



Persinformatie

Koninklijke TNT Post B.V.



Inhoudsopgave

In één oogopslag

- In het kort
- Enkele cijfers
- Onderdeel van TNT
- Een veranderende markt
- Drie strategische uitgangspunten
- Een bekend gezicht

Vernieuwend en vertrouwd

- Liberalisering als drijfveer
- Positie veiligstellen in Nederland, groeien in Europa
- Verschillende liberaliseringstempo's
- Voorstander vrije Europese postmarkt
- Universele dienst als maatschappelijk baken
- Naar marktconforme arbeidsvoorwaarden

Actief in Nederland en Europa

- De Nederlandse markt
- Europa en de rest van de wereld

Gedifferentieerd productenaanbod

- Variatie in overkomstduur
- Consumentenpost
- Zakelijke post

Georganiseerd voor de vrije markt

- De Nederlandse operationele organisatie
- Aparte organisatie voor pakketten
- Ongeadresseerd en voordelig geadresseerd
- Data- en documentmanagement

Oog voor klant en medewerker

- Focus op klant en kwaliteit
- Goed werkgeverschap
- Vestigingsbeleid
- Interculturele diversiteit

Duurzaamheid als randvoorwaarde

- Positieve invloed op omgeving en milieu
- Moving the World
- Planet Me
- Kinderpost

Geschiedenis in vogelvlucht

Meer informatie



In één oogopslag

In het kort

Koninklijke TNT Post B.V. is marktleider in Nederland op het gebied van geadresseerde en ongeadresseerde post. Het bedrijf is tevens actief in acht andere Europese landen. TNT Post verzorgt het volledige scala van postdiensten: van collectie, sortering, transport en bezorging van binnenlandse en internationale post – waaronder brieven, drukwerk en pakketten – tot de productie en distributie van geadresseerde direct mail en de verspreiding van ongeadresseerde post. Daarnaast zet TNT Post zijn jarenlange ervaring in om met nieuwe technologie diensten voor datamanagement, documentmanagement en digitale post te ontwikkelen. Deze diensten komen tegemoet aan specifieke behoeften van particuliere en zakelijke klanten.

Enkele cijfers

TNT Post heeft ruim 58.000 medewerkers in dienst. Van hen zijn er ruim 40.000 actief als postbode of postbezorger. De activiteiten van TNT Post resulteerden in 2007 in een omzet van € 4,234 miljard euro. TNT Post brengt dagelijks 16 miljoen poststukken rond in Nederland. Per jaar zijn dat er circa 4,7 miljard. De omzet is voor 92 procent afkomstig uit zakelijke post, de overige 8 procent is particuliere post. Het hoofdkantoor van TNT Post staat in Den Haag.

Onderdeel van TNT

TNT Post is samen met TNT Express onderdeel van TNT N.V. Deze beursgenoteerde onderneming met vestigingen in 63 landen heeft ruim 161.500 medewerkers in dienst. Deze verzorgen samen diensten in ruim 200 landen. In al deze landen is TNT te herkennen aan de kleur oranje.

Een veranderende markt

Toenemende concurrentie en de opkomst van e-mail veroorzaken een dalend postvolume. TNT Post wapent zich daartegen door te streven naar groei in het buitenland, met name in Europa. In Nederland speelt TNT Post op de veranderingen in door zich operationeel en commercieel aan te passen aan de nieuwe marktsituatie. In april 2007 maakte TNT Post bekend dat het kiest voor een binnenlandse koers die is gericht op volumebehoud. Om deze ambitie waar te maken, investeert TNT Post in nieuwe producten, heeft het zijn dienstverlening verbreed naar 'next week delivery' en neemt het kostbesparingsmaatregelen met als uiteindelijk doel vanaf 2015 jaarlijks 300 miljoen euro te besparen. Daarnaast wil TNT Post op de Europese markt uitgroeien tot marktleider in directe communicatie, transactieverwerking en de bezorging van documenten en goederen voor zowel zakelijke als particuliere klanten.

Drie strategische uitgangspunten

1. Versterken van de voorkeurspositie bij huidige en toekomstige klanten door middel van productontwikkeling, innovatie en kwaliteitsverbetering.
2. Inspelen op de liberalisering van de Europese postmarkt door in diverse landen binnenlandse distributienetwerken uit te bouwen voor geadresseerde en ongeadresseerde post, maar ook door grensoverschrijdende postdiensten aan te bieden en samenwerkingsverbanden aan te gaan met andere organisaties en postbedrijven.
3. Ontwikkelen van specialistische diensten op het gebied van directe communicatie, datamanagement en documentmanagement.

Een bekend gezicht

Wat er de komende jaren ook verandert op de (internationale) postmarkt, TNT Post streeft ernaar zijn service en kwaliteit op hetzelfde hoge niveau te houden. De vertrouwde oranje postbode zal het straatbeeld blijven kleuren en daarmee de postbezorging in heel Nederland in stand houden.



Vernieuwend en vertrouwd

Liberalisering drijfveer verandering

De veruit belangrijkste ontwikkeling op de Nederlandse en Europese postmarkt is de overgang van monopoliedienstverlening, al dan niet door staatsbedrijven, naar een vrije markt voor postdiensten. De belangrijkste wijziging is dat op alle postdiensten concurrentie mogelijk wordt. Elke aanbieder mag dan tegen zelf vastgestelde tarieven en voorwaarden postdiensten aanbieden. De liberalisering van de postmarkten is de drijfveer voor de verandering die TNT Post jaren geleden heeft ingezet. Het bedrijf wachtte de ontwikkelingen niet af, maar heeft zich in Nederland getransformeerd tot het efficiëntste nationale postbedrijf van Europa. Daardoor was het klaar voor de concurrentie die enkele jaren geleden op de zakelijke postmarkt van Nederland werd toegelaten.

Positie veiligstellen in Nederland, groeien in Europa

De transformatie van TNT Post is nog niet afgerond: de organisatie blijft de komende jaren besparen en vernieuwen. Het behoud van een stevige marktleiderspositie is daarbij het doel. Daarnaast is TNT Post activiteiten gaan ontplooiën in de Europese landen die vooruitlopen op de volledige liberalisering van de postmarkten binnen de Europese Unie. De voordelen voor de Nederlandse organisatie en de nieuwe buitenlandse activiteiten zijn wederzijds. Bij de opbouw van hun netwerken profiteren de buitenlandse dochters van TNT Post van de jarenlange ervaring van het Nederlandse moederbedrijf. Op zijn beurt wordt TNT Post in Nederland sterker van de uitdagerspositie van de buitenlandse dochters, die eenvoudiger nieuwe producten en operationele concepten kunnen testen.

Verschillende liberaliseringstempo's

De liberalisering van de Europese postmarkt voltrekt zich in verschillende tempo's. Nederland bevindt zich samen met Duitsland en het Verenigd Koninkrijk in de kopgroep. Zij hebben hun postmarkt al (gedeeltelijk) vrijgegeven. Tien andere landen, waaronder Frankrijk, Spanje, Italië en België, moeten uiterlijk 2011 hun postmarkten openen. Elf EU-landen, waaronder Luxemburg, Griekenland en diverse nieuwe lidstaten uit Oost-Europa, hebben uitstel gekregen tot 2013.

Toch bestaan er ook in de kopgroep diverse marktbarrières. De postmarkten van Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn officieel inmiddels volledig geliberaliseerd, maar de marktleiders (de voormalige staatsbedrijven Deutsche Post en Royal Mail) genieten nog altijd diverse voordelen, zoals een btw-ontheffing, de bescherming door een zeer hoog sectorminimumloon (in Duitsland) en verplichte netwerktoegang (in het Verenigd Koninkrijk). Mede om deze redenen heeft de Nederlandse regering de volledige openstelling van de Nederlandse postmarkt, die gepland stond voor 1 januari 2008, tot nader order uitgesteld.

Voorstander vrije Europese postmarkt

TNT Post is groot voorstander van een open markt met eerlijke concurrentie, waarin de belangen van de consument zijn gegarandeerd. Liberalisering biedt de beste garanties op een duurzame toekomst voor de postsector. Een vrije markt zorgt voor efficiency en dynamiek en biedt de sector de beste kansen om aansluiting te houden bij de sterk veranderende communicatiemarkt. In Nederland is de postmarkt sinds 2000 voor ruim de helft open voor concurrentie. TNT Post behoudt vooral nog het monopolie voor brieven tot en met 50 gram.

Universele dienst als maatschappelijk baken

TNT Post onderkent de maatschappelijke noodzaak van een basisdienstverlening voor post, waarbij iedere Nederlander tegen een betaalbare prijs en een goede kwaliteit zijn post kan versturen. De Nederlandse overheid heeft TNT Post aangewezen om deze 'universele dienst' uit te voeren. Dit betekent dat TNT Post de mogelijkheid moet blijven aanbieden voor de dagelijkse verzending van alle losse brieven en pakketten. Daarnaast blijft TNT Post verantwoordelijk voor het netwerk van oranje brievenbussen en postvestigingen.

Naar marktconforme arbeidsvoorwaarden

TNT Post bevindt zich momenteel in de voorbereidende fase van gesprekken met de vakorganisaties voor een nieuwe cao. Deze komt in de plaats van de huidige éénjarige cao, die in eind maart 2009



afloopt. De afgelopen jaren zijn door efficiëncymaatregelen ongeveer 9000 banen verdwenen. Ook in de komende jaren zijn reorganisaties nodig. In de nieuwe cao streeft TNT Post naar loonkosten die het bedrijf in staat stellen meer werknemers in dienst te houden dan mogelijk zou zijn door alleen operationele efficiëncymaatregelen door te voeren. De kostenbesparingen die TNT Post wil realiseren in de periode 2007-2010, zouden leiden tot het verlies van werkgelegenheid voor 11.000 medewerkers. Dit scenario vindt TNT Post sociaal niet wenselijk, omdat dit aantal niet kan worden gerealiseerd met natuurlijk verloop en het stimuleren van vrijwillig vertrek. Door aanpassing van de arbeidsvoorwaarden zou dit aantal beperkt kunnen tot ongeveer 6.500 tot 7000, hoewel ook in dit geval gedwongen ontslagen niet zijn uit te sluiten.

TNT Post wordt tot deze maatregelen gedwongen door de krimpende binnenlandse postmarkt en de toenemende concurrentie. Op de zakelijke postmarkt zijn concurrenten van TNT actief tegen een aanzienlijk lagere prijs. Dit doen zij door slechts twee dagen per week te bezorgen in plaats van de zes dagen waartoe TNT Post als universele dienstverlener verplicht is. Dat stelt hen in staat – overigens binnen de ruimte van de wet – een werknemersrelatie met hun personeel te vermijden, waardoor zij kunnen bogen op aanzienlijk lagere arbeidskosten (7-9 euro per uur). Deze ontwikkeling maakt het onvermijdelijk dat TNT Post zijn arbeidsvoorwaarden moet bijstellen om concurrerend te blijven. Behoud van zakelijk volume is immers van belang om de consumentenpost – en dus de universele dienstverlening – betaalbaar te houden.



Actief in Nederland en Europa

De Nederlandse postmarkt

TNT Post brengt dagelijks 16 miljoen poststukken rond in Nederland. Per jaar zijn dat er circa 4,9 miljard. De drukste dagen van het jaar zijn vlak voor Kerstmis. In die dagen verwerkt TNT Post zo'n 36 miljoen poststukken per dag. In totaal worden een kleine 190 miljoen kerst- en nieuwjaarskaarten verstuurd, veelal kaartjes. Om al die post bij 7,6 miljoen huishoudens, bedrijven en organisaties te bezorgen, lopen de postbodes van TNT Post samen gemiddeld ruim 25 miljoen kilometer per jaar. Elk huishouden ontvangt gemiddeld 644 poststukken per jaar.

TNT Post doet in Nederland meer dan de collectie, sortering en distributie van post. Onder de naam Cendris levert TNT Post specialistische oplossingen voor directe communicatie, datamanagement en documentmanagement. Met deze dienstverlening wil TNT Post enerzijds zijn fysieke postvolumes zo lang mogelijk behouden en anderzijds op de eerste plaats staan zodra fysieke post wordt vervangen door digitale post. Cendris is onder meer actief met callcenterdiensten, campagnemanagement, consumenteninformatie en het printen of digitaal verwerken van documentstromen waaronder rekeningoverzichten, facturen, salarisstroken en polisbladen. Het callcenter van Cendris handelt jaarlijks voor zijn opdrachtgevers zo'n 25 miljoen klantcontacten af.

Voor de kleinzakelijke markt is dochter Euro Mail met tien vestigingen in Nederland actief op gebied van direct mail, transactiemail en fulfilment. Euro Mail heeft vergelijkbare doelstellingen als Cendris en werkt geregeld samen met TNT Post en Cendris. Waar Cendris vooral de grootzakelijke markt op het oog heeft, richt Euro Mail zich op het midden- en kleinbedrijf. Euro Mail is marktleider in dit segment.

In Nederland is TNT Post ook marktleider in het bezorgen van pakketten. TNT Post Pakketservice bezorgt elke dag meer dan 350.000 pakketten.

Tot slot is TNT Post onder de naam Netwerk VSP marktleider in de bezorging van ongeadresseerd (reclame)drukwerk. Netwerk VSP distribueert per jaar ruim 5,5 miljard folders, magazines, mailings en catalogi. Sinds januari 2007 kunnen zakelijke klanten ook terecht bij Netwerk VSP voor de voordelige bezorging van niet-tijdkritieke geadresseerde post. Als de post deze week wordt aangeboden, bezorgt Netwerk VSP deze uiterlijk volgende week vrijdag.

Europa en de rest van de wereld

In Europa is TNT Post actief via het bedrijfs onderdeel European Mail Networks (EMN). Op dit moment heeft EMN 31 bedrijven in acht landen: Nederland, België, Duitsland, Italië, Oostenrijk, Tsjechië, Slowakije en het Verenigd Koninkrijk. TNT Post is actief bezig om een plaats op buitenlandse markten te verwerven, zodat het klaar is voor het moment dat deze markten worden geliberaliseerd. Het beginpunt is vaak de aankoop van distributienetwerken voor ongeadresseerde post, aangezien voor deze markt geen monopoliesituatie bestaat. Hetzelfde geldt in veel landen voor regionale postdiensten en stadspostdiensten. Deze bouwt EMN stap voor stap uit naar landelijk dekkende postnetwerken. In de meeste landen is EMN al actief met de merknaam TNT Post. De landenorganisaties van EMN maken voor hun groeiende datadiensten gebruik van de Nederlandse expertise van Cendris.

Daarnaast is TNT Post actief op de Belgische pakkettenmarkt, met op deze markt afgestemde producten. Daarnaast zijn er speciale producten voor verzendingen naar bestemmingen binnen en buiten de Europese Unie.

Voor zakelijke klanten biedt TNT Post grensoverschrijdende diensten aan. Het gaat hierbij onder meer om de verwerking van alle internationale binnenkomende en uitgaande post en grote, wereldwijde mailings in het business-to-consumersegment. Voor deze activiteiten opereert Spring Global Mail als salesagent van TNT Post. Spring is de grootste particuliere aanbieder ter wereld van internationale zakelijke postdiensten. In deze joint venture tussen TNT Post, Royal Mail en Singapore Post worden expertise, systemen, netwerken en producten gebundeld. TNT beschikt over 51 procent van de aandelen, de twee partners ieder over 24 procent. Het hoofdkantoor van Spring is gevestigd in Amsterdam, er staan regionale hoofdkantoren in Brussel en Singapore. Met meer dan 60 vestigingen in geheel Europa, Azië en Noord- en Zuid-Amerika doet Spring zaken in alle uithoeken van de wereld.



Gedifferentieerd productenaanbod

Variatie in overkomstduur

TNT Post kan post zeer snel tot minder snel bezorgen. De basisdienstverlening draait nog altijd om bezorging binnen 24 uur voor postverzendingen binnen Nederland. Daarnaast kent TNT Post voor zakelijke klanten een 48-uursdienstverlening. Dit kan van belang zijn als de ontvangers op een bepaalde dag moeten worden geïnformeerd. Voor post waarvan het bezorgtijdstip minder of helemaal niet van belang is, biedt TNT Post twee zakelijke servicekaders met extra voordelige tarieven. Met Economy Mail geschiedt de bezorging over meer dagen in dezelfde week dat de post wordt aangeleverd. In de variant Budgetmail vindt de bezorging plaats op meer dagen in de week ná aanlevering.

Consumentenpost

Behalve de basisdienstverlening voor consumenten kent TNT Post een breed scala aan aanvullende consumentendiensten, variërend van aangetekende post, het bewaren en/of doorsturen van post, postbussen en buitenlandpost tot GarantiePost (verzekerde post), rouwpost en de verhuis(kaarten)service. Bovendien roert TNT Post zich op de consumentenmarkt steeds meer met digitale diensten, zoals de Kaartenservice (online een kaartje samenstellen en laten bezorgen), de Persoonlijke Postzegel, de Kadowinkel en de Fotoservice.

Zakelijke post

Ook zakelijk kent TNT Post diensten als de verhuisservice, de postbus en het bewaren en doorsturen van post. Daarnaast biedt TNT Post bekende zakelijke diensten als Port betaald gemengd, Periodiekenpost, Partijpost Buitenland en de Haal- en Brengservice. De zakelijke markt kan inmiddels bij TNT Post terecht voor een breed scala aan digitale diensten: BedrijfsPostzegels, Frankeren op je pc, FacturenPost, Factuurservices, ScanPost, Digitale Nota en MyPost. Ook is het mogelijk om via de website van TNT Post de regie te voeren over een volledige direct mail-campagne. De dm-diensten variëren van doelgroepselectie (adressen, verhuisadressen, bureselectie) en het overbrengen van de boodschap (TREF-website) tot pre-processing (Print & Post, Easy DM, Zakelijke kaartenservice, Easy Response Card, DM-zegel, Attentiezegel, Send Me Now), verzenden (Partijpost Direct Mail, Frankeermachine, MixPost, ongeadresseerd) en respons, verwerking en opvolging (Easy Respons Card, Antwoordnummer, DM Mail Monitor Online).



Georganiseerd voor de vrije markt

De Nederlandse operationele organisatie

Voor het verzamelen, sorteren en bezorgen van post heeft TNT Post in 2006 Nederland opgedeeld in zes area's, met elk een sorteercentrum. Deze area's kennen op hun beurt diverse voorbereidingsgebieden (VBG'en) en collectiegebieden (CG'en) met elk een hoofdvestiging en enkele bijvestigingen of depots. In Arnhem staat een apart sorteercentrum voor aangetekende brieven. Met deze nieuwe operationele structuur is TNT Post klaar voor de vrije Nederlandse postmarkt.

Collectie

Het verzamelen van de consumentenpost vindt ten eerste plaats via de 19.000 brievenbuslocaties. Deze bevinden zich op strategische locaties zoals woonkernen, winkelcentra en in de buurt van verzorgingshuizen. Daarnaast kunnen consumenten post aanbieden op 2.110 TNT Postkantoren waaronder 3 TNT Postwinkels. Voor postzegels kunnen zij bovendien terecht op ongeveer 600 verkooppunten, waaronder supermarkten, boekwinkels en tabaksspeciaalzaken. Zakelijke post kan worden aangeboden op 87 business-balies (op eigen vestigingen) en 250 Business Points (op andere locaties). Daarnaast biedt TNT Post de Haal- en Brengservice voor zakelijke post.

Sortering

De (eerste) sortering vindt plaats op de zes sorteercentra voor brieven in Nederland. In één sorteercentrum werken per dag gemiddeld 500 tot 700 medewerkers. Verdere sortering van de brieven (tot op huisnummer) vindt ook plaats door postbodes op de grote bestelkantoren in het hele land, die voor een regionaal gebied met soms meerdere kantoren deze voorbereidingen treffen.

Voorbereiden en bezorgen

Via 400 bestelkantoren wordt de post verwerkt en afgeleverd bij 7,6 miljoen afgiftepunten, 927 postbuslocaties en 186.000 postbussen. In tegenstelling tot in andere Europese landen wordt in Nederland een zeer groot gedeelte van de binnenlandse briefpost binnen 24 uur bezorgd. TNT Post hoort in dit opzicht tot de koplopers van Europa.

Aparte organisatie voor pakketten

Voor pakketten heeft TNT Post een aparte organisatie opgezet. Het zelfstandige bedrijfsonderdeel TNT Post Pakketservice beschikt over vijf sorteercentra (vier in Nederland, één in België) en 38 distributievestigingen. De collectie van de pakketten verloopt via haalritten in opdracht van Pakketservice of via aanlevering door de business-balies en postkantoren van TNT Post. Vanuit de sorteercentra worden de pakketten naar de distributiecentra vervoerd. Daarvandaan worden de pakketten vervolgens gedistribueerd naar de geadresseerden. Op de distributiecentra worden de pakketten in verschillende shifts ontvangen en uitgereden. Pakketservice verzorgt de distributie met eigen chauffeurs en onderaannemers.

Transport

Het transport tussen voorbereidende grote bestelkantoren en sorteercentra voor brieven komt voor rekening van het bedrijfsonderdeel Transport. Dit onderdeel resorteert sinds januari 2008 onder TNT Post Pakketservice, dat sinds de zomer van 2007 ook beschikt over een organisatie voor palletvervoer. Door de combinatie van post, pakketten en pallets kan Transport een optimale beladingsgraad bereiken. Voor het transport wordt gebruikgemaakt van verschillende middelen. Zo beschikt TNT Post over 151 bakwagens, 137 trekkers, 189 opleggers, 2 eco-trailers en 165 wagens met Euro V-motor. Deze worden bestuurd door 596 eigen chauffeurs en gemiddeld 200 ingehuurd chauffeurs. Gezamenlijk leggen zij op jaarbasis met dit wagenpark 57,9 miljoen kilometer af. Daarnaast werken er 871 pakkettenchauffeurs voor TNT Post. In totaal heeft TNT Post 4200 bestelwagens en vrachtwagens op de weg.

Ongeadresseerd en voordelig geadresseerd

Dochterorganisatie Netwerk VSP (onderdeel van European Mail Networks) is sinds jaar en dag Nederlands marktleider op het gebied van huis-aan-huisverspreiding. In dit netwerk voor ongeadresseerd drukwerk zijn 22.000 bezorgers actief. Netwerk VSP beschikt over geavanceerde machines voor het geautomatiseerd sealen van folderpakketten en verzorgt tevens adresselecties en marktsegmentaties. Daarnaast heeft Netwerk VSP een tweede netwerk voor postbezorging



opgebouwd. Dit voordelige netwerk dat post later in de week (voor TNT Post) of de volgende week (eigen label) bezorgt, draait om twee sorteercentra in Soesterberg en Boxtel (twee andere sorteercentra volgen binnenkort) en een efficiënte bezorgorganisatie van betrouwbare parttimers. De post voor dit netwerk wordt centraal afgeleverd op het sorteercentrum.

Data- en documentmanagement

TNT Post is ook actief in de zakelijke markt met oplossingen voor directe communicatie (direct mail), data- en documentmanagement (transactiemail) en fulfilment. Deze activiteiten zijn ondergebracht bij dochterorganisaties Cendris (grootzakelijke markt) en Euro Mail (kleinzakelijke markt). Beide organisaties kunnen daarbij bogen op geavanceerde IT-oplossingen en printstraten van diverse omvang.



Oog voor klant en medewerker

Focus op klant en kwaliteit

De klanten van TNT Post kunnen erop rekenen dat hun post zes dagen per week tijdig wordt bezorgd op het juiste adres. In vergelijking met andere postbedrijven in Europa blijkt dat TNT Post die prestatie kan leveren met de beste prijs-kwaliteitverhouding. De overkomstduur en de precisie van de postbezorging zijn dan ook ongeëvenaard. Maar liefst bijna 97 procent van alle zakelijke post komt op tijd aan. Bovendien wordt 99,8 procent op het juiste adres afgeleverd.

Per dag kan TNT Post enkele duizenden postzendingen door onjuiste of ontbrekende adressering niet bezorgen, niet bij de geadresseerde en ook niet bij de afzender. Toch wordt ongeveer 80 procent van dergelijke post door een landelijke service-afdeling alsnog bij de geadresseerde of de afzender afgeleverd.

Sinds 1989 is de inflatie en gemiddelde loonstijging ruim hoger geweest dan de prijsstijgingen van TNT Post. Hiervan hebben klanten meegeprofiteerd. Na inflatiecorrectie is het belangrijkste consumententarief, de postzegel voor een brief, sinds 1989 met ruim 15 procent gedaald (rekeninghoudend met de huidige prijs van 44 cent). De inflatie is nog altijd zo'n 10-11 procent hoger dan de prijsontwikkeling van TNT Post.

TNT Post wil in de toekomst dit hoge niveau van dienstverlening handhaven. Mede daarom investeert TNT Post de komende jaren extra in kwaliteitsverbetering. Ook is een grootscheeps programma van start gegaan dat de focus op de wensen en behoeften van klanten verder zal versterken. Het doel is daarbij niet alleen aan de verwachtingen van klanten te voldoen, maar die ook te overtreffen.

Goed werkgeverschap

Met 58.000 medewerkers in Nederland is TNT Post een van de grootste particuliere werkgevers van Nederland. Het bedrijf verschaft werk aan 1 procent van de beschikbare beroepsbevolking in Nederland. TNT Post wordt als een aantrekkelijke werkgever ervaren, met goede arbeidsvoorwaarden. Eind 2003 heeft TNT Post als eerste grote onderneming in Nederland het keurmerk Investors In People (IPP) ontvangen, een onafhankelijk keurmerk voor goed personeelsbeleid. De beloning en secundaire arbeidsvoorwaarden zijn bij TNT Post van oudsher goed geregeld. Het bedrijf streeft naar goede arbeidsverhoudingen en een constructieve samenwerking met de medezeggenschapsorganen.

TNT Post wil zich ook in de toekomst een goed werkgever betonen, zeker met het oog op de krimpende binnenlandse postmarkt en de toenemende concurrentie. Het is er in het verleden steeds in geslaagd reorganisaties door te voeren zonder gedwongen ontslagen en volgens een meerjarenplanning. Deze doelstelling wil TNT Post de komende jaren handhaven. Het heeft daarvoor een speciale organisatie opgericht, TNT Mobility, die medewerkers begeleidt in de vrijwillige mobiliteit naar ander werk buiten TNT Post. TNT Mobility ontplooit daarbij voor Nederland unieke en baanbrekende initiatieven, zoals het sluiten van overeenkomsten met andere grote Nederlandse werkgevers die beschikken over veel vacatures. Ook verzorgt deze organisatie zogenaamde startkwalificaties op MBO-niveau voor postbodes die niet over diploma's beschikken, maar hun vaardigheden binnen het bedrijf hebben opgedaan.

Vestigingsbeleid

De plaatsen waar TNT Post aanwezig is met verkooppunten, zijn niet alleen volgens commerciële criteria geselecteerd. Het vestigingsbeleid van TNT kent ook een maatschappelijke component. Door zich te richten op het behoud van een fijnmazig en landelijk dekkend netwerk van postkantoren en winkels voor postdiensten, blijft TNT Post altijd bereikbaar voor consumenten, ook als die minder mobiel zijn.

Interculturele diversiteit

Diversiteit is voor TNT Post een business case. TNT Post is ervan overtuigd dat een diverse samenstelling van het personeelsbestand uiteindelijk ten goede komt aan de prestaties van de organisatie. Het bedrijf doet er daarom alles aan om verschillen tussen medewerkers te herkennen, te



erkennen, te waarderen en positief te benutten. Met zijn diversiteitsbeleid beoogt TNT Post verschillen niet als probleem te zien, maar als een verrijking voor de organisatie.



Duurzaamheid als randvoorwaarde

Positieve invloed op omgeving en milieu

TNT Post wil duurzaam ondernemen. Daarmee hoopt het de effecten van zijn bedrijfsactiviteiten op de sociale omgeving en het milieu positief te beïnvloeden en tegelijk de negatieve gevolgen ervan zo veel mogelijk in te perken. Het moederbedrijf TNT eindigde in 2005 en 2006 als eerste in de Dow Jones Sustainability Index. Bovendien zijn alle bedrijfsactiviteiten van TNT Post in Nederland gecertificeerd volgens ISO 9001 (kwaliteit), ISO 14001 (milieu), IIP (personeelsbeleid) en OHSAS 18001 (veiligheid en gezondheid). Daarnaast kent TNT twee grote duurzaamheidsprogramma's: Moving The World en Planet Me. Aan beide levert TNT Post een substantiële bijdrage. Voor TNT Post is duurzaamheid dan ook een essentiële randvoorwaarde voor de bedrijfsvoering.

Moving The World

TNT is sinds 2002 partner van het World Food Programme (WFP). Deze VN-organisatie levert jaarlijks in meer dan 80 landen voedselhulp aan ongeveer 90 miljoen mensen, van wie meer dan de helft kinderen zijn. Het samenwerkingsprogramma heet Moving The World en heeft drie overkoepelende doelstellingen: kennisoverdracht (met name op logistiek gebied) voor het vergroten van de efficiency waarmee het WFP honger bestrijdt en noodhulp verleent, ondersteuning ter plaatse door het uitzenden van medewerkers naar projecten en rampgebieden en tot slot de inzameling van donaties en het vergroten van het bewustzijn bij medewerkers en relaties voor de hongersnood in de wereld. Het ingezamelde geld is bestemd voor het schoolvoedselprogramma van het WFP, waarmee kinderen in arme landen op school te eten krijgen.

Sinds 2004 kent Moving the World een partnerprogramma, het zogenaamde twinning-model. Volgens dit model worden TNT-landen of -bedrijfsonderdelen gekoppeld aan een bepaald WFP-land. TNT in de Benelux (waaronder TNT Post) is gekoppeld aan Malawi. Het vrijwilligerswerk en de geldinzamelingsprojecten van TNT Post richten zich dan ook volledig op dit Afrikaanse land.

Planet Me

In 2007 is TNT met een ambitieus programma begonnen dat is gericht op het verminderen van de uitstoot van CO₂, fijnstofdeeltjes en NO_x. Dit programma met de naam Planet Me kent zeven focusgebieden waarop TNT wil bijdragen aan een drastische reductie van schadelijke emissies: bedrijfsauto's, gebouwen, investeringen, inkoop, commerciële initiatieven, leaseauto's, vliegtuigen en zakelijk reizen. Daarnaast stimuleert het programma de medewerkers van TNT om in hun privésituatie bij te dragen aan een groenere wereld. TNT streeft ernaar een CO₂-boekhouding bij te houden die van dezelfde kwaliteit is als financiële boekhouding.

TNT Post geeft op talloze manieren invulling aan Planet Me. Het zet bedrijfsauto's in op aardgas, elektriciteit en biodiesel. Het gaat gebouwen op den duur vervangen door nieuwbouw die CO₂-positief is. Het koopt 100% groene elektriciteit in bij Electrabel en maakt alleen gebruik van milieuvriendelijk FSC-papier. Het lanceert 'groene' postzegels waarvan de opbrengst ten goede komt aan milieudoelen. Het staat voor zijn management alleen leaseauto's met energielabel A, B of C toe en looft een premie uit voor een keuze voor een leaseauto met zeer lage CO₂-uitstoot. Verder heeft het videoconferencingsystemen geïntroduceerd voor het terugdringen van de hoeveelheid zakelijke reizen. Bovendien toetst TNT Post elk investeringsvoorstel op milieuaspecten.

Een belangrijk onderdeel van Planet Me is het programma Driving Clean. In februari 2007 tekende TNT Post een intentieverklaring met Milieudefensie waarin afspraken worden gemaakt over een schoner wagenpark. Medio 2008 zijn alle 275 vrachtwagens van Transport vervangen door Euro V-voertuigen, die bijna 50 procent minder stikstofoxides uitstoten dan de Euro IV-variant. Met deze maatregel loopt TNT Post vooruit op de Europese milieuwetgeving die in oktober 2009 van kracht wordt.

Kinderpost

Speciaal voor kinderen heeft TNT Post een spreekbeurtsite en een lespakket ontwikkeld, enerzijds omdat TNT Post in de vraag van kinderen naar informatie over 'post' wil voorzien, anderzijds omdat TNT Post het versturen van een kaartje onder de aandacht wil brengen bij een belangrijke toekomstige doelgroep.



Geschiedenis in vogelvlucht

2008 – Europees Parlement kiest voor liberalisering in 2011/2013

Een grote meerderheid in het Europees Parlement stemt in januari 2008 voor de nieuwe Europese Postrichtlijn zoals die in 2007 door de Europese Raad van ministers is voorgesteld. De richtlijn gaat uit van liberalisering van de postmarkt per 2011, maar veel lidstaten krijgen uitstel tot 2013. In het oorspronkelijke voorstel was sprake van 2009. Elk EU-land mag wel eerder de eigen postmarkt liberaliseren, zoals Nederland dat per 1 januari 2008 wilde doen.

2007 – Tweede Kamer stemt eerst in met Postwet en daarna met uitstel

In juni 2007 neemt de Tweede Kamer de Postwet aan. Ze stemt daarmee in met de manier waarop het kabinet de postmarkt volledig wil liberaliseren. In december 2007 wordt alsnog tot uitstel besloten. Redenen zijn de onzekerheid over de arbeidsvoorwaarden bij de nieuwe toetreders en de situatie in Duitsland, waar de introductie van een zeer hoog minimumloon voor de postbranche de liberalisering feitelijk belemmert.

2007 – TNT Post introduceert website Iconen van de Post

TNT Post heeft een rijke traditie als het gaat om vormgeving en toegepaste kunst. Postzegels, brievenbussen, bedrijfskleding, gebouwen, transportmiddelen: sinds jaar en dag nemen ze een zichtbare plaats in de Nederlandse samenleving in. Dit eigen gezicht is virtueel vereeuwigd op www.iconenvandepost.nl, een website die is gewijd aan de beste ontwerpen die de afgelopen decennia in opdracht van TNT Post en zijn voorlopers zijn gemaakt.

2006 – TPG Post wordt TNT Post

Op 16 oktober 2006 verandert TPG Post zijn naam in TNT Post. De naamswijziging wordt over een periode van meerdere jaren gefaseerd ingevoerd. Met de nieuwe bedrijfsnaam wordt de bedrijfskleur voor geheel TNT oranje. In februari 2006 wordt de eerste oranje brievenbus geplaatst. De laatste rode brievenbus wordt in 2010 vervangen door een oranje exemplaar.

2002 – PTT Post wordt TPG Post

Vanwege zijn internationale ambities verandert PTT Post op 1 mei 2002 zijn naam in TPG Post.

1996 – Splitsing post en telecom

In december 1996 neemt Koninklijke PTT Nederland (KPN) het Australische bedrijf Thomas Nationwide Transport (TNT) over. Het voegt dit bedrijf toe aan werkmaatschappij PTT Post. In juni 1998 worden PTT Post en PTT Telecom gesplitst. Samen met TNT wordt PTT Post onderdeel van de TNT Post Groep (TPG).

1993 – Verzelfstandiging Postkantoren

Al in de vorige eeuw groeit het postkantoor uit tot een belangrijk loket voor verschillende overheidsdiensten. Postkantoren werden zogenaamde centra voor algemene dienstverlening. In 1993 wordt het bedrijfsonderdeel Postkantoren van PTT Post omgezet in een zelfstandige onderneming: Postkantoren BV, een joint venture van PTT Post en Postbank NV.

1989 – Verzelfstandiging staatsbedrijf

Op 1 januari 1989 wordt het Staatsbedrijf der PTT omgezet in de NV Koninklijke PTT Nederland (KPN), met als belangrijkste werkmaatschappijen PTT Post BV en PTT Telecom BV.

1970-1980 – Commercieel beleid

In de jaren zeventig verandert de visie op het postwezen: in plaats van een overheidsdienst 'ten algemeren nutte' zag men het steeds meer als een bedrijf met winstoogmerk. Eind jaren zeventig gaat PTT Post een commercieel beleid voeren, met producten en diensten op maat voor zijn klanten. Zo wordt er onderscheid gemaakt tussen een particuliere en zakelijke markt. Zonder dit commercieel beleid zou het herstel van de winstgevendheid van de post in de tweede helft van de jaren tachtig naar alle waarschijnlijkheid onmogelijk zijn geweest.



1977 – Introductie van de postcode

De introductie door de PTT in 1977 van de postcode maakt het mogelijk op zowel plaatsnaam als wijk automatisch te sorteren. Tegenwoordig zijn sorteermachines zo geavanceerd dat zij ook op huisnummer sorteren.

1950 – Positief exploitatiesaldo

In het begin van deze eeuw heeft het Staatsbedrijf der PTT er moeite mee de exploitatie rond te krijgen. Tot in de jaren twintig wordt verlies geleden. In de jaren dertig maakt de PTT echter per jaar gemiddeld drie miljoen gulden winst. Na de oorlog neemt de bedrijfsleiding maatregelen om de doelmatigheid te vergroten: een nieuw bestelsysteem en een verbeterd postvervoer. Dit heeft als resultaat dat er begin jaren vijftig een positief exploitatiesaldo wordt bereikt. Maar al snel zakt men weer onder de rode lijn en moet de overheid tot aan de verzelfstandiging in 1988 geld bijleggen.

1940-1945 – Post in de oorlog

Tijdens de Tweede Wereldoorlog daalt het postvervoer aanzienlijk. Toch brengt de PTT jaarlijks meer dan één miljard brieven rond. Vanwege de schaarste aan brandstof namen oude vervoermiddelen de taken weer over: de lopende bode en paard-en-wagen. Het vervoer loopt door de moeilijke omstandigheden grote vertragingen op: in februari 1945 is een brief van Groningen naar Den Haag een maand onderweg.

1931 – Eerste sorteermachine

In de jaren dertig heeft ook de PTT te kampen met de economische neergang. De tarieven moeten omlaag, bezuinigen worden noodzakelijk. Mechanisatie blijkt een goed middel om de kosten te drukken. In 1931 wordt de zogeheten Transorma van Marchand ontwikkeld. Dit is een sorteermachine die de post in vierhonderd bestemmingen verdeelt. De 'transormist' die het apparaat bedient, moet dan wel eerst een codegetal intoetsen.

1920-1930 – Van vier naar drie postbezorgingen per dag

In de jaren twintig brengt de PTT, onder protest van het bedrijfsleven, het aantal postbezorgingen per dag terug van vier naar drie. In 1932 vervalt buiten de grote steden ook de derde bezorging. Na de oorlog kan dankzij de snellere distributie in heel Nederland worden volstaan met twee bezorgingen per dag. Eind jaren zestig gaat de PTT geleidelijk van twee naar één bezorging. In 1969 krijgt 20 procent van de huishoudens zijn post nog maar één keer per dag. De verwachte kritiek op deze beslissing blijft uit.

1852 – De eerste postzegel

Op 1 januari 1852 doet de postzegel zijn intrede in ons land. Tot 1877 is het gebruik ervan echter nog vrijwillig. In 1906 geeft de Post voor de eerste keer een postzegel uit met een 'bijzonder, filantropisch doel'. De verkoopprijs is het dubbele van de frankeerwaarde en de toeslag komt ten goede aan de Amsterdamsche Vereeniging tot Bestrijding der Tuberculose.

1848 – Algemeen belang centraal

Tot het begin van de negentiende eeuw ziet men post als een belangrijke bron van inkomsten, maar geleidelijk aan wordt het een 'sociaal instituut'. De revolutie van 1848 en het totstandkomen van de Grondwet in datzelfde jaar hebben een mentaliteitsverandering tot gevolg ten aanzien van post. Voortaan neemt het algemene belang een centrale plaats in. Dit komt onder meer tot uitdrukking in de tarieven, die met een derde omlaaggaan.

1844 – Postvervoer per trein

In 1844 sluiten de spoorwegen een contract met de Post voor het vervoer van post per trein. Dankzij een flinke uitbreiding van het spoorwegennet in de loop van de negentiende eeuw neemt de distributie van post per trein in die periode sterk toe.

1807 – De eerste Postwet

In 1807 worden de posteries ondergebracht bij het departement van Financiën. De eerste Postwet regelt het staatsmonopolie op het verzamelen, vervoeren en uitreiken van brieven. Bovendien gelden in het hele land nu dezelfde tarieven, gebaseerd op gewicht en afstand.



1799 – Staatsbedrijf der Posterijen, Telegrafie en Telefonie

TNT Post ontstaat op 15 januari 1799, wanneer de posterijen naar Frans voorbeeld worden omgevormd tot een nationale onderneming. In 1928 wordt de officiële naam Staatsbedrijf der Posterijen, Telegrafie en Telefonie (PTT).



Meer informatie

Nuttige links

Op de volgende websites is meer informatie te vinden over onderwerpen die in dit document aan bod zijn gekomen.

www.tntpost.nl

www.tntpostpakketservice.nl

<https://www.tntpostkaartenservice.nl>

<https://foto.tntpost.nl>

<http://www.tntkadowinkel.nl>

<http://tijdschriften.tntpost.nl>

<http://www.tntpost.nl/voorthuis/site/zoeken/postcode>

www.cendris.nl

www.euromail.nl

www.tntpost.com

www.netwerkvsp.nl

www.beldi.be

www.databasemanagement.be

www.tntpostpakketservice.be

www.tntpost.co.uk

www.tntpost.de

www.tntpost.it

www.tntpost.cz

www.tnt-post.sk

www.redmail.at

<http://group.tnt.nl>

www.tntplanetme.com

www.iconenvandepost.nl

www.museumvoorcommunicatie.nl

www.minez.nl/postwet

Contactgegevens

Voor meer informatie over TNT Post kunt u contact opnemen met de afdeling Public Relations w.o. Mediavoorklichting :

telefoon: (070) 334 52 50

fax: (070) 334 51 41

e-mail: mediavoorklichting@tntpost.nl