

Vd och koncernchef Erik Olssons anförande vid Postens årsstämma 2008

Det talade ordet gäller

- Varmt välkomna till Postens årsstämma!

- Ni som följt utvecklingen för Posten de senaste åren och de senaste dagarna delar säkert min uppfattning att Posten är en vital 372-åring. Med en omsättning på 30 miljarder och över 30 000 medarbetare är Posten också ett av Sveriges största och kanske viktigaste företag.

- Därför är det min, ledningens och styrelsens uppgift att hela tiden utveckla verksamheten, hitta nya affärsmöjligheter och samarbeten.

- Vi ska utveckla tjänster som passar för den växande skaran privatpersoner som väljer att handla böcker, skor, kläder från svenska eller utländska e-handelssajter.

- Vi ska ha de bästa lösningar för alla företag som vill kommunicera med många kunder på ett effektivt och smart sätt och på det sätt deras kunder önskar.

- Och vi ska fortsätta att leverera post till 4,5 miljoner hushåll och 900 000 tusen företag varje vardag, 52 veckor om året, i ur och skur, i med och motvind, i solsken och snöstorm med en kvalitet i världsklass.

- För att klara dessa ambitioner behöver vi bli ännu konkurrenskraftigare, ha en större hemmamarknad, utveckla nya tjänster och helt enkelt ständigt utveckla affären.

- Post Danmark är ett företag som har lika höga ambitioner som vi. Bolaget levererar på sitt samhällsuppdrag med hög kvalitet. De ligger långt fram vad gäller tjänsteutveckling. De kan den danska logistikmarknaden bättre än vi och de äger 25 procent i den belgiska posten.

- Det är några av skälen till att samgåendet med Post Danmark kommer att vara bra för våra kunder, ägare och medarbetare.

- Vi har onekligen en spännande period framför oss. Det innebär inte att vi ska lägga 2007 i malpåse och glömma att det faktiskt också var ett spännande år för Posten.

- Vi började första dagen på året 2007 i en ny verksamhetsstruktur. Syftet med den var att öka specialiseringen i de olika rörelsegrenarna och samtidigt öka kundfokus i alla led.

- Kärnan i Postens affär är än idag traditionell post. När jag konstaterar att den traditionella postmarknaden är att betrakta som en mogen marknad med allt vad det innebär är det nog ingen som argumenterar emot.

- Det som hänt sedan 90-talet och som accelererat under 2000-talet är att marknaden förändras till en meddelande eller kanske snarare en kommunikationsmarknad. Företag vill nå sina kunder på det sätt mottagarna önskar. Nya smarta kommunikationsvägar utvecklas i takt med efterfrågan.

- Det har på senare år resulterat i en för Posten stagnerande meddelandeaffär, där vi framför allt sett en avmattad efterfrågan på övernattbefordrad post.

- Samtidigt har Posten med utgångspunkt i en unik infrastruktur för pakethantering i Sverige växt och blivit en aktad logistikaktör på den nordiska marknaden.

- Under 2007 kom nära 30 procent av koncernens omsättning från logistikaffären. På en marknad i stark tillväxt klarade Posten Logistik att växa mer än andra vilket är ett styrkebesked.
- Särskilt imponerande i skenet av att konkurrensen är stenhård och där kapacitet att hantera kundernas transportbehov av varuflöden till, från och inom Norden är en avgörande förutsättning för framgång.
- Strålfors är sedan 2006 ett viktigt och välkommet tillskott i Postenkoncernen.
- På relativt kort tid har vi integrerat Postens och Strålfors printverksamheter för att säkerställa en del av de synergier som vi identifierade i samband med förvärvet.
- Ett exempel på detta är att vi nu har skapat en av Nordens största och modernaste printverksamheter i vår Tomtebodaterminal. Tradition och förnyelse under samma tak.
- Jag är nu inne på mitt femte år som koncernchef i Posten. Jag tror att ni alla håller med mig om att Posten i flera avseenden är ett annat företag i dag, än det vi kommer ihåg från vår uppväxt. Men kärnan är fortfarande densamma. Posten förmedlar brev och paket till svenska företag och hushåll med en kvalitet som är svårslagen.
- Det är också ett bevis på att vår vision att leverera kommunikations- och logistiklösningar till nöjda kunder går hand i hand med vårt samhällsuppdrag som hör till vår ursprungliga kärnverksamhet.
- Under några år har vi haft ytterligare ett samhällsuppdrag. Ett uppdrag som bäst kännetecknas som en kvarleva från den tid då Posten bedrev bankverksamhet.
- Allt sedan lagen om grundläggande kassaservice kom till har den varit föremål för utredningar och förslag.

- Samtidigt har efterfrågan på manuella betaltjänster minskat kraftigt år från år. Det är helt enkelt så att alltfler sköter sina betalningar och bankärenden via Internet.
- Efter många års osäkerhet var det därför ett välkommet beslut som riksdagen fattade i juni förra året. Inte minst för alla anställda i Svensk Kassaservice.
- Beslutet innebär i korthet att staten kommer att ta ansvar för att tillhandhålla grundläggande betaltjänster i de områden där alternativ saknas.
- När vi sedan kunde sluta ett avtal med Nordea den 1 oktober innebär det att cirka 350 medarbetare erbjuds nya jobb och att kunderna vid 76 kontor kan fortsätta att gå till samma kontor som de gör idag. Således en bra lösning för alla parter.
- Nu har Post- och telestyrelsen riksdagens uppdrag att upphandla grundläggande betaltjänster i de delar av landet där andra alternativ saknas.
- Vår roll i framtiden är att genom lantbrevbäringen kunna gå in som underleverantör till de aktörer som upphandlas av Post- och telstyrelsen .
- För att inte återigen hamna i samma krissituation som Posten befann sig i 2003 har vi de senaste åren konsekvent styrt mot en balanserad målbild.
- Ett företag med över 30 000 medarbetare som har ett viktigt samhällsuppdrag att sköta kan inte bara styras mot lönsamhetsmål.
- Fler aspekter måste vara en del av beslutsfattandet. Förutom de lönsamhetsmål som beslutas i samråd med ägaren styrs verksamheten med utgångspunkt i att vi ska ha friska och engagerade medarbetare, vi ska ha nöjda kunder och ett konkurrenskraftigt erbjudande. Vi ska också säkra att vi lever upp till våra kunders höga förväntningar på leveranskvalitet och ett ansvarsfullt miljöarbete.

- Vi har också nått resultat. Sjukfrånvaron minskar stadigt. Det är inte bara medarbetarnas livskvalitet som förbättras när vårt hälsoarbete når framgång. Våra beräkningar visar att en procentenhet lägre sjukfrånvaro innebär cirka 100 miljoner kronor i lägre kostnader räknat på årsbasis.
- Vi har aldrig gjort avkall på kvalitetsarbetet. Så har vi också en svårslagen leveranskvalitet. För oss är det viktigt att vi gör rätt i alla led. Det blir inte bara billigare för oss. Det är naturligtvis ännu viktigare för våra kunder som är beroende av att få sina leveranser på rätt plats och i rätt tid.
- Men när man förmedlar cirka 20 miljoner försändelser och 240 000 paket per dygn så inträffar det oundvikligen att det går snett någon gång.
- Det är i dessa situationer som vi måste bli bättre på att sätta oss in i kundernas situation. Att hantera reklamationer på ett sådant sätt så att vi i slutänden stärker banden till våra kunder är därför ett av våra prioriterade förbättringsområden.
- Rörelseresultatet för 2007 var det bästa från kärnverksamheterna i bolagets historia. Bakgrunden till resultatförbättringen finns i de beslut som fattades redan 2003.
- Vi har varit försiktiga i våra intäktsantaganden. Vi har löpande effektiviserat verksamheten och konsekvent minskat kostnader för administration och konsultinsatser.
- Det har gett resultat. Kanske snabbare än vi vågat förutse. Det är dock viktigt att komma ihåg att vi klarat att ta vara på de affärsmöjligheter som de gångna årens höga aktivitet i ekonomin gett.
- Nu är Posten ett finansiellt stabilt företag som kan möta den väntande konjunkturedgången.

- Detta är inte bara resultatet av det arbete som bedrivs i styrelserummet eller i koncernledningen.
- Vi har många bra ledare i Posten som har en enastående förmåga leda en organisation i förändring.
- Våra medarbetare står inte heller på åskådarplats. Just nu genomför vi vår fjärde interna dialog där koncernens mer än trettio tusen medarbetare sitter ner och diskuterar för Postens centrala frågor.
- För att sammanfatta det hela. Posten är definitivt på rätt väg. Posten är ett lönsamt företag med friskare medarbetare. Vi har ett bredare erbjudande. Och vi har sedan den första januari 2007 en verksamhetsstruktur där vi förmår att både ta tillvara den samlade koncernens styrkor och utnyttja fördelarna med fokuserade och specialiserade dotterbolag. Detta är alla viktiga förutsättningar för Postens fortsatta utveckling.
- Med två ord kan jag sammanfatta vad som ligger framför oss. Fortsatta förändringar.
- Den stora frågan för de flesta postoperatörerna är förstås den förestående avregleringen. Det kommer att ta tid och fokus. Det kommer att innebära att andra postföretag kommer att hamna i samma situation som Posten mötte redan 1993 fast i ett tuffare läge.
- Vad betyder den europeiska avregleringen för oss, kan vän av ordning fråga sig. Ja, förutom att vi har ett försteg gentemot många, så innebär det som jag tidigare sagt möjligheter för bland annat Strålfors att med sin europeiska plattform fortsätta att utveckla sitt erbjudande.
- Våra kommunikationsbehov och mönster kommer att förändras. Hur och i vilken takt är omöjligt att säga. Det som är säkert är att det kommer att fortsätta att ställa

krav på att vi både utvecklar våra tjänster och att vi löpande anpassar vår produktion till de nya förutsättningarna. En framsynt hållning i dessa frågor är A och O. Vi har bevisat vår styrka vad gäller att anpassa vår produktionskapacitet till nya krav. Nu ska vi också bli bättre på att snabbt följa med i tjänsteutvecklingen.

- Internationaliseringen är inte ett nytt fenomen. Den tar sig bara nya uttryck i allt från var transportbehoven uppstår till vilken typ av varuflöden som ska transporteras.

- Den ökade etableringen av utländska aktörer kommer också i allt större utsträckning att märkas bland privatpersoner. Även om företag står för merparten av intäkterna hos alla meddelande och logistikaktörer så är privatpersonerna en mycket viktig målgrupp eftersom de är den huvudsakliga slutmottagaren. Vi brukar prata om mottagarmakt. Posten har flest ombud i Sverige. Men våra konkurrenter etablerar sig snabbt och deras skyltar har blivit en allt vanligare del av gatubilden.

- Det är bra för kunderna. Det är också bra för Posten. Vi har en tillgänglighet och kvalitet som är svår att matcha. Det innebär också att vi måste sträva efter ständig förbättring.

- Postens verksamhet bygger på att lösa våra kunders distributionsbehov. Detta låter sig naturligen inte göras utan att ett antal transportkilometer utförs varje dygn året runt.

- Samhällsuppdraget innebär att det finns en väldigt tydlig nedre gräns för hur mycket vi teoretiskt skulle kunna minska våra koldioxidutsläpp.

- Det innebär inte att vi har eller kommer att lägga oss platt och ducka för problemet. Tvärtom har vi sedan många år arbetat systematiskt med att ta kontroll på hur vi påverkar miljön och vad vi kan göra för att dämpa vår påverkan. Det innebär bland annat att vi har utbildat över 8 000 chaufförer i att köra miljöeffektivt. Vi kör så mycket av posten på tåg som det bara går. Vi underhåller och uppgraderar vår fordonspark och optimerar våra körningar. Det finns nämligen inga snabba

lösningar. Det är enbart enträget och långsiktigt arbete som ger hållbara resultat. Vi för en aktiv dialog med våra kunder om hur vi tillsammans kan arbeta för att minska både vår miljöpåverkan och hjälpa dem att nå sina miljömål. Med gemensamma insatser kan vi göra mer för att de miljömål som är satta för Sverige och EU ska nås.

- Norden är till synes en liten geografisk yta sett ur ett globalt perspektiv. Men det innebär inte att det är en ointressant marknad för globala, nationella eller lokala meddelande- och logistikaktörer. Tvärtom ser allt fler Norden som just en marknad. Landsgränserna har suddats ut och aktörerna erbjuder sina kunder en lösning för hela marknaden. Oavsett om det är ett företag med nordisk hemvist som importerar komponenter från till exempel Asien eller om det är ett franskt distanshandelsföretag med en kundstock i de nordiska länderna så vill man kunna ha en logistikpartner som säkrar hela leveranskedjan.

- I detta finns både tillväxtpotentialer och utmaningar för Posten.

- Det är helt klart att det kommer att bli en allt hårdare dragkamp om kunderna. Med målet att skapa en konkurrenskraftig och attraktiv samarbetspartner som står upp i den här verkligheten har alltså våra ögon riktats västerut. Danmark är inte bara ett väldigt trevligt land med ett hyfsat fotbollslag. Det har också kommit att i hög utsträckning bli Nordens port mot Europa.

- Jag och styrelsen ser stora möjligheter i det samgående mellan Posten och Post Danmark som vi kunde presentera i tisdags. Utan att föregå den fortsatta process och de beslut som nu krävs för att samgåendet ska bli verklighet vill jag understryka att detta handlar om en historisk möjlighet. Aldrig tidigare har två postföretag förenat sig för att möta framtidens utmaningar.

- Detta handlar om ett samgående mellan två välskötta företag.

- Post Danmark är ett välskött företag som ligger i startgroparna för att möta de utmaningar som följer av den europeiska avregleringen av postmarknaden. Med sitt ägande i den belgiska posten har Post Danmark en attraktiv europeisk position.

- Posten AB har levt i en avreglerad tillvaro i femton år och hävdar oss väl och är idag lönsamt, finansiellt starkt och med en väl fungerande verksamhet.

- I en gemensam koncern skapar vi ett konkurrenskraftigt företag som har långt bättre möjligheter att möta den hårdnande internationella konkurrensen än vad vi skulle ha var för sig. Därmed säkrar vi också de långsiktiga förutsättningarna att värna det viktiga samhällsuppdraget.

- Tack för ordet.