten zelf bij het zien van de conjoints.

8.1.1 Brievenpost

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Snelheid bezorging	Dag +1	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 1 dag nadat hij wordt gedeponereerd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +3*	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 3 dagen nadat hij wordt gedeponereerd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +5	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 5 dagen nadat hij wordt gedeponereerd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +7	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 7 dagen nadat hij wordt gedeponereerd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	90%	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 90% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	95%*	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 95% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	99%	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 99% binnen de beloofde termijn bezorgd.
Plaats van levering	Adres enveloppe*	De bezorging van uw brief zal op het adres gebeuren dat aangegeven is, ook bv. een werkadres.
	Postpunt	De bezorging van uw brief zal op een postpunt gebeuren, een instantie die uitgebaat wordt door derden, bv. krantenwinkels, kruideniers, supermarkten...
	Postkantoor	De bezorging van uw brief zal op een postkantoor gebeuren, een instantie uitgebaat door de postale operator zelf.
	Gemeenschapsbrievenbus	De bezorging van uw brief zal gebeuren in een centrale, beveiligde gemeenschapsbrievenbus waarin uw straat/buurt een eigen brievenbus bezit. Indien u deze optie kiest betekent dit dat u geen brievenbus aan uw huis meer heeft.
Aantal bezorgingen per week	1 vaste werkdag per week	Uw brieven worden 1 vaste werkdag per week bedeed.

	2 vaste werkdagen per week	Uw brieven worden 2 vaste werkdagen per week bedeed.
	3 vaste werkdagen per week*	Uw brieven worden 3 vaste werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen	Uw brieven worden 5 werkdagen per week bedeed.
Aantal lichtingen per dag	1*	De gedeponeerde brieven in rode brievenbussen worden 1 keer per dag opgehaald door bpost.
	2	De gedeponeerde brieven in rode brievenbussen worden 2 keer per dag opgehaald door bpost.
Postbode neemt mijn te verzenden post met zich mee	Ja	
	Nee*	
Prijs per postzegel in euro (wanneer aangeschaft per 10)	0,89	
	0,98	
	1,18	
	1,47	
	1,96	
	2,94	

8.1.2 Pakketten

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Snelheid bezorging	Zelfde dag	Uw pakje wordt bezorgd ten laatste op dezelfde dag nadat het wordt gedeponeerd in een postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +1*	Uw pakje wordt bezorgd ten laatste 1 dag nadat het wordt gedeponeerd in een postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +3	Uw pakje wordt bezorgd ten laatste 3 dagen nadat het wordt gedeponeerd in een postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +5	Uw pakje wordt bezorgd ten laatste 5 dagen nadat het wordt gedeponeerd in een postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +7	Uw pakje wordt bezorgd ten laatste 7 dagen nadat het wordt gedeponeerd in een postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.

Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	90%	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 90% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	95%*	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 95% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	99%	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponereerd, wordt met een zekerheid van 99% binnen de beloofde termijn bezorgd.
Plaats van levering	Adres*	De bezorging van uw pakje zal op het adres gebeuren dat aangegeven is, ook bv. een werkadres.
	Postpunt	De bezorging van uw pakje zal op een postpunt gebeuren, een instantie die uitgebaat wordt door derden, bv. krantenwinkels, kruideniers, supermarkten...
	Postkantoor	De bezorging van uw pakje zal op een postkantoor gebeuren, een instantie uitgebaat door de postale operator zelf.
	Pakketautomaat	De bezorging van uw pakje zal gebeuren in een beveiligde pakketautomaat op een centrale plaats (bv. een Cubee (bpost) pakjesautomaat aan het station).
	Gemeenschapsbrievenbus	De bezorging van uw pakje zal gebeuren in een centrale, beveiligde gemeenschapsbrievenbus of pakketbussen waarin uw straat/ buurt een eigen brievenbus bezit. Indien u deze optie kiest betekent dit dat u geen brievenbus aan uw huis meer heeft.
Aantal bezorgingen per week	3 werkdagen*	Uw pakjes worden 3 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen	Uw pakjes worden 5 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen + zaterdag	Uw pakjes worden 5 werkdagen en op zaterdag bedeed.
	5 werkdagen + zaterdag en zondag	Uw pakjes worden 5 werkdagen en in het weekend bedeed.
Timeslot	12u	Het moment van bezorging wordt met een nauwkeurigheid van 12 uur aangegeven.
	8u*	Het moment van bezorging wordt met een nauwkeurigheid van 8 uur aangegeven.
	4u	Het moment van bezorging wordt met een nauwkeurigheid van 4 uur aangegeven.
	2u	Het moment van bezorging wordt met een nauwkeurigheid van 2 uur aangegeven.
	1u	Het moment van bezorging wordt met een nauwkeurigheid van 1 uur aangegeven.
Pakjes mogen x aantal dagen later gebundeld aankomen	Niet bundelen*	Geen vertraging.
	1	Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendstermijn met 1 dag veroorzaken.

	3	Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendtermijn met 3 dagen veroorzaken.
	5	Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendtermijn met 5 dagen veroorzaken.
	7	Uw pakjes worden met die van andere burens gebundeld om postvoertuigen zo vol mogelijk op pad te sturen. Dit kan een vertraging van de verzendtermijn met 7 dagen veroorzaken.
Prijs per pakje in euro	4,56	
	5,13	
	5,70	
	6,27	
	6,50	

8.1.3 Postaal netwerk

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Maximale afstand voor deponeren pakket	0-500m	
	500m – 1km*	
	1km – 2km	
	2km – 5km	
	5km – 10km	
Beschikbare diensten	Basispostdiensten*	Verzendingen van brieven, aangetekende stukken tot 2 kg, pakjes tot 10 kg.
	Totaal aanbod aan postdiensten	De basispostdiensten maar niet begrensd + aanwezigheid van een rode brievenbus + verkoop van enveloppen en voorgefrankeerde pakjes.
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten	Financiële diensten bestaan uit cash uitbetaling aan begunstigden in België
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten + andere diensten	Andere diensten bestaan uit het uitreiken van een visvergunning, dienstverlening Electrabel en verkoop van prepaidkaarten voor mobiele telefonie.
Openingsuren	5 volle werkdagen (basis)	
	5 halve werkdagen	
	4 halve werkdagen + 1 avondopening	

	2 halve dagen + 1 avondopening op een werkdag en 1 halve dag opening op zaterdag	
Type Servicepunt	Postkantoor*	De bezorging van uw pakje zal op een postkantoor gebeuren, een instantie uitgebaat door de postale operator zelf.
	Postpunt	De bezorging van uw pakje zal op een postpunt gebeuren, een instantie die uitgebaat wordt door derden, bv. krantenwinkels, kruideniers, supermarkten...

8.2 Attributen, niveaus en beschrijvingen van conjoints professionele eindgebruikers

Hieronder zijn de attributen (met hun verschillende niveaus en beschrijvingen) van de verschillende conjoints terug te vinden, die getoond werden aan de professionele gebruikers. De beschrijving staat exact weergegeven zoals ook de respondent ze kon zien, evenals de verwoording van de niveaus voor zijn of haar desbetreffende conjoint.

Ter modellering achteraf vertrokken we van het basisniveau (het niveau dat in het huidige postaal systeem bestaat), om uitspraken te kunnen doen over de betalingsbereidheid en de acceptatiegraad van professionele gebruikers van het postaal netwerk. Deze basisniveaus zijn telkens aangeduid met een asterisk (*) in de onderstaande lijsten, maar waren niet bekend aan de respondenten zelf bij het zien van de conjoints.

8.2.1 Administratieve brievenpost

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Snelheid bezorging	Dag +1	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 1 dag nadat hij wordt gedeponeed in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +3*	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 3 dagen nadat hij wordt gedeponeed in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +5	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 5 dagen nadat hij wordt gedeponeed in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
	Dag +7	Uw brief wordt bezorgd ten laatste 7 dagen nadat hij wordt gedeponeed in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor vóór het laatste lichtingsuur.
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	90%	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponeed, wordt met een zekerheid van 90% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	95%*	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponeed, wordt met een zekerheid van 95% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	99%	Uw brief, die op tijd in een rode brievenbus/postpunt/postkantoor is gedeponeed, wordt met een zekerheid van 99% binnen de beloofde termijn bezorgd.
Plaats waar bedrijf zijn administratieve post deponeert	Postkantoor of postpunt*	
	Afgiftepunt voor bulkpost	Een afgiftepunt vanaf 500 brieven.
	Rechtstreekse ophaling bij bedrijf	
	Elektronisch	U kan de inhoud van uw brievenpost elektronisch doorsturen, waarna de postale operator de verdere afhandeling (van afdrukken tot bedeling) op zich neemt.
	1 werkdag per week	Uw brieven worden 1 werkdag per week bedield.

Aantal bezorgingen per week	2 werkdagen per week	Uw brieven worden 2 werkdagen per week bedeed.
	3 werkdagen per week*	Uw brieven worden 3 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen	Uw brieven worden 5 werkdagen per week bedeed.
Aantal lichteningen per dag	1*	De gedeponeerde brieven in rode brievenbussen worden 1 keer per dag opgehaald door bpost.
	2	De gedeponeerde brieven in rode brievenbussen worden 2 keer per dag opgehaald door bpost.
	90%	
Prijs t.o.v. het huidig tarief (100%)	Huidig tarief*	
	120%	
	150%	
	200%	
	300%	

8.2.2 Reclamezendingen

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Nauwkeurigheid bezorging	Postdienst kiest zelf bedeling in de loop van één week*	
	Mogelijkheid tot kiezen bedeling begin of einde van de week	
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	90%	Uw reclamezending, die op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerd, wordt met een zekerheid van 90% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	95%*	Uw reclamezending, die op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerd, wordt met een zekerheid van 95% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	99%	Uw reclamezending, die op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerd, wordt met een zekerheid van 99% binnen de beloofde termijn bezorgd.
Plaats waar bedrijf zijn reclamezendingen deponeert	Postkantoor of postpunt*	
	Afgiftepunt voor bulkpost	Een afgiftepunt vanaf 500 reclamezendingen.
	Rechtstreekse ophaling bij bedrijf	
	Elektronisch	U kan de inhoud van uw reclamezending elektronisch doorsturen, waarna de postale operator de verdere afhandeling (van afdrucken tot bedeling) op zich neemt.

Aantal bezorgingen per week	3 werkdagen*	Uw reclamezendingen worden 3 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen	Uw reclamezendingen worden 5 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen + zaterdag	Uw reclamezendingen worden 5 werkdagen en op zaterdag bedeed.
	5 werkdagen + zaterdag en zondag	Uw reclamezendingen worden 5 werkdagen en in het weekend bedeed.
Aantal lichten per dag	1*	De gedeponeerde reclamezendingen in rode brievenbussen worden 1 keer per dag opgehaald door bpost.
	2	De gedeponeerde reclamezendingen in rode brievenbussen worden 2 keer per dag opgehaald door bpost.
Prijs t.o.v. het huidig tarief (100%)	90%	
	Huidig tarief*	
	120%	
	150%	
	200%	
	300%	

8.2.3 Pakketten

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Betrouwbaarheid van de verzendingstermijn	90%	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerde, wordt met een zekerheid van 90% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	95%*	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerde, wordt met een zekerheid van 95% binnen de beloofde termijn bezorgd.
	99%	Uw pakje, dat op tijd in een postpunt/postkantoor is gedeponeerde, wordt met een zekerheid van 99% binnen de beloofde termijn bezorgd.
Plaats waar bedrijf zijn pakket deponeert	Postkantoor of postpunt*	
	Afgiftepunt voor bulkpost	Een afgiftepunt vanaf 20 pakjes.
	Rechtstreekse ophaling bij bedrijf	
	3 werkdagen*	Uw pakjes worden 3 werkdagen per week bedeed.

Aantal bezorgingen per week	4 werkdagen	Uw pakjes worden 4 werkdagen per week bedeed.
	5 werkdagen	Uw pakjes worden 5 werkdagen per week bedeed.
Aantal lichteningen per dag	1*	De gedeponeerde pakjes worden 1 keer per dag opgehaald door bpost.
	2	De gedeponeerde pakjes worden 2 keer per dag opgehaald door bpost.
Prijs t.o.v. het huidige tarief (100%)	90%	
	Huidig tarief*	
	120%	
	150%	
	200%	
	300%	

8.2.4 Postaal netwerk

Attribuut	Niveau	Beschrijving
Maximale afstand voor deponeren pakket	0-500m	
	500m – 1km*	
	1km – 2km	
	2km – 5km	
	5km – 10km	
Beschikbare diensten	Basispostdiensten*	Verzendingen van brieven, aangetekende stukken tot 2 kg, pakjes tot 10 kg.
	Totaal aanbod aan postdiensten	De basispostdiensten maar niet begrensd + aanwezigheid van een rode brievenbus + verkoop van enveloppen en voorgefrankeerde pakjes.
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten	Financiële diensten bestaan uit cash uitbetaling aan begunstigden in België
	Totaal aanbod aan postdiensten + financiële diensten + andere diensten	Andere diensten bestaan uit het uitreiken van een visvergunning, dienstverlening Electrabel en verkoop van prepaidkaarten voor mobiele telefonie.
Openingsuren	5 volle werkdagen*	

	5 halve werkdagen	
	4 halve werkdagen + 1 avondopening	
	2 halve dagen + 1 avondopening op een werkdag en 1 halve dag opening op zaterdag	
Type Servicepunt	Postkantoor*	De bezorging van uw pakje zal op een postkantoor gebeuren, een instantie uitgebaat door de postale operator zelf.
	Postpunt	De bezorging van uw pakje zal op een postpunt gebeuren, een instantie die uitgebaat wordt door derden, bv. krantenwinkels, kruideniers, supermarkten...
Prijs t.o.v. huidig tarief (100%)	80%	
	90%	
	Huidig tarief*	
	110%	
	120%	