

on er en alvorlig trussel for de befordringspligtige virksomheders kerneområde, brevmarkedet.

Den teknologiske udvikling har i dag gjort det muligt, at sende information elektronisk verden over. Det forventes derfor, at øget brug af elektronisk kommunikation vil medføre en ikke ubetydelig nedgang i forsendelsen af traditionel brevpost.

Danmark har allerede en relativt høj andel af internetbrugere (76%), og eftersom andelen af Internet brugere fortsat vokser, vil det sandsynligvis være med til at undergrave indtægtspotentialet for traditionel postvirksomhed.

Det kan derfor forventes, at der fra postvirksomheder vil ske en stadig stigende udvikling af nye former for elektronisk kommunikation mellem virksomheder og private. Seneste eksempler herpå er e-faktura, e-billetter og elektroniske kontoudskrifter. Derudover er elektronisk betaling af regninger slået kraftigt igennem. Samtidig har også det offentlige taget det elektroniske medie til sig, således at det i dag er muligt f.eks. at udfylde selvangivelsen over Internettet.

Endvidere er der tale om, at det er et fåtal af virksomheder og organisationer, der i kraft af stor volumen rent faktisk genererer størsteparten af Post Danmarks eneretsindtægter. Disse kunder vil spare betydelige distributionsomkostninger ved at anvende mulighederne i den nye teknologi. Under forudsætning af at de pågældende virksomheder har foretaget de tekniske investeringer, er omkostningerne ved at sende et elektronisk brev meget lave, mens det for et almindeligt 20 grams brev uden rabatter vil være mere end 4 kr.

Dette betyder, at en betydelig del af denne kommunikation fra virksomhederne, herunder masseforsendelser og lign., må forventes at blive erstattet af elektronisk kommunikation, efterhånden som den største del af befolkningen får adgang til Internettet.

I kraft af det ændrede kommunikationsbillede kan de etablerede postvirksomheder ikke længe overleve med en forretning, der alene tilbyder at bringe et brev fra afsender til modtager, og hvor effektiviseringer er den eneste mulighed for at opretholde et uændret overskud.

Det forventes derfor, at postvirksomheder i langt større grad vil være aktive og være med til at definere kunders behov for distribution af kommunikation. Således vil fremtidens postvirksomheder i højere grad komme til at tilbyde

intern posthåndtering, partnerskaber med reklamebureauer og elektroniske løsninger.

For at disse nye former skal være succesfulde, må postoperatørerne kunne tilbyde kunderne langt mere fleksible løsninger end tidligere. Denne udvikling er allerede igangsat. Formidling af elektronisk kommunikation eller handel over Internettet er derfor noget, som de postale virksomheder i Europa satser hårdt på. Den teknologiske udvikling har således truet postoperatørerne i Europa til at søge vækst gennem indtræden på nye markedsområder.

Hidtil har de europæiske postoperatører inden for en række kerneydelser kun produceret transport. Dette forhold er som tidligere beskrevet under forandring, og postvirksomhederne er også begyndt at tilbyde et indhold.

Som eksempel herpå kan nævnes modtagerstyret omdeling, der i korte træk går ud på, at modtageren får mulighed for at bestemme, på hvilken adresse forsendelsen skal modtages, hvornår en forsendelse skal leveres, og den form brevet skal leveres i.

Herudover tilbyder postvirksomheder, at virksomheder kan advisere om kommende forsendelser forud for, at de foreligger som fysiske forsendelser. Informationen kan anvendes af postvirksomhederne til driftsstyring og produktion gennem hele det logistiske system, og dermed give kunderne et forbedret kvalitetsgrundlag.

Endvidere er det muligt for store kunder, at opnå rabatter på deres forsendelser, eller rabatter for selv at udføre dele af sorteringen. Derudover har der været eksempler på, hvordan postvirksomheder og andre virksomheder har indgået et samarbejde om varetagelse af virksomhedens interne posthåndtering. Dette medfører, at kunderne – såvel modtagere som afsendere – bliver tættere knyttet sammen med deres operatører.

Denne udvikling har medført, at de europæiske postoperatører allerede i dag har en elektronisk infrastruktur, der kan tilbyde elektroniske løsninger på en lang række af de ydelser, der tidligere kun har været formidlet via traditionel postvirksomhed.

Men selvom den elektroniske infrastruktur i dag er på plads, har forbrugerne endnu ikke taget det til sig. Men de faldende brevmængder, måned for måned, indikerer, at udviklingen går i den retning.

Det forventes dog ikke, at brugen af de elektroniske tjenester kan erstatte den traditionelle