

Målt på afsætning er de største brevmarkeder Frankrig, Tyskland, UK og Holland med henholdsvis ca. 26 mia., 23 mia., 19 mia. og 7 mia. årlige forsendelser. Set i denne sammenhæng, er det et danske postmarked betydeligt mindre med en årlig afsætning på ca. 2,7 mia. De fire største lande tegner sig samlet for 75 pct. af den vesteuropæiske indenlandske postmængde. Til sammenligning tegner Danmarks postmængder sig kun for 2,5 pct.

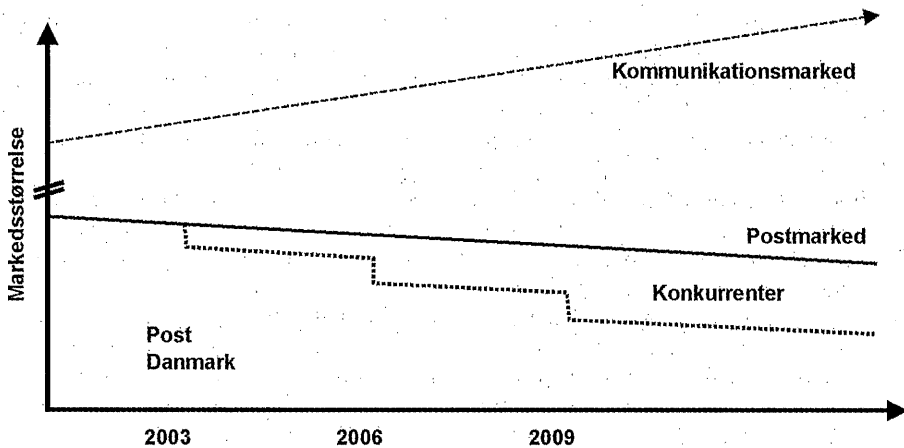
### 1.2. Udviklingen på brevmarkedet

Hvor markedet for kommunikation under ét er i fortsat vækst, falder den samlede andel af brev-

post, da væksten i brevmængden og i omsætningen er bremset eller endda faldet. Det traditionelle forhold mellem vækst i BNP og stigende brevmængder holder ikke længere.

De to væsentlige tendenser, der indvirker på den fremtidige udvikling af brevproduktet for postvirksomhederne er: Liberalisering og elektronisk substitution. Markedet bliver mindre ved substitution, og liberalisering formindsker markedsandelen for de befordringspligtige postvirksomheder.

Figur 14.1. Skematisk illustration af potentiel effekt fra substitution og liberalisering



Kilde: "Foranalyse vedrørende en reduktion af den danske stats aktiepart i Post Danmark A/S" – Rothschild maj 2003

En tredje tendens indvirker på sammensætningen af brevomsætningen som et resultat af ændringer i produktsammensætningen. Således forventes der en vækst i markedet for Direct Mail på ca. 3,5 pct.<sup>50), 51)</sup>, mens breve og forretningspost forventes at udvikle sig mere afdæmpende. Således oplever nogle postoperatører allerede en faldende afsætning på adresserede postforsen-

delser, herunder bl.a. TPG som forventer et fald på 2,5 pct. p.a. frem til 2010 (i alt 20 pct.).<sup>52)</sup>

#### 1.2.1. Liberalisering

På det liberaliserede marked er konkurrenterne tilbøjelige til at fokusere på de mest attraktive, dvs. mest indbringende postsegmenter. Sådan er generelt i højere grad at finde i byområder end i landområder, da en høj befolkningstæthed giver stordriftsfordele.