

Het postkantoor wordt steeds meer een winkel

Zoals bij zoveel overheidsinstellingen is ook bij het postkantoor de privatisering toegeslagen. Zo'n jaar geleden zijn de postkantoren verzelfstandigd tot een BV. Welke gevolgen heeft die ontwikkeling voor de dienstverlening aan het publiek? Verdwijnt het postkantoor van het 'onrendabele' platteland en hoe zal het nieuwe postkantoor in de steden eruit zien? AGORA sprak daarover met drs. Peter Donners, coördinator distributiebeleid bij Postkantoren BV.

LIA DE LANGE*

Na het gesprek met Peter Donners is het de AGORA-redacteur duidelijk dat het Amsterdamse postkantoor dat zij regelmatig bezoekt tot een verouderd type behoort: tussen klant en balie medewerker bevindt zich een dikke plaat glas, de lange rijen wachtenden vragen zich collectief af waarom zij deze keer opnieuw in de verkeerde rij zijn gaan staan en om de wachttijd te doden staat de klant uitsluitend het kopieerapparaat, een telefoonboek en wat Postbank-folders ter beschikking. Postkantoren BV (een joint venture van PTT Post BV (50%) en Postbank NV (50%)) vernieuwt dit soort postkantoren. De volgens Postkantoren BV commercieel noodzakelijke innovaties vloeien voort uit de organisatorische veranderingen die de postkantoren zo'n vijf jaar geleden hebben ondergaan. Voor PTT Post, dat het grootste deel van haar inkomsten uit dienstverlening aan de zakelijke markt haalt, is het commerciële belang van het postkantoor niet overdreven groot. Er is echter sprake van een wettelijk kader waarmee de band PTT Post-postkantoor wordt vastgelegd. PTT Post is concessiehouder voor het verspreiden van de post en uitgeven van postzegels binnen Nederland. Bij dit alleen-

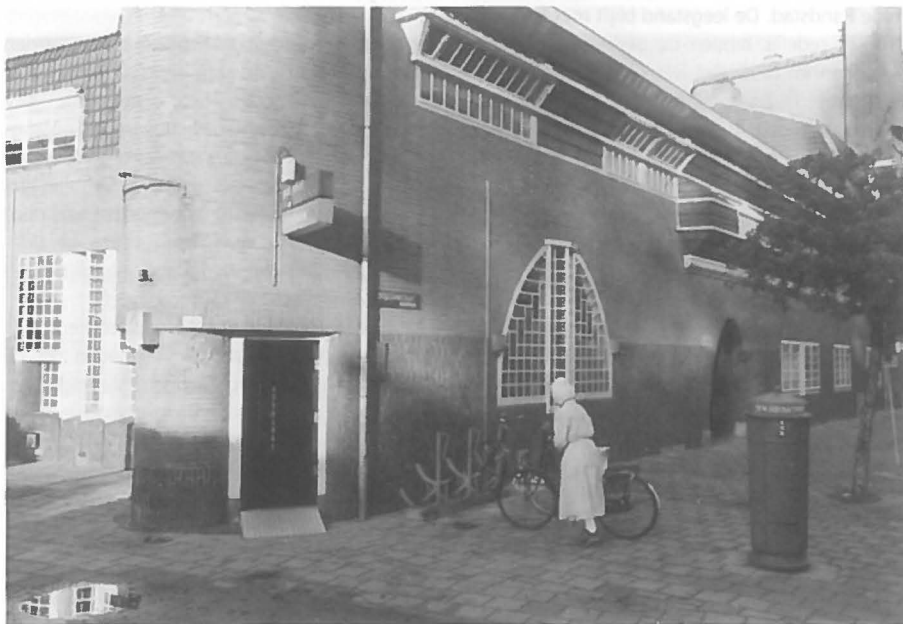
recht horen een aantal verplichtingen die zijn vastgelegd in de Postwet. Een van de concessies is een fijnmazige spreiding van verkooppunten van de PTT-diensten en produkten over Nederland. Een fijnmazigheid, waaraan ook Postkantoren BV moet voldoen.

FORMULEBELEID

Postkantoren BV had al vóór de verzelfstandiging te maken met de intrede van de betaalautomaat in de Nederlandse winkelstraten. De giromaat aan de buitenkant van ieder postkantoor betekende voor de Postbank minder aan Postkantoren BV uit te betalen loket-handelingen binnen dat postkantoor en dus een forse teruggang in inkomsten voor het postkantoor. Als reactie daarop werd een nieuw formulebeleid ingezet, dat moet leiden tot kostenbesparing en werving van nieuwe inkomsten. Distributie-coördinator Peter Donners:

fenvijftig procent komt tenminste een keer per maand in een postkantoor, dat maakt postkantoren commercieel aantrekkelijk. Een nieuw produkt kan in principe alles zijn, maar het moet wel logisch passen in het concept van het postkantoor: het is niet interessant om snoep te verkopen naast hypotheeken. Maar op de eerste plaats blijft het postkantoor het verkoop-punt van produkten van PTT Post en de Postbank".

Het formulebeleid houdt onder meer in dat er een onderscheid wordt gemaakt naar drie formule-typen. 'Het goede postkantoor op de juiste plek' wordt het uitgangspunt. Het aantal 'eigen postkantoren'-postkantoren die worden bemand door personeel van Postkantoren BV wordt gereduceerd van 770 tot 400. Een tweede groep postkantoren wordt gevormd door de combinatie postkantoor-kantoorboekhandel. Postkantoren BV was daar al mee begonnen en de volledige overname van Bruna is een tweede



Postkantoor in Zaandammerstraat, Amsterdam. Foto: Marcel van de Meer

"We zijn op zoek gegaan naar nieuwe partners die hun produkten en diensten via het postkantoor willen aanbieden. Slechts acht procent van de volwassen Nederlandse bevolking komt minder dan een keer per half jaar, maar liefst vij-

stap in de introductie van dit nieuwe type postkantoor. De 500 Bruna-postkantoren zullen merendeels op basis van franchise-contracten met Postkantoren BV functioneren. In gebieden waar het minder interessant is een Bruna-post-

kantoor te exploiteren, wordt de dienstverlening ondergebracht bij postagenten, vooral winkeliers. Ten slotte zijn er circa 500 kleine postagentschappen met een wettelijk vastgelegd basisassortiment in landelijke gebieden.

VOLGENDE

Het vestigingsbeleid voor de postkantoren kan het beste als 'volgend' worden gekenschetst. Naast de situering van bevolkingsconcentraties is met name de lokatie van winkelconcentraties bepalend voor de vestiging van een postkantoor: "Mensen gaan niet meer speciaal naar het postkantoor. De producten en diensten zijn niet zo uniek en dwingend dat je daar speciaal een kilometer voor om loopt. Met de vestiging van postkantoren in winkelconcentratiegebieden liften postkantoren mee met must-producten". De voorkeur voor Postkantoren BV gaat dan veelal uit naar een situering aan de rand van het winkelcentrum, op de route van parkeerplaats naar 'trekker'. Die voorkeur houdt verband met de passantenstromen van de particuliere en klein-zakelijke klanten. (Auto-)bereikbaarheid is daarbij met name voor de klein-zakelijke klanten zeer belangrijk.

Marktonderzoek op postcodeniveau wijst uit dat het voor een individueel postkantoor lucratief is om zich in hun producten en dienstverlening op specifieke groepen te richten. Zo is bekend dat ouderen en verschillende allochtone groepen meer dan gemiddeld 'postkantoor-actief' door het leven gaan. Donners: "Allochtonen bellen veel vaker via openbare voorzieningen en versturen enorm veel via het postkantoor".

TOEKOMST

De vestigingsplaatskeuze nabij bevolkingsconcentraties maakt naast de winkelcentra de grotere NS-stations tot een mogelijke toekomstige lokatie voor het postkantoor. Donners: "Het 'must-product' van stations is openbaar vervoer, een product dat in de toekomst alleen maar belangrijker wordt. Het station als concentratiepunt wordt steeds belangrijker, zeker als de NS de stationshal als een winkelcentrum gaan inrichten. Er wordt aan gedacht om daar postkantoren te vestigen". Maar ook hier geldt dat het postkantoor eerder een trendvolger dan een trendsetter zal zijn: "Het postkantoor volgt het concentratiepunt. Is een winkelconcentratie eenmaal in een NS-station gevestigd, dan is het een geweldig punt voor een postkantoor". Het tankstation is een derde concentratiepunt waar Postkantoren BV mogelijk in de toekomst goederen en diensten zou kunnen gaan verkopen: "Gedacht zou kunnen worden aan onbemande dienstverlening als de winkelontwikkeling rond de tankstations zich ontwikkelt".

Het winsttoegmerk waarmee Postkantoren BV opereert en de keuze voor vestiging bij bevolkingsconcentraties roept de vraag op hoe de dienstverlening in het landelijk gebied er in de toekomst zal gaan uitzien. De PTT dient zich te

houden aan de concessie van fijnmazigheid. Volgens Donners is die fijnmazigheid daarnaast juist een van de sterke kanten van het postkantoor, die door Postkantoren BV angstvallig in stand wordt gehouden: "De fijnmazigheid moet koste wat kost gehandhaafd blijven, hoewel dat erg moeilijk wordt gemaakt door de ontwikkeling met de giromaten. Wij halen het niet in ons hoofd om ons niet aan die concessie te houden. Maar soms is het bedrijfseconomisch totaal onverantwoord om een vestiging in stand te houden, dan is het postkantoor het enige dat er nog is". In het vestigingenplan tot 1998 dat met de minister is overeengekomen, is bepaald dat de laatste postkantoorvoorziening in kernen kleiner dan 5000 inwoners alleen mag worden gesloten als er vervangende dienstverlening is. Dat wil zeggen een volwaardige postkantoorvestiging op maximaal vijf kilometer afstand of een andere vervangende voorziening. Een vervangende voorziening kan ook een rijdend postkantoor zijn. De zelfstandige rijdende postkantoren die tot voor enkele jaren geleden het platteland bedienden werden in exploitatie te duur en zijn of worden vervangen door ofwel een klein 'vast' postagentschap ofwel door een in de rijdende zuivelwinkel ondergebrachte postkantoorvoorziening. Donners schetst de problemen die op het platteland kunnen ontstaan: "We moeten ons soms in allerlei bochten wringen om een klein postagentschap aanwezig te doen zijn. Soms is het zo dat een beheerder van zo'n postagentschap opzegt. Dan moeten wij op zoek naar een nieuwe, maar vinden we niemand. De Vereniging van Postagenten en ook de lokale overheden zijn bijzonder kritisch op ons vestigingsbeleid in het landelijk gebied: het postkantoor is in kleinere plaatsen vaak de trekker van het winkelgebied, terwijl de positie in grotere winkelcentra veel meer volgend is. Als wij ons niet houden aan onze concessie wordt de minister aangeschreven en worden Tweede Kamerleden ingeschakeld. Die zetten zo'n minister dan flink onder druk. Toen kort geleden een klein postagentschap verdween ontvingen we een reprimande van de minister". In overleg met lokale overheden wordt naar mogelijkheden gezocht om het wettelijk vereiste minimum niveau van dienstverlening te handhaven. Dat kan tot oplossingen leiden zoals in het Oostgroningse Westerbroek, waar het postkantoor is ondergebracht in de peuterspeelzaal/dorpswoning.

Grootste punt van kritiek zijn niet de voorzieningen op het platteland, maar de wachttijden voor de loketten tijdens de piekuren. Donners: "De hoogte van die pieken is erg variabel en is onder meer afhankelijk van de ontwikkeling van arbeidsplaatsen, bewinkeling en bewoning in het verzorgingsgebied van het postkantoor. Dat zijn verstoringen in de opwaartse richting, waarbij het moeilijk is daar rekening mee te houden. Het is wel een hot item bij de postkantoren". Met verschillende strategieën worden pogingen gedaan de klachtenstroom omtrent de wachttijden in te dammen. Enerzijds wordt ernaar gestreefd de wachttijden objectief te verkorten door het inzetten van voldoende per-

soneel op het juiste moment en het plaatsen van een nummertjes-trek automaat waarmee het fenomeen 'in de verkeerde rij' staan wordt bestreden. Anderzijds wordt ernaar gestreefd de subjectieve wachttijd te verkorten. De consument wordt op zijn weg naar de balie vermaakt en afgeleid. Donners: "Dat afleiden gebeurt op een wijze die voor ons commercieel interessant is; dat mensen iets kopen of in een folder gaan bladeren waarin informatie staat over andere diensten die via het postkantoor worden aangeboden".

Duidelijk is dat het karakter van het postkantoor verandert. Postkantoren BV tracht daarbij zowel te voldoen aan het winsttoegmerk als aan de (wettelijke vereiste) fijnmazigheid. Ik sta opnieuw in de verkeerde rij in het populaire Amsterdamse postkantoor Wibautstraat en vraag me af of het naast de winkelcentra, stationslokaties en de tankstations toch ook niet lonend zou zijn om -trendsettend- extra capaciteit toe te voegen aan de loketten in kantorengebieden.

*Redactie AGORA

De redactie van het vijf keer per jaar verschijnende blad AGORA heeft nog ruimte voor nieuwe redacteurs. Onze voorkeur gaat uit naar studenten die via dit blad op het gebied van ruimtelijke ordening en gebouwde omgeving ervaring op willen doen met het functioneren in een redactie en het schrijven van artikelen.

Neem voor meer informatie contact op met de redactie van AGORA
Telefoon: 020-6270623
Fax: 020-6229430
Email: agora@siswo.uva.nl