

Utrecht, 16 november 2007

Management postbedrijven moet bedrijfsmodellen aanpassen met oog op groeiende concurrentie goedkope bedrijven

Rapport Capgemini vermeldt verder dat een nieuw hybride model voor postbedrijven lage kosten moet combineren met een gegarandeerde bezorging – en niet per se een snelle bezorging

Bestaande postbedrijven zwaaiden tot aan vorig jaar de scepter in Europa met een EBIT (winst voor rente en belasting) van vaak meer dan 10%. Deze situatie kan echter drastisch veranderen zodra de deregulering een feit wordt, volgens een onlangs gepubliceerd rapport van Capgemini.

Het rapport genaamd “European Postal Perspectives: Facing the Challenge from Low-Cost Posts”, is gericht op de 13 belangrijkste Europese markten en wijst uit dat, ondanks het feit dat de meeste EU-lidstaten op het punt staan om postrichtlijnen 97/67/EC en 2002/39/EC in te voeren, de deadline voor een volledig vrije markt is verschoven naar 2011. Dit dankzij een recente stemming van de lidstaten. Hoewel sommige landen van plan zijn hun postmarkt al veel eerder open te stellen (bijvoorbeeld Nederland en Duitsland in 2008), moeten alle landen zich voorbereiden op de aanzienlijke veranderingen die de Europese postmarkt zal ondergaan.

De bestaande postbedrijven verdedigen hun eigen markten tegen ‘cherry picking’ concurrenten, die lagere kosten en geavanceerdere bedrijfsmodellen hebben. Deze nieuwkomers doen het al verbazingwekkend goed doordat ze goedkope modellen hebben ontwikkeld die laten zien dat het aantal spoedbezorgingen afneemt omdat het gebruik van elektronische communicatie voor tijdgevoelige berichten toeneemt. De nieuwe bedrijven zien in dat transactionele post zoals telefoonrekeningen of rekeningafschriften op dezelfde manier behandeld kunnen worden als direct mail. Het overgrote deel van de transactionele post (meer dan 80%) kan waarschijnlijk worden verwerkt als reguliere post met lagere verzendkosten, een langere verzendtijd en minder leverdagen.

Het ligt voor de hand dat het huidige prijsverschil tussen transactionele post en direct mail verdwijnt naarmate de concurrentie toeneemt. Als je dit combineert met het groeiende marktaandeel van nieuwkomers dan is volgens Capgemini de kans groot dat de bestaande postbedrijven tot 40% van hun lopende inkomsten kunnen verliezen.

Postbedrijven zouden de volgende groeimogelijkheden moeten overwegen, om de teruglopende inkomsten uit traditionele bronnen te compenseren:

- Internationale diensten – zoals TNT Post en DHL Global Mail
- Pakjes bezorgen aan huis, hoewel innovatieve strategieën nodig zijn om dit winstgevend te maken
- Diensten met toegevoegde waarde, bijvoorbeeld direct marketing en elektronische diensten

“Postbedrijven zijn de dupe van zowel de deregulering als het internet. De bestaande bedrijven zullen hun bedrijfsmodellen in een nieuw jasje moeten steken als ze willen blijven concurreren met de nieuwkomers. Dit hebben we ook gezien bij de luchtvaartindustrie”, aldus Martin Raab, hoofdauteur van het rapport.

Volgens het rapport zal de Europese postindustrie er in 2015 volledig anders uitzien. Nieuwe concurrenten vergroten hun marktaandeel terwijl de postmarkt als geheel afneemt, wat zal leiden tot een fel concurrerende markt. Het zou verstandig zijn als traditionele postbedrijven zich op de toekomst gaan richten.

Het onderzoek is op te vragen bij Sylvia Reinders, via sylvia.reinders@capgemini.com

EINDE PERSBERICHT

Over Capgemini

Capgemini levert aantoonbaar toegevoegde waarde aan de prestaties van zijn klanten in een groot aantal branches. Dit gebeurt met een compleet en innovatief aanbod van consulting-, technology- en outsourcingdiensten. Daarbij werkt de onderneming op een onderscheidende manier samen met haar klanten aan het behalen van snellere, betere en meer duurzame resultaten: de Collaborative Business Experience. Deze innovatieve samenwerking krijgt vorm door een sterk netwerk van technologiepartners, bewezen methoden en hulpmiddelen en een sterk op samenwerking gerichte mentaliteit in de dagelijkse praktijk. Hiermee helpt Capgemini organisaties om nieuwe groeistrategieën te ontwikkelen en de mogelijkheden van technologie optimaal te benutten. Capgemini heeft wereldwijd ongeveer 80.000 medewerkers in dienst. De organisatie realiseerde in 2006 een omzet van 7,7 miljard euro. Meer informatie is beschikbaar op www.nl.capgemini.com

Voor meer informatie

Capgemini

Madelon Kaspers

Woordvoerder

Telefoon: +31 (0) 30 689 2453

Mobiel: +31 (0) 6 100 358 34

Email: madelon.kaspers@capgemini.com

Stassen Communicatie
Telefoon: +31 (0) 30 693 0664