

svingninger i postmængderne. Dette skyldes bl.a., at det kun er en brøkdel af husstandene i et distrikt, der modtager pakker på den enkelte omdelingstur. Antallet af stoppesteder og længden på den enkelte tur vil derfor variere med pakke-mængden.

Priserne er kun reguleret af enhedstaksten inden for det befordringspligtige område. Mængde- og specielt prisbevægelserne har da også været væsentligt kraftigere end inden for brevområdet.

2.5.1. Andre barrierer

I dag er der skarp priskonkurrence på de to områder hvor postmarkedet allerede i dag er liberaliseret, nemlig på internationale breve fra Danmark og alle internationale pakker, og forskellige internationale postoperatører er da også etableret på disse to delmarkeder.

På basis heraf kan det dog ikke umiddelbart sluttes, at en ophævelse af eneretten og anden

form for postal særregulering vil få en lignende effekt på de øvrige postale delmarkeder for som bl.a. påpeget af Konkurrence Styrelsen, så må dele af Post Danmarks aktivitetsområder betegnes som et naturligt monopol, hvorfor der kan være en reel risiko for, at en liberalisering, der ikke er nøje gennemtænkt, blot vil resultere i, at et reguleret monopol vil blive erstattet af et ureguleret.

På det indenlandske pakkemarked er konkurrencesituationen i dag mere kompleks, idet Post Danmark A/S er udsat for reel konkurrence på visse delmarkeder og er monopolist på andre.

Konjunktursituationen på postmarkedet kan være af betydning for f.eks. internationale postoperatørers stillingtagen til eventuelt at etablere sig i Danmark. Specielt langvarige tilbagegangsperioder vil formentlig kunne virke dæmpende i så henseende.

Tabel 14. "Naturlige" barrierer for konkurrence i den danske postsektor

Parameter	Beskrivelse
Konjunktursituation	I de sidste par år er det danske brevmarked blevet mindre hvad angår afsætning.
Geografi	Det danske postmarked er i europæisk sammenhæng af beskeden størrelse. En relativt stor del af befolkningen bor i de største bycentre, dvs. hovedstadsområdet, Århus-området, og trekantområdet m.fl.
Distributionsnet	Post Danmark A/S har et i europæisk sammenhæng bl.a. i kvalitetsmæssig henseende velfungerende landsdækkende distributionsnet
Lokalkendskab	Post Danmark A/S har et indgående kendskab til forholdene på det danske postmarked
Lokalt image	Post Danmark A/S er et kendt og etableret varemærke i Danmark. Dette skyldes både postvæsenets lange historie, forskellige privilegier, eneret, udstedelse af nationale frimærker, opsætning af postkasser, osv. og systematiske markedsføringsaktiviteter over en længere periode.
Virksomhedsøkonomi	Billedet er ikke helt entydigt, idet Post Danmark A/S i effektivitetsmæssig henseende nogenlunde ligger på gennemsnittet i europæisk sammenhæng, mens Post Danmark A/S i finansiell henseende både er velkonsolideret og har en relativt stor overskudsgrad. Der henvises i øvrigt til "Resultat af foranalysen vedrørende en reduktion af den danske stats aktiepart i Post Danmark A/S" – Rothschild maj 2003

Den danske geografi er speciel i europæisk sammenhæng både ved den lille geografiske udstrækning, og det at en relativt stor del af befolkningen er koncentreret i de største befolknings-

centre. Bl.a. svenske erfaringer viser, at det netop er her, at nye konkurrenter vil etablere sig.

Kombinationen af en relativt beskeden udstrækning og relativt kraftig koncentration af befolkningen trækker derfor i retning af, at Dan-