

## Konkurrence til de røde postbude

**Det er svært at forestille sig, at posten vil blive bragt ud af andre end Post Danmarks røde postbude. De har haft monopol på at bringe breve ud siden Christian IV's tid. Men konkurrencen er allerede etableret på flere områder inden for postsektoren.**

*Af Mette Dyrskjøt*

Konkurrence er godt, for den giver lavere priser og bedre produkter. Det er begrundelsen, når politikere beslutter at ophæve monopoler og åbne op for konkurrence.

På teleområdet har danske forbrugere og virksomheder fået valget mellem en række forskellige udbydere af sammenlignelige teleprodukter. Men helt sådan kommer det ikke til at gå på postområdet, forudser professor Ole Jess Olsen fra Roskilde Universitetscenter.

- Postvæsenet har bygget et apparat op, som når rundt til alle postkasser hver dag, og det kan ikke betale sig for en konkurrent at dublere det system. Det er simpelthen for dyrt, siger Ole Jess Olsen.

Han forsker især i liberalisering af elsektoren på Institut for Miljø, Teknologi og Samfund, men har også set nærmere på postsektoren.

Sverige liberaliserede hele postmarkedet allerede i 1994, og der konkurreres ganske vist, men ingen har bygget et postvæsen op, der er parallelt til det statslige Svenska Posten.

Den afgørende forhindring er, at det er meget dyrt at uddele og indsamle post i landdistrikter. I Danmark og mange andre lande har politikerne bestemt, at det skal koste det samme at sende et brev til en adresse på landet, som til én i byen, selv om der er stor forskel på omkostningerne.

Ideen er, at postvæsenet kan bruge overskuddet fra postomdelingen i byerne til at dække underskuddet på landet. Det kaldes krydssubsidiering, altså at man flytter noget af overskuddet fra et område til et område, der giver underskud. Staten giver virksomheden en eneret og mulighed for at krydssubsidiere mod, at de servicere hele landet.

Derfor vil vi først og fremmest komme til at se konkurrence på omdeling af forsortede, ensartede breve som for eksempel regninger eller kontoudtog til modtagere i byerne, for der kan tjenes penge.

Sådan har udviklingen været i Sverige, hvor det private CityMail konkurrerer med Svenska Posten i byerne.

### **Liberalisering på svensk**

I 1994 blev Svenska Postens eneret ophævet og markedet fuldt liberaliseret.

Konkurrencen er begyndt at titte frem i form af CityMail, der dog kun konkurrerer på en lille del af brevmarkedet med det statsejede postvæsen. Det drejer sig om masseforsendelser på minimum 500 breve, og de skal være sorteret i postnumre.

Derudover deler CityMail kun post ud i store byområder som Stockholm, Malmø, Göteborg og Gotland. Ca. 40 procent af Sveriges husstande og virksomheder ligger inden for det geografiske område, som CityMail dækker.

Kunderne er blandt andet store banker og teleselskaber som Handelsbanken, Telia, Tele2 og andre svenske mastodonter som H&M postordre og dagligvarekæden Coop. Der er også offentlige myndigheder i kundekredsen, nemlig Stockholm Stad og Göteborg Stad.

CityMail håndterer ca. 175 mio. styks forsendelser årligt, svarende til godt fem procent af det svenske brevmarked.

Her hjemme bebuder Søndagsavisen, at de gerne vil ind på brevmarkedet, når det engang bliver liberaliseret.

- Vi skal ind på de adresserede områder, når de bliver givet fri. Men man skal ikke undervurdere postområdet, det er meget kompliceret og svært at komme ind. Svenske CityMail har vel tabt 1 mia. kroner, og det har vi slet ikke råd til, siger viceadm. direktør Mads Dahl Møberg Andersen fra Søndagsavisen.

### **Post Danmark må ikke blæses omkuld**

Den helt store kunde og bruger af Post Danmarks ydelser er erhvervslivet, der er afsender af ca. 80 procent af posten her hjemme. Derfor har virksomhederne en stor interesse i, at postmarkedet bliver liberaliseret, understreger fagchef i Dansk Industri, Jens Hennild.

- Vi er interesseret i et system, der er effektivt, så billigt som muligt og samtidig er landsdækkende, siger Jens Hennild.

Men han indvender samtidig, at det er vigtigt, at Post Danmark sikres gode vilkår til at ruste sig til konkurrencen, således at Post Danmark ikke bliver blæst omkuld af discountselskaber, som ikke leverer alle de ydelser, erhvervslivet har brug.

- Vi tror ikke, at lavprisselskaber generelt vil kunne være i stand til at levere den pallet af gode ydelser, som Post Danmark vil være i stand til at levere, fortsætter Jens Hennild.

Også Forbrugerrådet fastholder, at konkurrencen ikke skal drives frem for enhver pris.

- Forbrugerne er normalt store tilhængere af liberalisering og konkurrence. Men inden for visse sektorer, og der er post en af dem, skal man ikke bare give los. For der ligger nogle indbyggede problemer i forhold til at finansiere befordringspligt og enhedstakst, siger politisk medarbejder i Forbrugerrådet Anders Hjorth Jensen.

Han understreger, at det er vigtigt at sikre alle forbrugere i hele landet en god service, og det vil uden tvivl gå ud over landdistrikterne, hvis hvert enkelt område inden for postsektoren skulle gøres rentabelt.

- Det er alt andet lige meget dyre at bringe et brev langt ud i landet end inde i byerne, så der er nogle mekanismer, som man skal være forsigtige med at pille ved. Men der hvor man med fordel kan konkurrere, skal man gøre det, siger Anders Hjorth Jensen.

### **Hård konkurrence på danske reklamer**

Post Danmark har stadig monopol på breve, der vejer op til 100 g, og det monopol bliver kun gradvist aftrappet, som aftalt mellem EU-landene.

#### **EU-liberalisering i langsom fart**

I 1997 besluttede EU's trafikministre, at postmarkederne i medlemslandene skal liberaliseres i stil med liberaliseringen på teleområdet, hvor man har fjernet Tele Danmarks monopol.

I 2001 satte ministrene tidsfrister på post-liberaliseringen. Fra 2003 falder eneretsgrænsen til at omfatte breve under 100 g og fra 2006 sættes grænsen ned til 50 g.

EU-Kommissionen vil gerne gøre postmarkedet helt frit fra 2009, men det forhindrede et flertal af trafikministrene af frygt for, at postforsyningen efterfølgende ikke vil fungere i deres lande.

Derfor skal EU-Kommissionen i 2006 præsentere en rapport om konsekvenserne af at liberalisere postmarkedet helt i 2009, før der kan komme et forslag om fuld liberalisering på bordet. Og med den negative udvikling i brevængderne tror kun de færreste, at markedet bliver givet frit i 2009.

Men på andre områder, især omdeling af reklamer og pakker, er der en hård og intensiv konkurrence. Og som inden for andre sektorer, der er blevet liberaliseret, så er beskyldninger om monopolmisbrug, ulovlig krydssubsidering og konkurrencesager begyndt at flyde i luften.

Søndagsavisen, der hidtil har haft en dominerende stilling inden for uddeling af reklamer, mistede fra årsskiftet store kunder som Coop, Superbest og Spar til Post Danmark. Søndagsavisen mener, at Post Danmark har vundet kunderne ved at tilbyde dem priser, der er underskudsgivende.

I så fald overtræder Post Danmark det regnskabsreglement, som de er underlagt. Regnskabsreglementet skal netop forhindre, at Post Danmark overfører penge fra de områder, hvor de har eneret, til konkurrenceområder.

På den baggrund har Søndagsavisen indklaget Post Danmark for Konkurrencestyrelsen, som forventer at have behandlet sagen færdig i februar.

- Reglerne er ikke problemet, men Post Danmark overholder dem ikke, mener viceadm. direktør Mads Dahl Møberg Andersen fra Søndagsavisen.

Sådanne sager vil altid dukke op, når man har områder med både konkurrence og eneret, mener professor Ole Jess Olsen fra RUC, som også er medlem af Konkurrenceankenævnet.

- Det er en diskussion, man vil få. Og man ved aldrig, når argumenterne først flyver i luften, om det er det gamle monopol, der krydssubsiderer for at kvæle konkurrencen, eller er det konkurrenterne, der har interesse i at hævde, at det er sådan, siger Ole Jess Olsen.

Lektor i konkurrenceret ved Aarhus Universitet, Sune Troels Poulsen, er enig i, at man skal have øje for, at konkurrenterne også har en interesse i at få monopolvirksomheden til at fremstå i et dårligt lys.

- Vi balancerer på en grænse mellem hård konkurrence og unfair konkurrence, eller hård konkurrence og dræbende konkurrence, som er ulovlig. Og der er det da klart i konkurrenternes interesse at råbe ulven kommer, lidt tidligere end den gør. Det skal man ikke være blind for, siger Sune Troels Poulsen.

#### **Lemfældigt tilsyn**

Men når det er sagt, så mener lektor Sune Troels Poulsen, at reguleringen af konkurrencen på postmarkedet slet ikke er tilstrækkelig.

- Den nuværende regulering af Post Danmark er lemfældig, i forhold til andre sektorer, vurderer han.

Problemet er, at der ikke er oprettet et sektorspecifikt tilsyn med konkurrencen, sådan som der er på teleområdet, hvor It- og Telestyrelsen er ansvarlig for reguleringen.

Post Danmark skal aflægge individuelle regnskaber for områderne med og uden konkurrence, og der er et revisionsfirma, som kontrollerer, at der ikke overføres flere penge på kryds, end myndighederne har tilladt.

Der findes ganske vist også et Posttilsyn under Færdselsstyrelsen, som holder øje med, at Post Danmark lever op til de pligter, staten har pålagt postvæsenet gennem eneretten. Men Posttilsynet ser ikke på de områder, som er i konkurrence, og det er ifølge Sune Troels Poulsen en stor mangel.

- På teleområdet har man fundet det nødvendigt at beskytte konkurrenterne med en særlig myndighed, men på postområdet har man ikke fundet, at det var værd at beskytte konkurrenterne ved at ofre særlige myndighedsressourcer på det. Det er nok en økonomisk realistisk betragtning, men det er også en overordentlig kynisk betragtning over for de konkurrenter, der faktisk er på markedet, indvender Sune Troels Poulsen.

### **Opsplitning af Post Danmark**

En anden mulighed ville være at splitte Post Danmark op i flere selskaber, så det slet ikke ville være muligt at overføre penge fra monopolområdet til konkurrencedelen.

Men den mulighed afvises lodret Post Danmarks adm. direktør.

- For at vi kan opfylde vores pligter, så kan det være nødvendigt, at vi laver noget subsidiering på kryds og tværs, siger Helge Israelsen.

Post Danmark har pligt til at transportere almindelige breve og pakker for private forbrugere til en pris som ikke dækker omkostningerne. For at det kan lade sig gøre, må der nødvendigvis gå penge fra forretningen med store kunder, som giver overskud til underskudsforretningen.

- De små kunder rider i vid ustrækning på ryggen af de store, og det er hele logikken i at have eneret, siger adm. direktør Helge Israelsen.

Han understreger, at Post Danmark ikke har noget ønske om mere krydssubsidiering, da virksomheden gerne vil have, at hver enkelt produkt giver overskud.

Trafikministeriet er angiveligt heller ikke interesseret i at splitte Post Danmark op. Dels har ministeriet brug for virksomheden til at sikre postdistributionen. Og dels vil en samlet virksomhed indbringe en meget bedre pris, når 25 procent af aktiekapitalen skal sælges i løbet af 2004.

Tegn: 10.871

## Rationel analytiker i spidsen for Post Danmark

**Stædig, stærk, rationel og vedholdende. Det er alle karakteristiske egenskaber for Post Danmarks adm. direktør Helge Israelsen. Han får en stor del af æren for den positive udvikling Post Danmark har oplevet, siden han satte sig i førersædet for 16 år siden. Og det vækker tillid, at han skal stå i spidsen under den forestående privatisering**

*Af Mette Dyrskjøt*

Kontoret er stort, fornemt og i alle henseender en direktør for en af Danmarks største arbejdspladser værdigt. Mørkt træ, langt mødebord, og et imponerende forkontor til sekretæren.

Eneste minus er, at Post Danmarks hovedsæde ligger lige bag Københavns Hovedbanegård, og larmen fra togene trænger i den grad op til det store hjørnekontor i Tietgensgade.

Men Helge Israelsen, der har været øverste chef for postvæsenet siden 1988, forsikrer, at man sagtens kan vænne sig til larmen.

Larmen har nok været en af de mindste udfordringer, han er stødt ind i den næsten 400 år gamle postvirksomhed. Da Helge Israelsen tog over var det ikke nogen effektiv virksomhed, posten gav underskud, og i mange år var der vrøvl med fagforeningerne.

Men den udvikling fik han vendt. 16 år senere er postvæsenet et statsejet aktieselskab med en sund økonomi og en tilsyneladende tilfreds medarbejderstab.

Næste store udfordring venter lige rundt om hjørnet. Trafikministeren planlægger at sælge 25 procent af aktierne i Post Danmark i første halvdel af 2004.

De gode resultater bunder ikke i held og tilfældigheder. Helge Israelsen er uddannet ingeniør, og mange omkring ham hæfter sig ved den systematiske og rationelle facon, som han kører virksomheden på.

- Helge er akademiker og har også akademikerens tilgang til tingene, som er analytisk og strukturerende, siger Ole Zacchi, som var departementschef i Trafikministeriet fra 1993 til 2000, og i den periode havde han et tæt samarbejde med Post Danmarks førstemand. Nu er Ole Zacchi direktør for Danmarks Transportforskning.

Palle Simonsen, tidligere finansminister i den borgerlige Schlüter-regering og formand for Post

Danmark fra 1995 til 2002, fremhæver også den saglige tilgang til lederjobbet hos Helge Israelsen.

- Han er ikke den type leder, som charmerer sig igennem, men han har en utrolig tyngde og en utrolig stædighed og vedholdenhed. Og han er en meget fair leder, supplerer Palle Simonsen.

### Ledelse sat i system

Det er ikke tilfældige beslutninger, der bliver taget på hjørnekontoret. Post Danmark bliver ledet efter en ledelsesmodel, der hedder Excellence, som Helge Israelsen stiftede bekendtskab med, da han kom i bestyrelsen for Dansk Kvalitetspris. Han forklarer gerne ivrigt om ledelsesmodellens mange fortræffeligheder.

- Det er afgørende at have en ledelse som entydigt støtter hele processen. Den har vi indarbejdet siden 1998, og det har faktisk forandret virksomheden ganske væsentligt, siger Helge Israelsen.

Modellen passer tilsyneladende vældig godt til den systematiske ingeniør, der gerne sætter klare mål op for virksomheden.

- Konsekvensen er, at vi i dag konstant måler medarbejdertilfredshed og kundertilfredshed. Det betyder, at vi kan basere ledelsen på viden i stedet for på myter og snik-snak, fortsætter Helge Israelsen.

Både i 2002 og 2003 har Post Danmarks adm. direktør været nomineret til prisen som årets leder, der uddeles af Ledernes Hovedorganisation.

Den systematiske ledelsesmodel er også Helge Israelsens svar på, hvordan Post Danmark skal klare sig på fremtidens liberaliserede postmarked i konkurrence med andre postvirksomheder.

- Og vi bliver ikke så let ofre for modekatalogerne fra konsulentverdenen, understreger han.

### Blå Bog

Helge Israelsen Født 1948

Civilingeniør i 1977.

Ministeriet for Offentlige Arbejder fra 1977 til 1985.

Planlægningschef i DSB fra 1985 til 1988.

Teknisk direktør i DSB i 1988.

Generaldirektør for Post- og Telegrafvæsenet fra 1988 til 1995.

Adm. direktør for Post Danmark fra 1995

### Stædig men lydhør chef

Kommunikationschef i Post Danmark, Ole Schmidt Pedersen, påpeger, at Helge Israelsen godt kan være stædig, men ikke mere end at han lader sig overbevise af argumentets kraft.

- Man skal ikke komme uforberedt ind til ham, men hvis man har gode argumenter, så kan man også få sin vilje. Hvis nogen har en ide til et nyt produkt i posten, så siger han, at det er fint, men han vil bare lige se en cost benefit-analyse, fortæller Ole Schmidt Pedersen.

Ydermere er Helge Israelsen god til at uddele ansvar til underdirektørerne, og blander sig ikke i de små detaljer.

### **Fortid i statsadministrationen**

En anden vigtig brik i Helge Israelsens succes som direktør for posten skal findes i hans fortid i statsadministrationen.

Karrieren blev indledt i Ministeriet for Offentlige Arbejder, som Trafikministeriet hed den gang. Og det indgående kendskab til embedsværket og det politiske er uden tvivl kommet Post Danmark til gode.

- Der har været mange gode ideer og tanker omkring Post Danmark, men man skal ikke glemme, at midt i alt det, så skal posten ud hver dag, og folk bliver tossede, hvis det ikke sker, siger Ole Zacchi.

Ledere af statsejede virksomheder skal ikke kun tænke på, hvad der er godt for virksomheden. De skal også have for øje, hvordan det bliver modtaget på Christiansborg og i det politiske system.

Et eksempel på, hvor skævt det kan gå for en direktør, der kun er vant til at agere i det private, er Arriva-sagen.

Da der var problemer med togdriften i begyndelsen, kunne den adm. direktør Johnny B. Hansen ikke forstå, at politikerne reagerede så voldsomt.

Mange topchefer fra det offentlige læser problemerne, før de når op på balladeniveau. De har forstået, at hvis togene ikke kører på det og det tidspunkt, så er der nogen, der bliver sure, og nogle der er valgt, mens de private ledere tænker mere på, hvad er det præcis er for nogle mål, de skal opfylde ifølge kontrakten.

### **Brug for politisk tæft**

Helge Israelsen vil få god brug for sin politiske fingerspitzgefühl, når Post Danmark skal privatiseres inden for det næste halve år.

Det er Trafikministeriet, der skal finde en køber til de 25 procent af aktiekapitalen, som bliver sat til salg.

Men der er ikke nogen tvivl om, at Post Danmarks førstemand har en mening om, hvem køberen skal være.

Det eneste han vil ud med, at køberen gerne må være en strategisk investor, som kan medvirke til at styrke Post Danmarks position.

Og står det til Helge Israelsen, så skal der fortsat skal være en postvirksomhed med hovedsæde i Danmark, og han bliver gerne siddende på hjørnekontoret mange år endnu.

6.462



## Post Danmark gøres salgsklar

**Privatisering er et plusord i den borgerlige regering, og næste store privatiseringsprojekt er det 100 procent statsejede Post Danmark. Trafikministeren har fremsat forslag til en ny postlov, som skal toptone Post Danmark til salg.**

*Af Mette Dyrskjøt*

TIL SALG-skiltet er endnu ikke sat op i vinduerne på Post Danmarks hovedsæde lige bag Københavns Hovedbanegård. Men en række europæiske postvirksomheder holder uden tvivl grundigt øje med Post Danmark, for trafikminister Flemming Hansen (K) har bebudet, at staten vil sælge 25 procent af aktierne i det statslige aktieselskab.

- Mit gæt er, at vi kan optage forhandlinger om salget i maj 2004, siger trafikministeren.

Den delvise privatisering af det statslige danske postvæsen har været undervejs et stykke tid. I 2002 blev Post Danmark til omdannet til et statsligt aktieselskab, og der blev åbnet for, at Trafikministeriet kan sælge 25 procent af aktierne. Men for at sikre den rette pris skal lovgrundlaget være helt på plads. Derfor har trafikministeren foreslået en ny postlov, for at en potentiel køber ved præcis, hvilke rettigheder og pligter Post Danmark skal være underlagt de næste år.

Forslaget til postloven tager udgangspunkt i en rapport, som er udarbejdet af embedsmænd fra både Trafik, Finans- samt Økonomi- og Erhvervsministeriet.

### **Kun små justeringer af postloven**

Hverken rapporten eller lovforslaget lægger op til drastiske ændringer af den postservice, som de danske forbrugere og erhvervsvirksomheder kender i dag. Men der bliver generelt slækket en anelse på både de rettigheder og pligter, som Post Danmark er underlagt.

Tilpasningerne skyldes to forskellige forhold. For det første har EU's trafikministre besluttet at postmarkedet skal liberaliseres gradvist for at skabe konkurrence på priserne og bedre service.

For det andet er brevmarkedet under pres. Mængderne af breve bliver ganske enkelt mindre i takt med, at elektronisk kommunikation som især email vinder frem. Og brevene alene udgør 80 procent af den nuværende omsætning.

- Post Danmark er en sund virksomhed, men den er under pres, og hvis vi ikke udvikler postpolitikken, kommer Post Danmark i problemer, understreger trafikminister Flemming Hansen.

### **Hovedtal for Post Danmark i mio. kroner**

År	2002	2001	2000
Omsætning	10.799	10.832	10.936
Resultat før Engangsposter	621	454	490
Resultat før Skat	52	(167)	489

Frem til 2000 steg Post Danmarks omsætning hvert år, fordi der blev sendt flere breve. Men i 2000 vendte udviklingen. Og den negative udvikling fortsætter, i de første tre kvartaler af 2003 faldt omsætningen med 1,4 procent.

Virksomheden har dog alligevel formået at spare og effektivisere i en grad, der har givet overskud på bundlinjen. I 2002 blev det til 52 mio. kroner i overskud før skat til trods for en engangspost på 466 mio. kr. til meromkostninger i forbindelse med afskedigelser.

Forventningen er, at resultatet for 2003 bliver væsentligt bedre, til trods for faldet i omsætningen, da virksomheden de senere år har haft stor succes med at få bragt omkostningerne ned.

### **Tysk gigantomsætning på 292 mia. kroner**

Deutsche Post kan få alle andre europæiske postvirksomheder til at ligne miniputter. Det børsnoterede tyske postvæsen havde i 2002 en årsomsætning på over 39 mia. euro, svarende til 292 mia. kroner. Brevmarkedet er også svindende i Tyskland, men i 1998 købte Deutsche Post verdens førende logistik- og pakkevirksomhed, DHL, som har med hovedkontor i Bruxelles, og det har givet omsætningen et gevaldigt hop. Før købet landede Deutsche Posts omsætning på godt 14 mio. euro i 1997.

I Danmark samarbejder DHL (tidligere A Post) med Post Danmark, som håndterer DHL Express' indenlandske pakker.

### **Post Danmark tilfreds**

Forslaget til den ny postlov bliver umiddelbart mødt med tilfredshed hos Post Danmarks adm. direktør Helge Israelsen.

- Der er forskel på, om man har at gøre med et lukrativt voksende marked med en udstrakt eneret, eller om man har at gøre med marked med voksende konkurrence, så der er en række grunde til at ændre på loven, siger Helge Israelsen.

Han har stået i spidsen for Post Danmark siden 1988, først som generaldirektør for det daværende P&T, og som adm. direktør siden 1995, da Post Danmark blev en selvstændig offentlig virksomhed.

Monopolet på at dele breve ud i Danmark skrumper gradvist ind for Post Danmark. I 2003 blev eneretten reduceret til at omfatte breve under 100 g, og det nye forslag vil tillade, at konkurrenter kan uddele breve ned til 50 g fra 2005.

EU-landene har i fællesskab besluttet, at eneretsgrænsen skal ned på 50 g i 2006, men trafikministeren ønsker, at Danmark skal være foregangsland og rykke grænsen et år tidligere end krævet.

- Det gør vi både for at styrke Post Danmarks konkurrenceevne og for at sende et signal til de andre EU-lande om, at vi gerne vil have konkurrence, siger Flemming Hansen.

Trafikministeren tilføjer, at det drejer sig om mindre end 20 procent af den samlede brevmængde, som er på over 50 g.

Post Danmark tager også fremrykningen med sindsro.

- Vi kan ikke rigtigt hidse os op over, om det bliver et år før eller siden, for vi skal jo justeres til den situation. Men vi vil være ret omhyggelige med næste trin, som jo endnu ikke er besluttet på EU-plan fra 50 til nul gram. Vi synes ikke, at der er grund til at lave eksperimenter, og der vil vi gerne have, at Danmark bevæger sig i takt med resten af EU, for det er et afgørende skridt, understreger Helge Israelsen.

#### **EU-liberalisering i langsom fart**

I 1997 besluttede EU's trafikministre, at postmarkederne i medlemslandene skal liberaliseres i stil med liberaliseringen på teleområdet, hvor man har fjernet Tele Danmarks monopol.

I 2001 satte ministrene tidsfrister på post-liberaliseringen. Fra 2003 falder eneretsgrænsen til at omfatte breve under 100 g og fra 2006 sættes grænsen ned til 50 g.

EU-Kommissionen vil gerne gøre postmarkedet helt frit fra 2009, men det forhindrede et flertal af trafikministrene af frygt for, at postforsyningen efterfølgende ikke vil fungere i deres lande.

Derfor skal EU-Kommissionen i 2006 præsentere en rapport om konsekvenserne af at liberalisere postmarkedet helt i 2009, før der kan komme et forslag om fuld liberalisering på bordet. Og med den negative udvikling i brevmængderne tror kun de færreste, at markedet bliver givet frit i 2009.

#### **Privatisering som svar på liberalisering**

Når staten vælger at privatisere virksomheder som Post Danmark, så tjener det to formål, forklarer lektor Carsten Greve fra Københavns Universitet. Han har skrevet en Ph.D.-afhandling om statslige aktieselskaber

Det første mere tekniske formål er, at EU-direktivet kræver, at der er en vis adskillelse mellem dem, der udbyder en opgave og den, der udfører den. Derfor er staten nødt til at skille den, der udfører opgaven ud som et selvstændigt selskab.

Den anden årsag er et politisk ønske om at skabe konkurrence ved at omdanne statslige selskaber til private, der konkurrerer på markedsvilkår. Og der er selvfølgelig ideologiske forskelle på, hvor meget de politiske partier ønsker at privatisere. Men der er har været en bred overensstemmelse blandt de danske politikere om, at flere statslige selskaber trængte til at blive moderniseret og gjort mere virksomhedsorienteret.

Gennem 1990'erne privatiserede den socialdemokratiske ledet regering for meget mere end den forgående borgerlige, så det er ikke nødvendigvis ideologi, der ligger bag privatisering, understreger Carsten Greve.

- Det har været ud en betragtning, at man må give virksomhederne nogle moderne ledelsesinstrumenter, siger han.

#### **Attraktiv postvirksomhed**

Post Danmark er en finansiel sund og solid forretning. Det vurderer den britisk baserede Rothschild investeringsbank, som er hyret af Trafikministeriet til at analysere, hvordan privatiseringen af Post Danmark bedst kan gennemføres.

Foranalysen blev færdig i sommeren 2003 og anbefalingen fra investeringsbanken lyder på, at aktieposten på 25 procent sælges til en strategisk investor. Det kan være en anden postvirksomhed eller måske kommunikations- eller transportvirksomhed, som kan have fordel af at udvide forretningen med Post Danmarks kerneforretning .

Ydermere understreger analysen fra Rothschild, at lovgrundlaget for Post Danmark skal være helt på plads, inden man sælger noget som helst.

Imens Trafikministeriets embedsmænd har arbejdet med forslaget til den ny postlov, er Rothschild begyndt at forhøre sig hos mulige købere, om de er interesserede i at købe sig ind i Post Danmark, og hvad deres ønsker og krav i givet fald er.

Rothschild blev også brugt, da Tele Danmark i 1997 indgik strategisk partnerskab med amerikanske Ameritech.

#### **Stor international partner søges**

Post Danmarks adm. direktør er godt tilfreds med anbefalingen af, at aktieposten sælges til en strategisk investor, der kan udnytte fordelene ved at komme ind på det danske marked, samtidig med at Post Danmark kan få bedre fodfæste internationalt.

- Vores ønsker er, at vi for det første kan sikre, at vi kan servicere danske kunder på et produktmarked som er bredt, og uden at geografiske landegrænser er en hindring, siger Helge Israelsen og tilføjer:

- Det kræver en samarbejdspartner med et netværk, der rækker ud over grænserne og som meget gerne må være globalt.

Han forventer, at de europæiske postvirksomheder vil samle sig i grupperinger de kommende år.

- I dag har der dannet sig en fire-fem klynger af virksomheder, som for alvor sætter scenen internationalt, med to i spidsen, nemlig Deutsche Post og det hollandske postvæsen, TVG. Begge har en global rækkevidde på de produktområder, de beskæftiger sig med, og som med sikkerhed også vil ekspandere kraftigt på brevområdet i takt med, at det liberaliseres, forudser den adm. direktør.

Helge Israelsen tror altså ikke på, at der fortsat vil være selvstændige postvæsener i samtlige europæiske lande om 10 år.

- Men der bør for eksempel være en virksomhed med hovedkvarter i Danmark. Når man ser på postvæsenerne internationalt, så er der meget stor forskel på dem, og det er vigtigt, at der er nogen, der er lydhøre over de danske kunders ønsker, understreger han.

Om 10 år vil der altså stadig være røde postkasser og postbude med røde jakker i gadebilledet. Men deres arbejdsgiver er højst sandsynligt er at finde i en større international alliance.