



En riktig Post?

Meddelanden från Postmuseum nr. 51

Bo Andersson
Pernilla Åström

En riktig Post?

Katalog till Postmuseums utställning

Meddelanden från Postmuseum nr. 51

Innehåll

Föroord av museichef Gunnar Nordlinder	3
Posten rationaliserar 1945–1958	4
Ny teknik 1959–1974	6
Marknaden styr 1975–1983	8
Avregleringar 1984–1992	10
Posten blir bolag 1993–2000	12
En ny Post 2001–	14
Som man är klädd...	16
Pengar på Posten	18
En nygamal fråga: Brevmonopol	20
”Posten finns bakom potatisen”	22
Visioner och framtidstankar	24
Och vad tycker du?	28
Källförteckning	29
Summary in English	30

Förord

Museichef Gunnar Nordlinder

När var Posten ”en riktig Post”? Har det egentligen någonsin funnits ”en riktig Post”? Det är frågor man ställer sig idag när postverksamheten inte bara i Sverige utan i större delen av världen genomgår jättelika förändringar. Hade vi ”en riktig Post” för två år sedan, innan den senaste omvandlingen, eller fanns det ”en riktig Post” före 1994, då Kungliga Postverket blev bolag under namnet Posten Sverige AB?

Frågorna om Postens förändringar blir belysta i Postmuseums utställning ”En riktig Post?”. Namnet på utställningen knyter an till Postens reklamkampanj 2002/2003. Där får ”Lasse”, en arg representant för Postens kunder, ständigt veta att de förändringar som sker faktiskt är bra för honom. Trots det utbrister han gång på gång: ”Men det är ju ingen riktig Post.”

Utställningen berättar om de stora förändringar som skett, inte bara under de senaste två, tre åren utan under hela perioden efter andra världskriget, sedan 1945. När man blickar tillbaka på vad som hänt under det senaste halvsekleet så slås man naturligtvis av den enorma tekniska utvecklingen som skett under denna period. Inom området kommunikation och förmedling av meddelanden har förändringarna varit gigantiska. Utvecklingen från att skicka fysiska brev till att blixtnsnabbt korrespondera via fax och mail eller SMS har bara accelererat och fortsätter att göra så. Det går idag att sekundsnabbt skicka stora manuskript via dator i stället för att lägga det i en brevlåda vilket går långsammare och kostar dessutom mer. Det säger sig självt att postverksamheten världen över påverkas av detta och att postförvaltningarna måste anpassa sig.

Den svenska Postens anpassning till ny teknik och nya förutsättningar har nu, liksom ofta tidigare i historien, skett snabbt. Kravet på Posten har i nästan alla tider varit att bära sina egna kostnader och till och med att gå med vinst. Därför har också Posten många gånger lagt sig i teknikutvecklingens framkant och anpassat sin verksamhet efter de nyaste förhållandena.

De senaste stora förändringarna beror mycket på förändringar i kundernas beteende. Man betalar inte alls sina räkningar över disk i den utsträckning man gjorde förr. Postkontoren skulle i långa loppet bli onödiga för de flesta. Men Posten har också ett samhällsansvar som lagts fast av Riksdagen. Därför finns det fortfarande ett

stort antal ”kontor” under namnet Svensk Kassaservice där man kan utträta penningtransaktioner.

”Posten finns bakom potatisen!” är en skylt i en livsmedelsaffär som blev uppmärksam i media och förevisades på bild för att visa hur tokigt det kan bli när man blandar verksamheter i butik med postverksamhet. Potatis och post får man inte blanda hur som helst var det underförstådda budskapet. Men man kan enkelt konstatera att företeelsen att blanda post- och butiksverksamhet inte på något sätt är ny. Går man tillbaka bara ett tiotal år, till början av 1990-talet utvecklades ett lanthandelssystem som kallades ”Post-i-butik”.

Söker man sig ytterligare längre tillbaka finner man att många lanthandlare i glest befolkade områden i Sverige var postombud och hade hand om brev, paket och penning-hantering samtidigt som de bedrev sin ordinarie verksamhet. Säkerligen stod post och potatis redan då ganska nära varandra. Det första så kallade brevsamlingsstället, något som i dag kanske skulle benämnas Post-hos-partner, var inrymt i fröken E. Björklunds tidningsaffär på Djurgården i Stockholm. Det etablerades år 1893. Tanken var att öka tillgängligheten och servicen för kunderna.

När man studerar utvecklingen kan man konstatera att Posten alltid varit stadd i förändring. Ibland har tempot varit lite långsammare men för det mesta och särskilt under de senaste decennierna har förändringen gått i vad som upplevts vara ett rasande tempo. Och ganska naturligt har reaktioner kommit från press och allmänhet. Vid varje förändring har man också haft en känsla av att ”nu försvinner den riktiga Posten”.

Slutsatsen måste bli att det egentligen aldrig funnits ”en riktig Post”. Posten har hela tiden anpassat sig efter den omgivande verkligheten vare sig den handlat om fax, telefon eller e-mail. Däremot upplevs de snabba och säkert nödvändiga förändringarna som hot. Vi vill helt naturligt att en viktig samhällsfunktion som postverksamhet ska vara oföränderlig. När så inte är fallet blir vi frustrerade.

Mitt i känslan av hur besvärligt det verkar att behöva leta efter Posten bakom potatisen finns nog ändå vissheten kvar hos de flesta att posten kommer fram. Oavsett om man lägger brev i brevlådor eller lämnar paket på bensinstationer så litat man på att allt når rätt adressat även om mottagaren bor nära eller fjärran. För det är trots allt så att Posten når fram till Sveriges allra mest avlägsna byar och gårdar. Utrikesförsändelser kommer dit de ska. Allmänhet och företag kan förlita sig på en säker postgång vare sig det handlar om brevbärare i staden eller lantbrevbärare på landsbygden.

1636 grundar rikskansler Axel Oxenstierna genom drottning Kristinas förmyndarregering det svenska postverket. Bönderna som bor på två till tre mils mellanrum ut efter de stora landsvägarna får bli postbönder och deras drängar, organiserade i ett staffettsystem, får i sin tur springa med posten mellan gårdarna.

1685 vill Karl XI att Posten ska drivas som ett affärsverk och att överskottet skall ökas "så mycket som postväsendet kan tåla".

1697-1702 omorganiserar överpostdirektör Samuel Åkerhielm hela postväsendet. Han får på så sätt kontroll över allt från den högsta ledningen, de lokala inspektionerna och den finansiella administrationen till de lokala postkontorens skötsel.

1718 bestämmer Karl XII att postväsendet och gästgiverirörelsen i landet skall slås samman. Men gästgivarna vill inte befatta sig med posten och postmästarna vill inte bli gästgivare. När kungen så stupar i Fredrikshald redan samma år, återgår allt genast till det gamla.

1855 införs frimärket i Sverige och vi får enhetsporto.

1861 öppnas den första poststationen. De fasta postanstalterna indelas snart i tre huvudgrupper: postkontor, postexpeditioner och poststationer. Brevbärarna introduceras nu också över hela landet.

1866 införs postanvisningar och postförskott för att möta konkurrensen från de framväxande bankerna.

1872 upphör postbondesystemet.

1878 införs lantbrevbäringen för att minska postverkets kostnader. Många av de nyinrättade poststationerna hade så låga inkomster att de inte ens täckte föreståndarens lön.

1884 startas postsparbanken för att tillgodose småspararnas behov.

1888 stärks postmonopolet för både lokal- och rikspost.

1920 flyttas Posten från Civildepartementet till Kommunikationsdepartementet. Dessförinnan har Posten tillhört Finansdepartementet.

Posten rationaliserar

1945-1958

Det här var en tid då Sveriges ekonomiska tillväxt var stark. De sociala reformerna växte fram, industrins produktivitet ökade och andelen jordbrukare i landet sjönk.

Posten hade däremot inga glansdagar, utan var tvärtom nere i en svacka. Det personalintensiva serviceföretaget Posten hade svårt att få folk till alla tjänster. Man lockade då med högre lön och tvingades höja portot.

Ytterligare besparingar krävdes på grund av samhällsförändringarna och en del servicenedskärningar genomfördes.

Exempel på detta var söndagsstängt på postkontoren, indragna brevbäringsturer, nedläggning av olönsamma postkontor och krav på postlåda vid tomtgränsen istället för vid huset. Allmänheten protesterade och pressen skrev negativa artiklar om Posten.



Cyklande lantbrevbärare på 1950-talet. Fotograf okänd.

Försämrad postservice

Söndagar blev "postfria" dagar från 1951. Ingen brevbäring och postkontoren höll stängt. Olönsamma postkontor ersattes av lantbrevbäring. Köerna på postkontoren växte och öppettiderna minskade. Till detta kom att post i städernas villaområden endast delades ut fram till tomtgränsen. 1951 och 1957 höjdes portot. Nedskärningarna möttes av skarp kritik i pressen.

Framtidstro och nedskärningar

Efterkrigstidens Sverige blomstrade. Industrin tog fart, lönerna ökade och folk flyttade från landet till städerna. Postverket hade brist på personal, lönerna måste höjas samtidigt som man tvingades göra en del drastiska servicenedskärningar.



Urklipp från Dagens Nyheter, 7 mars 1955.



Lantbrevbärare 1963. Foto: Yngve Hellström.

Allt blev inte sämre

Det inrikes nattpostflyget med början 1958 gjorde posten snabbare. I städerna inrättades fler postkontor och fler brevbärare. Genom att lantbrevbärarna började använda bil så kunde deras linjer göras längre.



Lastning av post på Umeå flygfält. Foto: Ekholtz 1964.

Ny teknik

1959-1974

På grund av all kritik som Posten fått under 1950-talet tillsattes en parlamentarisk postutredning 1956. I december 1962 lades ett betänkande på närmare 300 sidor fram. 1964 blev betänkandet en proposition som antogs ograverad. En ny organisation tillsattes i Posten med Nils Hörjel som ny generaldirektör.

Nils Hörjel ville rationalisera Posten och utnyttja den nya tekniken som stod till buds. Fler anställda krävdes för att klara den planerade expansionen av Posten.

Generaldirektören lade fram ett rationaliseringsprogram i åtta punkter som bland annat innebar att postnumren infördes, att brevbärarna fick prestationslön

och att en egen svensktillverkad brevbärrbil, ”Tjorven”, togs fram.

Hörjel lyckades vända den negativa opinionsvinden. Han informerade öppet och medgav brister där det fanns sådana. Han tillbakavisade osaklig kritik och fick postpersonalen att räta på ryggen och känna sig stolta över att arbeta på Posten. Kampanjen ”Ett brev betyder så mycket” bidrog också till att vinden vände.

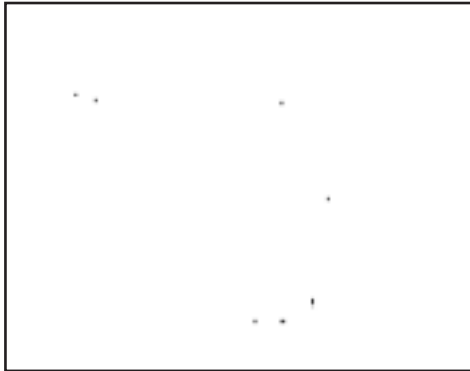
Hittills hade järnvägen varit stommen i Postens transportnät, men på grund av SJ:s om- och nedläggning av järnvägslinjer övergick nu Posten till att utnyttja lastbilstrafiken och flyget mer för transporter.



*Brevbärrbilen
”Tjorven” i villabrevbäring
i Täby 1966.
Foto: Yngve Hellström.*

Posten utreds

Kritiken mot Postens försämrade service var bakgrunden till en parlamentarisk utredning av Postens organisation. Utredningen påbörjades 1956 och 1964 presenterades en proposition inför riksdagen. Förslaget antogs och därmed fick Posten en ny organisation 1965.



”Postverkets service i Stockholm blir allt sämre sådes det i riksdagen häromdagen. Hur skall det sluta?”
Urklipp från Dagens Nyheter
28 oktober 1965.

Postnummer

Den viktigaste reformen var införandet av postnummer 1968. Postnummerkataloger sändes ut till alla hushåll och en kampanj inleddes på temat ”numrera, numera”.



Frimärks-automat 1961.
Foto: Yngve Hellström.

Kritik saknades inte

Alla var inte positiva till postnumren. Att lägga ett postnummer till adressorten var ett sorteringsarbete och man ville inte göra Postens jobb. Tidningarna skrev att ”det var fel på det mesta i Posten och ledningen var troligen inkompetent. Statliga företag var illa skötta i stark kontrast till det privata näringslivet”. Men genom att öppet medge brister och tillbakavisa osaklig kritik lyckades Posten vända opinionen.



Generaldirektör Nils Hörjel presenterar punkt nr. 2 i 8-punkts-programmet. Punkt 2 är postnummer-reformen.
Foto: Yngve Hellström, 1966.

Posten utnyttjar ny teknik

1965 fick Posten en ny organisation och en ny generaldirektör, Nils Hörjel. Posten gick nu in i en expansiv period. Driften effektiviserades och fler medarbetare anställdes. Ny teknik togs tillvara och man var uppfinningsrik.



Kampanjaffischer 1964. Foto: Yngve Hellström.

”Ett brev betyder så mycket”

På 1960-talet var brevet på väg att bli omodernt. Att skriva brev ansågs omständligt, fyllt av krav och regler. Posten inledde därför en kampanj för det personliga brevskrivandet. Brevställaren ”Våra brev” som utkom 1960 innehöll inga mallar eller formella krav. Budskapet var i stället att skriva enkelt och ofta.

Marknaden styr

1975-1983

Nu ändrades Postens administration från att ha varit topp- och regelstyrd till att vara målstyrd och delegerad. Marknadskrafterna påverkade Posten mer än någonsin och personalen uppmanades att agera mer marknadsinriktat än tidigare för att klara av att möta den ökade konkurrensen. Cheferna skulle inte längre vara ämbetsmän utan affärsmän.

Detta nya tankesätt var inte lätt att snabbt införa i ett rikstäckande företag som Posten, där honnörsorden varit att alla kunder ska behandlas lika.

Postkontoren utökade sin service för att vidga kundkretsen och för att postkontoren skulle löna sig

bättre. Försäljning av presentkort, förmedling av V65-insatser, bokning av teaterbiljetter och checkinlösning är några exempel på nya tjänster som tillkom.

1970 infördes 40-timmars arbetsvecka i Sverige, vilket gjorde att Posten måste dra in viss service på helgerna. Debatten i massmedia var stor.

1980 var det dags igen: en portoreform med normalbrev och ekonomibrev genomfördes. Marknadsföringen riktades till företag och myndigheter, medan allmänheten erbjöds rabattfrimärken. Under 1980-talet upplevde postkontoren ett fortsatt vikande kundunderlag.



Lantbrevbärare 1970. Fotograf okänd.

Nya krav ställs på Posten

Den ökande konkurrensen på 1970-talet innebar att Posten påbörjade en större anpassning till marknaden. Man ville införa en anda baserad på målstyrning snarare än regelstyrning. Detta medförde för första gången att Postens grundtes "alla kunder ska behandlas lika" kom att omvärderas.



Begränsad lördagsservice

I postkassorna infördes 1978 en avgift på en krona för bank- och betalningsservice. I brevbäringen utdelades endast försändelser mot tilläggsavgiften två kronor. Kritiken blev högljudd. De kritiska inläggen i tidningarna höll i sig under hela 1979.

"Posten vill utveckla sina kontor för banktjänster, försäljning av flyg-, tåg- och teaterbiljetter mm. Signaturen är misstänksam."
Urklipp från Dagens Nyheter 4 april 1979.

Normalbrev och ekonomibrev

1980 infördes en genomgripande portoreform som införde begreppen normalbrev och ekonomibrev. Normalbreven skulle befordras över natt och ekonomibreven fick ta något längre tid.

Postkontorens tjänster

På postkontoren innebar den marknadsstyrda inriktningen att man utökade sina tjänster.



1976 kunde man få följande tjänster utförda:

In- och utlämning av postförsändelser, penningförmedling, utbetalning av pensioner, barnbidrag och studiemedel, obligationer, röstmottagning vid allmänna val, insättningar och uttag på konton hos PK-banken (Post och Kreditbanken), uttag på andra bankers bankböcker, checkinlösnings, förmedling av V65-insatser, försäljning av presentkort och utfärdande av identitetskort.

Urklipp från Postens personaltidning PS nr 18 från 1981. Teckning av Ingvar Westöö.

Avregleringar

1984-1992

I mitten av 1980-talet började en viss privatisering av statligt ägande. Staten omreglerade valuta- och finansmarknaden. Under den här perioden lämnade västvärlden industrisamhället för att bli ett tjänstesamhälle. Nyliberalismen växte sig stark. Den nya ekonomin krävde en ny politik, och en ny politik krävde en ny ekonomi. Detta påverkade de affärsdrivande verken som fick nya roller. Exempelvis SJ, Posten, elmarknaden och Telia omreglerades.

I och med den nya organisationen som trädde i kraft den 1 juli 1984 blev Posten mer kundinriktad. Det var företagskunderna som Posten tjänade mest pengar på som skulle bearbetas, alla kunder behandlades inte lika länge. Posten fick nu behålla delar av sitt överskott

för att investera i företaget. Nu byggdes det flera stora terminaler i landet, tjänsten företagspaket infördes och blev en succé. Men postkontoren fortsatte att förlora kunder.

1991 sades personal upp på grund av arbetsbrist, för första gången i Postens historia. Samma år var Post- och teleutredningen klar. I den föreslogs att Posten skulle bli ett aktiebolag och att brevmarknaden skulle avregleras. Utredningen menade att det var det mest effektiva sättet att driva en konkurrensutsatt verksamhet på. Den socialdemokratiska regeringen tog inte ställning för detta. Det gjorde däremot den borgerliga majoriteten efter valet i september. 1992 hade avregleringen av brevmonopolet blivit till en politisk stridsfråga.

*Postbil sedd genom fönstret på postkontoret Lund 2.
Foto: Olle Synnerholm, 2001.*



Affärsinriktad organisationsform

En ny affärsinriktad organisation infördes 1984 i Posten. Postens två huvudaffärer, Brev och Paket samt Giro och Kassa bildade navet i den nya organisationen. Posten indelade landet i regioner med nära anknytning till länsindelningen. Man inrättade även resultatenheter, ett slags dotterbolag med stort självstyre. Nu fokuserade Posten uttalat på företagskunderna. Därmed stod det klart att den gamla postala principen att "alla ska behandlas lika" inte längre gällde. Detta var det första steget mot en bolagisering av Posten.

Från myndighet till bolag

Det andra steget i Postens förändring från myndighet till bolag genomfördes 1989 med en ny strategi där Posten visades upp under en gemensam profil. Posten organiserades nu i fem affärsområden: Brev, Lättgods, Postgirot, Bank- och Kassa samt Utrikes.



Omsortering, Ånge terminal 1971. Ur PS. Fotograf okänd.

Blå lokalpostlådor

1988 infördes i Stockholm blå lokalpostbrevlådor. Breven ska komma fram snabbare – över natten är målet.

Brev som ska till övriga Sverige läggs som vanligt i den gula lådan.

Fem olika brevlådor på Mäster Samuelsgatan i Stockholm, december 1993. Foto: Sven Tideman.



Ett Posten

Det tredje steget mot ett bolagiserat Posten togs 1992. Posten divisionaliserade nu sin organisation för att kunna agera som **ett** företag mot privatpersoner och småföretag. Kontakten med storkunderna skulle skötas av respektive affärsområde. Affärsidén var att erbjuda privatkunder och småföretagare en standardiserad service genom postkontoren. Storkunder erbjöds service anpassad till önskemålen.

Postterminaler

Under 1980-talet påbörjade Posten en satsning på stora sorteringsterminaler för landsvägstransporter. Den första och största anläggningen var Tomtebodas i Stockholm som stod färdig 1983. I Stockholm uppfördes därefter 1987 Klara i centrum och 1990 Årsta i söder. Under 1980-talet byggdes postterminaler på de flesta orter i landet. Vid slutet av 1980-talet när nätet var utbyggt bestod det av ett trettiotal terminaler.

Posten blir bolag

1993-2000

Den senaste tioårsperioden i Posten präglas av det faktum att Affärsverket Posten år 1994 ombildades till Posten Sverige AB, ett statligt ägt aktiebolag. 1993 upphävdes brevmonopolet, socialdemokraterna och vänsterpartiet röstade emot. Samtidigt med detta trädde en ny postlag i kraft som innebar att alla i landet ska ha rätt till en grundläggande post- och kassaservice.

Efter avregleringen skrevs postlagen om för att anpassas till de nya villkoren. En fråga som togs upp var rätten till postnummersystemet. Postens konkurrenter ville också ha tillgång till postnumren. Idag är tillsynsmyndigheten Post- och telestyrelsen ansvarig för postnumren. Posten och alla andra aktörer på brevmarknaden tecknar avtal med Post- och telestyrelsen om rätten att använda postnummersystemet.



Brevbärare i Knivsta 2000. Foto: Sven Tideman.



Postkupé, 1970-talet. Fotograf okänd.

1996 var det år som Posten startade Torget.se, en handelsplats på Internet. Detta var en tid då många satsade mycket tid och pengar på näthandel, och Posten såg sig som en naturlig aktör på en marknad där Posten hade alla förutsättningar att ta hand om logistiken. Torget.se är idag sålt och riskkapitalbolaget Emerging Technologies äger det till 80%.

Samma år, 1996, gick en epok i graven. I mars sorterades det sista brevet på ett tåg i Sverige. Hädanefter sorteras alla brev i de stora sorteringsterminaler som finns på ett tiotal platser runt om i Sverige. Här är det stordriftsfördelar och effektivitet som gäller med hjälp av den senaste datortekniken.

Posten bolagiseras

När en borgerlig regering tillträdde 1991 ökade Postens möjligheter att genomföra en bolagisering och att avreglera brevmonopolet. Bolagiseringen blev en politisk stridsfråga. Monopolet var en förutsättning för en likvärdig postservice i hela landet hävdade socialdemokraterna. Brevmonopolet upphävdes emellertid av riksdagen från och med den 1 januari 1993.

1994 ombildades Posten till ett av staten helägt aktiebolag och en ny postlag trädde i kraft. Postlagen fastslog allmänhetens rätt till grundläggande post- och kassaservice på en avreglerad postmarknad.

Det nya brevnätet

Ett nytt brevnät infördes 1996. Målet var att uppnå kravet på övernattbefordran. Nya sorteringsmaskiner med optisk läsning installerades och paket separerades från brev i postsorteringen. Under det första halvåret fungerade det nya brevnätet otillfredsstillande. Brevet kom inte fram på utlovad tid och marknadsundersökningar visade att förtroendet för Posten inte var lika stort bland allmänheten som tidigare.



Brevbärare Gunhild Lagerlöf vid postkontorets lastkaj i Knivsta. Foto: Sven Tideman, 1998.

Småföretagarnas Posten

1995 införde Posten särskilda försäljningskontor för att ge service till småföretagare. Dessa erbjöds ett antal specialtjänster som inkasso, fakturaservice, reskontraservice och påminnelse-service.



Postkontoret Uppsala 2. Foto: Sven Tideman 1992.

En ny Post

2001-

I och med minskat kundunderlag har inte Posten råd att driva postkontoren på samma sätt som förut. Kunderna efterfrågar andra öppettider och tjänster än tidigare. 2001 påbörjades planerna på brev- och paketservice i butiker och på bensinstationer. Detta år upphörde även samarbetsavtalet med Merita Nordbanken. Bankservicen lades på Svensk Kassaservice.

År 2001 fick Posten ny design för att markera företagets omstrukturering. I detta ingick inte bara nya kläder och ny symbol, nya serviceställen och nya brevlådor utan också en starkare miljöprofilering.

I regeringens arbete med att bygga upp den så kallade 24-timmarsmyndigheten, där till exempel kommuner, länsstyrelser och Tullverket ska kunna nå

24 timmar om dygnet, tillhandahåller Posten e-service som gör detta möjligt. Posten samordnar fysisk och elektronisk information och erbjuder företagen en färdig affärlösning. Detta är ett av Postens senaste IT-satsningar och kallas Posten eGovernment.

EU:s postdirektiv driver på en utveckling som går mot ökad konkurrens. Vad som nu diskuteras är om brevmonopolet ska upphöra 2009 inom hela EU, beslut om detta tas år 2007. De flesta av Europas postbolag har vikande brevvolymer och försämrad lönsamhet. Endast tyska och holländska posten gick med vinst 2002. Inför en eventuell avreglering 2009 kommer alla postbolag att vara ute efter de lönsamma delarna av Europas postmarknad.



Brev- och paketservice i Anneberg, Småland. Hans Thörning, ägare till Cykelcentrum där verksamheten är inrymd, förestår även Svensk Kassaservice som har en separat ingång på gaveln av huset. Foto: Sven Tideman, 2002.



Post hos partner, ICA Kniven i Knivsta. Foto: Sven Tideman, 2002.

En ny Post

Minskande kundunderlag på postkontoren drev fram ett nytt Posten. Kundernas förändrade beteende krävde fler serviceställen och längre öppethållande. Lösningen blev ett samarbete med livsmedelsbutiker, bensinstationer eller liknande. Den internationella utvecklingen går mot ökad konkurrens, minskande brevvolymer och försämrad lönsamhet. Inom EU förs nu diskussioner om brevmonopolets upphörande. Blir beslutet att brevmonopolet ska upphöra kommer det att genomföras 2009.



En ny profil

I takt med att omvärlden förändrades anpassade sig Posten till de nya förutsättningarna och en ny Post började ta form. De lönsamma kärnverksamheterna, brev- och paketaffärerna, skulle nu vara i fokus. De olönsamma finansiella affärerna, kassaservicen och Postgirot, skulle avvecklas.

För att spegla den nya strategin påbörjades en process för att skapa en ny profil. Till en början diskuterades en profil som bröt med det gamla och tydligt markerade det nya. Slutligen behölls dock den traditionsrika symbolen men posthornet blev åter gult och bakgrunden blå, som 1937 års symbol men med en ljusare blå nyans. Symbolens förändring kompletterades med en ny design av brevlådor, bilar och kläder. Brevlådorna i sina sommarfärger symboliserar framtiden medan själva symbolen låter tradition och förnyelse väga jämnt.

Som man är klädd...

Hel uniform eller enstaka uniformspersedlar har allt sedan 1600-talet använts i Posten för att visa i vems tjänst bäraren varit. För Postens del var det viktigast att de som befördrade posten på landsvägen blev igenkända. Därför är det denna personal, tillsammans med brevbärarna som framförallt haft och har uniformsplikt.

På grund av en omorganisation 1892 fastställde Poststyrelsen i juli 1893 ett "beklädnadsreglemente för betjente vid Postverket". Detta var det första fastställda beklädnadsreglementet i Posten.

I uniformen kan man se Postens utveckling från kunglig institution till aktiebolag via statligt verk och marknadsanpassat affärsföretag. Detta gäller främst vinteruniformen som alltid varit mer officiell än sommaruniformen.



Brevbäraraspirant Assar Widegren vid postkontoret Stockholm 6. Foto: Yngve Hellström, 1957.

Den mörkblå färgen dominerade ända fram till 1962 då en ny gråblå uniform presenterades. Dock behöll uniformen sin klassiska design med kavaj med slag och blanka knappar ända in på 1970-talet.



Brevlådtömning i Stockholms förorter.
Foto: Gösta Ask, Sollentuna, 1948.

Under större delen av 1900-talet var det svårt att på avstånd skilja en polis, telegraf-, järnvägs- eller tulltjänsteman från en postiljon. Avsikten med det enhetliga utseendet var i första hand att markera myndighetsrollen. I 1948 års beklädnadsreglemente omfattas för första gången även kvinnorna av hel uniformsplikt med tillägget att "de som så önskar må ersätta uniformsbyxor med kjol". Vid samma tid introduceras också båtmössan.



Lantbrevbärare på 1970-talet. Fotograf okänd.

I 1973 års beklädnadsreglemente märks tydligt tidens förändrade attityd till uniformer och vad de står för. Den nya uniformsjackan var ett slags mellanting mellan kavaj och jacka, blågrå med slag men utan blanka knappar. Begreppet uniform ersattes med tjänstedräkt.

Nästa förändring kom 1984 som ett led i Postens väg mot ett modernt serviceföretag. Den nya uniformen var mer fritidsbetonad med jacka istället för kavaj. Den blågrå färgen ersattes av en mellanblå med mörkblått ok och dragkedja. De smala gula passpoalerna tillsammans med den blå färgen gav fortfarande en viss statlig anknytning.



Brevbärare i uniformer från 1985. Fotograf okänd.

De kläder du ser på din brevbärare idag har tillkommit efter intervjuer och diskussioner med olika personalgrupper kring funktionalitet och flexibilitet. Uniformen kallas profilkläder och är tänkt att kommunicera Postens position som ett modernt distributionsföretag.

Man har fokuserat på det praktiska och lager på lager-principen. Även i materialvalet kan man se tidens mode. Man har använt sig av bl.a. tadel och fleece. De nya färgerna är mörkblått, ljusblått och reflexer i silver.



Cyklande brevbärare i vinteruniform. Foto: Sven Tideman, 1992.

För att markera Postens symbolbyte 1992 kom nästa uniformsförändring. Nu klippte man helt banden med det statliga. Jackan i vinrött med byxorna i marin var helt och hållet av fritidsmodell med total avsaknad av myndighetsprägel.



Brevbärare Berit Nilsson. Foto: Ove Kaneberg 2003.

En nygammal fråga: Brevmonopolet

Redan under 1880-talet infördes en monopollag för brevbefordran. Andra aktörer hade funnits på marknaden men köptes upp av Posten. Konkurrenterna hade velat komma åt den lönsamma storstadsmarknaden, glesbygden var ingen intresserad av.

1947 stärktes lagen om brevmonopolet. Monopolet kom att gälla all befordran mot avgift av såväl slutna som öppna försändelser, innehållande helt eller delvis skrivna meddelanden. Exempel på uppstickare från den här tiden är Linköpings lokalpost och Köpmännens Budsändningscentral AB i Karlstad.

Brevmonopolet upphävdes 1 januari 1993. Men redan i maj 1991, innan monolet var avskaffat, började CityMail sin verksamhet i Stockholms innerstad.

De delar ut datoradresserad företagspost. Under 1995 hade Posten aktiemajoriteten i CityMail, men samma år försattes CityMail i konkurs. Idag är Posten Norge den största ägaren. Posten och CityMail äger tillsammans Svensk Adressändring AB.

Den 20 februari 2003 fanns det 34 postoperatörer på marknaden, där Posten är den största. Från 1994 och fyra år framåt ökade antalet postoperatörer och var som mest över 100 stycken en kort period. Efter 1998 har företagen minskat i antal. De flesta av postoperatörerna är företag med färre än tio anställda och de verkar lokalt. Postens störste konkurrent är CityMail som har 5,2% av marknaden. Posten 94,4% och resterande tillsammans 0,4%.



Brevmonopolets uppkomst

Postens första konkurrent var AB Stockholms Stadspost grundad 1887. 1888 tillkom också Göteborgs Stadspost och nu blev det bråttom med ett beslut om Postens brevmonopol. Posten hävdade sin ensamrätt till befordran av brev och postkort. Risker att förväxla Posten med Stadsposten var stor. Stadspostens lådor var gula och Postens svarta men fel kunde ändå uppstå menade man. För tidningar och paket begärde man inte något monopol.

1889 fick Posten monopol på all utdelning av slutna brev. Lokalpostföretagen måste därmed upphöra. Stadspostens gula brevlådor övertogs nu av Posten, målades svarta och försågs med Postens symbol.

Stadspostens brevlåda.

AB Stockholms Stadspost

Postens första konkurrent AB Stockholms Stadspost hade egna frimärken och brevlådor. 1889 hade Stadsposten 100 brevlådor och på nyåret befordrade man tiotusentals nyårshälsningar. Man delade också ut tidningar utgivna i Stockholm – en tjänst som inte utfördes av Posten. Därutöver hade man ett tiotal paket-inlämningsställen.



Lokalpost i Borlänge. Foto: Sven Tideman.

Brevmonopolet avskaffas

I strid med gällande monopollag började i maj 1991 lokalpostföretaget CityMail dela ut post i Stockholm. Man erbjöd en enklare posttjänst till ett lägre pris. Det rörde sig om brev som försorterats av företagen och utdelningen var begränsad till två gånger i veckan.

Den 19 oktober 1992 begärdes CityMail i konkurs och tio dagar senare inkom en proposition om att avskaffa Postens monopol från den 1 januari 1993. Posten förklarade sig kunna säkra rikstäckande service utan bidrag men under vissa villkor. Därmed var vägen öppen för att avskaffa brevmonopolet.



Lokalpost 1945 i Södertälje. Foto: Erik Lundquist, Solna.

Brevmonopolet revideras

Brev inom staden var billigare att skicka än brev utanför. Posten skiljde på riksbrev och lokalbrev. När lokalportot höjdes 1944 utmanades brevmonopolet av ett stort antal lokalpostföretag. Lokalpostföretagen hävdade att brev i öppna kuvert inte omfattades av monopollagen. 1947 ändrades monopollagen så att den kom att omfatta även brev i öppna kuvert och 1951 togs lokalportot bort.



CityMan i Gamla stan, Stockholm. Foto: Sven Tideman, 2001.

Pengar på Posten

Historien om pengar på Posten började 1 januari 1884. Då öppnade Postsparbanken i Sverige efter utländsk förebild. Sveriges riksdag ville från början förankra den nya banken i de breda folklagen.

Här fanns en ambition att konkurrera med affärsbankerna samtidigt som man ville lära folket att spara, att ge grunden i hushållsekonomi. I riksdagen menade man att den föreslagna sparbanken borde, för att verka fullt gagnande, vara lika lätt tillgänglig som krogen och handelsboden.

Den 1 januari 1925 startade Postgirot sin verksamhet. Antalet konton hos banken och girot ökade

fram till mitten av 1960-talet, i och med att välståndet ökade.

1974 beslutade den socialdemokratiska regeringen, tillsammans med vänsterpartiet kommunisterna, med finansminister Gunnar Sträng i spetsen att Postsparbanken skulle gå samman med Sveriges Kreditbank. Postens och bankens ledning var emot beslutet och kallade det hela för "Det stora postrånnet".

Postgirot såldes år 2001 till Nordbanken. Därmed var historien om penninghantering i egen regi på postkontoren ett avslutat kapitel.

Skolsparande 1960. Fotograf okänd.



Pengar på Posten

Postkontoren var en starkt bidragande orsak till att den 1884 nyinrättade Postsparbankens budskap snabbt kunde spridas till småspararna.

1928 inledde Postsparbanken en kampanj för sparande i skolor och på arbetsplatser.

Postkontorens tjänster blev fler och mer kvalificerade i samband med att Postgirot startade sin verksamhet 1925.

1960 infördes en mer bankinriktad målsättning för Postsparbanken vilket markerades med namnbyte till Postbanken.

Det stora postrånet

1974 beslutades att Postbanken och Sveriges Kreditbank skulle upphöra och att en statlig storbank, Post- och Kreditbanken, PK-banken skulle bildas. Samgåendet var inte populärt och i Posten fick det beteckningen "Det stora postrånet".



Premiär för den elektroniska postkassamaskinen, PKM.
Foto: Yngve Hellström, 1974.

Postkontorens nedgång

På 1980-talet minskade betalningarna på postkontoren. De blev 40–50 procent färre 1984–1987. Olönsamma postkontor på landsbygden ersattes med lantbrevbäring. Under 1990-talet tvingades Posten hitta alternativ till postkontorens vikande trend. Lösningen blev att samarbeta med butiker och så kallade Post-i-butik etableringar inrättades på ett flertal orter. Samtidigt tvingades man till personalminskningar.



Bankservice på Posten

1987 utvecklade Posten sitt samarbete med PK-banken. Nu kunde postkontoren låna ut pengar till privatpersoner. Nordbanken och PK-banken gick samman 1989. Postgirot ombildades till bank 1993 men med begränsade bankrättigheter. Samtidigt kom besked om att de statliga betalningarna skulle avregleras. Postkontorens bankinriktning stärktes genom att Postbanken startade 1996.



Båda bilderna är från Svensk Kassaservice i Stockholm.
Foto: Ove Kaneberg 2003.

Rikstäckande kassaservice

1994 bolagiserades Posten med uppdrag att tillhandahålla rikstäckande kassaservice. Kassaservicen kostade då 425 miljoner kronor. För detta erhöll man 200 miljoner i bidrag från staten. 2002 bildades Svensk Kassaservice som ett dotterbolag i Posten. Verksamheten var förlustbringande. Det kostade 700 miljoner kronor om året och för det fick Posten 400 miljoner i ersättning av staten.

”Posten finns bakom potatisen!”

Idén med att ha brev- och paketservice på andra ställen än i renodlade postkontor är inte ny. 1893 öppnades det första brevsamlingsstället som det hette då. Det låg i Stockholm på Djurgården och var inrymt i fröken E. Björklunds tidningsaffär. Hon fick 40 kronor i månaden för att sköta postgöromålen. Tanken var att öka tillgängligheten och servicen för kunderna.

Förebilden för enklare inlämningsställen hämtade man från Londons *Receiving offices*. Företagarna som skulle sköta brevsamlingsställena i Sverige skulle helst vara ”handlande med öppen bod eller innehavare av större tidningskontor”. 1910 fanns det 24 brevsamlingsställen runt om i landet. 1950 blev benämningen istället poststationer.

Många lanthandlare och privatpersoner i glesbefolkade områden blev på eget initiativ postombud i början av 1900-talet. Under 1930-talet började de få ersättning för jobbet från Posten. Postombuden hade hand om brev-, paket- och penninghantering. De fungerade som ett mindre och enklare postkontor.

I början av 1990-talet utvecklades lanthandelssystemet och kallades *Post-i-butik*. Butiken på orten blev helt enkelt postombud med en posthörna någonstans i butiken. Det är detta som idag har lett fram till Post hos partner-systemet som under 2002 infördes i hela landet. Skillnaden är den att *Post hos partner* endast har hand om brev och paket, medan Svensk Kassaservice har hand om bankärenden.



Urklipp från
Dagens Nyheter
18 januari 2003.

Post bland livsmedel

1892 fanns i Stockholm sju postkontor, fler behövdes men pengar saknades. I stället inrättades enklare inlämningsställen, så kallade brevsamlingsställen. Dessa skulle skötas av företagare och "företrädesvis handlande med öppen bod eller innehavare av större tidningskontor". Det första inrättades i Stockholm 1893 i fröken E. Björkelunds affär på Djurgårdsslätt nr 16. Antalet brevsamlingsställen i landet blev aldrig särskilt många, toppen nåddes 1910, då det fanns 24. De sista brevsamlingsställena blev poststationer 1950.



Filialpostkontoret vid Hötorget i Stockholm 1902 där Konsert-
huset står idag. Foto: L. Larssons ateljé 1902.

Post-i-butik

Utvecklingen från omkring 1990 visade en stadig nedgång för postkontoren. De traditionella postkontoren blev allt mindre viktiga för betalningar och de behövdes inte heller i samma utsträckning som utlämningsställen för paket. Lösningen blev att på många ställen överföra postservicen till Post-i-butik i till exempel ICA och Konsum.



Bilåkande
lantbrevbäraren
Cyril Falk lämnar post
till handlaren Albin
Svensson i Tosthult,
Skåne, 1961.
Foto: Nils Johansson,
Danderyd.

Post i lanthandel

På landsbygden förekom det redan vid 1900-talets början att ortens lanthandlare blev ombud åt Posten. Den första tiden utfördes jobbet utan ersättning. Från 1932 blev lanthandlarna upphöjda till postombud och fick därmed ersättning från Posten för sitt arbete. I lanthandeln kunde byborna hämta sina tidningar, brev och paket, göra inbetalningar och kvittera ut sina värdeförsändelser.



Post i Smögens lanthandel 2002. Foto: Christer Lindblad.

En ny postservice

När Postens bankverksamhet upphörde 2001 hade postkontoren alltmer spelat ut sin roll. Ett nytt servicenät för brev- och paket infördes successivt från hösten 2001 hos företrädesvis dagligvaruhandlare. Det nya servicenätet var genomfört våren 2003. Dessutom infördes Svensk Kassaservice där samtliga banker gavs möjligheter att erbjuda sina kunder kassatjänster.

Post hos partner i Örebro 2002. Foto: Sven Tideman.

Visioner och framtidstankar

Posten har som andra företag en affärsplan som innehåller visioner. Dessa visioner kan säga något om hur Posten kommer att se ut några år fram i tiden. Något som man tror kommer att forma Postens framtid och utveckling är politiska direktiv, befolkningsfrågor, kundernas behov, fortsatt teknisk utveckling och globalisering.

Befolkningen i vårt vidsträckta land väljer att bosätta sig i allt högre utsträckning i tätorter och storstäder. Det här är något som Posten och ägaren staten måste ta hänsyn till. Hur ska Posten kunna ge rikstäckande service, som dessutom helst ska vara lönsam, när stora delar av kundunderlaget försvinner? Alla i Sverige har ju lagstadgad rätt till postservice, men vem ska betala?

Undersökningar visar att Postens kunder kommer att ha ett större miljöengagemang än idag och också

kräva det av företagen de anlitar. Uppfylls inte kraven väljer kunden ett annat företag.

Mångfald och urbana värderingar blir också starkare hos kunderna vilket i förlängningen påverkar Posten som företag.

Vi blir inte bara allt mer urbana, utan också allt mer globaliserade. Posten måste anpassa sig till kundernas behov av att resa och flytta på sig.

Nya tjänster på Posten för att passa det nya levnadssättet kommer säkert att efterfrågas snart. Hur kommer Posten på bästa sätt att utnyttja den nya infrastrukturen som växer fram? Och vad väntar runt nästa hörn?

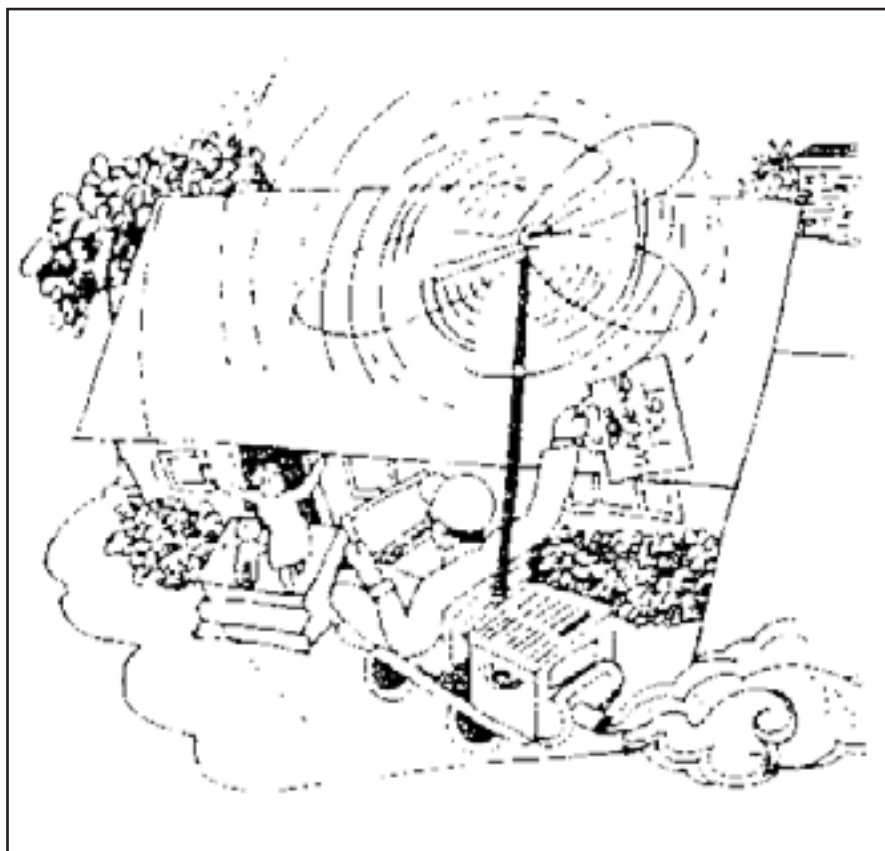
Det är svårt att sja om framtiden. Detta visar några gamla framtidsvisioner som vi gärna skrattar åt idag – visioner som behandlar en framtid där maskiner och datorer kunde klara av vad som helst.

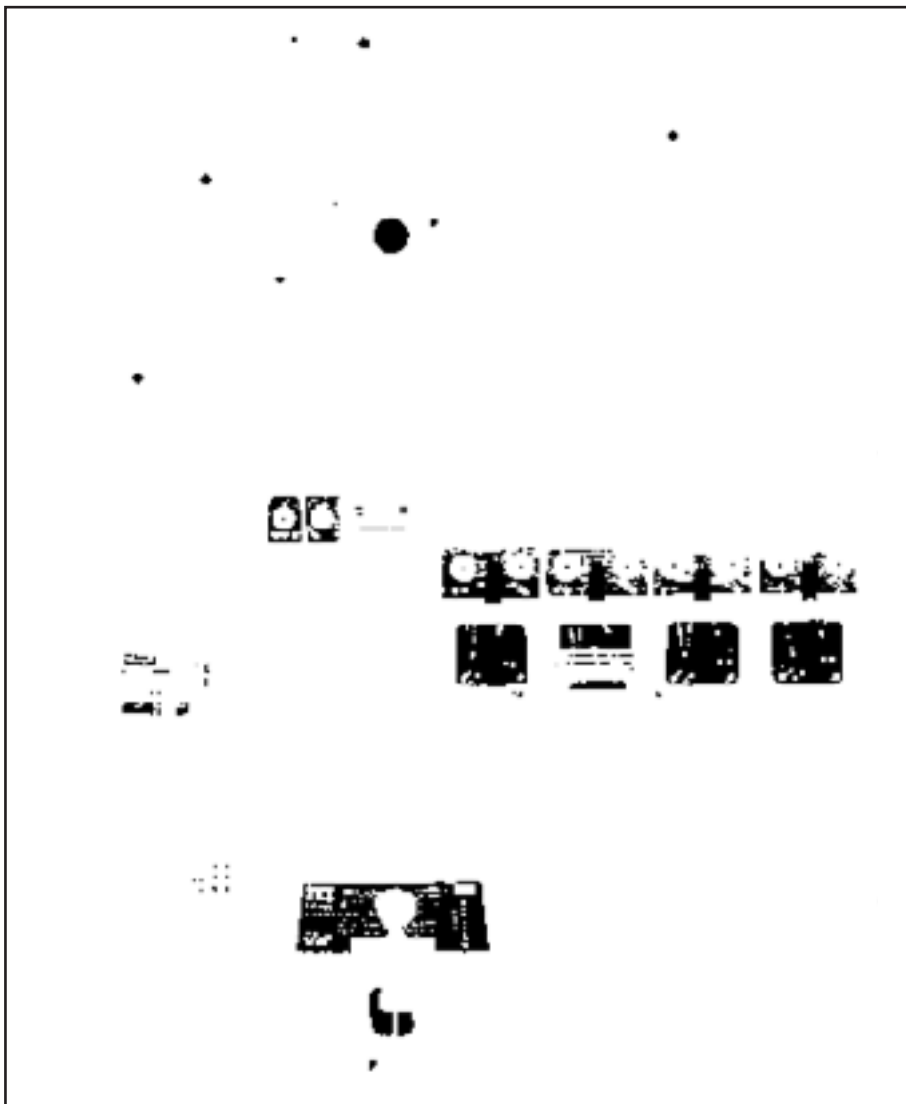
”Service 1998: Den flygande brevbäraren”

”Mellan flygplatserna och sorteringscentralerna befordras posten med posthelikoptrar som gör 500 km/tim. Dessa används också för posttransport till glesbygderna, som numera är stora fritidscentra.

Själva postutdelningen är fortfarande den mest personalkrävande delen av postarbetet. Den går dock betydligt smidigare än förut eftersom brevbärarna numera har ryggsäckshelikopter.”

Urklipp från Vecko Revyn
1968 nr 44.





Löser elektronmaskinen Postverkets bokföringsproblem?

”Kan nu en elektronmaskin användas för några arbetsuppgifter i Postverket, t. ex. girobokföringen? Med den formuleringen frågan har, kan jag utan tvekan svara ja.

Elektronmaskiner har under de allra senaste åren kommit till allt större användning i USA för sådana typiska kontorsarbeten som avlöningsuträkning, inventarietkontroll, statistik, provisionsuträkningar osv., och man kan utan större överdrift påstå, att de kan användas för allt bokföringsarbete, som över huvud taget kan mekaniseras.”

*Urklipp och bild från
Tidningen PS 1956 nr 1.
Av byrådirektör Helge Jäder.*

*Urklipp från
Dagens Nyheter
6 mars 2003.*



På postkontoret år 2000

”I bottenvåningen till detta bisarra posthus fanns det postluckor i mängd, kring vilka allmänheten trängdes för att byta ut pappersmynt mot poletter fr. o. m. 5 francs upp till 10 000 francs. Dessa voro avsedda för de mångahanda automatmaskiner, som placerats i salarna i de övre våningarna. Innan jag lämnade denna sal, iakttog jag på varje maskin en skylt med följande text: ’Lagen av den 22 sept. 1996 utdömer livstids straffarbete åt envar som tillverkar, försäljer eller eljest gör bruk av falska postpoletter’.”

(Drömbild av M. Kimmoun. Etiketten och märket 1946 nr 7-8.)

Framtiden elektronisk

”Reda pengar som sedlar och mynt är på utdöende år 2010. Och uttrycket det kom som ett brev på Posten saknar relevans eftersom allt utom postpaket går via dator eller fax.

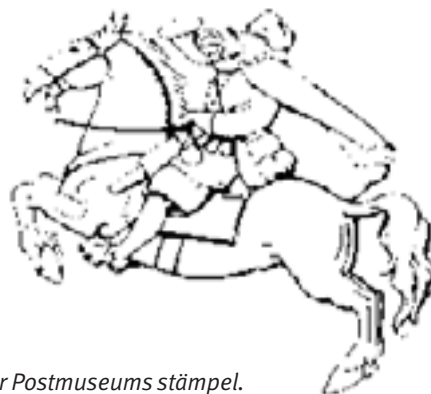
Lawrence Landweber, universitetet i Wisconsin, ser inte enbart fördelar med denna utveckling. Det finns många faror, t ex social splittring genom att arbetstillfällena och hela yrkesgrupper försvinner.”

Ur Västerbottens-Kuriren 3 juni 1994.

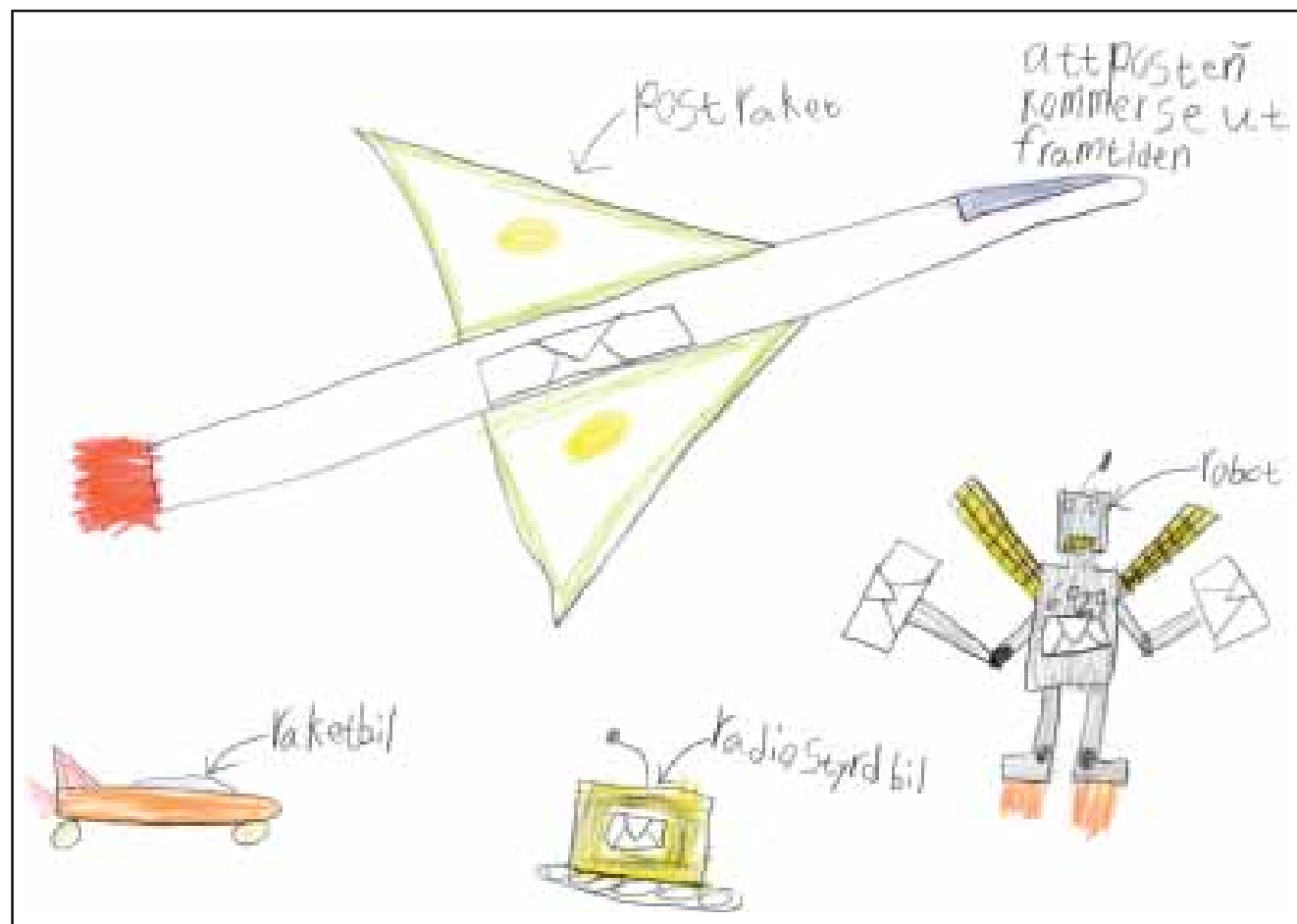
Framtiden är inte vad den varit

74 framstående amerikaner fick till världsutställningen i Chicago 1893 skriva essäer om hur världen skulle se ut hundra år senare, år 1993. Dåvarande chefen för det amerikanska Postverket, John Wanamaker, var övertygad om att posten 1993 skulle frambefordras med hästdragen diligens och beridna kurirer. Samtidigt förutsåg han dock att viktiga meddelanden skulle skickas per telegraf och telefon.

Ur Today Then av Dave Walter.



Detalj ur Postmuseums stämpel.



Så här tror jag att posten kommer se ut i framtiden

Ett litet brev till Postmuseum skickat 25 april 2003:
"Hej Postmuseum! Tack för besöket hos Er. Det är roligt att lära om hur Posten såg ut förr i tiden. Nu ska vi visa Er hur vi tror att Posten kommer fungera i framtiden. Hälsningar klass 1-3 a i Norra Ängby skola, Stockholm".

Teckningen vi visar här är ritad av Oliver som tror att Posten använder en raketbil, radiostyrd bil, robot och ... postraket! Det lustiga är att vi varken visade eller pratade med barnen om postraketer eller om att man på fullt allvar har testat detta redan – se nästa sida!



RAKETPOSTEN

En av de mest intressanta och viktigaste utställningarna i Postmuseums samlingar är den som visar på den första raketposten som skickades från Amerika till Europa.

Den byggs upp av två raketer ur Postmuseums samlingar. De byggdes helt i experimentellt syfte för att frakta post med raketer. Den ena raketen användes 1 november 1961 i samband med en postutställning Från ballong till raket. Det var Solna raketsällskap som vid ett misslyckat försök sköt upp raketen vid Oscar Fredriksborg vid Vaxholm, Stockholms län. Den andra raketen sköts upp av Swedish Rocket Society vid ett raketpostexperiment vid Rotebro, Stockholms län, den 16 oktober 1964. Vid nedslaget böjdes kapselns övre ände 45 grader. Fallskärmen som fanns monterad i kapseln utlöste inte.

RAKETEN

Urklipp från
Svenska
Dagbladet
10 juni 1959.

Raketpost

I taket på utställningen visar vi två raketer ur Postmuseums samlingar. De byggdes helt i experimentellt syfte för att frakta post med raketer.

Den ena raketen användes 1 november 1961 i samband med en postutställning Från ballong till raket. Det var Solna raketsällskap som vid ett misslyckat försök sköt upp raketen vid Oscar

Fredriksborg vid Vaxholm, Stockholms län. Den andra raketen sköts upp av Swedish Rocket Society vid ett raketpostexperiment vid Rotebro, Stockholms län, den 16 oktober 1964. Vid nedslaget böjdes kapselns övre ände 45 grader. Fallskärmen som fanns monterad i kapseln utlöste inte.

Och vad tycker du?

I samband med att Posten byggde upp sitt nya servicenät lät man företaget Mistat AB genomföra en kundundersökning. Fyra månader efter det att Posten startat servicenätet på orten genomfördes undersökningen med hjälp av telefonintervjuer, sammanlagt 5.092 stycken. Kundundersökningarna fortsätter.

En av fyra var positiva till förändringen inom Posten, en tredjedel var negativa och en tredjedel neutrala. Yngre är mer positiva till förändringen än äldre. Kunderna tillfrågades om de kände till att Posten var ett aktiebolag med vinstkrav och inte en myndighet längre. Det var många som inte gjorde det.

Kunderna har också informerats genom en stor reklamsatsning där "arga Lasse" (du ser den lilla figuren

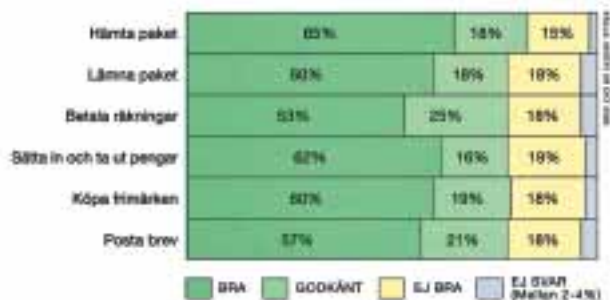
i den avbildade annonsen) fört fram kritik mot den nya Posten. Kundundersökningens resultat ledde reklamsatsningen vidare till Bu/Bä, Tummen upp/Tummen ner? och Bra/Dåligt? där statistik från undersökningen presenterades.

Det mest intressanta som kom fram genom undersökningen är att attityden hos Postens kunder till själva förändringen av Posten var negativ, medan de var positiva till hur det nya faktiskt fungerade i praktiken.

Vad tycker du? frågar vi på utställningen. Det vill vi passa på att göra även här. Berätta gärna eller skicka dina synpunkter till Postens ledning eller Posten Kundtjänst – se adressen i den avbildade annonsen. Vill du veta mera om dagens Posten – titta på hemsidan www.posten.se.

TUMMEN UPP/TUMMEN NER?

Nu har hela Sverige fått en ny Post i mer än 3000 livsmedelsaffärer, bensinstationer och servicebutiker. Vi har också öppnat cirka 1200 ställen för in- och utbetalningar under namnet Svensk Kassaservice. Så här svarade svenska folket på frågan "hur tycker du att det fungerade senaste gången du utträttade postärenden".



En majoritet tycker alltså redan att postservicen fungerar klart godkänt i Postens nya servicenät. Vi märker också att ju mer tiden går, desto mer positiva blir svaren. Om ett år kommer vi att ställa den avgörande frågan: Skulle du vilja byta tillbaka till de gamla postkontoren med postservice på hälften så många ställen måndag-fredag 10-18? Vad tror du att svenska folket kommer att svara?

Nu när flytten är klar tar vi tag i allt som kan förbättras, från handikappanpassade lokaler till möjligheten att betala med kort hos alla Postens nya partners. Har du själv synpunkter får du gärna skriva till Posten Kundtjänst, Box 1840, 171 29 Solna. Eller ringa 020-23 22 21 (privat) eller 020-23 22 20 (företag). Eller e-posta till kundtjanst@posten.se.

Vi gör vårt bästa för att möta alla vanor, gamla som nya.



Källförteckning

Andersson, Bo

Postkontor förr och nu. *Postryttaren* 2001.

Andersson, Bo

Symboler för Posten. *Meddelanden från Postmuseum* 37. Stockholm 1994.

Andersson, Peter

Ekonomiska förutsättningar för att bedriva postverksamhet. Tema– T arbetsnotat nr 172. Linköping 1996.

Andersson, Peter

Deregulation and Internet: new challenges to postal services in Sweden. *Linköping Studies in arts and science*, 228. Linköping 2001.

Andersson, Åke E. och Strömquist, Ulf

K-samhällets framtid. Stockholm 1988.

Bladh, Mats

Brevmonopolet 1888, 1947 och 1992: argumentationsanalys. Tema–T arbetsnotat, 166. Linköping 1996.

Bladh, Mats

Posten, staten och informationssamhället. KFB-Rapport 1999.10. Stockholm 1999.

Grape, Ernst

Svensk posthistoria. Stockholm 1941.

Jogevall, Sture

Från myndighet till marknadsföretag: Postens historia under tre postchefer 1965-1988. Stockholm 1994.

Jonsson, Egon

Från myndighet till marknadsföretag: en krönika om en mognadsprocess. *Postryttaren* 1995.

Jonsson, Egon

1960-talet – Postens guldålder: tradition och förnyelse hand i hand. *Postryttaren* 2001.

Jönsson, Arne Pengar i Posten. *Postryttaren* 1986.

Kaijser, Arne

I fädrens spår: en svenska infrastrukturens historiska utveckling och framtida utmaningar. Stockholm 1994.

Lagerström, Lennart

Göteborgs privata lokalpost. *Postryttaren* 1977.

Lindgren, Erik

Posten i samhället: skildringar från fyra sekel. Stockholm 1986.

Nissen, Jörgen (red.)

Posten och informationssamhället. Stockholm 1996.

Postens personaltidning, PS och Nyhetsposten, diverse nummer under perioden 1945-2003.

Postens verksamhetsberättelser under 1945–2002.

Postens visioner från 1990-talet och fram till 2003.

Samuelsson, Kurt

Postbanken – postsparbank och postgiro 1884-1925-1974. Stockholm 1978.

Stenberg, Karl-Erik

Aktiebolaget Stadsposten: ett ansenligt lokalpostföretag för 80 år sedan. *Postryttaren* 1967.

Rapport från *Teknisk Framsyn ...3*. Samhällets infrastruktur. Stockholm 2000.

Rapport från *Teknisk Framsyn ...5*. Informations- och kommunikationssystem. Stockholm 2000.

Wilhelmsson, Karl

Svenska Postgirot 1925-1949. Stockholm 1950.

Årsböcker rörande postverksamhet från SIKA, Svenska Institutet för kommunikationsanalys.

DN, SvD, Expressen, Aftonbladet, Dagens Industri, tidningsartiklar från 1990-talet fram till 2003.

Elektroniska källor:

Information om antal postoperatörer från Post- och Telestyrelsens hemsida www.pts.se.

Information om CityMail från deras hemsida www.citymailsweden.com.

Information från Postens hemsida www.posten.se

Otryckta källor:

En riktig Post? Seminarier och samtal om Posten nu och i framtiden, 25-29 november 2002 på Postmuseum, Stockholm.

Samtal med Anders Örtengren, VD Mistat AB. Sammanfattning av Mistats undersökning av Posten.

Summary in English

Is this really the Post Office?

No one in Sweden can ignore the changes at Posten (the Swedish Postal Service). This exhibition tells what led up to today's Posten, and explains how the changes were not merely part of a reorganization, but were also due to political decisions, the changing needs and behavior of customers and technological and general trends in our society.

This exhibition is a piece of contemporary history, viewed through one of Sweden's largest companies.

Posten is streamlined

1945-1958

These were good times for Sweden, with a rapidly growing economy and a clearly defined government role. Posten, however, found itself in a slump. Since it was difficult to find people to fill vacant positions, salaries had to be raised, and that led to increased postage rates.

To save money, Posten was forced to implement service cutbacks, many of which related to changes in society. The public protested, and critical articles proliferated.

New technology

1959-1974

The criticism of Posten during the 1950's led to the appointment, in 1956, of a parliamentary commission to examine the postal services. A new organization was introduced in 1964. The Management wanted to run Posten more efficiently and utilize the new technology that was now available. Postal code numbers were introduced, mail carriers were now paid a performance-related salary, and drove around in the "Tjorven", a specially-designed car, made in Sweden. These steps and the campaign, "A Letter Means So Much" put Posten back into the good graces of the public.

Until this time, railroads were the backbone of Posten's transport system. However, because of the elimination and rerouting of railroad lines, Posten now increasingly began using trucks and planes.

The market in control

1975-1983

Posten now changed from a bureaucratic organization to one managed by objectives and delegation. In a nationwide organization like Posten, which had always prided itself on treating all customers equally, introducing this new way of thinking was not always quick and smooth.

In 1970, Sweden legislated the 40-hour workweek, which caused Posten to eliminate some of its services on weekends. There was strong criticism in the mass media. The 1980's saw a continuing decline for local post offices.



Rural postman Hans Berg. Photo: Yngve Hellström, 1973.

Deregulation

1984-1992

The mid-1980's witnessed a partial transition from State to private ownership. Throughout the West, this period was one of transition from an industrial to a service-based society. The new economy required new policies, which further fueled this transition, impacting on public service agencies, such as the Swedish Railways (SJ), Posten, the electric market and Telia, which were given new regulatory structures.

With the introduction of its new organization on July 1, 1984, Posten became more customer-oriented. All customers were no longer treated equally; since business customers accounted for more postal revenue, they were catered to. In 1991, the parliamentary postal and telecommunications committee proposed the deregulation of the postal market and the reorganization of Posten as a corporation.

Posten becomes a corporation

1993-2000

The most important event to affect Posten in the past ten years was the 1994 reorganization of Posten, the public service agency, as Posten Sverige AB, a corporation owned by the state. One year prior to that, the postal monopoly had been abolished, and a Postal Act was enacted, giving everyone in Sweden the right to basic postal and cashier service. After deregulation, the Postal Act was amended to reflect the new conditions.

In 1996, Posten created Torget.se, a type of Internet marketplace. At that time, many people were investing time and money in e-commerce, and Posten viewed itself as a natural player in this market, since it possessed all the means to deliver the goods it sold. Torget.se was subsequently sold.



Uniform from 1998. Photo: Sven Tideman.

A new Posten

2001-

Because of the reduced customer base, Posten could no longer afford to operate the post offices as it had previously. Customers demanded other hours and services than in the past. In 2001, plans to offer mail and package services from stores and gas stations began to be implemented.

In addition, the joint venture agreement with Merita Nordbanken had expired, and banking services were transferred to the company, Svensk Kassaservice. In 2001, Posten adopted a new logo to symbolize the restructuring of the company.

The Postal Monopoly

The law establishing a monopoly was introduced back in the 1880's. There had previously been other companies in this market, but these were bought up by Posten.

On January 1, 1993, the postal monopoly was abolished in Sweden. Even before this happened, in May 1991, CityMail began its operations in the central areas of Stockholm, distributing computer-addressed business mail.

On February 20, 2003, there were 34 mail operators on the market, Posten being the largest. Most of these are companies with fewer than ten employees, conducting local operations. Posten has a 94.4% market share, compared to its major competitor, CityMail, which claims 5.2%.

Money at the Post Office

The history of the connection between Posten and money began on January 1, 1884, with the establishment of the Postsparbanken, the Swedish Postal Savings Bank, an institution based on models abroad. The Postal Savings Bank was meant to compete with the commercial banks, while also teaching the Swedish people to save money and to manage their household economies. On January 1, 1925, the Postgirot, the postal giro system was established.

In 1974, the Government decided to transfer the Postal Savings Bank to the State-owned commercial bank, Sveriges Kreditbank. The managements of Posten and the Postal Savings Bank were against the decision, which they called "the Great Post Office Robbery."



”Posten is behind the potatoes!”

The concept of having letter and package service in places other than actual post offices is not a new one. Back in 1893, the first mail collection point in Stockholm opened in a newspaper store. By 1910, there were 24 mail collection points in Sweden. In 1950, this designation was changed to ”post stations.” In the early 20th century, many country storekeepers and private individuals in sparsely populated areas volunteered to become postal agents. They offered mail, package and cashier services, and acted as a kind of small and simple post offices.

In the early 1990’s, the country store system was developed and given the name Post-i-butik (Posten-in-a-store). This gradually led to the Post hos partner (Posten at Partner) system, which was introduced throughout Sweden in 2002. Unlike its predecessor, Post hos partner provides mail and package services, while Svensk Kassaservice deals with banking services.



Posten at Partner 2002. Photo: Ove Kaneberg.

Visions and predictions for the future

How will Posten look in the future? Since no one is sure, we can only attempt some educated guesses. Political directives, demographic issues, technical development and globalization will certainly impact on the development and future of Posten.

People in the past regarded the future in the ways that makes us smile today, but also teaches us how difficult it is to make predictions.

What do you think?

Posten conducted a customer survey in conjunction with the creation of its new service network. One out of four favored the changes at Posten, while one-third were negative and one-third were neutral. Younger customers had a more positive view of the changes than older ones did. The customers were asked whether they were aware that Posten was no longer a government agency, but was now a corporation that needed to show a profit. For many, learning this fact led to a new understanding of Posten.

What do you think? Feel free to tell us, or to send your views to the Management of Posten. For more information about today’s Posten, please visit our website, www.posten.se.



Postal agent in a country store 1968. Photo: Yngve Hellström.

Det har inte undgått någon i Sverige att Posten förändras. Postmuseums utställning ”En riktig Post?” och denna katalog berättar historien som leder fram till dagens Posten. Vi tar avstamp i efterkrigstidens Sverige på 1940-talet. Då var ekonomin i stark tillväxt och framtidsoptimismen spirade. Staten hade en tydlig roll i samhället, liksom den statliga myndigheten Posten, som funnits sedan 1636. Samtidigt utmanades postmonopolet av privata företag och regeringen tillsatte en utredning 1945. Ett år senare fastställde staten en ny monopolförordning som stoppade Postens konkurrenter. Detta är ett exempel på politiska beslut som påverkat Postens förutsättningar att agera i samhället.

Posten berörs inte bara av politiska beslut, utan också av teknikförändringar som flygplan och fax, datorer och Internet. Monotona arbetsuppgifter kan plötsligt utföras av maskiner. Rationaliseringar och kostnadseffektivitet är ord som inte enbart ger en positiv eftersmak. Inre omorganisationer i Posten ger nya förutsättningar att agera gentemot kunderna. Kanske är det ändå just kundernas behov och ändrade vanor som styr Postens förutsättningar mest.

Utställningen och katalogen ”En riktig Post?” är ett stycke nutidshistoria speglat genom ett av Sveriges största företag. Texterna har skrivits av Bo Andersson och Pernilla Åström tillsammans med övriga medlemmar i Postmuseums projektgrupp.

Postmuseum

Stockholm