



# Konkurrensen i Sverige 2018

Kapitel 8 Paketmarknaden

**RAPPORT** 2018:1

# Utdrag

Det här dokumentet innehåller ett utdrag ur Konkurrensverkets rapport Konkurrensen i Sverige (rapportserie 2018:1).

Du kan läsa hela rapporten på vår webbplats

<http://www.konkurrensverket.se/publikationer/konkurrensen-i-sverige-2018/>

## 8 Paketmarknaden<sup>209</sup>

Den svenska brev- respektive paketmarknaden har utvecklats olika och regleras olika. Medan brevmarknaden var ett statligt monopol fram till omregleringen den 1 januari 1993 har paketmarknaden aldrig varit reglerad utan är en konkurrensutsatt marknad.

Regleringen av postmarknaden har i dag sin utgångspunkt i EU-kommissionens postdirektiv<sup>210</sup>. Ett av målen med EU:s politik inom postsektorn har varit att konkurrensutsätta marknaden samtidigt som man långsiktigt garanterar tillhandahållandet av samhällsomfattande posttjänster<sup>211</sup>. I de samhällsomfattande posttjänsterna inkluderas försändelser (både brev och paket) på upp till 20 kg. Brevmarknaden omfattar försändelser upp till 2 kg och företag som vill gå in på marknaden måste ha tillstånd från Post- och telestyrelsen (PTS). För paketmarknaden finns inte någon motsvarande tillståndsplikt.

---

<sup>209</sup> Avsnittet bygger i huvudsak på Konkurrensverkets rapport *Leveranser i hela Sverige* Konkurrensverkets rapportserie 2016:6.

<sup>210</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 97/67/EG av den 15 december 1997 om gemensamma regler för utvecklingen av gemenskapens inre marknad för posttjänster och för förbättring av kvaliteten på tjänsterna.

<sup>211</sup> Enligt EU:s postdirektiv är medlemsstaterna skyldiga att säkerställa att användarna, oavsett var i landet de befinner sig, har stadigvarande tillgång till posttjänster av specificerad kvalitet och till överkomliga priser. Detta brukar kallas för den samhällsomfattande posttjänsten. I Sverige har Postnord fått i uppdrag att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten. Exempel på kvalitetskrav som i dag ställs på tillhandahållaren är att utdelning och insamling sker fem arbetsdagar per vecka, att användarnas behov ska beaktas vid placeringen av in- och utlämningsställen samt att en viss andel av all post ska komma fram över natt. För att säkra överkomliga priser finns en prisreglering för en del av brevmarknaden där Postnord är i stort sett ensamma.

När Konkurrensverket studerade marknaden för paketförsändelser 2016 var fokus försändelser från företag till konsument (b2c)<sup>212</sup> samt logistikaktörer som erbjuder sådana leveranser i hela landet. Därmed var skiljelinjen mellan den produkt postlagen definierar som brev respektive paket inte intressant.

## 8.1 Brev minskar medan paket ökar

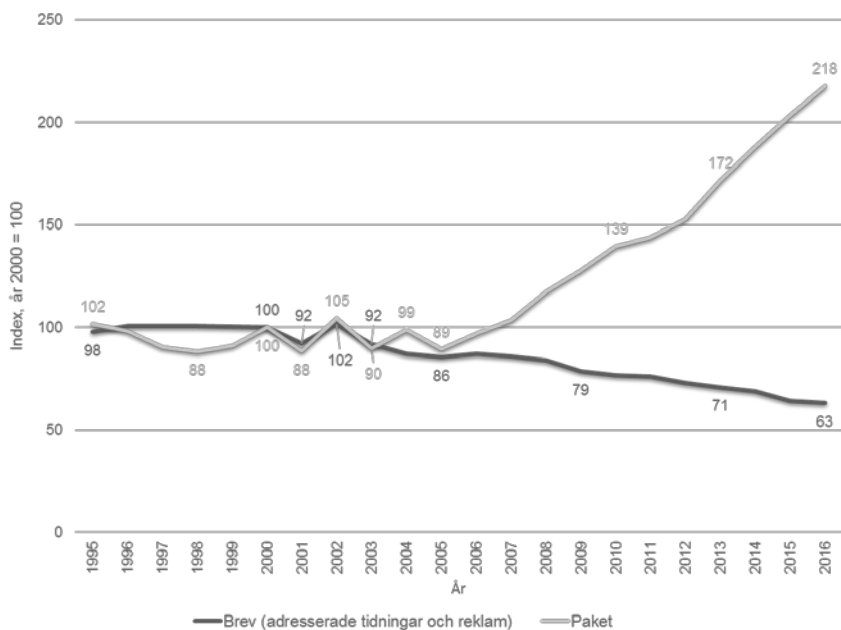
Marknaden för postservice genomgår just nu en fundamental omstöpning. På grund av den ökade digitaliseringen minskar efterfrågan på brev och tidningar med mera. Detta samtidigt som utvecklingen av e-handel och andra trender som drivits av teknologikutvecklingen ökar efterfrågan på paketleveranser.<sup>213</sup> Statistik finns ännu inte för 2017 men inget tyder på att utvecklingen stannat upp, snarare tvärt om. Enligt Postnord ökade antalet importpaket från 50 000 per dag i början av 2017 till 150 000 per dag (varav 120 000 från Kina) i slutet av året.<sup>214</sup>

---

<sup>212</sup> Paketmarknaden kan delas in på flera olika sätt. En uppdelning på segment bygger på vilka som skickar paketen och vilka som tar emot dem. På så sätt delas marknaden in i de tre segmenten "företag till företag" (b2b), "företag till konsument" (b2c) samt "konsument till konsument" (c2c).

<sup>213</sup> PTS (2017) *Svensk Postmarknad 2017*, Wik-Consult (2013) *Main developments in the Postal Sector (2010-2013)*, SOU 2016:54 *Till sista utposten – en översyn av postlagstiftningen i ett digitaliserat samhälle*, Konkurrensverket (2016) *Leveranser i hela Sverige* Konkurrensverkets rapportserie 2016:6.

<sup>214</sup> Sveriges television (2018-01-18) *Lavinartad ökning av näthandel från Kina – tullen himmer inte med*.

**Figur 10 Utvecklingen av antal försändelser, index år 2000 = 100**

Källa: Trafikanalys (2017) *Postverksamhet 2016* Statistik 2017:34 (uppgifter), Konkurrensverket (bearbetning).

I likhet med många andra marknader saknas på postmarknaden tillräcklig information och marknadsdata för att regleringsmyndigheter och andra ska kunna göra tillförlitliga konkurrens- och marknadsanalyser. Inom postområdet gäller detta särskilt paketmarknaden. Detta har uppmärksammats såväl nationellt som på EU-nivå.

Den 1 april 2018 träder vissa ändringar i postlagen i kraft. För att förbättra kunskapen om paketmarknaden ska PTS kunna samla in uppgifter även från de företag som tillhandahåller paketleveranser upp till 20 kg men inte omfattas av kravet på tillstånd för postverksamhet. Motivet är att förbättra PTS möjligheter att säkerställa att

den samhällsomfattande posttjänsten kan anpassas till samhällsutvecklingen och användarnas behov.<sup>215</sup>

Även på EU-nivå pågår ett regelarbete. Kommissionen pekade i sin strategi för en inre digital marknad<sup>216</sup> ut tillgången på prisvärda och högkvalitativa gränsöverskridande pakettleveranser som en viktig förutsättning för att öppna och öka den gränsöverskridande e-handeln. Kommissionen, Europaparlamentet och rådet fattade den 13 december 2017 en preliminär överenskommelse om en förordning om gränsöverskridande pakettleveranser som väntas träda i kraft under 2018 och vara fullt tillämplig under 2019<sup>217</sup>.

## 8.2 Postnord fortfarande klart störst men inte ensam

Antalet aktörer på marknaden för pakETFörsändelser b2c har ökat de senaste åren. Postnord har fortfarande en stor marknadsandel men det finns i dag flera aktörer som är rikstäckande och som i varierande grad utgör konkurrenter till Postnord och varandra. För både leveranser till dörr och via utlämningsställen är det i de allra flesta fall i dag möjligt att välja mellan minst två aktörer för en pakettleverans, även när det gäller leveranser till boende på landsbygden.<sup>218</sup>

Om e-handlarna erbjuder konsumenterna mer än ett leveransalternativ eller inte är däremot en annan fråga än vilka pakettleverantörer som har leveranser till den plats kunden vill ha varorna skickade. Det är heller inte givet att det pris för frakten som e-handlarna sätter gentemot konsumenterna har något

---

<sup>215</sup> Proposition 2017/18:41 *Ändringar i postlagen*, bet. 2017/18:TU4, rskr. 2017/18:146.

<sup>216</sup> EU-kommissionen (2015) *En strategi för en inre digital marknad i Europa* (COM(2015) 192).

<sup>217</sup> EU-kommissionens pressmeddelande (2017) "EU agrees to make parcel delivery more affordable" (2017-12-14).

<sup>218</sup> Konkurrensverket (2016) *Leveranser i hela Sverige* Konkurrensverkets rapportserie 2016:6.

samband med vilket pris logistikaktören tar av e-handlaren. Detta eftersom prissättningen av frakten gentemot konsumenten hänger ihop med e-handelsplattformens val av affärsupplägg.

### 8.3 Två leveranssätt – till dörr eller via utlämningsombud<sup>219</sup>

På paketmarknaden från företag till konsument (b2c) erbjuds i huvudsak två leveranstjänster – till dörr eller via ombud. Fyra aktörer (Bring<sup>220</sup>, DB Schenker, DHL och Postnord) som är i stort sett rikstäckande erbjuder båda leveranstjänsterna. Därutöver är Jetpak i princip rikstäckande för leveranser till mottagarens dörr och Bussgods för leveranser via utlämningsställen. För båda leveranstjänsterna gäller därmed att det i de flesta fall finns relativt goda möjligheter att dra nytta av de positiva effekterna av konkurrens.

När det gäller paketleveranser b2c till mottagarens dörr finns, utöver de fem aktörer som är i princip rikstäckande, ytterligare aktörer som är lokalt eller regionalt verksamma, till exempel DVS Road AB. Uppgifter från de fem rikstäckande aktörerna visar att bara en procent av de knappt 10 000 geografiska postnumren har endast en enda aktör som erbjuder paketleveranser till dörr.

Även för paketleveranser via utlämningsställen finns det fem aktörer som har tillgång till ett i stort sett rikstäckande nät. Ett sätt att mäta mottagarnas tillgänglighet till utlämningsställen är att mäta hur långt det är till de två närmaste paketombuden. Uppgifter från de fem rikstäckande aktörerna visar att 89 procent av

---

<sup>219</sup> Konkurrensverket (2016) *Leveranser i hela Sverige* Konkurrensverkets rapportserie 2016:6.

<sup>220</sup> Bring har genom förvärvet av SmartPak fått tillgång till Bussgods nät av utlämningsställen.

befolkningen har 5 km eller mindre till sitt närmaste paketombud och endast var tionde har mer än ytterligare 1 km extra till det näst närmaste paketombudet.

## 8.4 Volym viktig etablerings- och tillväxtfaktor

Kostnaderna för ett heltäckande leveransnät är stora och utgör ett inträdeshinder. I praktiken köper aktörerna på paketmarknaden tjänster av varandra i vissa delar av landet. Detta behöver dock inte vara dåligt för konkurrensen om besparingarna kommer kunderna till del.

Viktiga etablerings- och tillväxtfaktorer är volym och, vid leverans via paketombud, även möjligheten att rekrytera paketombud. På landsbygden finns det inte så många befintliga och potentiella utlämningsställen. Att rekrytera nya ombud är på vissa ställen svårt trots att behov av pakettleveranser finns, eftersom många småföretag som skulle kunnat anlitas som ombud och utlämningsställen läggs ned och nyetableringarna är få. I storstäder kan det i stället vara bristen på lagerutrymme som kan utgöra trösklar för etablering och tillväxt.

## 8.5 Delningstjänster kan öka konkurrensen<sup>221</sup>

Digitaliseringen och framväxten av plattformar har ökat den möjliga geografiska räckvidden på annonser om att dela varor genom att låna eller hyra (*delningskonsumtion*) eller att sälja, byta eller skänka varor man inte längre behöver (*cirkulär ekonomi*). En förutsättning för att kunna ta tillvara fördelarna med den ökade geografiska räckvidden är dock att det finns en fungerande logistik för

---

<sup>221</sup> Konkurrensverket (2016) *Leveranser i hela Sverige* Konkurrensverkets rapportserie 2016:6.



paketdistribution. Får second-hand-marknaden större genomslag kan det påverka marknaden för paketleveranser. Detta eftersom paketleveranserna ökar när privatpersoner skickar saker mellan varandra (antingen via traditionella logistikföretag eller via någon form av delningslogistik).

Vid *delningslogistik* utnyttjas den lediga transportkapacitet som finns i framför allt privatpersoners resande. Plattformen är en informationsförmedlare som kopplar samman privatpersoner för att transportera och leverera varor utan att använda de traditionella logistikföretagens tjänster men är inte involverad i själva transporten. Därmed ersätter eller kompletterar delningslogistiktjänster de traditionella aktörerna på logistikmarknaden. Det finns flera exempel på plattformar som stödjer delning av logistikresurser, även benämnt som crowdshipping. Några svenska exempel på delningslogistikföretag är Bag Hitch, Freelway och Ur-bit.

Om delningslogistiken får ett genomslag kan den uppfattas som ett hot av den traditionella gods- och pakettransportmarknaden. Men delningslogistiken kan även utgöra en möjlighet för att nå ut den så kallade "sista milen", ett exempel är Postnords samarbete med Budbee.

Om delningslogistiken leder till ett större utnyttjande av ledig kapacitet i transporter som privatpersoner ändå genomför skulle den kunna bidra till en förbättrad eller bibehållen service i glesbygd till lägre kostnader än i dag. Men det lämnar till framtida studier eller den framtida utvecklingen att svara på frågan om det kommer bli en reell del av marknaden för paketleveranser från företag till privatpersoner eller inte och om det i så fall framför allt blir ett komplement eller en konkurrent till de traditionella aktörerna.