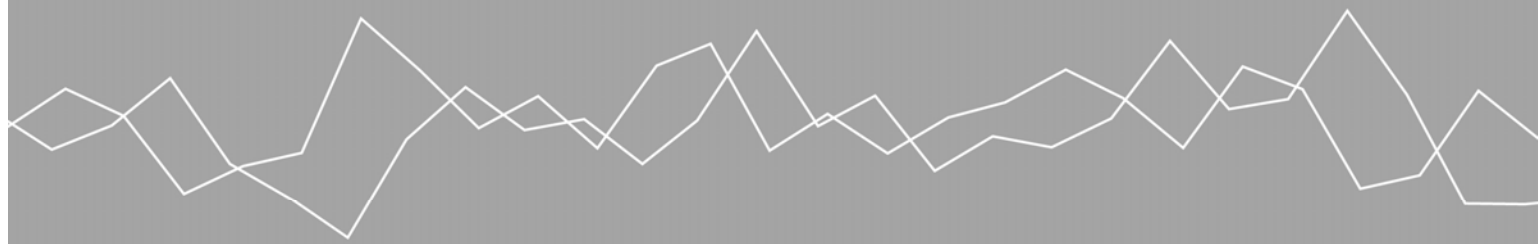


Van OVO naar CAO op de geliberaliseerde postmarkt



seo economisch onderzoek

Amsterdam, 31 maart 2009
In opdracht van FNV Bondgenoten, CNV Publieke zaak, CNV Bedrijvenbond, BVPP, Sandd,
SelektMail en Netwerk VSP

Van OVO naar CAO op de geliberaliseerde postmarkt

Toelichting bij het ingroeimodel

Prof. dr. Barbara Baarsma
Drs. Jarst Weda
Prof. dr. Sweder van Wijnbergen (Universiteit van Amsterdam)



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2009-13

ISBN 978-90-6733-487-7

Copyright © 2009 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen en dergelijke, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld.

Inhoudsopgave

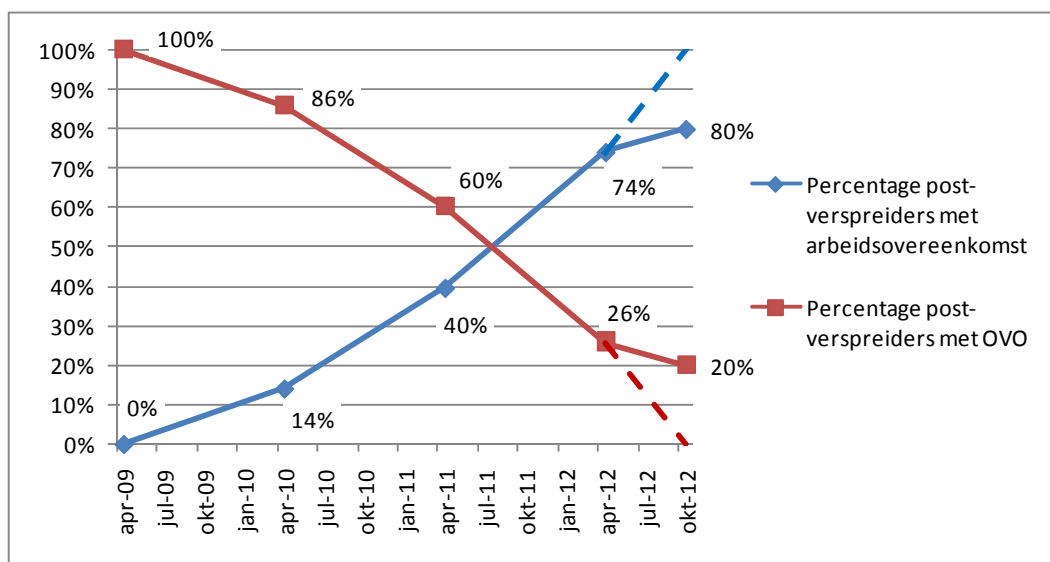
Samenvatting	i
Leeswijzer	ii
1 Context en doel	1
1.1 Postmarkt in beweging	1
1.2 Voortijdige liberalisering en arbeidsvoorwaarden	2
1.3 Rol ingroeimodel	3
2 Het ingroeimodel	5
2.1 Uitgangspunten	5
2.2 Resultaten op basis van uitgangspunten	9
2.3 Jaarlijkse evaluaties en aanpassing CAO	10

Samenvatting

Aan de voortijdige volledige liberalisering van de Nederlandse geadresseerde postmarkt is de voorwaarde gekoppeld dat er sprake is van sociaal aanvaardbare arbeidsvoorwaarden voor bezorger bij de nieuwe postbedrijven. De sociale partners, vakbonden en werkgevers (nieuwe postbedrijven), hebben daartoe afspraken gemaakt over de overgang van postverspreiders die werken op basis van overeenkomst van opdracht (OVO) naar arbeidsovereenkomsten op grond van een CAO. Afsproken is dat minimaal 80% van de postverspreiders uiterlijk 3½ jaar na inwerking-treding van de Postwet (waarin de liberalisering is geregeld) werkzaam zal zijn op basis van een arbeidsovereenkomst. De afspraken over de snelheid van de stapsgewijze overgang naar arbeidsovereenkomsten worden gemaakt op basis van een ingroeimodel.

Het groeimodel geeft een progressief en flexibel ontwikkelpad voor de doelstelling van jaarlijks te bereiken percentages arbeidsovereenkomsten. Progressief omdat elk jaar een groter deel van de postverspreiders op basis van een arbeidsovereenkomst zal werken. Het model is ook flexibel. Na afloop van ieder jaar wordt geëvalueerd of de doelstelling gehaald is. Hierbij wordt onder meer rekening gehouden met de omvang en de kwaliteit van de arbeidsovereenkomsten, het niveau van de CAO, de beloning van postverspreiders met een OVO en volume- en tariefontwikkelingen. De jaarlijkse evaluatie kan leiden tot tussentijdse aanpassingen naar boven of naar beneden. Het einddoel staat echter vast: 80% arbeidsovereenkomsten na uiterlijk 3½ jaar. De flexibiliteit betreft dus het pad naar dit einddoel, maar niet het einddoel zelf.

Figuur: De ingroeipercentages op basis van de huidige prognoses en uitgangspunten



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Omdat we ervan uitgaan dat de nieuwe postbedrijven op dit moment geen winst maken, is het noodzakelijk dat er financiële ruimte ontstaat om de gewenste progressieve overgang van OVO naar arbeidsovereenkomsten te realiseren. We spreken van de noodzakelijke ingroeiruimte.

Op basis van een analyse van de markt en gesprekken met de nieuwe postbedrijven, is een prognose opgesteld voor de ontwikkeling van de geadresseerde postmarkt voor de komende jaren. Op basis hiervan is berekend wat de beschikbare financiële ruimte is voor de nieuwe postbedrijven om over te gaan van OVO's naar arbeidsovereenkomsten.

In oktober 2012 dient het einddoel van minimaal 80% postverspreiders met een arbeidsovereenkomst te zijn gehaald. Bovenstaande figuur geeft het door partijen afgesproken ingroei-pad aan op basis van de prognose en uitgangspunten die anno april 2009 plausibel zijn. In april 2010 zal 14% van de postverspreiders bij de nieuwe postbedrijven een arbeidsovereenkomst hebben op basis van de CAO Postverspreiders. In april 2011 zal dit naar verwachting 40% en in april 2012 74% zijn. De percentages die uit het ingroeimodel volgen zijn niet bedrijfsspecifiek, maar gelden voor de markt als geheel. Jaarlijks wordt geëvalueerd of de prognose aangepast moet worden. Vaststaat echter dat in oktober 2012 minimaal 80% van de postverspreiders werkt op basis van een arbeidsovereenkomst.

Leeswijzer

Dit rapport bestaat uit twee hoofdstukken. In het eerste hoofdstuk wordt de context beschreven waarbinnen het ingroeimodel is opgesteld en wat het doel ervan is. Het tweede hoofdstuk geeft de hoofdlijnen van het ingroeimodel: de marktanalyse en uitgangspunten en de resultaten (de ingroei-percentages).

1 Context en doel

1.1 Postmarkt in beweging

De postmarkt is al een tijdje in beweging.¹ De liberalisering van de postmarkt is al in gang gezet toen PTT Post in 1989 werd verzelfstandigd en in 1994 en 1995 in twee stappen werd geprivatiseerd. In 1989 is het monopolie van PTT verkleind: PTT kreeg een concessie waardoor PTT een exclusief recht had op de bezorging van briefpost tot 500 gram. Vervolgens is PTT Post in 1997 samen met het Australische TNT doorgegaan als TNT Post Groep (TPG), en is TPG afgescheiden van het moederconcern KPN. In 2000 is de concessie beperkt tot briefpost tot 100 gram. Nederland liep met dit beleid voor op de Europese afspraken. In EU-verband is in 2002 besloten dat per 1 januari 2003 al het briefverkeer vanaf 100 gram vrij zou moeten zijn.

De liberalisering van de postmarkt heeft geleid tot toetreding van nieuwe postbedrijven. Sandd is in 2001 toegetreden tot de Nederlandse postmarkt en een jaar later Selekt Mail.² In Nederland is sinds 1 januari 2006 – conform Europese regelgeving – het briefverkeer vanaf 50 gram vrij. In januari 2007 treedt nog een partij toe op de Nederlandse geadresseerde postmarkt, namelijk Netwerk VSP Geadresseerd (een 100% dochter van TNT).³

De Europese Commissie richt zich al geruime tijd op de volledige liberalisering van de nationale postmarkten. Er is afgesproken dat het vrijmaken van de postmarkten in alle landen uiterlijk op 31 december 2010 moet plaatsvinden. In Europa is de postmarkt in Zweden en Finland al langere tijd geheel geliberaliseerd (1 januari 1993 resp. 1 juni 1991) en hebben het Verenigd Koninkrijk en Duitsland recent hun postmarkt volledig opengesteld (1 januari 2006 resp. 1 januari 2008). Volledige liberalisering is een paar maal uitgesteld (eerst per 1 april 2007 en later per 1 juli 2008 en 1 januari 2009). Recent is besloten dat de Nederlandse geadresseerde postmarkt per 1 april 2009 volledig geliberaliseerd wordt. Dit is dus 1¼ jaar eerder dan Europees voorgeschreven. We spreken daarom van voortijdige liberalisering.

Sandd, SelektMail en Netwerk VSP Geadresseerd worden de drie nieuwe postbedrijven genoemd. Daarnaast zijn nog meer nieuwe partijen op de Nederlandse geadresseerde postmarkt actief. Denk hierbij aan stadpostdiensten en partijen als Business Post⁴ en RM Netherlands⁵.

¹ De postmarkt bestaat uit twee segmenten: geadresseerde en ongeadresseerde post. De liberalisering van de postmarkt heeft betrekking op het geadresseerde segment; het ongeadresseerde deel was al vrij.

² SelektMail valt onder DHL Global Mail dat via het moederbedrijf Deutsche Post World Net deel maakt van Deutsche Post.

³ Netwerk VSP bestaat sinds 1993 en richt zich oorspronkelijk op ongeadresseerde post. In 1996 nam TNT een 50% belang en in 2000 een 100% belang in Netwerk VSP.

⁴ Business Post is op 1 januari 2003 van start gegaan. Deze partij is ook actief op het 24-uurs-bezorgsegment. Het doel van het bedrijf is om in 2010 een landelijk dekkend bezorgnetwerk te hebben waarmee binnen 24 uur in geheel Nederland post kan worden bezorgd om daarmee een concurrent voor TNT in de markt te zetten. Er wordt samengewerkt met zo'n 70 Sociale Werkplaats (SW)-bedrijven. Deelnemende SW-bedrijven zijn lid van de Coöperatieve Vereniging Zakelijke Post Nederland U.A. Alle leden van de vereniging hebben tegen kostprijs toegang tot het netwerk van Business Post.

⁵ RM Netherlands is opgericht door de Britse postorganisatie Royal Mail maar is sinds begin 2005 geen eigendom meer van Royal Mail. RMNL bezorgt poststukken, drukwerken en pakketten in geheel Nederland op zakelijke- particuliere en postbusadressen (dus niet op huisadressen).

1.2 Voortijdige liberalisering en arbeidsvoorwaarden

Aan het opheffen van het laatste deel van het monopolie heeft het kabinet de voorwaarde gesteld dat er sprake is van sociaal aanvaardbare arbeidsvoorwaarden voor bezorgers bij de nieuwe postbedrijven. De sociale partners, vakbonden en werkgevers (nieuwe postbedrijven⁶), hebben daartoe een aantal stappen ondernomen. Op 24 april 2008 is een Beginselakkoord getekend door Sandd en SelektMail en door FNV Bondgenoten, CNV Publieke zaak, CNV Bedrijvenbond en BVPP.⁷ Op basis van dit Beginselakkoord is op 12 november 2008 een CAO ondertekend (de 'CAO Postverspreiders') door dezelfde partijen die ook het Beginselakkoord ondertekenden. In februari 2009 zijn aanvullingen op deze CAO opgesteld. Recent is de CAO ook ondertekend door Netwerk VSP Geadresseerd.

Deze sectorale CAO zal ter algemeen verbindend verklaring worden voorgelegd, waardoor de CAO van toepassing wordt op alle postverspreiders werkzaam bij nieuwe postbedrijven. Het doel van de CAO is dat minimaal 80% van de postverspreiders in ten hoogste 3½ jaar na inwerking-treding van de Postwet (waarin de voortijdige liberalisering is geregeld) werkzaam zal zijn op basis van een arbeidsovereenkomst. Hiermee komt een einde aan de huidige manier van werken van de nieuwe postbedrijven, waarbij postverspreiders met name werkzaam zijn op basis van een overeenkomst van opdracht (OVO). De CAO kent een ingroeimodel. Er wordt dus rekening gehouden met het feit dat de nieuwe postbedrijven in een opstartfase verkeren en dat hun marktaandeel in de totale geadresseerde postmarkt nog gering is. De ontwikkeling van de nieuwe postbedrijven is ook afhankelijk van de kansen die de liberalisering biedt om verder te groeien en zo financiële ruimte te creëren om de in de CAO overeengekomen arbeidsvoorwaarden te betalen. Het ingroeimodel geeft aan hoe snel de nieuwe postbedrijven in staat zijn om bij het einddoel van minimaal 80% postverspreiders met een arbeidsovereenkomst en maximaal 20% met een OVO te komen. Het deel van de postverspreiders dat met een OVO blijft werken (maximaal 20%), betreft met name mensen met een oudedagsvoorziening of jongeren die vallen onder het minimum jeugdloon.

Om de effectiviteit van de gemaakte afspraken te vergroten, is op verzoek van de vakbonden een Algemene Maatregel van Bestuur (AMvB) opgesteld die de postbedrijven verplicht met 100% arbeidsovereenkomsten te werken als de gemaakte afspraken over de overgang van OVO's naar arbeidsovereenkomsten niet worden nagekomen of als het ingroeimodel niet blijkt te werken. De afspraken over de snelheid van de stapsgewijze overgang naar arbeidsovereenkomsten worden gemaakt op basis van het ingroeimodel. Zolang er een CAO met een ingroeimodel van toepassing is, zal de AMvB niet 'geactiveerd' worden. Op deze wijze fungeert de AMvB als 'stok achter de deur'. In een brief van 19 februari 2009 hebben de vakbonden, inclusief de AbvaKabo FNV, het kabinet laten weten dat met het instellen van een AMvB wat hen betreft de voorwaarden voor verdere marktopening ingevuld zijn.

⁶ TNT Post is niet bij de CAO en het ingroeimodel betrokken, omdat TNT geen OVO's kent en de problematiek van de overgang van OVO's naar arbeidsovereenkomsten dus niet speelt voor TNT. TNT Post heeft naast de TNT-CAO, waar zo'n 23.000, veelal full time, postbodes onder vallen, ook een CAO voor postbezorgers, waar zo'n 11.000 part time postbezorgers onder vallen. Het niveau van deze CAO ligt iets hoger dan het niveau van de sector CAO voor nieuwe postbedrijven.

⁷ De BVPP is een onafhankelijke vakorganisatie die geen binding heeft met politieke partijen, religieuze of andere levensbeschouwelijke organisaties. De afkorting staat voor Bond van Personeel PTT-Nederland.

1.3 Rol ingroeimodel

Het ingroeimodel bestaat uit een Excel bestand, dat we in hoofdstuk 2 nader toelichten. In dit bestand is een aantal uitgangspunten geformuleerd over onder meer de omvang en de kwaliteit van de arbeidsovereenkomsten, het niveau van de CAO, de beloning van postverspreiders met een OVO en volume- en tariefontwikkelingen. Op basis van deze uitgangspunten ontstaat de financiële ruimte voor de overgang van OVO naar arbeidsovereenkomsten. Het resultaat van het ingroeimodel is een reeks ingroeipercentages na 12, 24, 36 en 42 maanden. De percentages die uit het ingroeimodel volgen zijn niet bedrijfsspecifiek, maar gelden voor de markt als geheel.

Het ingroeimodel is progressief en voorziet in een jaarlijkse stijging van het percentage arbeidsovereenkomsten. Jaarlijks wordt bekeken in hoeverre de uitgangspunten overeenkomen met de werkelijke ontwikkelingen en wordt onderhandeld over mogelijke aanpassingen in bepaalde uitgangspunten, en dus over de financiële ingroeiruimte. Hierbij wordt ook de mate van bereidwilligheid betrokken van postverspreiders om van een OVO naar een arbeidsovereenkomst over te stappen.⁸ Deze onderhandelingen kunnen ertoe leiden dat de ingroeipercentages naar boven of naar beneden worden aangepast. Het einddoel van minimaal 80% postverspreiders met een arbeidsovereenkomst blijft echter staan.

Op verzoek van partijen hebben wij als onafhankelijke deskundigen het ingroeimodel opgesteld en voeren we de jaarlijkse evaluatie uit.⁹ We zijn daarbij als volgt te werk gegaan. Op basis van onze ervaring met en kennis van de geadresseerde postmarkt hebben we een analyse van de markt gemaakt in termen van omvang, marktaandeel, volume, tariefontwikkelingen en vaste en variabele kosten. De uitgangspunten over de markt en marktontwikkelingen hebben we in individuele gesprekken besproken met de drie nieuwe postbedrijven. Vervolgens hebben we deze uitgangspunten gebruikt om een model te bouwen. Het model is in conceptvorm met de partijen besproken op 20 maart. Op 26 maart 2009 is het ingroeimodel definitief vastgesteld tijdens een overleg met alle betrokken partijen. Voor juni 2009 bespreken de bij de CAO betrokken partijen de sector CAO en het principe-akkoord over het ingroeimodel met hun achterbannen. Aan werkgeverszijde zullen dit de leden van de werkgeversorganisatie zijn (inclusief de stadspostdiensten).¹⁰ De bonden zullen vanwege de lage organisatiegraad niet alleen hun leden, maar alle postverspreiders consulteren.

In het volgende hoofdstuk geven we de hoofdlijnen en resultaten van het ingroeimodel.

⁸ Indien blijkt dat er onvoldoende postverspreiders met een OVO bereid zijn om op basis van een arbeidsovereenkomst te werken, zal door partijen bekeken worden in hoeverre het niveau van de CAO aangepast dient te worden (bijvoorbeeld op het punt van de beloning). Dit niveau heeft wel gevolgen voor de kosten van een arbeidscontract en dus ook voor het percentage dat uit het ingroeimodel volgt.

⁹ In het Beginselakkoord is bepaald dat partijen zich bij laten staan bij door een onafhankelijk financieel deskundige. De deskundige is betrokken bij het nader uitwerken van het ingroeimodel, als ook bij de jaarlijkse terugkerende evaluatie over de procesvoortgang. In het akkoord is dit als volgt omschreven: "Partijen maken afspraken over taken en verantwoordelijkheden van de in onderling overleg aan te stellen onafhankelijke financieel-economische deskundige die de voorstellen van partijen met betrekking tot het overeen te komen ingroeimodel zal beoordelen en daarna jaarlijks zal adviseren aan Partijen of het ingroeimodel in de praktijk kan worden/wordt gerealiseerd en voldoet aan de verwachtingen van Partijen in relatie tot het toepassen van de sectorale CAO."

¹⁰ De werkgevers hebben een werkgeversvereniging opgericht.

2 Het ingroeimodel

Op grond van het ingroeimodel dient uiterlijk 42 maanden na inwerkingtreding van de Postwet 80% van de postverspreiders werkzaam te zijn op basis van een dienstbetrekking. Het ingroeimodel regelt de wijze waarop dit stapsgewijs bereikt gaat worden. In paragraaf 2.1 gaan we in op de uitgangspunten in het ingroeimodel. Paragraaf 2.2 geeft de resultaten op basis van de huidige prognoses. Tot slot geeft paragraaf 2.3 aan welke functie het ingroeimodel in de komende 3½ jaar zal vervullen.

2.1 Uitgangspunten

Op basis van prognoses over marktontwikkelingen en bepaalde aannames komen we tot een verwachting ten aanzien van de beschikbare ingroeiruimte. Deze paragraaf geeft de uitgangspunten van het ingroeimodel.

Uitgangspunt: partijpost, geen losse post

Uitgangspunt van het ingroeimodel is de Nederlandse geadresseerde postmarkt exclusief de losse post die via de oranje/rode TNT-brievenbussen wordt gecollecteerd. We gaan er met andere woorden vanuit dat de nieuwe postbedrijven zich op partijpost richten. Deze partijpost wordt door zakelijke partijen aan bedrijven en particulieren verzonden (B2B en B2C post).

Uitgangspunt: twee segmenten

We onderscheiden binnen deze markt twee segmenten: het ex-concessie deel en het reeds vrije deel. Daarnaast is er nog het 24 uren-segment dat voornamelijk alleen door TNT Post wordt bediend en dat we daarom buiten beschouwing laten.

Uitgangspunt: marktmodel

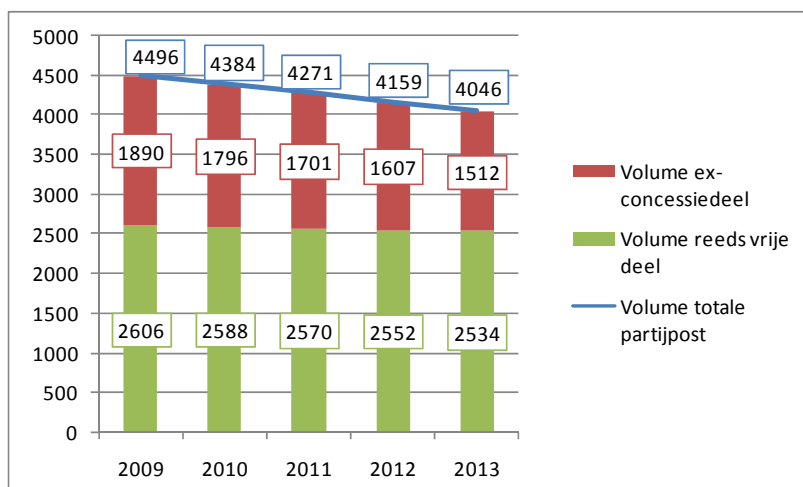
Het ingroeimodel gaat uit van de markt en specificeert de uitkomst niet naar specifieke spelers. Er is dus geen rekening gehouden met mogelijke verschillen in de ontwikkeling van de nieuwe postbedrijven; elk bedrijf dient in dezelfde mate zorg te dragen voor de overgang van OVO naar arbeidscontracten.¹¹

Uitgangspunt: de totale markt krimpt

Figuur 2.1 geeft de verwachte ontwikkeling van het volume op de markt waarop de nieuwe postbedrijven actief zijn. Hieruit blijkt dat we ervan uitgaan dat het volume op het ex-concessiedeel met 5% per jaar krimpt als gevolg van substitutie met andersoortige communicatievormen (20% in 4 jaar). Tevens zal een deel van wat vroeger in het concessiesegment viel, na liberalisering verplaatsen naar het reeds vrije deel. We nemen voorts aan dat de totale markt met zo'n 10% krimpt in 4 jaar. Dat betekent dat het volume op het reeds vrije deel met zo'n 3% in 4 jaar zal krimpen.

¹¹ Wel is er in de CAO een mogelijkheid van dispensatie voor bedrijven wiens postverspreidersbestand afwijkt van het gemiddelde.

Figuur 2.1: De ontwikkeling van de segmentvolumes in miljoenen stuks (prognose 2009)



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Uitgangspunt: de beschikbare ingroeiruimte ontstaat door hoger volume en hogere tarieven

Als gevolg van de voortijdige volledige liberalisering krijgen de nieuwe postbedrijven 1¼ jaar eerder de mogelijkheid om het concessiedeel van de markt te betreden. De verwachting is dat de nieuwe postbedrijven gebruik maken van die mogelijkheid en hun aanbod aanpassen door bijvoorbeeld over te gaan tot een servicekader met twee maal per week 48-uursbezorging. Door het verhogen van de kwaliteit van het aanbod zal er ruimte ontstaan om hogere tarieven te vragen. Tegelijkertijd zal het gemiddelde tarief in het ex-concessiesegment dalen onder invloed van concurrentie (dat geldt vooralsnog niet voor het 24-uurssegment, omdat TNT daar de alleenaanbieder blijft).

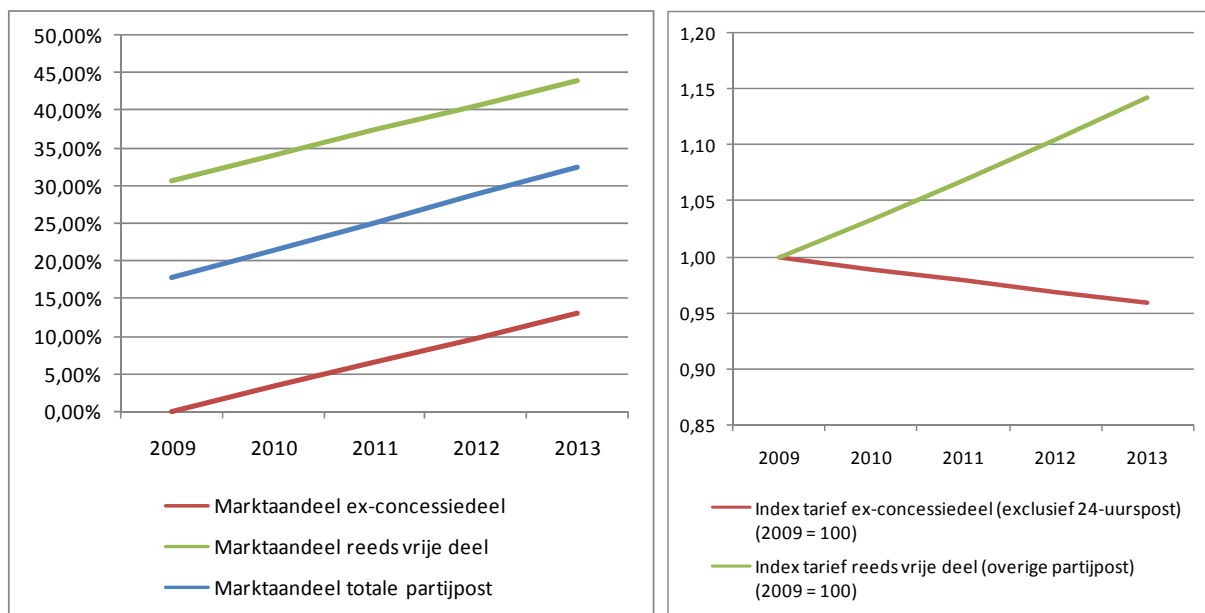
Op dit moment is de concurrentie in het reeds vrije deel ruïneus van karakter, dat wil zeggen dat de prijzen te laag zijn om de gemaakte kosten goed te maken en dat bedrijven niet overeind kunnen blijven staan. Om de overgang van OVO naar arbeidsovereenkomst te kunnen betalen, is een overgang naar effectieve concurrentie nodig. Deze noodzaak is meegenomen in het opstellen van de prognose van de gemiddelde tarieven.

Kortom, betere arbeidsvoorwaarden kunnen worden gedragen door marktpartijen via doorbelasting aan de markt. Dat kan alleen als nieuwe postbedrijven meer volume en gemiddeld hogere tarieven krijgen. De ingroeiruimte ontstaat dan door:

- Groei in volume voor de nieuwe postbedrijven op het ex-concessie deel en het reeds vrije deel.
- Gemiddeld hogere tarieven op het reeds vrije deel.

Figuur 2.2 geeft de prognoses weer.

Figuur 2.2: De ontwikkeling van de marktaandelen van de gezamenlijke nieuwe postbedrijven (linkerkant) en van de gemiddelde tarieven (rechterkant) in de verschillende segmenten (prognose 2009)



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Uitgangspunt: de bruto beschikbare ingroeiruimte wordt berekend op basis van het OVO-model

We gaan ervan uit dat er op dit moment circa 27 duizend mensen met een OVO actief zijn voor de nieuwe postbedrijven. Deze OVO-ers werken per week gemiddeld 6½ uur. We gaan er voorts vanuit dat elke OVO-er het wettelijk minimum loon ontvangt (€ 8,61) en dat OVO'ers 23 jaar of ouder zijn. Vooralsnog wordt het minimumloon in het ingroeimodel niet geïndexeerd (zie uitgangspunt betreffende inflatie). Ook veronderstellen we dat er op dit moment nog geen postverspreiders op basis van een arbeidsovereenkomst werken; elke postverspreider is een OVO-er.

Tevens hebben we bekeken hoeveel poststukken per adres worden bezorgd (overlapfactor) door de nieuwe postbedrijven en bij hoeveel postadressen per uur wordt bezorgd. Op basis daarvan bepalen we hoeveel poststukken gemiddeld per OVO-er per uur worden bezorgd. We maken vervolgens – mede op basis van de verwachte volume-ontwikkelingen bij de nieuwe postbedrijven – bepaalde veronderstellingen ten aanzien van de ontwikkeling van de overlapfactor en het aantal adressen per uur. Bij een stijgend volume stijgt de overlapfactor en het aantal adressen per uur en zijn relatief minder bezorguren nodig om de volumestijging aan te kunnen. Er zijn met andere woorden schaalvoordelen (efficiencywinsten) te behalen voor de nieuwe postbedrijven bij het verwachte stijgende bezorgvolume.

We bepalen op basis van deze informatie de gemiddelde OVO-kosten per poststuk. We noemen dit de variabele kosten. Uitgaande van efficiencywinsten bij stijgend volume dalen de variabele OVO-kosten per poststuk:

- Hogere overlapfactor: meer poststukken per postadres;
- Hogere adressendichtheid bezorggronde: meer postadressen per uur.

De kosten die niet aan OVO's zijn gelieerd (we noemen deze vast), stijgen elke jaar licht met 2%. Immers, bij hogere volumes zijn bijvoorbeeld meer vrachtwagens en extra sorteermachines of -centra nodig. De vaste kosten in 2009 zijn teruggerekend, ervan uitgaande dat geen van de nieuwe postbedrijven in 2009 winst maakt.

Rekening houdend met schaalvoordelen berekenen we vervolgens hoeveel OVO-ers nodig zouden zijn om het stijgende volume aan te kunnen. We gaan er dus in eerste instantie vanuit dat er geen arbeidsovereenkomsten worden aangeboden. We noemen dit het OVO-model. We nemen daarbij aan dat de gemiddelde werkduur van een OvO'er constant blijft en houden rekening met het onderscheid in bezorg- en sorteertijd (het aantal werkuren = het aantal bezorguren maal 1,25; bij 4 uur bezorgen is een postverspreider circa een uur bezig met sorteren).

We berekenen de bruto beschikbare financiële ruimte door van de opbrengst (gemiddeld tarief maal volume) de variabele en vaste kosten uitgaande van het OVO-model af te trekken. Hierbij gaan we er dus vanuit dat er geen arbeidsovereenkomsten worden afgesloten; de volumegroei wordt opgevangen door extra OVO-ers in te huren.

Uitgangspunt: de bruto beschikbare ingroeiruimte wordt besteed aan de CAO-verplichtingen en bepaalde investeringen

De bruto beschikbare financiële ruimte die ontstaat na volledige liberalisering wordt besteed aan de CAO-verplichtingen (de overgang naar arbeidsovereenkomsten op grond van de CAO Postverspreiders). Daarnaast wordt de bruto ingroeiruimte besteed aan o.a. de investeringen die nodig zijn om de kwaliteit van de bedrijfsvoering te verhogen. Dit is nodig om het ex-concessie deel te kunnen betreden (denk hierbij aan investeringen in ICT en het logistieke proces om aan de hogere kwaliteitsstandaarden op dit deelsegment te kunnen voldoen).

Uitgangspunt: de variabele arbeidskosten per poststuk liggen in het geval van arbeidsovereenkomsten 40% hoger dan bij OVO's

De veranderingen voor de werkgevers die samenhangen met het implementeren van de CAO en het werken op (voornamelijk) arbeidsovereenkomsten zijn groot: er moeten functieprofielen worden opgesteld met targets en andere functie-eisen, er moet een administratie en monitoring-systeem worden ingericht om te kijken of de targets en andere eisen worden gehaald, de P&O afdeling wordt uitgebreid en verzaard, er moet een arbodienst in de hand worden genomen, er dient een OR te worden ingesteld, enzovoorts.

Wissenraet en Van Spaendonck heeft alle additionele kosten die samenhangen met de overgang naar arbeidsovereenkomsten berekend. Het uitgangspunt hierbij is dat het niveau van de CAO gelijk blijft gedurende 4 jaar. Op basis van deze berekeningen kunnen we bepalen wat de extra arbeidskosten per poststuk zijn van de overgang van OVO naar een arbeidsovereenkomst.

Uitgaande van een arbeidsovereenkomst voor 12 uur per week zal gemiddeld 1,85 OVO-er tegenover 1 arbeidsovereenkomst staan. Indien een arbeidsovereenkomst voor 12 uur wordt afgesloten betekent dat dus dat er 1,85 minder overeenkomsten voor opdracht zijn. Per saldo zal het aantal postverspreiders bij de nieuwe postbedrijven dus afnemen als gevolg van de overgang naar arbeidsovereenkomsten. Partijen streven naar arbeidsovereenkomsten van een zo groot mogelijke

omvang. Vooral nog hebben we deze omvang op 12 uur gezet. Wellicht is er ook ten aanzien van de omvang van de arbeidsovereenkomsten sprake van ingroei (de contractomvang zal in de eerste jaren wat lager liggen dan daarna).

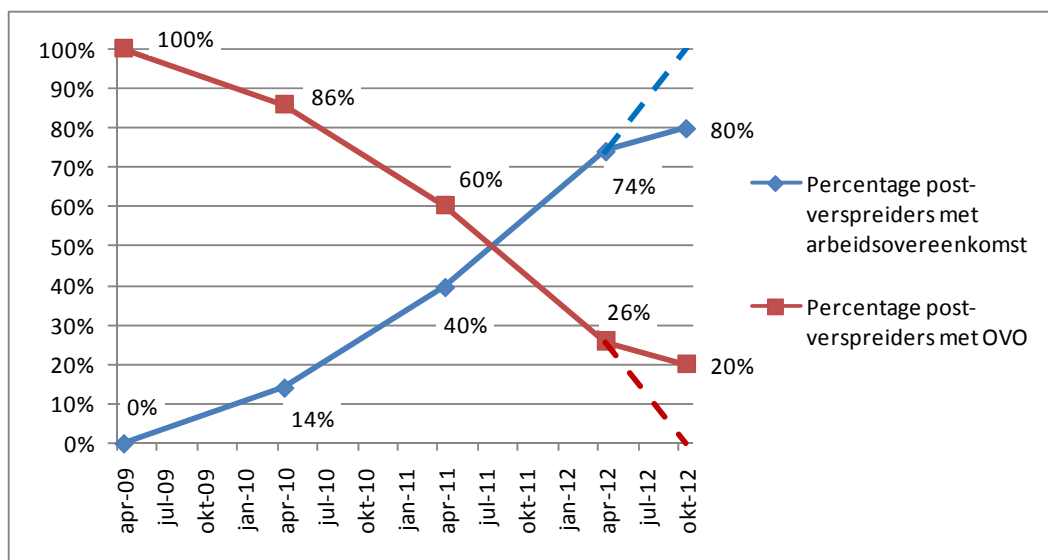
Uitgangspunt: inflatie vooralsnog op nul gesteld

Het is mogelijk om inflatie mee te nemen in het ingroeimodel. We onderscheiden daarbij 4 verschillende inflatiepercentages: (a) vaste kosten, (b) salariskosten OvO-model (minimumloon), (c) salariskosten CAO-model en (d) tarieven. De inflatie is voorlopig op nul gesteld. Bij de evaluatie volgend jaar kan – indien daar aanleiding toe is – besloten worden een van deze inflatiepercentages aan te passen. Overigens zal de invloed van het invoegen van een gelijk inflatiepercentage van bijvoorbeeld 2% voor (a) tot en met (d) nagenoeg niets uitmaken voor het resultaat, omdat de kosten en opbrengsten in dezelfde mate stijgen.

2.2 Resultaten op basis van uitgangspunten

Op basis van de uitgangspunten zoals besproken in de vorige paragraaf ontstaat de noodzakelijke ingroeiruimte om de door partijen overeengekomen ingroeipercenages zoals afgebeeld in figuur 2.1 te realiseren. Op dit moment, april 2009, is sprake van 100% OVO's en 0% arbeidsovereenkomsten. In april 2010 zal naar verwachting 14% van de postverspreiders werkzaam zijn bij de nieuwe postbedrijven op basis van een arbeidsovereenkomst op grond van de sector CAO. In april 2011 is dat percentage gestegen naar 40% en in april 2012 naar 74%. In oktober 2012 dient minimaal 80% van de postverspreiders werkzaam bij de nieuwe postbedrijven een arbeidsovereenkomst te hebben. Anders geformuleerd: na 3½ jaar mag maximaal 20% van de postverspreiders werkzaam zijn op basis van een OVO.

Figuur 2.1: De ingroeipercenages op basis van de huidige prognoses en uitgangspunten



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Resumerend: alle arbeidsvoorwaarden op een rijtje

Het ingroeimodel is flexibel opgezet. Afhankelijk van de daadwerkelijke ontwikkelingen op de markt, kan aan bepaalde knoppen in het model gedraaid worden. Tabel 2.1 geeft een overzicht van de draaiknoppen op het gebied van de arbeidsvoorwaarden.

Tabel 2.1 De arbeidsvoorwaarden op een rijtje

Draaiknop	Uitgangspunt per april 2009	Uitgangspunt per oktober 2012
CAO-target:% arbeidsovereenkomsten	0%	80%
OVO:		
• Totaal aantal OVO-ers bij nieuwe post-bedrijven	27.000	5.642 (per april 2012)
• Aantal uren per week	6½ uur	6½ uur
• Kosten per uur	€8,61	€8,61 (zonder loonindexatie)
Arbeidsovereenkomst:		
• Totaal aantal postverspreiders met een arbeidsovereenkomst	0	16.199 (per april 2012)
• Aantal uren per week	12 uur	12 uur
• Kosten per uur	€12,04	€12,04 (zonder loonindexatie en zonder aanpassing niveau CAO)
Op basis van de uitgangspunten en arbeidsvoorwaarden resulteren de volgende ingroeipercentages		
April 2009	0%	
April 2010	14%	
April 2011	40%	
April 2012	74%	
Oktober 2012	80%	

Bron: SEO Economisch Onderzoek

2.3 Jaarlijkse evaluaties en aanpassing CAO

Hoofddoel van het ingroeimodel is te monitoren hoe het einddoel wordt behaald dat minimaal 80% van de postverspreiders binnen 3½ jaar na liberalisering werkzaam is op basis van een arbeidsovereenkomst. Het ingroeimodel krijgt een vertaling in CAO-artikelen. Het ingroeimodel geeft aan dat het op basis van gemaakte veronderstellingen na 1 jaar mogelijk is om 14% van de postverspreiders op basis van een arbeidsovereenkomst te laten werken (zie figuur 2.1). Vervolgens wordt gekeken naar de diensttijd van het gemiddelde bestand postverspreiders bij de nieuwe postbedrijven. Voorts wordt een CAO-artikel geformuleerd om ervoor te zorgen dat 14% van de postverspreiders na een jaar werkzaam zal zijn op basis van een arbeidsovereenkomst. Een voorbeeld van een dergelijk CAO-artikel is: vanaf 1 januari 2010 wordt aan de postverspreider die X maanden werkzaam is op basis van een OVO en gedurende een periode van Y maanden gemiddeld meer dan Z uur per week gewerkt heeft, een arbeidsovereenkomst aangeboden.

Op 1 april 2010 (een jaar na volledige liberalisering) wordt bekeken of daadwerkelijk 14% van de postverspreiders werkzaam is op basis van een arbeidsovereenkomst. Dit percentage geldt zoals gezegd voor elk bedrijf. Voor het tweede jaar geldt een hoger ingroeipercentage dan 14% (op basis van onze huidige prognoses: 40%; zie figuur 2.1). Om dit hogere percentage te halen wordt het CAO-artikel gewijzigd: vanaf 1 januari 2011 wordt aan de postverspreider die A maanden

werkzaam is op basis van een OVO en gedurende een periode van B maanden gemiddeld meer dan C uur per week gewerkt heeft, een arbeidsovereenkomst aangeboden.

Zo vindt elk jaar een evaluatie plaats, waarbij bekeken wordt of het percentage gehaald wordt, en zo nee waarom niet. De evaluatie kan leiden tot aanpassingen in de uitgangspunten in het ingroeimodel. Zo kan het zijn dat de uitgangspunten niet overeenkomen met de werkelijke marktontwikkelingen, dat er te weinig arbeidsovereenkomsten zijn aangeboden, of dat de bereidwilligheid om een arbeidsovereenkomst te nemen te beperkt zijn bij een bepaald niveau van de CAO? Naar aanleiding van deze aangepaste uitgangspunten worden CAO artikelen gewijzigd om steeds meer OVO's om te zetten in arbeidsovereenkomsten. Binnen de 3½-jarige looptijd van de CAO vinden drie van deze evaluatierondes plaats. Aan het einde van iedere evaluatieperiode kan de CAO tussentijds opgezegd worden, waarmee na zes maanden de AMvB in werking treedt. Dit kan ook het geval zijn als de bonden na uiterlijk 3½ jaar besluiten geen nieuwe cao meer af te sluiten, bijvoorbeeld omdat er – om welke reden dan ook – onvoldoende arbeidsovereenkomsten tot stand zijn gekomen.



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 · 1018 WB Amsterdam · T (+31) 20 525 16 30 · F (+31) 20 525 16 86 · www.seo.nl