

Informatie dossier

**De koerier- en
expressesector in
kaart gebracht**

Hadewych Bamps

oktober 2001



Koerier- en expressebedrijven.

Brussel, SERV, STV- Innovatie & Arbeid, 2001

WD 5147/148

Met dank aan:

- de bedrijfsleiders, personeelverantwoordelijken en vakbondsmensen die meewerkte aan dit onderzoek
- de leden van de deskundigengroep: Erwin De Deyn (ABVV-BBTK), Isabelle De Maegt (Febetra), Liliane De Wilde (SAV), Carine Dierickx (ABVV-BTB), Annette Meijer (BCA), Katrien Van Elslander (BCA), Ellen Van Hertbruggen (ACLVB), Frank Van Thillo (ABVV-BTB), Dirk Vanhaeren (BCA), Chris Vanhoegaerden (BCA), Lode Verkinderen (SAV), Hendrik Vermeersch (ABVV-BBTK), Lode Verschingel (ACV-LBC) en Raf Wouters (ACV-Transcom)
- het STV-team, in het bijzonder Andre Vandorpe en Jos Coenen (projectbegeleiding)
- Rita Van Belle, SERV-dactylografie voor de opmaak van dit dossier.

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING.....	9
HOOFDSTUK I : METHODOLOGIE	11
INLEIDING.....	11
1. HET KWALITATIEVE LUIK.....	11
1.1 De probleemstelling	11
1.2 Afbakening onderzoekspopulatie.....	11
1.3 Onderzoeksinstrument	12
1.4 Rapportering.....	12
2. HET KWANTITATIEVE LUIK	13
2.1 De probleemstelling	13
2.2 Onderzoekspopulatie	13
2.3 Telefonische enquêtes.....	13
2.4 Onderzoeksinstrument	14
2.5 Respons	14
2.6 Rapportering.....	14
3. DISCUSSIESESSIES MET SOCIALE PARTNERS	15
3.1 Probleemstelling.....	15
3.2 Rapportering.....	15
HOOFDSTUK II : HET ONDERZOEKSKADER.....	17
INLEIDING.....	17
1. DE SECTOR IN CIJFERS GEVAT	17
2. DE KOERIER- EN EXPRESSESECTOR: EEN DEFINITIE?.....	20
3. DE EXPRESSE- EN KOERIERSECTOR ALS SEGMENT BINNEN DE TRANSPORTSECTOR.....	21
4. POGING TOT TYPOLOGIE VAN DE BEDRIJVEN BINNEN DE SECTOR..	22
4.1 Dimensies waarop bedrijven van mekaar verschillen	23
4.1.1 Hoofdactiviteit versus nevenactiviteit.....	23
4.1.2 Werkterrein	23
4.1.3 Aard van de goederen.....	24
4.1.4 Het vervoersysteem	24
4.1.5 Gericht op particuliere markt versus professionele markt	26
4.1.6 Snelheid van leveren/geboden garanties.....	26
4.2 Standaardtypes.....	26
4.2.1 De posterijen.....	29
4.2.2 Integrators	29
4.2.3 Koeriers- en expressebedrijven.....	29
4.2.4 Pakketdiensten of distributeurs.....	30
4.2.5 Groepagevervoerders	30
5. ORGANISATIE EN ARBEID BINNEN DE SECTOR	31
5.1 Organisatie.....	31
5.2 Arbeid.....	32

6.	ENKELE EVOLUTIES EN TENDENSEN	32
7.	BESLUIT	38
HOOFDSTUK III : DE KOERIER- EN EXPRESSEBEDRIJVEN ONDER DE LOEP41		
	INLEIDING.....	41
1.	TYPERING VAN DE BEDRIJVEN.....	41
1.1	Zelfstandige onderneming versus dochter/vestiging	41
1.2	Hoofdactiviteiten versus nevenactiviteiten.....	41
1.3	De tewerkstelling	42
1.3.1	Bedrijven naar aantal werknemers.....	42
1.3.2	De tewerkstelling in de sector	43
1.4	Bedrijven naar omzet	44
1.5	Aandeel koerier in de omzet	44
1.6	Start koerieractiviteiten	45
2.	HET DIENSTENPAKKET	46
2.1	Type goederen.....	46
2.2	Het geografisch gebied	47
2.2.1	Aangeboden diensten	47
2.2.2	Meest frequent uitgevoerde diensten	48
2.2.3	Organisatie internationale zendingen.....	48
2.3	Bijkomende diensten.....	49
3.	VERVOERCAPACITEIT - ONDERAANNEMING	50
3.1	Eigen vloot.....	50
3.2	Zelf in onderaanneming rijden	50
3.3	Met onderaannemers werken.....	51
3.3.1	Aantal onderaannemers.....	51
3.3.2	Type onderaannemers	52
3.3.3	Vloot onderaannemers.....	52
3.3.4	Motieven om met onderaannemers te werken.....	53
3.3.5	Voornaamste motief om met onderaannemers te werken	54
4.	MARKTPOSITIE	55
4.1	Evolutie concurrentie.....	55
4.2	Grootste concurrenten	55
4.3	Concurrentieel voordeel	56
4.3.1	Verschillende factoren.....	56
4.3.2	Voornaamste factor	56
5.	PROBLEMEN BIJ BEDRIJFSVOERING	57
5.1	Mogelijke problemen op een rij.....	58
5.2	Het voornaamste probleem	59
6.	PERSONEELSBELEID	60
6.1	De functie van koerier	60
6.1.1	Aantal koeriers in dienst.....	60
6.1.2	Contract koeriers.....	61
6.1.3	Flexibiliteit bij koeriers.....	61
6.1.4	Opleidingsniveau koeriers.....	63
6.1.5	Verloop koeriers.....	63
6.1.6	Jobinhoud koeriers.....	63
6.2	De functie van bediende die de orders opneemt.....	63

6.2.1	Het opnemen van de orders.....	63
6.2.2	Aantal bedienden die orders opnemen.....	64
6.2.3	Flexibiliteit bij bedienden die orders opnemen.....	64
6.2.4	Opleidingsniveau bedienden die orders opnemen.....	65
6.2.5	Verloop bedienden die orders opnemen.....	66
HOOFDSTUK IV: ENKELE THEMA'S UITGELICHT.....		67
1.	AFBAKENING VAN DE SECTOR.....	67
2.	ALGEMENE TYPERING VAN DE SECTOR.....	68
3.	TYPERING VAN BEDRIJVEN BINNEN DE SECTOR.....	68
4.	DE CORE- BUSINESS: WIE VOERT DIE UIT?.....	69
4.1	Bedrijven die met onderaannemers werken meer in detail.....	70
4.2	Type onderaannemers.....	71
4.3	Redenen om met onderaannemers te werken.....	71
5.	WERKEN IN DE KOERIER- EN EXPRESSESECTOR.....	72
5.1	Flexibiliteit alom.....	73
5.1.1	Interimarbeid.....	73
5.1.2	Flexibele uurroosters.....	73
5.1.3	Deeltijdse arbeid.....	73
5.2	Enkele typische aspecten van de job van koerier.....	74
5.2.1	Arbeiders- versus bediendenstatuut.....	74
5.2.2	Polyvalentie, werkstress, rekrutering.....	74
LITERATUURLIJST.....		77
BIJLAGE 1: LIJST VAN GRAFIEKEN EN TABELLEN.....		79
BIJLAGE 2: ENQUETE: DE EXPRESSE- EN KOERIERSECTOR.....		81

INLEIDING

Er is duidelijk heel wat aan het bewegen binnen het expresse- en koeriergebeuren. Denk maar aan de traditionele posterijen die zich ook een plaats op deze markt trachten te veroveren en de vele overnames die het voorbije jaar voor grote krantenkoppen zorgden. Duidelijk is dat de markt van expresse- en koerierdiensten een zeer dynamische en concurrentiële markt is, die de laatste jaren een zeer sterke groei kent.

Toch bestaan koerier- en expressediensden sinds lang. Of zoals een bedrijfsleider het uitdrukte: “Van Marathon tot Waterloo, van de kruistochten tot de ontdekking van Amerika, van de veldslagen van Engeland tot de opkomst van de handel, van de Bijbelse zwerftochten tot de Punische oorlogen... Overal en altijd hebben de mensen de behoefte aangevoeld om zo snel mogelijk informatie aan elkaar uit te wisselen, elkaar documenten en pakjes te bezorgen binnen de kortst mogelijke termijn.” Anders gezegd: het koerierberoep is misschien niet het oudste beroep ter wereld, maar de activiteit op zich gaat terug tot het begin der tijden. Het is slechts een kwestie van nuances en van organisatie, van definitie en van markt.

Zo is hetgeen vroeger een tijdrovende bijkomstige activiteit was, vandaag een volwaardige economische sector geworden met eigen regels, crisissen, beroepsgeheimen, actoren, informatie- en communicatiesystemen, lokale en internationale bedrijven, gestructureerde vennootschappen en bedrijfsorganisaties.

Het is duidelijk dat de sector van de expresse- en koerierdiensten zich ook in België de voorbije tien jaar heeft ontwikkeld tot een belangrijke activiteit binnen het beroepsgoederenverkeer. Dit heeft voornamelijk te maken met veranderingen in productieprocessen aan de verladingskant.

Maar op diverse terreinen, zoals de functies en activiteiten die door de koerierbedrijven worden verricht, de marktpositie en de bedrijfsvoering, bestaat er tot op dit ogenblik zeer weinig zicht. Aan de basis van dit onderzoek lagen dan ook vragen als: Hoe ziet de markt van koerier- en expressediensden er uit? Wat zijn de verschillende types “spelers” op de markt? Wat is de achtergrond van de verschillende types bedrijven, welke specifieke kenmerken hebben ze? Hoe zijn die bedrijven georganiseerd? Waarom is er geopteerd voor een bepaalde organisatievorm? Hoe zit het met de arbeidsorganisatie? Wat zijn eventuele knelpunten?

Het opzet van dit onderzoek was dus precies inzicht krijgen in de structuur van de expresse- en koeriersector en het functioneren van de bedrijven daarbinnen.

Daarbij werd de thematiek van flexibiliteit meer in detail bekeken. Daarvoor werden tientallen mensen geïnterviewd, werd er literatuuronderzoek gedaan maar werd er ook een telefonische enquête afgenomen waarvan de resultaten achteraf in discussiesessies met de sociale partners besproken werden.

In dit rapport vindt u de resultaten van dit onderzoeksproject. Allereerst wordt kort stilgestaan bij de gebruikte onderzoeksmethodes in het eerste hoofdstuk methodologie. In het tweede hoofdstuk wordt getracht het onderzoekskader te schetsen. Hierin wordt een algemeen beeld geschetst van de sector. Vervolgens worden in hoofdstuk 3 de resultaten van de telefonische enquêtes gepresenteerd, om dan in hoofdstuk 4 die te bespreken aan de hand van een aantal thema's.

HOOFDSTUK I : METHODOLOGIE

INLEIDING

Allereerst willen we hier ingaan op de in het kader van dit onderzoek gebruikte onderzoeksmethodes. Gezien het feit dat de koerier- en expressesector een heel nieuwe sector was voor STV-Innovatie & Arbeid en er geen duidelijke vraagstelling aan de basis van dit onderzoeksproject lag, werd ruim de tijd voorzien voor een grondige verkenning van de sector. Het opzet was om op basis van die verkenning de krijtlijnen van het project verder uit te tekenen. Die verkenning noemen we verder het kwalitatieve luik van het onderzoek, voor het vervolgonderzoek is dan geopteerd voor een telefonische enquête (het kwantitatieve luik van het onderzoek). De resultaten van deze enquête werden achteraf gepresenteerd aan de verschillende sociale partners die meewerkten aan dit project (Belgian Courier Association, ACV-Transcom, LBC, BTB, BBTK) in de vorm van discussiesessies.

1. HET KWALITATIEVE LUIK

1.1 De probleemstelling

Het opzet was te gaan bekijken wat “koerier- en expresse” precies betekent binnen het hele transportgebeuren. Welke actoren zich op deze markt bewegen? Hoe zij intern georganiseerd zijn? Of er eventueel types te onderscheiden zijn? Maar ook, waar er knelpunten zijn en welke de mogelijkheden zijn voor verder onderzoek?

1.2 Afbakening onderzoekspopulatie

Om een duidelijk zicht te krijgen op koerier- en expressevervoer, was het ook belangrijk te kijken wat koerier- en expresse niet is. We hebben bijgevolg geopteerd niet te eng te gaan, precies om een duidelijk zicht te krijgen op de grenzen van het koerier- en expressegebeuren. Via de werkgeversfederatie, via informatie verkregen op transportbeurzen en via de Gouden Gids, werden bedrijven gecontacteerd.

Er werd getracht een zo groot mogelijke verscheidenheid aan bedrijven op te nemen in het onderzoek: gaande van het éénmansbedrijf tot de grote multinational, gaande van bedrijven met eigen personeel tot bedrijven die enkel met onderaannemers werken, gaande van specialisten in een bepaald soort goederen, tot diegene die alles vervoert,...

In eerste instantie werd De Post en meer bepaald EMS Taxipost aangezocht mee te werken aan het onderzoek. Zij zagen tot onze spijt uiteindelijk af van enige medewerking omwille van hun reorganisatie.

1.3 Onderzoeksinstrument

Eenzijds werd zoveel mogelijk informatie verzameld via literatuurstudie, anderzijds werd het veld ingetrokken om zoveel mogelijk mensen, die de sector van binnenuit kennen, te spreken. Dat waren voornamelijk bedrijfsleiders, maar ook vertegenwoordigers van de sociale partners.

De gesprekken werden gevoerd aan de hand van een semi-gestructureerde vragenlijst. Wat de bedrijven betreft, werd eerst ingegaan op algemene bedrijfskenmerken en het specifieke aanbod aan diensten. Ook werd gevraagd naar hun marktpositie en interne organisatie, vervolgens werd ingegaan op het personeel en het personeelsbeleid van het bedrijf. Tenslotte werd naar hun visie op de sector gepeild: de zwakke en sterke punten, de kansen en bedreigingen,...

1.4 Rapportering

De voornaamste bevindingen worden weergegeven in hoofdstuk II van dit rapport. Maar zij hebben ook de basis gelegd voor het kwantitatieve luik en helpen ook de daaruit voortgevloeide cijfers te interpreteren.

2. HET KWANTITATIEVE LUIK

2.1 De probleemstelling

Gezien het gebrek aan concreet cijfermateriaal over deze sector, leek het erg nuttig enkele basisgegevens over de sector te verzamelen. Daarnaast bleek uit het kwalitatieve onderzoek dat de sector gekenmerkt wordt door een steeds groeiende vraag naar meer flexibiliteit. Het opzet was dan ook te peilen naar hoe de bedrijven daarmee omgaan of hoe verschillende types ondernemingen hiervoor verschillende oplossingen bedenken.

2.2 Onderzoekspopulatie

Gezien er geen lijsten bestaan van bedrijven uit deze sector en de NACE-code niet erg adequaat is, werd gekozen om te vertrekken vanuit de Gouden Gids, rubriek 6974 (internet, mei 2000). De bedoeling was immers om te kijken wie er allemaal op deze markt opereert of dat nu maar voor 10% van hun omzet is of voor 100%. Door van de Gouden Gids te vertrekken, werden alle bedrijven opgenomen die zich bekend maken als koerierbedrijf. Er werd geen steekproef getrokken, alle bedrijven in Vlaanderen en Brussel werden gecontacteerd, dit om de betrouwbaarheid en de mogelijkheden voor analyse achteraf zo groot mogelijk te houden. Enkel EMS-Taxipost werd, gezien hun weigering mee te werken (zie vorige pagina), niet gecontacteerd. Deze werkwijze had tot gevolg dat bedrijven die zich niet profileren als koerierbedrijf maar bijvoorbeeld eerder als distributiefirma (vb.ABX) niet opgenomen werden in het onderzoek.

2.3 Telefonische enquêtes

Er werd om verschillende redenen geopteerd voor een telefonische enquête. We hoopten op die manier een behoorlijke respons te halen. Een ander voordeel is dat via het CATI¹-systeem het interview vrij efficiënt verloopt. Vragen die voor een bepaald bedrijf niet van toepassing zijn, worden immers ook niet gesteld. Het interview zelf duurde gemiddeld 19 minuten. Het uitvoeren van deze interviews werd uitbesteed. De interviews werden afgenomen in de periode juni-juli 2000.

¹ Computer Aided Telephone Interviewing (CATI)

Er werd minstens 5 keer geprobeerd de bedrijven te contacteren. De zaakvoerder of personeelsverantwoordelijke werd gevraagd te antwoorden op de vragen.

Voordat de bedrijven telefonisch gecontacteerd werden, kregen zij een introductiebrief waarin het onderzoek aangekondigd werd. Hierin werd ook het wetenschappelijke en vertrouwelijke van de studie benadrukt.

Een beperkt aantal bedrijven werd face-to-face geïnterviewd, aangezien de enquête daar gekoppeld was aan een interview. Om zeker te zijn dat de zeer grote bedrijven zouden meewerken, werden hiervan de HR-managers persoonlijk gecontacteerd.

2.4 Onderzoeksinstrument

De vragenlijst werd opgesteld aan de hand van de informatie verzameld in het eerste luik van het project. De vragenlijst werd verschillende keren face-to-face getest. Ook werd ze vooraf voorgelegd aan een aantal mensen uit het veld om te kijken of de vragen duidelijk en relevant waren. De vragenlijst werd vervolgens herwerkt en omgezet in een geprogrammeerde CATI-versie voor telefonische afname. Hierna werden er 10 proefinterviews afgenomen door de enquêteurs van het onderzoeksbureau waaraan de opdracht was uitbesteed. Deze enquêteurs hadden vooraf een grondige briefing over het “hoe en waarom” van dit onderzoek. De proefinterviews konden rechtstreeks, via een meekijk- en meeluistersysteem door STV-Innovatie & Arbeid worden opgevolgd en indien nodig bijgestuurd. Na deze test werden nog enkele vragen geschrapt om de duurtijd te beperken.

2.5 Respons

In totaal werden 342 enquêtes gerealiseerd. Het oorspronkelijke databestand vanuit de Gouden Gids bevatte 631 bedrijven. Achteraf bleek echter dat een aantal bedrijven 2 keer opgenomen waren, dat een aantal bedrijven niet meer bestonden en dat er nog een aantal toch niet tot de doelgroep behoorde. De gecorrigeerde respons bedroeg bijgevolg 66%.

2.6 Rapportering

In hoofdstuk III vindt u een korte beschrijving van de resultaten terug. We hebben hier de volgorde van de vragenlijst aangehouden. In hoofdstuk IV vindt u dan een bespreking volgens een aantal thema's.

3. DISCUSSIESESSIES MET SOCIALE PARTNERS

3.1 Probleemstelling

Het resultaat van het kwantitatieve onderzoek is *in se* een enorm databestand, een enorm aantal cijfergegevens over de sector. Maar wat betekenen die cijfers nu? Is iets veel of weinig? Welke factoren hebben eventueel meegespeeld? Is een bepaald gegeven onverwacht of net niet? Het doel van die sessies was met andere woorden reflecties van de sociale partners verzamelen.

3.2 Rapportering

De opmerkingen die in de discussiesessies naar voor komen, hielpen de gegevens te duiden en zitten verwerkt in hoofdstuk III en IV.

HOOFDSTUK II : HET ONDERZOEKS- KADER

INLEIDING

Tot het begin van de jaren '80 was de situatie van de markt nog vrij overzichtelijk. Voor het verzenden van documenten waren de postdiensten geschikt. Voor het verzenden van pakketten (alles groter dan “de brievenbus”) waren bedrijven en particulieren aangewezen op groepage- of transportbedrijven. Sinds de privatisering en verzelfstandiging van veel nationale postdiensten is de internationale concurrentie op de Europese markt tussen postdiensten toegenomen. Ook is er een breed scala aan mogelijkheden aangeboden door privé-ondernemingen bijgekomen. Welke bedrijven zich op deze markt bewegen en welke diensten zij aanbieden, komt verder in dit hoofdstuk aan bod.

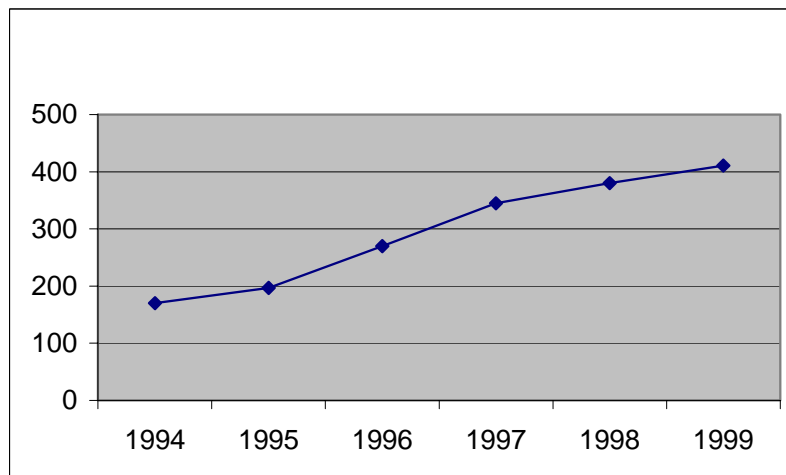
Allereerst presenteren we enkele cijfergegevens van de RSZ voor de koeriersector. Vervolgens proberen we de essentie van koerier- en expressevervoer te vatten door het te omschrijven of te definiëren. Nadien zetten we de koerier- en expressiesector af tegen de andere segmenten binnen het goederentransport, om dan te komen tot een typologie van bedrijven binnen de sector. Vervolgens behandelen we organisatie en arbeid binnen de sector om dan te eindigen met enkele tendensen en evoluties en tenslotte enkele knelpunten.

1. DE SECTOR IN CIJFERS GEVAT

Zoals eerder gesteld, zijn er zeer weinig gegevens beschikbaar over deze nog vrij jonge sector. We baseren ons hier op de statistieken van het RSZ. Er dient hierbij wel opgemerkt te worden dat de gegevens niet erg accuraat zijn omdat niet alle bedrijven die zich *de facto* op deze markt bevinden en dus koerier- en expressediensten aanbieden ook als dusdanig bekend staan bij de RSZ. Een ander element dat niet dient vergeten te worden is dat de sector bekend staat om het groot aantal éénmanszaken die niet bij het RSZ bekend staan. Deze bedrijven zonder personeel zijn dus niet opgenomen in de statistieken.

Het aantal koerierbedrijven is de laatste jaren zeer sterk gestegen en er wordt verwacht dat deze groei zich de komende jaren nog lichtjes zal verder zetten. Waar er in 1994 170 bedrijven waren zijn er dat in 1999 411. Deze groei heeft alles te maken met veranderingen binnen de productie- en distributieprocessen, zoals productdiversificatie en productcentralisatie aan de verladerskant, waarover verderop meer.

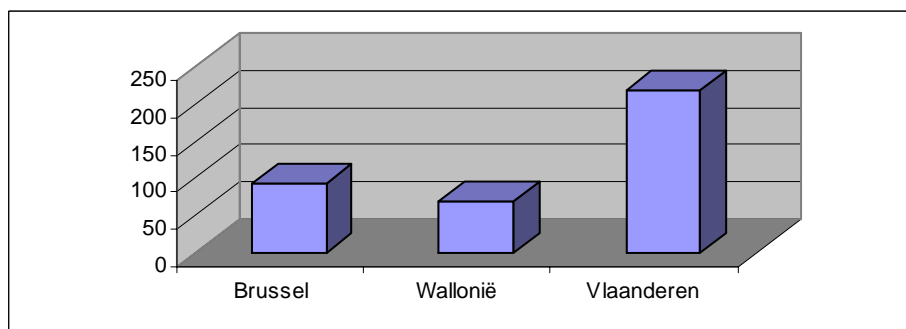
grafiek 1: het aantal koerierbedrijven in de periode 1994-1999



Bron: RSZ

Koerierbedrijven zijn sterk geconcentreerd in het noorden en centrum van het land. 56% (N=232) van alle koerierbedrijven in België liggen in Vlaanderen en 22% (N=92) in Brussel.

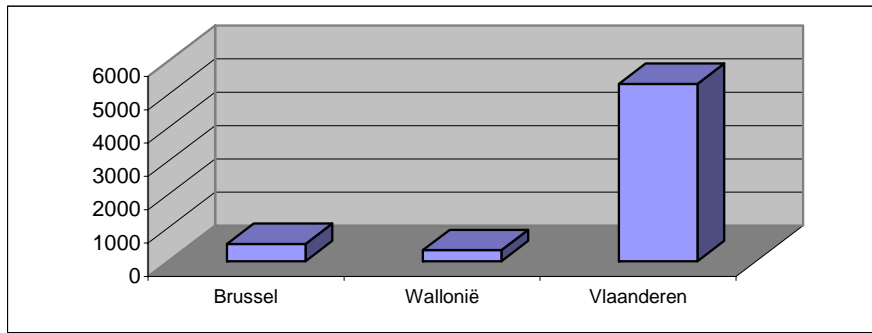
grafiek 2: het aantal koerierbedrijven per gewest in 1999



Bron: RSZ

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

grafiek 3: aantal werknemers in 1999 in de koerierbedrijven

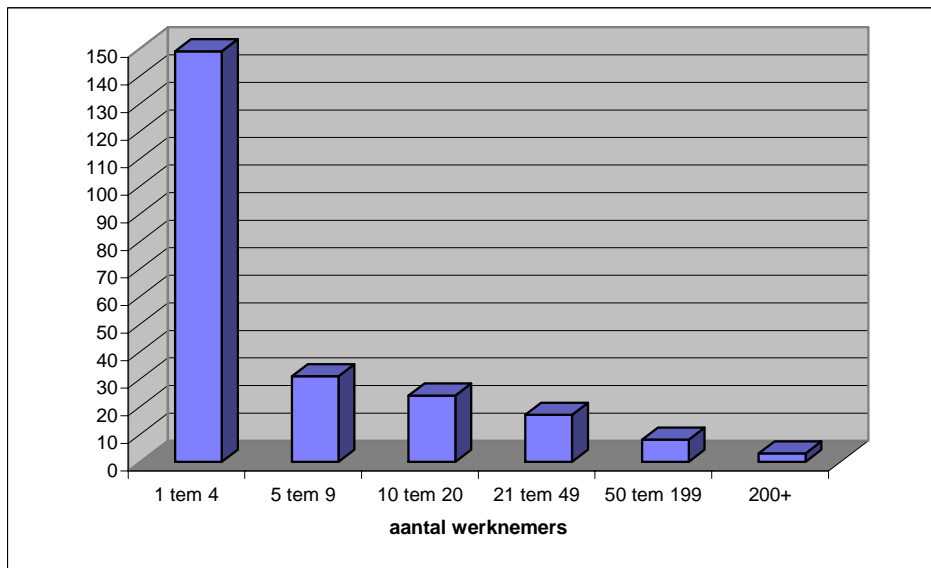


Bron: RSZ

Opvallend is dat de sector voornamelijk in Vlaanderen werkgelegenheid creëert. In Brussel waren er in 1999 518 werknemers, in Wallonië 330 en in Vlaanderen 5318. 86% van de werkgelegenheid in de sector situeert zich in Vlaanderen.

Een ander belangrijk kenmerk van de koerierdiensten is hun kleinschaligheid. Zo had in 1999 64% (N= 145) van de Vlaamse koerierbedrijven met werknemers in dienst minder dan 5 werknemers.

grafiek 4: aantal Vlaamse koerierbedrijven volgens het aantal werknemers in 1999



Bron: RSZ

2. DE KOERIER- EN EXPRESSESECTOR: EEN DEFINITIE?

Het expresse- en koeriergebeuren: een hele mond vol. Maar wat verstaan we eronder? Gaat het hier om de kleine snelle wagens die je door het stadscentrum ziet rijden? Gaat het om De Post die via EMS Taxipost haar plaats op deze markt verdedigt? Of hebben we het hier om “de groten” zoals DHL, TNT, FedEx of UPS?

Om de ontwikkelingen rond expressediens ten te kunnen bespreken, moet het eerst duidelijk zijn wat eronder wordt verstaan. Het is echter erg lastig om een eenduidige afbakening te geven. Door verschillende partijen worden immers afwijkende definities gebruikt. Het gaat ook om een relatief begrip. Expressevervoer wordt gedefinieerd in vergelijking met ‘normale’ of ‘gewone’ transportdiensten. Het karakter van expressediens ten verandert bijgevolg ook duidelijk in de tijd.

In het verleden waren transportsnelheid en gewicht maatstaven waarmee expressediens ten konden worden afgebakend. In de huidige situatie is gewicht nauwelijks meer onderscheidend, omdat steeds vaker ook zware ladingen binnen de systemen van het expressevervoer worden behandeld. De transporttijd- of snelheid is nog wel bepalend voor de afbakening omdat expressediens ten de snelste mogelijkheid bieden tussen twee plaatsen.

De volgende omschrijving lijkt de voornaamste elementen te bevatten. Bij expresse- en koeriervervoer gaat het om:

- goederenvervoer van deur-tot-deur
- met een relatief hoge snelheid

Een ander element dat vaak wordt genoemd, voornamelijk om onderscheid te maken tussen koerier- en expressevervoer en ‘traditionele’ distributie, is de tijdgarantie. Koerier- en expressebedrijven geven steeds aan wanneer de goederen zullen geleverd worden en geven daarvoor zelfs garanties, vb. voor morgenvroeg 9u geleverd, anders geld terug.

Deze definitie is nog erg vaag en algemeen. Een relatief hoge snelheid wat betekent dat? Hoe snel moet het geleverd worden om “expresse” te zijn? Wat 2 jaar geleden expresse was, is nu standaard. Over het algemeen is snel direct, dezelfde dag, in ieder geval in minder dan 24u. Verderop in dit hoofdstuk verkennen we wat er precies allemaal onder deze omschrijving valt, om zo tot een typologie te komen van bedrijven die binnen deze sector opereren.

Verwijderd: infodossier - klad-
versie 4

3. DE EXPRESSE- EN KOERIERSECTOR ALS SEGMENT BINNEN DE TRANSPORTSECTOR

'Transport' of 'vervoer van goederen' zijn zeer ruime begrippen die veel kunnen betekenen. Hier proberen we enig zicht te krijgen op de verschillen binnen de ruime transportsector. We proberen met andere woorden de expresse- en koerierdiensten af te zetten ten opzichte van andere segmenten van de globale sector van het goederen-transport.

Wat de verschillende transportmodi: lucht, water, trein of weg betreft, maakt de expresseseCTOR vooral gebruik van de lucht en de weg. Vervoer via water is wel goedkoop, maar erg traag. Vervoer per spoor wordt door Europa sterk gepromoot omwille van haar milieuvriendelijke eigenschappen, maar is over het algemeen nog vrij traag, de supersnelle treinen niet te na gelaten. Enkel Eurodoc, dochteronderneming van ABX maakt gebruik van de Thalys en de Eurostar om expressediensten aan te bieden. Voor intercontinentaal vervoer zet men vanzelfsprekend vliegtuigen in, terwijl er binnen Europa vooral via de weg vervoerd wordt. Indien per vliegtuig geen substantiële 'versnelling' betekent, weegt de hogere kostprijs immers niet op.

Binnen het transport over de weg maakt men nogal eens onderscheid tussen:

- 'Traditioneel' transport, 'volle vracht' of full loads: transport van een volledige lading van één verlader voor één bestemming
- Groepage: transport van vracht van verschillende verladers naar één of een beperkt aantal verschillende –veelal nabijgelegen- bestemmingen
- Messagerie/distributie: transport van vele kleine pakketten van verschillende verladers naar verschillende bestemmingen, in principe wordt er dag 0 opgehaald en dag 1 (24u) of 2 (48u) geleverd, het pakje gaat door een heel netwerk;
- Expresse: sneltransport (met een tijdsgarantie) van deur tot deur
- Sprintdiensten: snelste vorm van transport waarbij men met één of enkele zendingen van de verlader rechtstreeks naar het afleveradres rijdt.

Het hierboven gemaakt onderscheid is een ruw onderscheid in activiteiten, niet in bedrijven. Er zijn immers heel wat bedrijven die verschillende type transportactiviteiten aan hun klanten aanbieden.

Hierbij dient opgemerkt dat elk type transport verschillende types voertuigen gebruikt. *Full loads* worden over het algemeen met zeer grote vrachtwagens vervoerd, terwijl sprinters met kleine personenvoertuigen of zelfs met moto's en fietsen gebeurt. Dit betekent niet dat koerier- en expressebedrijven enkel gebruik maken van kleinere voertuigen. Grote expresse- of koerierbedrijven gebruiken voor het vervoer tussen *hubs* (verdeelcentra) ook grote vrachtwagens. In zeker zin is er dan "tijdelijk" ook sprake van *full loads*. Zo gaan bijvoorbeeld alle pakken voor Frankrijk eerst met een vrachtwagen naar Parijs vanwaar ze dan met kleinere vrachtwagens naar verschillende *subhubs* doorheen Frankrijk worden gebracht om vervolgens met kleine wagens te worden afgeleverd bij de bestemmingen thuis.

Waar de eenheid bij *full loads* een hele lading is, is dat bij groepage een pallet en bij distributie een pakket. Bij expresses gaat het dan voornamelijk om pakjes en documenten, evenals bij sprintdiensten.

Wat het vervoer via de lucht betreft, zijn er slechts weinig bedrijven die eigen vliegtuigen ter beschikking hebben. De meesten maken gebruik van de diensten van andere bedrijven met vliegtuigen: koerierbedrijven, maar ook luchtvaartmaatschappijen.

Eigen aan het segment van de expresse- en koeriersector is ook dat ze zeer erg geïnformatiseerd is. De informatiestroom binnen deze bedrijven is minstens even belangrijk als de goederenstroom. Omdat alles zo snel moet gaan, moet het ook perfect georganiseerd zijn en moeten eventuele fouten zo snel mogelijk gesignaleerd en opgelost kunnen worden. *Track- & tracing*-faciliteiten, barcodes, scanners, internet, ... zijn dan ook allerlei vormen van technologie die deze diensten mogelijk gemaakt hebben.

4. POGING TOT TYPOLOGIE VAN DE BEDRIJVEN BINNEN DE SECTOR

Opmerkelijk is dat de grenzen tussen de verschillende actoren op de transportmarkt vervagen. Waar een brief vroeger als vanzelfsprekend naar De Post werd gebracht en een pakje naar een transportbedrijf, zijn er nu veel meer mogelijkheden. Wanneer we ons bij de omschrijving van de sector niet beperken tot die bedrijven die enkele en alleen koerier- en expressediensten aanbieden of voor wie het aanbieden van expresse- en koerierdiensten de enige hoofdactiviteit is, krijgen we een heel ruim scala aan bedrijven te zien.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

In dit deel zetten we eerst een aantal dimensies waarop bedrijven die zich op deze markt richten van mekaar kunnen verschillen op een rij. Nadien bekijken we enkele concrete types bedrijven van naderbij.

4.1 Dimensies waarop bedrijven van mekaar verschillen

4.1.1 Hoofdactiviteit versus nevenactiviteit

Een groot aantal bedrijven ziet de expresse- en koerierdiensten als hun hoofdactiviteit. Denken we hierbij aan de integrators (DHL, FedEx, TNT en UPS) en de “echte” koerierbedrijven. Dit betekent niet dat ze enkel en alleen koerierdiensten aanbieden. Daarnaast zijn er heel wat bedrijven die naast hun eigenlijke hoofdactiviteit (posterijen, transportfirma’s, taxibedrijven,...) ook nog koerier- en expressediensten aanbieden.

4.1.2 Werkterrein

- regionaal
- nationaal
- internationaal
- intercontinentaal
- wereldwijd

Een eerste vrij gemakkelijk onderscheid tussen bedrijven binnen de sector kan gemaakt worden op basis van hun werkterrein. Zo zijn er bedrijven die zich richten op één enkele stad of één enkele regio. Andere werken nationaal of internationaal, maar dan binnen een beperkt aantal landen, bv. onze buurlanden. Anderen hebben al een uitgebreider netwerk opgezet of zijn allianties aangegaan met partners en bieden diensten aan binnen heel Europa en vaak ook intercontinentaal. Vanzelfsprekend zijn de lijnen met de Verenigde Staten het best uitgebouwd. Alle vier de integrators hebben een eigen wereldwijd netwerk. Maar het is duidelijk dat elk bedrijf zijn eigen specialisaties heeft en dat de bestemmingen van de verschillende bedrijven in de verschillende continenten en landen erg verschillend kunnen zijn. Daarnaast zijn er ook een aantal bedrijven die zich specialiseren in bepaalde bestemmingen zoals bijvoorbeeld het voormalige Oostblok of het Midden Oosten.

4.1.3 Aard van de goederen

- documenten
- pakketten
- pallets

In feite vervoert de koerierdienst in zijn huidige vorm alles. Elke dag immers vertrekken duizenden chemische monsters, geneesmiddelen, elektronische onderdelen, luxeartikelen, wisselstukken voor de industrie of voor auto's enz. via de verschillende wegen over land en in de lucht naar hun bestemming en dat doen ze allemaal onder de vlag van 'koerierbedrijven'. Er worden daarvoor alle soorten voertuigen gebruikt: een vliegtuig, een vrachtwagen, een auto, een scooter of een fiets,... Maar ook hier kan men spreken van specialisaties. Er zijn bedrijven die zich voornamelijk richten op documenten en kleine pakketten, terwijl andere zich richten op de iets grotere pakketten of ook palletten. Dit hangt vanzelfsprekend samen met het type klant waarop men zich richt. Daarnaast zijn er nog bepaalde type goederen die een speciale behandeling nodig hebben of zeer sterk beveiligd moeten worden waarin bepaalde bedrijven zich specialiseren (vb. waarde papieren, levende dieren,...).

4.1.4 Het vervoersysteem

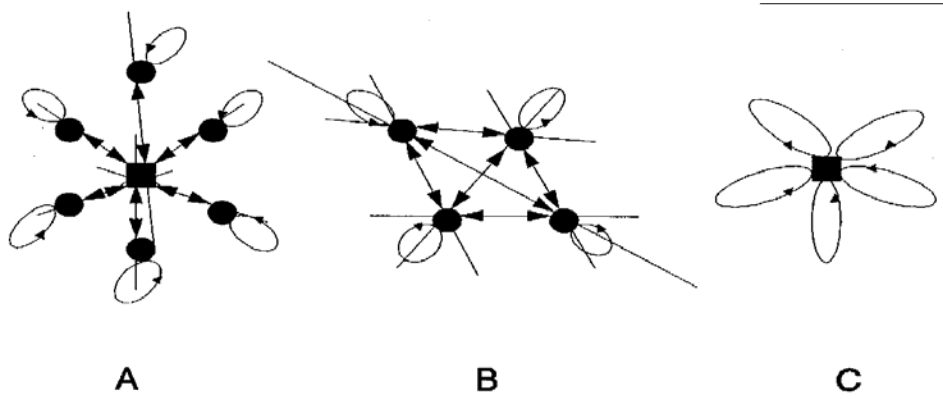
- sprint of direct koerier
 - systeemkoerier
 - gecentraliseerd
 - gedecentraliseerd
- A \longrightarrow B

Een aantal koerierbedrijven zijn uitsluitend werkzaam als direct koerier of sprinter, dat wil zeggen rechtstreeks vervoer van A naar B zonder overlading. De meeste bedrijven verrichten echter vervoer met overlading, ook wel systeemkoeriers genoemd.

Wanneer er overgeladen wordt, kan er nog een onderscheid gemaakt worden tussen een gecentraliseerd en een gedecentraliseerd systeem. Zo zijn er bedrijven waar alle zendingen op een bepaald punt worden verzameld en van daaruit terug vertrekken naar hun eindbestemming. De meeste regionaal en nationaal georiënteerde bedrijven werken op die manier. Wanneer een dergelijk bedrijf groter wordt, gaat men meestal meer gedecentraliseerd werken en een aantal overslagpunten voorzien. Zo hebben de integrators elk een zeer uitgebreid netwerk van overslagpunten of verdeelcentra, *hubs* en *subhubs*.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Wanneer de verschillende distributiestructuren in schema gezet worden, krijg je het volgende²:



A: Deze structuur bestaat uit één centraal depot en een aantal regionale depots. Vanuit de regionale depots wordt het ophalen en afleveren van pakketten verzorgd. Op het centrale depot worden de pakketten gesorteerd. Een variant op deze structuur is de structuur van twee (of meer) centrale depots met elk een aantal regionale depots die worden bediend. Tussen de centrale depots wordt onderling vracht uitgewisseld.

B: De tweede structuur bestaat uit een netwerk van decentrale depots. Hier wordt tussen alle decentrale depots pakketten uitgewisseld. Vanuit elk depot wordt een gebied bediend waarin pakketten worden opgehaald en afgeleverd.

C: Hier bevat de structuur slechts één centraal depot van waaruit het gehele verzorgingsgebied wordt behandeld. Dit is, zoals eerder gezegd, het gecentraliseerde systeem zoals de meeste Belgische regionaal en nationaal georiënteerde koerierdiensten werken.

Het gebruik van slechts regionale depots vereist een grote stroom van goederen. De inter-depot afstanden zijn over het algemeen korter dan de route over een centraal depot. Er moeten echter wel veel relaties worden onderhouden. Bovendien moet de sortering decentraal gebeuren.

Het gebruik van één centraal en een aantal regionale depots combineert korte afstanden voor afleveren en ophalen (zoals bij structuur B) en lage kosten voor sortering daar dit centraal kan gebeuren. Er moet echter wel extra vervoer worden geregeld voor het overbruggen van de afstanden tussen centrale en regionale depots.

² uit: NEA, onderzoek deelmarkt koerierdiensten, 1996.

Het gebruik van één centraal depot zonder regionale depots betekent langere afstanden in de ritten voor het afleveren en ophalen van pakketten. Hier staat tegenover dat er minder kosten worden gemaakt voor de overslag en sortering van de pakketten dan in elke andere variant.

4.1.5 Gericht op particuliere markt versus professionele markt

Er kan hierbij een onderscheid gemaakt worden tussen bedrijven op de zakelijke markt, op de particuliere markt of op de gecombineerde markt. Het onderscheid naar markt houdt verband met de aflevertijden (van 9-16u op de zakelijke markt of voornamelijk na 17u30 op de particuliere markt) en de geografische spreiding (een zwaartepunt op industriegebieden en binnensteden of een spreiding in de gehele stad). Dit is echter veelal een theoretisch onderscheid. De meeste bedrijven begeven zich enkel op de zakelijke markt. Slechts een beperkt aantal begeven zich ook op de particuliere markt, maar geven duidelijk de problemen aan. Niet alleen zijn de levertijden minder evident, de adressen zijn niet altijd makkelijk te vinden en als particulieren zelf opdrachtgever zijn, is dat meestal erg occasioneel en zijn er ook vaak betalingsproblemen.

4.1.6 Snelheid van leveren/geboden garanties

- direct – sprint
- same day
- next day - 24u

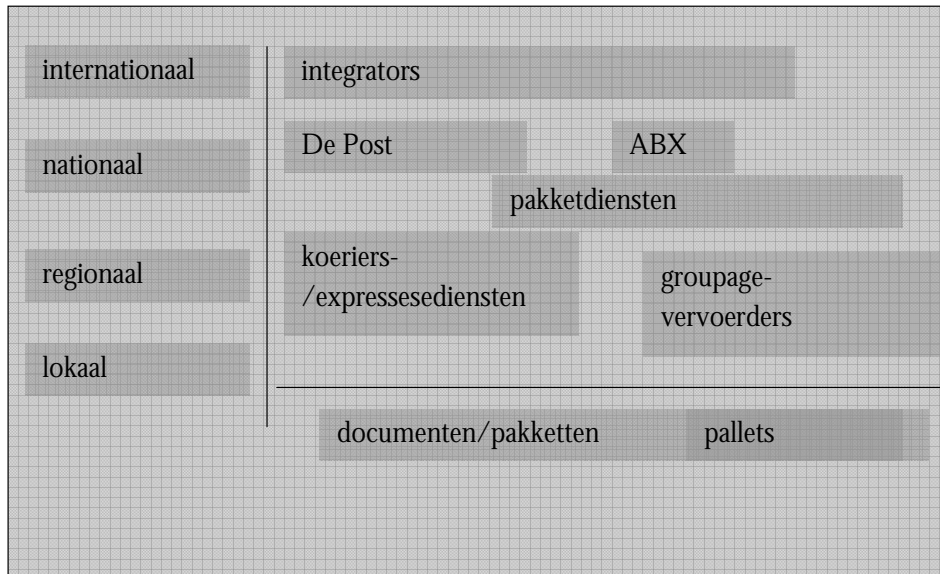
Zoals gezegd, gaat het bij koerier- en expressediensten om transportdiensten van deur-tot-deur in een beperkte tijdsduur. Dit kan betekenen direct, dezelfde dag, maar in ieder geval in minder dan 24 uur. Bepaalde bedrijven bieden ook standaarddiensten aan bv. voor 9 uur 's morgens of voor 12u 's middags. Bepaalde bedrijven werken met een garantiesysteem waarbij de klant, indien de zending niet geleverd is voor het afgesproken uur, zijn geld terugkrijgt.

4.2 Standaardtypes

De bedrijven die op dit ogenblik binnen de deelmarkt 'koerierdiensten' opereren zijn naar karakter en functie te onderscheiden in een aantal bedrijfsklassen. Wanneer we een vrij ruime definitie van de sector hanteren, gaat het dan over de posterijen, de pakketdiensten, de integrators, de groepage- en meer traditionele transportbedrijven en de nationale en regionale koerier- en expressediensten.

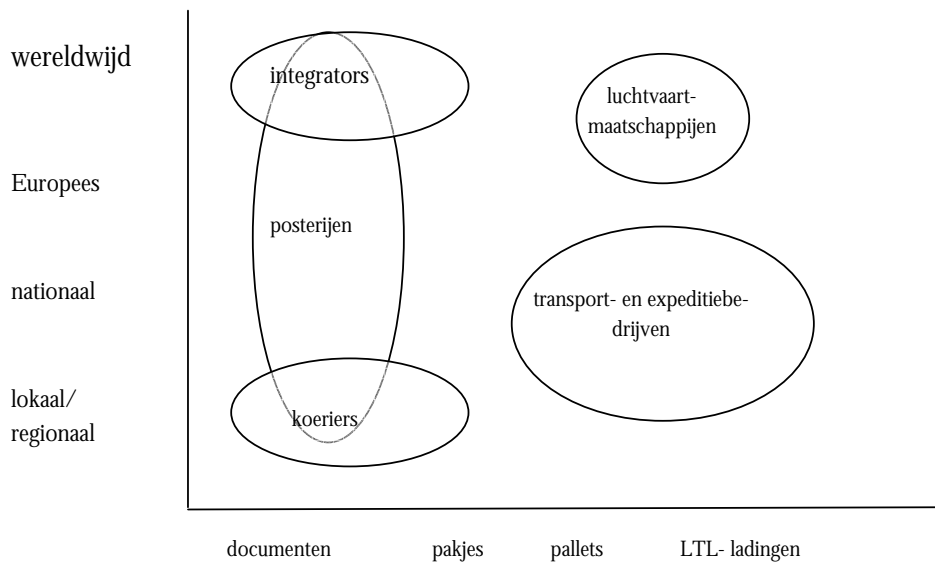
Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Figuur: activiteitenpakketten van de marktpartijen in het koeriers- en expressevervoer.

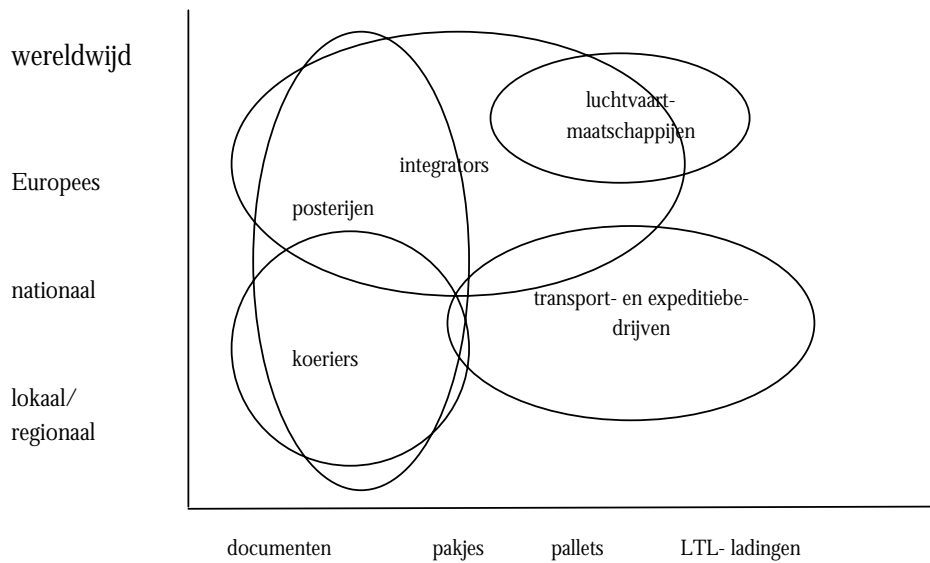


Waar deze verschillende types bedrijven oorspronkelijk elk een eigen markt hadden, bewegen ze zich nu steeds meer in mekaars vaarwater. De volgende figuur illustreert dat treffend.

Marktsituatie in 1985



Marktsituatie in 1995



Figuur: Activiteitenpakketten van aanbieders van expressdiensten op de Europese markt³

Wanneer echter de strikte definitie van expresse- en koeriervervoer gehanteerd wordt, zoals ze hierboven staat vermeld nl.: goederenvervoer van deur-tot-deur, met een relatief hoge snelheid en vaak ook tijdgaranties, gaat het in essentie om 3 belangrijke groepen actoren: de posterijen met hun snelpostdienst, voor België EMS Taxipost; de integrators (DHL, UPS, TNT, FedEx) en de andere over het algemeen kleinere koerier- en expressdiensten.

De pakketdiensten bieden meer standaarddistributie aan, hetgeen in de praktijk hetzelfde kan betekenen, maar ze verkopen minder op snelheid en verbinden er nooit tijdgaranties aan. Hetzelfde geldt voor de groepage en meer traditionele vervoerbedrijven. Ook is hier niet altijd sprake van deur-tot-deur transport, hetgeen ook niet het geval is bij luchtvaartmaatschappijen die expressdiensten aanbieden. Het gaat hier steeds van airport-to-airport.

We zetten de voornaamste partijen hieronder kort op een rij.

³ Uit: Van Riet, J. & Ruijgrok, C.J. (1996). Expressevervoer in Europa: lessen voor Nederland. In: *Tijdschrift vervoerswetenschap*, 3, p249-263.

4.2.1 De posterijen

De diensten die worden aangeboden door de nationale posterijen zijn uitgebreid, naar steeds snellere leveringen en gegarandeerde tijdstippen van ophalen en afleveren. Er worden steeds grotere en meer afwijkende pakketten vervoerd. Er zijn dan ook in verschillende landen speciale afdelingen voor expresse en pakketten opgericht. Een groot voordeel van deze posterijen is dat zij gebruik kunnen maken van het reeds bestaande fijnmazige aflevernetwerk ("de postbode"). Verder hebben de verschillende nationale posterijen in Europa elk hun eigen tactiek om zich voor te bereiden op de liberalisering van de postdiensten.

Wat De Belgische Post betreft, bestaat er op dit ogenblik "EMS-Taxipost". De snelpost binnen België wordt behandeld door Taxipost, terwijl het internationaal snelpostverkeer via EMS gebeurt.

4.2.2 Integrators

Met 'integrators' worden de veelal zeer grote en zeer internationaal werkende bedrijven bedoeld die de volledige transportketen op het gebied van (meestal internationale en vooral intercontinentale) snelvervoer beheren. Deze bedrijven komen oorspronkelijk uit Noord-Amerika en Australië en zijn in de jaren '80 op de Europese markt gekomen. De integrators hebben een solide financiële basis vanuit de thuismarkt. Hierdoor was het mogelijk dat zij vlak na hun komst op de Europese markt sterk op prijs hebben geconcurrereerd (met elkaar en met de reeds bestaande marktpartijen). Zij onderscheiden zich van de concurrentie door documenten en pakketten met eigen of gecharterde voer- en vliegtuigen te vervoeren.

Dit gebeurt tegen duidelijke tariefstructuren met gegarandeerde doorlooptijden. Bovendien hebben integrators veel investeringen gedaan in technologie van onder andere volgsystemen. Het gaat hier *in concreto* over DHL TNT, UPS en FedEx.

4.2.3 Koeriers- en expressebedrijven

Hieronder valt nog een zeer breed gamma aan bedrijven: nl. alle bedrijven die koerier- en expresse diensten aanbieden in hoofdactiviteit en geen integrator zijn. Zo vallen er grote internationale spelers onder evenals de éénmanszaak die sprintdiensten aanbiedt in een bepaalde agglomeratie. Meer details hierover heeft ons het kwantitatieve luik van het onderzoek opgebracht, hetgeen gerapporteerd wordt in hoofdstuk III en IV.

4.2.4 Pakketdiensten of distributeurs

Een aantal bedrijven heeft zich gespecialiseerd in het vervoeren van pakketten (niet-gepalletiseerde, verpakte goederen). Dit soort bedrijven beweegt zich tussen het “traditionele” groepagevervoer en de echte spoedzendingen van de koeriers- en expressediensden. Voorbeelden van pakketdiensten zijn DPD en BPD.

Zowel de pure expressediensten als de door pakketspelers aangeboden diensten zijn in ieder geval diensten die afgewikkeld worden in een relatief kort tijdsbestek – in het geval van pakket-service: veelal maar niet uitsluitend next day. In tegenstelling tot de haast 20 jaar oude expressebusiness en in tegenstelling tot de buitenlandse pakketindustrie is de markt van het Belgische pakketvervoer heel wat jonger. Toch bestaat er grote concurrentie. Marktaandeel wordt ondertussen niet meer (uitsluitend) gewonnen ten koste van de expressesector of de reguliere groepagemarkt, maar ook ten nadele van de directe concurrenten. Hun opzet is ook om eerder markten te creëren dan om klanten af te snoepen van anderen. Zo trachten ze bedrijven ervan te overtuigen om te ‘depalletiseren’ en naar pakketvervoer over te stappen.

Pakketdistributie is een spel dat gespeeld wordt met strikte regels, regels die elk van de partijen zelf wel min of meer bepalen, maar toch min of meer met elkaar overeenstemmen. DPD definieert een pakket als een zending die maximum 31,5 kg weegt, een maximumlengte heeft van 175 cm en een maximum ‘omvang’ (omtrek van het basisvlak plus de langste lengte) van 300cm. BPD past exact dezelfde criteria toe. ABX legt met haar EasyPack product de lat ook op 30kg met afmetingen tot 70/70/120 en een maximum omvang die eveneens de 300cm niet mag overschrijden.

Het is belangrijk dat het om standaardpakketten gaat, aangezien het hier steeds gaat om systeem-distributie en heel het sorteringssysteem meestal helemaal geautomatiseerd is. De prijs die aangerekend wordt is de prijs per pakket en niet zoals bij groepage per zending.

4.2.5 Groepagevervoerders

De groepagevervoerders richten zich van oudsher op het samenvoegen van zendingen van verschillende verladings tot wagenladingen. Enerzijds kan geconstateerd worden dat de ondergrens in het pakketgewicht daalt, anderzijds wordt steeds vaker 24-uursaflevergaranties afgegeven. Zoals pakketdiensten hun dienstenpakket uitbreiden op andere markten, zo is er ook op de markt van pakketvervoerders een nieuwe partij te onderscheiden, de traditionele groepagevervoerder die meer kleine pakketten mee probeert te nemen.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Snelle (vaak directe) sprintdiensten worden doorgaans nog niet door groepagevervoerders verzorgd. Omdat groepagevervoerders gebruik maken van vrachtwagens en gediplomeerde chauffeurs hebben zij hogere kosten dan andere partijen op de markt van de koeriers.

5. ORGANISATIE EN ARBEID BINNEN DE SECTOR

5.1 Organisatie

De kernactiviteit van deze sector is het ophalen en afleveren van pakjes en documenten. Maar hoe deze activiteiten concreet georganiseerd zijn, kan nogal verschillen. In een klein bedrijfje dat enkel sprintdiensten aanbiedt, mogen de koeriers die in onderaanneming werken, bijvoorbeeld thuis wachten op een telefoontje. De dispatcher ontvangt de oproepen van de klanten op een centraal nummer, neemt –vaak via de GSM- contact op met één van de koeriers die ter beschikking zijn en deze kan dan de opdracht uitvoeren. Bij de integrators daarentegen gaat het er anders aan toe. Daar is heel de goederenstroom en informatiestroom in een systeem gegoten en werken de koeriers op vooraf duidelijk afgesproken tijdstippen en hebben ze min of meer vaste rondes. Bij andere koerierbedrijven moeten de koeriers in een lokaal op het bedrijf wachten tot ze hun opdrachten krijgen of moeten ze zich op een strategische plaats in de regio bevinden zodat ze ter beschikking zijn en snel aan hun opdrachten kunnen beginnen.

Zoals eerder vermeld bestaan er ook grote verschillen tussen gecentraliseerde en gedecentraliseerde systemen. Bij een gedecentraliseerd netwerk is er directe connectie tussen alle plaatsen waar de zendingen toekomen. Bij een gecentraliseerd netwerk wordt alles eerst naar één plaats gebracht en dan verder verstuurd. Een gedecentraliseerd netwerk heeft als nadeel dat het moeilijk te beheren is, het vraagt bovendien zeer zware investeringen. Een gecentraliseerd netwerk heeft deze nadelen niet, het is erg goed te beheren en omdat men slechts één centrum (hub) moet uitbouwen is het ook veel goedkoper. Het grote minpunt van een gecentraliseerd netwerk is dat in geval van een falen in het centrum heel het netwerk kan uitvallen, zodat de risico's die genomen worden in dit geval dus veel groter zijn. De integrators hebben allemaal geopteerd voor een combinatie van beide systemen.

De manier van werken bij de verschillende integrators is erg gelijklopend. De verschillen situeren zich, net zoals ook tussen de middelgrote en kleine bedrijven onderling meer op het vlak van het statuut van de koerier, de arbeidsorganisatie, het werken met onderaannemers en het personeelsbeleid.

5.2 Arbeid

Er wordt getracht het personeel zo flexibel mogelijk in te zetten. Het is immers eigen aan de activiteiten van het koerier- en expressegebeuren dat ze niet gelijk verdeeld zijn over de dag, noch over de week of het jaar. 's Morgens en 's avonds zijn piekmomenten. 's Morgens moet alles klaar gemaakt worden om verdeeld te worden en zo snel mogelijk alles bij de bestemmingen gebracht. 's Middags is er dan een kalme(re) periode. Nadien begint het ophalen van de pakketten en het centraal afleveren en sorteren. December is traditioneel een zeer drukke maand, maar verder zijn er nog piekperiodes afhankelijk van de klanten. Wanneer een bepaalde klant een actie plant en bijvoorbeeld promotiemateriaal wil verdeeld hebben in al zijn winkels, kan dit plots extra werk betekenen. Dit geeft ook aan dat de pieken vaak erg onvoorspelbaar zijn. Vanzelfsprekend heeft dit een invloed op de inzet van arbeid. Afhankelijk van bedrijf tot bedrijf en afhankelijk van de inhoud van de verschillende functies worden hier verschillende oplossingen voor gezocht. Dit kan zijn het inzetten van uitzendkrachten, het inschakelen van deeltijdsen, het werken met zeer flexibele uurroosters en/of het werken met onderaannemers. Hierover kunnen de resultaten van de telefonische enquêtes ons meer vertellen (zie hfst. III en IV).

6. ENKELE EVOLUTIES EN TENDENSEN

- **De bakermat van de koeriersector**

In het ontstaan van deze sector heeft het falen van de klassieke posterijen een grote rol gespeeld. Vroeger waren de posterijen onvervangbaar in het vervoer van brieven, documenten en zelfs pakjes. Maar vanaf eind jaren '60, begin jaren '70 werd echter aangevoeld dat de klassieke posterijen niet meer voldeden aan de altijd groter wordende nood aan snelle en kwaliteitsvolle bestelling. Een jachtige samenleving met als credo '*time is money*' diende zich aan. De technologische ontwikkelingen waren nauwelijks nog bij te houden en nieuwe communicatie- en transportmiddelen drongen zich op. De stroom van (zaken)documenten nam voortdurend toe. Deze evolutie werd in haar beginfase onderschat door de beleidsverantwoordelijken bij de posterijen. De nationale posterijen van de meeste landen hadden geen pasklare oplossingen voor al deze vernieuwingen. Ze zagen al deze evoluties wel, maar ze kwamen niet tot een verjonging en dynamisering van hun structuur. Om te kunnen inspelen op deze nieuwe eisen, kwamen particulieren op het idee om zelf een koerierbedrijf op te starten.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Hierin hadden de posterijen zich schromelijk vergist. Het management had nooit rekening gehouden met het feit dat sommige instellingen het zouden aankunnen of aandurven om de posterijen te bekampen. Inderdaad, vol energie startten enkele dynamische Amerikanen hun eigen koerierbedrijf om op de groeiende noden van het bedrijfsleven in te spelen. Het succes was enorm. Het volume groeide exponentieel en steeds meer nieuwe ondernemingen traden toe om ook hun deel van deze 'boom-ing' sector mee te pikken. Later zijn dan ook de traditionele posterijen zich op deze nieuwe groeimarkt gaan bewegen.

- **Een algemeen groeiende vraag**

De hogere kosten van expressevervoer worden gecompenseerd door de kostenbesparingen die elders worden gerealiseerd, bijvoorbeeld op voorraadkosten. Expresdiensten worden nog slechts gedeeltelijk gebruikt als mogelijkheid voor het opvangen van fouten of storingen. Voor het merendeel van de zendingen gaat het om vooraf geplande activiteiten. Het expressevervoer beperkt zich zeker niet meer alleen tot documenten, bederfelijke goederen en onderdelen. Tegenwoordig worden steeds vaker computers, kledingstukken en andere consumentengoederen vervoerd binnen strenge tijdrestricties.

Verwijderd: —Pagina-einde—

- **Verkorting van de doorlooptijden tussen bestel- en aflevermoment**

De vraag naar sneltransport en snelle leveringen is gedurende het laatste decennium nog zeer sterk gestegen. De wijzigingen in de productiemethoden met kleinere series en kortere lijnen tussen marketing en distributie werken gebruik van deze diensten immers in de hand. Ook de kortere levensduur van de producten en de toenemende variëteit aan producten (*customization*) spelen hierbij een niet onbelangrijke rol.

Zo is de massale overschakeling op Just-In-Time (JIT) productiesystemen in belangrijke mate verantwoordelijk voor het groeiende succes van (private) koerierdiensten. Het oorspronkelijke JIT-systeem houdt in dat er geproduceerd wordt *wat* er nodig is, *wanneer* het nodig is en in de *hoeveelheid* die nodig is. Eén van de gevolgen van dit principe is dat de voorraden drastisch gereduceerd worden en dat de goederen bijgevolg snel en efficiënt ter beschikking gesteld moeten worden.

De eisen en verwachtingen van snelheid verstrengen ook steeds maar. Er is steeds meer vraag naar een kortere *leadtime* (steeds later ophalen en steeds vroeger afleveren).

Deze tendens die in alle logistieke diensten merkbaar is, betekent het naar achter verschuiven van het moment dat de goederen worden aangeboden voor transport en het naar voren verschuiven van de tijdstippen tot wanneer de goederen kunnen worden afgeleverd. Hierdoor is een zogenaamde 24-uurservice in de praktijk al vaak teruggebracht tot een 18- of 12-uurservice.

- **Centralisatie van productie- en distributieactiviteiten op nationaal en/of Europees niveau**

Centralisatie betekent dat de afstanden groter worden van bijvoorbeeld de productie-eenheid of distributie-eenheid tot de gebruiker. Die gebruiker of bestemming heeft hieraan op zich geen boodschap en de verlader wenst ook niet dat zijn klant dat merkt of daar last van heeft. Vandaar dat deze evolutie een grotere vraag naar expressediensdiensten met zich mee brengt.

- **De groei van “home-shopping”:**

Dit betekent het vanuit de huiskamer kopen van producten die thuis worden bezorgd. Het is al langere tijd mogelijk postorderartikelen te bestellen. Nieuwe ontwikkelingen zijn bestellingen die particulieren kunnen doen via internet. Al is de groei nog niet zo explosief als verwacht, de trend is duidelijk stijgend. Toch zal de consumentenmarkt steeds maar een fractie blijven van de business-to-business markt.

- **De verladers worden steeds veeleisender**

Naast snelheid wordt een tijdsgarantie gevraagd door de markt. De gegarandeerde aflevertijden zijn steeds belangrijker voor zowel verlader als ontvanger. De 24-uurservice is in concreto vervangen door een service zoals de “vóór 11 uur morgenochtend”-service of een “tussen halfnegen en negen uur”-service.

Er is steeds meer vraag naar informatie over de zending. Verladers en ontvangers maken steeds vaker gebruik van de mogelijkheden van “tracking en tracing” in het transportsysteem. Verladers vragen ook steeds vaker om een melding van aankomst op het afleveradres.

Een groot probleem voor de sector is het dichtslibben van de wegen en de vele files. Door de tijdsgaranties zijn er voor expressevervoerders immers weinig uitwijkmogelijkheden om files te vermijden. Zij ondervinden daardoor relatief veel hinder. Tegelijkertijd levert de sterke groei van expressediensdiensten natuurlijk ook een meer dan evenredige bijdrage aan het ontstaan van congestie.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

- **Aanbieders hebben hun activiteitenpakket verbreed**

Het is duidelijk dat vele aanbieders hun activiteitenpakket hebben verbreed. Vooral de integrators hebben in de loop der jaren hun activiteiten sterk uitgebreid. Ze zijn steeds zwaardere zendingen gaan vervoeren en hebben zich in toenemende mate op de Europese en Belgische markten begeven.

Het belangrijkste resultaat van deze ontwikkeling is dat expressevervoer veel minder sterk een niche is op de transportmarkt, waar aanbieders afgeschermd zijn van interacties met andere transportdiensten. De gewone transportdiensten hebben bepaalde karakteristieken van het expressevervoer overgenomen en andersom hebben veel aanbieders van expressediensten kenmerken van traditionele vervoerders gekregen. Hierdoor is er in de huidige situatie meer sprake van een spectrum van diensten waarbinnen moeilijk duidelijke afbakeningen zijn te maken.

Er wordt ook steeds meer gevraagd van de koerier. De koerier moet niet enkel meer koerieractiviteiten aanbieden, maar ook extra diensten of toegevoegde waarde leveren, bijvoorbeeld zwaar vervoer organiseren of logistieke activiteiten als stockbeheer, etikettering enz. ontwikkelen. Er is blijkbaar behoefte aan wat genoemd wordt *'one-stop-shopping'*. Dit betekent één enkel aanspreekpunt voor de inkoop van transportactiviteiten. Er bestaat echter onduidelijkheid over of dit concept van *'one-stop shopping'* een effectieve vraag van de verladers betekent dan wel eerder een marketingconcept of promotiestunt is van de expressebedrijven zelf.

- **One-stopshopping versus nieuwe niches**

Binnen alle "types" transportbedrijven zijn er voorbeelden van spelers die meer diensten gaan aanbieden voor meer soorten goederen. Hiervoor gebruikt men vaak de term "one-stopshopping". Er wordt aan de klant een totaalpakket aangeboden. Maar daarnaast zijn er ook bedrijven die zich juist duidelijker gaan specialiseren in een bepaald type dienst of product.

Zo zijn er nieuwe niches ontstaan waar bedrijven specifieke diensten aanbieden die niet eenvoudig te kopiëren zijn door hun concurrenten. In die niches liggen de rendementen in het algemeen een stuk hoger dan het gemiddelde. Voorbeelden daarvan zijn bedrijven die zich specialiseren in het expressevervoer van gevaarlijke stoffen, bedrijven die aanvullende "added-value" diensten en logistieke concepten aanbieden en bedrijven die nachtzendingen verzorgen.

- **Van puur transport naar logistiek**

Expressevervoerders hebben zich op de groeiemarkt gestort van logistieke diensten als opslag, *orderpicking* etc. De koerierbedrijven hebben een enorme *boom* gekend, maar de groei is aan het verzwakken. Vandaar dat men op zoek is naar nieuwe groeiseg-menten en die lijkt men te vinden in de logistiek. Steeds meer bedrijven besteden steeds meer logistieke activiteiten uit en doen dit graag aan één logistieke partner die niet enkel het transport voor zijn rekening neemt, maar eventueel ook de verpakking en het orderbeheer. De logistieke centra rijzen dan ook als paddestoelen uit de grond en het lijken vooral de integrators die hierdoor hun positie willen verdedigen of zelfs verstevigen.

- **Groeiende concurrentie**

Het resultaat van het toenemend aantal aanbieders en “type” aanbieders op de markt is duidelijk merkbaar in de prijsvorming van expressediensten. Er is al jarenlang sprake van dalende tarieven waardoor volgens de berichten van de aanbieders zelf en van onafhankelijke experts, het rendement in het expressevervoer inmiddels bijna even laag is als in de meeste andere transportmarkten.

Wat betreft het regionaal en nationaal expressevervoer ligt de oorzaak van de concurrentie, volgens heel wat deskundigen uit het veld bij de vele kleine bedrijven die zeer scherpe prijzen hanteren, maar dan vaak snel weer van de markt verdwijnen. Dit zijn de zogenaamde ‘cowboys’ die de markt verzieken doordat ze er vaak illegale praktijken op na houden en beneden de prijs werken. Velen pleiten voor een vergunning om die uit de markt te krijgen.

De internationale markt van expressediensten in Europa daarentegen wordt beheerst door een relatief klein aantal partijen. Dit hangt samen met de hoge investeringen die noodzakelijk zijn om een dekkend Europees netwerk op te bouwen. Alleen met voldoende schaalgrootte zijn die investeringen terug te verdienen. Tegelijkertijd zorgen de hoge vaste kosten en de continue dreiging van overcapaciteit ervoor dat de concurrentiestrijd ook hier fel is.

- **Concentratie**

Een trend die hiermee samenhangt is het feit dat er steeds minder spelers zijn op de markt. Er is op dit ogenblik echt een concentratiebeweging bezig. Er zijn nog wel veel kleine bedrijven die voor regionale of nationale verdeling zorgen.

Verwijderd: infodossier - klad-
versie 4

Maar wat het Europees en internationaal vervoer betreft, zijn er steeds minder aanbieders. Men concurreert mekaar uit de markt of koopt elkaar op.

Een onderwerp dat veel aandacht krijgt in de sector is het optreden op de markt van ondernemingen in overheidseigendom. Het gaat daarbij vooral over de postdiensten. Maar ook, voor wat België betreft over ABX, dochteronderneming van de NMBS. Door concurrenten worden deze vaak beschuldigd van oneerlijke concurrentie (kruissubsidiëring) in de vorm van het gebruik van verkregen middelen uit de monopolieactiviteiten voor het verstevigen van de positie op open markten zoals het expressevervoer.

De liberalisering van de postdiensten is geen uit het niets opdoemend recent idee. Reeds een tiental jaar speelt dat idee op Europees niveau. De verschillende lidstaten hebben dan ook reeds voor de richtlijn van kracht was, voorbereidingen getroffen. Concreet betekent dit dat diverse Europese posterijen grote investeringen gedaan hebben om hun positie te verstevigen en verder uit te bouwen. Zo hebben de Nederlandse post, de Franse post en niet in het minst de Duitse post een erg agressieve expansiepolitiek gevoerd en verschillende private bedrijven opgekocht of er allianties mee aangegaan. Het is deze tendens die leidt tot een verdere concentratie in de sector: minder maar grotere bedrijven.

▼

- **Strenger wordende regelgeving**

Verwijderd: aanvullingen BCA: correct, maar in het kader van dit onderzoek niet relevant of toch?¶

De strenger wordende regelgeving rond nachtelijk gebruik van infrastructuur (luchthavens, terminals) en de toegang tot stedelijke gebieden heeft invloed op de ontwikkeling van het expressevervoer. De reglementering in verband met het luchtverkeer speelt zo immers een erg belangrijke rol bij het bepalen van waar de integrators hun hubs situeren. Wanneer luchthubs verhuizen, zoals bij TNT van Keulen naar Luik, heeft dit vaak te maken met reglementeringen. Vanzelfsprekend heeft een dergelijke verhuis ook grote gevolgen voor het personeel en voor de bedrijven waarmee werd samengewerkt. Elementen die doen pleiten voor een strenge reglementering zijn meestal de gezondheid van de omwonenden, het milieu en de veiligheid. Het is dan de overheid die de belangen en de voor- en nadelen moet afwegen en beslissingen nemen.

7. BESLUIT

- De sector is voortdurend in beweging. Een strikte afbakening of omschrijving is zeer moeilijk te maken. Een bedrijfsleider drukte het als volgt uit: *“Het grootste probleem binnen de expressemarkt is –u zal daar misschien om lachen- een definitie van het beroep koerier op papier zetten. Onze jobdescriptie verandert van dag tot dag: wat we nu doen verschilt grondig van wat we 5 jaar geleden deden. Dat maakt het zo moeilijk: we zitten nog steeds zonder identiteit. Wat we niet zijn daarover zijn we het eens: we zijn geen transporteur, geen expediteur, ... geen verhuisfirma.”*
- Een andere belangrijke vaststelling bij de analyse van expressevervoer en de maatschappelijke consequenties daarvan is het ontbreken van goede informatie over de aard en de omvang van het fenomeen. Ook in landen waar de vervoersstatistieken van hoge kwaliteit zijn, worden expressediensten meestal niet afzonderlijk geregistreerd.
- De hoofdactiviteiten binnen deze sector gebeuren op “ongewone”, “onregelmatige” en vaak ook “onvoorspelbare” momenten. Dit brengt met zich mee dat indien een bedrijf alles zo efficiënt mogelijk wil regelen, het ook arbeid zo efficiënt mogelijk wil inzetten en dus flexibel. Maar er zijn zeer vele mogelijkheden om arbeid flexibel in te zetten. Die verschillende opties hebben vaak ook verschillende sociale implicaties.
- Subcontracting of uitbesteding is een zeer veel voorkomend fenomeen binnen deze sector omwille van de vanzelfsprekende voordelen wat betreft loonkost en efficiënte inzet van arbeid. Het is evenwel belangrijk om, afgezien van de kwestie van schijnzelfstandigheid, ook naar de sociale en maatschappelijke consequenties te kijken.
- Opmerkelijk is het feit dat de traditionele posterijen zich meer en meer ook op de markt van de koerier- en expressediensten gooien. Zij doen dit enerzijds door zelf dergelijke diensten in hun aanbod op te nemen en anderzijds door bedrijven actief binnen deze sector op te kopen of er allianties mee aan te gaan. Een andere belangrijke vaststelling met betrekking tot deze sector is dat er zich een zeer sterke concentratiebeweging voltrekt: steeds minder, maar grotere bedrijven.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

- Als we tot de kern van de expresse- en koeriersector doordringen, zijn daar 3 belangrijke types actoren aanwezig. Voor België zijn dat dan EMS Taxipost, de vier integrators en de andere koerier- en expressebedrijven gaande van het éénmansbedrijf tot middelgrote en grote bedrijven. Duidelijk is dat elk bedrijf anders georganiseerd is. Waar bijvoorbeeld het ene bedrijf enkel werkt met zelfstandige chauffeurs, heeft het andere enkel chauffeurs met een bediendecontract in dienst en zoekt nog een ander bedrijf naar een evenwicht van zelfstandigen en chauffeurs in vast dienstverband. Dit lijkt enigszins afhankelijk van de niche-markt waarbinnen men opereert en ook van het aantal zendingen dat men te verwerken heeft en de mate waarin dit volume voorspelbaar is.

Verwijderd: opmerking bij opmerkingen BCA betreft dit besluit: dit is een deelbesluit, hierin zijn geen resultaten van het kwantitatief onderzoek in verwerkt.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

HOOFDSTUK III : DE KOERIER- EN EXPRESSEBEDRIJVEN ONDER DE LOEP

INLEIDING

Op de methodologie zijn we in het eerste hoofdstuk dieper ingegaan. Toch willen we hier kort herhalen dat we alle Vlaamse en Brusselse bedrijven onder de rubriek “koerierbedrijven” uit de Gouden Gids hebben gecontacteerd en dat er uiteindelijk 342 hebben meegewerkt. Dit betekent een respons van 66%. In dit hoofdstuk worden de resultaten weergegeven en kort besproken. De volgorde van de vragenlijst wordt hier gerespecteerd zodat de gegevens makkelijk op te zoeken zijn. In een volgend hoofdstuk wordt er dan meer duiding gegeven bij de cijfers en enkele thema's verder uitgediept.

1. TYPERING VAN DE BEDRIJVEN

1.1 Zelfstandige onderneming versus dochter/vestiging

Het overgrote deel, met name 94% van de bedrijven, zijn zelfstandige ondernemingen. Daarnaast zijn 2% van de bedrijven dochters of vestigingen van Belgische bedrijven en 4% dochters of vestigingen van buitenlandse firma's.

1.2 Hoofdactiviteiten versus nevenactiviteiten

Om een idee te krijgen welke (transport)activiteiten de bedrijven precies allemaal uitvoeren, werden ze opgesomd: sprintdiensten (rechtstreeks vervoer van A naar B voor één bepaalde klant), same-day deliveries (leveringen op dezelfde dag, maar niet rechtstreeks), 24u-distributie, 48u-distributie, groepage, volle vrachten, personenvervoer en opslag. Per activiteit werd nagegaan of dit voor hun een hoofdactiviteit was, een nevenactiviteit of een activiteit die zij niet uitvoerde. Op die manier werd er getracht een zicht te krijgen in welke mate de koeriersector een duidelijk afgescheiden subsector is binnen transport of dat er veel overlap is met andere segmenten.

Tabel 1: Bedrijven per activiteit (%)

	koerierdiensten				groepage	volle vrachten	pers.- verv.	opslag
	sprint	same day	24u	48u				
hoofdactiviteit	71%	31%	31%	11%	10%	27%	11%	2%
nevenactiviteit	22%	30%	29%	20%	17%	19%	7%	13%
geen activiteit	7%	39%	40%	69%	73%	54%	82%	85%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Opvallend is dat 71% van de bedrijven zeggen dat sprintdiensten hun hoofdactiviteit is. Voor 22% is dit een nevenactiviteit. Slechts 7% zegt geen sprintactiviteiten te ontplooiën. *Sameday-deliveries* en 24u-distributie gebeurt door ongeveer 60% van de bedrijven.

Als je de andere activiteiten bekijkt is het steeds slechts een minderheid die diensten aanbiedt. Enkel “volle vrachten” springt er wat uit, 46% van de bedrijven stelt ook volle vrachten te doen, 27% benoemt dat zelfs als hoofdactiviteit. Dit is verrassend. Hieruit kunnen we afleiden dat er toch heel wat overlap is met de andere segmenten van transport.

1.3 De tewerkstelling

Er werd naar het totaal aantal werknemers gevraagd, maar ook naar het aantal kaderleden, bedienden en arbeiders.

1.3.1 Bedrijven naar aantal werknemers

Tabel 2: Bedrijven naar aantal werknemers (%)

aantal werknemers	% bedrijven
geen	53%
1 tot 2	16%
3 tot 5	12%
6 tot 10	8%
11 tot 20	4%
21 tot 50	5%
>50	2%
	100%

Hier valt meteen op dat 53% van de bedrijven niemand in dienst heeft. Met andere woorden 53% van de bedrijven zijn éénmansbedrijven. Slechts 1 op 10 van de bedrijven heeft meer dan 10 werknemers. Slechts 2% van de bedrijven heeft meer dan 50 werknemers.

Concreet zijn er slechts 5 bedrijven met meer dan 200 werknemers. Er kan dus duidelijk gesproken worden van een KMO-sector, met een erg klein aantal, zeer grote bedrijven (zie ook 1.3.2).

1.3.2 De tewerkstelling in de sector

Precieze cijfergegevens over de tewerkstelling in de sector, zijn er zoals eerder aangegeven niet. Op basis van de door ons verzamelde gegevens, krijgen we nog geen volledig beeld, gezien niet alle bedrijven hebben meegewerkt, maar toch een vrij goed beeld gezien de hoge respons en het feit dat de vier grootsten hebben meegewerkt.

Als de tewerkstellingscijfers van de bedrijven die meegedaan hebben aan het onderzoek (N=342) worden opgeteld, komen we aan een totaal van 3940 werknemers. Wanneer we extrapoleren naar de hele sector komen we op ongeveer 4800 werknemers.

Tabel 3: Tewerkstelling in de sector

	totaal aantal werknemers in de sector	aantal werknemers bij de vier "groten"	aandeel van de vier "groten"
arbeiders	1.735 (32%)	439	25%
bedienden	2.569 (58%)	1.753	68%
kaderleden	510 (10%)	222	43%
	4.814 (100%)	2.414	51%

Wanneer naar het statuut van de werknemers gekeken wordt, blijkt dat 10% kaderlid is, 32% arbeider en 58% bediende.

Die tewerkstelling zit, zoals eerder vermeld, erg geconcentreerd binnen enkele bedrijven. Om daar een duidelijker beeld van te hebben, werden de tewerkstellingscijfers van de vier integrators bij mekaar geteld en werd er berekend hoe groot dit aandeel is in het geheel.

Hieruit valt te concluderen dat 5 op 10 werknemers in de sector tewerkgesteld is bij één van de 4 integrators. Voor de bedienden is dat zelfs voor bijna 7 op 10 van de werknemers het geval. Er is met andere woorden een zeer grote concentratie van tewerkstelling bij de 4 groten.

1.4 Bedrijven naar omzet

Tabel 4: bedrijven naar omzet (%)

Omzet	% bedrijven
< 3 milj.	39%
3-5 milj.	13%
5-10 milj.	15%
10-20 milj.	10%
20-50 milj.	11%
50-200 milj.	8%
> 200 milj.	4%
	100%

Hier wordt het beeld van de sector bevestigd dat we reeds te zien kregen wanneer de tewerkstellingscijfers bekeken werden: er zijn enkele zeer grote bedrijven en erg veel hele kleine. Meer dan de helft van de bedrijven draait een omzet van minder dan 5 miljoen.

Hierbij dient opgemerkt te worden dat er een aantal zelfstandigen in bijberoep zijn met een ander inkomen. Anderzijds bleek duidelijk uit de gesprekken dat er vaak toch vragen kunnen gesteld worden bij de leefbaarheid van de kleine bedrijven.

1.5 Aandeel koerier in de omzet

Zoals hierboven al gebleken is, betekent het feit dat een bedrijf zich bekend maakt als koerierbedrijf niet dat het enkel en alleen koerieractiviteiten uitvoert. Eerder bleek er immers heel wat overlap te bestaan. Om een zicht te krijgen op het belang van de koerieractiviteiten in het geheel van activiteiten, werd er gepeild naar het aandeel in de omzet dat de bedrijven realiseren door sprintdiensten, *sameday-deliveries* en 24u distributie. Wanneer per bedrijf deze cijfers worden opgeteld krijgen we de percentages van de omzet die de bedrijven realiseren door koerierdiensten aan te bieden.

Gemiddeld blijkt 81% van de omzet gegenereerd te worden door koerieractiviteiten. Voor sprintactiviteiten is dat gemiddeld 55% voor same day 26% en voor 24u-distributie 32%.

In de volgende tabel vindt men het percentage bedrijven, naar het aandeel van de omzet dat ze genereren uit een bepaalde activiteit, hetzij sprintdiensten, hetzij same day, hetzij 24u distributie.

Verwijderd: infodossier - klad-versie 4

Daarnaast hebben we per bedrijf de verschillende percentages voor die activiteiten opgeteld, om te zien hoe groot het aandeel van de omzet was gegenereerd door koerieractiviteiten in hun geheel.

Tabel 5: Bedrijven naar de omzet die ze genereren door koerieractiviteiten (%)

aandeel in de omzet	sprint	same day	24u	totaal koerieractiviteiten
0%	7%	41%	42%	0%
< 25%	28%	39%	35%	3%
26-50%	11%	8%	6%	7%
51-75%	15%	7%	8%	9%
76-95%	19%	4%	6%	17%
96-99%	8%	1%	1%	4%
100%	11%	0%	2%	57%
totaal	100%	100%	100%	100%

Uit deze tabel blijkt dat 57% van de bevroegde bedrijven hun volledige omzet halen uit koerieractiviteiten, m.a.w. enkel en alleen koerieractiviteiten uitvoeren. Daarentegen is er slechts 3% van de bedrijven die minder dan 25% van hun omzet genereert uit koerieractiviteiten. Deze gegevens nuanceren toch de vaststellingen van in 1.3. Koerierbedrijven of bedrijven die zich bekend maken als koerierbedrijf doen niet alleen koerieractiviteiten maar toch in overgrote mate. De andere activiteiten blijken vrij marginaal wanneer naar hun aandeel in de omzet wordt gekeken.

Wanneer de verschillende koerieractiviteiten afzonderlijk worden bekeken, valt op dat 11% van de bedrijven zijn volledige omzet realiseert met sprintdiensten en 2% doet enkel en alleen 24u-distributie. Wanneer die bedrijven die vrijwel alleen sprint en vrijwel alleen 24u-distributie doen, erbij tellen, komen we respectievelijk op 19% en 3%.

1.6 Start koerieractiviteiten

Er wordt vaak gesteld dat het een zeer recente sector is. Daarom werd er ook gevraagd in welk jaar men in België gestart is met koerieractiviteiten te ontplooiën.

Tabel 6: bedrijven naar startjaar , opgesplitst naar grootte van bedrijf (%)

	totaal	omzet < 3 milj. (N=126)	omzet 3-20 milj. (N=125)	omzet > 20 milj. (N=74)
vóór 1980	3%	0%	3%	8%
1980-1985	6%	1%	7%	9%
1986-1990	15%	5%	18%	28%
1991-1995	34%	31%	37%	40%
1996-2000	42%	63%	35%	15%
	100%	100%	100%	100%

42% van de bedrijven is na 1995 met koerieractiviteiten begonnen, 76% na 1990.

Er blijkt een duidelijk en significant verband te bestaan tussen grootte van bedrijf (gemeten door omzet) en de leeftijd. Zo is 63% van de kleine bedrijven (<3milj.) de laatste 5 jaar gestart ten opzichte van 15% van de groten (>20 milj.). Opvallend is toch dat nog 55% van de groten (>20 milj.) gestart zijn na 1990 met koerieractiviteiten.

2. HET DIENSTENPAKKET

2.1 Type goederen

Gemiddeld worden er 32% documenten vervoerd, 49% pakketten en 19% pallets.

Tabel 7: Bedrijven naar het aandeel van documenten, pakketten en pallets dat ze vervoeren (%)

	documenten	pakketten	pallets
0%	10%	2%	30%
1-25%	43%	24%	42%
26-50%	25%	33%	19%
51-75%	10%	18%	5%
76-90%	9%	11%	4%
>90%	3%	12%	1%
	100%	100%	100%

Wat we hiervan kunnen onthouden is dat 10% van de bedrijven zegt geen documenten te vervoeren. 3% daarentegen is daar precies in gespecialiseerd. Bij hen betekenen ze meer dan 90% van de zendingen.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Wat pakketten betreft, zegt slechts 2% dat nooit te vervoeren, 12% vervoert bijna niets anders.

Pallets worden duidelijk minder vervoerd. In 30% van de bedrijven gebeurt dat nooit. In slechts 10% van de bedrijven maken zij meer dan de helft uit van het aantal zendingen.

Algemeen valt op dat er maar weinig bedrijven zijn die gespecialiseerd zijn in een bepaald type goederen.

2.2 Het geografisch gebied

Er werd gevraagd naar het geografisch gebied waarbinnen de bedrijven opereren. Enerzijds werd gevraagd welke diensten ze aanboden: lokale diensten (binnen stad, gemeente, arrondissement,...), verdere zendingen binnen België, naar de buurlanden, binnen Europa en ook intercontinentaal. Hier dient opgemerkt dat er gevraagd is naar hun aanbod, dit betekent niet dat zij het ook zelf uitvoeren, zij kunnen bepaalde zendingen ook uitbesteden. Anderzijds werd ook gevraagd welk van die types zendingen zij het meest frequent uitvoerde.

2.2.1 Aangeboden diensten

Tabel 8: Bedrijven en het geografisch gebied waarbinnen ze opereren, opgesplitst naar grootte

	totaal	< 3 milj. (N=126)	3-20 milj. (N=125)	> 20 milj. (N=74)
lokaal	79%	80%	81%	77%
binnen België	94%	93%	96%	95%
de buurlanden	88%	85%	88%	96%
binnen Europa	61%	48%	64%	81%
intercontinentaal	25%	11%	23%	51%

Wanneer alle bedrijven bekeken worden, valt op dat ze bijna allemaal (94%) binnen België opereren en dat toch ook nog een grote meerderheid van de bedrijven diensten aanbiedt naar de buurlanden. Intercontinentale zendingen daarentegen worden door 1 op 4 van de bedrijven aangeboden.

Wanneer een vergelijking wordt gemaakt afhankelijk van de grootte van het bedrijf zijn er weinig verschillen wat betreft het nationaal vervoer. Het internationaal vervoer -zowel naar de buurlanden, als binnen Europa, als intercontinentaal- blijkt voornamelijk iets voor de grotere bedrijven te zijn.

Toch nog opvallend is dat ook 11% van de kleine bedrijven intercontinentale zendingen tot hun aanbod rekent. Zij voeren deze zendingen vanzelfsprekend niet zelf uit, maar werken hiervoor samen met de grote .

2.2.2 Meest frequent uitgevoerde diensten

Tabel 9: Bedrijven en het voornaamste geografisch gebied waarbinnen ze opereren, opgesplitst naar grootte (%)

	totaal	< 3 milj. (N=126)	3-20 milj. (N=125)	> 20 milj. (N=74)
lokaal	16%	21%	13%	8%
binnen België	65%	59%	73%	62%
de buurlanden	13%	14%	11%	18%
binnen Europa	5%	6%	2%	9%
intercontinentaal	1%	0%	1%	3%
	100%	100%	100%	100%

De zendingen binnen het Belgisch grondgebied steken duidelijk boven de andere uit. Dit betekent dat meer dan 6 op 10 bedrijven zegt dat het grootste deel van hun zendingen, zendingen binnen België zijn.

Wanneer hier gekeken wordt naar de invloed van grootte, is het beeld niet éénduidig. Wat opvalt is dat ook bij de grote bedrijven veruit de meeste zendingen, zendingen binnen België zijn. De groep van bedrijven die als het ware gespecialiseerd zijn in intercontinentale zendingen (die vooral intercontinentale zendingen verzorgen) is zeer klein. Van alle bedrijven met meer dan 20 miljoen omzet betekenen zij nog slechts 3%.

2.2.3 Organisatie internationale zendingen

Aan de bedrijven die internationale zendingen verzorgen (90%) werd gevraagd of ze daarvoor gebruik maken van een netwerk van koerierbedrijven of ze hierbij als agent of tussenpersoon voor een groot bedrijf opereren of dat ze die zendingen in eigen beheer uitvoeren. Een combinatie van antwoorden was mogelijk.

Tabel 10: Organisatie van internationale zendingen, opgesplitst naar grootte van bedrijf (%)

	totaal	< 3 milj. (N=111)	3-20 milj. (N=110)	> 20 milj. (N=74)
gebruik maken van netwerk	79%	80%	81%	77%
optreden als agent of tussenpersoon	94%	93%	96%	95%
Uitvoeren in eigen beheer	88%	85%	88%	96%

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Wanneer er een vergelijking wordt gemaakt volgens grootte van bedrijf, is er enkel een significant verschil wat betreft netwerk. De grote bedrijven maken beduidend meer gebruik van een netwerk dan de kleine en middelgrote. Het feit dat er zo weinig verschil is wat betreft het uitvoeren in eigen beheer, is waarschijnlijk te wijten aan het feit dat het hier zowel om zendingen naar de buurlanden, als om intercontinentale zendingen gaat. De zendingen naar de buurlanden kunnen ook de kleine bedrijven zonder enig probleem in eigen beheer uitvoeren.

2.3 Bijkomende diensten

Er werd ook gevraagd of er naast het zuivere vervoer van goederen, ook nog bijkomende diensten aan hun klanten werden aangeboden. Deze vraag werd gesteld vanuit de veronderstelling dat gezien de lage winstmarges in de sector en de grote concurrentie er een tendens zou zijn om zich meer en meer toe te leggen op andere diensten zoals: administratieve formaliteiten verzorgen (douanedocumenten, legalisaties, handtekeningen,...), stockbeheer, technische handelingen ter plaatse (bv. kleine herstellingen of het aansluiten van computers), merchandise-acties en de verpakking verzorgen.

Tabel 11: Bedrijven en hun bijkomende diensten, opgesplitst naar grootte (%)

omzet	totaal	< 3 milj. (N=111)	3-20 milj. (N=110)	> 20 milj. (N=74)
geen extra diensten	50%	57%	54%	27%
administratieve formaliteiten	39%	36%	37%	52%
stockbeheer	15%	6%	9%	40%
technische handelingen ter plaatse	12%	8%	12%	17%
verpakking	11%	5%	7%	28%
merchandise-acties	10%	6%	9%	18%

Opvallend is dat de helft van de bedrijven geen enkele van al deze bijkomende diensten aanbiedt. Bijna 4 op 10 bedrijven verzorgt wel administratieve formaliteiten.

Uit de vergelijking tussen de verschillende groepen bedrijven afhankelijk van hun omzet is wel een duidelijke tendens af te lezen in de richting van hoe groter de bedrijven, hoe meer ze bijkomende diensten aanbieden. Toch zegt nog 27% van de bedrijven met een omzet van meer dan 20 miljoen geen van al deze mogelijke bijkomende diensten aan te bieden.

3. VERVOERCAPACITEIT - ONDERAANNEMING

3.1 Eigen vloot

Er werd gevraagd naar het aantal vrachtwagens, grotere bestelwagens, personenauto's of kleinere bestelwagens, moto's en fietsen het bedrijf heeft (in eigen bezit of geleased). Op zichzelf zeggen die cijfers weinig maar het opzet was om enig zicht te krijgen op de totale vloot, maar vooral om dit te kunnen vergelijken met de voertuigen van de onderaannemers. Hetgeen we verderop ook zullen doen. Ook wilden we kijken in welke mate er gebruik gemaakt wordt van fietsen en moto's in de sector.

Slechts 2% van de bedrijven heeft fietsen, 13% heeft moto's, 83% heeft personenauto's, 51% heeft grote bestelwagens en 11% heeft vrachtwagens.

Om een idee te hebben van de totale vloot: de 338 bedrijven die op al deze vragen geantwoord hebben, hebben samen 422 vrachtwagens, 906 grotere bestelwagens, 878 personenauto's, 58 moto's en 13 fietsen.

3.2 Zelf in onderaanneming rijden

Er werd gevraagd of men al dan niet (ooit) in onderaanneming voor een ander bedrijf rijdt en zo ja, hoeveel procent van de omzet gegenereerd wordt door in onderaanneming te rijden.

Tabel 12: Bedrijven en de mate waarin ze in onderaanneming werken (%)

werken niet in onderaanneming	41%
voor 1-5% van de omzet	9%
voor 6-25% van de omzet	11%
voor 26-50% van de omzet	12%
voor 51-75% van de omzet	6%
voor 76-95% van de omzet	10%
voor 96-99% van de omzet	3%
voor 100% van de omzet	7%

Opvalt dat 41% van de bedrijven stelt nooit in onderaanneming te werken. Daarnaast zegt 10% zo goed als niet anders te doen dan in onderaanneming te rijden (voor >95% van hun omzet). In totaal werkt 20% van de ondernemingen voor meer dan 75% van hun omzet in onderaanneming.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

3.3 Met onderaannemers werken

Om een zicht te krijgen op de problematiek van uitbesteding van de kernactiviteit van de koerierbedrijven werd gevraagd: “Maakt u zelf gebruik van onderaannemers voor het ophalen en afleveren van de zendingen voor wat betreft uw koerier- en/of expresseactiviteiten?”. Naast deze ja/nee vraag werd gevraagd met hoeveel onderaannemers men werkt, of deze éénmanszaken (die ook geen andere koeriers in onderaanneming hebben) dan wel bedrijven met meerdere koeriers zijn, alsook hoeveel voertuigen er op een doorsnee dag voor hen rijden. Deze laatste vraag om een indicatie te krijgen over de mate van uitbesteding. Hiervoor moeten we deze cijfers wel afzetten ten opzichte van de eigen voertuigen. Vervolgens werden de bedrijven geconfronteerd met een aantal uitspraken in verband met de redenen om met onderaannemers te werken en werd er telkens gepeild naar de mate waarmee men er akkoord mee kon gaan. Tenslotte werd dan gevraagd de meest doorslaggevende reden aan te geven.

In totaal zegt 62% van de bedrijven met onderaannemers te werken. Maar er zijn grote verschillen afhankelijk van de omzet die een bedrijf realiseert. Zo blijkt 33% van de kleine bedrijven (omzet < 3 milj.), 72% van de middelgrote (omzet tussen 3 en 20 milj.) en 95% van de grote (omzet < 20 milj.) minstens af en toe met onderaannemers te werken.

3.3.1 Aantal onderaannemers

De vraag naar het aantal onderaannemers waarmee gewerkt wordt, werd gesteld in aanloop van de volgende vraag over het type onderaannemers waarmee men werkt. Het absolute aantal onderaannemers zegt immers weinig. Deze variabele kent een grote spreiding (van 1 tot 200) en hangt zeer sterk samen met de grootte van het bedrijf. Als het aantal onderaannemers wordt opgeteld die de 207 bedrijven genoemd hebben, komen we aan het cijfer 2558. We hebben echter geen enkele indicatie voor hoeveel bedrijven die onderaannemers rijden, m.a.w. hoe vaak ze in dit totaal meegeteld zijn. Indien 5 bedrijven met dezelfde onderaannemers werken, wordt die 5 keer meegeteld.

Tabel 13: Bedrijven en het aantal onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)

aantal onderaannemers	% bedrijven naar grootte			
	totaal	< 3 milj. (N=127)	3-20 milj. (N=126)	> 20 milj. (N=73)
geen	38%	67%	28%	5%
1 of 2	19%	21%	22%	11%
3 of 4	11%	6%	17%	8%
5 tot 10	18%	6%	23%	31%
> 10	14%	0%	10%	45%

3.3.2 Type onderaannemers

Tabel 14: Bedrijven en het type onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)

	% bedrijven naar grootte			
	totaal	< 3 milj. (N=127)	3-20 milj. (N=126)	> 20 milj. (N=73)
enkel bedrijven	17%	21%	10%	23%
bedrijven >zelfstandigen	13%	10%	12%	17%
zelfstandigen <bedrijven	16%	7%	16%	23%
enkel zelfstandigen	54%	62%	62%	37%
	100%	100%	100%	100%

Uit deze cijfers blijkt dat de meerderheid van de bedrijven (54%) enkel met zelfstandige chauffeurs werkt. Dit cijfer ligt voor de kleine en middelgrote bedrijven zelfs nog hoger, nl. 62%, terwijl dat bij de grote bedrijven een stuk lager ligt, nl. op 37%. Grote bedrijven kiezen er duidelijk meer voor om met bedrijven met meerder koeriers te werken dan met zelfstandige chauffeurs. 23% van hen werkt zelfs uitsluitend met bedrijven met meerdere chauffeurs (uitleg, interpretatie later?).

3.3.3 Vloot onderaannemers

Alle bedrijven samen rapporteren dat er dagelijks zo een 2215 voertuigen van onderaannemers voor hen op de baan zijn. Wanneer we dit cijfer optellen bij het aantal eigen voertuigen (waarvan we mogen veronderstellen dat die ook dagelijks op de weg zijn) dan komen we op een cijfer van 4310 voertuigen op de weg voor de 320 bedrijven die op deze vragen hebben geantwoord. Als we een schatting maken voor de hele populatie, komen we op een totaal van 5800 voertuigen die voor de koerier- en expressesector dagelijks op de baan zijn.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Tabel 15: Aantal bedrijven en de vloot van hun onderaannemers vs. hun eigen voertuigen, opgesplitst naar grootte (%)

	% bedrijven naar grootte			
	totaal	< 3 milj.	3-20 milj.	> 20 milj.
enkel eigen voertuigen	41%	71%	30%	6%
Eigen voertuigen >voertuigen onderaannemers	28%	18%	32%	38%
Voertuigen onderaannemers <eigen voertuigen	27%	11%	36%	39%
enkel voertuigen onderaannemers	4%	0%	2%	17%
	100%	100%	100%	100%

Om een indicator te hebben over de mate waarin er gebruik gemaakt wordt van onderaannemers werd het % voertuigen van onderaannemers afgezet tegenover het totaal aantal voertuigen. Uit deze cijfers blijkt dat er relatief meer grote bedrijven onderaannemers inschakelen, maar ook dat zij dit in grotere mate doen. Zo heeft 17% van de grote bedrijven geen enkel eigen voertuig rondrijden, dit ten opzichte van 2% van de middelgrote en 0% van de kleinere.

3.3.4 Motieven om met onderaannemers te werken

Om inzicht te krijgen in mogelijke motieven om met onderaannemers te werken, werd er met uitspraken gewerkt. Er werd dan gevraagd in welke mate men akkoord was met elke uitspraak (helemaal akkoord, eerder akkoord, eerder niet akkoord, niet akkoord).

De uitspraken waren de volgende:

Er wordt in de expresse- en koeriersector vaak met onderaannemers gewerkt omdat...

- *de loonkost veel te hoog is.*
- *onderaannemers flexibeler inzetbaar zijn dan eigen personeel.*
- *onderaannemers meer verantwoordelijkheidszin hebben dan eigen personeel.*
- *het goedkoper is dan werken met eigen personeel.*
- *het organisatorisch anders onmogelijk is.*
- *de concurrenten hiermee gestart zijn.*
- *men hierdoor mee kwaliteit kan bieden.*
- *men zich op die manier een heleboel zorgen en administratie kan besparen.*

Tabel 16: Bedrijven en hun motieven om met onderaannemers te werken (%)

	loonkost	flexibeler	meer verant.	goed- koper	organi- satorisch	concurr- entieel	kwaliteit	zorgen en admin.
helemaal akkoord	64%	54%	55%	33%	36%	23%	25%	36%
eerder akkoord	24%	26%	24%	29%	32%	28%	37%	34%
eerder niet akkoord	7%	11%	10%	17%	15%	26%	20%	15%
helemaal niet ak- koord	5%	9%	11%	21%	17%	23%	18%	15%

Dat de loonkost een belangrijk element is daar is 88% van de bedrijven het mee eens. Het feit dat onderaannemers flexibeler inzetbaar zijn en dat zij meer verantwoordelijkheidszin hebben dan eigen personeel, is voor respectievelijk 80% en 79% van de bedrijven een reden om met onderaannemers te werken.

3.3.5 Voornaamste motief om met onderaannemers te werken

Achteraf werd ook gevraagd de volgens hen meest doorslaggevende reden aan te halen. Dit zorgde voor volgend resultaat:

Tabel 17: Bedrijven en hun voornaamste motief om met onderaannemers te werken

de hoge loonkost	34%
flexibeler inzetbaar	26%
organisatorisch	14%
het goedkoper is	9%
meer kwaliteit	6%
zorgen en administratie besparen	6%
meer verantwoordelijkheidszin	4%
de concurrenten	1%

De hoge loonkost is duidelijk de voornaamste reden om met onderaannemers te gaan werken, maar ook het feit dat ze flexibeler inzetbaar zijn speelt blijkbaar een belangrijke rol. 14% van de bedrijven stelt dat de voornaamste reden is dat het zonder onderaannemers organisatorisch onmogelijk is, hetgeen sterk aanleunt bij het feit dat ze flexibeler inzetbaar zijn.

4. MARKTPOSITIE

4.1 Evolutie concurrentie

Er werd gepolst naar hoe de koerierbedrijven de concurrentie zien evolueren. Eén vijfde (19%) voorspelde dat die zou afnemen, één vijfde dat die zou gelijk blijven, maar de meerderheid (61%) vreesde dat die nog zou toenemen. Niet onbelangrijk wellicht om voor ogen te houden dat het gaat om voorspellingen gemaakt in juni 2000. De marktsituatie is sindsdien weer veranderd.

Er is geen significante relatie gevonden met grootte van bedrijf.

4.2 Grootste concurrenten

Om enig zicht te krijgen op het type concurrenten welke twee van de volgende mogelijke types concurrenten, hun grootste concurrenten waren: taxi's, de reguliere diensten van De Post, de kleine stadskoeriers, EMS-taxipost, de multinationals of de kleine- en middelgrote ondernemingen.

Tabel 18: Bedrijven en hun grootste concurrenten, opgesplitst volgens grootte (%)

	totaal	< 3 milj.	3-20 milj	> 20 milj.
taxi's	4%	2%	5%	7%
De Post	7%	5%	12%	4%
kleine stadskoerier	20%	22%	20%	19%
EMS-taxipost	23%	24%	25%	18%
multinationals	33%	36%	32%	30%
KMO's	60%	57%	63%	68%

Het meest genoemd zijn de kleine- en middelgrote ondernemingen. Er zijn opvallend weinig verschillen naargelang de omzet van een bedrijf. Ook 68% van de grote noemt de KMO's als één van hun 2 voornaamste concurrenten.

4.3 Concurrentieel voordeel

Het opzet was enig zicht te krijgen in de profilering van de bedrijven. Er werd dan ook aan de bedrijven gevraagd in welke mate zij dachten dat een aantal factoren een rol zouden spelen bij de keuze van hun klanten voor hun bedrijf. De factoren die werden opgesomd waren: de prijs, de klantvriendelijkheid, de betrouwbaarheid, de snelheid, het imago, de track- en tracefaciliteiten, de diversiteit in het aanbod en de bijkomende meer logistieke activiteiten.

4.3.1 Verschillende factoren

Tabel 19: Bedrijven en hun concurrentieel voordelen (%)

	Logistieke act.	Track- & trace	Prijs	Diversiteit	Imago	Snelheid	Klantvriendelijk	Betrouwbaarheid
zeker wel	21%	23%	25%	36%	34%	68%	61%	82%
waarschijnlijk	27%	31%	36%	32%	40%	27%	35%	18%
waarschijnlijk	21%	19%	21%	19%	20%	4%	3%	0%
zeker niet	30%	27%	18%	13%	6%	1%	1%	0%

Opvallend is dat alle bedrijven stellen dat betrouwbaarheid zeker wel of waarschijnlijk wel een element is voor hun klanten om voor hen te kiezen. Ook klantvriendelijkheid en snelheid worden door bijna alle bedrijven (95%) aanzien als belangrijke elementen. Van de prijs zegt 61% dat het zeker wel of waarschijnlijk wel meespeelt, hetgeen lager is dan we verwachtte.

4.3.2 Voornaamste factor

Nadien werd gevraagd om uit al deze factoren, de voornaamste aan te wijzen.

Tabel 20: Bedrijven en hun concurrentieel voordelen (%)

de betrouwbaarheid	57%
de snelheid	15%
de prijs	10%
de klantvriendelijkheid	10%
de diversiteit	5%
het imago	1%
de track- & tracefaciliteiten	1%
de logistieke activiteiten	1%

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Betrouwbaarheid steekt hier duidelijk met hoofd en schouders boven de rest uit. Voor bijna 6 op 10 bedrijven is betrouwbaarheid de voornaamste factor waarom hun klanten voor hen kiezen. Voor 15% van de bedrijven is dat de snelheid. De prijs en de klantvriendelijkheid worden beiden door 10% van de bedrijven aanzien als het belangrijkste.

Gezien de veel gehoorde klacht over de sterke prijsconcurrentie in de sector was dit resultaat enigszins verrassend.

Wanneer we de top 3 hiervan vergelijken bij de verschillende groepen bedrijven, opgedeeld naar grootte, krijgen we echter volgend resultaat:

Tabel 21: Bedrijven en hun voornaamste concurrentieel voordeel, opgesplitst naar grootte (%)

<3 milj.	3-20milj	. >20 milj.	TOTAAL
betrouwbaarheid (51%)	betrouwbaarheid (63%)	betrouwbaarheid (63%)	betrouwbaarheid (58%)
snelheid (20%)	snelheid (14%)	klantvriendelijkheid (11%)	snelheid (15%)
prijs (20%)	klantvriendelijkheid (13%)	snelheid (9%)	klantvriendelijkheid (9%)

Dit gaat over het beeld wat de bedrijven hebben over waarom hun klanten voor hen kiezen. Over wat de klanten zelf vinden, hebben we geen gegevens.

5. PROBLEMEN BIJ BEDRIJFSVOERING

Om een idee te krijgen van de mate waarin de problemen die tijdens de interviews van het vooronderzoek naar voor kwamen ervaren werden door de sector, werden er een aantal problemen opgesomd en werd er dan gevraagd of dit, volgens hen, een zeer groot probleem is, een groot probleem, een minder groot probleem, dan wel geen probleem. Achteraf werd dan gevraagd welk probleem volgens hen het voornaamste is.

5.1 Mogelijke problemen op een rij

De problemen die opgesomd werden zijn:

- de steeds hogere eisen van de klanten
- de rekrutering van geschikte werknemers
- het gebrek aan controlemogelijkheden bij de chauffeurs
- de kwaliteit van de onderaannemers
- de Belgische arbeidsreglementering
- het opvangen van de pieken
- het vinden van onderaannemers
- het gebrek aan specifieke opleidingen voor de sector (dispatching, koerier,...)
- het feit dat er geen vergunningsplicht is in de sector

Tabel 22: De problemen in de sector volgens de bedrijven (%)

	de Belgische arbeidsregl.	rekrutering werknemers	opvangen pieken	geen vergunningsplicht	onderaannemers vinden	gebrek aan opleidingen	eisen klanten	kwaliteit onderaannemers	gebrek aan controle
zeer groot probleem	32%	33%	13%	22%	13%	8%	7%	10%	5%
groot probleem	36%	35%	34%	24%	27%	26%	25%	21%	21%
minder groot probleem	19%	18%	31%	22%	31%	38%	36%	40%	37%
geen probleem	13%	14%	22%	32%	29%	28%	32%	29%	27%

Bijna 7 op 10 van de bedrijven vindt de Belgische arbeidsreglementering een zeer groot of groot probleem. Hetzelfde geldt voor de rekrutering van geschikte werknemers.

Het feit dat er geen vergunningsplicht is in de sector wordt door 22% als een zeer groot probleem ervaren, door 24% als een groot probleem, door 22% als een minder groot probleem en door 32% als geen probleem.

Een gebrek aan specifieke opleidingen wordt slechts door 8% ervaren als een groot probleem. Anderzijds is er ook slechts 28% die het geen probleem vinden.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

5.2 Het voornaamste probleem

Tabel 23: Het voornaamste probleem in de sector volgens de bedrijven (%)

de Belgische arbeidsreglementering	26%
geen vergunningsplicht	22%
rekrutering werknemers	17%
opvangen pieken	9%
vinden onderaannemers	7%
hogere eisen klanten	7%
geen grote problemen	4%
kwaliteit onderaannemers	3%
gebrek aan opleidingen	3%
gebrek aan controle chauffeurs	2%

Wanneer gevraagd wordt er het belangrijkste probleem uit te pikken, blijkt de Belgische arbeidsreglementering bovenaan het lijstje te prijken, gevolgd door het feit dat er geen vergunningsplicht is en de rekrutering van geschikte werknemers.

Tabel 24: Het voornaamste probleem in de sector volgens de bedrijven, opgesplitst naar grootte (%)

<3 milj.	3-20 milj.	>20 milj.	TOTAAL
Belg. arbeidsregl. (29%)	Belg. arbeidsregl. (31%)	geen vergunningsplicht (28%)	Belg. arbeidsregl. (29%)
geen vergunningsplicht (20%)	geen vergunningsplicht (20%)	rekrutering personeel (26%)	geen vergunningsplicht (23%)
opvangen pieken (19%)	rekrutering personeel (17%)	Belg. arbeidsregl. (19%)	rekrutering personeel (18%)

Als we een vergelijking maken tussen de verschillende groepen bedrijven afhankelijk van hun omzet met betrekking tot hun top 3 van problemen, valt op dat bij de grote bedrijven de grootste groep geen vergunningsplicht als voornaamste probleem, gevolgd door de rekrutering van het personeel en pas in 3^e instantie de Belgische arbeidsreglementering.

Bij de kleine bedrijven valt op dat toch 20% van hen het feit dat er geen vergunningsplicht is in de sector, beschouwt als het voornaamste probleem.

6. PERSONEELSBELEID

Om enig zicht te krijgen op het personeelsbeleid van de bedrijven werden er twee functies meer in detail bekeken: de functie van koerier en de functie van de bediende die de orders opneemt.

6.1 De functie van koerier

6.1.1 Aantal koeriers in dienst

We bekijken hier of en zo; ja hoeveel koeriers men in dienst heeft. Zoals eerder vermeld, heeft 53% van de bedrijven geen werknemers in dienst en dus ook geen koeriers. Daarbij komt nog 11% van de bedrijven die wel werknemers in dienst hebben, maar toch geen koeriers. Slechts 36% van de bedrijven in de sector hebben met andere woorden koeriers in dienst.

In totaal werken er 1433 koeriers in de bedrijven die meegewerkt hebben aan het onderzoek, 51% daarvan werkt voor één van de 4 integrators.

Hoe meer omzet, hoe meer koeriers er in dienst zijn over het algemeen. Toch valt op dat 29% van de bedrijven met een omzet groter dan 20 miljoen geen koeriers in dienst hebben.

Tabel 25: Bedrijven en het aantal koeriers in dienst, opgesplitst naar grootte (%)

	totaal	<3milj.	3-20 milj.	>20 milj.
geen wn'ers-geen koeriers	53%	90%	44%	4%
wel wn'ers-geen koeriers	11%	2%	12%	25%
< 6 koeriers	26%	9%	39%	39%
6-10 koeriers	3%	0%	3%	9%
>10 koeriers	6%	0%	0%	23%

Over wie dan uiteindelijk de koerieractiviteiten uitvoert, gaan we in hoofdstuk IV in.

6.1.2 Contract koeriers

Van alle koeriers heeft 54% arbeidersstatuut en 46% bediendestatuut. Opvallend is dat bijna alle (94%) koeriers met een bediendestatuut tewerkgesteld zijn bij de integrators.

6.1.3 Flexibiliteit bij koeriers

Om de nodige flexibiliteit in de organisatie van het bedrijf te krijgen, heeft de leiding verschillende instrumenten met betrekking tot arbeidsorganisatie en personeelsbeleid, waarvan het gebruik kan maken. Hier worden er een aantal op een rij gezet voor wat betreft de koeriers.

- *weekendwerk*

In bijna 4 op 10 bedrijven (met koeriers in dienst) komt weekendwerk voor bij koeriers. Dit blijkt vooral te gebeuren in de middelgrote bedrijven met een omzet van 3 tot 20 miljoen. Daar bestaat weekendwerk voor koeriers in 51% van de bedrijven.

- *nachtwerk*

Nachtwerk gebeurt in 46% van de bedrijven.

- *deeltijds werk*

Deeltijds werk komt in 39% van de bedrijven voor. Maar beduidend meer in de kleinere bedrijven dan in de grote. Bij de kleinste bedrijven ligt het percentage op 73% bij de middengroep op 44% en bij de grotere bedrijven op 26%.

- *variabele uurroosters*

In 66% van de bedrijven werkt men met variabele uurroosters voor koeriers. Er werd daarbij ook gevraagd hoeveel dagen op voorhand de koeriers hun rooster kende (zie tabel 26). Uit de resultaten blijkt dat slechts in 10% van de bedrijven de koeriers hun rooster 14 dagen of langer op voorhand krijgen.

Tabel 26: Bedrijven en het aantal dagen dat het uurrooster voor de koerier op voorhand gekend is (%)

Niet	27%
1 dag	36%
2-7 dagen	27%
>14 dagen	10%

- *gebroken uurroosters*

In 38% van de bedrijven werkt men met gebroken uurroosters of split shifts.

- *ploegensysteem*

Slechts 16% van de bedrijven zegt met een soort van ploegensysteem te werken voor hun koeriers.

- *overuren*

Overuren worden er in 55% van de bedrijven door koeriers gepresteerd. In iets meer dan de helft (56%) van die bedrijven gebeurt dat vaak, in de andere zelden.

- *tijdelijke contracten*

Van tijdelijke contracten wordt slechts zeer uitzonderlijk gebruik gemaakt. Slechts 2% van de bedrijven zegt koeriers in dienst te hebben met een tijdelijk contract.

- *interimarbeid*

Interims inschakelen als koeriers gebeurt ook vrij beperkt. Slechts 16% van de bedrijven zegt dat te doen;

- *oproepcontracten*

Hoewel het onwettelijk is, geeft toch 14% van de bedrijven tot met dergelijke contracten te werken.

- *tijdelijke werkloosheid*

Gebruik maken van de regeling “tijdelijke werkloosheid” gebeurt slechts in 2% van de bedrijven.

Verwijderd: infodossier - klad-
versie 4

6.1.4 Opleidingsniveau koeriers

De koeriers hebben over het algemeen een vrij hoog opleidingsprofiel: 41% heeft een diploma hoger onderwijs, 41% een diploma middelbaar onderwijs en 18% een diploma lager onderwijs.

Bij de integrators zijn de koeriers nog hoger geschoold. Zeven op tien van de koeriers die voor de integrators werken hebben een diploma hoger onderwijs, 27% een diploma middelbaar onderwijs en 3% een diploma lager onderwijs.

6.1.5 Verloop koeriers

Gemiddeld ligt de instroom van koeriers op 58% en de uitstroom op 39%. Als we de in- en uitstroom voor de hele sector berekenen komen we op 40% en 24%. Er is in elk geval een groot verloop en een stijging van ongeveer 20% van het personeelsbestand te noteren.

6.1.6 Jobinhoud koeriers

Er werd ook gepeild naar de mate waarin koeriers magazijnactiviteiten (laden, lossen, sorteren, ...) dienen uit te voeren. In 34% van de bedrijven vormen deze activiteiten een vast deel van hun job, in 27% van de bedrijven dienen ze dat slechts occasioneel te doen en in 38% van de bedrijven maken deze activiteiten geen deel uit van hun job.

6.2 De functie van bediende die de orders opneemt

6.2.1 Het opnemen van de orders

Eerst en vooral wilden we weten of de functie van bediende die orders opneemt wel bestaat. Aan de bedrijven met werknemers in dienst, werd dan ook gevraagd wie bij hen de orders opneemt. De alternatieve antwoordmogelijkheden waren: de zaakvoerder of directie zelf, een klantendienst die uitbesteed is, bedienden die o.a. klantencontacten verzorgen, een eigen aparte klantendienst of *customer-service*. Men kon meerdere antwoordmogelijkheden aangeven. Deze vraag is enkel gesteld aan bedrijven met personeel in dienst.

In 68% van bedrijven met personeel in dienst is het toch de zaakvoerder of directie zelf die de orders opneemt. Bij 2% van die bedrijven is de klantendienst uitbesteed. In 38% van die bedrijven heeft men bedienden in dienst die orders opnemen, maar daarnaast ook een aantal andere taken uitvoeren. Slechts 15% van de bedrijven met personeel heeft een aparte klantendienst of customer-service.

6.2.2 Aantal bedienden die orders opnemen

Tabel 27: Bedrijven en het aantal orderopnemers in dienst, opgesplitst naar grootte (%)

	totaal	<3milj.	3-20 milj.	>20 milj.
geen w'n'ers-geen orderopnemers	53%	90%	44%	4%
wel w'n'ers-geen orderopnemers	25%	7%	41%	25%
1-2 orderopnemers	13%	3%	13%	32%
3-4 orderopnemers	6%	0%	2%	22%
>4 orderopnemers	3%	0%	0%	14%

Op te merken valt dat slechts 22% van de bedrijven bedienden die orders opnemen in dienst hebben.

6.2.3 Flexibiliteit bij bedienden die orders opnemen

- *weekendwerk*

In 20% van de bedrijven met bedienden die orders opnemen in dienst, werken ze ook in het weekend.

- *nachtwerk*

In 17% van deze bedrijven is er ook nachtwerk voor deze bedienden.

- *deeltijds werk*

In 25% van de bedrijven zijn er ook bedienden die orders opnemen met een deeltijds contract.

- *variabele uurroosters*

In 35% van deze bedrijven hebben deze bedienden een variabel uurrooster.

- *gebroken uurroosters*

Gebroken uurroosters of split shifts komen in 10% van de bedrijven met bedienden die orders opnemen in dienst voor.

- *ploegensysteem*

14% van de bedrijven met bedienden in dienst hebben een soort van ploegensysteem.

- *overuren*

32% van de bedrijven zegt dat hun bedienden die orders opnemen overuren maken.

- *tijdelijke contracten*

In 16% van de bedrijven met bedienden die orders opnemen zijn er dergelijke bedienden met een tijdelijk contract.

- *interimarbeid*

In 13% van de bedrijven met bedienden die orders opnemen in dienst, maken soms gebruik van interimarbeid voor deze functie.

- *oproepcontracten*

In 5% van de bedrijven zegt men met oproepcontracten te werken voor hun bedienden die orders opnemen.

6.2.4 Opleidingsniveau bedienden die orders opnemen

Ongeveer 35% van de bedienden die orders opnemen heeft een diploma hoger onderwijs, 59% een diploma middelbaar onderwijs en 6% lager onderwijs.

Voor de integrators liggen die cijfers ongeveer gelijk. Hiervan hebben 35% een diploma hoger onderwijs, 56% een diploma middelbaar onderwijs en 8% een diploma lager onderwijs.

6.2.5 Verloop bedienden die orders opnemen

De gemiddelde instroom voor deze functie ligt op 34%, de gemiddelde uitstroom op 15%. Er is dus een lager verloop dan bij de koeriers, maar ook een duidelijke groei.

Wanneer de in- en uitstroom voor het geheel van bedrijven die hebben meegewerkt wordt berekend, komen we op 29%, respectievelijk 15%.

HOOFDSTUK IV: ENKELE THEMA'S UITGELICHT

1. AFBAKENING VAN DE SECTOR

In dit onderzoek zijn we net van de Gouden Gids vertrokken om alle actoren die zich bewegen op de markt van koerier- en expresse te vatten. Uit de voorbereidende gesprekken kwam immers naar voor dat er steeds meer overlap is tussen verschillende types transportbedrijven. Traditionele transportbedrijven gaan expressediensten aanbieden en bedrijven die gestart zijn als koerier bewegen zich steeds vaker ook op andere transportmarkten. Het opzet van dit onderzoek was dan ook na te gaan in welke mate er overlap bestaat met de andere segmenten van transport.

Uit de cijfers blijkt dat dit fenomeen toch zeker niet overschat mag worden. Als we gaan kijken hoeveel koerierbedrijven andere dan koerierdiensten aan hun klanten aanbieden, is dat niet geheel onbeduidend. Zo biedt 46% volle vrachten aan, 27% groepage, 18% personenvervoer en 15% opslag. Maar wanneer er gevraagd wordt hoeveel procent van de omzet gegenereerd wordt door koerierdiensten (sprint+same day+24u), wordt dit beeld duidelijk genuanceerd. Bijna 6 op 10 bedrijven halen 100% van hun omzet uit hun koerieractiviteiten. Slechts 3% van de bedrijven haalt minder dan 25% van hun omzet uit koerieractiviteiten. Zij halen met andere woorden 75% of meer van hun omzet uit andere dan koerieractiviteiten. Samengevat kunnen we stellen dat er zeker overlap bestaat tussen de koerier- en expressesector en andere segmenten binnen transport, maar dat die toch nog vrij beperkt is, wanneer naar de omzet gekeken wordt.

Opvallend is nog dat bijna 1 op 5 bedrijven uit de sector bijna enkel en alleen sprintdiensten levert (>95% van hun omzet uit sprintactiviteiten). Slechts 3% doet bijna enkel (>95% van hun omzet) 24u-distributie.

2. ALGEMENE TYPERING VAN DE SECTOR

Uit het onderzoek komt enerzijds duidelijk naar voor dat het een zeer kleinschalige sector is, met zeer veel éénmanszaken en kleine en middelgrote bedrijven. Iets meer dan de helft van de bedrijven heeft geen werknemers in dienst en iets meer dan de helft van de bedrijven draait een omzet van minder dan 5 miljoen. Anderzijds zijn er een klein aantal zeer grote bedrijven. Zo is de tewerkstelling voor 60% geconcentreerd bij de vier integrators (DHL, FedEx, TNT en UPS). Alles samen heeft slechts 4% een omzet van meer dan 200 miljoen en heeft slechts 2% van de bedrijven uit de sector meer dan 200 werknemers in dienst.

De sector bestaat voor 94% uit zelfstandige bedrijven, 4% zijn dochters of vestigingen van buitenlandse bedrijven, 2% dochters of vestigingen van Belgische bedrijven.

Het is ook een zeer jonge sector. Meer dan 4 op 10 bedrijven is gestart na 1995. Voor de kleine bedrijven met een omzet kleiner dan 3 miljoen is dat zelfs voor meer dan 6 op 10 bedrijven het geval. Voor de grote bedrijven met een omzet meer dan 20 miljoen is dat voor 15% van hen het geval.

3. TYPERING VAN BEDRIJVEN BINNEN DE SECTOR

Wat grootte van de bedrijven betreft, kunnen we 3 types onderscheiden. Allereerst zijn er de éénmanszaken die 53% van het aantal bedrijven uit de sector uitmaken. Vervolgens zijn er de KMO's (1-50 werknemers) die 45% van de sector uitmaken en tenslotte de "grote" bedrijven met meer dan 50 werknemers (2%).

Wat het type diensten betreft, springen er de sprinters uit. Eén op 10 van de bedrijven doet enkel en alleen sprintdiensten (100% van de omzet uit sprintdiensten). Als we de marge iets verruimen (>95% van de omzet) komen we aan 19% van de bedrijven die bijna alleen sprintdiensten doen. 2% van de bedrijven doet enkel en alleen 24u-distributie. We hebben ook getracht enig zicht te krijgen op het concept van *one-stop-shop*. Als criterium hiervoor hebben we genomen dat minsten 6 van de 8 activiteiten die opgesomd werden (sprint, same day, 24u, 48u, groepage, volle vrachten, personenvervoer en opslag), door het bedrijf gebeurde. Het resultaat was dat 12% van de sector zich een "one-stop-shop" kunnen noemen.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Er is relatief weinig specialisatie wat betreft geografisch gebied. Bijna alle bedrijven bieden bijna alles aan: lokale diensten, nationale diensten, diensten naar de buurlanden, diensten binnen Europa en intercontinentale diensten. Slechts 10% van de bedrijven opereert enkel nationaal en slechts 3% enkel internationaal.

Opvallend is nog dat de helft van de bedrijven geen extra diensten aanbiedt, zoals douaneformaliteiten, verpakking,... Gezien de grote concurrentie, verwachtten we immers dat men precies door toegevoegde waarde aan te bieden, zijn concurrentiepositie tracht te vrijwaren of verstevigen.

Over het algemeen kan gesteld worden dat er ook relatief weinig specialisatie is in de sector wat betreft de types goederen die vervoerd worden. Hetgeen eruit springt is het feit dat 12% van de bedrijven voor meer dan 90% pakketten vervoeren.

Wat de problematiek van onderaanneming betreft, deze wordt verderop in dit hoofdstuk behandeld. Wat opvalt is dat 10% van de bedrijven voor 100% van hun omzet in onderaanneming rijdt, dus nooit voor eigen rekening. Daar tegenover is er 36% van de bedrijven die geen koeriers in dienst hebben, maar waar het ophalen en afhalen door onderaannemers gebeurt (eventueel in combinatie met zelf, als zelfstandige een aantal opdrachten uitvoeren).

4. DE CORE- BUSINESS: WIE VOERT DIE UIT?

Wie haalt de pakjes op en levert ze af? Is dat de zelfstandige ondernemer zelf? Zijn dat koeriers in loondienst of wordt deze activiteit uitbesteed?

Tabel 28: Bedrijven en het al dan niet in dienst hebben van koeriers gecombineerd met het al dan niet werken met onderaannemers (%)

geen koeriers + geen onderaannemers	28%
geen koeriers + wel onderaannemers	36%
wel koeriers + geen onderaannemers	10%
wel koeriers + wel onderaannemers	26%
	100% (N=342)

Uit de gecombineerde antwoorden van de vraag naar aantal koeriers in dienst en de vraag naar het al dan niet werken met onderaannemers blijkt dat 28% van de bedrijven geen koeriers in dienst heeft, maar ook nooit met onderaannemers werkt. Zij voeren de koerieractiviteiten met andere woorden zelf uit. 88% van hen heeft een omzet van kleiner dan 3 miljoen, de overige 12% een omzet van tussen de 3 en de 10 miljoen.

Of nog anders gesteld van alle bedrijven met een omzet kleiner dan 3 miljoen valt 62% onder deze categorie: zij hebben geen koeriers in dienst en werken niet met onderaannemers voor het ophalen en afleveren van zendingen.

Daarnaast is er 36% van de bedrijven die geen koeriers in dienst hebben maar wel met onderaannemers werken. Zij besteden met andere woorden de kernactiviteit van hun bedrijf volledig uit. Wat wel kan, is dat zijzelf als zelfstandige ook pakjes ophalen en afleveren.

Slechts in 1 op 10 van de bedrijven worden alle ophalingen en leveringen gedaan door koeriers in loondienst en tenslotte bestaat er in ongeveer 1 op 4 van de bedrijven een mix van onderaannemers en eigen personeel om de koerieractiviteiten uit te voeren.

Op de bedrijven die met onderaannemers werken gaan we in hieronder dieper in. Over het werken in deze sector gaan we verderop in.

4.1 Bedrijven die met onderaannemers werken meer in detail

Tabel 29: Bedrijven en het al dan niet in dienst hebben van koeriers gecombineerd met het al dan niet werken met onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)

	totaal	<3 milj.	3-20 milj.	>20 milj.
geen koeriers + geen onderaannemers	28%	62%	9%	0%
geen koeriers + wel onderaannemers	36%	29%	47%	29%
wel koeriers + geen onderaannemers	10%	5%	18%	5%
wel koeriers + wel onderaannemers	26%	4%	25%	65%
		100%	100%	100%

Van alle bedrijven samen is er 36% dat geen koeriers in dienst heeft, maar tegelijkertijd wel met onderaannemers werkt. Voor de kleine bedrijven met een omzet van minder dan 3 miljoen is dat 29%. Hier gaat het waarschijnlijk om kleine zelfstandigen die occasioneel, als ze een bepaalde opdracht niet aankunnen, die uitbesteden aan andere koeriers.

Bijna 4% van de koeriers met een omzet kleiner dan 3 miljoen stelt dat ze zowel eigen koeriers als onderaannemers pakjes laat afleveren en ophalen. Nu lijkt ons een dergelijk kleine omzet niet voldoende om personeel in dienst te hebben, tenzij deeltijds. Waarschijnlijker is, dat hoewel we spraakverwarring hebben trachten te vermijden, zij onderaannemers bedoelen wanneer er om koeriers gevraagd is.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

Van de bedrijven met een omzet van 3 tot 20 miljoen maakt bijna de helft gebruik van onderaannemers, terwijl ze zelf geen koeriers in dienst hebben. Hier gaat het veeleer over het type bedrijf waarvan de zaakvoerder ooit als éénmanszaak begonnen is, maar zich nu vooral bezig houdt met het aannemen van orders en de dispatching, terwijl de onderaannemers de concrete opdrachten uitvoeren. Van de grote bedrijven met een omzet van meer dan 20 miljoen is er 29% dat geen koeriers in dienst heeft en enkel met onderaannemers werkt. Op zich zou men kunnen verwachten dat met een dergelijke omzet, het werkvolume toch groot en stabiel genoeg zou moeten zijn om tenminste voor een groot deel met eigen personeel te werken. De overige 70% van de grote bedrijven doet dit blijkbaar ook: 5% enkel met eigen koeriers, 65% met een mix.

4.2 Type onderaannemers

Wanneer naar het type onderaannemers gekeken wordt, zie je duidelijk dat hoe groter de omzet, hoe meer men met bedrijven met meerdere koeriers werkt en hoe minder met zelfstandige koeriers. Concreet betekent dit dat grotere bedrijven opdrachten doorgeven aan -veelal- kleinere bedrijven. Het grote voordeel hiervan is dat ook de planning en administratie voor een gedeelte worden uitbesteed. Wanneer met zelfstandige koeriers wordt gewerkt, is de opvolging die nodig is groter. Heel de koerieren- en expressesector wordt dan ook getypeerd door netwerken en een soort van cascadesysteem; heel grote bedrijven, besteden alle of bepaalde opdrachten (vaak bijvoorbeeld bepaalde regio's: Limburg, West-Vlaanderen, Wallonië,..) uit aan kleinere bedrijven die op hun beurt weer andere bedrijven of kleine zelfstandigen inschakelen om het concrete werk te leveren. Op die manier trachten deze bedrijven zo flexibel en goedkoop mogelijk in te spelen op de vraag.

4.3 Redenen om met onderaannemers te werken

Heel wat werkgevers in de sector geven aan dat zij het liefst met eigen personeel zouden werken, indien het mogelijk was. Het is volgens hen niet mogelijk omdat de marges erg klein zijn en de loonkosten veel te hoog. Uit het vooronderzoek kwam naar voor dat de meeste bedrijven zijn gestart met koeriers in loondienst maar dat ze, stelselmatig, naar eigen zeggen, zijn moeten overschakelen op onderaannemers.

Naast de loonkost speelt het feit dat onderaannemers nog flexibeler inzetbaar zijn dan eigen personeel een belangrijke rol. Veel werkgevers geven aan dat het zonder onderaannemers organisatorisch niet mogelijk is voldoende flexibel te zijn en efficiënt en rendabel te werken.

Door het werken met onderaannemers zijn de kosten makkelijk te beheersen, gezien de onderaannemers meestal een afgesproken bedrag per kilometer krijgen. De kosten voor een wagenpark vallen weg. Naar organisatie toe, maakt het wel niet makkelijker, hoewel steeds hetzij informeel of formeel afspraken gemaakt worden met de onderaannemers over wanneer en waar ze beschikbaar zijn.

Wat het gebruik maken van onderaannemers betreft, wordt door zowel werkgevers die met eigen personeel werken, als door werknemers aangegeven dat die onderaannemers vaak “schijnzelfstandigen” zijn.

Argumenten daarvoor zijn dat ze exclusief voor één bepaalde opdrachtgever rijden, dat ze in de kleuren en het uniform van de opdrachtgever rijden, dat zij het werk doen dat vroeger door een werknemer werd gedaan,... Om dit probleem te vermijden, werken de meeste bedrijven liefst met mensen die naast koerier zijn ook nog een andere zelfstandige activiteit hebben of gehad hebben. Zo zijn er heel wat vertegenwoordigers, mensen wiens partner een winkel uitbaat, horeca-uitbaters en dergelijke die ook als zelfstandig koerier opereren.

Wanneer met zelfstandige koeriers gesproken wordt, klagen ze vaak over de zeer grote werkdruk en het groot aantal uren dat ze moeten werken om een behoorlijk inkomen te hebben. De opdrachtgevers van hun kant, klagen over het gebrek aan discipline, verantwoordelijkheidszin en ondernemersschap.

Binnen de sector wordt er ook vaak gesproken over wantoestanden waarbij onderaannemers gedwongen worden zogenaamde “wurgcontracten” te ondertekenen, die het bij voorbaat onmogelijk maken rendabel te werken.

5. WERKEN IN DE KOERIER- EN EXPRESSESECTOR

De onvoorspelbare en wispelturige vraag van de klanten -24u/24u, 7dagen op 7, wanneer het nodig is- vereist een zeer flexibele organisatie om hierop in te spelen. Daarom wordt er zeer veel gebruik gemaakt van onderaannemers, maar proberen de bedrijven met personeel, hun personeel ook zo flexibel mogelijk in te zetten. Dit kan door met interimkrachten te werken, door zeer flexibele uurroosters te gebruiken of door met deeltijdse contracten te werken. We gaan hieronder wat dieper op in. Verder bekijken we nog enkele typische aspecten van de job van koerier.

Verwijderd: infodossier - kladversie 4

5.1 Flexibiliteit alom

5.1.1 Interimarbeid

Gezien het onvoorspelbare karakter van de activiteiten, zou interimarbeid een oplossing kunnen zijn voor het opvangen van pieken. Toch lijkt dit vooral een oplossing te zijn voor magazijnmedewerkers, sorteerders en eventueel administratieve functies. De functie van magazijnmedewerker is fysiek erg veeleisend, maar ervaring en kennis zijn hier van minder belang. Hiervoor worden, zo bleek uit het vooronderzoek, dan ook zeer vaak uitzendkrachten ingeschakeld, vooral gezien de krapte op de arbeidsmarkt en de moeite die bedrijven hebben deze functies in te vullen. Wat de administratieve functies betreft, schakelt men minder snel uitzendkrachten in. Uit de telefonische enquête bleek dat 13% van de bedrijven met bedienden –die orders opnamen- in dienst, ooit interimkrachten voor deze functie inschakelden.

Wat de koeriers zelf betreft, wordt vrij weinig met interimkrachten gewerkt: 16% van de bedrijven met koeriers in dienst geeft aan dat ooit te doen. Enerzijds speelt hier het feit dat het een erg veeleisende job is, waar je niet zomaar kan inspringen. Anderzijds wordt er sowieso al zeer veel met zelfstandige onderaannemers gewerkt, zodat zij ook worden ingeschakeld wanneer er een onverwachte piek is of vaste chauffeurs ziek vallen.

5.1.2 Flexibele uurroosters

Gezien het feit dat er echt in pieken gewerkt wordt, wordt vanuit werkgeversstandpunt gepleit voor zeer flexibele uurroosters om arbeid zo efficiënt mogelijk in te zetten. Concreet kan dit betekenen flexibel over het hele jaar in de zin van minder in de zomermaanden en meer in de wintermaanden. Maar ook zogenaamde *split-shifts* behoren tot de mogelijkheden. Dit betekent 's morgens een aantal uren werken, nadien een ruime middagpauze van een aantal uren en dan terug een aantal uren werken. Verder is weekendwerk en nachtwerk niet uitzonderlijk in deze sector en werkt men erg vaak met variabele uurroosters. Zo werkt men in 66% van de bedrijven met koeriers in dienst met variabele uurroosters voor hun koeriers. Het is slechts in 10% van deze bedrijven dat de koeriers hun uurroosters 14 dagen of langer op voorhand kennen. Het is duidelijk dat dit geen in teressante arbeidsomstandigheden zijn.

5.1.3 Deeltijdse arbeid

Een andere manier om pieken op te vangen is het inschakelen van deeltijdsen: mensen die werken van 5 tot 8u 's morgens bijvoorbeeld of van 18u tot 22u 's avonds. Vanzelfsprekend geldt dit niet voor de administratieve functies, maar vooral voor de magazijnfuncties en in iets mindere mate ook voor de koeriers.

De openstaande vacatures zijn dan ook in overgrote mate deeltijdse opdrachten. Wat de magazijnactiviteiten betreft zijn het vaak mensen die tijdelijk wat willen bijverdienen of zelfstandige zijn en toch een vast inkomen willen. Hun uurroosters zijn ook makkelijker te combineren met een andere job. Bij de koeriers ligt dit moeilijker. De meeste koeriers hopen na een zekere periode door te groeien naar een voltijdse baan. De werkgevers klagen in dit kader de werkloosheidsval aan. Ze betreuren het feit dat het voor heel wat werklozen niet veel oplevert om deeltijds te gaan werken. De rekrutering van nieuwe mensen is dan ook voor de meeste bedrijven een probleem.

5.2 Enkele typische aspecten van de job van koerier

5.2.1 Arbeiders- versus bediendenstatuut

Waar bij FedEx alle koeriers een bediendecontract hebben, hebben bij UPS een deel van de koeriers nog een arbeiderscontract en een ander deel een bediendecontract. Dit betekent dat mensen met identiek dezelfde job, verschillende arbeidsvoorwaarden hebben. De vraag is welk statuut het best is aangepast aan de job van koerier? En waar het bedrijf en de werknemers het voordeligst mee zijn? Op zich hebben in de transportsector chauffeurs een arbeiderscontract.

Maar een koerier is, zo wordt gezegd, meer dan een chauffeur. Hij verzorgt de contacten met de klanten, hanteert de nieuwste informatietechnologie en heeft een grote verantwoordelijkheid om alles goed te plannen zodat alles op tijd kan geleverd worden. Het onderscheid tussen arbeider en bediende is dan ook steeds moeilijker te maken en niet enkel in de koeriersector.

5.2.2 Polyvalentie, werkstress, rekrutering,..

De koerier moet, zoals gezegd, zeer veel verschillende taken uitvoeren. Er wordt dan ook van hem/haar een zeer groot aanpassingsvermogen, verantwoordelijkheidszin en stressbestendigheid verwacht. Ook is talenkennis een belangrijke vereiste. Op dit ogenblik is het dan blijkbaar ook zeer moeilijk om (goede) koeriers te vinden. De onregelmatige uren, de hoge werkdruk, de slechte bereikbaarheid van de bedrijfsterreinen zijn hier niet vreemd aan. In de streek van Halle-Vilvoorde is de werkloosheid ook zeer klein. Daarbij komt dat om op de bedrijfsterreinen rond Zaventem te geraken 's morgens vroeg of er weg te geraken 's avonds laat er geen openbaar vervoer beschikbaar is.

Verwijderd: infodossier - klad-
versie 4

Deze vrij moeilijke arbeidsomstandigheden zorgen ervoor dat er een groot verloop bestaat. Bij de rekrutering mikt men ook op jonge, vrij hooggeschoolde dynamische, krachten die dit werk tijdelijk willen doen. Vroeger waren de barema's ook op basis van leeftijd. Daardoor was men nog meer geneigd enkel jonge mensen aan te werven. Nu zijn er echter anciënniteitbarema's.

LITERATUURLIJST

NEA, *Onderzoek deelmarkt koerierdiensten*. Rijswijk, NEA, 1996.

Van Riet, J. & Ruijgrok, C.J. (1996). Expressevervoer in Europa: lessen voor Nederland. In: *Tijdschrift vervoerswetenschap*, 3, p249-263.

Stoop Sjef, van Baden Ron, Oldenziel Joris, *Fusies, overnames en het ontstaan van nieuwe multinationals. Ontwikkelingen in de koerier en logistieke sector*. Amsterdam, SOMO, 1999.

BIJLAGE 1: LIJST VAN GRAFIEKEN EN TABELLEN

grafiek 1:	het aantal koerierbedrijven in de periode 1994-1999	p.18
grafiek 2:	het aantal koerierbedrijven per gewest in 1999	p.18
grafiek 3:	aantal werknemers in 1999 in de koerierbedrijven	p.19
grafiek 4:	aantal Vlaamse koerierbedrijven volgens het aantal werknemers in 1999	p.19
tabel 1:	bedrijven per activiteit (%)	p. 42
tabel 2:	bedrijven naar aantal werknemers (%)	p. 42
tabel 3:	tewerkstelling in de sector	p. 43
tabel 4:	bedrijven naar omzet (%)	p. 44
tabel 5:	bedrijven naar de omzet die ze genereren door koerieractiviteiten (%)	p. 45
tabel 6:	bedrijven naar startjaar, opgesplitst naar grootte van bedrijf (%)	p. 46
tabel 7:	bedrijven naar het aandeel van documenten, pakketten en pallets die ze vervoeren (%)	p. 46
tabel 8:	bedrijven en het geografisch gebied waarbinnen ze opereren, opgesplitst naar grootte (%)	p. 47
tabel 9:	bedrijven en het voornaamste gebied waarbinnen ze opereren, opgesplitst naar grootte (%)	p. 48
tabel 10:	organisatie internationale zendingen volgens grootte van bedrijf	p. 48
tabel 11:	bedrijven en hun bijkomende diensten, opgesplitst naar grootte (%)	p. 49
tabel 12:	bedrijven en de mate waarin ze in onderaanneming werken (%)	p. 50
tabel 13:	bedrijven en het aantal onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)	p. 52
tabel 14:	bedrijven en het type onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)	p. 52
tabel 15:	bedrijven en de vloot van hun onderaannemers vs. hun eigen voertuigen, opgesplitst naar grootte (%)	p. 53
tabel 16:	bedrijven en hun motieven om met onderaannemers te werken (%)	p. 54
tabel 17:	bedrijven en hun voornaamste motief om met onderaannemers te werken (%)	p. 54
tabel 18:	bedrijven en hun grootste concurrenten, opgesplitst volgens grootte (%)	p. 55
tabel 19:	bedrijven en hun concurrentieel voordelen (%)	p. 56
tabel 20:	bedrijven en hun concurrentieel voordelen (%)	p. 56
tabel 21:	bedrijven en hun voornaamste concurrentieel voordeel, opgesplitst naar grootte (%)	p. 57
tabel 22:	de problemen in de sector volgens de bedrijven (%)	p. 58
tabel 23:	het voornaamste probleem in de sector volgens de bedrijven (%)	p. 59
tabel 24:	het voornaamste probleem in de sector volgens de bedrijven, opgesplitst naar grootte (%)	p. 59
tabel 25:	bedrijven en het aantal koeriers in dienst, opgesplitst naar grootte (%)	p. 60
tabel 26:	bedrijven en het aantal dagen dat het uurrooster voor de koerier op voorhand gekend is (%)	p. 62
tabel 27:	bedrijven en het aantal orderopnemers in dienst, opgesplitst naar grootte (%)	p. 64
tabel 28:	bedrijven en het al dan niet in dienst hebben van koeriers gecombineerd met het al dan niet werken met onderaannemers (%)	p. 69
tabel 29:	bedrijven en het al dan niet in dienst hebben van koeriers gecombineerd met het al dan niet werken met onderaannemers, opgesplitst naar grootte (%)	p. 70

BIJLAGE 2: ENQUETE: DE EXPRESSE- EN KOERIERSECTOR