

Svensk postmarknad 2021

Svensk postmarknad 2021

Rapportnummer

PTS-ER-2021:10

Diarienummer

20-14530

ISSN

1650-9862

Författare

Anders Hildingsson, Joakim Levin, Pär Lindberg, Emma Maraschin, Erika Nysäter (projektledare), Cecilia Nyqvist, Helene Rosang, Zdravka Zulj

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Förord

Post- och telestyrelsen (PTS) har i uppdrag att bevaka, analysera och beskriva postmarknadens utveckling. Vår årliga analys – Svensk postmarknad – är ett viktigt underlag för alla som är intresserade av att förstå hur marknaden förändras. I årets rapport pekar statistik och undersökningar åt samma håll: E-handeln växte med 40 procent under 2020 vilket lett till att varuförsändelserna blir allt fler. Brevvolymen fortsatte att falla i ännu högre takt än under det tidigare rekordåret 2019. Det driver på utvecklingen mot en allt mer mottagarorienterad postmarknad. Utvecklingen medför dels att postmarknadernas delmarknader för skriftliga meddelande respektive varor fortsätter att utvecklas åt olika håll, dels att gränsen mellan postmarknadernas delmarknader och övriga angränsande marknader blir allt mer utsuddad.

Den svenska postregleringen ses över under de närmaste åren. Som myndighet har vi ett ansvar för att tydliggöra fakta om utvecklingen och att säkerställa att förändringar genomförs på bästa sätt utan att det går ut över bibehållen kvalitet i postservicen. En viktig grundpelare i det arbetet är att kommunicera vår bild av utvecklingen. Det är därför vår förhoppning att Svensk postmarknad 2021 kan inspirera till en dialog om en postmarknad i förändring.

Dan Sjöblom
Generaldirektör

Innehåll

Förord	3
Tabeller	6
Figurer	7
Förkortningar och terminologi	8
Sammanfattning	10
1. Samhällets förändrade behov leder till marknader i snabb förändring ...	12
1.1 Regleringen av postmarknaden fortsätter att ses över	12
1.2 Föreskrifter om hur utdelning inom ramen för den samhällsomfattande posttjänsten ska utföras.....	13
1.3 Förändrade befodringskrav möjliggör varierande utdelningsfrekvens för olika tjänster	14
1.4 Förslag på förändrat krav på befodringstid.....	15
1.5 Behov av att se över den samhällsomfattande posttjänstens innehåll och finansiering	16
1.6 Posttjänster som svarar mot samhällets behov kräver även samverkan	17
2. Postservice – en geografisk översikt	19
2.1 Utdelning av post i tätorter och landsbygder	19
2.2 Olika geografiska förutsättningar och utmaningar i landet	21
2.2.1 <i>Avstånd till postlåda</i>	23
2.2.2 <i>Avstånd till ombud</i>	23
2.3 Postlådan: en allt viktigare kanal för varuförsändelser	23
2.4 Servicenät för paketutdelning: ombudsnät, boxar och hemleverans	24
2.4.1 <i>Aktörer med ombudsnät</i>	24
2.4.2 <i>Snabb utveckling inom last mile – boxar och hemleverans</i>	29

2.5	Samverkan och samdistribution i lands- och glesbygder	30
2.5.1	Några insatser för hållbara och mottagarvänliga leveranslösningar	31
2.5.2	Många initiativ och lösningar leder till behov av samverkan och samordning	34
3.	Marknad och prissättning	36
3.1	Den svenska brevmarknaden	38
3.1.1	Antal brevfräsändelser och omsättning	39
3.1.2	Konkurrenssituation	39
3.1.3	Priser (prisutveckling på frimärkta brev)	41
3.1.4	Efterlevnad av postförordningens prishöjningstak	46
3.1.5	Regional fördelning av brevvolymer	47
3.1.6	Digitala brevlådor	49
3.2	Den svenska paketmarknaden	51
3.2.1	Antal paket och omsättning	52
3.2.2	Konkurrenssituation	53
3.2.3	Priser (prisutvecklingen på postpaket)	56
3.2.4	Regional fördelning av paketvolymer	59
4.	Service och kvalitet	63
4.1	Befordringskravet i postförordningen uppfylldes med god marginal	63
4.2	Klagomål och synpunkter till PTS	64
4.3	Klagomål och synpunkter till Postnord	64
4.4	Klagomål och synpunkter till Citymail	66
4.5	Hushåll utan utdelning av post fem dagar per vecka	66
4.6	Obeställbara brev: Antalet brev som inte kan delas ut till rätt adressat har minskat	66
	Bilaga 1 – Paketstatistik enligt EU:s paketförordning för åren 2018 och 2019	68

Tabeller

Tabell 1: Avlämningsställen utdelningsform/tätort.....	20
Tabell 2: Antal paketombud 2021.....	25
Tabell 3: Antal försändelser och omsättning på postmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige	38
Tabell 4: Alternativ indelning av antal försändelser och omsättning på paketmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige inklusive paketbrev och andra varuförsändelser 0-2 kg som distribuerats som brev	38
Tabell 5: Antal brev i Sverige 2016-2020 samt år 2000	39
Tabell 6: Marknadsandelar för brevmarknadens aktörer, avser samtliga brev-försändelser 0-2 kg utdelade i Sverige 2020	40
Tabell 7: Marknadsandelar för paketbrev i Sverige 2020	40
Tabell 8: Antal aktiva postoperatörer per län	48
Tabell 9: Marknadsandelar för paketmarknadens stora aktörer, avser paket 0-20 kg utdelade i Sverige	54
Tabell 10: Marknadsandelar på B2C-marknaden (inkl. paketbrev) i Sverige.....	54
Tabell 11: Marknadsandelar på B2B-marknaden i Sverige	55
Tabell 12: Marknadsandelar på B2C-marknaden i Sverige.....	55
Tabell 13: Paketmarknaden 2019, avser paket 0-31,5 kg enligt EU:s paketförordning	69
Tabell 14: Paketmarknaden 2018, avser paket 0-31,5 kg enligt EU:s paketförordning	69
Tabell 15: Marknadsandelar på paketmarknaden 0-31,5 kg 2019 för de största operatörerna, avser alla hanterade paket såväl inrikes som utrikes inkommande och utrikes utgående	69
Tabell 16: Marknadsandelar utrikes utgående paket 0-31,5 kg 2019.....	70
Tabell 17: Marknadsandelar utrikes inkommande paket 0-31,5 kg 2019.....	70

Figurer

Figur 1: Tillgång till tjänsten "Boka lantbrevbäring"	20
Figur 2: Täthet mellan avlämningsställen utanför tätort	21
Figur 3: Särskilda geografiska utmaningar	22
Figur 4: Samlat ombudsnät jan/feb 2021.....	26
Figur 5: Spridning ombud och avstånd	27
Figur 6: Expansion och begränsningar "last mile"	30
Figur 7: Andel av omsättningen (19 miljarder kr) på postmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige	37
Figur 8: Portoutveckling, 1:a klass frimärkt (50 gram)	42
Figur 9: Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt med prisutvecklingen i KPI, 1990-2021	44
Figur 10: Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt med KPI, AKI, samt volymutvecklingen i frimärkt, 2008-2019.....	45
Figur 11: 239 miljoner varuförsändelser 0-20 kg utdelade i Sverige 2020	53
Figur 12: Portoutvecklingen av ett postpaket (3 kg), 1999-2021.....	56
Figur 13: Jämförelse av portoutvecklingen för ett postpaket (3 kg) med prisutvecklingen i KPI 1999-2021.....	57
Figur 14: Kundensynpunkter och reklamationer, Postnord	64
Figur 15: Reklamationer i förhållande till antal försändelser, redovisat separat för brev och paket, Postnord.....	65
Figur 16: Paketmarknaden, 249,8 miljoner paket 0-31,5 kg 2019.....	68

Förkortningar och terminologi

Brev: en adresserad försändelse som är innesluten i kuvert eller annat omslag och som väger högst två kg samt vykort, brevkort och liknande försändelser.

Brevlåda: Anläggning där avgående brevårsändelser lämnas, vanligtvis Postnords "gula lådor". Begreppet används ofta felaktigt som synonym för *Postlåda* (se förklaring nedan).

ERGP: The European Regulators Group for Postal Services, Europeiska gruppen av tillsynsmyndigheter för posttjänster.

Paket B2B: Försändelser som skickas från företag till företag

Paket B2C: Försändelser som skickas från företag till konsument

Paket B2X: Försändelser från företag till samtliga typer av mottagare

Paket C2X: Försändelser från konsument till samtliga typer av mottagare

Paketbrev: en varuförsändelse 0-2 kg som hanteras och delas ut inom brevflödet.¹

Paketleveranstjänster: tjänster som innefattar insamling, sortering, transport och utdelning av paket.

Tillhandahållare av paketleveranstjänster: ett företag som tillhandahåller en eller flera paketleveranstjänster; med undantag av företag som är etablerade i endast en medlemsstat, som bara tillhandahåller inrikes paketleveranstjänster som en del av ett köpeavtal och som en del av detta avtal personligen levererar varor som omfattas av avtalet till användaren.

Postlåda: Anläggning² där mottagaren/adressaten tar emot sina postförsändelser.

¹ I postlagen finns ingen definition för de småpaket som i likhet med "vanliga brev" delas ut inom ramen för regelbundna utdelningsslingor. I postlagstiftningen utgör båda typerna av försändelser *brev* och utdelningen av dessa utgör tillståndspliktig postverksamhet. Marknadsmässigt konkurrerar dock paketbrev med "vanliga paket" (B2C i första hand), som dessutom i många fall ligger inom viktspannet 0-2 kg och där endast sättet att förmedla försändelsen till mottagaren skiljer sig åt. Avsaknaden av en tydligt definierad term har skapat vissa svårigheter i tidigare rapporter att på ett konsekvent och tydligt sätt referera till dessa försändelser. Därför inför PTS nu termen *paketbrev*, vilket motsvarar den engelska termen "packet". Införandet av termen gör också det enklare att undvika att använda olika operatörers tjänstebeteckningar såsom Varubrev, Postlådepaket och Brevlådepaket.

² Kan utgöras av brevinkast i dörren, fastighetsbox, enskild låda, låda i en lådsamling, samhällsbox eller annan särskild lösning.

PTS: Post- och telestyrelsen

Samhällsomfattande posttjänst. 3 kap. 1 § postlagen: Den samhällsomfattande posttjänsten ska uppfylla kraven att:

1. det varje arbetsdag och minst fem dagar i veckan, utom under omständigheter eller geografiska förhållanden som tillståndsmyndigheten bedömer utgör skäl för undantag, ska göras minst en insamling och minst en utdelning av postförsändelser,
2. expeditions- och inlämningsställena ska ligga så tätt att användarnas behov beaktas,
3. de bestämmelser om befordringstider efterlevs, som meddelats av regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer,
4. det ska vara möjligt att försäkra postförsändelser och att få kvitto från mottagaren på att en postförsändelse har tagits emot,
5. enstaka postförsändelser ska befordras till enhetliga priser, och
6. villkoren för tjänsten ska vara allmänt tillgängliga.

Sammanfattning

Under 2020 har den svenska postmarknaden påverkats av den pågående pandemin. E-handeln växte med 40 procent under 2020 vilket har lett till att varuförsändelserna blir allt fler. Samtidigt har brevvolymerna fortsatt att minska. Det driver på utvecklingen mot en allt mer mottagarorienterad postmarknad. Utvecklingen medför dels att postmarknadernas delmarknader för skriftliga meddelande respektive varor fortsätter att utvecklas åt olika håll, dels att gränsen mellan postmarknadernas delmarknader och övriga angränsande marknader blir allt mer utsuddad.

Brevvolymen fortsatte att falla i ännu högre takt än under det tidigare rekordåret 2019. Antalet utdelade brev minskade till knappt 1,6 miljarder, en nedgång med 11,8 procent under 2020 (jämfört med en minskning om 10,5 procent 2019). Sedan år 2000 har den totala brevvolymer minskat med 53,6 procent.

PTS undersökning visar att det levererades nära 192 miljoner paket upp till 20 kg i Sverige under 2020. Av dessa var ca 22 miljoner returörsändelser. Omsättningen uppgick till 10,2 miljarder kr. Till detta kan paketbrev adderas som utdelades genom brevbäringen, det vill säga knappt 48 miljoner försändelser med en omsättning om 1,1 miljarder kr. Sammanlagt delades 239 miljoner paket och paketbrev ut i Sverige med en omsättning om totalt 11,3 miljarder kr.

Översynen av svensk postreglering har fortsatt under 2020. Regeringen har bland annat tillsatt dels en utredning om postlagens tystnadsplikt och möjligheten att förhindra att narkotika, vapen med mera skickas per post, dels en utredning om finansieringen av den samhällsomfattande posttjänsten. PTS bistår med experter och underlag i båda utredningarna. Mot bakgrund av samhällets förändrade behov av posttjänster är det positivt att regeringen tillsatt en utredning om innehåll och finansiering av den samhällsomfattande posttjänsten. Omfattningen av den samhällsomfattande posttjänsten har i stora delar varit oförändrad sedan avregleringen av postmarknaden 1993.

Men en fortsatt modernisering av postreglering är inte tillräckligt för att vi även i framtiden ska ha tillgång till posttjänster som svarar mot samhällets behov. Med en postmarknad som är allt mer integrerad med andra marknader blir det allt tydligare att framtida lösningar måste utvecklas genom en ökad samverkan mellan postsektorn och andra samhällssektorer. Bara så kan de fördelar som den strukturomvandling som digitaliseringen medför förverkligas fullt ut.

I takt med att marknaden förändras genom att hushåll och företag efterfrågar andra typer av posttjänster, påverkas och förändras också serviceutbudet i landet. Medan behoven hos de som använder sig av och är beroende av välfungerande posttjänster är förhållandevis likartade över landet ser de geografiska förutsättningarna olika ut. I takt med att e-handeln växer blir också postlådans funktion allt viktigare. Paketmarknaden genomgår stora förändringar och det etableras nya leveranssätt. Flera företag har aviserat satsningar på paketboxar, där mottagarna kan hämta ut paket utan att behöva stå i kö hos paketombud.

En viktig del i kvalitetsuppföljningen på postmarknaden är mätningen av hur stor andel av enstaka inrikes brev som levereras i tid enligt de bestämmelser som anges i 6 § postförordningen. Reglerna innebär att minst 95 procent av de inrikes brev som har lämnats in för tvådagarsbefordran före angiven senaste inlämningstid ska ha delats ut inom två påföljande arbetsdagar, oavsett var i landet brevet lämnas in. Mätningen visar att Postnord i genomsnitt delade ut 98,1 procent av de tvådagarsbefordrade breven i tid på nationell nivå år 2020, vilket med god marginal överskred postförordningens krav om 95 procent och är högre än motsvarande siffra 97,7 procent år 2019.

Det förändrade befordringstidskravet regeringen införde i postförordningen 2018, har möjliggjort att Postnord har testat en ny produktionsmodell. Den innebär att brev vanligtvis levereras varannan vardag medan bland annat vissa varuförsändelser delas ut varje vardag. Postnord har i början av 2021 fattat ett inriktningsbeslut att under 2021 och 2022 genomföra den nya produktionsmodellen i hela landet. PTS följer denna utveckling i syfte att verifiera hur väl Postnord lever upp till de krav som ställs på postoperatören.

1. Samhällets förändrade behov leder till marknader i snabb förändring

Under 2020 har den svenska postmarknaden påverkats av den pågående pandemin. E-handeln växte med 40 procent under 2020³ vilket har lett till att varuförsändelserna blir allt fler (se kap 3.2.1). Samtidigt har brevvolymer fortsatt att minska (se kap 3.1.1).

De förändringar som äger rum driver på utvecklingen mot en allt mer mottagarorienterad postmarknad. Det medför dels att postmarknadernas delmarknader för skriftliga meddelanden respektive varor fortsätter att utvecklas åt olika håll, dels att gränsen mellan postmarknadernas delmarknader och övriga angränsande marknader blir allt mer otydlig. Denna otydlighet gäller bland annat gränsdragningen mot marknaderna för transport- och logistik tjänster.⁴

1.1 Regleringen av postmarknaden fortsätter att ses över

Som en följd av ändrade beteenden och marknadsförutsättningar har den svenska postregleringen förändrats under senare år. Bland annat ersatte regeringen det tidigare övernattkravet med ett krav på tvådagarsbefordran 2018. Översynen av svensk postreglering har fortsatt även under 2020.⁵ Regeringen har fattat beslut om att tillsätta dels en utredning om postlagens tystnadsplikt och möjligheten att förhindra att narkotika, vapen med mera skickas per post, dels en utredning om finansieringen av den samhällsomfattande posttjänsten. I december 2020 publicerades också en promemoria framtagen inom Regeringskansliet som föreslår att postförordningens befordringstidskrav ska förändras. Promemorian har remissbehandlats och för närvarande arbetar Regeringskansliet med att sammanställa inkomna remissynpunkter.

³ E-barometern Årsrapport 2020.

⁴ Se bland annat [Postal services - evaluation report \(europa.eu\)](#) och [ERGP Response on the Public Consultation about the PSD Evaluation - ERGP PL \(20\) 27](#).

⁵ Översyn av postreglering pågår även på europeisk nivå. Europeiska kommissionen har påbörjat en utvärdering av nuvarande direktiv. Utvärderingen kommer bland annat bedöma om direktivets ursprungliga mål fortfarande är relevanta i en alltmer digital värld.

1.2 Föreskrifter om hur utdelning inom ramen för den samhällsomfattande posttjänsten ska utföras

När postregleringen ändrades 2018 fick PTS bland annat möjlighet att utfärda föreskrifter om hur kravet på utdelning av postförsändelser ska fullgöras inom den samhällsomfattande posttjänsten. Under 2020 slutförde PTS ett förberedande utredningsarbete som nu ligger till grund för ett fortsatt föreskriftsarbete.⁶

Idag finns en otydlighet om vad postmottagare kan förvänta sig avseende servicenivå och avstånd till sin postlåda eftersom det inte finns någon bindande reglering, utan endast rekommendationer i form av allmänna råd. Det behöver bli tydligare var posten ska delas ut för att den utsedde tillhandahållaren av den samhällsomfattande posttjänsten ska anses ha fullgjort sin utdelningsskyldighet. Syftet med PTS arbete med föreskriftsarbetet är därför att skapa ökad tydlighet genom att definiera en lägsta nivå för postservicen, gällande var utdelningen ska ske.

Som vi konstaterat förändras postmarknaden. Det betyder att vi, när vi ska ta fram en reglering för hur utdelning ska gå till, måste titta framåt och skapa förutsättningar som gör att postanvändarnas förändrade behov kan tillgodoses.

PTS ambition är att detta ska göras på ett sätt som säkrar servicen i lands- och glesbygd samtidigt som nya lösningar för postmottagning ska kunna utvecklas. Oavsett var man bor, i eller utanför en tätort, ska man som postmottagare veta vilken servicenivå som ska tillhandahållas inom den samhällsomfattande posttjänsten.

Inriktningen i föreskriftsarbetet är i korthet att en fastställd servicenivå vid utdelning inom tätort bör anges genom att ge tillhandahållaren möjlighet att inom vissa förutsättningar anvisa en plats för anläggning för postmottagning som kan vara belägen upp till ett visst antal meter från entrén till adressatens bostad eller lokal. Detta för att skapa förutsättningar för utdelning av post som är effektiv och samtidigt värna mottagarnas intresse av att posten delas ut inom ett avstånd som inte är längre bort än att det får anses vara vid mottagarens bostad eller lokal, vilket är ett krav enligt det europeiska postdirektivet.

Genom denna reglering kan också förutsättningarna för att samordna mottagning av traditionella brev med mottagning av större postförsändelser med varor förbättras. Detta är viktigt mot bakgrund av den ökande e-handeln som medför krav på att nya leveranslösningar utvecklas.⁷ Mottagarna, e-handelskunderna, vill ha allt mer

⁶ Dessa föreskrifter omfattar inte avstånd till postombud, insamling eller frågor om utdelningsfrekvens och beföringstid.

⁷ Se t ex E-barometern Årsrapport 2020, sid 43-44. Allt fler konsumenter efterfrågar fler leveransalternativ. 84 procent tycker det är viktigt att få välja hur varan skulle levereras och 25 procent av de som e-handlat efterfrågar fler leveransalternativ.

användarvänliga leveransalternativ samtidigt som leverantörerna behöver utveckla lösningar som är effektiva ur såväl ett kostnads- som ett miljöperspektiv.

När det gäller utdelning till mottagare utanför tätort är den föreslagna inriktningen att inga förändringar tillåts som leder till att mottagare som idag har ett visst avstånd till postlådan får längre till sin postlåda. På detta sätt kan de som idag har långa avstånd till sin anläggning för postmottagning få en säkrad servicenivå.

Även utanför tätort, på lands- och glesbygd, behöver nya, mer effektiva och användarvänliga former för utdelning av postförsändelser utvecklas. För att skapa bättre förutsättningar för den samverkan som en sådan utveckling kräver är det PTS inriktning att i de kommande föreskrifterna ställa krav på samråd, och när det är möjligt samverkan, med andra aktörer.

Föreskrifter om utdelning löser inte allt på egen hand. Men PTS kan genom föreskrifter skapa förutsättningar för nya lösningar. Det krävs dock även åtgärder från många olika aktörer för att bygga en framtidssäker postmarknad. Genom samverkan kan också förutsättningar skapas som gör det möjligt att utforma en postservice som överstiger den grundläggande servicenivå som regleringen föreskriver. Se vidare avsnitt 1.6 och 2.5.

1.3 Förändrade befodringskrav möjliggör varierande utdelningsfrekvens för olika tjänster

Det förändrade befodringskravet som trädde i kraft 2018, och den flexibilitet det medger när det gäller utdelningsfrekvens, medförde att Postnord under 2020 testade en ny produktionsmodell, så kallad varannandagsutdelning. Modellen innebär att brev vanligtvis levereras varannan dag medan bland annat vissa varuförsändelser delas ut varje vardag.⁸ Postnord har i januari 2021,⁹ efter avslutade test, fattat ett inriktningsbeslut att under 2021 och 2022 genomföra sin nya produktionsmodell i hela landet.

PTS följer denna utveckling i syfte att verifiera hur väl Postnord under denna förändring lever upp till de krav som ställs på företaget, dels som postoperatör, dels som tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten.¹⁰ All postverksamhet ska bedrivas på ett tillförlitligt sätt vilket bland annat betyder att postoperatören ska hålla kundlöften om leveranstid. Som tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten ska Postnord också leva upp till krav om utdelning fem dagar i veckan.

⁸ Utdelning i postbox och utlämning via ombud sker i den nya produktionsmodellen fortsatt varje vardag.

⁹ Se Postnords pressmeddelande den 7 januari 2021, [Varannandagsutdelning av brev införs i region Syd - PostNord Sverige \(cision.com\)](#)

¹⁰ Se tillsynsärende dnr 21-108.

Hur Postnord klarar av att möta dessa krav är en central del av PTS tillsyn av den nya produktionsmodellen.

1.4 Förslag på förändrat krav på befordringstid

I det av regeringen remitterade förslaget att förändra postförordningens befordringstidskrav föreslås att den andel av breven som lämnats in för tvådagarsbefordran, som också ska delas ut senast två arbetsdagar efter inlämning, sänks från 95 procent till 85 procent. Vidare föreslås att 97 procent ska ha delats ut inom fyra arbetsdagar.

PTS framför i sitt remissyttrande att myndigheten delar bedömningen att det framöver är viktigt att det finns möjligheter för effektiviseringar i upprätthållandet av ett distributionsnätverk som täcker samtliga adresser i Sverige. PTS menar dock att det behövs en tydlig analys som ställer de samhällsekonomiska besparingar som förslaget kan ge upphov till mot de negativa konsekvenserna av förslaget för användarna. Exempel på negativa konsekvenser är sämre förutsägbarhet av när ett brev kommer fram och längre genomsnittlig befordringstid för viktiga försändelser som exempelvis vårdkallelser, prover, räkningar och blindskriftsförsändelser. Konsekvensutredningen bör också kompletteras med en bedömning kring vilken påverkan det nya förslaget får på samhällets krisberedskap och totalförsvär. Myndigheten ser dessutom att det finns alternativa lösningar som skulle kunna vara värda att utreda närmare. Att behålla 95 procents-kravet, men i stället ändra från tvådagars- till tredagarsbefordran, är exempel på ett alternativt sätt. Ett sådant alternativ ger en högre förutsägbarhet om när ett skickat brev kommer fram.¹¹

PTS användarundersökningar visar att förutsägbarhet och tillförlitlighet i leveransen ofta är viktigare än snabb befordringstid. En längre befordringstid än två dagar kan därmed motsvara användarnas generella behov om tillhandahållaren kan upprätthålla befordringstidskravet och användarna får tydlig information om när utdelning kommer att ske. PTS har därför dragit slutsatsen att användarna har större behov av att veta med säkerhet att breven kommer fram enligt avtalad leveranstid än av en befordringstid på två dagar.¹²

Det är också viktigt att vidta åtgärder för att minska användargrupperns beroende av posttjänster när det gäller att skicka och ta emot skriftliga meddelanden som behöver förmedlas snabbt. Det kan bland annat handla om insatser i syfte att minska det digitala utanförskapet som vissa grupper av mottagare upplever. Insatser som

¹¹ Dnr 20-14189.

¹² Se promemoria Regeringsuppdrag: Att sammanfatta de rapporter PTS har publicerat de senaste åren avseende avsändares och mottagares behov av att 95 procent av breven inom den samhällsomfattande posttjänsten ska delas ut inom två arbetsdagar, 2020-09-30, Dnr: 20-9600.

syftar till att öka medborgarnas användning av säkra digitala brevlådor är ytterligare ett exempel på åtgärd för att minska beroendet. Det kan också handla om åtgärder som syftar till att avsändare som kommun, regioner och statliga myndigheter ska öka sin användning av säkra digitala brevlådor när de skickar kallelser och andra skriftliga meddelanden.

1.5 Behov av att se över den samhällsomfattande posttjänstens innehåll och finansiering

De förändringar som genomförts och som kan komma att genomföras får olika konsekvenser för olika användargrupper. PTS har bland annat fått detta beskrivet genom de tre användarundersökningar vi har genomfört och genom den dialog som förts med olika myndigheter om deras behov av posttjänster under 2020.¹³

Mot bakgrund av de förändringar som genomförs och de olika konsekvenser de har är det positivt att regeringen har tillsatt en utredning om innehåll och finansiering av den samhällsomfattande posttjänsten. Omfattningen av den samhällsomfattande posttjänsten har i stora delar varit oförändrad sedan avregleringen av postmarknaden 1993. Genom att den samhällsomfattande posttjänstens innehåll och finansiering utreds och sätts i relation såväl till användarnas behov av posttjänster som till eventuella kostnader för det allmänna kan ett samlat grepp tas om regleringen av den svenska postmarknaden.

Den samhällsomfattande posttjänsten ska säkra en god grundläggande postservice i hela landet, oavsett var användarna bor. Att uppnå detta är det huvudsakliga skälet till att PTS har utsett Postnord att tillhandahålla hela den samhällsomfattande posttjänsten. Detta framgår av PTS beslut om tillståndsvillkor för Postnord som gäller under perioden den 1 april 2020 till och med den 31 mars 2022. Att Postnord är utsedd tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten innebär bland annat en skyldighet att upprätthålla ett rikstäckande servicenät med framför allt brevlådor, ombud och företagscenter. Postnord ska också upprätthålla ett distributionsnätverk som säkerställer att daglig insamling och utdelning görs, utom under omständigheter eller geografiska förhållanden som tillståndsmyndigheten bedömer utgör skäl för undantag.¹⁴ Hur dessa mer övergripande delar av den samhällsomfattande posttjänsten långsiktigt ska upprätthållas är, ur PTS perspektiv, centrala

¹³ Se bland annat rapporterna Samhällets behov av posttjänster (PTS-ER-2019-25), Förstudie av totalförsvarets behov av posttjänster (PTS-ER-2020-23) samt Hur påverkas mottagarna av varannandagsutdelning? (PTS-ER-2020-29) samt Särskilda behov av posttjänster (PTS-ER-2021-8) på [Post | PTS](#). PTS har också haft en dialog om utvecklingens konsekvenser med Statens veterinärmedicinska anstalt och Folkhälsomyndigheten.

¹⁴ 3 kap 1 § postlagen (2010:1045).

frågeställningar när det gäller den samhällsomfattande posttjänsten innehåll och finansiering.

1.6 Posttjänster som svarar mot samhällets behov kräver även samverkan

Vi har ovan beskrivit hur utvecklingen på postmarknadernas delmarknader för skriftliga meddelanden respektive varor fortsätter att utvecklas åt olika håll och hur detta leder till att regleringen inom postområdet fortsatt behöver ses över och utvecklas.

Men en fortsatt modernisering av postregleringen är inte tillräckligt för att vi även i framtiden ska ha tillgång till posttjänster som svarar mot samhällets behov och samtidigt är ekonomiskt och miljömässigt hållbara över tid. Med en postmarknad som är allt mer integrerad med andra marknader blir det allt tydligare att framtida lösningar måste utvecklas genom en ökad samverkan mellan postsektorn och andra samhällssektorer. Bara så kan de fördelar som den strukturomvandling som digitaliseringen medför förverkligas fullt ut. Inte heller kan de miljö- och klimatutmaningar det svenska samhället står inför, inte minst på transportområdet, tas om hand på ett konstruktivt sätt utan samverkan.

Staten kan genom reglering formulera vad som ska anses vara en god grundläggande postservice. Det finns också möjligheter för framför allt stat och regioner att göra olika insatser för att uppnå en god service i områden där de kommersiella förutsättningarna gör det svårt att upprätthålla en god service. Men, som vi konstaterat i avsnitt 1.2 ovan, kan samverkan möjliggöra en högre servicenivå till fördel såväl för användarna som för samhället i stort.

Det kan handla om samordning och samverkan mellan post-, transport- och logistikföretag kring nya mottagaranpassade leveranslösningar för att skapa förutsättningar för boende och verksamhet i hela landet. Det kan då också krävas en samverkan med de insatser som görs inom ramen för den regionala tillväxtpolitiken när det gäller att skapa tillgång till kommersiell service, inklusive postservice, i lands- och glesbygder. Se avsnitt 2.5 för mer om samdistribution och andra insatser som rör varudistribution i lands- och glesbygd.

För att utveckla lösningar som går att förena med ambitionerna att minska negativa climateffekter samt minska fordonstrafik i stadskärnor och bostadsområden krävs också en ökad samverkan i frågor som rör stads- och samhällsplanering.

Mot bakgrund av behovet av samverkan tog PTS under 2018 och 2019 initiativ till att bjuda in till ett så kallat Leveransforum där bland andra representanter för fastighetsägare, postoperatörer och e-handelsleverantörer deltog tillsammans med

Sveriges kommuner och regioner, Boverket och Uppsala kommun. Under 2020 har dialogen med flera av dessa och andra aktörer fortsatt, framför allt i Vinnovas, Closers och ReLogs regi.¹⁵ I de diskussioner som förts har vi bland annat kunnat konstatera att den starkt framväxande e-handeln medför en mängd utmaningar men också har en stor potential. Inte bara gällande nya leveranslösningar i sig utan också för att bidra till en hållbar samhällsutveckling i stort.

Men denna utveckling kräver samverkan. Tillsammans med övriga deltagare i nätverket har vi bland annat konstaterat att offentlig planering är i otakt med den snabba utvecklingen inom digital handel och att de olika initiativ som tas ställer krav på en bättre koordinering. Diskussionerna har lett till att ett förslag om att förbättra förutsättningarna för samverkan genom att bilda en samverkansarena och kompetenscenter har arbetats fram. Ett sådant kompetenscenter kan verka som en nationell kompetensnod för strategisk koordinering av initiativ kopplat till hållbar e-handel. I denna samverkan bör bland annat näringslivsaktörer, myndigheter, forskare och innovatörer delta.

PTS har också lyft fram behovet av att upprätta ett samverkanforum för att stödja framtidens e-handel i rapporten *Digital omställning till följd av covid-19*.¹⁶ Den föreslagna åtgärden behöver utformas i samverkan med berörda aktörer. Det kan bland annat ske inom ramen för en fortsatt diskussion inom det nätverk som nämns ovan.

¹⁵ Se rapporten "[Systemförändring för omställning till hållbar e-handel: Kraftsamling som accelererar innovation](#)", ReLog, Lunds Tekniska Högskola, Lunds universitet.

¹⁶ Se Åtgärdsområde 4.4.1 *Upprätta ett samverkanforum för att stödja framtidens e-handel* i rapporten "[Digital omställning till följd av covid-19](#)" (PTS-ER-2021:1).

2. Postservice – en geografisk översikt

I takt med att marknaden förändras genom att hushåll och företag efterfrågar andra typer av posttjänster,¹⁷ påverkas och förändras också serviceutbudet i landet. Medan behoven hos de som använder sig av och är beroende av välfungerande posttjänster är förhållandevis likartade över landet ser de geografiska förutsättningarna väldigt olika ut.

I följande kapitel redogör PTS för en del av den utveckling som sker på postmarknaden, de utmaningar som finns, samt hur den faktiska postservicen ser ut i olika delar av landet. Kapitlet kompletteras också med marknadsstatistik i avsnitten 3.1.5 respektive 3.2.4.

2.1 Utdelning av post i tätorter och landsbygder

Totalt finns det ca 5,3 miljoner avlämningsställen¹⁸ för post i Sverige och av dessa är det ca 4,7 miljoner som finns i någon av Sveriges drygt 2 000 tätorter.¹⁹ Strax över 5 miljoner av dessa avlämningsställen har ett hushåll som postmottagare och några av dessa har både hushålls- och företagsmottagare.

Om vi ser till den aktör som i dag är utsedd att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten, Postnord, organiserar bolaget utdelningen i två huvudkategorier: lantbrevbäring respektive stadsbrevbäring. Den största skillnaden mellan utdelningsformerna är att mottagarna inom lantbrevbäringen normalt sett har tillgång till fler tjänster än vad som utförs inom stadsbrevbäringen, däribland möjlighet att få paket utkörda kostnadsfritt. Andra skillnader är exempelvis fordonstyper, längden på utdelningsslingor och geografiska utmaningar med mera. Generellt sett är kostnaden per mottagare och utdelad försändelse väsentligt högre inom lantbrevbäring jämfört mot kostnaden för stadsbrevbäring.

På mindre tätorter där det av olika anledningar inte är möjligt att etablera ombud, samtidigt som det kanske är långt eller på annat sätt svårt för mottagarna att ta sig till

¹⁷ Det vill säga: minskande behov av tjänster för att skicka och ta emot skriftliga meddelanden respektive ökande behov av tjänster för att skicka och ta emot försändelser med varuinnehåll.

¹⁸ Begreppet avlämningsställe motsvarar enskilt brevinkast, fack i fastighetsbox, enskild postlåda eller låda i lådsamling, samt vissa särskilda lösningar i svårtillgänglig geografi.

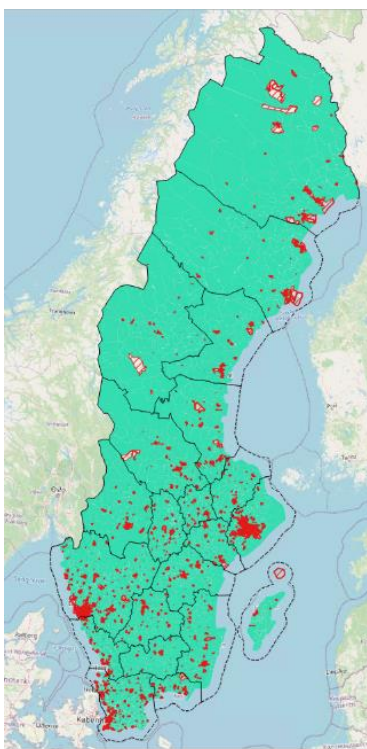
¹⁹ Tätorter är enligt SCB:s definition de orter som har en befolkning på 200 eller fler.

närmaste ombud erbjuder Postnord lantbrevbäring för att säkerställa en viss servicenivå på orten. Så, även om det generellt sett är så att stadsbrevbäring är den utdelningsform som Postnord erbjuder inom tätort och lantbrevbäring den utdelningsform som erbjuds utanför tätort är det betydligt fler avlämningsställen som i dag betjänas av lantbrevbäring än vad som de facto ligger utanför tätort, vilket illustreras i följande tabell.

<i>Avlämningsställen utdelningsform/tätort</i>			
	Utanför tätort	I tätort	<i>Totalt</i>
Lantbrevbäring	594 000	253 000	847 000
Stadsbrevbäring	36 000	4 419 000	4 455 000
Totalt	630 000	4 672 000	5 302 000

Tabell 1: Avlämningsställen utdelningsform/tätort

Figur 1: Tillgång till tjänsten "Boka lantbrevbäring"



Närmare 630 000 avlämningsställen är placerade utanför tätort. Av dessa är det omkring 36 000 som ligger i nära anslutning till en tätort och därigenom betjänas av Postnords stadsbrevbärarslinga. Samtidigt är det drygt 250 000 som ligger i tätorter som är små och ligger på platser där det är svårt att etablera ombud inom rimliga avstånd (såsom konstaterats ovan) och dessa betjänas då med utdelningsformen lantbrevbäring i stället. Totalt sett är det därmed ca 850 000 avlämningsställen som idag betjänas av lantbrevbäring.

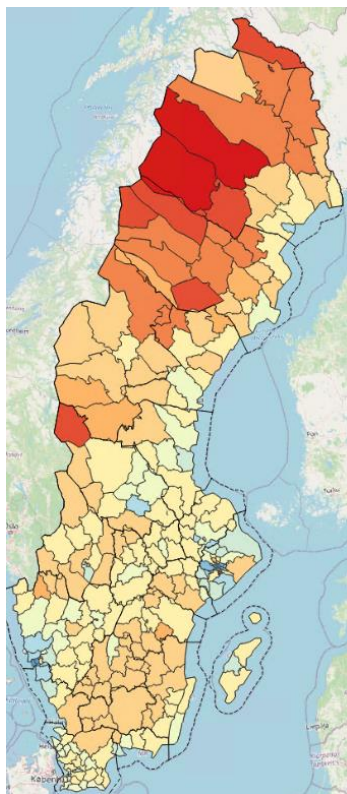
I lands- och glesbygder är möjligheten att få paket hemsända via Postnords lantbrevbäring ett viktigt komplement till operatörens ombudsnät. Mottagaren bokar, efter avisering om att paketet har kommit fram till ombudet, utkörning via telefon eller genom Postnords webbplats (tjänsten heter *Boka lantbrevbäring*). Även andra ärenden som kan utföras på ett fullserviceombud går i huvudsak att utföra via lantbrevbäraren. Tillgång till tjänsten baseras på mottagarens postnummer. Om utdelningsformen inom postnumret är lantbrevbäring är tjänsten möjlig att boka, annars

inte. De gröna ytorna på kartan intill illustrerar var *Boka lantbrevbäring* finns tillgänglig i landet.

2.2 Olika geografiska förutsättningar och utmaningar i landet

Sverige har en mycket varierad geografi och låg befolkningstäthet. Post ska delas ut till mottagare i fjällmiljöer, skogsområden, skärgård och andra svårtillgängliga områden. Enskilda boenden, verksamheter, samhällen, småorter och tätorter kan ligga på stora avstånd från övrig bebyggelse. I vissa delar av landet är vägarna inte framkomliga året runt och öar kan sakna såväl fasta landförbindelser som färjetrafik.

Inget hushåll eller företag är undantaget från postutdelning i anslutning till bostad eller verksamhetsställe, däremot varierar avståndet till mottagarens postlåda, övriga servicenivåer²⁰ och sättet att utföra utdelningen på beroende på olika geografiska förutsättningar i landet. Generellt sett är det så att ju glesare bebyggelsen blir och ju längre sträckorna mellan brevbärarkontor och första avlämningsställe på slingan är,



liksom mellan mottagare inom brevbärarslingorna, desto större blir utmaningarna att upprätthålla en god postservice.

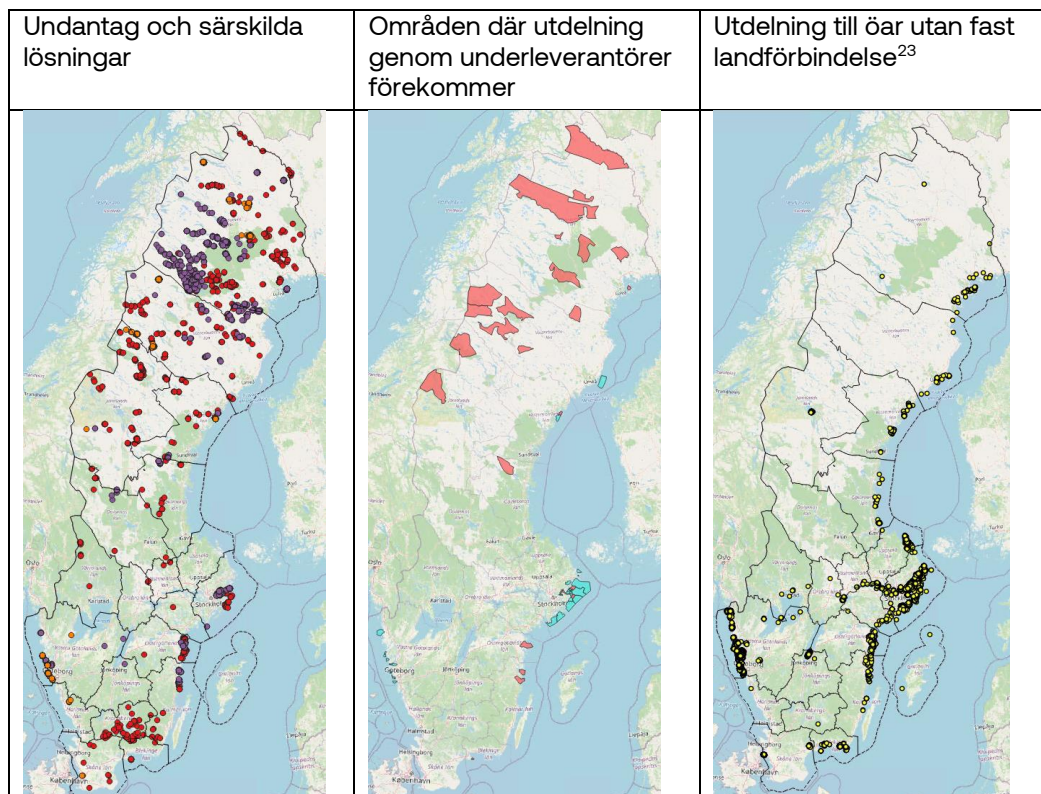
Kartan intill baseras på Postnords brevbärarkontor och illustrerar hur tätt eller glest det är i genomsnitt mellan postmottagare (avlämningsställen) i lands- och glesbygdsområden. Att de allra glesaste delarna finns i de nordligare delarna av landet och i fjällmiljö är som förväntat, men det är också tydligt att det finns gles landsbygd i alla delar av landet (färre än ca 4 mottagare per km).

✓	0 < 0,5 per/km
✓	0,5 < 1 per/km
✓	1 < 1,5 per/km
✓	1,5 < 2 per/km
✓	2 < 3 per/km
✓	3 < 4 per/km
✓	4 < 5 per/km
✓	5 < 6 per/km
✓	6 < 7 per/km
✓	>= 7 per/km

Figur 2: Täthet mellan avlämningsställen utanför tätort

²⁰ Exempelvis smidighet i att ta emot aviserade försändelser via lantbrevbärare, tillgänglighet till närmaste postombud samt förekomst av undantag från utdelning fem dagar i veckan och/eller tillgång till hemleveranstjänster och leverans till verksamhetsställe (företag).

Förutom den utdelningsservice som sker via lantbrevbärare ordnar Postnord på vissa håll servicen på annat sätt, exempelvis utdelning med så kallad postväska²¹ eller utdelning till samhällsbox.²² Ibland anlitas entreprenörer såsom busslinjer och båttrafik för att utföra postutdelningen. Sådan utdelning förekommer framför allt i mycket avlägsna, otillgängliga och glest befolkade områden. Det kan gälla avlägset belägna småbyar och samhällen eller sträckor långt från centralorter som Postnord kan ha svårt att trafikera, till exempel på grund av att det saknas fasta landförbindelser, reguljär färjetrafik eller bussar i linjetrafik.



Figur 3: Särskilda geografiska utmaningar

²¹ Något förenklat kan postväskan sägas ersätta lantbrevbärarservice i svårtillgängliga områden. Post avlämnas på en given plats för vidare transport och utdelning genom att en eller flera entreprenörer anlitas för denna uppgift. Berör cirka 1700 avlämningsställen.

²² Samhällsbox innebär att mottagaren får sin post utdelad i en postbox i någon av Postnords lokaler, hos ett ombud eller i någon annan typ av ändamålsenlig byggnad. Används i små avlägsna samhällen. Utdelningsformen omfattar knappt 2400 avlämningsställen.

²³ Med detta avses broar, vägfärjor och färjor i linjetrafik.

2.2.1 Avstånd till postlåda

Inom tätort är medelavståndet till mottagarnas postlådor under 20 meter och utanför tätort är medelavståndet strax under 200 meter. Ser vi till postmottagare utanför tätort är det ca 16 000 som har mer än 1 kilometer till sin postlåda (ca 2,5 procent) och de allra flesta har upp till 200 meter (drygt 80 procent) och 95 procent av mottagarna har max 500 meter.

2.2.2 Avstånd till ombud

Avståndet till ett postombud²⁴ där det går att hämta och lämna paket är i genomsnitt cirka 2 kilometer i hela landet. Inom tätorter är genomsnittet omkring 1 kilometer. För de mottagare som är bosatta eller verksamma i lands- och glesbygd eller i mindre tätorter är den genomsnittliga resvägen till ett ombud knappt 9 km.

Avstånden i den sistnämnda kategorin varierar dock stort. De allra flesta mottagarna (ca 57 procent) finns inom en radie på fem kilometer från en tätort där det finns minst ett ombud etablerat, och har en resväg till ombudet på drygt fem kilometer i genomsnitt. Ytterligare en knapp tredjedel (ca 29 procent) finns på ett avstånd på mellan fem kilometer och en mil från en tätort med minst ett ombud, och har en resväg på i genomsnitt knappt 11 kilometer. För resterande 14 procent är avstånden påtagligt längre, i vissa fall flera mil och den genomsnittliga resvägen till ett ombud är där cirka 18 kilometer.

Som vi visar i avsnitt 2.1 finns det en direkt koppling mellan tillgång till tjänsten Boka lantbrevbäring och mottagare i tätort som saknar ombud eller i lands- och glesbygd. De allra flesta som bor eller är verksamma i lands- och glesbygd har ett förhållandevis rimligt avstånd till ett ombud. Men för omkring en tiondel av dessa mottagare kan avståndet till ett ombud utgöra en väsentlig utmaning. Inte minst för denna kategori mottagare kan den kompletterande postservicen i form av utökad service inom lantbrevbäringen utgöra ett viktigt komplement.

2.3 Postlådan: en allt viktigare kanal för varuförsändelser

Det kan vara lätt att, i takt med nedåtgående brevvolymer, se postlådan som något som på sikt kommer att ha spelat ut en stor del av sin roll. Men postlådan är tillsammans med leverans via fast servicepunkt (ombud/boxar) och hemleverans den viktigaste kanalen för att ta emot e-handelsförsändelser och andra typer av paketbrev.²⁵ I takt med att e-handeln växer blir också postlådans funktion allt

²⁴ Beräknat på färdvägen från alla adresser till närmaste postnordombud, dvs. den aktör som är utsedd att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten.

²⁵ Se definition av denna term i avsnitt "Förkortningar och terminologi."

viktigare. Dessutom är det så att ju fler fastighetsboxar som installeras i flerbostadshus och ju fler stora postlådor som placeras vid enskilda småhus eller i lådsamlingar, desto fler varuförsändelser kommer att kunna delas ut i anslutning till bostaden.

Mycket av det som vi hittills har beskrivit i detta kapitel avser grundläggande geografiska förutsättningar, infrastruktur i form av placering av postlådor samt Postnords tillhandahållande av den samhällsomfattande posttjänsten. Något som dock har blivit tydligt under 2020 är att konkurrensen och därmed utbudet av tjänster för leverans av varuförsändelser, paketbrev, till postlåda/fastighetsbox har tagit fart. Främst genom att morgontidningsdistributörer i hela landet samt Citymail inom de områden där bolaget är verksamt levererar allt större volymer av varuförsändelser.²⁶

Med undantag för områden med svårtillgänglig geografi och höga utdelningskostnader är utbudet av konkurrerande tjänster för varuleverans direkt till postlådan nu landsomfattande. Se vidare i avsnitt 3.1.5 för mer information om var olika aktörer som bedriver tillståndspliktig postverksamhet är aktiva, samt om utdelade varuförsändelser i avsnitt 3.2.4. PTS kan dock redan här konstatera att varuvolymer som går till postlåda åtminstone utvecklas i takt med hela paket- och e-handelsmarknaden och sannolikt något snabbare under 2020. Postlådan utvecklas därmed snabbt som en viktig kanal inom e-handeln.

2.4 Servicenät för paketutdelning: ombudsnät, boxar och hemleverans

Ombudsnät för in- och utlämning av paket är traditionellt sett grundstommen för paketleveranser i Sverige och kommer sannolikt att fortsätta vara det under överskådlig tid. I takt med den ökande e-handeln ökar dock förväntningarna från mottagarna på mer flexibla och kundanpassade leveranslösningar. Under de senaste åren har antalet ombud ökat påtagligt och mottagarna har fått större möjligheter att välja vilket ombud som deras paket ska komma till. Parallellt har marknaden för hemleveranser utvecklats och flera nya aktörer har etablerat sig. Under 2020 ser också paketboxar/paketskåp ut att på allvar ha börjat etableras som en alternativ kanal för att ta emot och även returnera paket.

2.4.1 Aktörer med ombudsnät

Som PTS konstaterar i föregående avsnitt har antalet ombud ökat kontinuerligt under senare år. Det är dock tydligt att denna utveckling åtminstone för tillfället har stannat

²⁶ Merparten av dessa ryms inom postlagens definition av brev, det vill säga adresserad försändelse upp till 2 kg, men viktgränsen varierar beroende på aktör och tjänst, så även något tyngre försändelser levereras direkt hem till postlådan.

av. Utöver att Bring etablerat ett nät i eget namn och att UPS utökat sitt nät väsentligt (från en i sammanhanget låg nivå), har det endast skett marginella förändringar i antalet ombud hos respektive aktör.

Tabell 2: Antal paketombud 2021²⁷

Distributör	Ombudstyp	Antal ombud ²⁸ 2021 (2020)
Bring	Paketombud	1674 ²⁹ (– ³⁰)
Bussgods/ Sverigefrakt	Paketombud	254 (265)
DB Schenker	Paketombud	1680 (1614)
DHL Freight	Totalt	1879 (1848)
– varav:	<i>Paketombud</i>	1765 (1714)
	<i>Paketboxar</i>	114 (134)
DHL Express	Totalt	1411 ³¹
	<i>Paketombud</i>	1257 ³²
	<i>Paketboxar</i>	154 ³³
Postnord	Totalt	2162 (2167)
– varav:	<i>Paketombud</i> ³⁴	1590 (1594)
	<i>Företagscenter</i> ³⁵	206 (223)
	<i>Utlämning paket</i> ³⁶	366 (350)
UPS	Paketombud	374 (273)

²⁷ Uppgifter rapporteras in i månadsskiftet januari/februari respektive år.

²⁸ Ett antal ombud är representanter för flera aktörer, vilket gör att summan av dessa inte utgör det totala antalet unika paketombud i landet.

²⁹ Osäkert värde, inrapporterade uppgifter hade vissa kvalitetsbrister

³⁰ Föregående år rapporterade Bring in 512 ombud till PTS och meddelade att bolaget var inne i en process med att avsluta tidigare samarbeten och etablera ett eget rikstäckande ombudsnät.

³¹ Ej tidigare särredovisat.

³² Delas med DHL Freight

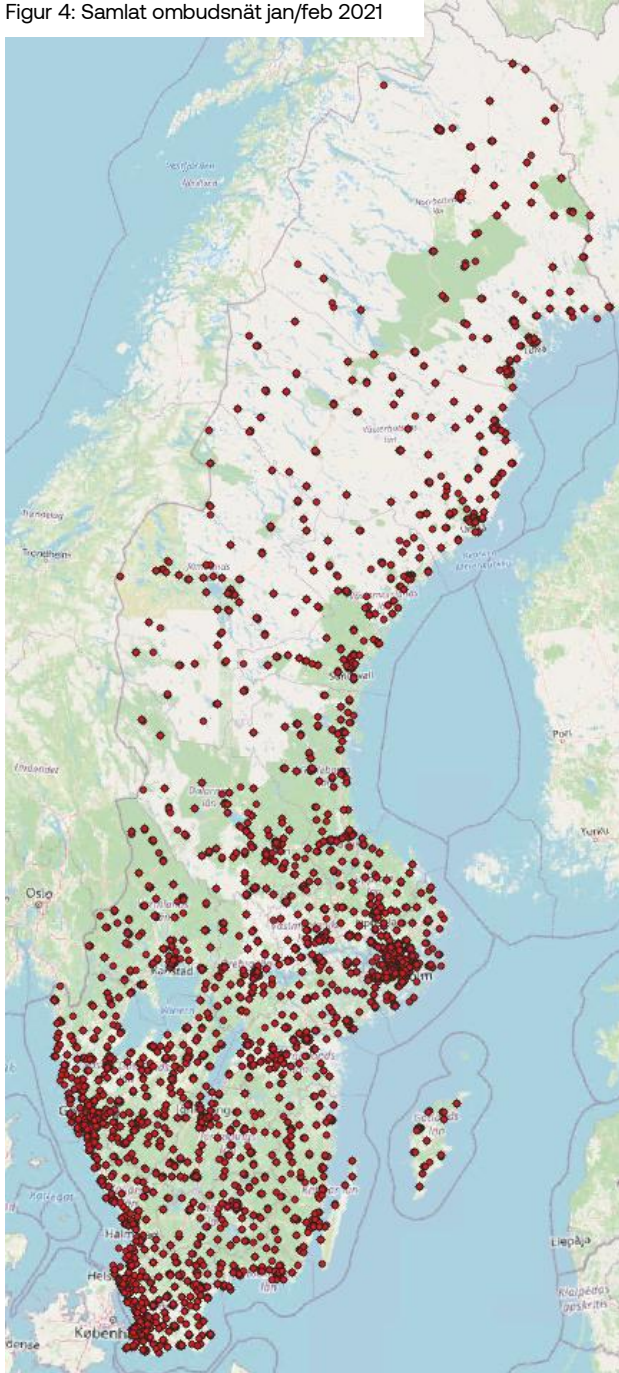
³³ Varav 114 delas med DHL Express

³⁴ Med paketombud menas fullserviceombud för privatpersoner och mindre företag. Med fullservice avses: hämta och skicka paket inklusive kontantköp, samt finns "värdehantering" som exempelvis inlämning och uthämtning av rekommenderade försändelser.

³⁵ Företagscenter riktar sig främst till företag, men även en del hushåll är aviserade hit för att hämta paket och för utlämning av större och tyngre paket. Företag och privatpersoner kan skicka paket både genom förbetalda returerna eller genom "köp över disk" från företagscenter. Inlämning för tjänsten Varubrev hanteras här.

³⁶ Utlämning av paket och aviserade brev utan betalning. För privatpersoner och mindre företag. Det går även att skicka förbetalda returerna från dessa ombud.

Figur 4: Samlat ombudsnät jan/feb 2021



Kartbilden illustrerar det samlade utbudet av ombud runt om i landet. I nuläget finns det fyra aktörer (DB Schenker, Bring, DHL och Postnord), med rikstäckande ombudsnät, samt två aktörer som geografiskt sett kompletterar varandra. UPS har sina ombud etablerade i södra Sverige upp till i höjd med Gävle, medan Bussgods/ Sverigefrakt är koncentrerade till norra Sverige från Gävle och uppåt, med enstaka egna ombud i södra Sverige. Bussgods har dessutom ett samarbete med DHL för att kunna nå fler mottagare söderut.

I många fall är samma fysiska servicepunkt ombud för två eller flera av paketdistributörerna, i andra fall ligger de spridda från varandra.

Postnord levererar minst fem dagar per vecka till samtliga av sina ombud och övriga aktörer gör i huvudsak detsamma. I ett par av ombudsnäten finns det dock undantag. I enstaka fall ner till en dag per vecka. Undantagen är dock marginellt förekommande och sker främst till de mer avlägset belägna ombuden. Eftersom PTS samlar in denna uppgift

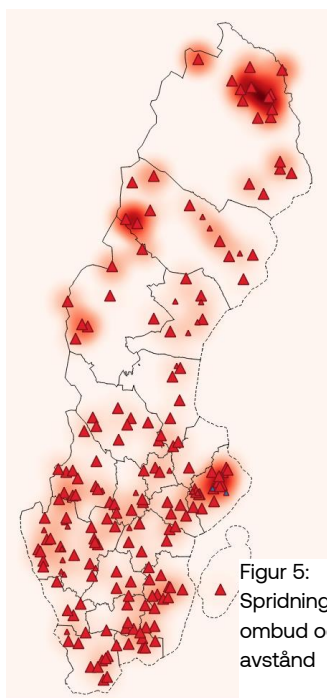
för första gången i år finns ingen historik att relatera till. Men PTS uppfattning är att undantagen från en leveransfrekvens på minst fem dagar per vecka har minskat.

Utmaningar för mottagare när paket sprids till olika aktörers ombud

Som vi beskriver ovan använder sig aktörerna ibland av olika ombud som inte är lokaliserade på samma plats. I vissa fall kan det innebära att mottagaren får större möjligheter att välja var den vill få sitt paket levererat, i andra fall kan det skapa problem när paket hamnar på platser som ligger avsides i förhållande till hur mottagaren normalt sett rör sig. En bidragande orsak till detta är att många e-handlare sluter avtal med en paketdistributör, vilket begränsar mottagarnas möjlighet att välja det ombud som passar bäst.

Detta blir än mer tydligt i de mer glesbefolkade delarna av landet. I vissa fall kan det faktum att olika aktörer etablerar sina egna ombud skapa en väsentligt förbättrad tillgång till paketleveranser medan det i andra fall kan vålla stora problem. PTS fått flera indikationer på att mottagare i olika delar av landet kan få göra omfattande resor på flera mil extra för att hämta upp olika paketförsändelser som har hamnat hos olika aktörers ombud.

Denna kartbild baseras på en enkel analys som utgår från Postnords ombudsnät (2019) vilket ställts i relation till de två andra aktörerna med liknande geografisk



Figur 5:
Spridning
ombud och
avstånd

utsträckning av sina respektive ombudsnät: DHL och DB Schenker.³⁷ Syftet med den analys som ligger till grund för kartan är att identifiera platser i landet där denna spridningsproblematik skulle kunna uppstå och hur spritt i landet detta skulle kunna vara. I analysen PTS gör antagandet att mottagaren har paket att upphämta hos samtliga tre aktörer och att det ger upphov till en tillkommande resväg för mottagaren. Gränsvärdet för den tillkommande färdvägen är satt så att mottagare måste åka minst en mil extra för att komma till de närmaste övriga ombud för att platsen ska kategoriseras som problematisk. På de allra flesta platser understiger den tillkommande sträckan en mil och kommer därmed inte med i urvalet. Symbolerna på kartan representerar Postnords olika ombudstyper och den röda infärgningen motsvarar hur kraftigt den tillkommande sträckan överstiger en mil. För att göra en fullständig analys och kvantifiering av hur många platser det totalt sett kan röra sig om krävs att samtliga ombud och fler parametrar inkluderas.

³⁷ Det ska noteras att Bring numera har ett eget ombudsnät med motsvarande geografisk utsträckning. Den informationen fanns dock inte tillgänglig tidigare.

Det är dock inte målsättningen här, utan syftet är främst att få en bild av om det mestadels handlar om enstaka delar av landet eller om problemen kan vara mer utbredda. Här framgår det tydligt att dessa problem kan uppstå i alla delar av landet och att de inte är isolerade till någon specifik landsända.

Att det finns en mångfald av aktörer och att ombud etableras på så många olika platser som möjligt i landet är en stor fördel för det samlade serviceutbudet. Där ser vi också en positiv trend i att hemleveranslösningar och paketboxar/paketskåp når allt längre ut i landet (vilket vi återkommer till i efterföljande avsnitt). Samtidigt finns det uppenbara utmaningar med att resvägarna kan bli långa för mottagarna när de ska hämta upp sina paket. En utmaning i många delar av landet är dock att transporterna blir långa och fyllnadsgraden i respektive fordon låg vilket driver kostnader. Detta kan i sin tur få flera negativa konsekvenser, bland annat i form av att etableringen av fler servicepunkter hämmas och att servicegraden i form av antal transporter per vecka till olika servicepunkter kan bli lägre. Åtgärder och möjligheter för en fortsatt positiv utveckling vad gäller tillgång till bra service, i synnerhet i lands- och glesbygd som motsvarar de behov som finns, berörde vi delvis i kapitel 1 och återkommer i avsnitt 2.5.

Något som därutöver kan ge upphov till långa och ibland onödiga resor för mottagarna är Postnords begränsningar i möjligheten att välja vilket ombud man som mottagare vill ta emot sina aviserade försändelser på (utöver paket exempelvis brevårsändelser som inte får plats i postlådan samt rekommenderade försändelser). Flexibilitet är i en del fall endast möjligt där avsändaren har valt att köpa en sådan tjänst eller i de fall då mottagare har möjlighet att mot en extra kostnad omdirigera sitt paket. Denna fråga är något som PTS avser att närmare se över vilka möjligheter som finns att åstadkomma mer mottagaranpassade lösningar. Även andra paketdistributörer kan skapa liknande problem när systemen för att välja ombud är alltför låsta. Gentemot dessa har dock PTS mindre möjligheter att agera eftersom dessa aktörer inte omfattas av PTS tillsyn i detta avseende.³⁸

³⁸ Aktörer på paketmarknaden som inte bedriver det som enligt postlagen utgör tillståndspliktig verksamhet, har endast en skyldighet att lämna uppgifter om verksamheten till PTS (såsom exempelvis priser, volymer och omsättning).

2.4.2 Snabb utveckling inom last mile – boxar och hemleverans

Som nämndes i inledningen till detta avsnitt (2.4) är användarnas förväntningar på flexibla och mottagaranpassade lösningar höga och tjänsterna utvecklas kontinuerligt för att svara upp mot krav från konsumenter och e-handlare. Inom det segment som brukar kallas last mile eller sista milen³⁹ blir detta särskilt påtagligt, och det tillkommer nya aktörer⁴⁰ och utvecklas nya tjänster.

Till följd av den covid-pandemi som präglade 2020 har utvecklingen accelererat ytterligare. Mycket av det som har hänt under året hade sannolikt hänt ändå, men tveklöst har utvecklingen av tjänster för hemleverans (i synnerhet möjligheter för kontaktlös mottagning och kontaktlösa kvitenser) skyndats på kraftigt som en följd av pandemin.⁴¹

Vad gäller leverans till paketboxar/paketskåp har Sverige under många år släpat efter den utveckling som sker i flera andra länder i vårt närområde. Det har i stort sett endast varit DHL som sedan flera år har haft paketboxar som en komponent i sitt servicenät i Sverige.

Under 2020 har Postnord bedrivit en mer storskalig försöksverksamhet än tidigare,⁴² med olika boxlösningar utplacerade runt om i Stockholm, man har även inlett ett samarbete/försöksverksamhet med butikskedjan Lifvs som är inriktade mot att etablera obemannade butiker i lands- och glesbygdsområden.

Den aktör som däremot har expanderat starkast när det gäller etablering av paketboxar/paketskåp är Instabox. Även Budbee som tidigare enbart erbjudit tjänster för hemleverans har börjat etablera ett nät av boxar.

³⁹ Det finns varierande definitioner av detta begrepp, men gemensamt är att de syftar på det sista ledet i distributionsprocessen där paket/postförsändelser fördelas ut till mottagare (via ombud, paketskåp/box, postlåda, hemleverans eller genom någon annan lösning).

⁴⁰ Av vilka flera, men långt ifrån alla omfattas av PTS uppgiftsinsamling.

⁴¹ Se vidare i PTS rapport [Digital omställning till följd av covid-19](#) (PTS-ER-2021:1), samt i E-barometern 2020 årsrapport.

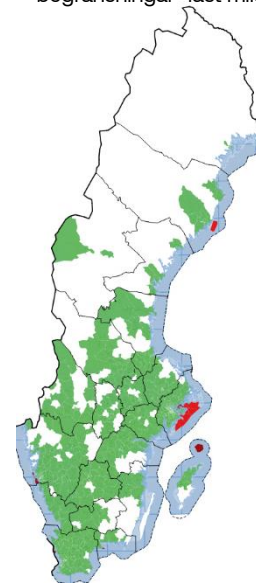
⁴² Drygt 100 boxar i Stockholmsregionen.

I början av 2021 har också Postnord aviserat att bolaget avser att efter tidigare försöksverksamhet, etablera ytterligare 2500 paketboxar under kommande 18 månader.⁴³ Nästan samtidigt meddelade en ny aktör, iBoxen, att det bolaget lanserar det som beskrivs som "en ny rikstäckande infrastruktur för leveransboxar i Sverige". Inledningsvis ska etableringen ske i Stockholm och Boden, därefter i storstadsregionerna, för att sedan utvidgas till att innefatta samtliga tätorter i landet.⁴⁴ I planen ingår att 50 000 boxar ska ha etablerats fram till 2026.⁴⁵

PTS samlade bild av utvecklingen inom "last mile" är att konkurrensen via hemleverans och boxar har gått från en koncentration kring storstäderna och större tätorter i Mälardalen och södra Sverige mot att utvecklas uppåt och utåt i landet. Kartan intill illustrerar tillgänglig service i dessa kanaler.⁴⁶ Ytor som är under expansion (gröna fält) baseras på volymer avseende paketleveranser från företag till konsument (B2C) och som rapporterats in till PTS på postnummernivå.⁴⁷ Hemleverans via Postnord finns sedan tidigare tillgänglig i hela landet med några få undantagna områden som illustreras av röda fält (undantag hemleverans konsument, mörkrött där även företagsleveranser är undantagna).⁴⁸

Utifrån pågående expansioner och aviserade etableringsplaner kan vi med all sannolikhet förvänta oss en omfattande utveckling av serviceutbudet i stora delar av landet bortom de större tätorterna.

Figur 6: Expansion och begränsningar "last mile"



2.5 Samverkan och samdistribution i lands- och glesbygder

Som framgått är det flera olika perspektiv som behöver hanteras för att skapa en god posttjänst. Det är också flera aktörer som på olika sätt agerar för att möjliggöra posttjänster.

⁴³ Pressmeddelande 2021-02-24.

⁴⁴ Det vill säga alla orter med en befolkning om minst 200 personer.

⁴⁵ Källa: dagenslogistik.se samt iboxen.se

⁴⁶ Baseras på data inhämtat i januari 2021, avseende levererade paket under 2020, servicepunkter och täckningsområden.

⁴⁷ Volymer företag till konsument (B2C) sammanställt med första tre positionerna i postnumret som grund. Detta ger en viss finskalighet dock inte lika finmaskigt som på fem positioner, vilket gör att postnumret utsträckning kan göra att omfattningen överdrivs något i de mest avlägsna delarna av glesbefolkade områden där postnummerområden har en större yttäckning. En högre detaljeringsgrad än denna ger dock upphov till vissa fel och ger ett mer otydligt resultat.

⁴⁸ Baseras på undantagna postnummerområden.

Som vi konstaterade i avsnitt 1.6 krävs samverkan för att vi ska få posttjänster som svarar mot samhällets behov. En tydlig postreglering och postoperatörer som bedriver sin postverksamhet på ett tillförlitligt sätt kan ses som nödvändiga men inte tillräckliga förutsättningar för posttjänster som motsvarar användarnas föränderliga behov. Vi nämner att det bland annat krävs samverkan mellan post-, transport- och logistikföretag samt ökad samverkan i frågor som rör stads- och samhällsplanering.

Men samverkan krävs inte bara i tätorter och större städer. Samverkan krävs även för att skapa en postservice som kan bidra till att förutsättningar för boende och verksamhet i hela landet. Det är då viktigt med samverkan med de insatser som görs inom ramen för den regionala tillväxtpolitiken, framför allt inom ramen för Regionala serviceprogram som regionerna ansvarar för att ta fram och samordna, för att skapa tillgång till kommersiell service, inklusive posttjänster, i serviceglesa områden.

2.5.1 Några insatser för hållbara och mottagarvänliga leveranslösningar

I detta avsnitt ska vi nämna några av de projekt och initiativ som görs för att få till stånd en varudistribution och leveranslösningar som motsvarar de lokala användarnas behov. Insatsernas fokus är på utlämning av varuförsändelser och samordnad logistik.

Ytterligare projekt inom detta område finns redovisade på Tillväxtverkets webbplats⁴⁹.

Förstudieprojektet Nationell ombudsplattform

Förstudien har genomförts mellan åren 2018 och 2020 av Sveriges Paketombud i samverkan med länsstyrelser, regioner, kommuner samt nyckelaktörer inom serviceutveckling, e-handel och postmarknaden. Den har medfinansierats av Landsbygdsprogrammet 2014–2020 via Tillväxtverket, tillsammans med regionala medel från fyra regioner och två länsstyrelser.⁵⁰ PTS har under förstudieprojektet bidragit med bland annat faktakunskap och olika typer av dataunderlag. PTS medverkade också på förstudieprojektets slutkonferens.

Förstudieprojektet har analyserat och utvecklat kunskapen om post- och paketmarknadens villkor i Sveriges gles- och landsbygder. Syftet har varit att skapa förutsättningar för effektivt informationsutbyte inom pakettjänster genom datasamverkan samt optimering av transportflöden i landsbygdskommuner för ökad tillförlitlighet, lönsamhet och hållbarhet.

⁴⁹ Se "Så utvecklar vi den lokala servicen" på Tillväxtverkets webbplats, www.tillvaxtverket.se, framför allt under rubriken Samordnad logistik och pakethantering.

⁵⁰ Region Gävleborg, Västra Götalandsregionen, Region Norrbotten, Länsstyrelsen i Dalarnas län, Region Kalmar län, Länsstyrelsen i Kalmar län.

I förstudiens arbete tydliggjordes behovet av omlastningshubbar. Med en hubb i varje centralort, dit paketoperatörerna levererar paket och styckegods som därefter samlas för att samköras den sista milen, löser man många problem på en gång. Studiens resultat visar också på vikten av data som strategisk resurs för optimering av paketlogistik. Därutöver konstaterades att stora miljövinster och samhällsvinster finns att hämta genom samdistribution på den sista milen. Samtransporter ger också möjligheter till nya servicepunkter och i områden som inte får till ombudslösningar är paketboxar ett alternativ.

Projektet Predictive Movement

Projektet Predictive Movement utvecklar och testar på plats i landsbygder en konkurrensneutral, icke-kommersiell digital plattform som med hjälp av artificiell intelligens (AI) kan möjliggöra samverkan kring transporter av människor och gods. En viktig drivkraft i det här projektet är klimatfrågan och att minska utsläppen från vägtrafiken. I första etappen ska samhällsutmaningen med paketleveranser på landsbygderna lösas. Längre fram siktar projektet på att optimera tillgänglighet och framkomlighet i allt från storstadsmiljöer till landsbygder. Projektet drivs av Luleå Tekniska Universitet och är finansierat av bland annat Vinnova, Trafikverket och Region Norrbotten. Därutöver ingår en region, fyra kommuner, ett universitet, myndigheter samt aktörer inom digitalisering och trafik/logistik.

Hösten 2020 testades funktionen i plattformen i Ljusdal, under vår och sommar 2021 genomförs tester i Arjeplog och Pajala med fokus på systemintegration mellan företag och säkerhetslösningar för datadelning. Samtidigt genomförs en innovationsprocess för cirkulära affärsmodeller inom transportbranschen med deltagande företag, vilket enligt uppgift mött ett stort engagemang från branschen. I Västerвик kommer plattformen testas med drönartrafik.

Projektet GLÖD

Pilotprojektet GLÖD har drivits av Svensk Bensinhandel och medfinansierats av Landsbygdsprogrammet 2014 - 2020 åtgärd 16.2 via Tillväxtverket, tillsammans med regionala medel från Region Västerbotten. GLÖD pågick i två år och resultaten presenterades på en slutkonferens i februari 2021.

Syftet med projektet var dels att identifiera vilken service som efterfrågas av boende och verksamma i upptagningsområdet för projektets testbutiker, dels att undersöka vilken service som kan stärka butikernas lönsamhet. Projektet fokuserade på tre områden: 1) nya koncept och tjänster, 2) betaltjänster, och 3) lösningar för in- och utlämning av paket. Inom ramen för GLÖD har en pilotbutik drivit ett försök med utlämningsboxar där kunden själv kan hämta förbeställd mat samt paket. Utrymmet är tillgängligt dygnet runt och används enligt uppgift flitigt av både boende och

turister. Piloten och GLÖD byggde upp en hållbar kommersiell affärsmetod för utlämningsboxarna vilket innebär att handlaren dels får möjlighet till merförsäljning, dels får ett täckningsbidrag för att underhålla utlämningsboxarna.

Region Gävleborg (regionalt servicearbete samt regional varudistribution)

Region Gävleborg har, med finansiellt stöd från Tillväxtverket, genomfört projektet *Stärkt regional serviceutveckling* i Gävleborg. Projektet initierades i samband med att Region Gävleborg tog över ansvaret för det regionala servicearbetet och syftade till att mobilisera aktörer på alla nivåer och skapa dialog och ökat engagemang för servicestruktur på landsbygden. I arbetet tog man bland annat upp frågor om posttjänster, framför allt frågor som rör pakethantering och etablering av ombud på landsbygden. Genom projektet har Region Gävleborg bland annat skapat ett regionalt serviceråd med bred förankring i länet och stöttat kommunerna i att driva servicefrågor och upprätta eller uppdatera serviceplaner. PTS har under projekttiden haft kontakt med Region Gävleborg för att, när det varit möjligt, stödja arbetet samt för att ta del av projektets erfarenheter och lärdomar.

Projektets erfarenheter och resultat redovisas i magasinet *Blick för service i alla bygder*, som är projektets slutrapport.

Under 2020 tog Region Gävleborg också ett initiativ för att som regional aktör utveckla mer hållbara transporter och varulogistik i Sveriges gles- och landsbygder. Efter en inledande dialog med PTS vände sig Region Gävleborg i november 2020 till Näringsdepartementet med ett förslag till ett uppdrag kring hållbara transporter och varulogistik i Sveriges gles- och landsbygder. Några aktiviteter som skulle kunna innefattas i ett kommande uppdrag är etablering av olika former av testarenor och utveckling av verktyg som innovationsupphandling.

En ambition med initiativet är att starta entreprenöriella innovationsprocesser som bland annat kan möjliggöra för mikro-, små- och medelstora företag att kunna konkurrera på en ny innovativ marknad som tillgodoser lokal och regionala behov av varudistribution. Detta kan leda till idéer och förslag till generaliserbara modeller som kan ge nya och mer hållbara transport- och varulogistiklösningar i gles- och landsbygder.

Samdistribution i Ljusdals kommun

I Ljusdal finns sedan 2017 en pågående samdistribution från centralorten Ljusdal till byarna Ramsjö och Los. Bakgrunden är en akut situation 2016 då butiken i byn Ramsjö sex mil ifrån centralorten riskerade att stå utan mjölkleveranser från Arla efter att Bussgods avvecklat verksamheten i Ljusdal.

Kommunens näringslivskontor tog då initiativ till inventeringar som beskrev varuflöden i kommunens mer glesbefolkade delar samt kallade till möte med olika berörda aktörer. Det ledde till att SNX-Logistic AB, ett regionalt förankrat transportbolag, åtog sig att, utan några ersättningar eller bidrag från kommun eller region, samordna delar av transportererna till byarna.

Verksamheten har nu varit i drift några år och gett såväl miljömässiga, ekonomiska som sociala vinster och lett till att förutsättningarna för att leva, verka och bo i Los och Ramsjö förbättrats. Kommunen har också fattat ett strategiskt beslut att varudistributionen i kommunen ska fortsätta utvecklas, bland annat genom samverkan mellan kommunens näringslivskontor och SNX-Logistic AB.⁵¹

PTS har vid flera tillfällen tagit del av erfarenheterna från arbetet med samdistribution i Ljusdals kommun och ser positivt på verksamheten. Lärdomarna från detta initiativ kan, enligt PTS bedömning, bidra till samdistributionslösningar och en effektiv varudistribution i fler lands- och glesbygdsområden.

2.5.2 Många initiativ och lösningar leder till behov av samverkan och samordning

Vi har redovisat några exempel på projekt och initiativ som på olika sätt kan sägas ske inom ramen för regional tillväxtpolitik och med olika typer av offentligt stöd. Samtidigt pågår rent kommersiella initiativ som också kan skapa nya förutsättningar för varudistribution och posttjänster i lands- och glesbygder, bland annat när det gäller olika lösningar för paketboxar.⁵²

Från PTS utgångspunkter är det mycket positivt med detta engagemang kring innovativa arbetsformer och lösningar i syfte att skapa hållbara och användarvänliga leveranslösningar, även utanför våra större städer. På så sätt skapas möjligheter att bo och verka i hela landet.

På en föränderlig marknad där olika initiativ tas kan det också behövas en samverkan för att säkerställa att initiativen kan utvecklas till just hållbara och användarvänliga lösningar. Många initiativ kan bidra till valfrihet och konkurrens. Från ett mottagarperspektiv kan initiativen samtidigt leda till att postservicen upplevs som splittrad, vilket vi har berört i avsnitt 2.4. Vem kommer leverera mina olika paket? Och var kommer leveransen att ske? Är det verkligen ekonomiskt och miljömässigt hållbart att olika distributör ibland kör långa sträckor med långt ifrån fyllda fordon?

⁵¹ Se sid 58-73 i magasinet *Blick för service i alla bygder*, samt sid 38-40 i *Nationell ombudsplattformens Slutrapport*.

⁵² Se avsnitt 2.4.

Det är frågor som framkommit i de användarundersökningar som PTS har låtit göra de senaste åren.

När det gäller insatser som rör postservice och varudistribution i lands- och glesbygder är det, som vi nämnt ovan, viktigt att det finns en samverkan med de strategier, planer och insatser som görs inom den regionala tillväxtpolitiken. Det kan handla om regionala utvecklingsstrategier, regionala serviceprogram och även kommunala service- och transportplaner. Ett sammanhållet arbete underlättar erfarenhetsutbyte och lärande samt förbättrar förutsättningarna för prioriteringar och effektiv spridning av lösningar som visat sig fungera.

Vi har redan nämnt att Tillväxtverket kan lämna ekonomiskt stöd till olika projekt. Tillväxtverket stödjer även arbetet med kommersiell service i serviceglesa områden på andra sätt, bland annat genom metodstöd till regionernas arbete med så kallade regionala serviceplaner.⁵³

PTS har inga möjligheter att ge finansiellt stöd till olika regionala och lokala insatser. Myndigheten kan däremot ibland bidra genom erfarenhetsutbyte och ta fram data som beskriver utbud och tillgänglighet till postservice. Utöver PTS deltagande i vissa av ovan nämnda projekt deltar vi i nationell samverkan kring frågor som rör tillgång till service i lands- och glesbygder, bland annat inom ramen för Tillväxtverkets Centrala samordningsforum. Vi är också delaktiga i ett arbete att ta fram metodstöd för landsbygdsbedömningar som Tillväxtverket leder.

⁵³ *Utvecklade metoder för regional serviceplanering* - Tillväxtverket (tillvaxtverket.se)

3. Marknad och prissättning

Postmarknaden delas traditionellt upp i två delar, brevmarknaden respektive paketmarknaden. Brevmarknadens huvudfunktion är att tillhandahålla fysisk distribution av försändelser med kommunikationsinnehåll (skriftliga meddelanden) medan paketmarknaden ska tillfredsställa behovet av distribution av varor och andra föremål.

Brevmarknaden omfattar distribution av adresserade försändelser som väger högst 2 kg.⁵⁴ För att regelbundet distribuera brev mot betalning krävs tillstånd enligt postlagen. Ett särskilt segment på brevmarknaden är befordran av paketbrev, det vill säga lätta varuförsändelser (0-2 kg) som distribueras i brevlödet och därmed ofta delas ut i postmottagarens postanläggning.⁵⁵

När det gäller paketmarknaden råder fortfarande viss begreppsförvirring i såväl reglering som marknadspraxis när det gäller vad som är ett ”paket”. I den svenska postlagen finns inte någon definition av paket, utan sådana har i praktiken klassificerats som de postförsändelser upp till 20 kg som inte är brevörsändelser. Detta skiljer sig mot den definition som infördes på EU-nivå genom EU:s förordning 2018/644 om gränsöverskridande paketleveranstjänster (paketförordningen). Enligt denna är ett paket en ”annan postförsändelse än ett skriftligt meddelande som innehåller varor med eller utan kommersiellt värde och som väger högst 31,5 kg.” Det här innebär en väsentlig skillnad mot definitionerna av brevörsändelse och postförsändelse i postlagen, dels genom att skillnad görs på försändelser baserat på innehåll, dels att viktgränsen är 31,5 kg i stället för postlagens 20 kg för postförsändelser.

Paketförordningen innebär att PTS har till uppgift att vid specifika tidpunkter samla in vissa data från de företag som tillhandahåller paketleveranstjänster, såväl för inrikes paket som gränsöverskridande paket upp till 31,5 kg. PTS uppdrag på postområdet enligt postlagen är i allt övrigt avgränsat till postförsändelser upp till 20 kg. För att i denna rapport kunna redovisa marknadssituationen under 2020 har myndigheten valt att fokusera analysen och redovisningen på försändelser upp till 20 kg, det vill

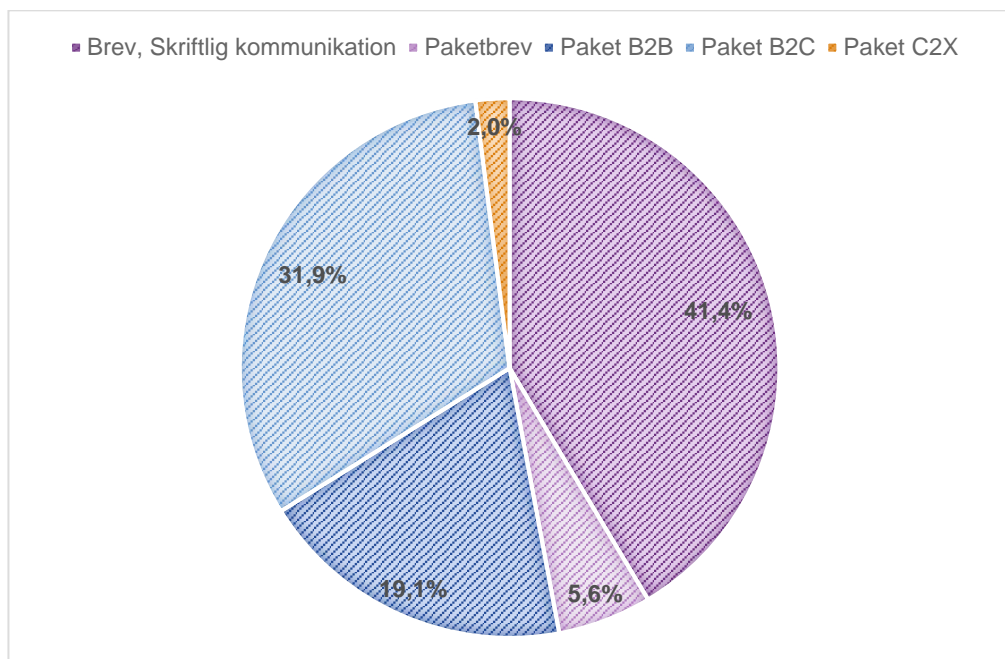
⁵⁴ Enligt definitionen i 1 kap. 2 § postlagen är ett *brev*: en adresserad försändelse som är innesluten i kuvert eller annat omslag och som väger högst 2 kg samt vykort, brevkort och liknande försändelser.

⁵⁵ Paketbrev har funktionen av ett paket, det vill säga distribution av varor, men faller under postlagens definition av brev. Exempel på paketbrev är Citymails tjänst brevlådepaket, MTD:s Early Bird och Postnords varubrev.

såga baserat på insamling av data utifrån PTS mandat enligt postlagen som också ger en betydligt större detaljgrad.⁵⁶ Undersökningen avser vidare endast försändelser utdelade i Sverige.

Under år 2020 delades 1 784 miljoner postförsändelser ut i Sverige, varav 1 592 miljoner var brev­försändelser enligt postlagens definition. Omsättningen för dessa försändelser var totalt drygt 19 miljarder kronor. Se vidare figur 7 och tabell 3.

Figur 7: Andel av omsättningen (19 miljarder kr) på postmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige



⁵⁶ Data avseende 2020 insamlade enligt paketförordningen (för paket upp till 31,5 kg) är inte tillgängliga för PTS förrän den 30 juni 2021. Vi redovisar dock statistik för 2019 i bilaga 1 nedan avseende paket upp till 31,5 kg.

Tabell 3: Antal försändelser och omsättning på postmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige

	Antal miljoner försändelser	Omsättning, miljoner kr
Postmarknad	1 784	19 247
varav Brevmarknad	1 592	9 056
varav Skriftlig kommunikation	1 545	7 972
varav Paketbrev	48	1 084
varav Paketmarknad	192	10 191
varav B2B	54	3 668
varav B2C	133	6 133
varav C2X	5	390

Som vi kommer att återkomma till i följande avsnitt, där vi går in närmare på förhållandena i postmarknadens olika segment, kan man med hänsyn till försändelsernas funktion på marknaden välja att inkludera paketbrev i paketmarknaden och specifikt i delmarknaden för paket från företag till konsument, B2C – vilket i första hand är försändelser för e-handlade varor. Med denna alternativa indelning kan paketmarknaden i stället beskrivas som i tabell 4 nedan.

Tabell 4: Alternativ indelning av antal försändelser och omsättning på paketmarknadens olika delar 2020, avser försändelser 0-20 kg utdelade i Sverige inklusive paketbrev och andra varuförsändelser 0-2 kg som distribuerats som brev

	Antal miljoner försändelser	Omsättning, miljoner kr
Paketmarknad inkl paketbrev etc.		
0-2 kg	239	11 275
varav B2B	54	3 668
varav B2C	180	7 217
varav B2C traditionella paket	133	6 133
varav B2C Paketbrev	48	1 084
varav C2X	5	390

3.1 Den svenska brevmarknaden

Brevmarknaden, såväl i Sverige som i omvärlden, påverkas av förändrade kommunikationsbehov i och med samhällets digitalisering. Allt fler företag, myndigheter och privatpersoner kommunicerar allt oftare via olika digitala kanaler. Ett exempel på sådan kanal är de digitala brevlådorna som berörts ovan i avsnitt 1.4 och vars utveckling beskrivs nedan i avsnitt 3.1.6. Följdverkningarna av digitaliseringen märks såväl i volymutvecklingen som konkurrenssituationen på brevmarknaden, vilket

redovisas i avsnitt 3.1.1 respektive 3.1.2. Den ändrade efterfrågebilden påverkar i sin tur priserna på marknaden, vilket belyses i avsnitt 3.1.3. I avsnitt 3.1.4 redovisas hur Postnord har efterlevt postförordningens bestämmelse om prishöjningstak för frimärkta brev.

3.1.1 Antal brevfrösendelser och omsättning

Brevvolymen fortsatte under 2020 att falla i ännu högre takt än under det tidigare rekordåret 2019. Antalet brev minskade till knappt 1,6 miljarder, en nedgång med 11,8 procent (jämfört med en minskning om 10,5 procent 2019). Sedan år 2000 har den totala brevvolymen minskat med 53,6 procent. Se vidare Tabell 5.

Tabell 5: Antal brev i Sverige 2016-2020 samt år 2000

År	Antal miljoner brev	Index (100 = år 2000)
2000	3 426,3	100
...		
2016	2 273,1	66,3
2017	2 201,8	64,3
2018	2 018,4	58,9
2019	1 805,5	52,7
2020	1 592,5	46,4

Brevvolymen som redovisas i detta avsnitt avser de frösendelser som är brev enligt postlagens definition. Detta inkluderar även paketbrev. Dessa varufrösendelser som uppgår till knappt 48 miljoner frösendelser, med en omsättning om ca 1,1 miljarder kr, särredovisas även i statistiken för varufrösendelser i avsnitt 3.2 nedan. Tillväxten för paketbrev under 2020 var drygt 35 procent räknat såväl i antal frösendelser som i omsättning.

Trots volymnedgången låg den totala omsättningen på brevmarknaden kvar på ca 9,1 miljarder kr. Att postoperatörerna totalt sett kunnat neutralisera volymnedgången intäktsmässigt beror på det kraftigt ökande antalet varufrösendelser under 2 kg utdelade genom brevbäring, vilka i snitt har ett väsentligt högre pris än brev innehållande skriftliga meddelanden. Omsättningen avseende brev med skriftlig kommunikation minskade med ca 4 procent till 8,0 miljarder kr (8,3 miljarder 2019). Det innebär att postoperatörerna till viss del kunnat kompensera intäktsmässigt för de fallande volymerna genom höjda priser.

3.1.2 Konkurrenssituation

Postnord har alltsedan tiden innan liberaliseringen på 1990-talet en mycket stark ställning på den svenska brevmarknaden. Postnords marknadsandel minskade

kontinuerligt fram till och med 2018, men under 2019 skedde ett trendbrott då marknadsandelen växte något. Under 2020 har Postnords marknadsandel växt marginellt och ligger fortfarande kvar under 80 procent räknat i antal utdelade brev. Se vidare tabell 6.

Tabell 6: Marknadsandelar för brevmarknadens aktörer, avser samtliga brevöversändelser 0-2 kg utdelade i Sverige 2020

Antal utdelade brev	Omsättning
Postnord (70-80 %)	Postnord (80-90 %)
Citymail (15-20 %)	Citymail (5-10 %)
Operatörer inom MTD (1-3 %)	Operatörer inom MTD (1-3 %)
Övriga (ca 0,2 %)	Övriga (ca 0,2 %)

Citymail är Postnords största, och numera huvudsakliga, konkurrent när det gäller brev innehållande skriftliga meddelanden. Även Citymail har ökat sin marknadsandel något under 2020.

Morgontidningsdistributörerna har däremot fortsatt tappa marknadsandelar när det gäller traditionella brev. I stället för att dela ut traditionella brev har morgontidningsdistributörerna satsat på att distribuera paketbrev under det gemensamma varumärket "Early Bird". Under 2020 har de mer än fördubblat sin volym av paketbrev, och delade ut drygt var sjätte av de på delmarknaden totalt 48 miljonerna försändelserna. För ytterligare information om delmarknaden för paketbrev, se tabell 7.

Förutom de 10 morgontidningsdistributörerna finns 14 ytterligare operatörer med regional eller lokal utdelningsverksamhet. Sammantaget stod dessa 24 mindre operatörer för ca 1,5 procent av de utdelade breven. Totalt hade 28 operatörer tillstånd att bedriva postverksamhet under 2020.

Tabell 7: Marknadsandelar för paketbrev i Sverige 2020

Antal utdelade paketbrev	Omsättning
Postnord (70-80 %)	Postnord (över 90 %)
Operatörer inom MTD/Early Bird (15-20 %)	Operatörer inom MTD/Early Bird (5-10 %)
Citymail (1-3 %)	Citymail (1-3 %)
Övriga (mindre än 0,1 %)	Övriga (mindre än 0,1 %)

På marknaden för stora sändningar (inlämningar med minst 500 brev) är Postnord och Citymail de två huvudsakliga konkurrenterna. Ett marknadstillträde på denna delmarknad innebär relativt stora investeringar för den aktör som skulle vilja etablera sig. Det beror på att ett sådant inträde kräver stora volymer för att inom en rimlig tid

kunna uppnå de skalfördelar som redan etablerade aktörer har. Postnord täcker hela Sverige medan Citymails utdelningsverksamhet når cirka 54 procent av alla hushåll/mottagare.

För rikstäckande befordran av enstaka brev är Postnord i praktiken den enda postoperatören. Med tanke på den låga efterfrågan på tjänsten är det mer eller mindre uteslutet att någon konkurrens på rikstäckande enstaka brev för konsumenter plötsligt skulle uppstå. På lokal nivå utgörs konkurrensen av ett tjugotal lokalt verksamma postoperatörer med förhållandevis små volymer.

Postnord har i praktiken monopol på all rikstäckande brevlådepost, det vill säga brev som läggs på brevlåda, oavsett utdelningsprioritet. Den marginella konkurrens som finns avser lokalpost på ett fåtal orter. När det gäller rikstäckande kontorspost (osorterad post från företag och organisationer) har Postnord också en mycket stark ställning. Konkurrens finns från operatören Mailworld Office vars affärsidé är att samla in kontorspost och konvertera den till sändningar. Mailworld Office är numera en etablerad aktör på marknaden för kontorspost och företaget har under 2020 samlat in drygt 14 miljoner försändelser. Dessa har sedan överlämnats till Citymail eller Postnord för slutlig utdelning.

3.1.3 Priser (prisutveckling på frimärkta brev)

PTS har till uppgift att bevaka prisutvecklingen på postmarknaden. I detta avsnitt tittar vi närmare på portoutvecklingen⁵⁷ för ett 1:a klass frimärkt brev med högsta vikt 50 gram. Vi jämför sedan prisutvecklingen på ett frimärkt brev med den generella utvecklingen av konsumentpriser (det vill säga, konsumentprisindex), vilket kan sägas vara i linje med att jämföra frimärkt med prisutvecklingen hos en ”standardprodukt”. Därefter utökar vi analysen till att även inkludera prisutvecklingen i arbetskostnadsindex (AKI), samt data över volymutvecklingen i frimärkt, för att jämföra med hur kostnader har utvecklats i postsektorn.

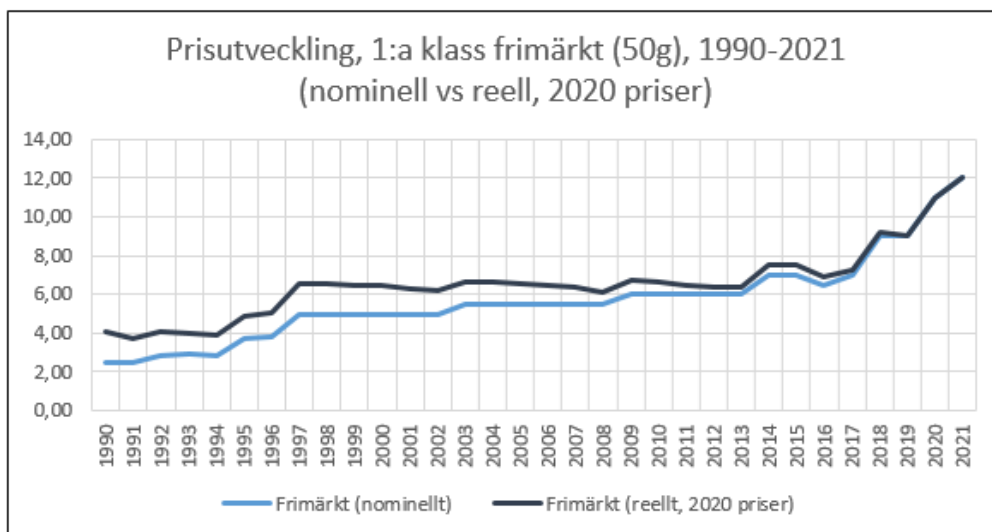
⁵⁷ Information om priser finns tillgänglig från Postnords officiella prislistor.

Vi har valt att titta på portot för ett frimärkt brev givet att det är det ”normala” priset för enskilda konsumenter. Detta är dock ett av de högre priserna på marknaden. Stora köpare av brevförmedlingstjänster (t.ex. stat, myndigheter, kommuner) kan ofta förhandla till sig betydligt lägre priser.⁵⁸

Portoutvecklingen av portot för ett 1:a klass frimärkt brev 1990-2021

Under 1990-talet och början av 2000-talet var den lägsta viktklassen för ett 1:a klass frimärkt brev 20 g. Denna viktklass togs bort 2014, och därmed blev 50 g den lägsta viktklassen. Figur 8 nedan visar portoutvecklingen för den lägsta viktklassen mellan 1990 och 2021, i både nominella och reella (det vill säga, inflationsjusterade) priser.

Figur 8: Portoutveckling, 1:a klass frimärkt (50 gram)



I början på 1990-talet var priset på ett 1:a klass brev relativt stabilt (runt 4 kr uttryckt i 2020 års prisnivå). Därefter följde ett antal prishöjningar, varav en av de större var i 1995, i samband med att moms på frimärkta brev infördes. Detta resulterade i en prisökning på frimärkt med 29 procent till 3,7 (i nominella termer).

⁵⁸ Priset på frimärkt kan exempelvis jämföras med priserna i det statliga ramavtalet, där priset för en inrikes brevöversändelse (A-post, 50 gram) är 6,7 kr. Dessutom faller priserna ytterligare vid sändning av stora volymer, där priset kan variera mellan 2,31 kr och 4,08 kr beroende på olika volymer och zoner. Även om dessa upphandlade priser inte är direkt jämförbara med det pris som enskilda konsumenter erbjuds, illustrerar det att det finns en spridning i prissättningen av frimärkt på marknaden. Se det statliga ramavtalet för Postnord (endast Postnord erbjuder befordran av A-post): <https://www.avropa.se/contentassets/0446244ab2f941a5b9ddf5fd9f44de8c/prisbilaga--2021.pdf>.

I 1998 införde regeringen ett prishöjningstak i postförordningen vilket gav Postnord möjligheten att varje år höja priset på portot i linje med den årsvisa förändringen i konsumentprisindex i juli föregående år. Under perioden 1998 till 2013 valde dock Postnord att endast höja portot ungefär vart femte år, men då med en lite större höjning (50 öre), vilket reflekteras i topparna i figur 8 ovan. Detta är tillåtet enligt reglerna för prishöjningstaket vilka medger att prishöjningsutrymmen som inte har utnyttjats kan användas inom ett av de tre närmast påföljande åren. Som vi kan se i diagrammet har priset under perioden trots dessa relativt sett stora ökningar legat ganska stabilt i reella termer (ungefär kring 6,5 kr) – det vill säga, portot har i genomsnitt ökat i långsammare takt än den generella inflationen under perioden.

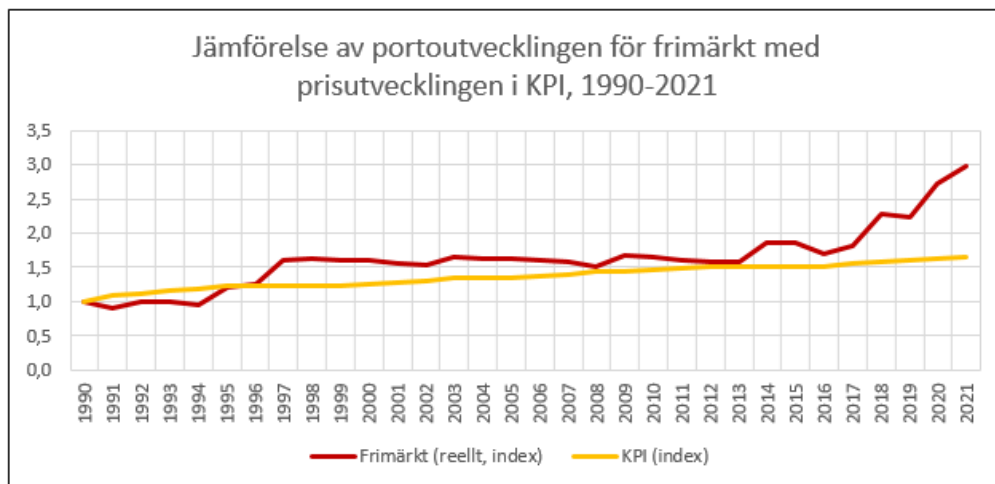
År 2014 ökade priset i samband med att viktklassen 20 gram togs bort, och priset på den lägsta viktklassen ersattes då av priset på 50 gram (tidigare den näst lägsta viktklassen). Detta innebar en ökning av priset från 6 kr till 7 kr (i nominella termer). Postnord sänkte dock priset igen i 2016 till 6,50 kr i samband med den nya mervärdesskattelagen vilken ledde till att vissa varor momsbefriades.

Efter 2017 har portot ökat mer frekvent och med större höjningar (från 7 kr år 2017, till 9 kr 2018, 11 kr 2020, och 12 kr 2021 (i nominella värden). Detta speglar införandet av en ny pristaksregel år 2019, vilken utöver inflationstakten även tar hänsyn till volymutvecklingen. I praktiken fungerar regeln så att utrymme läggs till när brevvolymer minskar, för att ge möjlighet att täcka de ökade fasta kostnader och styckkostnader som en volymminskning ger upphov till. Som figur 8 ovan visar så har detta inneburit att portot på frimärkt har ökat i snabbare takt än inflationen under dessa år.

Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt och konsumentprisindex 1990-2021

För att ytterligare belysa prisutvecklingen för frimärkt jämför vi i detta avsnitt portoutvecklingen för frimärkt med utvecklingen av konsumentprisindex mellan 1990 och 2021. Vi undersöker denna relation både för att KPI är att betrakta som prisutvecklingen av en "standardprodukt" men även för att utvecklingen av frimärkta priser sedan 1998 har varit bundna till KPI genom pristaksregeln. Som i avsnittet ovan har tidsserien för frimärkt konverterats till reella priser (för att ta bort inflationseffekten); och för att kunna jämföra prisutvecklingen mellan tidsserier, har vi indexerat båda tidsserierna.

Figur 9: Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt med prisutvecklingen i KPI, 1990-2021



Som figur 9 ovan visar, mellan 1990 och 1994 var prisökningstakten för frimärkt lägre än tillväxttakten i konsumentprisindex (en kumulativ genomsnittlig årlig tillväxt (CAGR)) på -1,0 procent jämfört med +4,6 procent i konsumentprisindex). Detta speglar den relativt sett höga inflationen i Sverige i början av 1990-talet.

Under perioden 1994 till 1997 (under vilken först momsens infördes år 1995, följt av en portohöjning 1997 till 5 kr), var förändringstakten i priset på frimärkt högre än den generella inflationen. Den årliga genomsnittliga tillväxttakten var under dessa tre år +18,9 procent, jämfört med 1,2 procent för KPI.

Efter prishöjningstakets införande följde en period, 1998-2013, med en relativt stabil utveckling av portot i reella termer. Den årliga genomsnittliga tillväxttakten i priset på frimärkt var under denna period lägre (-0,1 %) än tillväxttakten i KPI (+1,3 %). Under 2014 så höjdes priset i samband med att den lägre viktklassen försvann, och under 2016 sänktes priset i samband med momsbefrielsen. Över hela perioden då det första prishöjningstaket var i kraft (1998-2018) var den kumulativa årliga tillväxttakten 1,7 procent, jämfört med 1,2 procent i KPI.

Under perioden 2018-2021 var den årliga genomsnittliga tillväxten i frimärkt +9,2 procent, jämfört med 1,3 procent i KPI. Jämfört med tidigare perioder, då prisutvecklingen av frimärkt över tid i stora drag har följt utvecklingen i KPI kan vi från och med denna period se disassociation, där priset på frimärkt har en lösare koppling till KPI. Detta speglar de nya pristaksbestämmelserna, vilka ger ett ökat prishöjningsutrymme vid nedgång i volymen av frimärkta brev. Som vi kan se i figur 9 har priset på frimärkt denna period ökat över inflationen.

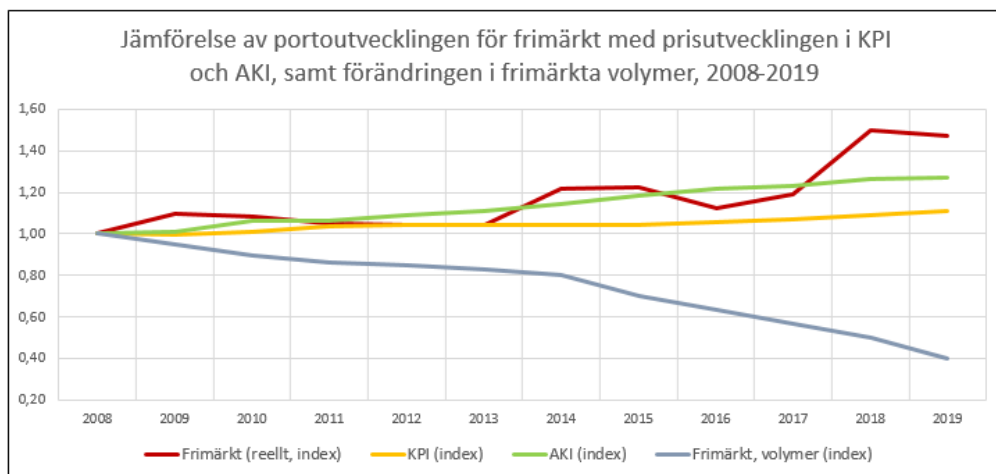
Över hela perioden 1990 till 2021 var den årliga genomsnittliga tillväxttakten (CAGR, som ovan) i frimärkt +3,6 procent jämfört med 1,6 procent i KPI. I reella termer (2020 priser) har portot ökat trefald, från 4kr 1990, till 12 kr 2021 (+197 %). Motsvarande ökning i den generella prisnivån (KPI) har varit 64 procent.

Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt med utvecklingen i KPI, AKI, samt volymnedgången i frimärkt, 2008-2019

Som vi nämnt i föregående avsnitt infördes en ny pristaksregel 2019, vilken ger ökat prishöjningsutrymme vid volymnedgång för att Postnord ska kunna täcka ökande fasta kostnader och styckkostnader. I detta avsnitt utökar vi analysen genom att lägga till Arbetskostnadsindex (AKI), i ett försök att jämföra portoutvecklingen på frimärkt med utvecklingen av kostnader i postsektorn. Vi har valt AKI givet att en stor del av fasta kostnader i sektorn är arbetskraftskostnader. Vi har laddat ned AKI för arbetare i privat sektor, näringsgrensindelning H (transport- och magasineringsföretag), vilket innehåller postverksamhet (SNI 2007). Vi lägger också till data vilken visar volymutvecklingen på ett 1:a klass frimärkt brev under samma period.

AKI finns endast tillgängligt för åren 2008-2019, varför vi har begränsat analysen till denna tidsperiod. Som ovan har vi konverterat samtliga tidsserier till indexserier för att kunna jämföra prisutvecklingen mellan olika tidsserier. Figur 10 nedan jämför portoutvecklingen på frimärkt med utvecklingen i KPI och AKI, samt volymutvecklingen i frimärkt.

Figur 10: Jämförelse av portoutvecklingen för frimärkt med KPI, AKI, samt volymutvecklingen i frimärkt, 2008-2019



Som vi kan se från figur 10 har arbetskraftskostnader (såsom löner, förmåner och arbetsgivaravgifter) ökat i näringsgrensindelning H, det vill säga, transport- och magasineringsföretag, vilken inkluderar postverksamhet. Över perioden 2008-2019 har den kumulativa genomsnittliga årliga tillväxten (CAGR) varit +4 % för frimärkt, +1 % för KPI och +2 % för AKI. Det vill säga, både arbetskraftskostnader och priset på frimärkt har ökat i en snabbare takt än den generella prisutvecklingen.

Samtidigt har volymen av 1:a klass frimärkta brev gått ner ganska kraftigt över perioden – den kumulativa genomsnittliga årliga förändringen i frimärkta volymer är – 8 procent.

Utvecklingen av priset på frimärkt, som visas i figur 10 ovan, speglar förväntningen att en minskning i försäljningsvolymer kombinerat med en ökning av fasta kostnader leder till ett ökat tryck uppåt på priser.

Sammanfattande slutsatser om prisutvecklingen

I detta avsnitt har vi jämfört portoutvecklingen av ett frimärkt brev med utvecklingen för den generella prisnivån, utvecklingen av arbetskraftskostnader i sektorn, samt volymutvecklingen för frimärkta brev. Som vi kan se ovan har priset på frimärkt i stora drag följt utvecklingen i inflationen under perioden då det första prishöjningstaket var i kraft, och därefter utvecklats i linje med inflationen samt en justering för fallande brevvolymer. Denna utveckling är i linje med pristaksbestämmelserna (se nästa avsnitt), och givet den generella utvecklingen i inflationen, kostnader i sektorn, och fallande brevvolymer, anser PTS att utvecklingen i priset på frimärkt är rimlig.

3.1.4 Efterlevnad av postförordningens prishöjningstak

Postnord, som är utsedd tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten, måste vid prisändringar ta hänsyn till de regler om prissättning som finns i postförordningen och postlagen. Prishöjningstaket, som följer av 9 § postförordningen, ändrades av regeringen per den 1 augusti 2019. Förändringen innebar att prishöjningstaket, utöver inflationen, också ger ett extra utrymme baserat på de ökade styckkostnader som volymnedgången medför. Postnord fick därmed under 2019 möjlighet att höja det aktuella portot för frimärkta brevfrösendelser med drygt 1 kr. Postnord valde dock att vänta till början av 2020 med höjningen, och kunde då även ta hänsyn till det prishöjningstak som förväntades gälla för 2020, baserat på en volymprognos. Med grund i två års beräknade prishöjningsutrymme höjde Postnord grundportot från 9 kr till 11 kr för tjänsten 50 gram frimärkt. Denna höjning om 22 procent ligger inom det tillåtna utrymmet, då det sammantagna utrymmet för 2019 och 2020 med hänsyn till inflation och volymminskning enligt postförordningens regel var drygt 30 procent.

Vad gäller höjningen från 11 kr till 12 kr för samma tjänst som Postnord gjorde den 1 januari 2021 kan den inte bedömas utifrån bestämmelserna förrän volymutfallet för enskilda tjänster har fastställts, vilket ska ske senast den 30 juni 2021. Då det fanns ett outnyttjat prishöjningsutrymme från föregående år och volymerna totalt sett fallit kraftigt även under 2020 är det sannolikt att även denna höjning ligger inom det tillåtna spannet.

3.1.5 Regional fördelning av brevvolymer

I kapitel 2 redogjorde vi för den samlade postservice som marknadsaktörerna levererar. Följande avsnitt kommer vi att redogöra för den regionala fördelningen av brevvolymer och konkurrens på regionala marknader.

Under 2020 delade Sveriges postoperatörer ut ca 138⁵⁹ brev per person och år (eller ca 300 räknat per hushåll). Av dessa brev var ca 4,6 stycken så kallade paketbrev. Varumängden i brevströmmarna är betydligt större eftersom många försändelser skickas som vanliga brev. Här saknar vi exakt statistik men uppskattningsvis delades det sammanlagt ut ca 9,2 brev med varuinnehåll per person under 2020 (ca 20 per hushåll).

Ser vi till den regionala fördelningen av brev till hushåll är det främst de fem nordligaste länen⁶⁰ samt Gotland som utmärker sig genom att ligga 10–15 procent över riksgenomsnittet för antal utdelade brev per person/hushåll. Jönköping och Hallands län ligger lägst, cirka 6 procent under riksgenomsnittet.

Totalt fanns det 28 tillståndshavare 2020, flertalet av dessa har endast en mycket lokal verksamhet och några har inte rapporterat in några volymer alls för 2020. Elva av dessa delade enbart ut meddelandeförsändelser, nio operatörer delade ut både meddelandeförsändelser och paketbrev och fem delade enbart ut paketbrev.

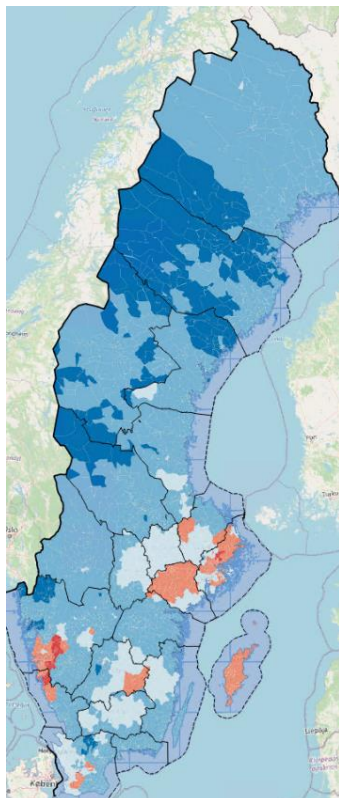
⁵⁹ Antalet baseras på den post som har delats ut till ett postnummer med adresskoppling. Om samtliga brevvolymer fördelas så blir genomsnittet ca 150 per person och år, men det blir något missvisande eftersom post utdelad till så kallade administrativa postnummer i stort sett enbart går till företag eller myndigheter. 138 brev per person och år kan också vara något överskattat eftersom det inte går att göra någon ytterligare fördelning mellan företag och privatpersoner bland de volymer som delats ut till adresskopplade postnummer.

⁶⁰ Dalarna, Gävleborg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten, Norrbotten.

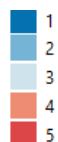
Sett på länsnivå har åtminstone minst två postoperatörer bedrivit någon form av aktiv utdelningsverksamhet inom länet och i de tre storstadslänen uppgick antalet aktiva operatörer till fem stycken i respektive län.

Tabell 8: Antal aktiva postoperatörer per län

LÄN	Antal verksamma operatörer	LÄN	Antal verksamma operatörer
1 Stockholms län	5	14 Västra Götalands län	5
3 Uppsala län	4	17 Värmlands län	3
4 Södermanlands län	4	18 Örebro län	3
5 Östergötlands län	3	19 Västmanlands län	3
6 Jönköpings län	4	20 Dalarnas län	2
7 Kronobergs län	3	21 Gävleborgs län	3
8 Kalmar län	4	22 Västernorrland län	3
9 Gotlands län	4	23 Jämtlands län	2
10 Blekinge län	2	24 Västerbottens län	2
12 Skåne län	5	25 Norrbottens län	3
13 Hallands län	5		



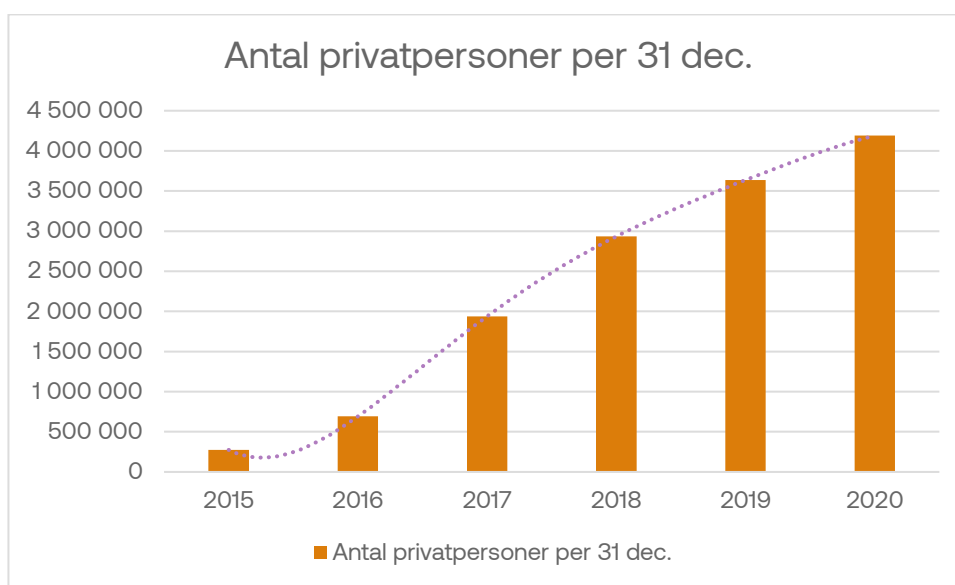
Kartan intill baseras på postnummerområden där de olika postoperatörerna uppgett att de bedriver utdelningsverksamhet. Den ger en lite mer exakt bild av vilka delar av landet Postnord är ensam om att dela ut brev (mörkblåa områden) och var konkurrerande operatörer är aktiva (från ljusblått till rött). Här framgår att Postnord är den enda aktiva postoperatören i delar av norrlandslänen, men även i delar av norra Skåne, nordvästra delarna av Västra Götaland, samt enstaka postnummer i inlandet.



3.1.6 Digitala brevlådor

Tillväxten är fortsatt hög för digitala brevlådor, säkra digitala meddelanden, men samtidigt är det fortfarande långt kvar till att vi sett den fulla potentialen och dess effekt på volymutvecklingen för fysiska brev.

Under 2020 ökade antalet privatpersoner som är anslutna till någon digital brevlåda med drygt 15 procent till ca 4,2 miljoner⁶¹ och för företagare var tillväxten drygt 16 procent (ca 134 000 anslutna företag totalt). Tillväxttakten är dock avtagande och DIGG räknar med att tillväxten i antal personer under kommande fyra år kommer att motsvara ca 75 procent av antalet närmast föregående år.⁶²



Kivra är fortsatt den aktör som har högst andel av anslutna privatpersoner med 91 procent jämfört mot Min Myndighetspost Privat som är näst störst med en andel på 7 procent. Kivra har också vuxit starkt bland företagare och hade i slutet av 2020 44 procent av anslutna företag och har därmed tagit in på den statliga brevlådan Min Myndighetspost Företag som dock fortsatt är störst bland företag med en andel på 56 procent (2018: 39 respektive 61 procent).⁶³

Antalet skickade meddelanden från offentliga avsändare (stat, region, kommun) inom infrastrukturen Mina Meddelanden ökade från 42 miljoner 2019 till 53 miljoner 2020

⁶¹ Detta motsvara lite drygt 50 % av de medborgare som idag har ett bank-Id i någon form. Källa bankid.com.

⁶² <https://www.digg.se/digital-post/offentlig-aktor/statistik-och-prognoser>

⁶³ Källa: DIGG

(ca 26 procent).⁶⁴ Det är dock väsentligt större volymer som går från privata avsändare inom de kommersiella brevlådorna (främst Kivra). PTS har dock inte tillgång till aktuell information om dessa volymer. Uppskattningsvis skulle den totala volymen kunna uppgå till omkring 200 miljoner meddelanden. Digitala meddelanden tenderar också att styra in mottagaren till olika e-tjänster och ersätter därigenom ytterligare fysiska brev. Utöver detta sker det kontinuerligt en digital substitution från fysiska brev till andra elektroniska tjänster, såsom e-faktura, appar eller ”mina sidor”.

Antalet anslutna kommuner och regioner har ökat kraftigt under 2020. Men fortfarande är endast en knapp tredjedel av alla kommuner och bara lite drygt hälften av landets olika regioner anslutna som avsändare.⁶⁵

Avsändare	2020 (31 dec)	2019 (31 dec)
Myndigheter	56	52
Regioner	11	4
Kommuner	90	63
Kommunförbund	8	7

Av PTS användarundersökningar framgår exempelvis att vårdkallelser och liknande är något som mottagare ser som viktig post där behovet av att snabbt kunna nås av meddelanden är stort. Därför är det problematiskt att vi inte ser en högre anslutningsgrad för regioner och kommuner samt aktörer inom välfärdssystemen, när behovet av att anpassa postdistributionen till följd av fallande brevvolymer bland annat leder till att fysiska brev tar något längre tid på sig för att komma fram, vilket får en direkt påverkan på exempelvis vårdkallelser och andra tidskritiska meddelanden.

Förvaltning och tillsyn av digitala brevlådor

DIGG, Myndigheten för digital förvaltning, ansvarar för infrastrukturen för digital post, Mina meddelanden, och för den digitala brevlådan Min myndighetspost.

Kommunikation inom digitala brevlådor är ingen posttjänst i postlagens mening. De utgör dock så kallade betrodda tjänster som omfattas av eIDAS-förordningen⁶⁶ där PTS har ett tillsynsansvar. Under 2020 har PTS bland annat utövat tillsyn i syfte till att höja säkerheten i Mina meddelanden och Kivra.⁶⁷

PTS arbetar även för att öka tillgängligheten hos digitala tjänster och har under 2020 genomfört en undersökning angående tillgänglighet i digitala brevlådor. Den visade

⁶⁴ Källa DIGG

⁶⁵ Källa DIGG

⁶⁶ <https://www.pts.se/sv/bransch/internet/betrodda-tjanster-eidas/>

⁶⁷ <https://www.pts.se/sv/bransch/internet/betrodda-tjanster-eidas/tillsyn/>

bland annat att det finns vissa brister i tillgängligheten för personer med funktionsnedsättning.⁶⁸

3.2 Den svenska paketmarknaden

Marknaden för leverans av varuförsändelser, vanligen kallad paketmarknaden, genomgår stora förändringar och är under snabb tillväxt. Tillväxten drivs av en kraftigt växande e-handel som följd av konsumenternas förändrade köpvanor i det nya digitala landskapet. Marknaden omformas också från en avsändarorienterad till en mer mottagarorienterad marknad. Det är inte längre avsändaren (det säljande företaget) som exklusivt väljer leveransmetod och operatör, utan i allt större utsträckning mottagaren (den köpande konsumenten) som väljer när, hur och var försändelsen ska levereras.

Förändringen återspeglas också i att nya leveranssätt etableras. Som nämnts i avsnitt 2.4.2 har ett flertal företag aviserat satsningar på paketboxar, där mottagarna kan hämta ut paket utan att behöva stå i kö hos paketombud. Hemleverans av paket har också fått en renässans med nya aktörer som Budbee och Airmee.

Morgontidningsdistributörerna erbjuder genom Early Bird leverans av paketbrev till postlådan eller dörren i samband med morgontidningsutdelningen. Det ökade utbudet av innovativa leveranslösningar har också fått de traditionella företagen som Postnord, UPS, DHL och DB Schenker att utveckla allt mer flexibla leveranser.

Den globala e-handelsplattformen Amazon öppnade under hösten 2020 sin svenska webbplats. Deras plattformstjänst som nu inkluderar allt från försäljning på nätet, lagerhållning, packning, transport till slutlig leverans, sprids nu över världen. Amazon har etablerat egen utdelningsverksamhet i såväl Italien och Spanien men anlitar ännu så länge etablerade operatörer för sina svenska leveranser. Hur strategin framöver kommer se ut i Sverige är ännu oklart men det kan inte uteslutas att Amazon, om plattformen lyckas ta en större del av den svenska e-handelsmarknaden, etablerar egna leveranslösningar även här. Det skulle kunna förändra konkurrenssituationen på den svenska paketmarknaden påtagligt.

Eftersom de data som PTS samlar in årligen i enlighet med EU:s paketförordning har vissa begränsningar, i såväl omfång som tidpunkt för tillgängliga data,⁶⁹ har vi för att bättre kunna följa den snabba utvecklingen på marknaden nu utvecklat myndighetens årliga undersökning av marknaden. Undersökningen omfattar från och med 2020 alla företag med egen utdelning av paket. Undersökningen, vars resultat är

⁶⁸ Dnr 20-10083.

⁶⁹ Data för 2020 som insamlas enligt paketförordningen blir inte tillgängliga förrän tredje kvartalet 2021.

grunden till de kommande avsnitten i denna rapport, fokuserar på paket utdelade i Sverige upp till 20 kg.

3.2.1 Antal paket och omsättning

PTS undersökning visar att nära 192 miljoner paket upp till 20 kg levererades i Sverige under 2020.⁷⁰ Av dessa var ca 22 miljoner retur försändelser, det vill säga paket med vilka köparen returnerar varor till säljaren. Omsättningen uppgick till 10,2 miljarder kr. Till detta kan man addera paketbrev som utdelades genom brevbäringen, och som redovisades under brevmarknaden (avsnitt 3.1.1) ovan, det vill säga knappt 48 miljoner försändelser med en omsättning om 1,1 miljarder kr. Sammanlagt delades 239 miljoner paket och paketbrev ut i landet med en total omsättning om 11,3 miljarder kr.

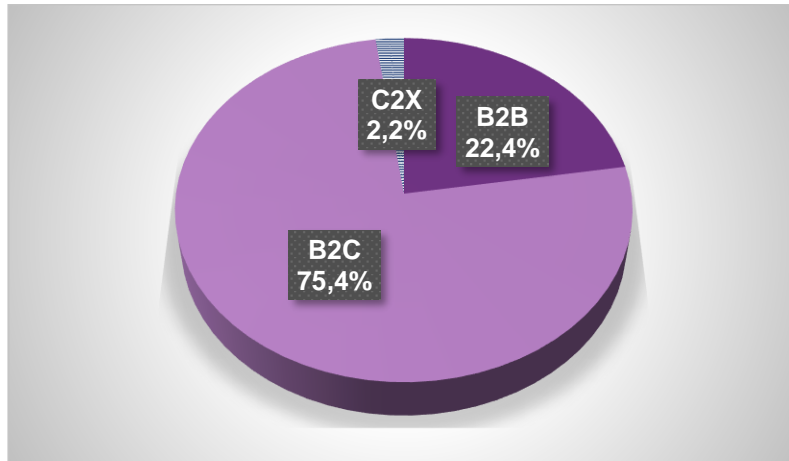
Det råder ingen tvekan om att paketmarknaden växer snabbt genom framförallt den ökande e-handeln. PTS kan dock på grund av avsaknad av jämförbara data från tidigare år inte uttala sig om tillväxttakten i någon detaljerad grad. Baserat på aktuella uppgifter från en delmängd av företagen bedömer PTS att marknaden växte med åtminstone 15 procent under 2020.

Marknaden kan vidare delas upp i några delsegment. Företagsmarknaden utgörs av försändelser från företag till konsument (B2C) och företag till företag (B2B). Som en särskild del av B2C-marknaden kan man räkna det tidigare nämnda snabbväxande segmentet med lätta varuförsändelser, paketbrev, som delas ut genom brevbäring eller motsvarande. Konsumentmarknaden (C2X) utgörs av försändelser som skickas av konsumenter ("C") till vilken mottagare som helst ("X").

Som framgår av figur 11 nedan är B2C-marknaden den största delmarknaden med totalt cirka 75 procent av antalet utdelade paket 0-20 kg om man räknar in brev med varor. Inom B2C-marknaden avser 55 procentenheter traditionella pakettjänster medan resterande 20 procentenheter utgörs av paketbrev. B2B-marknaden uppgår till drygt 22 procent av varuförsändelserna medan C2X-marknaden står för drygt 2 procent.

⁷⁰ PTS har i skrivande stund ännu ej erhållit data från två mindre paketföretag. Myndigheten bedömer utifrån tidigare års lämnade data att dessa företag kan stå för ytterligare ca 2 miljoner paket, utöver de redovisade 192 miljonerna på marknaden.

Figur 11: 239 miljoner varuförsändelser 0-20 kg utdelade i Sverige 2020



3.2.2 Konkurrenssituation

Paketmarknaden i Sverige har aldrig varit närmare reglerad, förutom avseende Postnords skyldigheter som tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten. Orsaken är att en på många områden väl utvecklad konkurrens har vuxit fram på marknaden. Det är också tydligt att konkurrensen ytterligare skärpts till under de senaste åren när nya leveranslösningar tillkommit och ytterligare företag etablerat sig på marknaden samtidigt som marknaden växer snabbt.

Den följande presentationen av marknadsförhållandena utgår genomgående från försändelser upp till 20 kg utdelade i Sverige. Vi vill för att undvika missförstånd påpeka att detta skiljer sig från hur motsvarande presentation gjordes i föregående rapport (Svensk postmarknad 2020) då denna även inkluderade utgående utrikespaket samt inkluderade försändelser upp till 31,5 kg. (Se bilaga 1 för en redovisning av utvecklingen utifrån statistik med samma indelning som i föregående års rapport.)

PTS analys visar att Postnord är störst med drygt 50 procent av de 192 miljonerna utdelade paketen i Sverige. Därefter följer i storleksordning DB Schenker och DHL.⁷¹ Fem företag har en marknadsandel mellan 1 och 5 procent av de utdelade paketen, i storleksordning: UPS, Bring Parcel, Instabox, Budbee och Best Transport.

⁷¹ DHL bedriver sin paketverksamhet i Sverige i två olika bolag, DHL Freight och DHL Express. I denna sammanställning redovisas dessa tillsammans.

Konkurrensbilden blir likartad om vi i stället utgår från omsättning även om procentandelarna blir något annorlunda. Se tabell 9 nedan.

Tabell 9: Marknadsandelar för paketmarknadens stora aktörer, avser paket 0-20 kg utdelade i Sverige

Antal utdelade paket	Omsättning
Postnord (50-60 %)	Postnord (50-60 %)
DB Schenker (15-20 %)	DB Schenker (10-15 %)
DHL (10-15 %)	DHL (10-15 %)
UPS (3-5 %)	UPS (5-10 %)
Bring Parcel (3-5 %)	Bring Parcel (3-5 %)
Instabox (3-5 %)	Budbee (1-3 %)
Budbee (1-3 %)	Instabox (1-3 %)
Best transport (1-3 %)	Best transport (1-3 %)

B2C-marknaden

B2C-marknaden är det segment av paketmarknaden som växer mest genom den ökande e-handeln och också den största delmarknaden. Som vi nämnt är det i denna delmarknad lämpligt att räkna in paketbrev. Postoperatörerna (exklusive Postnord) på B2C-marknaden utgörs dels av Citymail, dels av samverkande morgonstidningsdistributörer inom MTD med varumärket Early Bird. Trots konkurrens med de stora aktörerna Postnord, DHL och Schenker har dessa mindre postoperatörers volymer sammantaget mer än fördubblats under 2020 och står nu sammanlagt för över 5 procent av försändelserna på B2C-marknaden.

I segmentet distribuerades 133 miljoner traditionella paket och 48 miljoner paketbrev. Postnord har majoriteten av volymerna med drygt 60 procent. Därefter följer DB Schenker och DHL med mellan 5 och 10 procent vardera. Fjärde störst är MTD/Early Bird följt av de relativt nya aktörerna Instabox och Budbee. Se vidare tabell 10 nedan.

Tabell 10: Marknadsandelar på B2C-marknaden (inkl. paketbrev) i Sverige

Antal utdelade försändelser	Omsättning
Postnord (60-70 %)	Postnord (60-70 %)
DB Schenker (5-10 %)	DHL (10-15 %)
DHL (5-10 %)	DB Schenker (5-10 %)
MTD/Early Bird (3-5 %)	Budbee (3-5 %)
Instabox (3-5 %)	Instabox (3-5 %)
Budbee (3-5 %)	Bring Parcel (3-5 %)
Bring Parcel (1-3 %)	Best transport (1-3 %)
UPS (1-3 %)	UPS (1-3 %)
Best transport (1-3 %)	Airmee (1-3 %)
Airmee (1-3 %)	MTD/Early Bird (1-3 %)
Citymail (mindre än 1 %)	Citymail (mindre än 1 %)

B2B-marknaden

Marknaden för renodlade företagspaket, det vill säga från företag till företag, B2B-marknaden, genererade 54 miljoner paket under 2020 med en omsättning om nära 3,7 miljarder kr. Om B2C-marknaden påverkats mycket av nya lösningar och nya aktörer är B2B-marknaden betydligt mer trögrörlig. De fem stora operatörerna Postnord, DB Schenker, DHL, UPS och Bring Parcel står för över 99 procent av de distribuerade paketen och nära 96 procent av omsättningen avseende den postala delen av B2B-marknaden. Se vidare tabell 11. Det finns även en stor del av B2B-marknaden som inte är postförsändelser utan rör palltransporter och olika former av tyngre gods. Den senare delen ligger utanför PTS bevakningsområde och berörs inte närmare i denna rapport.

Tabell 11: Marknadsandelar på B2B-marknaden i Sverige

Antal utdelade paket	Omsättning
Postnord (50-60 %)	Postnord (40-50 %)
DB Schenker (15-20 %)	DB Schenker (15-20 %)
DHL (10-15 %)	DHL (10-15 %)
UPS (10-15 %)	UPS (10-15 %)
Bring Parcel (5-10 %)	Bring Parcel (5-10 %)
Jetpak (mindre än 1 %)	Jetpak (3-5 %)

C2X-marknaden

På konsumentmarknaden (försändelser från i huvudsak privatpersoner), C2X, råder en väsentligt annorlunda konkurrensbild och det finns färre aktörer. Den är också den minsta delmarknaden med drygt 5 miljoner paket och en omsättning på 390 miljoner kr. DB Schenker är här den distributör som har störst marknadsandel med något under hälften av antalet försändelser på marknaden, medan tvåan DHL och trean Postnord står för mellan 25 och 30 procent vardera av denna delmarknad. Den fjärde aktören Bussgods, som är en viktig aktör i landsbygd, har under 1 procent av C2X-paketen.

Det råder betydande prisskillnader mellan de olika aktörerna vilket får stort genomslag om man räknar marknadsandelar på omsättning i stället. Postnord har störst omsättning i segmentet. Se vidare tabell 12.

Tabell 12: Marknadsandelar på B2C-marknaden i Sverige

Antal utdelade paket	Omsättning
DB Schenker (40-50%)	Postnord (40-50%)
DHL (25-30%)	DB Schenker (30-40%)
Postnord (25-30%)	DHL (15-20%)
Bussgods (mindre än 1 %)	Bussgods (1-3%)

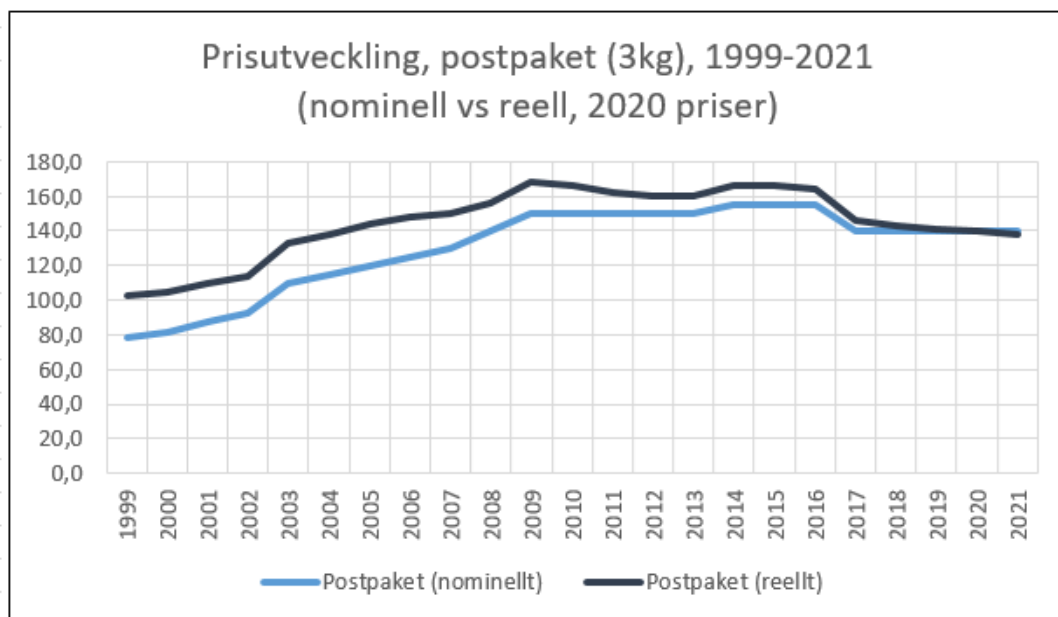
3.2.3 Priser (prisutvecklingen på postpaket)

PTS har i uppgift att bevaka prisutvecklingen på postmarknaden. När det gäller marknaden för paketedistribution har vi mycket lite information tillgänglig om prisernas utveckling över tid. Däremot har vi tillgång till Postnords officiella portoguiden vilka visar den nominella portoutvecklingen för ett "postpaket" över tid, vilken vi i detta avsnitt använder för att illustrera prisutvecklingen på marknaden. För att ytterligare belysa portoutvecklingen går vi därefter vidare till att jämföra prisutvecklingen av ett postpaket med konsumentprisindex, det vill säga, utvecklingen i den generella prisnivån.

Portoutvecklingen av portot för ett postpaket (3 kg), 1999-2021

PTS har prisinformation tillgänglig från Postnords officiella prislister sedan 1999, vilka innehåller priser för ett "postpaket" i viktklasserna 3 kg, 5 kg, 10 kg, 15 kg, och 20 kg. För analysen i detta avsnitt fokuserar vi på den lägsta viktklassen (3 kg). Figur 12 nedan visar portoutvecklingen för ett postpaket på 3 kg mellan 1999-2021, i både nominella och reella (det vill säga, inflationsjusterade priser).

Figur 12: Portoutvecklingen av ett postpaket (3 kg), 1999-2021



Som figur 12 ovan visar, var priset på ett postpaket ca 79 kr år 1999 (i nominella termer). Under åren 1999-2009 ökade sedan portot på ett postpaket varje år, upp till 2009 då portot höjdes till 150 kr (nominellt värde). Under denna period har portot nästan fördubblats (+90 %); prisökningarna har legat över inflationen.

Efter 2009 stabiliserades portopriserna, och under perioden 2009–2013 låg portot kvar på 150 kr. Som figur 11 visar har portot under denna femårsperiod ökat i långsammare takt än inflationen.

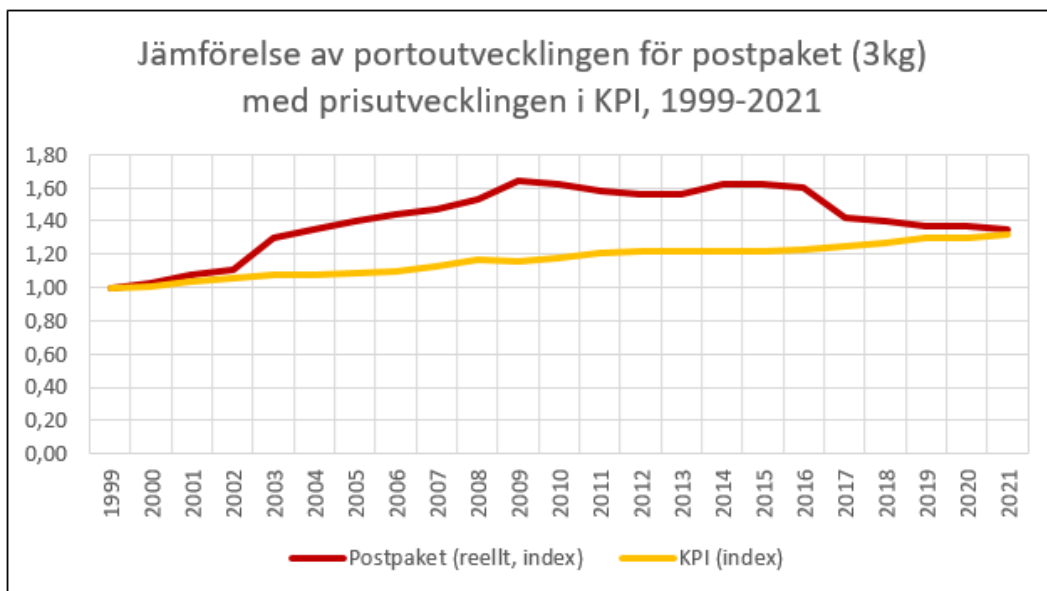
År 2014 höjdes portot igen till 155 kr, och låg sedan kvar på denna nivå i två år till 2016.

Efter 2016 förändrades bilden ytterligare. I 2017 sänktes för första gången sedan 1999 portot på ett postpaket, från 155 kr till 140 kr – och har under de senaste fem åren legat kvar på denna lägre nivå.

Jämförelse av portoutvecklingen för ett postpaket (3 kg) med prisutvecklingen i KPI 1999-2021

För att ytterligare belysa prisutvecklingen för ett postpaket jämför vi i detta avsnitt portoutvecklingen för ett postpaket med utvecklingen i konsumentprisindex 1999–2021 (det vill säga, den generella utvecklingen av priser under perioden). Liksom i avsnittet ovan har tidsserien för postpaket konverterats till reella priser för att ta bort inflationseffekten, och för att kunna jämföra prisutvecklingen mellan tidsserier, har båda tidsserierna indexerats.

Figur 13: Jämförelse av portoutvecklingen för ett postpaket (3 kg) med prisutvecklingen i KPI 1999-2021



Som figur 13 visar, under hela perioden 1999–2009 har prisökningstakten på portot för ett postpaket på 3 kg varit högre än tillväxttakten i konsumentprisindex. Det

nominella portot har under denna period nära fördubblats (+90 %), med en kumulativ årlig genomsnittlig tillväxttakt på +6,7 % (CAGR). Detta kan jämföras med en utveckling i KPI på +16 % (kumulativ årlig tillväxttakt på +1,5 %).

Därefter stabiliserades portot i 2009, och låg kvar på samma nivå (150 kr) i nominella termer ända till 2013, varefter ytterligare en ökning skedde i 2014 till 155 kr. I reella termer var dock den kumulativa årliga genomsnittliga tillväxttakten under perioden 2009-2016 negativ (-0,3 %). Detta kan jämföras med KPI (+0,8 %).

Efter 2016 har bilden förändrats ytterligare. I 2017 infördes för första gången en sänkning av portot - från 155 kr till 140 kr - och portot har sedan dess legat kvar på denna lägre nivå. Mellan 2017 och 2021 var den kumulativa genomsnittliga årliga förändringen i portot -1,4 % (i reella termer), jämfört med KPI på +1,5 %. Portot har alltså ökat i långsammare takt än inflationen.

Över hela perioden 1999-2021 har priset på ett postpaket ökat med 78 % (34 % i reella termer), medan samma utveckling för KPI var +32 %. Den årliga genomsnittliga tillväxttakten under perioden för ett postpaket har varit +2,6 % i nominella termer (+1,4 % i reella termer), vilket kan jämföras med den genomsnittliga tillväxttakten i KPI på +1,3 % över perioden.

I reella termer (2020 års prisnivå) har priset på ett postpaket sjunkit sedan 2009 (från ca 168 kr i 2009, till ca 138 kr i 2021). Prisutvecklingen på paketmarknaden efter 2009, då priserna började stabiliseras, och sedan falla, reflekterar den ökade konkurrensen på marknaden.

Med hjälp av data på marknadsandelar i termer av omsättning kan vi beräkna ett Herfindahl-Hirschmann index (HHI). HHI är ett mått på marknadskoncentration, det vill säga, ett mått på graden av konkurrens på marknaden. Indexet kan anta värden mellan 0 (perfekt konkurrens) och 1 (monopol), och beräknas som summan av kvadraterna för marknadsandelarna på marknaden. En ökning i indexet indikerar en minskning i konkurrensen på marknaden, och vice versa.

Under EU:s paketförordning samlar PTS in i juli varje år in information om omsättningen hos aktörer verksamma på den svenska paketmarknaden, vilken kan användas för att beräkna marknadsandelar och därmed ett HHI index. För närvarande har PTS endast data tillgänglig för två år (2018 och 2019), och vi har därför endast kunna beräkna HHI för dessa år. Dessa beräkningar visar dock en minskning i indexet mellan 2018 och 2019, från 2347 till 2251 (en fyraprocentig minskning). Eller med andra ord, en minskning i marknadskoncentration från 23,5 procent till 22,6 procent. Det vill säga, en något ökad konkurrens på marknaden.

Sammanfattande slutsatser om prisutvecklingen

I detta avsnitt har vi jämfört prisutvecklingen på ett postpaket med utvecklingen av den generella prisnivån. Som vi kan se ovan har priset på ett postpaket ökat konstant och med jämna mellanrum – och i högre takt än inflationen – under större delen av den undersökta perioden. Det enda undantaget är 2017, då priset för första gången sänktes, och har därefter legat kvar på samma lägre nivå. Detta kan sättas i jämförelse med den ökande konkurrensen på paketmarknaden, där både antalet aktörer på marknaden och antalet tillhandahållna paketleveranstjänster kraftigt har ökat under perioden, vilket i sin tur har bidragit till att pressa priserna på marknaden.

3.2.4 Regional fördelning av paketvolym

I följande tabell framgår hur volymer för utdelade paket har fördelat sig per län och marknadssegment.

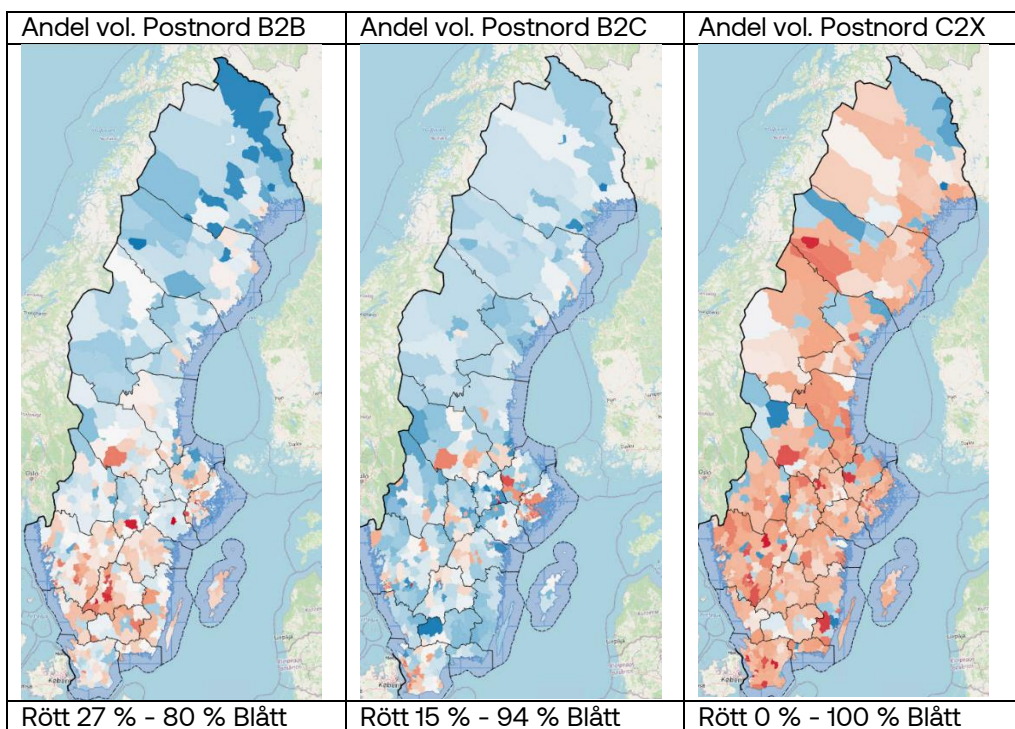
LÄN	Antal paket B2B	Antal paket B2C	Antal paket C2X
1 Stockholms län	11 147 000	32 978 000	1 050 000
3 Uppsala län	1 763 000	4 612 000	193 000
4 Södermanlands län	1 430 000	3 363 000	112 000
5 Östergötlands län	2 536 000	5 498 000	183 000
6 Jönköpings län	2 263 000	4 023 000	197 000
7 Kronobergs län	1 263 000	2 448 000	79 000
8 Kalmar län	1 224 000	2 379 000	148 000
9 Gotlands län	279 000	602 000	37 000
10 Blekinge län	773 000	1 655 000	67 000
12 Skåne län	7 746 000	21 643 000	1 097 000
13 Hallands län	1 735 000	3 652 000	168 000
14 Västra Götalands län	9 016 000	22 400 000	785 000
17 Värmlands län	1 530 000	3 121 000	115 000
18 Örebro län	1 777 000	3 455 000	121 000
19 Västmanlands län	1 390 000	3 317 000	106 000
20 Dalarnas län	1 526 000	3 329 000	131 000
21 Gävleborgs län	1 397 000	3 197 000	133 000
22 Västernorrland län	1 242 000	2 594 000	108 000
23 Jämtlands län	823 000	1 546 000	76 000
24 Västerbottens län	1 395 000	2 977 000	143 000
25 Norrbottens län	1 274 000	2 783 000	123 000

Ser vi närmare på det e-handelsrelaterade segmentet B2C i relation till befolkning så framgår att volymerna är förhållandevis jämnt fördelade över landet, dock med något högre volym i storstadslänen, Malmö län sticker här ut med det högsta antalet paket per person.

Län	Antal paket B2C	Per capita
1 Stockholms län	32 978 000	14
3 Uppsala län	4 612 000	12
4 Södermanlands län	3 363 000	11
5 Östergötlands län	5 498 000	12
6 Jönköpings län	4 023 000	11
7 Kronobergs län	2 448 000	12
8 Kalmar län	2 379 000	10
9 Gotlands län	602 000	10
10 Blekinge län	1 655 000	10
12 Skåne län	21 643 000	16
13 Hallands län	3 652 000	11
14 Västra Götalands län	22 400 000	13
17 Värmlands län	3 121 000	11
18 Örebro län	3 455 000	11
19 Västmanlands län	3 317 000	12
20 Dalarnas län	3 329 000	12
21 Gävleborgs län	3 197 000	11
22 Västernorrland län	2 594 000	11
23 Jämtlands län	1 546 000	12
24 Västerbottens län	2 977 000	11
25 Norrbottens län	2 783 000	11

Även om Postnord är den volymmässigt största aktören på paketmarknaden skiljer sig bolagets marknadsposition väsentligt åt om vi ser marknadsandel i relation till de tre marknadssegmenten företag till företag (B2B), företag till konsument (B2C) respektive konsument till företag/konsument (C2X) samt till hur distribuerade volymer fördelar sig geografiskt.

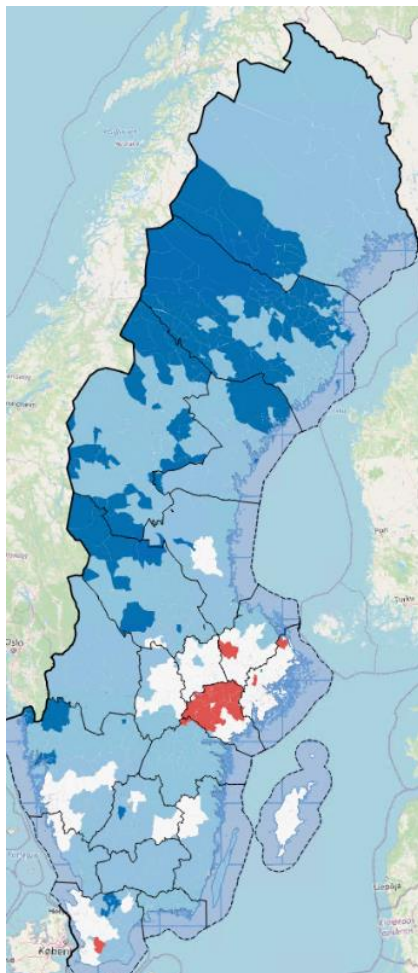
Intervallen i nedanstående sammanställning visar lägsta respektive högsta marknadsandel lokalt och den glidande färgskalan skillnader i marknadsandel inom respektive intervall.



Paketbrev

Under 2020 delades knappt 48 miljoner varuförsändelser ut som brev enligt den statistik som rapporterats in till PTS. Det går dock inte att fullt ut fastställa den exakta varuvolymer i brevflödena eftersom många produkter/föremål skickas med vanliga brev tjänster. Uppskattningsvis uppgår dessa volymer till cirka 40 miljoner försändelser. Ser vi dessa volymer sammanlagt i relation till den totala paketmarknaden motsvarar de ca 45 procent av paketmarknaden.

Utgår vi däremot ifrån att huvuddelen av dessa försändelser skickas till privatpersoner motsvarar volymerna cirka 60-70 procent av konsumentsegmenten på paketmarknaden.



Bilden intill illustrerar antalet postoperatörer som har rapporterat volymer för varuförsändelser i brev. I mörkblåa områden är Postnord ensam aktör medan övergången från ljusblått till rött illustrerar graden av konkurrens mätt i antal konkurrerande postoperatörer.

4. Service och kvalitet

4.1 Befordringskravet i postförordningen uppfylldes med god marginal

En viktig del i kvalitetsuppföljningen på postmarknaden är mätningen av hur stor andel av enstaka inrikes brev som levereras i tid enligt de bestämmelser som anges i 6 § postförordningen. Reglerna innebär att minst 95 procent av de inrikes brev som har lämnats in för tvådagarsbefordran före angiven senaste inlämningstid ska ha delats ut inom två påföljande arbetsdagar, oavsett var i landet breven har lämnats in.

Kantar Sifo har uppdraget att kontinuerligt mäta Postnords befordringstider. Mätningen för 2020 visar att Postnord med god marginal legat över postförordningens krav om 95 procent. Det gäller både för hela året och för varje enskild månad. Det innebär att Postnord har efterlevt befordringskraven inom den samhällsomfattande posttjänsten i postförordningen på nationell nivå under 2020.

Mätningen visar att Postnord i genomsnitt delade ut 98,1 procent av de tvådagarsbefordrade breven i tid på nationell nivå (97,7 procent var motsvarande siffra för 2019). Den lägsta uppmätta andelen brev som har delats ut i tid för en enskild månad var 95,6 procent (december) och den högst uppmätta var 98,8 procent (september). December är vanligtvis den månad som brukar ge lägst resultat på grund av den kraftigt ökade mängden försändelser i samband med julen.

På regional nivå visar mätningen att Postnord har överträffat postförordningens krav i alla delar av landet mätt över helåret. Terminalområde⁷² Sundsvall var det område med lägst andel, 95,2 procent, medan högsta utfall per terminalområde för året var 99,1 procent (terminalområde Alvesta).

⁷² Med terminalområde menas den region som respektive terminal betjänar. Utfallet för respektive terminalområde avser kvaliteten för försändelser som skickas från hela landet till respektive terminalområde. En försening kan därför ha uppstått vid någon av punkterna från inlämning till utdelning. Det samlade utfallet ger inte svar på var i distributionskedjan en eventuell störning har skett.

4.2 Klagomål och synpunkter till PTS

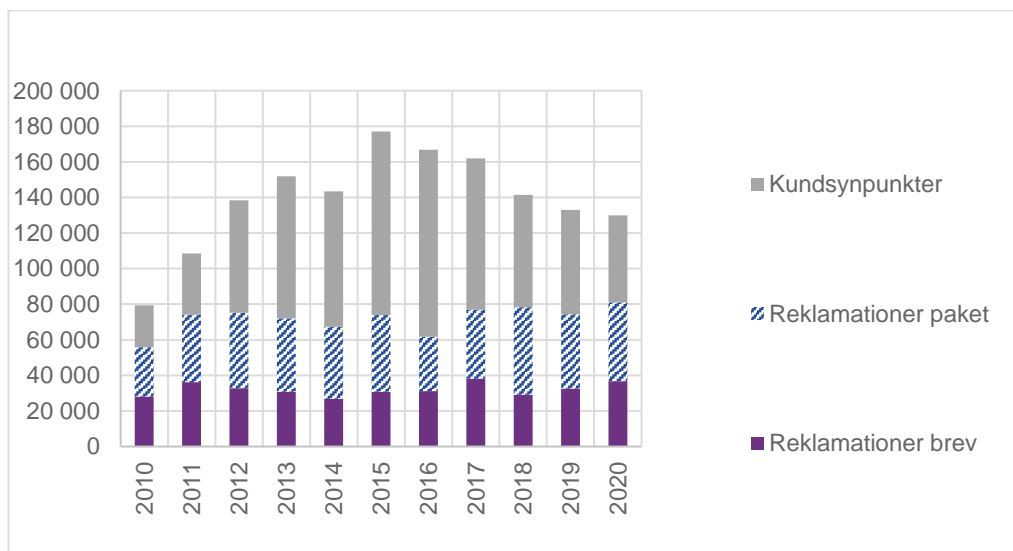
Antalet telefonsamtal, brev och e-postmeddelanden från postanvändare (förfrågningar) som kommit in till PTS under 2020 har minskat jämfört med tidigare år. Under 2020 tog PTS emot 1 264 förfrågningar, vilket kan jämföras med 1 614 under 2019. Detta innebär en minskning med cirka 22 procent.

Cirka 80 procent av förfrågningarna till PTS utgjordes av klagomål eller synpunkter, medan resterande bestod av övriga frågor. Av de inkomna klagomålen kunde cirka 70 procent kopplas till Postnord, 4 procent till Citymail och 26 procent till övriga postoperatörer.

Den vanligaste orsaken till att allmänheten vänder sig till PTS är att användare har uppmärksammat någon form av brist i postutdelningen. Problemen med postutdelningen handlar främst om försändelser som av något skäl inte har kommit fram, delats ut för sent eller att mottagaren av misstag har fått någon annans brev.

4.3 Klagomål och synpunkter till Postnord

Postnord skiljer mellan reklamationer och kundsynpunkter. Kundsynpunkterna omfattar olika former av reaktioner från konsumenter och är en samlad benämning för klagomål, idéer och beröm. Reklamationer avser klagomål på specifika tjänster som ingår i Postnords produktsortiment som kunder kan begära ersättning för, om Postnord inte har uppfyllt sina åtaganden enligt de särskilda produkt- och tjänstevillkoren.

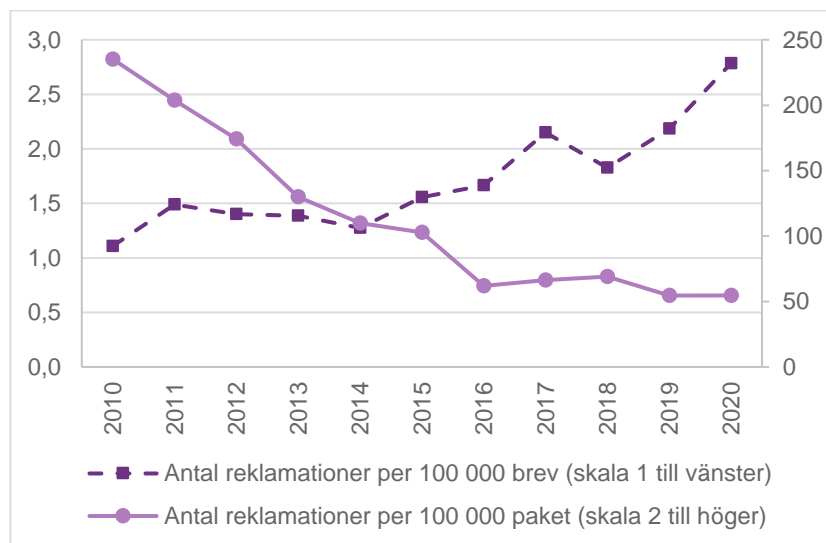


Figur 14: Kundsynpunkter och reklamationer, Postnord

Som visas i figur 14 ovan registrerade Postnord under 2020 totalt 129 900 reklamationer och kundsynpunkter. Av dessa var ca 80 900 reklamationer och knappt 49 000 kundsynpunkter. Av reklamationerna avsåg ungefär 36 600 brevtjänster och resterande 44 300 avsåg paket. Postnord delar in kundsynpunkter i negativ feedback, förbättringsförslag och beröm. Under 2020 kategoriserades ungefär 46 500 av kundsynpunkterna som negativ feedback. Huvuddelen av synpunkterna rör utdelning eller insamling av brev och paket, exempelvis att brev levereras fel eller är försenade. När det gäller reklamationerna är den absolut vanligaste orsaken till reklamation att en försändelse saknas.

Mellan 2019 och 2020 minskade antalet kundsynpunkter med 25 procent och antalet reklamationer till Postnord ökade med ungefär 9 procent. Sammantaget minskade antalet reklamationer och kundsynpunkter med drygt 2 procent mellan 2019 och 2020.

I figur 15 nedan redovisas antalet reklamationer per 100 000 brev respektive paket. Av figuren framgår en tendens att reklamationer avseende brev ökar i förhållande till brevvolymerna men att reklamationerna avseende paket har minskat över tid i relation till paketvolymerna.



Figur 15: Reklamationer i förhållande till antal försändelser, redovisat separat för brev och paket, Postnord

4.4 Klagomål och synpunkter till Citymail

Citymail skiljer mellan klagomålsärenden och informationsärenden. Klagomålsärenden handlar bland annat om saknad eller felutdelad post. Informationsärenden hanterar ärenden som information om portkod eller byte av plats för postlådor m.m.

Under 2020 tog Citymail emot 7 676 klagomålsärenden. Det innebär en minskning med drygt ca 31 procent jämfört med 2019 då Citymail tog emot 11 183 klagomålsärenden. De vanligaste orsakerna till klagomål är saknad eller felutdelad post.

Några av orsakerna till minskningen av antalet klagomål kan vara dels att Citymails brevolymer har minskat, dels att operatörens tidigare samarbete med andra operatörer har avvecklats i stor utsträckning. Som rapporterades i Svensk postmarknad 2020 ledde kvalitetsproblem i partnerföretagens utdelning av de volymer som distribuerades i samarbete med Citymail till ett ökat antal klagomål tidigare år.

4.5 Hushåll utan utdelning av post fem dagar per vecka

Ett grundläggande krav på den samhällsomfattande posttjänsten, som Postnord tillhandahåller, är att det varje vardag ska kunna delas ut post till samtliga mottagare i Sverige, oavsett var i landet de bor. Undantag från denna så kallade femdagarsutdelning kan dock göras på grund av särskilda omständigheter eller geografiska förhållanden som tillståndsmyndigheten godkänner. Sedan 1990-talet finns en politisk målsättning att antalet hushåll utan femdagarsutdelning inte får öka. Under 1990-talet var det 1 600 hushåll som inte hade femdagarsutdelning.

Under 2020 har undantagen ökat något jämfört med året innan. Vid årets slut uppgick antalet hushåll i Sverige med färre utdelningsdagar än fem dagar i veckan till 1 303 stycken enligt Postnord. Det är 10 fler hushåll än vid motsvarande tidpunkt 2019.

4.6 Obeställbara brev: Antalet brev som inte kan delas ut till rätt adressat har minskat

De brev som postoperatörerna av någon anledning inte kan dela ut till rätt mottagare eller avsändare kallas obeställbara. Ett brev kan vara obeställbart av flera orsaker, till exempel att det är feladresserat, saknar avsändare, eller saknar giltig eftersändning.

Obeställbara brev ska i första hand returneras till avsändaren, men om avsändaren inte är känd ska breven skickas till PTS enhet för saknade brev⁷³ för hantering.

Under 2020 inkom 307 796 stycken obeställbara försändelser till PTS enhet för saknade brev, varav 28 procent antingen kunde skickas till mottagaren eller tillbaka till avsändaren. Antalet obeställbara brev minskade med tolv procent under 2020 jämfört med 2019. Med undantag för 2013 och 2019 är trenden att antalet obeställbara brev stadigt har minskat sedan 2011. Med tanke på att brevvolymerna fortsätter att sjunka i Sverige sjunker också andelen obeställbara brev som sänds till PTS.

En annan förklaring till årets minskning är att Postnord har förnyade rutiner för inrikes brev som skickas underfrankerade, vilket har medfört att den här kategorin av brev inte har behövt skickas till PTS för hantering.

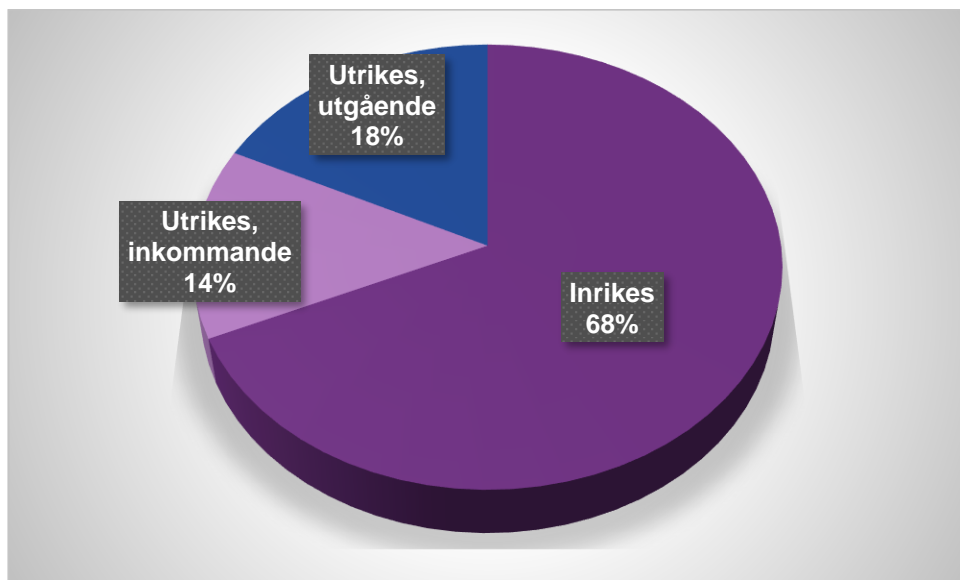
⁷³ Vid PTS enhet för saknade brev öppnas breven för att försöka ta reda på vem som är avsändare, för att sedan returnera brevet till avsändaren. Brev som inte kan returneras omedelbart, registreras och arkiveras i två månader med innevarande månad inräknad. Detta för att brevet ska kunna eftersökas av avsändare eller mottagare. Efter två månader förstörs försändelserna eller skänks till välgörenhet. Läs mer på www.pts.se.

Bilaga 1 – Paketstatistik enligt EU:s paketförordning för åren 2018 och 2019

PTS insamling av uppgifter från tillhandahållarna av paketleveranstjänster kunde med stöd av EU-förordningen och postlagen genomföras för andra gången i juni 2020, avseende uppgifter för 2019. Till skillnad från PTS egen undersökning som ligger till grund för avsnitt 3 i denna rapport omfattar statistiken i denna bilaga paket upp till 31,5 kg.

I samband med genomförandet av insamlingen säkerställde PTS att företagens framtagande och redovisning av data skedde på ett metodmässigt likartigt sätt och även att samma metodik används över åren. Detta ledde till att några av företagen lämnade korrigerade uppgifter för 2018. De uppgifter som PTS presenterade avseende år 2018 i rapporten Svensk Postmarknad 2020 har därför i nedanstående framställning reviderats i enlighet med korrigeringarna för att säkerställa bättre jämförbarhet mellan åren.

Figur 16: Paketmarknaden, 249,8 miljoner paket 0–31,5 kg 2019



Undersökningen visar att under 2019 distribuerades 249,8 miljoner paket upp till 31,5 kg i Sverige (239,0 miljoner 2018), varav 44,4 (40,5) miljoner hade sin mottagare i ett annat land. I Sverige delades 205,4 (198,6) miljoner paket ut till mottagarna. Av dessa anlände 34,7 (34,9) miljoner från utlandet. Marknaden för inrikes paket uppgick sålunda till 170,7 (163,6) miljoner paket. Se vidare *Figur 16: Paketmarknaden, 249,8 miljoner paket 0-31,5 kg 2019*.

Omsättningen på den svenska paketmarknaden uppgick enligt undersökningen till 15,8 miljarder kr (14,8 miljarder 2018), en ökning med 7 procent. Inrikesmarknaden stod för 8,5 (7,9) miljarder kr av dessa. På utrikessidan stod utgående paket för 5,4 (4,9) miljarder kr i omsättning. Omsättningen för inkommande paket var 1,9 (1,9) miljarder kr.

Tabell 13: Paketmarknaden 2019, avser paket 0-31,5 kg enligt EU:s paketförordning

Paketmarknaden 2019, 0-31,5 kg Insamling enligt EU:s paketförordning	Antal miljoner försändelser	Omsättning, miljoner kr
Paket, totalt	249,8	15 829,2
varav Inrikes paket	170,7	8 457,2
varav Utrikes paket	79,1	7 372,0
varav Inkommande	34,7	1 948,3
varav Utgående	44,4	5 423,8

Tabell 14: Paketmarknaden 2018, avser paket 0-31,5 kg enligt EU:s paketförordning

Paketmarknaden 2018, 0-31,5 kg Insamling enligt EU:s paketförordning	Antal miljoner försändelser	Omsättning, miljoner kr
Paket, totalt	239,0	14 754,8
varav Inrikes paket	163,6	7 925,6
varav Utrikes paket	75,4	6 829,1
varav Inkommande	35,0	1 925,0
varav Utgående	40,5	4 904,2

Inräknat alla paket 0-31,5 kg, såväl inrikes som utrikes export och import var Postnord den största paketoperatören i Sverige 2019. Näst störst är UPS om man räknar i termer av omsättning och DHL om man räknar i antal distribuerade paket.

Tabell 15: Marknadsandelar på paketmarknaden 0-31,5 kg 2019 för de största operatörerna, avser alla hanterade paket såväl inrikes som utrikes inkommande och utrikes utgående

Antal distribuerade paket 0-31,5 kg	Omsättning
Postnord (50-60 %)	Postnord (40-50 %)
DHL (10-15 %)	UPS (10-15 %)
DB Schenker (10-15 %)	DHL (10-15 %)
Bring Parcel (5-10 %)	DB Schenker (10-15 %)
UPS (5-10 %)	Bring Parcel (5-10 %)
Övriga, totalt (ca 6 %)	Övriga, totalt (ca 13 %)

För exportpaket, det vill säga utrikes utgående, var Postnord störst räknat i antal paket, men UPS störst räknat i omsättning. Räknat i volym är Bring Parcel är näst störst räknat i volym och tredje störst i omsättning.

Tabell 16: Marknadsandelar utrikes utgående paket 0-31,5 kg 2019

Antal exporterade paket 0-31,5 kg	Omsättning
Postnord (40-50 %)	UPS (30-40 %)
Bring Parcel (20-25 %)	Postnord (25-30 %)
UPS (15-20 %)	Bring Parcel (10-15 %)
DHL (10-15 %)	DHL (10-15 %)
TNT (3-5 %)	TNT (5-10 %)
FedEx (1-3 %)	FedEx (5-10 %)
DB Schenker (1-3 %)	DB Schenker (1-3 %)
Övriga, totalt (mindre än 1 %)	Övriga, totalt (ca 2 %)

För importpaket, det vill säga utrikes inkommande, var Postnord störst räknat i såväl omsättning som antal paket, och UPS näst störst.

Tabell 17: Marknadsandelar utrikes inkommande paket 0-31,5 kg 2019

Antal importerade paket 0-31,5 kg	Omsättning
Postnord (50-60 %)	Postnord (25-30 %)
UPS (15-20 %)	UPS (20-25 %)
Bring Parcel (5-10 %)	TNT (10-15 %)
DB Schenker (5-10 %)	FedEx (10-15 %)
TNT (1-3 %)	Bring Parcel (5-10 %)
DHL (1-3 %)	DHL (5-10 %)
FedEx (1-3 %)	DB Schenker (5-10 %)
Övriga, totalt (ca 0,1 %)	Övriga, totalt (ca 1 %)