

Prolog ställer sig bakom förslaget att förändra krav på övernattbefordran av brev och att nya modeller för pristak tas fram, men kräver att båda dessa förslag modifieras i syfte att begränsa Postnords skadliga monopolställning som distributör av post, paket, tidskrifter och tidningar för att säkerställa konkurrens, kostnadseffektivitet, service, miljöpåverkan och demokrati.

## Prologs yttrande över delbetänkande: ”Som ett brev på posten”

SOU 2016:27

N2016/02666/ITP

Johan Lundin, VD PrologAB/KB

---

## Sammanfattning

Postmarknaden innefattar mer än brev och reglering av postbefordran får därför inte ses isolerat. Förutsättningarna för de samhällsviktiga tidningsföretagen kommer att försämrats om sandistribution av post och tidningar försämrats. Postnord har redan idag en allt för stark ställning och att detta leder till högre priser i de områden där alternativ saknas.

Prolog menar att:

- Postdistribution måste och kan samordnas med distribution av tidningar och andra produkter, även med tidningarnas stränga krav på leveranstider
- Postnords ägande och agerande i TAB förhindrar konkurrens på marknaden
- Postnords attityd till samarbete måste förändras
- Vår demokrati är beroende av fungerande lokaltidningar

Prolog ansluter sig till utredningsförslaget att förändra kravet på övernattbefordran. Men följande måste beaktas:

- Tidningsföretagens möjligheter till övernattbefordran med Postnord måste kvarstå på samma villkor som idag
- Postnord bör ges ett tydligt uppdrag att aktivt öppna för downstream access och lokala samarbeten
- Postnord bör sälja TAB

Prolog ansluter sig även till förslaget om att en prisreglering bör ske men förslaget måste kompletteras med:

- Regler för att förhindra korssubvention av andra affärer kopplade till hushållsdistribution
- Regler för tillsyn och transparens

## Inledning

Att se till att alla aktörer som arbetar med distribution till hushåll har både marknadsmässiga och operativa villkor som är lika och inte missgynnar någon part oberoende av storlek eller ägare, ger bästa samhällsnytta beträffande kostnadseffektivitet, service och miljöpåverkan. Det är därför nödvändigt se på post och tidningsdistribution på ett samlat sätt.

## Kort om Prolog

Prolog KB är ett distributionsföretag verksamt i Mälardalen och Bergslagen. Prolog ägs av tidningsföretagen Promedia i Mellansverige AB och Eskilstuna-Kuriren AB och har som uppdrag att effektivt distribuera ägartidningar och att därtill bedriva en lönsam distributionsaffär på marknadsmässiga villkor. Prolog omsätter ca 340 MSEK och har ca 1.100 anställda.

Prologs verksamhet är indelad i tre affärsområden:

- Tidningsdistribution, distribution av prenumererade tidningar och tidskrifter och gratistidningar
- Postdistribution, distribution av adresserade och oadresserade produkter, brev, ODR, etc
- Transporter, distribution av paket och annat smågods till hushåll och företag

Sammantaget utgör ägarnas lokaltidningar ca 60% av omsättningen, de stora rikstidningarna (DN, SvD och DI) 15% och övriga morgontidningar ca 10%. Således kommer 15% från övriga uppdrag och dessa växer årligen med ca 10%.

Prolog har under alla år arbetat tillsammans med Postnord-ägda Tidningstjänst AB, TAB kallat, som entreprenör. Syftet med detta har varit att samarbeta kring fördelning av statligt distributionsstöd, IT-system för löneutbetalning, fordon, lokaler etc. Vårt avtalade samarbete med TAB upphör vid årsskiftet 2016 eftersom TABs vilja att utveckla samarbeten avklingat och de därtill genomfört stora prisökningar av de tjänster vi köper.

Prolog är tillsammans med fem distributionsbolag delägare i MTD AB/KB, ett försäljnings och logistikföretag specialiserat på morgontidig distribution till hushåll.

## Samdistribution av post och morgontidningar

### Distribution av morgontidningar

Tidningsföretagen, som är en viktig del av den ”tredje statsmaken”, har genom det sätt man utför sitt granskande uppdrag på en mycket stor betydelse för vårt samhälles demokrati och öppenhet. Flera av dessa företag har i sina ägaruppdrag både genom tradition och direkta stiftelsestadgar detta uppdrag förtydligat.

Tidningsbranschen är i en period av kraftig förändring. Läsandet av papperstidning minskar, men minskar av allt att döma inte lika kraftigt som de prenumererade upplagorna faller. Det är snarare betalningsviljan som sviktar. Tidningsföretagen kämpar med den förändring av informationsinhämtning som nya läsvanor innebär. Dessa företag var tidigt ute på internet men har kämpat med att finna affärsmodeller som ger intäkter och lönsamhet.

Trots stora satsningar under gott och väl 25 år mycket få tidningsföretag lyckats skapa affärsmodeller som genererat intäkter större än 15% av total omsättning via digitala affärslösningar. Och än färre tidningsföretag har lyckats skapa intäkter som ger full kostnadstäckning för drift och utveckling av redaktionella lösningar kopplade till nyhetsförmedling i digitala kanaler. Det är alltså fortfarande via papperstidningen som tidningsföretagen tar in lejonparten av sina intäkter och att det är dessa intäkter som skall betala investeringar i teknik, kompetens och affärskoncept som krävs för att klara omställningen till nya lösningar.

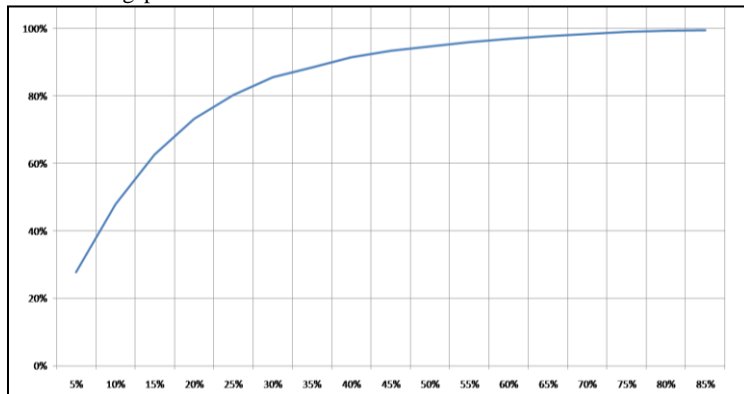
Således kommer tidningsföretagen att vara beroende av tryckning och distribution av papperstidningar under överskådlig tid framöver. Prognosen för prenumererade morgontidningar är mindre god och andelen prenumererande hushåll i landet minskar stadigt. Men trots detta har ca 40% av hushållen en tidning idag. Vi måste dock förvänta oss att den vikande trenden håller i sig. Konsekvensen för tidningsföretagen är att både intäkter från läsare och intäkterna från annonsörer kommer att minska. Logiken är att färre läsare ger sämre räckvidd, det vill säga färre personer som ser annonser och detta gör det svårare att ta betalt för annonser. En tungt nedåtgående spiral. Detta hindrar dock inte att affärer kopplade till papperstidning att fortsätta att leva och utvecklas, detta genom en övergripande övergång till annonsfinansierade gratistidningar. Skälet till denna utveckling är att annonsörer är beroende av lokala kanaler för räckviddsannonsering, vilket inte annonser i digitala kanaler ger. Lokal räckviddsannonsering är avgörande för att det lokala affärslivet skall fungera. Denna utveckling är redan i dag tydlig och vi kan se hur antalet gratistidningar i Storstockholm växer och växer i takt med att de prenumererade tidningarna förlorar sin räckvidd.

Tryckning och distribution innebär betydande utgifter för tidningsföretagen och utgör ofta en tredjedel av kostnadsmassan. Distributionskostnaden för ett geografiskt område är i princip konstant, det vill säga kostnaden för en utdelningsrunda styrs av längden och färdhastigheten på utdelningsrundan och påverkas inte i huvudsak av upplagan. Detta kan åskådliggöras genom den så kallade Uppsalakurvan som togs fram i Tidnings-Utgivarnas regi 2007/2008. Kurvan visar att man måste utföra samma distributionsarbete även då hushållstäckningen minskar. Innebörden är att enhetskostnaden ökar med upplageminskningen. Först när hushållstäckningen sjunker och närmar sig 35%, minskar utdelningsarbetet. Men minskningen går inte tillräckligt snabbt vilket innebär att enhetskostnaden ökar mer än vad utdelningsarbetet minskar. Tidningsdistributionen ligger nu farligt nära brytpunkten på 35%.

Men kurvan visar också på att samtidig utdelning av flera enheter ger mycket bra kostnadseffektivitet.

Uppsalakurvan

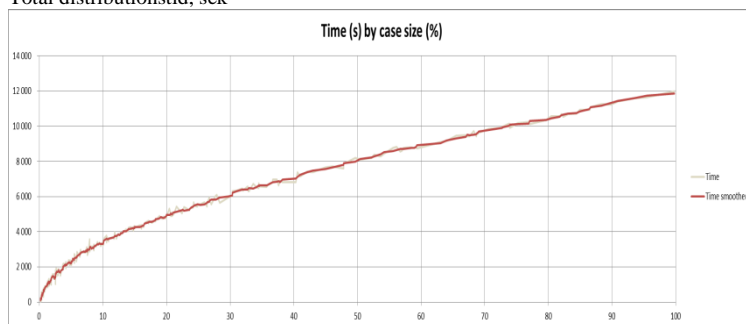
Andel våningsplan som måste besökas



Hushållstäckning, andel hushåll som prenumererar

För att undersöka hur kostnaden förändras med förändring i antal utdelade enheter, lät Prolog ett norsk forskningsinstitut göra beräkningar för ett definierat geografiskt område i Västerås. Området har ca 1000 hushåll. För varje förändring i antal hushåll som skulle besökas beräknades den mest optimala ruttan och tiden för denna rutt.

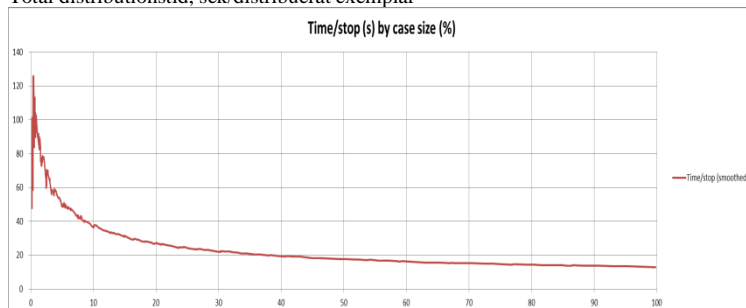
Total distributionstid, sek



Hushållstäckning, andel hushåll som prenumererar, %

Kurvan för hur totalkostnaden förändras, se ovan, visade på samma form som Uppsalakurvan. Kurvan för hur enhetskostnaden förändras, nedan, visar tydligt på effekten av att enhetskostnaden är väsentligt högre vid låga hushållstäckningar. Rent praktiskt innebär detta för vikande tidningsupplagor att styckekostnaden för en distribuerad tidning ökar mer än vad det är möjligt att öka prenumerationspriset.

Total distributionstid, sek/distribuerat exemplar



Hushållstäckning, andel hushåll som prenumererar, %

Fler tidningar kommer under de kommande åren att se över sin utgivningsfrekvens. Beslut därom påverkas av respektive tidnings lönsamhet. När huvudtidningen i ett område beslutar om att minska sin utgivningsfrekvens kommer det att drabba de övriga tidningarna i samdistributionen i detta område och i förlängningen har de heller inte råd att distribuera sin upplaga i ett sådant område. Risken för en lavineffekt är därför mycket stor, med allt vad det innebär för mångfald i det så viktiga professionella samhällsbevakningen.

En annan konsekvens som måste beaktas är viljan att distribuera på landsbygden. I många fall är mobiltäckning och möjlighet till internetuppkoppling klen. Prolog vet detta från försök med att ersätta papperstidning med läsplattor och andra digitala alternativ i områden med gles landsbygd.

Viljan att prenumerera avtar med ~30% för varje halvtimma som tidningen anländer senare än klockan 6, vilket undersökts i en studie gjord i Finland och som redovisats på Nordiska Mediedagarna i Stockholm 2008. Därför är det inte till fyllest att samdistribuera morgontidningar med Postnords ordinarie brevbäringsturer efter som dessa ger en allt för sen leveranstidpunkt. Detta kan endast tillämpas i en tidnings allra yttersta utdelningsområde, som inte kan nås i rimlig tid på annat sätt.

- Tidningsföretagen är helt beroende av intäkter från sina pappersprodukter
- Totala distributionskostnaden i ett område är nästan helt oberoende av upplagens storlek om hushållstäckningen >35% och enhetskostnaden minskar om fler produkter kan distribueras samtidigt
- Att få tidning med posten vid lunch eller på eftermiddagen är inget alternativ
- Att kunna distribuera mer än morgontidning är helt avgörande för tidningsföretagens framtid för kostnaderna inte skall bli ohanterligt höga
- Vår demokrati är beroende av att samhällsbevakningen fungerar även lokalt

### **Samdistribution av post och tidningar i praktiken**

Genom MTD och MTD:s ägarnätverk, tidningsdistributionsbolagen, ges möjlighet att distribuera brev tillsammans med tidningar. Under 2015 har mer än 40 miljoner brev distribuerats samman med morgontidningar i detta nätverk och volymerna fortsätter växa. Det bör nämnas att Postnord-ägda TAB, erbjudits att delta men valt att avstå detta initiativ. Distributionsbolagen samarbetar också med andra aktörer på postmarknaden, så som BringCitymail och 21 Grams. Dessa samarbeten växer och gynnar deltagare, kunder och mottagare, i motsats till andra geografiska områden. I områden där TAB distribuerar morgontidningar och där TAB inte vill delta i branschsamarbeten som syftar till volymökning, ökar priserna för tidningsdistributionen nu så kraftigt att tidningsföretagen i TABs områden hamnar i svårigheter och måste minska sina utgivningsområden för att klara av TABs prisökningar.

Det finns gott om lyckade exempel i andra länder. Post och tidningar distribueras fullt ut på flera ställen i Tyskland. I Augsburg i södra Tyskland samdistribueras Augsburger Allgemeine med lokal och rikspost och klarar respektive tjänsts leveransvillkor.

- Samdistribution av post och tidningar fungerar
- Samdistribution av ger lägre porto och lägre distributionskostnader för tidningsföretagen

## Postnord/TAB

Portopriser i de områden där alternativ till Postnord finns är lägre än i andra områden. Och självklart beror det på att Postnord konkurreras ut. Priserna är i vissa fall så låga att det är svårt för någon att få kostnadstäckning. Med samdistribution av post och morgontidningar kan man få en högre distributionseffektivitet än med dagens två flöden och lösning torde också kunna klara tidskraven ännu enklare med utredningens förslag till befodringskrav.

Postnord äger TAB, vilket är konkurrensmässigt mycket problematiskt. Tidskriftsförlag som önskar rikstäckande distributionstjänster har två alternativ, Postnord eller MTD. MTD har distributionsavtal med alla tidningsdistributionsbolag i landet, det vill säga även med Postnordägda TAB. Men MTD:s möjlighet att erbjuda alternativ hindras av att TAB konsekvent avstår att delta i nya uppdrag. Man behöver inte vara särskilt konspiratoriskt lagd för att förstå hur TAB hanterar frågan om att vara lojal med sin ägare Postnord eller med MTD, det bolag man samäger med övriga tidningsdistributionsbolag. Frågan utfaller nämligen alltid till Postnords fördel och betyder ett effektivt stopp för konkurrens i TABs områden och därför faktiskt i hela riket. Det betyder också att TAB kan ta ut allt högre priser för morgontidningsdistribution av sina kunder, med hänvisning till minskande volymer.

Kan man därtill förmå Postnord att öppna sina flöden för andra aktörer, kan man finna nya spännande lokala lösningar på sortering och distribution. Om Postnord anlitar lokala entreprenörer, kan effektivitet och service upprätthållas, ja kanske rent av ökas. Detta kan kallas ibland för downstream – access. Postnord har inrättat så kallade Post-i-butik-lösningar, vilket varit ett mycket effektivt och servicehöjande ersättningsalternativ till de gamla postkontoren. På samma vis bör Postnord kunna överlåta hushållsdistributionen, helt eller delvis, till tidningsdistributionsföretagen. Som entreprenör till TAB har Prolog verkat för sådana lokala lösningar, men intresset har varit svalt. Man har till och med drivit frågor i motsatt riktning. Lokala initiativ så som att samutnyttja fordon har avbrutits av Postnord utan att skäligen orsaker angetts.

Postnord har i några halvhjärtat genomförda försök i mindre skala samdistribuerat post och morgontidningar. Dessa har alltid slutat med samma resultat, det vill säga att man bedömt det hela praktiskt ogenomförbart. Resultaten står alltså i bjärt kontrast till den samdistribution av post och tidningar som övriga tidningsdistributörer genomför varje natt.

Prolog har som entreprenör till TAB under de senaste 15 åren drivit frågor om samarbete men intresset från Postnord har varit mycket lågt. Man har hänvisat till postlagstiftningens tidskrav som ett hinder. Viljan att finna tjänster som inte riskerar att kollidera med denna lagstiftning har därtill varit låg eller obefintlig. Att ens försöka finna tjänster där morgontidig leverans gett komparativa marknadsfördelar har heller inte vunnit positiv genklang. Postnord har i kraft och handling endast värnat om befintlig struktur och att behålla allt i brevbärarens väska. Genom att endast välja storskaliga lösningar för sortering har Postnord dessutom byggt egna ”hinder”. Postnords val att koncentrera sortering till färre platser bidrar dessutom till att varje brev kräver längre transporter med åtföljande miljöpåverkan. Skälet till storskaliga sorteringsanläggningar är investering i sorteringskapacitet, trots att denna teknik blivit väsentligt billigare och kan göras lokalt.

- Postnords attityd till lokalt samarbete måste förändras
- Postnords ägande och agerande i TAB hindrar konkurrens på marknaden och måste ändras



## Förslag att förändra kravet på övernattbefordran

En förändring av kravet på övernattbefordran måste ske, eftersom efterfrågan minskat. Att förändra kravet är också en miljöbesparande åtgärd då det ger möjlighet till samdistribution av post och tidningar. Detta har även påpekats i utredningar och förslag om det framtida presstödet, se SOU 2013:66 Presstöd till samdistribution av dagstidningar.

Postmarknaden är i stort sett avreglerad och exemplen på lyckade initiativ är många, inte minst märks det på att portopriserna är lägre i områden där alternativ till Postnord finns. Postnord har en monopolställning på övernattbefordran av brev i riket, vilket också konstateras i utredningen och Postnord har ambitionen att i akt och mening att behålla den. Positionen befästs genom ägandet i TAB, där andra produkter, tidningar, paket, ODR odyl som också skall levereras till hushåll alltid styrs över till Postnord. Detta förhindrar effektivt konkurrens i de områden där endast TAB och Postnord verkar. Positionen är därför inte rimlig. Postnord bör ges tydligare direktiv att samverka lokalt för att nå bästa service på det mest effektiva sättet. Något sådant uppdrag har inte Postnord idag, men utredningens förslag bör kompletteras med detta.

- Prolog ansluter sig till utredningsförslaget att förändra kravet på övernattbefordran. Men följande måste beaktas:
  - Tidningsföretagens möjligheter till övernattbefordran av morgontidningar måste värnas kvarstå i alla områden på samma villkor som idag
  - Postnord bör ges ett tydligt uppdrag att aktivt öppna för downstream-access och lokal samarbeten
  - Postnord bör ges i uppdrag att sälja TAB

## Förslag att förändra pristak

Postnord har genom sin storlek en ställning som är helt dominant både på post- och på tidningsdistributionsmarknaden, ja till och med på paketmarknaden. Ser man samlat på dessa marknader är ställningen alldeles för stark för en positiv samhällsutveckling. Postnord kan dessutom agera både på konkurrensutsatta och reglerade marknader. Detta agerande manifesteras av ägandet och agerandet av TAB. En prisreglering måste därför utformas för att inte snedvrیدا konkurrensen ännu mer på dessa marknader. En prisreglering, måste då kompletteras med regler, tillsyn sanktioner och transparens för att motverka att Postnord kan använda pengar och resurser från reglerade marknader där man är ensam operatör till att subventionera verksamhet på konkurrensutsatta marknader.

Förslaget med en volymparameter som del av beräkning av pristak och där minskande volym ger möjlighet att ta ut ett högre pris, måste anpassas till hur volym förändras i olika regioner. Om volymen faller i riket och med riksvolym som bas för prisjustering, får Postnord möjlighet att höja priset mer än vad som kan motiveras av volymförändringen i ett mindre område. Det innebär att regioner där volymen är stabil riskerar att drabbas av omotiverade prisökningar. Och ofta är det områden där inga alternativ finns och man kan förmoda att det leder till kundtapp och minskande volymer även i dessa områden. Och så är spiralen igång.

- Prolog ansluter sig till förslag att en prisreglering bör ske men förslaget måste utformas för att inte missgynna konkurrerande alternativ och därför kompletteras med:
  - Regler med förbud av korssubvention mellan affärsområden
  - Regler med förbud för korssubvention av regioner/geografier
  - Regler för tillsyn, sanktioner och transparens

/2016-08-16 Johan Ludin, VD Prolog KB