

Posten Norge lancerer ny mærkevarestrategi

(Oslo 05.09.08) Posten Norge bygger videre på sin nordiske vækststrategi og samler koncernen ind under en ensartet mærkevare.

Koncernen vil markedsføre sig mod det norske og nordiske erhvervsmarked med det nye navn Bring. Privatkunderne, nettet af posthuse og den daglige postdistribution i Norge vil beholde Posten-navnet og få et nyt og moderniseret Posten-logo.

Mærkevareomlægningen kommer efter, at koncernen er vokset markant i den nordiske region. Gennem investering i egen virksomhed og opkøb på mere end 5 milliarder har Posten Norge etableret en solid position på det nordiske marked. Ved udgangen af 2007 var Posten Norge den største post- og logistikvirksomhed i Norden.

- De opkøbte virksomheder har øget koncernens omsætning med 10 milliarder kroner på tre år, og der er planer om en tilsvarende ekspansion i årene fremover. Målet er at fordoble omsætningen til 40 milliarder kroner uden for Norge, inden 2011, siger koncernchef Dag Mejdell fra Posten Norge.

24 procent af Postens indtægter pr. 1. halvår 2008 kom fra virksomheder uden for Norge.

Ledende i Norden

Posten Norges strategi er at være en ledende aktør inden for post-, logistik og IT i Norden. Kunderne bliver i stigende grad nordiske, og Posten Norge tilbyder løsninger, der dækker nordiske behov fra enkle distributionstjenester til komplekse logistikløsninger.

De post- og logistikvirksomheder, der er omfattet af den nye mærkevare, Bring, er: Postens erhvervsstilbud, samt virksomhederne Nor-Cargo, Frigoscandia, Transflex, Box, CityMail, Talk2Me og Customer View. Koncernens IT-virksomhed, ErgoGroup, er ikke omfattet af mærkevareændringen.

Ensartet profil

Postens nye logopar viser, at Posten og Bring tilhører samme koncern og er gensidigt afhængige af hinanden. Inspirationen til det nye logopar fundet i et moderniseret posthorn, selskabets historie og Postens fremtidige udvikling på et internationalt marked.

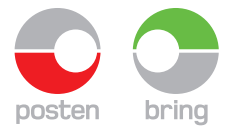
Logoerne for Posten og Bring er ens, men spejlvendt i forhold til hinanden. De har hver sin farve, Posten er rød og Bring er grøn, og de vil fremstå som stærke symboler for hver sit marked.

Største omprofilering i Norge

Samlet vil Postens omprofilering være en af de største i Norge nogensinde. Postens mærkevareomlægning koster i alt 300 millioner norske kroner i 2008, hvoraf 150 millioner går til udvikling og lancering.

Omprofileringen af biler og materiale skal gennemføres over en treårig periode, og vi forventer, at hovedparten af den resterende omprofilering sker i forbindelse med ordinære driftsudskiftninger i 2009 og 2010.





- Mærkevareomlægningen er et stort økonomisk løft og en vigtig investering i fremtiden. Vores nordiske strategi kræver, at vi fremstår med en klar og tydelig profil i Norden – og at kunderne ser helheden i vores tilbud, siger koncernchefen.

Om Posten Norge

Posten Norge var ved udgangen af 2007 den største logistikvirksomhed i Norden med en omsætning på NOK 27,4 milliarder. Koncernen har tre divisioner, Post, Logistik og IT. Koncernen har 27.000 ansatte, og hovedkontoret ligger i Oslo.

For yderligere information

Direktør, presse- og medierelationer, Kjell S. Rakkenes: +47 905 52 956

Postens døgnåbne pressetelefon: +47 95 14 80 00