

Nkom
Postboks 93, 4791 Lillesand

Brevet sendes kun elektronisk.

Dato: 21.09.2018

Innspill markedsregulering 2019

Vi takker for forespørselen om, og muligheten til, å gi våre innspill til ny markedsregulering. Vi gir våre kommentarer og innspill under hvert av spørsmålene og skriver våre svar i *kursiv*.

1. I analysen 1. juli 2016 avgrenset Nkom fem sluttbrukermarkeder: sluttbrukermarkedene for telefonkoblede mobiltjenester (hhv. privat og bedrift), dedikerte abonnement for mobilt bredbånd (hhv. privat og bedrift) og sluttbrukermarkedet for maskin-til-maskin kommunikasjon.

Det relevante grossistmarkedet omfatter grossisttilgang i alle offentlige GSM-, UMTS- og LTE-nett for å tilby ordinære mobiltjenester (tale, SMS og datatjenester), mobilt bredbånd og M2M-tjenester for tilgang ved nasjonal gjesting, MVNO-tilgang og tjenesteleverandørtilgang. Nkom har senere presisert at tilgang til NB-IoT ikke inngår i det relevante grossistmarkedet.

Nkom ber om aktørenes synspunkter på følgende:

- a) Er det grunnlag for endringer i markedsavgrensingene på sluttbruker- og/eller grossistnivå?
NB-IoT og IoT burde spesifiseres mer enn kun som M2M tjenester. Spesielt siden tjenestelaget som vil legges på toppen av denne teknologien blir svært viktig i fremtiden. Som øvrige tjenester Telenor tilbyr sine kunder knyttet mot mobilabonnement, må de tilby IoT-løsningene på like vilkår, slik at det kan skapes konkurranse også innenfor dette området.

NB-IoT må også inkluderes i grossisttilgangen. Man vet ennå ikke hvilke endringer Esim og IoT vil ha på markedet, bare at endringene kommer til å skje svært raskt når de først kommer. Det må derfor tilrettelegges for konkurranse innenfor alle teknologier, inkludert NB-IoT, slik at ikke nettverkseierne får et uforholdsmessig forsprang sammenlignet med konkurrenter som kjøper tilgang.

- b) Hvilke forhold kan begrunne endring i markedsavgrensingene?
Se over.
- c) Er det andre forhold enn de som fremgår av Nkoms nåværende markedsavgrensinger som kan begrunne og fastholde markedsavgrensingene slik de er definert?
Nei.

- d) Hvilken betydning vil 5G få for Nkoms markedsavgrensinger?
5G skal kun være en teknologi som muliggjør utstrakt konsum og innovasjon, og skal dermed ikke påvirke avgrensninger. Her må Nkom være tydelig på at 5G skal tilgjengeliggjøres for tilgangskjøpere på lik linje med andre teknologier, og at de ikke får noen insentiver til å begrense slik tilgang av konkurransemessige årsaker. Utover dette er det vanskelig å si når 5G vil gjøre seg gjeldende, og hvilken form det vil få. Nkom burde derfor åpnefor å gjøre justeringer i reguleringen med hensyn til ny teknologi hvor omfang og form enda ikke er klart nok til å reguleresspesifikt, for på den måten å sikre ønsket konkurranse også innenfor disse nye teknologiene, NB-IoT og 5G.

Tre-kriterie-test

2. I analysen 1. juli 2016 konkluderte Nkom med at de tre kumulative vilkårene for sektorspesifikk ex-ante regulering var oppfylt. De tre vilkårene er:

- 1) Det foreligger høye og varige etableringshindre i markedet,
- 2) Markedet tenderer ikke mot bærekraftig konkurranse,
- 3) Alminnelig konkurranserett er ikke tilstrekkelig til å ivareta hensynene bak den sektorspesifikke reguleringen.

- a) Er det grunnlag for endringer i konklusjonene på vurderingen av de tre kriteriene?
Nei. Det er helt tydelig at konkurransen i det norske markedet ikke er sterk nok. Norske forbrukere betaler mest, og får minst, av alle mobilmarkeder i hele Norden, også sammenliknet med store deler av verden. Samtidig som Telenor og Telia leverer helt på topp på EBITDA og EBIT, både i Norden og Europa. Markedsandelene til duopolet bekrefter også problemene i markedet.
- b) Hvilke forhold kan begrunne endring i Nkoms konklusjoner under de enkelte kriteriene? Underbygg gjerne svaret med konkrete eksempler.
Se over.
- c) Hvilke forhold kan begrunne å opprettholde Nkoms konklusjoner under de enkelte kriteriene? Underbygg gjerne svaret med konkrete eksempler.
1. *ICE sine investeringer for å etablere seg, og hente den kundebasen de har opparbeidet, viser at inngangsbarrierene er svært høye. I tillegg ser vi på videreselgernes marginer, som har vært tilnærmet ikke-eksisterende. Det er utfordrende å finne en vei til break-even, på tross av at man klarer å hente mange kunder.*
 2. *Markedsandelene til Telenor og Telia, samt alle konsolideringene som skjer (sist Get), viser at markedet ikke tenderer mot bærekraftig konkurranse. Samtidig sliter de få utfordrerne som er igjen med svært lave/ikke-eksisterende bruttomarginer, som gjør det utfordrende å bruke penger på markedsføring og annen konkurransedrivende aktivitet.*
 3. *Så lenge infrastruktur og merkevarer ikke er skilt fra hverandre, og det meste av markedet deles mellom to aktører, vil ikke alminnelig konkurranserett være nok for å sikre konkurranse. Spesielt med en infrastruktur som i all hovedsak fortsatt består av kun 2 nett.*

d) Hvilken rolle vil det tredje nettet spille i de nærmeste årene for muligheten til å oppnå bærekraftig konkurranse i grossistmarkedet?

ICE, og det tredje nettet, vil ikke drive konkurranse i seg selv. Markedet er stort nok til å dele mellom tre aktører. Derimot vil konkurransen ICE kan skape gjennom tilgangskjøpere, og grossistprising, på sikt kunne gjøre at konkurransedynamikken endrer seg, og markedet tenderer mot bærekraftig konkurranse. Det blir de mindre tilgangskjøperne som driver konkurransen innenfor de tre nettene som da vil være tilgjengelig. Utfordringen nå er at de to eksisterende nettene i Norge er overinvestert med hensyn til bruk og belastning, og fremstår blant verdens beste og mest solide nett. Det gjør oppgaven til ICE betydelig vanskeligere, og det vil dessverre ta mange år før infrastrukturen til ICE vil kunne være en viktig faktor i utviklingen av bærekraftig konkurranse i markedet.

3. Hvilken betydning bør 5G få for konkurransesituasjonen i sluttbrukermarkedene og grossistmarkedet de nærmeste årene?

5G i seg selv burde ikke ha noen innvirkning på konkurransesituasjonen. I så fall i negativ retning, da nettene til Telia og Telenor vil skaffe seg et ytterligere forsprang på ICE. Det vil være spesielt utfordrende for ICE å bygge grunnstrukturen på dekning og kapasitet, samtidig som de skal konkurrere med Telenor og Telia på utbygging av 5G.

Det er mulig myndighetene burde gå inn og investere i 5G sammen med utbyggerne, og lage en felles infrastruktur som kan brukes likt av alle på like vilkår.

Utpeking av tilbyder(e) med sterk markedsstilling

4. I vedtaket 1. juli 2016 konkluderte Nkom med at Telenor alene hadde økonomisk styrke innenfor det relevante markedet til å i stor grad kunne opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere, med andre ord sterk markedsstilling.

- a) Er det grunnlag for å endre konklusjonen om at Telenor har sterk markedsstilling?
Nei, se tidligere eksempler.
- b) Hvilke forhold kan begrunne endring i Nkoms konklusjon?

2 Nkoms brev til Telenor 23. mars 2018, sak 1504996-88

- c) Hvilke forhold kan begrunne å opprettholde Nkoms konklusjon?
Se tidligere eksempler.
- d) Vil dekningsforskjeller og/eller oppfatning av dekning i mobilnettene gi grunnlag for konkurransefordeler som er av betydning for vurderingen av sterk markedsstilling i de nærmeste årene?
Ja, om det blir store forskjeller i utrulling og tilgang til nye teknologier, som NB-IoT og 5G.
- e) Hvilken betydning mener dere Telias kjøp av Get TDC Norge vil ha for vurderingen av sterk markedsstilling (forutsatt at kjøpet godkjennes av Konkurransetilsynet)?
Det styrker duopolet, og dermed frykten for at konkurransen vil svekkes ytterligere. På ene siden vil det kunne styrke Telia i sin konkurranse mot Telenor, som kan være bra for markedet, men jo større deler av totalmarkedet for telekom som deles på to aktører, desto vanskeligere blir arbeidsvilkårene for tilgangskjøpere som er kritisk for å drive konkurranse i alle deler av markedet.

5. To eller flere aktører kan også ha sterk markedsstilling sammen, såkalt kollektiv SMP³. I en slik vurdering står Kommisjonens/ESAs retningslinjer sentralt. Kommisjonen vedtok nye SMP-retningslinjer 26. april 2018, det forventes at ESA vil vedta tilsvarende retningslinjer. For å kunne påvise at to eller flere aktører sammen har kollektiv SMP, må Nkom vise at markedet har egenskaper som tilrettelegger for koordinert adferd og stilltiende samarbeid.

Kommisjonen legger i sine retningslinjer for kollektiv stor vekt på de tre kumulative kriteriene fra Airtours-saken⁴. De tre kriteriene er

- 1) Markedet må være tilstrekkelig transparent,
- 2) Stilltiende samarbeid må være mulig å opprettholde over tid,
- 3) Konkurrenter eller kunder må ikke kunne hindre at målene for den koordinert adferden nås.

- a) Hvilke forhold taler for en konklusjon om kollektiv SMP i det norske markedet?
Markedet fremstår svært transparent. Både Telia og Telenor har kjøpt opp merkevarer, og migrert dem sammen i et «hoved brand» og et «fighting brand». Når det gjelder prising og inkluderte data buckets har det vært svært liten endring hos disse aktørene etter at Telia kjøpte opp Tele2. Med oppkjøpet av Get vil vi kunne se dette i enda større utstrekning, også innenfor andre kategorier enn mobil. Som igjen kan medføre svakere konkurranse, høyere priser og mindre innovasjon.

Markedsandeler, marginer, etableringsbarrierer, effektive utfordrere uten marginer, grossistpriser, bekrefter alle at et duopol styrer markedet i for stor grad, og det er svært vanskelig selv for effektive utfordrere å konkurrere, og på sikt skape bærekraftig lønnsomhet, som igjen skal drive konkurranse.

- b) Hvilke forhold taler mot en konklusjon om kollektiv SMP i det norske markedet?
Ingen, slik vi ser det.
- c) I hvilken grad anses det å være konkurranse mellom de to landsdekkende nettene om å tilby grossisttilgang i det norske markedet?
Vår opplevelse er at det er små forskjeller i prisene utfordrere kan oppnå i nettene. Når byttebarrierene er så store som de er, virker incentivet for å skifte nett såpass liten at risikoen dette medfører overskygger mulighetene. Det vises liten interesse for å konkurrere på pris for å stimulere til konkurranse på grossistnivå. Punktet om ikke-diskriminering i reguleringen kan være med å hemme konkurransen. Det kommer vi tilbake til.
- d) I hvilken grad har netteierne kjennskap til tilgangsvilkårene hos andre netteiere?
Dette tror vi de har meget god oversikt over. Kanskje ikke i alle enkeltavtaler (Telia), men overordnede vilkår i en standardavtale virker enkel å få tak i.

Tilgangsplikt

6. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å imøtekomme enhver rimelig anmodning om nasjonal gjesting, MVNO-tilgang, tjenesteleverandørtilgang og samlokalisering.

1) Kommisjonens nye SMP-retningslinjer benytter «joint SMP» når det gjelder sektorspesifikk regulering og «joint dominance» der det refereres til saker fra alminnelig konkurranserett. Nkom legger tilsvarende terminologi til grunn her.

2) Airtours v Commission (T-342-99)

- a) Hvilke forhold taler for å endre én eller flere av disse forpliktelsene?

Ingen innspill.

- b) Hvilke forhold taler for å opprettholde disse forpliktelsene?

Telenor viser gang på gang at ønsket om margin overskygger behovet fellesskapet har i form av ønsket om mer digital kommunikasjon for pengene. Og det er naturlig, som den kommersielle aktøren de er. Det er derfor kritisk at de både reguleres med hensyn til deres markedsdominans, og at infrastrukturen er åpen for konkurranse. Hverken Telenor eller Telia har noe insentiv for å åpne sine nett for konkurranse, all den tid de sammen eier omtrent hele markedet. Først når det er andre aktører, uten nett og med en anselig markedsandel, blir det interessant for netteierne å konkurrere på grossistnivå. Frem til da må dette reguleres.

7. Telenor skal i medhold av gjeldende regulering tilby tilgang uten bestemmelser om leveringseksklusivitet. Forbudet innebærer at tilgangskjøper med noen unntak kan inngå parallell tilgangsavtale med flere netteiere.

- a) Hvilke forhold taler for å endre denne forpliktelsen?

Ingen spesielle innspill.

- b) Hvilke forhold taler for å opprettholde denne forpliktelsen?

En flernettstrategi kan være med å drive konkurranse over tid, spesielt med esim, 5G og NB IoT. Da kan man benytte forskjellige nett til de segmenter hvor dette kan være relevant. Det kan også hjelpe ICE med å hente grossistkunder på de deler av nettet hvor de har et konkurransemessig produkt.

Standardavtale og offentliggjøring

8. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å utarbeide og offentliggjøre standardavtale for tilgang. Innholdet i en standardavtale skal speile et tilbud om tilgang til de tilgangsførmene som omfattes av tilgangsplikten på ikke-diskriminerende vilkår. Standardavtalen skal effektivisere tilgangsplikten og kravet til ikke-diskriminering. Telenor kan i tillegg tilby tilgang til vilkår som fraviker standardavtalen under en forutsetning om at de avvikende vilkårene også gjøres tilgjengelig for andre tilgangskjøpere.

- a) Fungerer Telenors standardavtaler slik de er tiltenkt?

Nei. Utfordringene her er at Telenor ikke har mulig til å skille på aktører. Både ift ambisjon, kundebase, seriøsitet osv. Dermed tilbyr de minimum standardvilkår til alle som ingen i prinsippet kan konkurrere med. De bruker også dette som en unnskyldning for ikke å bedre vilkårene, for å skape levelige marginer for seriøse industrielle konkurrenter. Telenor er redd for irrasjonelle aktører som ødelegger markedet, og behandler derfor alle likt, dvs. absolutt minimum.

- b) Hvilke forhold taler for at kravene til standardavtale bør endres og hva bør endringene eventuelt bestå i?

Så lenge Telenor består marginskvistestene med sine standardvilkår, som da betyr at alle aktører som ønsker å etablere seg i teorien skal ha grunnlag for å skape en effektiv konkurrent, og drive lønnsomt, så burde det være opp til Telenor å forhandle

om bedre/avvikende vilkår utover en standardavtale med hver enkelt aktør. Dette vil også kunne bedre konkurransen på grossistnivå, da forhandlingskraften til enkeltaktører (tilgangskjøpere) styrkes. Gitt dagens situasjon har alle tilgangskjøpere hos Telenor identiske vilkår, som Telia kjenner til. Da kan de spekulere i å kopiere mye av vilkårene, samt legge seg marginalt under Telenor i pris, og vise til en fiktiv konkurranse. Som er dagens situasjon. Med frihet for Telenor til å forhandle utover standardavtalen vil dette også legge press på Telia til å tilpasse sine vilkår og priser til denne konkurransen. Og reguleringen vil da som sagt øke forhandlingsmakten for tilgangskjøpere med et industrielt fokus, som ønsker å innovere, skape verdi og en fornuftig lønnsomhet over tid.

9. Kravet til offentliggjøring av standardavtale omfatter ikke prisinformasjon.

a) Hvilke forhold taler for å endre dette kravet?

Markedet er lite og oversiktlig, og aktører som ønsker det får tak i standardavtalene selskapene opererer med. Mer åpenhet om disse, samt at kravet om ikke-diskriminering fjernes, vil kunne hjelpe på konkurransen over tid. Om ikke-diskriminering opprettholdes ser vi ingen oppside med å publisere disse.

b) Hvilke forhold taler for å fastholde dette kravet?

Det blir enkelt for nettaktørene å kopiere hverandres priser, til enhver tid. Om de ikke publiseres vil det i hvert fall ta noe tid før alle endringer fanges opp.

Ikke-diskriminering

10. Telenor er i gjeldende regulering pålagt krav til ikke-diskriminering, både mellom eksterne tilgangskjøpere og mellom tilgangskjøpere og Telenors egen sluttbrukervirksomhet. Kravet innebærer blant annet at eksterne tilgangskjøpere skal ha likeverdige forutsetninger for å kunne konkurrere i sluttbrukermarkedet som Telenors egen sluttbrukervirksomhet.

a) Fungerer kravet til ikke-diskriminering slik det er tiltenkt?

Nei, se også punktet over. Det er utfordringer med ikke-diskriminering, og hvordan denne er strukturert og fungerer i dag. Vårt syn er at så lenge Telenor består marginskvistestene med standardvilkårene som alle skal ha tilgang til, både for Telenor og alle deres sub-brand (som i dag), burde det være opp til Telenor å kunne forhandle om andre vilkår og priser med sine kunder. Dette vil som sagt igjen kunne skape bedret konkurranse på grossistnivå, som igjen er den viktigste forutsetningen for konkurranse på sluttkundenivå. Det er konkurransen mellom tilgangskjøpere innad i nettene som driver konkurranse over tid, ikke mellom netteierne i seg selv.

b) Hvilke forhold taler for at kravene til ikke-diskriminering bør endres og hva bør endringene eventuelt bestå i?

Se punkt over. Telenor burde stå fritt til å forhandle avtaler, men standardvilkårene må bestå dagens marginskvismodell. Ergo fjerne kravet om ikke-diskriminering mellom tilgangskjøpere. Når det gjelder egne merkevarer må Telenor bestå standard vilkår som i dag.

11. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å tilby en tilgangsavtale uten fastpriskomponenter på abonnementsnivå. Dette vil i praksis si at Telenor må tilby en tilgangsavtale som baseres på trafikkavhengige (variable) priser. Bakgrunnen for kravet er at tilgangskjøpere skal kunne ha likeverdige muligheter til å konkurrere og skape produktmangfold som Telenors egen sluttbrukervirksomhet.

- a) Fungerer dette kravet slik det er tiltenkt?

Utfordringen her er at en fast pris per SIM er akkurat det, fast. Men når dette skal bakes inn i en trafikkpris, spesielt i dataprisingen, som Telenor har valgt, vil denne være variabel. Når bruken stiger vil kostnadene for aktørene stige betydelig, og presse marginene ned. Siden testene i dag er tilbakeskuende kan det ta så mye som 6-12 måneder etter skvis før dette oppdages. Med en fastpris per SIM, samt en flatere dataprising, ville det kunne være mer forutsigbart for tilgangskjøpere. Både med tanke på beregning av kostnader, men spesielt med tanke på å prise produkter riktig med hensyn til lønnsomhet. Her må man også skille mellom et ordinært mobilabonnement, dataSIM og M2M, hvor forskjellene er store. Det kan også være avvik mellom privatmarkedet og B2B.

- b) Bør det stilles krav til å tilby andre prisstrukturer/metoder for at tilgangskjøpere skal kunne ha samme grad av fleksibilitet til utforming av sluttbrukerprodukter som Telenors egen virksomhet?

I Telenors sluttbrukervirksomhet koster første MB og siste MB det samme. I dagens modell betaler tilgangskjøpere [redacted] Så modellen er ikke lik slik den er i dag. Her peker Telenor på at det ikke er noen fastpris som årsak. En flat, eller flatere prising, hadde hjulpet tilgangskjøpere å lage produkter og prise dem fornuftig. Det ville også økt mulighetsrommet betydelig for hvordan disse struktureres og igjen prises. I dag er strukturen bygget opp slik at det skal være umulig å ta ned gulvet for prising av lav-pris produktene, for de første MB er så mye dyrere. På denne måten hindrer Telenor at brukerne med begrenset behov får rimelige produkter, og ARPU holdes oppe. De kan gjerne gi mange GB til storbrukerne, da nettet står der og marginalkosten er lav, men de frykter å ta ned prisen på lavbrukerne.

Telenor er flinke til å regne. Så uansett hvilken modell man velger vil de kunne lage en struktur som de kommer godt ut av. Derfor er det viktigste å endre selve kravet til margin, og hvordan dette regnes.

Regnskapsmessig skille

12. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å rapportere regnskapsmessig skille. Rapporteringen skal vise om Telenor kunne oppnådd lønnsomhet dersom selskapets sluttbrukervirksomhet kjøpte tilgang til de vilkårene Telenor tilbyr i sine standardavtaler, og er et verktøy i oppfølgingen av at Telenor ikke diskriminerer på pris mellom selskapets egen sluttbrukervirksomhet og eksterne kjøpere av tilgang.

- a) Fungerer regnskapsmessig skille effektivt som verktøy for oppfølging av kravet til ikke-diskriminering?

Nei, ikke all den tid lønnsomhet måles kun i positiv margin. Det må utarbeides en standard for hvilken margin som skal være minimum for hva en effektiv operatør vil kunne skape lønnsomhet på.

- b) Hvilke endringer bør det eventuelt gjøres i kravene til rapportering av regnskapsmessig skille?

Enten må det settes et krav til minimum margin, eller så må det gjøres en fullskala kostberegning for hva Telenor og Talkmore ville kostet å drive, under samme vilkår som en tilgangskjøper. Det enkleste ville vært å endre minimumskrav til margin, fra dagens minimumskrav om kun positiv margin. Som det åpenbart ikke er mulig å drive lønnsomt på over tid.

- c) Hvilke andre verktøy bør eventuelt erstatte og/eller supplere regnskapsmessig skille som verktøy for oppfølging av kravet til ikke-diskriminering? *Ingen spesifikke kommentarer.*

Nkom ønsker informasjon om erfaringene aktørene har fra gjeldende prisregulering

13. Det bes om en vurdering av hvordan gjeldende prisregulering fungerer.

Problemet med dagens regulering er at den gir Telenor insentiver for å holde markedet i marginskvis. Det er flere utfordringer her. Det at den er tilbakeskuende gjør at markedet konstant kan være i marginskvis, noe den også er, og verken Nkom eller tilgangskjøpere har virkemidlene til å endre på dette. Det må modelleres en vekstmatrise basert på historisk utvikling, for de elementene tilgangskjøperne betaler for, som simulerer utviklingen i markedet. Dette må så tas i bruk for å beregne marginskvis i kommende periode.

Det er naturligvis ikke mulig å drive lønnsomt på en bruttomargin som er marginalt positiv. Selskapene er i marginskvis selv om testen er positiv i favør av Telenor. Det må lages en modell som beregner faktisk bruttomargin, og så er det en nedre grense til krav på prosent. Det er ikke mulig å drive butikk med negative eller forsvinnende små bruttomarginer. Eventuelt må det lages full marginskvismodell for alle tilgangsformer, som simulerer kostnadene for drift for tilgangskjøpere også, som da marginmodellen tar høyde for.

Insentivene for å bryte reguleringen må fjernes. Brudd på marginskvis må straffes med erstatning til tilgangskjøpere som har lidd under marginskvisen, samt bøter for at Telenor ikke respekterer reguleringen.

14. Hvilke forhold taler for å fastholde gjeldende prisregulering?

Basert på tingene vi påpeker i dette dokumentet vil ikke dagens regulering gi tilgangskjøpere livets rett over tid. Det må derfor gjøres endringer for å støtte målet om bærekraftig konkurranse over tid.

15. Hvilke forhold taler for å endre gjeldende prisregulering?

Se over. Utvikling i markedsandeler, prisnivå og dataforbruk sammenliknet med naboland, lønnsomhetsberegninger til tilgangskjøpere, og rapportert EBIT/EBITDA fra Telenor og Telia, viser at det ikke er bærekraftig konkurranse i det norske mobilmarkedet. Selv med gjeldende regulering. Reguleringen må derfor strammes opp, og justeres, for at den skal kunne bidra med ønsket effekt. Nemlig bærekraftig konkurranse.

16. Det bes om eventuelle konkrete forslag til endringer av gjeldende prisregulering.

Se punkt 13. I tillegg burde det lages en egen beregning for utvikling i datatrafikk. Omentrent all vekst ligger på data, og endringene er raske og dramatiske. Modellen som benyttes må ta høyde for dette i perioden som prisene skal gjelde, og ikke i perioden som har vært.

Med utviklingen i mobilmarkedet er ikke to marginskvistester per år nok, og det burde økes til minimum 4 tester. Dette vil også redusere oppsiden til Telenor ved å spekulere i prisingen for å holde markedet i marginskvis så lenge som mulig.

Det ligger store kundemasser hos Telenor på gamle prisplaner, som overbetaler for sine tjenester. Med tanke på at disse betaler for mye sammenliknet med nye kunder, burde dette tas hensyn til i en ny regulering. Det er kundene som flytter på seg som det er konkurranse om, og de prisplanene som til enhver tid er i salg. Vi mener derfor at nye kunder fra for eksempel siste 6 måneder bør vektlegges mer enn gamle kunder på samme prisplan.

17. På hvilken måte er eventuelt vurderingene på de ovenstående spørsmålene om prisregulering ulike ved tilfellet én utpekt tilbyder med SMP og ved tilfellet kollektiv SMP?
Ingen forskjell i vurdering, men ved å regulere begge nettene, og fjerne ikke-diskrimineringen, vil konkurransen kunne styrkes allerede før marginskvistestene er justert. Totalen kan da blir kraftfull og få ønsket virkning.

Andre forhold

18. Er det andre forhold som er relevante for de vurderinger Nkom skal gjøre?
Markedet endrer seg hele tiden, og det kan være innovasjoner andre steder i samfunnet som endrer dynamikken for konkurranse i telekom. Det burde derfor legges opp til en viss fleksibilitet i hvilke virkemidler Nkom kan benytte, for å regulere markedet til bærekraftig konkurranse. Under dagens regime har vi opplevd at Nkom føler seg bundet opp i vedtaket som har styrt reguleringen, og på tross av velvilje til å gjøre endringer til det beste for norske forbrukere, har det endt opp i begrensede muligheter uten en vedtaksendring.

Med vennlig hilsen

Haakon Dyrnes
Administrerende direktør
Komplett Mobil AS