



Danmarks nye
fleksible
postalternativ



Møde med Folketingets Trafikudvalg
28. februar 2008

Åbning af postmarkedet i 2009 – hvad venter vi på ?

Jes Herbert og Håkan Ohlsson

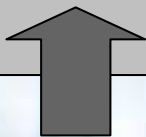
© 2008 CityMail, All rights reserved

**Er der grund til at
forsinke en åbning af
postmarkedet i
Danmark ?**

**Vil en åbning af det
danske postmarked
betyde øgede
omkostninger?**

**Hvilke fordele giver
en åbning af det
danske postmarked?**

**Er der grund til at
forsinke en åbning af
postmarkedet i
Danmark ?**

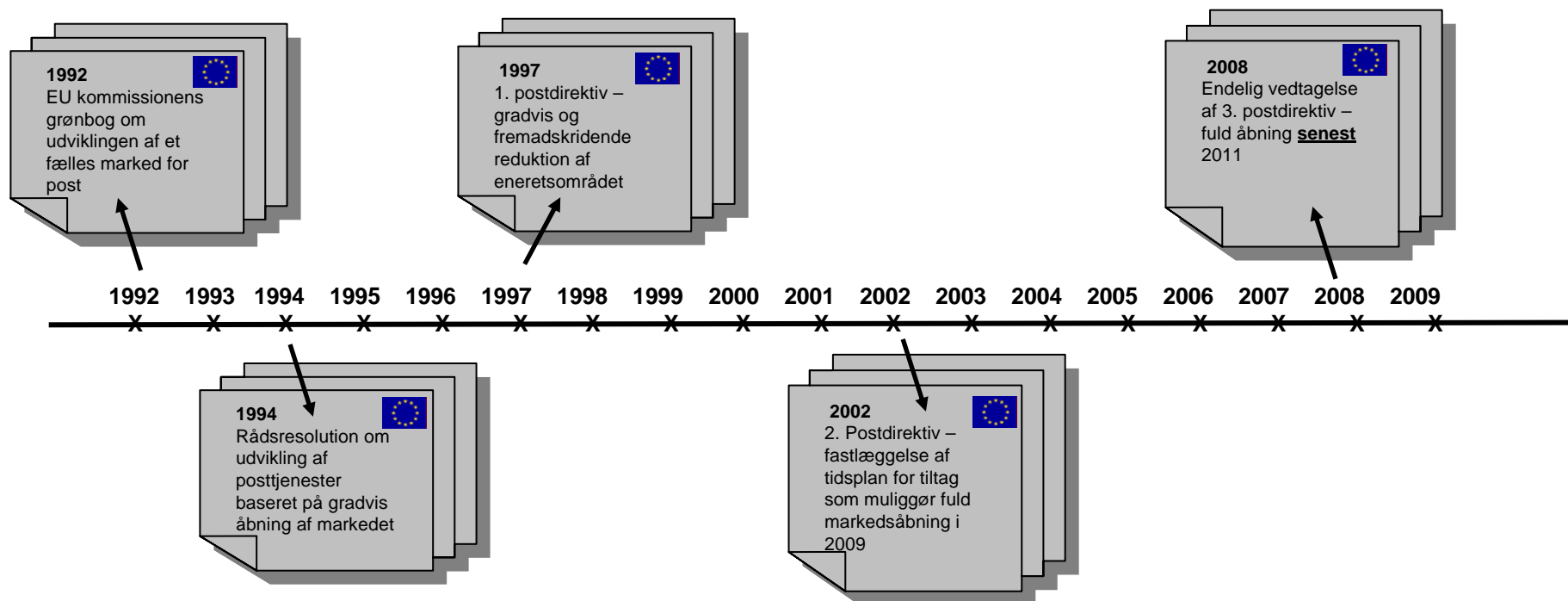


**Vil en åbning af det
danske postmarked
betyde øgede
omkostninger?**

**Hvilke fordele giver
en åbning af det
danske postmarked?**

En lang rejse mod et åbent marked

Alle aktører har haft den fornødne tid og muligheder for at forberede en dansk markedsåbning

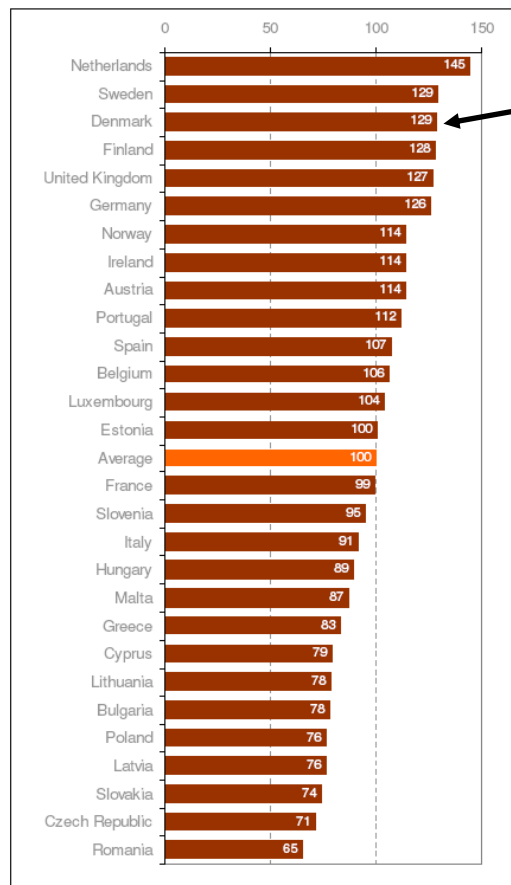


”Den fremadskridende og gradvise åbning af postmarkederne for konkurrence har givet de befordringspligtige virksomheder tid nok til at gennemføre den nødvendige modernisering og omstrukturering, således at de er blevet levedygtige på langt sigt på de nye markedsbestemte vilkår, og den har sat medlemsstaterne i stand til at tilpasse deres regelsæt til et mere åbent miljø.”

Præambelen til 3. postdirektiv

Danmark er parat – men det kniber med konkrete tiltag

Figure 45: Overall FMO Readiness Index



I PWC's 2006 rapport til EU Kommissionen om en fuld markedsåbning i 2009 er medlemsstaternes parathed til en fuld markedsåbning blevet opgjort. Her figurerer Danmark på en delt andenplads med Sverige, som allerede åbnede for fuld konkurrence i 1994. Førstepladsen indtages af Holland, som forventelig åbner fuldt op i 2008.

Men i Konkurrencestyrelsens Konkurrenceredegørelse for 2007 fastslås det at ”**Danmark er blandt de EU 9 lande, der har liberaliseret priser og adgang til brevmarkedet mindst**”



Markedsåbning kræver en stor og kontinuerlig indsats fra myndighedernes side

Torsdag den 30. september 2004

VIRKSOMHEDER

Post Danmark tvinges til at ændre prissystem

Konkurrencerådet slår fast, at Post Danmark har misbrugt sin dominerende stilling til at presse konkurrenten Forbruger-Kontakt

Reklamer

AFANNE AXHOLM
RESEARCH RASMUS GECKLER

Spar og Superbest skal have adgang til de samme lave priser og rabatter som Coop. Ellers også skal Coop til at betale mere for at få uddelt adresse-

ling på markedet for adresse-
løse forsendelser over for konkurrenten Forbruger-Kontakt.

»Det er ikke hver dag, at en statslig virksomhed bliver dømt for misbrug af dominerende stilling. De har overtrådt behandlet kunder som konkurrenter, som jeg er glad for,« siger han.

Mads Dahl Andersen forklarer overtrædelserne på følgende måde: Post Danmark har givet konkurrerende kunder forskellige rabatter og har dermed kunnet påvirke detalhandelsmarkedet indirekte. Post Danmark har også givet eksisterende kunder lavere rabatter end dem, som Forbruger-Kontakts kunder blev

Forbruger-Kontakt ejes af Søndagsavisen, hvis adm. direktør, Mads Dahl Andersen, er glad for Konkurrencerådets dom.

»Men giver det med Post Danmark på tre år overtrådt konkurrenten. Det er en klokkeklar afklaring, som jeg er glad for,« siger han.

Mads Dahl Andersen forklarer overtrædelserne på følgende måde: Post Danmark har givet konkurrerende kunder forskellige rabatter og har dermed kunnet påvirke detalhandelsmarkedet indirekte. Post Danmark har også givet eksisterende kunder lavere rabatter end dem, som Forbruger-Kontakts kunder blev

batter, fordi de har adgang til de samme lave priser og rabatter som Coop. Ellers også skal Coop til at betale mere for at få uddelt adresse-
løse forsendelser over for konkurrenten Forbruger-Kontakt.
»Det er ikke hver dag, at en statslig virksomhed bliver dømt for misbrug af dominerende stilling. De har overtrådt behandlet kunder som konkurrenter, som jeg er glad for,« siger han.
Mads Dahl Andersen forklarer overtrædelserne på følgende måde: Post Danmark har givet konkurrerende kunder forskellige rabatter og har dermed kunnet påvirke detalhandelsmarkedet indirekte. Post Danmark har også givet eksisterende kunder lavere rabatter end dem, som Forbruger-Kontakts kunder blev

»...som jeg forstår det, er der ikke fastsat en bod eller bøde, hvilket for mig viser, at konkurrencemyndighederne ikke tager det her specielt alvorligt»

Post Danmarks bestyrelsesformand Fritz H. Schur til Børsen efter at Post Danmark for anden gang inden for 3 år blev dømt for misbrug af dominerende stilling



Fredag den 31. august 2007

VIRKSOMHEDER

Konkurrence-smæk til Post Danmark

Post

AF ANDERS HEERING OG
SØREN JOENSEN

Mens Post Danmark kæmper en hård kamp for at sparke gang i væksten, lægger en afgørelse fra Konkurrencerådet nu yderligere pres på omsættningen.

Den delvist statsjede virksomhed tvinges til at løse grebet om markedet for magasinpost. Et marked, der ifølge konkurrencemyndig-

markedet med et pris- og rabatsystem, der har gjort det dyrt for kunderne at skifte distributør og samtidig belønnet kunderne for at lægge mest mulig omsætning hos Post Danmark.

Afgørelse

Hos Post Danmark er det adm. direktør, Mogens Kristensen, ikke i tvivl om, at afgørelsen kan skabe forskydninger på markedet.

»Det er positivt for både

dokken, adm. direktør for Citymail, der ligesom Søndagsavisens Forbruger-Kontakt har indgivet klage over Post Danmarks adfærd.

»Jeg frygter, at det vil gå ud over brevordningen. Selvfølgelig vil vi godt have lavere priser, men vi vil hellere have klare regler,« siger Mogens Kristensen.

Han mener ikke, at gårdsdagens afgørelse lægger yderligere pres på omsættningen.

Krav om ændringer nu

stændig ændret siden 2004 og 2005, og derfor er det mit klare indtryk, at der ikke er mere at komme efter. Og som jeg forstår det, er der ikke fastsat en bod eller bøde, hvilket for mig at se viser, at konkurrencemyndighederne ikke tager det her specielt alvorligt.

Han mener ikke, at gårdsdagens afgørelse lægger yderligere pres på omsættningen.

Han mener ikke, at gårdsdagens afgørelse lægger yderligere pres på omsættningen.

Krav om ændringer nu

Konklusion (1):

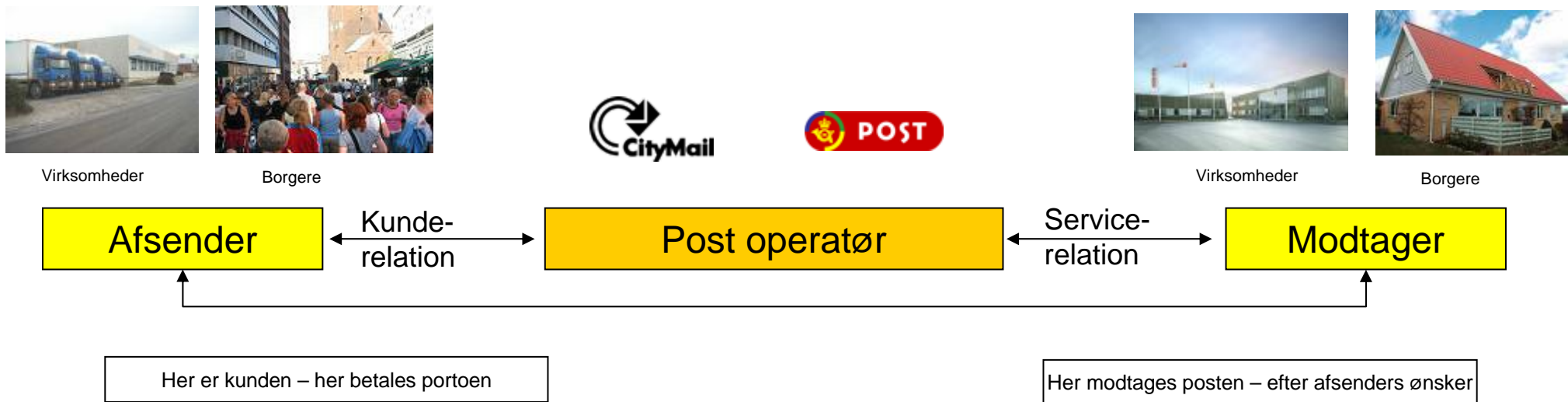
Der er ingen grund til at vente med eller udskyde åbningen af det danske marked

Vil en åbning af det danske postmarked betyde øgede omkostninger?



Hvilke fordele giver en åbning af det danske postmarked?

Hvem er kunden og hvad er kundens behov?

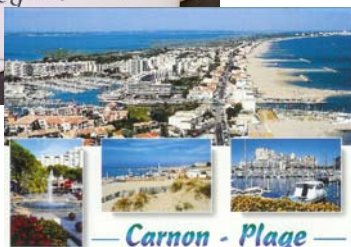


Debatten om post vendes ofte lidt på hovedet og handler mest om forholdet mellem postoperatør og modtager, selv om betalingen jo sker mellem afsender og postoperatør. Moderne postoperatører har derfor langt større fokus på afsenderens ønsker og hvad afsenderne ønsker at betale for i forhold til hvilke services og serviceniveauer, der bør stå til modtagers rådighed.

I fremtiden er det vigtigt, at debatten tager sit udgangspunkt i kundernes behov.

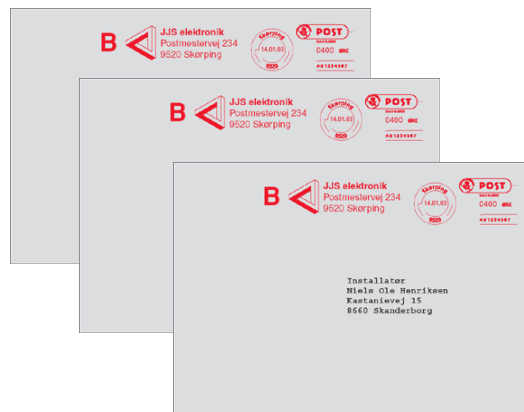
Hvordan ser postmarkedet ud ?

Postkassepost



6-7 %

Kontorpost



12-13 %

Industriell post



80 %



Befordringspligten – attraktiv fordel eller urimelig byrde?



Befordringspligten kan ikke beregnes, men den er meget byrdefuld

”...det vil være **særdeles vanskeligt at foretage en beregning** af meromkostningerne ved befordringspligten”

”Der er imidlertid **ikke tvivl om, at selskabet har en række omkostninger til at opretholde et omfattende produktions- og distributionsapparat** med mange ansatte...”

Post Danmarks oplysninger i forbindelse med besvarelse af § 20 spørgsmål fra Poul Erik Christensen (RV) i 2006



Befordringspligten kan beregnes og er ikke en byrde - Befordringspligten er en fordel

På basis af detaljerede studier af de svenske markedsbetingelser, Posten AB og de udbudte services, konkluderede den svenske regering i en 1997 rapport **at omkostningen forbundet med befordringspligten var beskeden sammenholdt med de fordele man havde som befordringspligtig operatør** (Ds 1997:58) – som følge heraf har man ikke udbetalt subsidier til at understøtte befordringspligten.



Svenske Posten AB opfatter selv befordringspligten som attraktiv: **“vi ser befordringspligten som et aktiv og ikke som en byrde. Vi har ikke fået den finansieret med støtte eller anden kompensation, men udelukkende gennem det overskud vi har formået at generere gennem de 13 år hvor vi har opereret i et frit marked”** - Viveca Bergstedt, Vice President, Posten AB på en post konference in Bruxelles 2006.

COPENHAGEN ECONOMICS

”Vores samlede konklusion er derfor **at befordringspligten hverken er en reel, væsentlig eller urimelig byrde, og at der derfor ikke er behov for at kompensere Post Danmark for befordringspligten**, hverken økonomisk eller ved at pålægge konkurrenter til Post Danmark særlige forpligtelser” Copenhagen Economics i rapporten ”Hvad koster Post Danmarks befordringspligt” fra februar 2008



”..og at Post Danmark vil have betydelige fordele ved at være landsdækkende og størst, skønnes der ikke at være behov for at kompensere Post Danmark for byrden ved befordringspligten i de første år efter en fuld liberalisering” Konkurrencestyrelsen i Konkurrenceredegørelsen 2007

Den fulde markedsåbning har da heller ikke ført til finansiering af beforderingspligten i andre lande

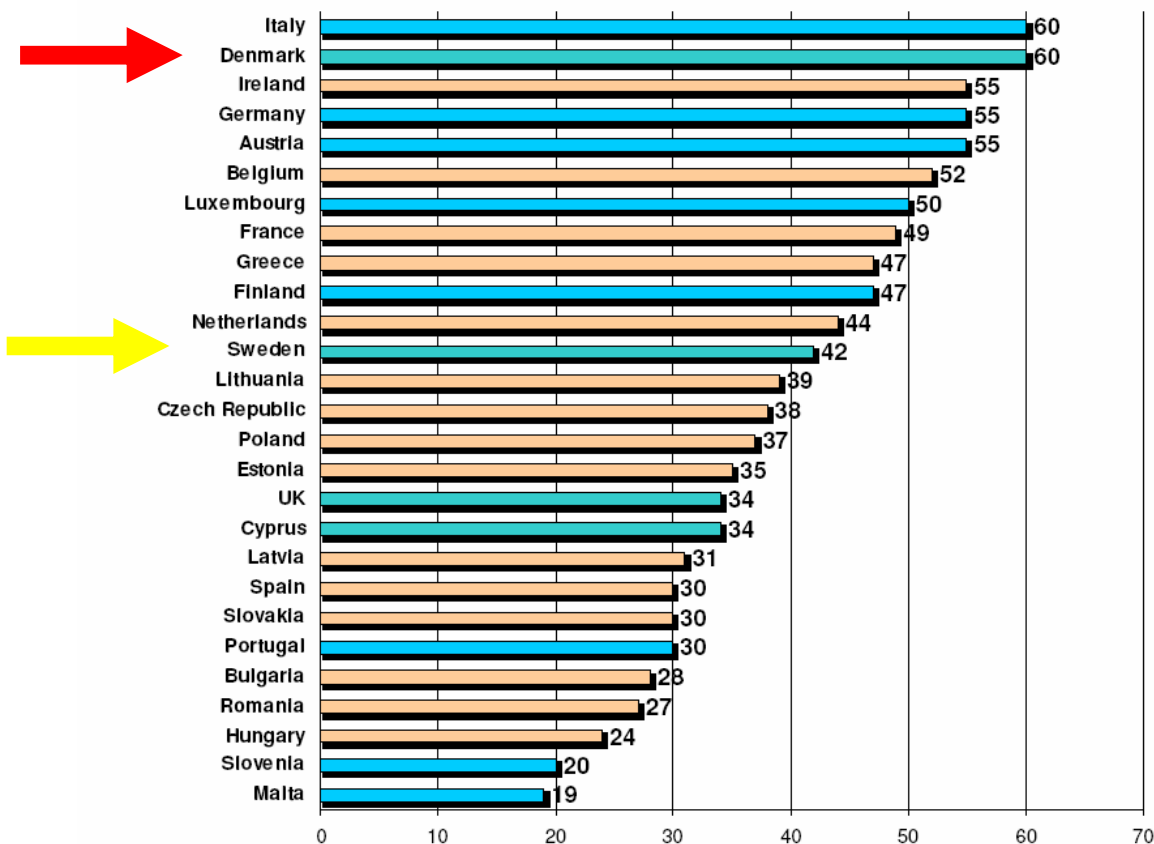
Land	Liberalisering	Indenlandske breve og breve til udlandet	Adresserede reklamebreve	Breve til udlandet	Kompensation
Liberaliseret					
Sverige	1994	Liberaliseret	Liberaliseret	Liberaliseret	Nej
Finland	1994	Liberaliseret	Liberaliseret	Liberaliseret	Nej
UK	2006	Liberaliseret	Liberaliseret	Liberaliseret	Nej
Tyskland	2008	Liberaliseret	Liberaliseret	Liberaliseret	Nej
Planlagt liberalisering i 2008					
Holland	Nej	Eneret	Liberaliseret	Liberaliseret	Nej

Kilde: Copenhagen Economics :
Hvad koster Post Danmarks
beforderingspligt, 2008

Det er faktisk dyrere for fru Jensen i Ringkøbing end for fru Svensson i Malmø at sende et almindeligt brev

De danske portopriser på enkelt forsendelser er blandt de dyreste i Europa

EU - 27 Stamp price Chart - Prices in Euro Cents

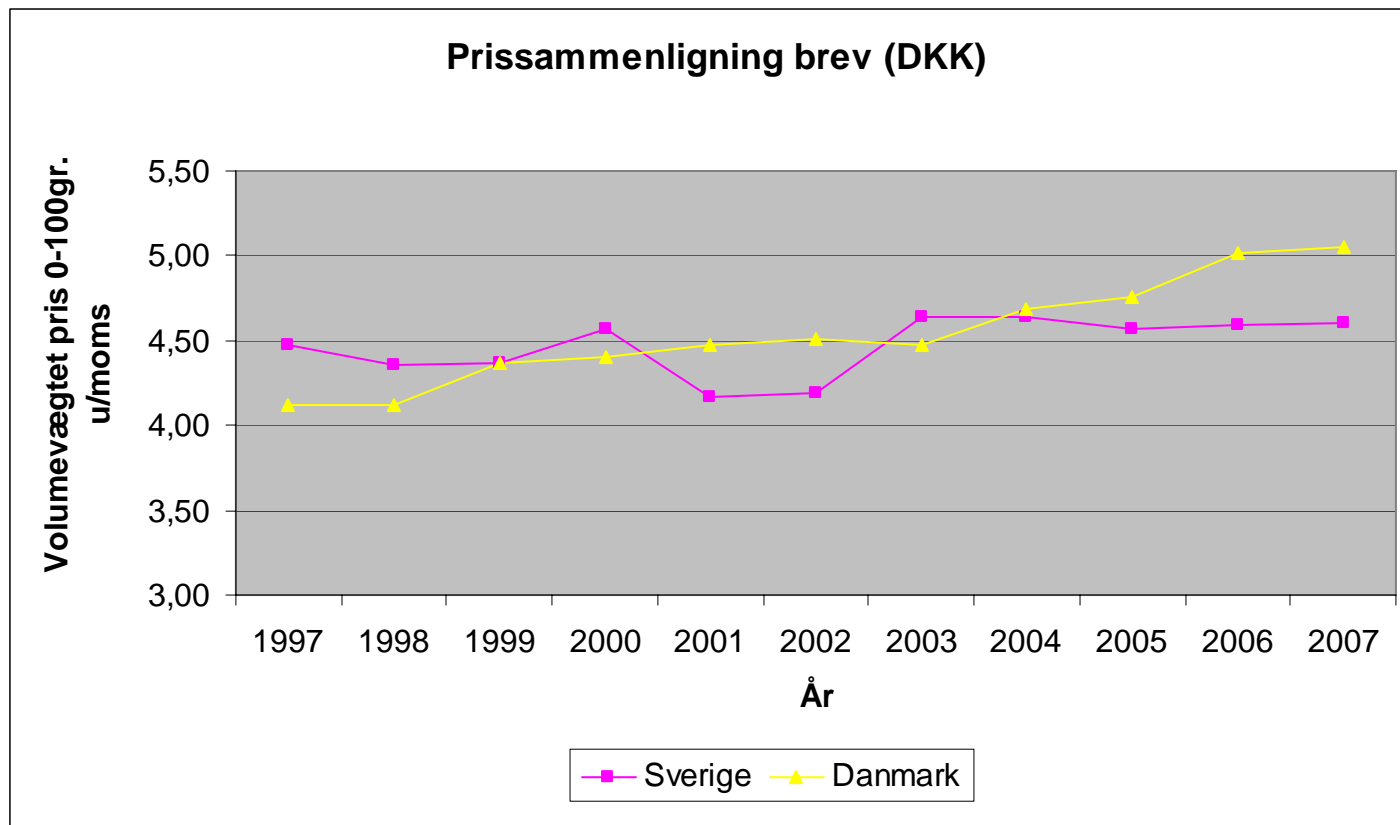


Danmark er et af de lande i EU 9, der har den højeste porto for et indenlandsk standardbrev.

Konkurrencestyrelsen i Konkurrencereguleringen 2007

Exchange rates calculated on 24 January 2008 at 15.48 GMT

....og erfaringerne fra Sverige viser at en fuld markedsåbning sikrer rimelige portopriser på almindelige breve



”Konkurrencen har tilsyneladende skabt væsentlige lavere postpriser i Sverige, end hvis Sverige havde været foruden konkurrencen. Det inkluderer også store besparelser i Posten Sverige, uden at det har haft en negativ effekt på servicens kvalitet”

Cohen, R. et al., *The Impact of Competitive Entry into the Swedish Postal Market* (2006; Wik 2005; Ecorys 2005; Wik 2006 annex A2), p. 12.

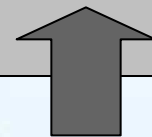
Konklusion (1):

Der er ingen grund til at vente med eller udskyde åbningen af det danske marked

Konklusion (2):

En åbning af det danske postmarked betyder ikke øgede omkostninger for samfundet, borgerne og virksomhederne – tværtimod!

Hvilke fordele giver en åbning af det danske postmarked?



Kvaliteten og effektiviteten forbedres

Dokumenterede fordele ved et liberaliseret postmarked

Forbedret kvalitet

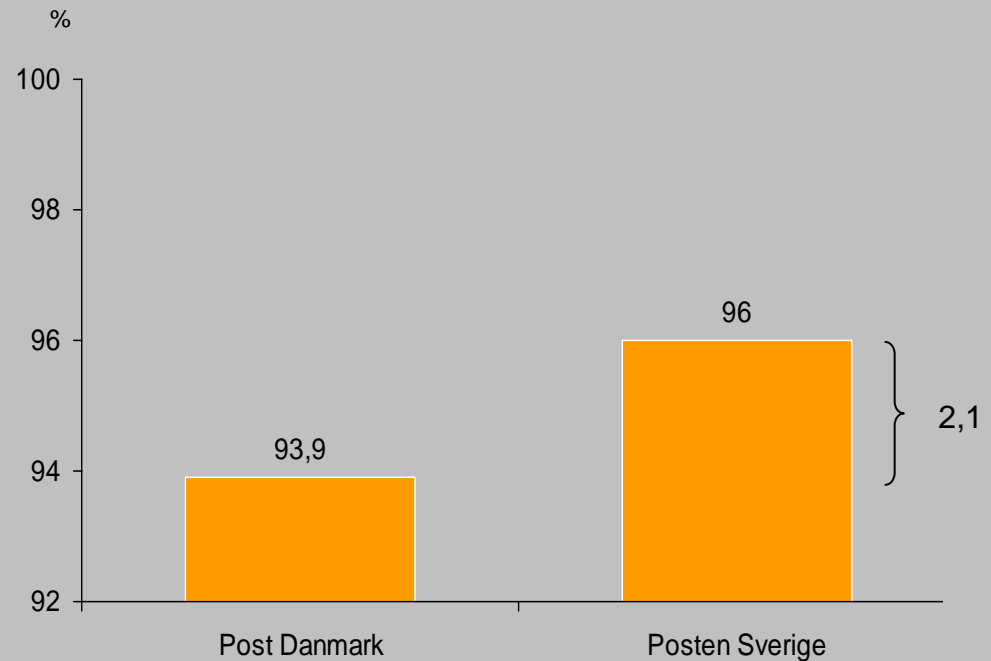
Markedsdrevne Priser

Effektive og profitable operatører

The Swedish mail market is probably one of the most efficient and most developed in the world, and largely so as a result of liberalization”

2005 report from The Swedish Institute for Growth Policy Studies (ITPS)

Servicekvalitet - A-post



Faldende priser til gavn for kunderne

Dokumenterede fordele ved et liberaliseret postmarked

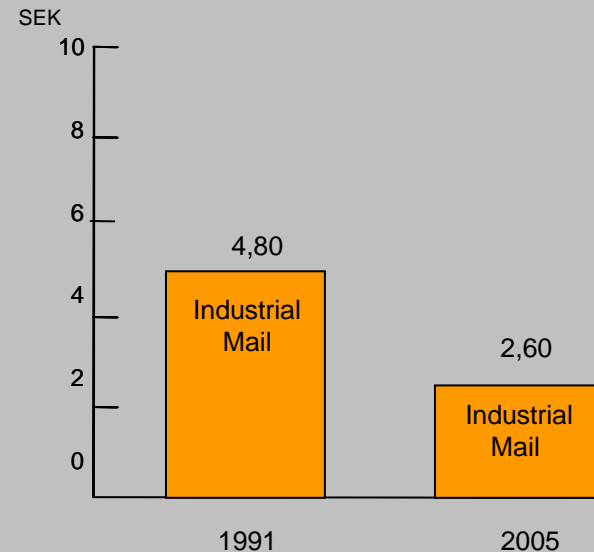
Forbedret kvalitet

Markedsdrevne Priser

Effektive og profitable operatører

”Vi finder disse forskelle så markante og har vanskeligt ved at finde en forklaring på, at omkostningerne ved at levere den samme ydelse i to lande med ens vilkår kan være så forskellige – og hvis der er en forskel burde det være de svenske produkter, der er dyrest på grund af de store afstande og de store tyndt befolkede områder”.

Dansk Fagpresse i henvendelse til Konkurrencestyrelsen i 2007, hvor man sammenligner priser og vilkår mellem sammenlignelige produkter i hhv. Danmark og Sverige, og hvor man påviser priser på mere end det dobbelte i Danmark



Prisen på et 50 gr. brev

Source: CityMail analysis of the Swedish market

Øget konkurrence har øget overskuddet

Dokumenterede fordele ved et liberaliseret postmarked

Forbedret kvalitet

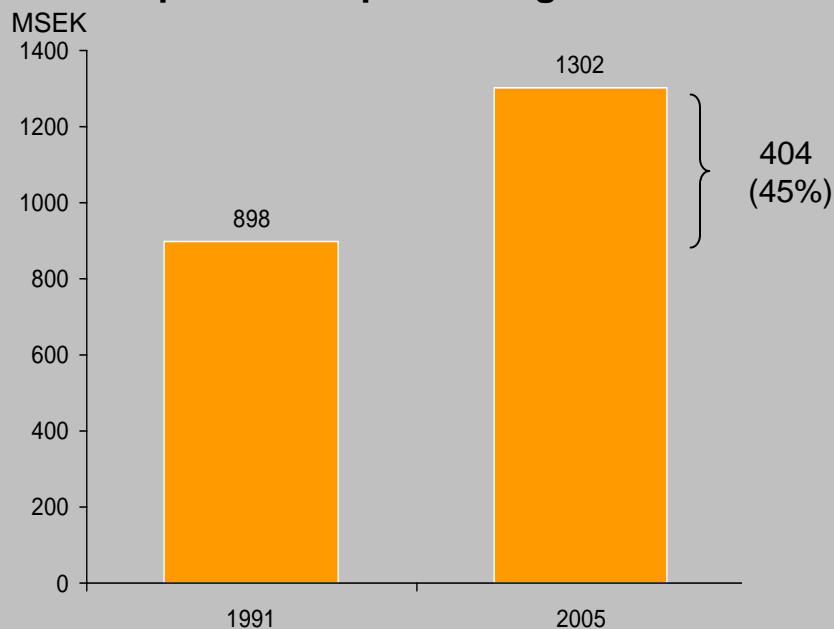
Markedsdrevne Priser

Effektive og profitable operatører

Resultat før skat 2007:

MSEK 1.995

Posten Sverige - overskud fra 1991-2005 Posten Sverige er i dag en af de mest profitable operatører globalt



Source: Annual reports Posten Sverige

Konkurrence er fordelagtigt for samfund, borgere og virksomheder og skaber velfærd



POST & TELESTYRELSEN

"Post & Telestyrelsen har fulgt det svenske postmarked siden 1994 og har ikke kunnet konstatere nogen som helst negative effekter, men kun positive effekter af liberaliseringen."

Sten Selander,
Afdelingschef
PTS, Sverige

"Sweden has gained in yearly consumer surplus of 1.745 billion SEK as a result of liberalizing the letter market"

2006 rapport fra den svenske Post og Telestyrelse (PTS) og US Postal Rate Commission

Konklusion (1):

Der er ingen grund til at vente eller udskyde åbningen af det danske marked

Konklusion (2):

En åbning af det danske postmarked betyder ikke øgede omkostninger for samfundet, borgerne og virksomhederne – tværtimod!

Konklusion (3):

Bedre priser, bedre kvalitet og mere rentable postvirksomheder



HVORFOR VENDE ?



WWW.CITYMAIL.DK

Jes Herbert:

+ 45 41 21 30 07

jes.herbert@citymail.dk

Håkan Ohlsson

+ 46 70 75 24 201

hakan.ohlsson@citymail.se