

## Koncernchef Lars G. Nordströms anförande Posten Nordens årsstämma 14 april 2010

Bästa stämmodeltagare!

2009 var ett år då våra kunder var mer nöjda än någonsin – det vet vi genom våra mätningar.

Det var ett år då vår kvalitet var den högsta hittills – det vet vi genom de mätningar som görs av oberoende aktörer. Det var också ett år då vår kvalitet i Sverige och Danmark än en gång placerar oss bland världens främsta. Det vet vi genom de internationella jämförelser som görs.

Det var också ett år då vår så kallade Corporate Image, som vi mäter den, förbättrades rejält.

Sist men inte minst – bland viktiga nyckelområden - så har våra medarbetare, i Danmark såväl som i Sverige, inte bara väsentligt lägre sjukfrånvaro utan framförallt är de mer engagerade. Våra mätningar av engagemang och trivsel visar högre värden än tidigare.

Det betyder inte att vi nöjt lutar oss tillbaka, men låt mig redan nu tacka alla medarbetare för utomordentligt goda insatser under året.

2009 var nämligen inget lätt år.

Jag gör samma konstaterande som alla mina VD-kollegor i nästan alla länder och branscher gör: 2009 var exceptionellt. Det var året då vi första gången i modern tid upplevde en global recession. Jag tror inte att jag närmare behöver utveckla detta. Alla som var med kommer att minnas det året.

För Posten Nordens del innebar det kraftiga nedgångar i affärsvolymerna – intäkterna sjönk kraftigt och med vår struktur med hög andel fasta kostnader – så också resultatet.

Det bör ändå framhållas att det gjordes betydande ansträngningar att med osedvanlig snabbhet och flexibilitet anpassa kostnaderna till minskade volymerna. Det kunde ha varit mycket värre.

Så när vi ser på rörelseresultatet 2009 kan vi konstatera:

Att vi – som en del i samgåendeavtalet – levererade en extra utdelning till svenska staten på 1,4 miljarder svenska kronor.

Att vi idag föreslår stämman att besluta om en ordinarie utdelning för 2009 på 1,4 miljarder svenska kronor till våra ägare, danska staten och svenska staten.

Att vi kunnat avsätta ett betydande belopp för kommande strukturåtgärder.

Och att vi alltså levererar en avkastning i nivå med ägarnas förväntningar.

---

Det finns ytterligare en viktig sak att nämna.

Under 2009 slutfördes formellt det historiska samgåendet mellan Post Danmark A/S och Posten AB.

Processer i EU, slutliga avtalsförhandlingar, upprättande av lednings- och styrprocesser, utformning av organisation och governance, instruktioner och arbetsordningar och bemanning av ledningsfunktioner är bara några av de inslag som förekommit.

Förutom att den EU-relaterade processen genomfördes snabbt och effektivt har de strukturåtgärder som EU krävde, avyttring av vissa logistikvolymmer i Danmark, helt genomförts och avslutats.

I två olika omgångar har ett hundratal ledare och chefer från de två bolagen gått igenom, planerat och beslutat om nya strukturer och gemensamma arbetssätt i den nya koncernen, allt utmynnade i en gemensam målbild och budget.

Allt detta som krävs i ett samgående över nationsgränser mellan två stora koncerner har gjorts med stora arbetsinsatser hos många medarbetare. Mycket har alltså gjorts även om det är trots allt bara är en början – men en bra början.

Arbetsglädjen och entusiasmen har varit påtaglig. Den koncernledning som tillsattes i slutet av juni har fungerat väl och naturligtvis varit avgörande för den goda starten. Jag tar mig friheten att här säga tack till kollegorna i koncernledningen.

Så:

Nöjda kunder – högsta kvalitet – höjd corporate image

Nöjda medarbetare

Nöjda ägare

En väl genomförd start på ett stort och unikt samgående

Då är väl allt gott och väl?

Nej så enkelt är det inte.

Ser jag på nutid och framtid så har vi några för verksamheten reella utmaningar.

För det första: De sjunkande volymerna i traditionell brevhantering måste få mötas med nödvändiga anpassningar av vår struktur, organisation och bemanning.

För det andra: Den reglering och tillsyn som berör vår verksamhet måste ta större hänsyn till den höga förändringstakten och de nya förutsättningar vi möter.

För de tredje: Posten Norden är ett kommunikations- och logistikföretag i hård konkurrens med andra företag. Posten Norden bör därför bedömas som ett jämförbart, stort noterat nordiskt företag. Precis som danska och svenska staten har sagt.

Min uppgift är inte att bara lyfta upp problemen. Min uppgift är att tillsammans med ledningen så långt möjligt hitta lösningar. Vårt mål är naturligtvis att Posten Norden ska fortsätta att utvecklas i enlighet med vår vision och enligt de intentioner som våra ägare har kommit överens om.

- Det betyder att vi ska leverera kommunikations- och logistiklösningar till nöjda kunder
- Det betyder att vi ska utveckla internationella logistik- och informationslogistiklösningar antingen genom förvärv eller genom internationella samarbeten och partnerskap
- Det betyder att vi ska vara en attraktiv och utvecklande arbetsplats med engagerade och motiverade medarbetare
- Det betyder att Posten Norden ska vara det miljöriktiga valet för våra kunder

Var står vi?

Vi arbetar i två huvudmarknader: logistikmarknaden och kommunikationsmarknaden.

Om logistikmarknaden kan man kanske säga att vår situation inte är så komplicerad. Marknaden är tuff med hård konkurrens, prispress och krävande kunder som vill ha alltmer sofistikerade och integrerade lösningar. Men ändå: Det går att skapa tillväxt genom att göra mer affärer med befintliga kunder, ta nya kunder från andra aktörer och göra ett och annat genomtänkt förvärv. När konjunkturen successivt förbättras och distanshandeln fortsätter att växa ökar också våra möjligheter. Vi har stora fördelar i våra erbjudanden och struktur – det är rimligt att påstå att vi har de bästa distanshandelslösningarna i Norden. Löpande kostnadsanpassningar krävs dock även fortsättningsvis på grund av den förväntade priskonkurrensen.

Man kan säga att vi vet ganska väl vad vi ska göra och hur vi ska göra det.

Den andra huvudmarknaden, kommunikationsmarknaden, är splittrad. Tillväxten sker rekordsnabbt i det som kallas e-kommunikation och digital kommunikation – se bara på den senaste utvecklingen av Facebook och andra sociala medier.

I den andra delen av marknaden, där de traditionella postföretagen alltid verkat – brevhandlingen – sjunker volymerna hastigt. De kommer att fortsätta att sjunka och de kommer inte tillbaka när konjunkturen vänder. Så är det inte bara i Danmark och Sverige utan i hela Europa, för att inte säga världen. Vilken nivå som blir "normal" är inte lätt att förutsäga, bara att den blir mycket lägre än tidigare.

Hos oss i Norden har en tredjedel av den övernattbefordrade postvolymen försvunnit från marknaden de senaste tio åren.

Ställer man den förväntade utvecklingen mot den struktur vi – och andra postföretag – har med fasta anläggningar och hög andel fasta kostnader så inser man lätt att det krävs en betydande strukturell anpassning till de kraftigt sjunkande intäkterna – med andra ord en helt annan, mindre och mer flexibel produktionsapparat.

Samtidigt vill jag ändå hävda att Posten Nordens utgångsläge på kommunikationsmarknaden är rimligt bra.

Vi bör som kommunikationsföretag ha möjligheter att kombinera den traditionella verksamheten med de möjligheter som den digitala erbjuder. Men vi måste anpassa oss och inse att där är konkurrensen helt annorlunda, prisbilden och lönsamheten annorlunda, kundbeteendet annorlunda, liksom den kompetens som krävs av aktörerna.

Inom marknaden för kommunikation krävs alltså av oss dels en strukturanpassning som går mycket längre än man kunnat föreställa sig bara för ett par år sedan, dels en ambitionsnivå vad gäller utveckling och kundanpassning som är mycket hög – men inte ouppnåelig.

---

De närmaste åren blir sannerligen utmanande.

Vi kommer att behöva göra stora förändringar och behöver komma med svar på ett antal strukturfrågor av typen:

- Hur optimerar vi vår totala infrastruktur?
- Hur många terminaler ska vi ha – var ska de ligga?
- Hur knyter vi samman våra brev- och paketflöden?
- Hur utvecklar vi digital kommunikation och informationslogistik och samordnar dem med brev och logistikverksamheten?

Naturligtvis har vi möjligheter att klara detta, även om vi just nu inte har alla de fullständiga svaren på de här frågorna.

Det absolut viktigaste just nu är att slå fast att betydande förändringar kommer att ske och att vår skicklighet i att hantera förändringar är avgörande för Posten Nordens framtid.

Jag vill gärna delge er min observation att vi i allt väsentligt har en samsyn mellan de fackliga organisationerna och ledningen i de här frågorna och att de problem vi har att lösa gemensamt hittills hanterats i samförstånd och enligt min uppfattning på ett ansvarsfullt sätt av båda parter.

---

Det talas ibland om postverksamheten och Postens samhällsuppdrag. Naturligtvis har Posten ett samhällsuppdrag.

Alla företag har ett samhällsuppdrag, det vill säga ett ansvar för att man inom gällande regelverk fullgör sin uppgift på ett ansvarsfullt sätt och sammanväger intressen för kunder, ägare och medarbetare. Därigenom blir man nyttig för samhället.

Posten Norden är inget undantag. Vi måste få möjligheter att anpassa och utveckla verksamheten. Detta för att kunna leverera det kunderna efterfrågar på ett sådant sätt att vi uppfyller ägarnas avkastningskrav.

Det är vårt uppdrag och vår uppgift.

Vår uppgift är inte i första hand att ha ett visst antal brevlådor eller en viss uppsättning postcenter, brev- eller paketterminaler på bestämda platser. Vår uppgift är att se till att vi har en ändamålsenlig produktionsapparat för de försändelser vi ska förmedla.

Vår uppgift är inte i första hand att erbjuda ett visst antal arbetstillfällen vare sig i Danmark eller i Sverige. Vår uppgift är att se till att våra medarbetare med kompetens och engagemang löser våra kunders behov och att de har nödvändig infrastruktur till sitt förfogande.

Vår uppgift är naturligtvis inte heller att underlätta för utländska postala statsmonopol att få kännedom om våra affärsavtal. Vår uppgift är att vare en konkurrenskraftig, pålitlig och professionell partner för våra kunder.

Vi är inte någon skattefinansierad verksamhet – det var länge sedan – men det är en uppfattning som vi fortfarande möter i en viss omfattning. Till en del är det naturligtvis något som vi själva måste arbeta mera med. Vi behöver bli tydligare med att berätta om vad vi gör, vad vi står inför och vilka förändringar som måste göras.

Vi vill bli utvärderade som man utvärderar ett stort nordiskt företag. Hur når vi våra mål och vad tycker våra kunder och våra ägare om oss! På det sättet har vi möjlighet att fortsätta fullgöra vårt samhällsuppdrag.

---

Vi måste också kunna räkna med rätt betingelser.

Vi räknar med att i Danmark – som en följd av liberaliseringen – få en ökad konkurrens, men en konkurrens på lika villkor.

Vi räknar med att i Sverige – som en följd av postlagsutredningen – få ett minskat regleringstryck. Det är ju EU:s så kallade postdirektivs grundläggande tanke.

Och vi räknar med att de tankar som framförts om att pristransparens åstadkoms genom offentliggörande av enskilda affärsavtal avfärdas. Det är tankar som inom det övriga affärslivet skulle betraktas som orimliga!

Sedan samgåendet mellan Post Danmark och Posten AB offentliggjordes för två år sedan har världen förändrats och med den post- och logistikverksamheten i Europa. Samtidigt vill jag påstå att de argument som då anfördes för samgåendet är ännu mer relevanta än då.

Det är inte svårt att föreställa sig vad som kommer att känneteckna ett framgångsrikt kommunikations- och logistikföretag i morgondagens Europa.

- Ett kund- och resultatorienterat företag med kunniga och engagerade medarbetare.
- Ett företag med insikt hos ägare och personal om betydelsen av snabbhet och flexibilitet inför de förändringar som krävs.
- Ett företag som, med rätt betingelser, ges möjlighet att på rationella grunder bygga en struktur som skapar konkurrensfördelar – till glädje för kunder, ägare och medarbetare.

Jag vill avsluta med att säga att Posten Norden har alla förutsättningar att bli ett sådant företag, och för oss som arbetar här vill jag säga:

Vi är beredda att göra det.

Vi kan göra det.

Vi vill göra det.

Vi har redan börjat.

TACK!