



# Konkurrensen på den svenska postmarknaden

En rapport skriven av  
Semeru AB  
på uppdrag av Konkurrensverket

## Förord

I vissa delar av Konkurrensverkets rapport Åtgärder för bättre konkurrens (2009:4) har externa rapporter använts som underlag. På uppdrag av Konkurrensverket har Semeru AB kartlagt och analyserat konkurrensen på den svenska postmarknaden, främst brevmarknaden, med en internationell utblick.

Det är författaren själv som svarar för slutsatser och bedömningar.

Stockholm, mars 2009

Dan Sjöblom  
Generaldirektör

## **Rapport om konkurrensen på den svenska postmarknaden fr.o.m. 2005 med en internationell utblick men med den svenska marknaden som utgångspunkt <sup>1</sup>**

### **Utveckling och avreglering av brevmarknaden nationellt och internationellt**

Marknaden för utdelning av fysiska brev har varit en monopolmarknad fram till den 1 januari 1993 då Sverige som det andra landet i Europa öppnade upp brevmarknaden för konkurrens. Ett legalt statligt monopol hade då gällt sedan 1888. Det tidigare Postverket som var ett affärsdrivande verk gjordes nu om till det helstatligt ägda aktiebolaget Posten AB. Man förväntade sig då att många europeiska länder skulle följa efter och genomföra en liknande avreglering. Finland var det enda land som tidigare avreglerats vilket berodde på en förordning om monopol som slutade gälla den 1 juni 1991. År 1993 införde man i Finland en koncessionsavgift för de aktörer som inte kunde presterat rikstäckning vilket har lett till att finska Posten aldrig fått någon reell nationell konkurrens. Sedan dröjde det ända fram till år 2006, innan fler postoperatörer öppnade för nationell konkurrens.

EU har utfärdat ett direktiv<sup>2</sup> för medlemsländerna som skall vara vägledande för i vilken takt avregleringen skall ske. Ett förslag att avreglera distributionen av marknadskommunikation (brevreklam) redan 2003 blev aldrig genomfört. Förslaget drogs tillbaka när representanterna för de största postverken i Europa insåg att det var den delen av brevmarknaden som ökade, medan administrativ kommunikation (fakturor etc.) minskade.

Den 1 januari 2003 begränsades monopolet till brev som hade en vikt < 100 gram. Samtidigt avreglerades gränsöverskridande avgående post. Den avregleringen hade ingen reell betydelse, eftersom konkurrens förekom redan i slutet av 80-talet. Det var möjligt genom att man transporterade post i bulk till respektive land och holländska Posten var den postoperatör som var först med att utnyttja luckor i systemet. De hämtade stora volymer brev från bl. a. USA för inlämning i Europa. På den tiden var det s.k. avräkningssystemet gynnsamt och man betalade bara ett kilopris till resp. mottagarland. Brev med en vikt på exempelvis 20 gram fick då en väldigt låg kostnad eftersom det går 50 stycken 20 grams brev på 1 kilo och priset per kilo som man betalad till mottagarlandet var ca 30 SEK. Mottagarländerna i de industrialiserade länderna fick i de här fallen inte täckning för sina utdelningskostnader. Den här hanteringen kallas för remailing<sup>3</sup> och är idag starkt begränsad beroende på nya regelverk.

---

<sup>1</sup> Den 27 juni 2008 fick Semeru AB i uppdrag att utarbeta en rapport om konkurrensen på postmarknaden. Rapporten levererades till Konkurrensverket den 29 september 2008.

<sup>2</sup> EC Directive 2008/6/ES OF the European Parliament and of the Council of 20 February 2008.

<sup>3</sup> Remailing kallas den hantering av brevsändningar där man genom att gå via ett annat land kan sänka distributionskostnaden genom att använda ett annat avräkningssystem än REIMS. Exempel A-B-C remailing: A= avsändarland, B= transitland, C= mottagarland.

År 2006 begränsades monopolet ytterligare till brev som hade en vikt < 50 gram. Man kan dock konstatera att majoriteten av alla brev har en vikt som ligger under 50 gram. Man kan också notera att Schweiz (CH) som står utanför det europeiska samarbetet fortfarande har monopol på brev med en vikt < 100 gram.

Det dröjde fram till 2006, innan Storbritannien avreglerade sin brevmarknad. Det har visat sig att britten redan fått lönsamhetsproblem beroende på att deras nationella porto antagligen är för lågt. Royal Mail har sedan avregleringen 2006 avskedat 50 000 anställda och förlorat ca 25 % av brevvolymer. Royal Mails s.k. "Downstream Access" lösning har en låg vinstmarginal, vilket har lett till att konkurrenterna har kunnat konsolidera volymer och därmed kunnat erbjuda kunderna lägre priser. "Downstream Access" är en typ av tjänst som kan användas av kunder som sorterar breven till olika zoner, så att sändningen kan lämnas direkt till det aktuella utdelningsområdet, för den prestationen får kunden ett lägre pris. I UK finns s.k. mailinghouses som har stor kunskap inom området. De tar hand om fördelningen och sorteringen för kundens räkning mot en viss ersättning. Problemet med Royal Mails modell av "Downstream Access" är att de i sin prissättning inte tagit hänsyn till sina samkostnader<sup>4</sup> därför har vinstmarginalen på totalkostnaden<sup>5</sup> satts för lågt vilket har gynnat konkurrenterna. Royal Mail sköter i dag all utdelning av post men de aktörer som vill konkurrera på utdelningssidan kan inte köpa delar av en zon utan måste köpa hela zonen vilket är en konkurrensbegränsning.

Ledningen inom Royal Mail har försökt få regering att ställa upp på att ändra regelverket, så att Royal Mail kan kompensera sig för de förluster de gör efter avregleringen. Men något beslut vad det gäller ändringar av regelverket för att hjälpa Royal Mail att undgå ekonomiska förluster kommer antagligen inte att få gehör vare sig hos regering eller hos Postcomm<sup>6</sup>. Man använder även argument som minskande brevvolymer för att få gehör för sina önskemål. Anledningen till den uppkomna situationen är antagligen att Royal Mail hade en felaktig prissättning av tjänsten, innan marknaden avreglerades, vilket nu visar sig i form av lönsamhetsproblem. Svenska Posten har under våren gjort studiebesök hos Royal Mail för att eventuellt se, om det finns något att lära från Royal Mails avreglering.

Andra länder som aviserade att man skulle avreglera brevmarknaden 2006 var Norge, Danmark, Nederländerna och Tyskland. Norge bestämde sig för att skjuta upp avregleringen, när de fick en ny regering 2006. Danmark har skjutit upp avregleringen fram till EU-direktivets senaste stopptid som är 1 januari 2011. Om den aktuella sammanslagningen av svenska och danska Posten verkställs är det möjligt att en avreglering av den danska brevmarknaden kommer att tidigareläggas.

---

<sup>4</sup> Samkostnader: Kostnader för gemensamma resurser som tjänsten/produkten tar i anspråk.

<sup>5</sup> Total kostnad = Totala fasta kostnader + Totala rörliga kostnader.

<sup>6</sup> Postcomm = UK:s motsvarighet till PTS (Post och Telestyrelsen)

Tyska Posten avreglerades 1 januari 2008 efter att ha skjutit upp avregleringen 3 gånger. Tyska Postens representanter lyckades tillsammans med facket att få regeringen att ställa upp på att införa ett lönegolv på 9,50 Euro per timme för dem som arbetade inom Postsektorn. Beslutet fick konkurrenter som TNT (nederländska posten) och Pin Group (privatägt tyskt distributionsföretag) att hota att lämna den tyska brevmarknaden, eftersom deras personal hade en lön som låg ca 2 Euro lägre per timme. Det hotet hade ingen påverkan på beslutsfattarna. Nederländerna aviserade att avreglera 1 januari 2008 men sköt sedan fram datumet till 1 juli 2008. Ett par månader innan avregleringen skulle genomföras meddelade man att avregleringen skjutits upp ytterligare en tid med argumentet att tyska Posten satte ett lönegolv för konkurrenterna när de avreglerade.

Estniska Posten planerar att avreglera postmarknaden 2009. De söker nu efter en internationell investerare som kan stödja verksamheten när den inte längre skyddas av ett monopol. Intressenter finns och beslut om vem köparen blir kommer att fattas under 2008. Estniska Posten har även planer på en börsnotering samt att sälja sin huvudbyggnad i Tallin.

Franska Posten (La Poste) skall avregleras enligt EU direktivet 1 januari 2011. Franska Posten är en av landets största arbetsgivare med 280 000 anställda. Man har även aviserat en börsnotering av företaget. Den förestående avregleringen har redan lett till reaktioner från facket och kommer med all sannolikhet att föregås av strejker, för att försvara pensioner och 35-timmars arbetsvecka.

Man kan konstatera att det idag endast är fyra länder som avreglerat och att svenska Posten har varit framgångsrik vad gäller att slimma organisationen efter de nya förutsättningarna. På den svenska marknaden finns det idag ca 25 aktörer, men det finns bara ett reellt alternativ till svenska Posten och det är CityMail som till 100 % ägs av norska posten. Skillnaden är att CityMail inte har rikstäckning och produktutbudet är bara tillgängligt för kunder som har företagspost. Man kan även notera att Norge inte är medlem i EU, men de skrev under ESS-avtalet<sup>7</sup> 1994 och skall därför följa EU-direktivet som föreskriver en total liberalisering av brevmarknaden senast 1 januari 2011.

## Marknadsbeskrivning

Det finns i princip två huvudgrupper vad det gäller brevförsändelser, administrativ kommunikation (fakturor och daglig affärspost) och marknadskommunikation (adresserad reklam, kataloger etc). Det finns även en produkt som kallas Posttidning som har en prissättning som subventioneras av andra produktslag, trots att det s.k. tidningsstödet för distribution av tidningar inte längre finns kvar. Ytterligare en produkt är varor i brev som primärt konkurrerar med paket med en vikt upp till 2 kg.

---

<sup>7</sup> EES-avtalet omfattar Europeiska ekonomiska samarbetsområden.

Konkurrensen inom brevmarknaden har i huvudsak riktats mot adresserad reklam-post och Posttidningar, eftersom den lämnas in i stora volymer vid ett och samma tillfälle. De stora företagen har därför gynnats av avregleringen, medan små företag och privatpersoner får betala ett högre porto än före avregleringen. För privatpersoner, banker, försäkringsbolag, välgörenhetsorganisationer och ideella föreningar har införandet av moms haft en stor inverkan på den högre kostnaden eftersom de inte har möjlighet att dra av moms. Försäkringsbolag och banker ingår i ett system där man inte åläggs att lägga moms<sup>8</sup> på sina tjänster och de har därför inte heller möjlighet att göra momsavdrag. För de små företagen har kostnaden ökat beroende på att prissättningen nu är mer volymbaserad, sedan brevmarknaden blivit utsatt för konkurrens.

Att bedriva postverksamhet och utdelning av brev är en mycket personalintensiv verksamhet. Det är ett av huvudskälen till att det har varit svårt att få den marknaden att fungera vid en avreglering. Trots att den svenska brevmarknaden varit öppen för konkurrens i ca 15 år är det endast CityMail som har utsatt Posten för reell konkurrens. Det har alltså tagit 13 år för den enda betydande konkurrenten att uppnå vinst. Varför företag som CityMail lyckats överleva, trots att de visade röda siffror de första 12 åren och vinst först 2005, beror på att de hela tiden haft stöd av olika kapitalstarka ägare som Bonnier, Royal Mail och norska Posten som nu äger hela företaget. Det tyder på att postmarknaden är svår att utsätta för en konkurrens som leder till en väl fungerande marknad.

### **CityMails expansion**

CityMail startade sin verksamhet med utdelningen i centrala Stockholm och växte snabbt till att täcka även kranskommunerna. Göteborg, Malmö och Gotland blev nästa steg. CityMails kunder är företag inom privat och offentlig sektor. Exempel på branscher är bank, bensinbolag, dagligvaruhandeln, fastighet, förlag, försäkring, kommuner, postorder och telekom.

CityMail som numer heter Bring/CityMail når idag 2 270 000 hushåll och företag runt om i Sverige, vilket motsvarar 50 procent av alla hushåll och företag. I början av 2008 tog man ytterligare ett steg genom att utöka utdelningsområdet till att även täcka Mälardalen. Utökningen har resulterat i att ca 150 personer nyanställts. Man har planer på fortsatt expansion i Mälardalen och vid årets slut räknar företaget med att nå ytterligare 190 000 hushåll och företag. Då täcker CityMail ca 54 % av Sveriges alla hushåll och företag. Utöver detta har företaget en målsättning att klara utdelning av post till ca 60 procent av Sveriges hushåll och företag före 2009 års slut.

---

<sup>8</sup> Moms: Ingående moms = Inköp av varor och tjänster. Utgående moms = Försäljning av varor och tjänster. Banker, försäkringsbolag och föreningar lägger inte på moms på sina tjänster och har därför ingen möjlighet att vid inköp dra av moms.

Norska Posten konkurrerar genom sitt dotterbolag CityMail både i Sverige och i Danmark om de nationella brevkunderna. Inträdet på den danska brevmarknaden har lett till att Pan Nordic Logistics (PNL), som är ett samägt bolag mellan Post Danmark och Posten Norge, har hamnat i en situation där man samarbetar på paketmarknaden och konkurrerar på brevmarknaden. Det samarbetet har nu avbrutits och norska posten har köpt danska Postens andel i PNL. Det beror primärt på den förestående sammanslagningen mellan den svenska och danska Posten. Den svenska Posten är med i det europeiska paketsamarbetet DPD vilket gör att danska postens andel i PNL konkurrera med DPD:s verksamhet.

Bring/CityMail satsar även på en internationell expansion och kallar sig då för CityMail International. I Sverige har man anställt personal som tidigare varit anställd av svenska Posten med hopp om att de skall tillföra know-how och lyckas föra över några stora konton till CityMail International.

### **Hur påverkar 21-grams brevmarknaden**

Verksamheten som 21-grams AB bedriver går ut på att hjälpa kunden att hitta den billigaste mixen bland de olika distributörerna på den svenska brevmarknaden. Deras tjänst kallas portooptimering och de har utvecklat ett speciellt dataprogram, där de kan lägga in kundernas volymer och postnummerområden för att ta fram den mest kostnadseffektiva lösningen för kunden.

21-grams verksamhet har bidragit till att portoköparna blivit mer kunniga, vilket har lett till en ökad konkurrens. Man har även utbildat sina kunders personal i hur man optimerar sitt porto och vissa företag använder dem som portorådgivare. Företaget 21-grams konkurrerar inte med Posten och CityMail, däremot hjälper de sina kunder att hitta den mest ekonomiskt optimala lösningen för sina sändningar.

21-grams har även startat verksamhet i UK, eftersom deras verksamhet bara lämpar sig för avreglerade marknader.

### **Aktörer som konkurrerar om svenska kunders volymer till utlandet**

För svenska företag som har en stor del av sina kunder utanför Sverige ser situationen lite bättre ut, vad det gäller val av distributör. Det finns 6 operatörer som konkurrerar om de svenska företagens brev till utlandet. Posten Sverige, Swiss Post International, CityMail International (norska Posten), Global Mail (tyska Posten), Belgian Post International och MailWorld. MailWorld är för övrigt den enda leverantör som är privatägd. De övriga är stora nationella postverk som vill utöka sin marknad.

När Sverige avreglerade sin hemmamarknad blev intresset stort från andra europeiska postoperatörer att använda Sverige som testmarknad. De såg en möjlighet att förbereda sig och få kunskap inför sin egen framtida avreglering.

En möjlighet om man vill konkurrera och ha en hög och snabb leverans kvalitet är att inrätta ett s.k. ETOE (External Terminal Office of Exchange)<sup>9</sup> i ett annat land. Man får då möjlighet att använda terminalavgiftssystemet utan att gå via sitt hemland.

En operatör som öppnar ETOE på en annan marknad har vissa fördelar. De använder samma dokumentation som om de sänder försändelserna från sitt hemland, men försändelserna måste märkas med det landets landskod i den s.k. portobetalt-rutan. Den utländska aktören får på det här sättet möjlighet att konkurrera om de svenska kundernas volymer till utlandet även när det gäller priority service (A-post).

Idag är det bara Swiss Post International som kan konkurrera med svenska Posten om kunder som har behov av priority service (A-post) till utlandet. De öppnade en ETOE i Sverige 2005 och har i konkurrens med svenska Posten gjort flera försök att ta över de internationella brevvolymer från svenska kunder. De är dock mest framgångsrika mot små och medelstora företag.

Konkurrensen fungerar på följande sätt med Sverige som exempel: Svenska Posten har en prislista för internationella brev med en vinstmarginal på runt 50 % med en viss variation beroende på vikt och destination. När de lämnar offert till kunder med stora volymer lämnas rabatt med utgångspunkt från den officiella prislistan för utrikesbrev. Konkurrenterna däremot använder en mer kundpassad prissättning och utgår från kostnaden (terminalavgift) plus transportkostnad till resp. land, sedan lägger de på en vinstmarginal, som ofta är en för kunden lägre kostnad än svenska postens rabatterade prislista. Svenska posten har därför fått en hård konkurrens på utrikessidan speciellt när det gäller medelstora företag medan man varit relativt skicklig på att behålla en del stora kunder.

CityMail har tillgång till en ETOE som de för några år sedan öppnade i Malmö men som de inte använt, trots att det kan vara en fördel i konkurrens om de internationella brevvolymer. Man har nu fått en ny ledning för sin internationella enhet CMI (CityMail International) och de har planer på att utnyttja den här möjligheten.

Reglerna för ETOE har på senare år ändrats och numera krävs det tillstånd från landet man vill etablera sig i, vilket tidigare inte var fallet. I Sverige är det PTS (Post och Telestyrelsen) som ansvarar för tillståndsgivning.

Ett alternativ vid inlämning av större brevvolymer till ett specifikt land är att använda mottagarlandets nationella företagstjänster, vilka ofta är billigare än avräknings-systemens kostnader. Den lösningen används både av postoperatörer och av företagskunder.

---

<sup>9</sup> ETOE (External Terminal Office of Exchange): En postoperatör öppnar ett nationellt utväxlingskontor i ett annat land.



## Konkurrensen på paketmarknaden

Konkurrensen på paketmarknaden är hård och vinstmarginalerna i branschen har länge varit låga. Nu håller konkurrensen på att hårdna för de paketsändningar där mottagarna är privatpersoner. På den marknaden har Posten tidigare varit ett överlägset alternativ med sina lantbrevbärare och sin rikstäckning. Idag har många postorderföretag delat upp sina paket så att en del går med Schenker, som har en offensiv prispolitik. Schenker ägs av Deutsche Bahn<sup>10</sup> och den delen av Schenkers verksamhet som handlar om utdelning av paket till privatpersoner kallas Privpak. Schenker försöker hela tiden vidga sitt utdelningsområde. Enligt Schenkers representanter är det max 5 % av volymerna som lämnas över till Posten för utdelning.

DHL som ägs till 100 % av Deutsche Post har under våren startat en testverksamhet för leverans av paket till privatpersoner. De räknar med att börja sälja den nya pakettjänsten offensivt under hösten 2008, då systemet skall vara intrimmat och klart. De utlämningsställen som är aktuella i Sverige är Pressbyrån, 7-Eleven och ICA nära. Testverksamheten med samma tidsplan pågår även i NO, DK, FI, UK, NL och DE.

Svenska Posten har i nuläget en fördel vad det gäller paket med en vikt upp till 2 kilo, eftersom de då kan hanteras som varor i brev. Listpriset för varor i brev är vanligtvis lägre än konkurrenternas offererade priser för paket. En skillnad är dock att breven inte är försäkrade och de går inte att följa via en streckkod. De flesta postorderföretagen använder varubrev för vikter under 2 kilo och kompletterar sedan med pakettjänster från Posten eller från någon annan leverantör. Eftersom brev och paket är två skilda affärsområden har det varit intern konkurrens om paket som väger mellan 1-2 kg. Posten har därför startat ett projekt där man försöker samordna brev och paket för att komma ifrån den problematiken.

## Internationell Kostnadsstruktur

REIMS-avtalet (Remuneration of Exchange of International Mails)<sup>11</sup> styr ersättningsnivåerna för internationella brev mellan de europeiska länderna. Europakommissionen såg avtalet som konkurrensbegränsande och var därför mycket tveksam till att godkänna avtalet. Med hjälp av skickliga lobbyister samt en kvalitetsklausul lyckades man få igenom avtalet, trots att det i många fall är en hög vinstmarginal på avräkningspriserna. Avsändarlandet får idag betala 78,5% av det nationella portot för enstaka brev, vilket är betydligt högre än priset för många av de tjänster som erbjuds till mottagarlandets nationella företagskunder vilka lämnar in fler än 500 brev vid varje inlämning.

---

<sup>10</sup> Deutsche Bahn = Tysklands motsvarighet till SJ (Statens Järnvägar)

<sup>11</sup> REIMS-avtalet (Remuneration Exchanges of International Mails): Avräkningssystem som styr ersättningsnivåerna av internationella brev mellan de deltagande länderna.

REIMS-avtalets terminalavgiftssystem är dessutom ett mycket krångligt system, dels för att alla länder har olika inrikespriser och dels för att man dessutom skall väga in en kvalitetsklausul som skall vara uppfylld för att mottagarlandet skall erhålla full ersättning.

Några länder har lämnat REIMS samarbetet p.g.a. att de gör ekonomiska förluster på terminalavgifterna. Det beror på att de länder som har större export än import ofta missgynnas, eftersom brevvolymerna vanligtvis följer handelsbalansen. Dessa länder tecknar istället bilaterala avtal med de europeiska länderna som är med i REIMS-samarbetet. De avtalen har en lägre ersättningsnivå än nivån i REIMS-avtalet. Beräkningar har gjorts där man konstaterat att även svenska posten skulle tjäna på att stå utanför REIMS men man har valt att inte lämna samarbetet av politiska skäl.

Ett alternativ till REIMS-avtalet är det världsomfattande UPU-avtalet som är ett statsfördrag mellan länderna och används av alla länder som inte är med i REIMS eller har en bilateral lösning.

Länder som till dags dato lämnat REIMS-samarbetet är Royal Mail (UK), CCT Correios (PT), Correos y Telegrafos (ES). TNT Post (NL) har aldrig skrivit under REIMS-avtalet med de västeuropeiska länderna men är numer med i REIMS east som bara rör avräknings system mellan TNT och de östeuropeiska länderna.

### **Pris & Volymutveckling**

Volymutvecklingen av brev har inte haft den dystra utvecklingen som förutspåddes redan när faxen gjorde intåg på marknaden. Däremot kan man konstatera att faxen har fått en minskad betydelse. Sedan kom mailen som definitivt skulle slå ut det fysiska brevet, men det visar sig att inte heller det blev sant. Man kan notera en nedgång av fakturor och privatpersoners användning av fysiska brev. När det gäller fakturor har det tappet delvis kompenseras p.g.a. avregleringar som lett till att antalet aktörer på marknaden ökat och därmed även antalet fakturor.

Vad det gäller reklambrev har det skett en ökning under hela 2000 talet. Kombinationen försäljning via internet och fysisk bearbetning via Direkt reklam verkar vara en bra kombination.

Direktreklamen har haft en mycket positiv utveckling under hela 2000-talet. Den volymutvecklingen har påverkats av avregleringar för exempelvis el, telefoni etc. Den nya konkurrenssituationen med fler aktörer på de olika marknaderna har lett till att kommunikationsbehovet med kunderna har ökat.

På en internationell nivå har de senaste undersökningarna visat att s.k. Direct Mail (adresserad direktreklam) minskade med 9 % under 2007.

Undersökningen baseras på de 100 största Direct Mail användarna och rapporten är publicerad av Marketing Direct Today. Samtidigt har marknadsföringen via internet ökat med över 30 % konstaterar man i samma rapport.

Nedan följer ordinarie prislistor från Posten och CityMail för de produkter som har fått en reell konkurrens efter avregleringen. I urvalet finns därför endast priser för sorterade B-försändelser, adresserad DR och posttidningar.

CityMail har ingen officiell prislista som finns tillgänglig på deras hemsida men kan erhållas vid förfrågan. Att man inte lägger ut prislistan är en medveten strategi. Företaget vill ha en personlig kontakt med varje kund så man eventuellt kan lämna offert om kunden använder en konkurrent, eller har volymer och vikter som CityMail är intresserade av att konkurrera om.

Posten har utdelning varje vardag medan CityMail har en rullande utdelning varannan vardag. Här följer ett exempel. Vecka 1: måndag, onsdag och fredag. Vecka 2: tisdag och torsdag osv. CityMail kan alltså erbjuda 01-service beroende på när breven lämnas in.

### **Postens prislista för adresserad DR**

**ADR:** Utan exakthet – delas ut inom tre helgfria vardagar efter inlämningsdagen.

**ADR Exakt:** Exakt utdelningsdag – delas alltid ut tredje helgfria vardagen efter inlämningsdagen.

#### **Osorterad Pris i normaltrafik**

Minst 500	Per styck	Per kilo	Lägsta pris
ADR	3:05	17:17	3:22

#### **Sorterad Riks Pris i normaltrafik**

ADR Antal	Per styck	Per kilo	Lägsta pris
5 000 – 10 000	2:60	13:73	2:74
10 001 – 25 000	2:58	13:45	2:71
25 001 – 50 000	2:55	13:16	2:68
50 001 – 75 000	2:53	12:88	2:66
75001 – Offert	Offert	Offert	

#### **Sorterad Storstad Pris i normaltrafik**

ADR Antal	Per styck	Per kilo	Lägsta pris
5 000 – 10 000	2:20	13:73	2:34
10 001 – 25 000	2:18	13:45	2:31
25 001 – 50 000	2:15	13:16	2:28
50 001 – 75 000	2:13	12:88	2:26

75001 – Offert                      Offert                      Offert

## CityMail – Sorterad sändning

Prislista AR/DR 2008

Antalsintervall / Inlämning	Kr/st	Kr/kg	Dock lägst, kr/st
500	2,91	15,61	3,06
5 000	2,21	12,17	2,32
10 000	2,18	12,17	2,28
25 000	2,15	12,17	2,25
50 000	2,12	12,17	2,22
100 000	2,09	12,17	2,19
200 000	2,06	12,17	2,16

Vid en prisjämförelse av adresserade direktreklamsändningar kan man notera att volymgränser och priser inte skiljer sig så mycket. Vid ett viktintervall på 50 gram och med en volym på 5 000 resp. 50 000 försändelser, kan man konstatera att listpriset för sorterad storstad från Posten är 1 - 2 % högre än CityMails priser. Om man gör samma jämförelse men med sorterad rikssändning, så är Postens listpriser 16–17 % högre än CityMails priser, vilket beror på att CityMail inte kan erbjuda rikssändning utan att använda Posten. För mindre företag som har volymer < 5000 försändelser är Postens listpriser 6 % högre. För volymer som är större än 75 001 erbjuder Posten offertpriser medan CityMail har listpriser på volymer över 200 000 försändelser.

**Sorterad Posttidning** Minst 500 tidningsexemplar  
**Riks Posttidning B**

Antal	kr/ex	kr/kg	lägsta pris
500 – 10 000	1:85	8:01	2:45
10 001 – 25 000	1:83	8:01	2:43
25 001 – 50 000	1:80	8:01	2:40
50 001 – 75 000	1:77	8:01	2:37
75 001 –	1:74	8:01	2:34

**Sorterad Posttidning** Minst 5 000 tidningsexemplar sammanlagt till våra 18  
storstadsområden

**Storstad Posttidning B**

Antal	kr/ex	kr/kg	lägsta pris
5 000 – 10 000	1:55	8:01	2:15
10 001 – 25 000	1:53	8:01	2:13
25 001 – 50 000	1:50	8:01	2:10
50 001 – 75 000	1:47	8:01	2:07
75 001 –	1:44	8:01	2:04

**Osorterad Posttidning** Inget minimiantal  
**Posttidning B**

Antal	kr/ex	kr/kg	lägsta pris
1-	2:48	12:31	3:40

**Övriga avgifter** Grundavgift 4 500 kr/år  
Registreringsavgift 5 500 kr

## CityMail – Sorterad sändning

### Prislista Posttidning 2008

Antalsintervall / Inlämning	Kr/st	Kr/kg	Dock lägst, kr/st
500	1,70	7,28	2,32
5 000	1,45	7,28	2,06
10 000	1,43	7,28	2,04
25 000	1,41	7,28	2,02
50 000	1,39	7,28	2,00
100 000	1,36	7,28	1,97

Vid en liknande prisjämförelse av posttidningar kan man notera att volymgränser och priser inte heller skiljer sig nämnvärt. Vid ett viktintervall på 150 gram och med en volym på 10 000 resp. 50 000 försändelser, kan man konstatera att listpriset från Posten är 8 % högre än CityMails priser. Om man gör samma jämförelse men med sorterad posttidning rikssändning är Postens listpriser 20 % högre av samma skäl som nämns under adresserad direktreklam. För mindre företag som har volymer < 5000 försändelser är Postens listpriser 9 % högre.

Varför en sändning med tidningar som väger t.ex. 150 gram är billigare än en motsvarande sändning med kuverterade brev beror på att tidningar tidigare varit subventionerade av staten. Den subventionen avspeglar sig fortfarande i prissättningen av tidningar. Breven fungerar bra i sorteringsmaskinerna medan tidningar ofta är plastade och mer svårhanterliga ur produktionssynpunkt. Det finns alltså inga produktionstekniska skäl till att erbjuda ett lägre pris.

Man får även lägga på minnet att ovanstående priser är listpriser. Vid ett förhandlingsläge är dessa priser förhandlingsbara och rabatter på mellan 10 - 20 % är inte ovanliga. Det finns dock en uppfattning i branschen att CityMail och Postens priser börjar närma sig varandra på ett sätt som påminner om våra svenska oligopolmarknader som bank, försäkringsbolag, drivmedel, el och telefoni.

## **Konkurrensproblem**

Sedan avregleringen började genomföras har intresset för de avreglerade marknaderna blivit stor. Sverige har sedan avregleringen genomfördes blivit en testmarknad för flera av de stora europeiska postoperatörerna.

## **Konsekvensen av stora aktörers uppköp av konkurrenter**

Man kan notera hur postoperatörer, som har monopol på sin hemmamarknad, försöker ta sig in på de avreglerade marknaderna för att utöka sin kundstock och primärt ta hand om de kunder som har volymer till deras hemmamarknad. De försöker även konkurrera om volymer till andra destinationer. Man kan säga att avregleringen har lett till att man nu offensivt försöker försvara sin hemmamarknad genom att komplicera sitt nationella produktutbud och genom att själv ta hand om dessa volymer. De flesta postoperatörer avreglerar tidigast 1 januari 2011 men de har redan börjat anpassa sina produkter till den nya situationen.

Man kan också konstatera att posttjänsterna har fått en mycket stor prisdifferens mellan enstaka brev och brevsändningar efter avregleringen. Samtidigt kan man också notera, i de prislistor som finns representerade under punkten *Prisutveckling och jämförelse mellan olika försändelseslag*, att de två stora aktörerna på den svenska marknaden har börjat närma sig varandra när det gäller prissättning. Man kan säga att avregleringen lett till att vi fått en oligopolliknande marknad. CityMail som ägs av Norska Posten har genom sina förvärv ungefär samma omsättning som svenska Posten. Incitamenten för att endast två aktörer i längden skall föra en offensiv prispolitik är inte särskilt stora och dessvärre ser det likadant ut på den internationella sidan, där framförallt tyska posten gjort förvärv som lett till att de privata aktörerna blivit färre.

## **Uppköp av närliggande verksamheter och konkurrenter**

Postoperatörer har börjat köpa upp printföretag för att säkra sina brevvolymer inför de förestående avregleringarna. Ett tidigt exempel är finska Posten som är ensam ägare av Itella. Företaget Itellas affärsområden är printing, elektroniska affärer samt internationell logistik. Företaget har nu ett välkänt internationellt varumärke. I de 10 europeiska länder där Itella är representerade kallar sig finska posten för Itella. Mot sina privatkunder i Finland heter företaget fortfarande Posti. Den här typen av sammanslagningar leder ofta till konkurrensfördelar. Som exempel kan nämnas att kunder som använder Itellas tjänster blir erbjudna ett rabatterat pris för utdelning av försändelser i Finland, en rabatt som konkurrenterna inte har tillgång till.

Norska och finska Posten har på senare år närmat sig varandra. Samarbeta består i att norska Posten har hand om Itellas verksamhet (printing och elektroniska affärer) i Norge, vilket leder till konkurrensfördelar för båda parter. Före avregleringen fanns

det ett flertal privata företag som levererade internationella posttjänster till sina kunder genom att använda postverken som underleverantör.

Det förefaller som om de har svårt för att överleva p.g.a. Reimsavtalet och det regelverk som växer fram p.g.a. liberaliseringen av brevmarknaden.

Ett exempel i Sverige är Swiss Post som 2005 köpte det privatägda svenska företaget Mail & Logistics. Den 1 januari 2008 köpte de det privatägda postföretaget IMS som har kontor i Malmö. Båda företagen har haft sin verksamhet inom internationell brevdistribution. Affärerna har genomförts för att Swiss Post har stora internationella ambitioner. Genom förvärven av de här två svenska företagen erhöll Swiss Post International marknadsandelar och säljkapacitet. Nu finns det i princip bara fyra stora postoperatörer kvar på den svenska brevmarknaden som konkurrerar om de svenska kundernas utrikespost.

Norska Posten som äger 100 % av Bring/CityMail har samlat sina nordiska verksamheter under ett varumärke samt målar alla sina lastbilar gröna - Samma färg som finns på dotterbolaget Box Deliverys lastbilar. Grönt skall stå för att man tänker på miljön. Norska Posten har de senaste tre åren köpt 25 företag för 6 miljarder kronor. Expansionen sker primärt utanför Norge och står för ca 20 % av omsättningen. Enligt vd Dag Mejdell skall den omsättningen fördubblas fram till 2011. Norska Postens mål är att bli Nordens största logistikföretag. Intressant i sammanhanget är att Svenska Postens förra vd hade samma budskap till media om att bli Nordens största aktör när det gäller logistik.

### **Svenska Postens agerande**

Svenska Posten kritiseras ofta av konkurrenterna för att försöka motarbeta konkurrens och försvara sina marknadsandelar istället för att försöka utveckla sina tjänster.

I mars 2006 köpte Svenska Posten blankettillverkaren Strålfors, primärt för att skydda sin hemmamarknad. Det gick även rykten om att norska Posten låg i förhandlingar med Strålfors, vilket ledde till att svenska Posten var angelägen att ta ett snabbt beslut om att förvärva Strålfors. Det var antagligen det som låg bakom det generösa bud som Posten erbjöd ägarna. Köpet har lett till att de i likhet med Itella nu får kontroll över de kunder som använder Strålfors tjänster. Inofficiellt kan kunderna även erhålla förmånligare utdelningsporto, om man använder Strålfors tjänster och låter Posten dela ut försändelserna, vilket ger Strålfors en konkurrensfördel.

Stroede Ralton är ett annat stor printföretag som ligger i Helsingborg och som numera ägs av det danska företaget InterMail A/S. Några rykten om försäljning till någon stor postoperatör förekommer inte.



Den 1 april 2008 gick Svenska Posten ut i pressen med att en sammanslagning av svenska och Danska Posten var planerad. Mot bakgrund av vad som sker på postmarknaden med olika uppköp och allianser, så kan det här bli ett intressant samarbete.

Svenska Posten AB ägs idag till 100 % av staten och Post Danmark ägs till 75 % av staten och till 22 % av privata CVC Capital Partner (brittiskt riskkapitalbolag.) Resterande 3 % ägs av de anställda. Den nya koncernen skall ha sitt huvudkontor i Stockholm. Svenska staten kommer att äga 60 % av bolaget. Samgåendet har nu godkänts av den svenska regeringen och det danska folketinget, men först skall affären godkännas av EU kommissionen innan affären kan verkställas.

Den traditionella postverksamheten i respektive land kommer att bedrivas i nationella bolag som följer nationell reglering och verkar under samma varumärken som i dag. Den här affären bedöms av många som mycket viktig för svenska Posten och enligt planerna skall postmarknaden i Europa med några undantag vara helt avreglerad 2011. Samgåendet kommer avsevärt att stärka svenska Postens roll och är ett strategiskt klokt beslut med tanke på konkurrenssituationen.

Genom samgåendet mellan svenska och Danska Posten finns det också en koppling till Belgiska Posten som till 50 % + 1 andel ägs av belgiska staten. Danska Posten och CVC Capital Partner äger 25 % vardera. Även det ägandet ingår i affären som gör att svenska Posten har en möjlighet att stärka sin ställning utanför Norden.

Svenska och norska Posten är ekonomiskt ganska lika. Svenska Posten omsatte förra året 30 miljarder och norska Posten 32 miljarder. Om sammanslagningen mellan svenska och danska Posten blir godkänd av EU-parlamentet kommer de tillsammans att ha en årlig omsättning på 45 miljarder SEK och drygt 50 000 anställda.

### **Förslag på åtgärder**

Svenska Posten har efter avregleringen lyckats med att reducera sina kostnader, fokuserat på sin kärnaffär och har genom att man införde moms på alla tjänster undgått den kritik som andra avreglerade postoperatörer fått genom förmånliga affärsmöjligheter konfirmerade av staten.

Post och telestyrelsen (PTS) är den kontrollmyndighet som skall kontrollera att Postens priser är kostnadsbaserade. Men efter avregleringen har Posten som tidigare varit ett affärsverk omvandlats till ett helägt statligt bolag. Det har lett till att PTS har en mycket begränsad möjlighet att få tillgång till avtal som är konkurrensbegränsande.

Avtalen mellan kunden och Posten är konfidentiella och kunden har naturligtvis inget intresse av att för PTS<sup>12</sup> eller konkurrensmyndigheten redovisa sina priser och villkor, om de för kunden är förmånliga. I postlag (1993:1684) 7§ står det att Posten är skyldig att redovisa sin verksamhet men att Posten även är skyldig att tillhandahålla konfidentiella avtal omnämns inte i lagen.

PTS behöver därför verktyg som gör det möjligt att få en mer detaljerad information om kundavtal, om svenska Postens kostnader samt tillgång till bättre marknadsanalys.

Här följer några förslag på åtgärder som kan förbättra konkurrensen:

1: Posten är ett statligt ägt banverk. Infrastrukturen och all utdelning av post sker helt i Postens regi. Privata aktörer samlar in all post, hanterar kunderna och sorterar ut breven till resp. utdelningsområde. Den här lösningen gör att det endast behövs en brevbärare på varje utdelningsområde. Den amerikanska posten (USPS)<sup>13</sup> har monopol på utdelning av post och med den här lösningen skulle svenska posten ha en liknande lösning vilket kan anses strida mot den liberaliserade marknaden. Man kan notera att Royal Mail trots att marknaden är avreglerad inte har fått någon konkurrens på brevutdelning, det beror på att konkurrerande aktörer inte kan kombinera "Down Stream Access"<sup>14</sup> med egen utdelning.

2: Posten är helägt av staten och äger sorteringsmaskinerna och tar hand om uppsamling och sortering. Utdelningen sköts av olika privata aktörer som har lagt bud på de olika utdelningsområdena. Försäljning mot kund kan skötas av privata aktörer eller av Posten. Den här lösningen kan vara den mest nationalekonomiskt fördelaktiga eftersom investering i stora sorteringsmaskiner endast är möjlig för stora aktörer. Även i det här fallet blir det en brevbärare inom respektive utdelningsområde vilket är bra ur miljösynpunkt men frågan är:

- \* Hur stor samkostnad som Posten måste ta ut av utdelningsföretagen?
- \* Hur kompenserar man de olika utdelningsområdenas olika kostnadsbilder?
- \* Kan de utdelningsföretagen sköta utdelningen billigare när posten lagt på sina samkostnader
- \* Blir konkurrensmedlet primärt lönenivån till brevbärarna?

3. Enligt paragraf 7 a, punkt 1 i Postlagen skall posten "tillhandahålla tjänsten till priser som grundar sig på kostnaderna". Idag kontrollerar PTS förvisso prisuppgifter, men de står vanligtvis i relation till den övriga texten i avtalen som är konfidentiell mellan kunden och Posten. En mer detaljerad information om vad som gäller inom

---

<sup>12</sup> PTS = Post och Telestyrelsen

<sup>13</sup> USPS = United States Postal Service.

<sup>14</sup> Zonindelad utdelningstjänst.

det här området för de postoperatörer som omfattas av EU:s direktiv, finns i sista stycket i artikel 12 i EU direktiv 2008/6/<sup>15</sup>.

Mot den bakgrunden vore det önskvärt att PTS (Post och Telestyrelsen) tittar på både A- och B- post när de gör kontroller. De måste också kunna jämföra priserna med kundens faktura och den avtalstext som reglerar förhållandet mellan kunden och Posten för att det skall bli en betydelsefull kontroll.

4: Det europeiska REIMS-avtalet som är godkänt av kommissionen borde vara tillgängligt för alla aktörer, inte bara för de stora nationella postoperatörerna som i de flesta fall är statligt ägda. Enligt avtalet måste de postoperatörer som är med i REIMS-samarbetet leva upp till en viss nivå vad det gäller utdelningskvalitet. Eftersom de små aktörerna inte har någon utdelning i sitt ursprungsland har de problem med att få tillgång till avtalet. IMX<sup>16</sup> har lyckats teckna avtal med några europeiska postoperatörer för att få möjlighet att använda terminalavgifterna. Ett krav är att de undertecknar ett konfidentiellt avtal med resp. postoperatör. Postoperatörerna har i sin tur möjlighet att lägga på ev. merkostnader som de anser sig ha, i samband med IMX tillgång till REIMS terminalavgiftssystem. Den merkostnaden kan leda till att de små aktörerna inte kan konkurrera med de stora nationella postoperatörerna.

#### Referenser:

Sture Wallander	Posten Sverige AB
Kaj Pettersson	21 GRAMS AB
Mats Forsberg	Bring/CityMail
Johan Strömberg	MailWorld
Björn Fogstam	Posten Sverige AB
Dimitrios Tsatsas	IPC <sup>17</sup>
Jan-Erik Leistedt	Posten Sverige AB
Jörn Allardt	Itella

---

<sup>15</sup> DIRECTIVE 2008/6/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 20 February 2008 amending Directive 97/67/EC with regard to the full accomplishment of the internal market

<sup>16</sup> IMX = Franskt privatägt distributionsföretag

<sup>17</sup> IPC = International Post Corporation