

PRIVATA POSTFÖRETAG — EN BORTGLÖMD HISTORIA

JONAS FRYCKLUND

Vid åtskilliga tillfällen genom historien har privata entreprenörer försökt etablera sig på postmarknaden. Att ingen av dessa finns kvar idag beror på att politikerna aldrig tvekat att använda sin makt för att skydda monopolet.

Vinnaren skriver historien. Vinnaren har tiden, pengarna och makten på sin sida och kan sätta bilden för framtiden. Förloraren har varken ork eller lust att teckna ner sin version. I historiskt källmaterial finns ett överflöd av vinnarversioner och ett underskott på förlorarnas bilder. Det är därför som vi alltid måste läsa historien med ett kritiskt öga.

När CityMail startade sin privata postverksamhet 1991 fick jag idén att ta reda på hur det egentligen hade gått till när staten fick monopol på postförmedling. Ofta hävdas att ett visst monopol är naturligt, en given följd av ekonomiska lagar. Men i många sådana fall visar det sig när man skrapar på ytan, att monopolet inte alls är naturligt utan att det byg-

JONAS FRYCKLUND är civilingenjör och arbetar som ekonom på Industrieförbundets ekonomiskpolitiska avdelning.

ger sin existens på någon form av statligt reglerat skydd mot konkurrens.

I Linköpings universitetsbibliotek hittade jag en pampig festskrift till Postverkets ära utgiven i samband med världspostkongressen i Stockholm 1924. I denna skrift nämndes inget om privat postväsende. Dock fanns det en tabell över viktiga årtal i svensk posthistoria. En rad sade att år 1888 hade det stiftats en postmonopol. Det fanns ingen förklaring till varför det just det året infördes en sådan lag.

Förlorarnas historia

Under rotandet i riksdagstryck och i mikrofilmad dagspress framträdde en dold historia. En förlorarnas historia i kamp mot ett stort statligt monopol. Ett tips är att om du verkligen vill bli bortglömd för eftervärlden då ska du se till att förlora mot staten. Staten, dess organ och tjänstemän har mycket stora möjligheter att definiera bort företeelser och historiska skeenden

som ointressanta.

Den dolda historien handlar om små företagares kamp om att få agera på postmarknaden. Och som det visade sig var det ingalunda så att CityMail var först. Gång efter annan har entreprenörer försökt och lyckats, men i slutändan fått ge sig mot staten.

Redan 1620 etablerades en postgång mellan Hamburg och Markaryd. Verksamheten utvidgades och gavs en institutionell ram 1636. De statligt anställda postbönderna var utplacerade på jämna avstånd från varandra och förmedlade posten medelst gång. På sätt och vis var det naturligt att posten vid den här tiden blev en statlig angelägenhet. Den post som förmedlades rörde i stor utsträckning militära och andra offentliga ärenden. Posten var en sorts statlig internpost.

Med tiden började man även mot en avgift förmedla privatpersoners brev. Denna sidoverksamhet tilltog i omfattning vilket gjorde posten till

en vinstmaskin. Redan 1660 finns rapporter om att försök gjordes att etablera privat postverksamhet.

Detta förbjöds genom kungligt dekret. Liknande kortfattade rapporter finns genom åren. Privata aktörer försökte – men stoppades.

Postverket skyddades av en monopollagstiftning som gav ensamrätt till brevbäring mellan orter. Förmedling av brev skedde bara mellan orter och inte inom en ort. När breven anlände till postkontoret i Stockholm antecknades de på en offentlig lista. Den som väntade brev fick gå till kontoret för att se efter om det kommit. Det går livligt att föreställa sig hur grannar, familj och vänner hjälptes åt genom att hålla utkik efter varandras brev.

Brevbärare anställdes

Om ett brev inte hämtades inom några dagar, fördes det över till en restlista. 1669 blev det så vanligt med överblivna brev att två brevbärare fick anställas för att leverera ut brev som inte avhämtats vid postkontoret. År 1752 bestämdes att breven till Stockholm skulle förses med uppgift om gatunamn och husnummer.

I andra städer förekom inte motsvarande brevutbäring. I Göteborg infördes hemleveranser först på 1850-talet.

Brevutbäringen i Stockholm underlättade, men det fanns två kvarvarande problem för allmänheten. För det första, när man ville skicka ett brev var man tvungen att gå till stadens enda postkontor på Lilla

Nygatan för att lämna in det. För det andra, kunde man inte skicka brev till adressater i Stockholm utan bara till andra orter.

En privat entreprenör löste båda dessa problem. Den förre regementskommissarien Emanuel Mallén startade 1838 en egen rörelse. Mallén tillsammans med sin hustru och tillfälligt anställda började gå regelbundna rundor i staden. Vid givna tidpunkter längs givna gator kunde allmänheten lämna brev för vidare transport till postkontoret. Med sig hade postmannen en ringklocka för att påkalla uppmärksamhet och vid mörker en lykta på en stång för att ta sig fram i staden. För servicen fick man betala en avgift på en skilling banco till Mallén vid sidan av det statliga portot. Senare började Mallén även distribuera brev inom staden direkt från avsändare till mottagare.

Från och med 1848 tillät Postverket att brev som lämnades in i Stockholm även levererades till adresser i Stockholm. Troligen ska detta ses som ett sätt att möta konkurrensen från privata aktörer.

Två uppfinningar satte stopp för Mallén: frimärket och brevlådorna. År 1855 började Postverket att med engelsk förebild sätta upp brevlådor i staden i vilka allmänheten kunde lägga brev med påklitrade och i förväg köpta frimärken. Mallén fick ett indirekt erkännande för sina tjänster genom en statlig pension.

Den mallénska utmaningen föranledde ingen förändring av postlagstiftningen. Brevlådor och frimärken

räckte för att skydda postmonopolet. Detta gjorde att det fortfarande fanns en lucka i lagen, eftersom monopolet inte uttryckligen omfattade brevförmedling inom en ort. Ingen tänkte på att täppa till denna lucka.

Redaktionssekreteraren på Aftonbladet Anders Jeurling hade vid en resa till Köpenhamn 1887 sett exempel på ett privat lokalpostföretag. Liknande lokalpostföretag var vid den här tiden vanliga i Danmark, Tyskland och Norge. Tillbaka i Stockholm drog han igång en motsvarande verksamhet i Stockholm.

Det nya privatpostföretaget fick namnet Aktiebolaget Stadsposten.

Privat postsuccé

Företaget tryckte upp egna frimärken och satte portot till 4 öre. Postverket tog för motsvarande lokala brev ut 5 öre. Dessutom tillät Stadsposten tyngre brev till samma porto, vilket medförde 60 procent lägre pris än Postverket i vissa fall.

Stadsposten satte upp egna gula postlådor som skilde ut sig från Postverkets på den tiden svarta lådor. Redan från början blev den privata posten en succé. Antalet levererade brev låg på drygt 2.000 per dag, vilket uppskattningsvis motsvarade en marknadsandel på över 30 procent.

Inte nog med att allmänheten fick lägre priser genom konkurrensen. Dessutom införde Stadsposten ett antal innovationer på marknaden, varav en del sedermera togs över av Postverket. Stadsposten införde möjlighet att prenumerera på tidningar och tid-

skrifter, något som Postverket inte tillät. Stadsposten införde mängdräbatt på reklamförsändelser.

Det privata postföretaget började trycka upp kortbrev med reklam.

Kortbreven såldes sedan med ett nedsatt porto på 3 öre. Den allmänhet som så önskade kunde därmed ännu billigare skicka sina brev och meddelanden, samtidigt som företagen hittade en ny annonseringskanal. Efter en tid införde Stadsposten möjligheten att lämna in paket på flera ställen i staden för vidareleverans till centralstationen. Man åtog sig också att samla in medlemsavgifter för föreningar direkt vid dörren i samband med att man delade ut sina brev.

Reaktionen lät inte vänta på sig. Postverkets vinst minskade dramatiskt 1887 och 1888. I riksdagen lämnades motioner in om att utvidga monopolet till att även gälla lokal brevförmedling. Huvudargumentet var att staten förlorade pengar genom minskade intäkter från Postverket. Monopolförespråkarna ansåg dessutom att den privata konkurrensen var onödig, att den gjorde det krångligt för allmänheten att hålla reda på olika frimärken och postlådor, samt att allmänheten var nöjd med Postverkets service.

Utvidgad monopollagstiftning

I utskottsbehandlingen fick monopollinjen allmänt stöd. Där tillfogades även argumentet att Stadsposten endast betjänade de mer lönsamma centrala delarna av Stockholm. Detta i sig dåliga argument stämde inte med

verkligheten eftersom Stadsposten till följd av den stora efterfrågan snabbt expanderade sin verksamhet till att omfatta hela Stockholm. I både första och andra kammaren fattades beslut om att beställa en utvidgning av mo-

”
Monopolförespråkarna ansåg dessutom att den privata konkurrensen var onödig, att den gjorde det krångligt för allmänheten att hålla reda på olika frimärken och postlådor, samt att allmänheten var nöjd med Postverkets service
”

nopollagstiftningen från regeringen.

Beställningen verkställdes av Gillis Bildts ministär och Stadsposten gavs en respittid till oktober 1889 innan de var tvungna att lägga ner sin verksamhet.

Monopolhängarnas argument kan så här i efterhand recenseras.

Påståendet att allmänheten var nöjd med Postverkets service och att privat konkurrens var onödig kan knappast vara riktigt mot bakgrund av Stadspostens stora marknadsandel. Det uppfattade krånglet att hålla reda på olika frimärken och postlådor kan inte heller ha varit så betydande.

Självklart lämnades brev i fel brevåldor. Om ett postverksbrev lämnades i en stadspostlåda fördes brevet över till en postverkslåda. Resultatet

blev på sin höjd en mindre försening. Om å andra sidan ett brev med stads-postfrimärke lades i en statlig postlåda blev adressaten tvingad att erlägga en stämpelavgift för att få ut brevet. Det var alltså det statliga Postverkets oersonliga beteende som var huvudorsaken till allmänhetens problem.

Som har konstaterats ovan minskade Postverkets och därmed statens vinst till följd av konkurrensen. Monopolhängarna hade här ett argument med stöd i fakta. Men likväl är argumentationen missriktad. Den riktiga målfunktionen borde ju vara samhällsekonomisk effektivitet. Det står åtminstone nuförtiden klart att finansiering via mer generella skatter är bättre än smygfinansiering genom statliga monopol.

Det nya monopolskyddet visade sig på nittonhundratalet ha ytterligare en lucka. Lagen från 1888 omfattade inte öppna brev, tidningar, trycksaker och paket. År 1925 hade marknaden för dessa försändelser ökat så mycket att det återigen blev lönsamt med privat konkurrens. Ett antal postföretag startades i de större städerna, flera av företagen var kortlivade.

Den troligen mest framgångsrika privatposten under den här perioden var Hälsingborgs Lokalpost, som bedrev sin verksamhet mellan 1926 och 1947. Det privata företaget i Helsingborg tog från början ut 4 öre för ett lokalt brev, att jämföra med Postverkets 10 öre. År 1944 höjdes portot till 6 öre som en reaktion på den statliga portohöjningen till 15

öre. Helsingborgsföretaget hade brevlådor utplacerade i staden och fungerade på samma sätt som Postverkets verksamhet. Den största nackdelen för kunderna var att kuverten inte fick klistras igen utan måste vara öppna.

När det statliga portot höjdes 1944 förbättrades lönsamheten för den privata lokalposten, cirka 50 postföretag etablerades i städer runt om i landet under 1945 och ungefär hälften av dessa bedrev verksamhet till 1947. Privatpostföretagen startade även en egen branschorganisation och planer fanns på att börja förmedla brev mellan företag i olika städer.

Intensifierade motåtgärder

I takt med att Postverket såg sin ställning hotad intensifierades motåtgär-

derna. Om ett lokalpostbrev lades i en statlig brevlåda började man tillämpa samma metod som på 1880-talet: att låta adressaten lösa ut brevet med en stämpelavgift. Postverket försökte även systematiskt skicka igenklistrade kuvert via de privata lokalpostföretagen. På så sätt hoppades man kunna samla på sig bevis om att företagarna bröt mot lagen. Till slut satte politikerna stopp för de privata entreprenörerna genom att 1947 skärpa monopollagen till att omfatta även öppna försändelser.

Den svenska posthistorien visar att gång efter annan har privata aktörer försökt och lyckats konkurrera med den statliga posten. Resultatet för allmänheten har blivit lägre priser och innovationer som förbättrat servicen. I slutändan har monopolet skyddats

genom politiska ingrepp på marknaden.

Men historien måste inte upprepa sig med naturnödvändighet. Sedan 1991 förekommer återigen konkurrens på postmarknaden. Konkurrensen har den här gången stöttats upp med ett avskaffande av postmonopolet och genom en ny postlag. Detta historiskt sett positiva bemötande kan tolkas som en allmänt mer accepterande syn på konkurrens. En alternativ tolkning är att de privata aktörerna inte ses som ett allvarligt hot mot Postverket. Möjligen kan den nya attityden också bero på att postförmedling inte längre ses som ett lika centralt kommunikationsmedel och att därmed motivet att behålla den statliga kontrollen minskat. Låt oss hoppas att den svenska postavregleringen kan hålla i sig och att vi får en postmarknad med verklig konkurrens.

