

Hørings svar fra Lyse AS

Markedsanalyse av markedet for tilgang til faste aksessnett



Innholdsfortegnelse

1	INNLEDNING	4
2	INNSPILL TIL MARKEDSANALYSEN	5
2.1	NORSK BREDBÅNDSPOLITIKK ER IKKE HENSYNTATT	5
2.1.1	<i>En regulering vil trolig redusere investeringer</i>	5
2.1.2	<i>Regulering konfiskerer inntekter fra gjennomførte investeringer</i>	6
2.1.3	<i>Regulering rammer regionale operatører og vil hindre fornuftig konsolidering</i>	6
2.2	FRAMTIDIG UTVIKLING OG FRAMTIDIGE BEHOV ER IKKE HENSYNTATT	6
2.3	EUROPEISKE FØRINGER OM VIKTIGHET AV ALTERNATIV DEKNING ER IKKE HENSYNTATT	7
2.4	BREDBÅNDSMARKEDET ER IKKE BESKREVET PÅ EN HELHETLIG MÅTE.....	8
2.5	DET NORSKE BREDBÅNDSMARKEDET ER NASJONALT	9
2.5.1	<i>Telenors sanering av kobber innebærer ikke at markedene blir regionale/lokale</i>	9
2.5.2	<i>Fast trådløst bredbånd innebærer at markedet er nasjonalt</i>	10
2.5.3	<i>Duplisering med fiber indikerer et nasjonalt marked</i>	10
2.5.4	<i>Nkom ser bort fra priser i avgrensingen av det relevante geografiske markedet</i>	11
3	VURDERING AV ULIKE MARKEDSOMRÅDER	13
3.1	METODEN FOR AVGRENSING AV RELEVANTE GEOGRAFISKE MARKEDER GIR TILFELDIGE UTFALL.....	13
3.2	DRAMMENSOMRÅDET	13
3.3	INDRE AGDER OG DALANE.....	15
3.4	INNLANDET	16
3.5	SØRLIGE OG MIDTRE DEL AV NORDLAND	17
3.6	ANDRE METODISKE UTFORDRINGER.....	18
3.6.1	<i>Kollektive avtaler må inkluderes i beregning av markedsandeler og vurdering av sterk markedsstilling</i>	18
3.6.2	<i>Bedriftsmarkedet kan ikke ses bort fra i beregningen av markedsandeler</i>	19
4	INNSPILL TIL KONKURRANSEANALYSER	19
4.1	DRAMMENSOMRÅDET	19
4.1.1	<i>Det geografiske markedet</i>	19
4.1.2	<i>Datagrunnlag for beregning av markedsandeler</i>	20
4.1.3	<i>Nkom undervurderer konkurransen fra to store nasjonale aktører</i>	20
4.1.4	<i>Nkom undervurderer duplisering og potensiell konkurranse</i>	21
4.1.5	<i>Nkom undervurderer konkurransen fra FTB</i>	21
4.1.6	<i>Fallende priser bekrefter virksom konkurranse</i>	21
4.1.7	<i>Økende kundemobilitet bekrefter virksom konkurranse</i>	22
4.2	SØRLIGE OG MIDTRE DEL AV NORDLAND	22
4.2.1	<i>Den geografiske markedsavgrensingen</i>	22
4.2.2	<i>[Redacted]</i>	23
4.2.3	<i>Potensielle feil i dataunderlag</i>	23
4.2.4	<i>Konkurransen fra Telenor er undervurdert</i>	24
4.2.5	<i>Fallende priser</i>	24
4.2.6	<i>Økende kundemobilitet</i>	25
4.2.7	<i>Konkurransen fra FTB er undervurdert</i>	25
4.3	STAVANGEROMRÅDET	26
4.3.1	<i>Datagrunnlag for beregning av markedsandeler</i>	26
4.3.2	<i>[Redacted]</i>	26
4.3.3	<i>Markedsposisjoner i andre markeder er ikke relevante</i>	26
4.3.4	<i>Fallende priser</i>	26
4.3.5	<i>Det er ikke gjennomført en konkurrentanalyse</i>	27
4.3.6	<i>Markedet er nasjonalt</i>	27
4.3.7	<i>Nkom undervurderer konkurransen fra parallelle nett og særlig Telenor</i>	27
4.3.8	<i>Nkom undervurderer FTB</i>	28

1 INNLEDNING

Nkom har gjennomført en detaljert analyse av det norske bredbåndsmarkedet, og Nkom skal ha anerkjennelse for at myndigheten gjennom flere år har informert interessenter om hvordan de jobber og skal jobbe med regulering av bredbåndsmarkedet. Utkastet til markedsanalyse er trolig det viktigste dokumentet som norske myndigheter har tatt fram om elektronisk kommunikasjon på flere år, og prosessen videre kan føre til store endringer for bredbåndskunder og ekom-tilbydere. Derfor er det viktig at en slik analyse hensyntar følgende elementer:

- viktige telepolitiske føringer på nasjonalt og europeisk nivå
- at den er framoverskuende siden en evt. regulering vil gjelde i lang tid framover
- at den beskriver dagens norske bredbåndsmarked på en helhetlig måte
- at inndelingen i markedsområder er konsistent og godt tilpasset det norske bredbåndsmarkedet

Vi anser at det er mangler ved analysen på disse feltene. Vår viktigste innvending er at reguleringsregimet som Nkom nå legger opp til, risikerer å rokke ved den norske bredbåndsmodellen som har sikret investeringsinsentiver, robuste nett og høy dekning over hele landet. Norsk bredbåndsutbygging er på ingen måte ferdig, og en evt. regulering eller inngrep i markedet vil i stor grad flytte finansieringsansvaret fra utbyggere til det offentlige. Dette står i motstrid til norsk bredbåndspolitikkk gjennom de siste 20 årene og er heller ikke konsistent med europeiske føringer.

Det norske bredbåndsmarkedet fungerer godt for kunder, skattebetalere og ekom-tilbydere. Over hele landet har vi fått en tøff infrastrukturbasert konkurranse mellom et stort antall tilbydere som bruker ulike aksessmetoder. Dette har sikret og vil sikre en robust industriell struktur som kombinerer små- og stordriftsfordeler. En regulering som Nkom har foreslått, vil bety en kraftig økning av regulatoriske kostnader og større grad av usikkerhet som trolig vil resultere i en senere, dyrere og mindre effektiv utbygging. Vi merker hver dag at konkurransen på bredbåndsmarkedet har blitt tøffere gjennom overbygging av fibernet og konkurranse fra radiobaserte tjenester. Dette har gitt seg utslag i lavere priser og større valgfrihet for bredbåndskunder. Vi er trygge på at denne utviklingen vil fortsette uten noen form for regulering. Analysen beskriver derfor ikke det norske bredbåndsmarkedet på en helhetlig måte.

Analysen tar heller ikke hensyn til framtidige behov og en målsetting om gigabit-hastigheter i norske bredbåndnett slik som EU allerede har vedtatt. En slik målsetting vil drive store endringer og behov for oppgradering av dagens fibernet og en fortsatt utbygging av fibernet. Markedsanalysen inneholder ikke en vurdering av hvordan dette skal finansieres og fungere i et regulert regime. En regulering vil redusere våre insentiver til å fortsette våre investeringer og regningen vil da måtte overlates til norske skattebetalere i mye større grad enn i dag.

Vi mener videre at utkastet til markedsanalyse har feil og mangler og på vesentlige områder er lite transparent og vanskelig å etterprøve. Vi tror markedet selv vil finne løsninger med åpning av nett som er i tråd med det myndighetene ønsker å oppnå. Det er flere aktører som ser på åpning av nett for tredjeparter som en mulighet til å øke antall kunder i eget nett. Vi anser derfor at det er best for kunder, skattebetalere og ekom-tilbydere at Nkom ikke utpeker noen SMP-operatører i det norske bredbåndsmarkedet.

Resten av dokumentet vurderer disse punktene i mer detalj. I kapittel 2 vurderes markedsanalysen på et generelt nivå, mens kapittel 3 og 4 inneholder innspill til konkurranseanalyser i ulike markedsområder.

2 INNSPILL TIL MARKEDSANALYSEN

2.1 Norsk bredbåndspolitik er ikke hensyntatt

Full bredbåndsdekning har vært den viktigste målsettingen for norsk bredbåndspolitik i mer enn 20 år, og dagens regjering bekreftet denne prioriteringen i Hurdalsplattformen hvor det heter at regjeringen vil «sikre at alle husstander der det bor fastboende skal ha tilgang til høyhastighetsbredbånd innen 2025». I dag er dette definert som 100 Mbit/s nedstrøms kapasitet, og det er sannsynlig at den nye målsettingen blir gigabit-nett til alle innen 2030.

I motsetning til mange andre europeiske land har operatørene primært vært ansvarlige for finansiering av utbygging i Norge. Myndighetene har bidratt med noe subsidier, men myndighetenes viktigste bidrag har vært å sikre et trygt klima for investeringer som gir operatørene langsiktig trygghet. Dette regimet har fungert meget godt for bredbåndskunder, skattebetalere og ekom-tilbydere: Det norske investeringsnivået har vært vedvarende høyt, og operatørene har funnet fram til kreative investeringsmodeller – eksempelvis NTE sin bygdefibermodell - som nå blir kopiert over hele verden.

Det har vært bred politisk enighet om en kunde- og markedsdrevet utbygging av ekom-infrastruktur, og de regulatoriske rammebetingelsene i ekom-politikken har vært basert på prinsippene om minimumsregulering og teknologinøytralitet, uavhengig av skiftende regjeringer i denne 20 års-perioden. Dette er en politikk som har gitt gode resultater, og som bør videreføres.

2.1.1 En regulering vil trolig redusere investeringer

Et reguleringsregime som Nkom nå legger opp til, risikerer å rokke ved denne suksessrike modellen. Den usikkerheten som Nkom introduserer, vil kunne utsette prosjekter og bidra til at utbyggingsprosjekter helt enkelt ikke blir gjennomført. Dette står i motstrid til norsk bredbåndspolitik og vil i praksis bety en senere, dyrere og mindre effektiv utbygging. Dette er særlig problematisk fordi vi står foran betydelige investeringer i norske bredbåndsnett: Det er et klart behov for å bygge ny dekning og vi skal oppgradere eksisterende nett til gigabit-hastigheter. Men vi må også sikre en mer robust infrastruktur grunnet et mer komplekst sikkerhetsbilde og klimaendringer som øker frekvensen av flom, ras o.l.

Utbygging av elektroniske kommunikasjonsnett innebærer høye og irreversible kostnader. Investeringene er foretatt med et svært langsiktig tidsperspektiv i henhold til dagens regelverk og myndighetenes håndheving av dette uten forventede vesentlige endringer. For at det skal være lønnsomt å bygge ut nett, må utbyggeren ha et visst antall kunder i området det bygges ut nett i. Tilgangsregulering skaper usikkerhet omkring utbyggerens lønnsomhet i nettet og investeringens levetid. Som det fremgår av Menon Economics og Analysys Masons rapport¹, kan en slik regulering gi en negativ virkning på investeringsviljen og insentiver til å investere i infrastruktur. Dette gjør seg særlig gjeldende for utbygging i nye områder.

Et nærstående eksempel fra en annen sektor er illustrerende. I 2022 innførte staten inngripende justeringer av skatteregimet for vannkraft, med den konsekvens at investeringslysten og risikoviljen ble redusert, og en rekke helt nødvendige og kritisk viktige prosjekter ble avlyst eller utsatt med forbehold om endringer i rammevilkårene. Det viser oss at store omveltninger i rammevilkår sterkt kan påvirke aktørene, og det må vi hele tiden ha i bakhodet. Dette skjedde selv om vi vet at økt produksjon av fornybar kraft er veien ut av klimakrisen.

Bruken av bredbåndstjenester er i dag høyere og viktigere enn før, men det gir ingen garantier for kontinuerlige investeringer. At tjenestene vi tilbyr brukes hver dag og til stadig flere tjenester, betyr at leveransene våre blir stadig mer samfunnskritiske. Det stiller en rekke krav til oss som aktører og bransje, og vi må investere mer for å levere på samfunnets og statens krav til oppetid, sikkerhet og kvalitet. Eksempelvis jobber Altibox hardt med å sikre at Norge ikke lenger trenger å være like avhengig av Telenors transportnett, og med

¹ «Infrastrukturinvesteringer for gigabitsamfunnet», Menon Economics og Analysys Mason, 2020

fibertilknyttinger til utlandet for å dempe digitale sårbarheter. Investeringene vi gjør i denne type infrastruktur er langsiktige og vi mener de er kritisk viktig for forbrukerne, bedriftene og offentlig sektor.

2.1.2 Regulering konfiskerer inntekter fra gjennomførte investeringer

Investeringer i fiber har en lang tidshorison for å være lønnsom. Med lang tidshorison menes at det kan ta 10-20 år før en investering gir en kapitalavkastning som er tilstrekkelig for at investeringen skal finne sted. Det betyr igjen at det er et stort behov for forutsigbarhet i inntektsstrømmer over en lengre periode. Det har blitt investert betydelige beløp de siste årene som enda ikke er lønnsomme. Som eksempel har Viken Fiber siden 2013 investert i nær 30 000 nye aksesser i Drammensområdet. Når Nkom nå varsler en tilgangsregulering av disse aksessene, så betyr det to ting. For det første vil reguleringen ha en tilbakevirkende effekt på allerede gjennomførte investeringer og noen marginale investeringer vil kanskje aldri bli lønnsomme. For det andre vil dette slå negativt ut for alle framtidige marginale investeringsbeslutninger.

2.1.3 Regulering rammer regionale operatører og vil hindre fornuftig konsolidering

Markedsanalysens forslag til SMP-regulering rammer særlig tilbydere som har investert i distrikts-Norge, mens tilbyderne som har konsentrert seg om de største byene, blir ikke berørt. Vi mener dette blir en urimelig forskjell i rammevilkår og på ingen måte i tråd med de politiske føringene.

Til nå har norsk bredbåndsbransje vært preget av smådriftsfordeler hvor lokale og regionale operatører har hatt større suksess enn nasjonale tilbydere. Dette vil trolig endre seg som følge av høyere krav til 24/7 overvåking, sikkerhet og viktigheten av regulatorisk arbeid. Dersom forslaget til markedsanalyse og geografisk inndeling blir stående, vil dette være et klart hinder mot en fornuftig konsolidering blant norske bredbåndsnett. Regionale nett med sterk markedsposisjon i en eller noen få kommuner vil være svært forsiktige med å ta over andre nabolnett fordi sjansen for SMP-utpeking vil øke betydelig. Dette blir et hinder for at lokale aktører slår seg sammen til mer effektive regionale netteiere/tilbydere som kan tilby de nasjonale nettene tøff konkurranse. Reguleringen risikerer derfor å oppnå det motsatte av sin hensikt om mer konkurranse og større valgfrihet.

2.2 Framtidig utvikling og framtidige behov er ikke hensyntatt

Mens telekom-utviklingen går i høy fart, er analysen i all hovedsak basert på markedsandeler blant bredbåndskunder ved slutten av 2022. Dette er problematisk siden markedsanalysen skal være framoverskuende. Analysen konkluderer eksempelvis med at målgruppen for FTB er «primært bredbåndskunder som ikke får tilbud om fiber- eller HFC-aksess når kobbernettet legges ned.» Dette er ikke korrekt i dag, og det vil neppe være det i framtiden heller. I land som Østerrike og Tsjekia har FTB rundt 40% av det totale bredbåndsmarkedet for privatkunder. Og i Norge har Nkom selv vist fram data som viser at 50% av FTB-kunder har FTTH/HFC-dekning. I tillegg har Nkom prisverdig nok jobbet i mange år med å sikre at attraktive mobilfrekvenser kan brukes til bredbånd, og vi ser nå resultater av dette i form av en tøff, infrastrukturbasert konkurranse mellom FTB og fibernet. Dette skjer som konsekvens av de politiske føringene om infrastrukturbasert konkurranse. I Finland selges nå FTB med gigabit-hastighet, og vi er trygge på at dette kan bli en realitet i Norge også om ikke lenge.

Videre har Nkoms rådgivere konkludert med at «[lavbanesatellitter] ikke gir hastigheter på nivå med fiberbredbånd eller mobilbasert bredbånd (5G)». Dette er til dels riktig i dag, men analysen overser at slike systemer over tid vil kunne møte bredbåndsbehovene som analysen selv definerer. Lavbanesatellitter kan spille en særlig viktig rolle i grisgrendte strøk. I sum anser vi at analysen undervurderer og til dels overser framtidig utvikling av aksessmetoder og den potensielle konkurransen som disse representerer.

Analysen tar heller ikke hensyn til framtidige behov og en sannsynlig framtidig målsetting om gigabit-hastigheter i norske bredbåndsnett slik som EU allerede har vedtatt. En slik målsetting vil drive store endringer og behov for oppgradering av dagens fibernet og en fortsatt utbygging av fibernet. Markedsanalysen inneholder ikke en vurdering av hvordan dette skal finansieres og fungere i et regulert regime. En regulering vil redusere våre insentiver til å fortsette våre investeringer og regningen vil da måtte overlates til norske skattebetalere i mye større grad enn i dag. Vi har stor tillitt til at norske bredbåndsutbyggere vil fortsette å

bygge og forvalte det som kanskje er verdens beste bredbåndsnett så lenge insentivene er på plass. Det er mye større usikkerhet rundt offentlig finansiering i årene framover hvor bl.a. eldrebølgen og forsvarsbehov vil legge et betydelig press på bruken av fellesskapet midler. Regjeringen har også formidlet at det blir en svært begrenset økning i bredbåndssubsidiene i 2024, som for vår del vitner om et ønske om fortsatt infrastrukturbasert konkurranse og mest mulig kommersielle investeringer.

Markedsanalysen er tydelig på at framtiden er usikker. Dette gjelder blant annet bruk av FTB-tjenester, utbygging av FTB-tjenester, konvertering av HFC-nett til fiberaksessnett, substituerbarhet mellom FTB og HFC/FTTH, ytelsen til satellittbasert bredbånd, FTB 5G-dekning, omsetning fra internsalg samt en rekke andre punkter. Vi er helt enige med Nkom om dette, og vil legge til andre punkter hvor det er stor usikkerhet:

- grad av overbygging mellom fibernett (hvor det er en kraftig utvikling som Nkom undervurderer)
- konkurransesituasjon og prisutvikling (som Nkom overser)
- hvordan en regulering vil redusere investeringsinsentiver (som vi allerede har behandlet)

Det norske bredbåndsmarkedet går gjennom store endringer for tiden. Markedet preges av en tøff, infrastrukturbasert konkurranse som har resultert i lavere priser og større valgfrihet. Det er all grunn til å tro at dette vil fortsette uten noen form for regulering. I stabile markeder er det lav risiko ved regulering, mens det motsatte er tilfelle i dynamiske markeder som det norske bredbåndsmarkedet. En regulering nå vil påvirke denne utviklingen, kanskje i uønsket retning med lavere investeringer og på sikt lavere infrastrukturbasert konkurranse. En innføring av regulering nå vil minske sjansene for at infrastrukturbasert konkurranse vil fungere. Dette vil ikke være i tråd med målene til norske myndigheter.

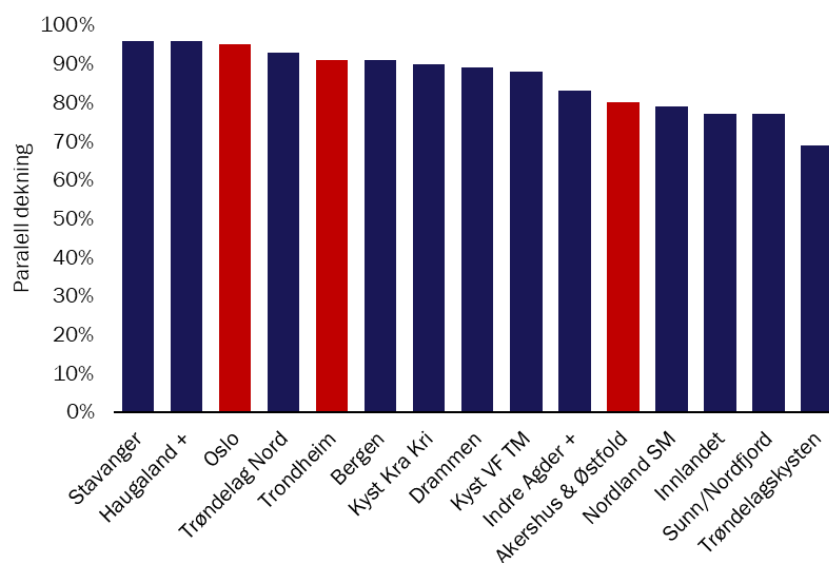
Hovedformålet med en eventuell regulering av grossistmarkedet er å sikre utviklingen av bærekraftig konkurranse i sluttbrukermarkedene til forbrukernes beste. Hvis det er slik at åpning av nett innebærer økt penetrasjon i eget nett og reduserer overbygging, så vil konkurransen i sluttbrukermarkedet være basert på evig tilgangsregulering og ikke infrastrukturbasert konkurranse.

2.3 Europeiske føringer om viktighet av alternativ dekning er ikke hensyntatt

Nkom har gjennomført en grundig markedsanalyse basert på føringer fra ekom-loven og ESA sine retningslinjer som i hovedsak er basert på EU-bestemmelser fra et par år tilbake. EU-kommisjonen har nylig publisert et forslag til en ny «Gigabit connectivity recommendation» som er et klart steg i retning av en mer investeringsvennlig regulering og som vi ikke kan se at analysen hensyntar. Vi tenker eksempelvis på at forslaget i §33 om at tilgang til anleggsinfrastruktur som hytter og rør (og ikke grossisttjenester som VULA) er akseptabelt som SMP-regulering så lenge slik infrastruktur finnes og at det finnes muligheter for infrastrukturbasert konkurranse. Markedsanalysen har et eget kapittel om grossisttjenester (3.5) men vurderer så langt vi kan se ikke muligheten for tilgang til anleggsinfrastruktur som et alternativ til tradisjonelle aksess-tjenester. Slik tilgang vil sikre at tilgangskjøpere er seriøse aktører med egne investeringer. Dette burde ha blitt vurdert nærmere i analysen.

Markedsanalysen etterlater imidlertid ingen tvil om at det finnes infrastrukturbasert konkurranse i dag. Figur 1 viser andelen husstander som kan velge bredbånd fra minst to eller flere leverandører i områder hvor Nkom har publisert data i markedsanalysen. Med unntak av Trøndelagskysten har mer enn 75% av husstander minst to tilbud med minst 100 Mbit/s i dag. Med mobiloperatørenes utbygging av 5G- og FTB-nett er det liten tvil om at denne vil nærme seg 100% om ikke mange år. Figurens blå stolper viser områder hvor Nkom foreslår SMP-regulering, mens de røde stolpene viser områdene hvor Nkom ikke foreslår noen SMP-regulering. Spredningen på de røde stolpene indikerer at dette ikke har spilt noen viktig rolle i Nkoms vurdering. I likhet med norsk bredbåndspolitikken legger nå europeiske myndigheter stor vekt på alternativ dekning og muligheter for alternativ dekning. Markedsanalysen bør oppdateres til å gjøre det samme.

Figur 1 Andel parallell dekning i ulike geografiske områder, Kilde: Nkom Markedsanalyse 2023

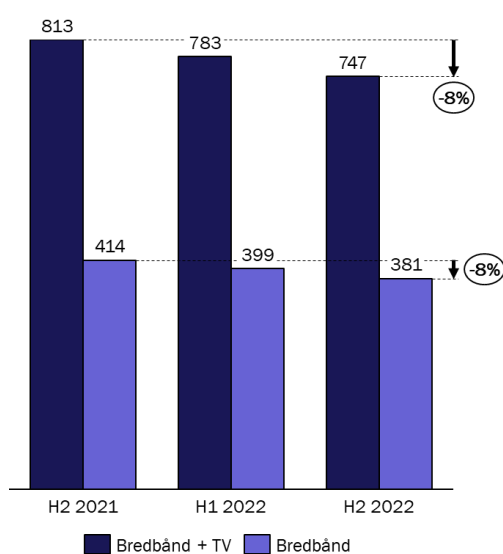


2.4 Bredbåndsmarkedet er ikke beskrevet på en helhetlig måte

Det norske bredbåndsmarkedet fungerer godt for kunder, skattebetalere og ekom-tilbydere. Vi har en tøff infrastrukturbasert konkurranse mellom et stort antall tilbydere som i hovedsak er samlet i tre konstellasjoner: Telenor, Telia og Altibox. Dette har sikret og vil sikre en robust industriell struktur som kombinerer små- og stordriftsfordeler. En regulering som Nkom har foreslått, vil bety en kraftig økning av regulatoriske kostnader og større grad av usikkerhet som trolig vil resultere i en senere, dyrere og mindre effektiv utbygging. Vi merker hver dag at konkurransen på bredbåndsmarkedet er tøffere, og dette har gitt seg utslag i lavere priser for norske bredbåndskunder. Figur 2 viser hvordan inflasjonsjusterte priser på fiberbaserte bredbåndstjenester er redusert med 8% i løpet av det siste året.

Figur 2 Inflasjonsjustert inntekt per privatkunde i norske fibernett eks. mva. Kilde: Nkom, SSB

Gjennomsnitt ARPU, privatmarked fiberaksess, reelle kroner



Årsaken til prisnedgangen er i hovedsak et tøffere konkurranseklima som følge av lansering av landsdekkende FTB-tjenester og at stadig flere kunder har tilbud om fiberbaserte tjenester fra flere nett. Som allerede diskutert heter det i markedsanalysen at målgruppen for FTB er «primært bredbåndskunder som ikke får tilbud om

fiber- eller HFC-aksess når kobbernettet legges ned.» Dette er ikke korrekt i noen del av verden. Om man ser til andre land i Europa finnes det et stort antall markeder hvor FTB har en betydelig markedsandel. I Østerrike og Tsjekia representer eksempelvis FTB nesten 40% av det totale antallet bredbåndskunder. Og i Norge har Nkom selv presentert data som viser at halvparten av dagens FTB-kunder har dekning fra et HFC- eller fibernet. Over hele landet merker vi konkurransen fra FTB-nett hvor mobiloperatører sender sine salgskorps inn i områder med og uten fiberdekning. Verdiforslaget til FTB er også blitt bedre i senere tid: 5G gir høyere hastighet, muligheten til enkel montering reduserer etableringskost og introduksjon av TV over FTB har stor verdi for mange kunder. Dette har to konsekvenser for oss: For det første ser vi mye høyere kundeavgang enn før, og for det andre blir prisene presset. Prispresset gjelder over hele landet og for alle våre nett. Det gjelder også innad i våre nett: Det er ikke mulig eller ønskelig for en fiberoperatør å ha ulike priser i ulike områder avhengig av 5G-dekning eller salgstrykk fra FTB.

Vi ser også mye tøffere konkurranse fra andre fiberutbyggere. Global Connect har i lang tid etablert fibernet over hele landet og ofte i direkte konkurranse med våre nett. Det nye er at vi ser en aggressiv utbygging fra Telenor hvor selskapet i mye større grad enn før overbygger våre nett. Dette har trolig sammenheng med Telenors delsalg av sitt fibernet i 2022 hvor alt tyder på at nye, delvis utenlandske kapitalsterke eiere vil sikre Telenor en langsiktig og sterk posisjon på fiberaksess.

Det som er i ferd med å skje, er at konkurransen er økende og mer virksom enn det Nkom legger til grunn. Vi anser derfor primært at det er best for kunder, skattebetalere og ekom-tilbydere at Nkom ikke utpeker noen SMP-operatører i det norske bredbåndsmarkedet, og lar markedet selv finne løsninger for tredjepartstilgang. Vi ser frem til å gå i dialog med myndighetene for å utforske hvordan vi kan fortsette å sikre brukerne i hele landet gode, rimelige og fremtidsrettede elektroniske kommunikasjonstjenester, og samtidig jobbe videre med hvordan valgfriheten kan økes enten gjennom alternativ teknologi og dekning eller tredjepartstilgang.

Den nye ekomloven som ventes behandlet i Stortinget ila. året, gir oss muligheten til å komme med et forslag til løsning for tredjepartsadgang som myndighetene deretter godkjenner. Dersom reguleringen blir en realitet er det høy sannsynlighet for at vi vil benytte oss av den muligheten. Det er viktig at vi utreder dette skikkelig slik at vi får til en gjennomtenkt og god løsning som er til det beste for forbrukerne. Vi ser eksempelvis hvordan et helt åpent strømmarked har resultert i kompliserte produkter og misfornøyde kunder, og en rekke aktører som står i langvarige konflikter med eksempelvis Forbrukerrådet. Myndighetene og bransjen må sammen sikre at dette ikke skjer i bredbåndsmarkedet.

2.5 Det norske bredbåndsmarkedet er nasjonalt

Nkom har delt landet inn i 22 markedsområder. Vi mener markedet har klare indikasjoner på at det er nasjonalt og ikke lokalt/regionalt som Nkom legger til grunn. Når Nkom likevel velger å dele inn i regionale/lokale markeder, så mener vi at metoden fører til en inndeling som framstår noe inkonsistent og tilfeldig. Vi kommer tilbake til dette i kapittel 3 med innspill til konkurranseanalysen. Vi vil først drøfte noen punkter som indikerer at markedet er nasjonalt.

2.5.1 Telenors sanering av kobber innebærer ikke at markedene blir regionale/lokale

Grossistmarkedene for tilgang til faste aksessnett har til nå vært ansett som nasjonale. Nkom gjennomførte i 2018 en analyse av tilbydernes nett og dekning, antall tilbydere og geografiske forskjeller i pris- og produkttilbud, som i sum resulterte i at Nkom definerte markedet som nasjonalt. I utkast til vedtak peker Nkom på én endring som gjør at denne vurderingen må gjøres på nytt, og det er Telenors sanering av kobber. Vi har store vansker med å se at dette er en endring som innebærer at det nå blir riktig å definere regionale/lokale markeder. Telenors kobber er i stor grad erstattet med fiber fra Telenor og andre fiberaktører samt Telenors og Telias løsninger for fast trådløst bredbånd. Nkom bør kunne forklare hvorfor denne endringen leder til regionale/lokale markeder. Erstatning av kobber med fast trådløst bredbånd indikerer motsatt effekt på markedsavgrensingen.

2.5.2 Fast trådløst bredbånd innebærer at markedet er nasjonalt

De trådløse aksessformene er med på å forsterke en argumentasjon for at det er et nasjonalt marked, sammenlignet med markedet i 2018. Dette argumenterer Nkom selv for gjennom sin analyse av det relevante produktmarkedet, der FTB helt klart er et substitutt til faste aksesser til denne konkurranseanalysen.

Nkom viser til at halvparten av de som har FTB i dag, har tilbud om andre 100/10-alternativer. Dette understreker hvor viktig FTB er, både for avgrensingen av det relevante produktmarkedet, avgrensingen av det relevante geografiske markedet og selve konkurransevurderingen. Nkom er helt tydelige på at FTB er en del av det relevante produktmarkedet. Vi vil til dette punktet også peke på og berømme at Nkom har gjennomført flere grundige analyser, også ved bruk av eksterne, for å gjennomføre en kvalifisert vurdering av FTB som et substitutt til fast aksess innenfor konkurranserettslige prinsipper.

Når det kommer til avgrensingen av det relevante geografiske markedet så undervurderer Nkom FTB. Nkom mener at FTB er et alternativ i noen områder, men ikke alle. Nkom viser til at kapasitetsbegrensninger gjør at FTB ikke kan anses for å være landsdekkende. Nkom må her begrunne hvorfor kapasiteten ikke er tilstrekkelig, og hvor store deler av markedet FTB må kunne konkurrere på for å reelt sett inkluderes i avgrensingen av geografiske markedet. Vår erfaring er at FTB absolutt har virkning på konkurransen i svært mange områder. Og det blir stadig flere områder som møter denne konkurransen. Nkom undervurderer at det er tre landsdekkende aktører med svært gode og konkurransedyktige frekvensporteføljer som kan konkurrere om bredbåndskunder.

Nkom viser videre til at denne kapasitetsbegrensningen gjør seg særlig gjeldende i urbane strøk. Hvis dette er riktig, så har dette mindre å si ettersom urbane områder har flere høyhastighetsnett.

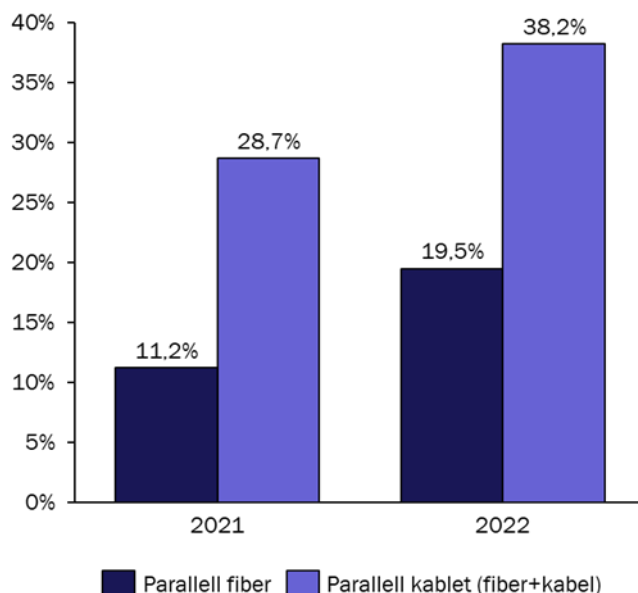
Nkom peker på at dagens FTB-tilbud og usikkerhet knyttet til fremtidig tilbud tilsier at det ikke er et nasjonalt marked. Utviklingen de siste to-tre årene levner ikke tvil om at FTB er et alternativ for svært mange bredbåndskunder, og at det er stadig økende. I flere områder, særlig i områder som er mindre utbygd med konkurrerende nett, er FTB et alternativ for mange kunder. Vi mener Nkom må sannsynliggjøre at denne utviklingen skal stoppe opp/reverseres for å konkludere med at det ikke er et nasjonalt marked i et femårsperspektiv.

Nkom har oversett andre trådløse teknologier som i et femårsperspektiv med stor sannsynlighet vil ha sterk virkning på markedet. Starlink tilbyr i dag bredbånd med en kostnad på 5200 for utstyr og deretter 600-700 for abonnement med hastighet 25-100 Mbit/s. Det er grunn til å forvente at lavbanesatellitter kan møte kapasitetsbehov som Nkoms egen analyse definerer i løpet av noen år.

2.5.3 Duplisering med fiber indikerer et nasjonalt marked

De siste årene har det vært en økende grad av duplisering av fast bredbånd, som det fremgår av Figur 3. Dette har åpenbart mye å si for konkurranseanalysen, men det indikerer også at markedet kan anses som nasjonalt. De siste to årene, og kanskje særlig det siste året, har Telenor duplisert i mange områder, og det synes som Nkom ikke har fanget opp denne utviklingen. Vi vurderer konkurranseforholdene som tilstrekkelig homogene til at man kan definere markedet som nasjonalt.

Figur 3 Andel av husstander med tilgang til parallell dekning



Kilde: NKOMs grunnlagsdata til "Analyse av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett". 2023.

2.5.4 Nkom ser bort fra priser i avgrensingen av det relevante geografiske markedet

Nkom presenterer ikke noen prisanalyser som underbygger at det er separate geografiske markeder. Det ble imidlertid gjort i forbindelse med forrige vedtak i 2018, og Nkom konkluderte da med at like priser pekte i retning av et nasjonalt marked.

Vi forventer at Nkom i sitt endelige vedtak tar med prisanalyser, både for avgrensing av det geografiske markedet, men også for selve konkurranseanalysen. I Tabell 1 viser vi til listepriser fra 2023, hentet fra de ulike aktørenes nettsider, slik som det ble gjort i 2018-vedtaket. Det kan innvendes at listepriser ikke reflekterer hele bildet da man typisk kan ha rabatter og kampanjer i perioder. Hvis Nkom mener at det må tas høyde for rabatter og kampanjer så kan ARPU-tall benyttes. Vi mener det må være svært gode grunner for at prisanalyser ikke gjøres. At det er tidkrevende, er ikke en god grunn for å la være.

Produkt- og pristilbudet ser ut til å være likt mellom ulike områder og aktører (lik hastighet tilbys og fiber tilbys i de fleste områder). Konklusjon er derfor at det er lave prisforskjeller mellom alle aktører og alle geografiske områder i Norge. Prisene i dag skiller seg ikke fra det vi så i 2018. Faktisk er det mindre forskjeller i pris nå enn det var i 2018, da Nkom konkluderte i markedsanalysen med at det ikke var geografiske prisforskjeller eller produktforskjeller og at det dermed ikke burde være separate geografiske markeder.

Tabell 1 Listepriiser ulike aktører, 2023

Hastighet (Mbps)	Teknologi	Telia	Telenor	Viken Fiber	Eidsiva	Bergen Fiber	Lyse Fiber	Signal	Bruse
100-150	Fiber/HFC	779	799	779	749	779	779	-	779
250	Fiber/HFC	879	899	879	879	879	879	879	879
500	Fiber/HFC	989	959	979	-	-	979	-	979
750	Fiber/HFC	1079	1149	1029	1029	1029	1029	1029	1029
1000	Fiber/HFC	1379	1299	1329	1329	1329	1329	1329	1329

3 VURDERING AV ULIKE MARKEDSOMRÅDER

3.1 Metoden for avgrensning av relevante geografiske markeder gir tilfeldige utfall

Nkom har basert på sin analyse definert 22 geografiske markeder, som de mener har tilstrekkelig homogen konkurransesituasjon. Metoden som er benyttet for å definere disse markedsområdene, er beskrevet i Analysens kapittel 4.3, og bygger på retningslinjer i EU-kommisjonens Explanatory Note.

Nkom skriver i sin analyse at det er krevende å definere relevante geografiske markeder i tråd med retningslinjene. Ifølge EU-kommisjonens Explanatory Note, som referert i analysens kapittel 4.3, må et geografisk marked ha tilstrekkelig homogene konkurranseforhold, samtidig som konkurranseforholdene i tilstøtende områder må være merkbart annerledes. Vi mener det ikke er tilstrekkelig beskrevet hva som legges i homogene konkurranseforhold og hva som faktisk er kriteriene. Som et eksempel kan vi trekke frem Osloområdet som er definert som eget geografisk marked, der den høye graden av kollektive avtaler står frem som en viktig forklaringsvariabel for denne avgrensingen. Det er ikke klart for oss hvor dette kriteriet kommer fra, og hvor stor betydning det skal ha.

Det er et stort antall bredbåndstilbydere i Norge, og vi er enige i at det er krevende å definere meningsfulle geografiske markeder. Vi mener likevel at Nkoms tilnærming og de definerte geografiske markedene ikke gir et godt grunnlag for utpeking av SMP. Flere av valgene som er gjort, virker vilkårlige eller preget av pragmatisme, og tar ikke inn over seg faktiske konkurranseforhold i de aktuelle områdene. Det fremstår som om man forsøker å finne områder med en dominerende aktør og at Nkom dermed blir inkonsistente og ser bort fra faktiske lokale konkurranseforhold.

Vi vil også peke på at kompleksiteten i bredbåndsmarkedet innebærer en stor risiko for at markedsavgrensingen blir feil eller i det minste upresis. Det innebærer i det minste at man må legge en høy sikkerhetsmargin for å kunne konkludere med et inngrep mot selskaper.

I det følgende vil vi konkret diskutere fire geografiske markedsområder definert av Nkom, og vise hvordan mindre endringer i subjektive vurderinger knyttet til den geografiske markedsinndelingen kan være avgjørende for hvorvidt en aktør pekes ut som SMP. Vi vil vise at plausible alternative markedsinndelinger finnes, og at disse vil resultere i andre konklusjoner med tanke på SMP. Vårt poeng er ikke nødvendigvis at de alternative inndelingene er mer korrekte enn de Nkom har valgt, men å vise at Nkoms framgangsmåte og konklusjoner leder til tilfeldige resultater. Gitt de store konsekvensene et vedtak om SMP-status vil ha for en bredbåndstilbyders handlingsrom og verdier, er en slik vilkårlighet vanskelig å akseptere.

3.2 Drammensområdet

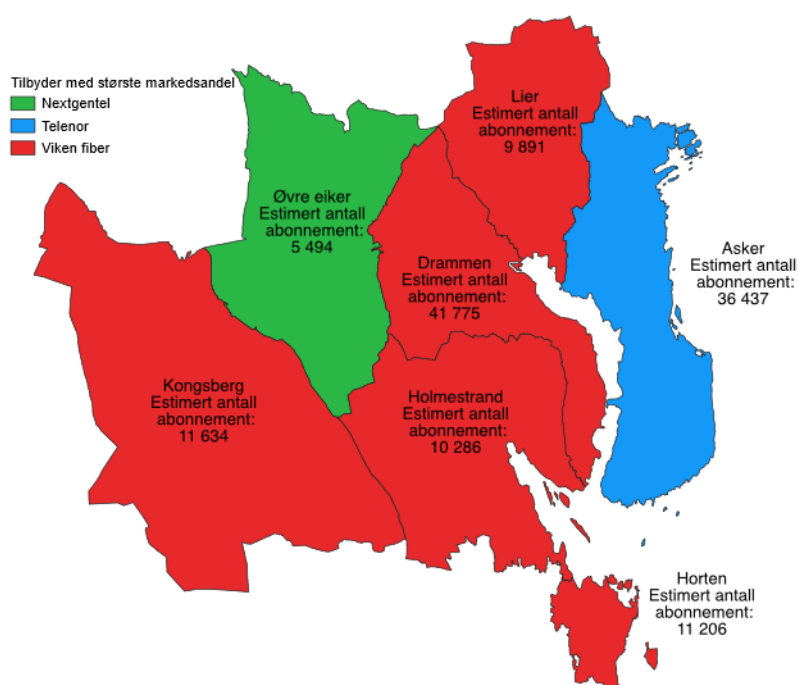
Drammensområdet er av Nkom definert som kommunene Asker, Drammen, Holmestrand, Horten, Kongsberg, Lier og Øvre Eiker. I sin begrunnelse for denne inndelingen peker Nkom på et relativt homogent aktørbilde, og at største tilbyder og største utfordrer er de samme på tvers av kommunene. Viken Fiber er vurdert som SMP i dette området.

Tabell 2 viser markedsandeler i Drammensområdet ved relevante endringer i den geografiske markedsavgrensingen. Figur 4 viser at det er ulike aktører som har størst markedsandel i det definerte geografiske markedet.

Tabell 2 Markedsandel i privatmarkedet for ulike geografiske definisjoner i Drammensområdet

Scenario	Markedsandel i privatmarkedet	
	Viken fiber	Telenor
Nkom inndeling Drammensområdet	48 %	31 %
Kongsberg flyttes til Indre Buskerud	45 %	31 %
Drammensområdet og Kystkommunene i Vestfold og Telemark samlet	40 %	37 %

Figur 4 Illustrasjon av tilbyder med høyest markedsandel i det definerte geografiske området



Vi er uenige i Nkoms analyse på flere vesentlige punkter:

Det er stor forskjell på kommunene i det geografiske området. Telia har betydelige HFC-nett i Asker og Drammen, men spiller en mindre rolle i resten av området. Disse kommunene, og da særlig Drammen, har også en betydelig andel MDU. Øvre Eiker domineres av en sterk lokal tilbyder, mens det i Holmestrand og Horten er konkurranse mellom to relativt jevnstore tilbydere (Viken og Telenor). Kommunene er også svært forskjellige med tanke på bosettingsmønster, bedrifts- og fritidsmarked.

Det er vanskelig å se forskjell på kommuner innenfor og utenfor området. Modum kommune, som ligger like nord for det definerte området, har en konkurransesituasjon som er til forveksling lik Øvre Eiker. Den eneste forskjellen er at den dominerende lokale tilbyderen (Modum Kabel-TV) har både fiber og HFC i sin portefølje, mens Øvre Eiker Fibernet er en ren fiberaktør. Tilsvarende har konkurransesituasjonen i Drammen mer til felles med Oslo enn med de andre kommunene i det definerte området, med høy befolkningstetthet, stort bedriftsmarked, flere fiberaktører, god dekning av høykapasitets FTB og en høy andel kollektive avtaler.

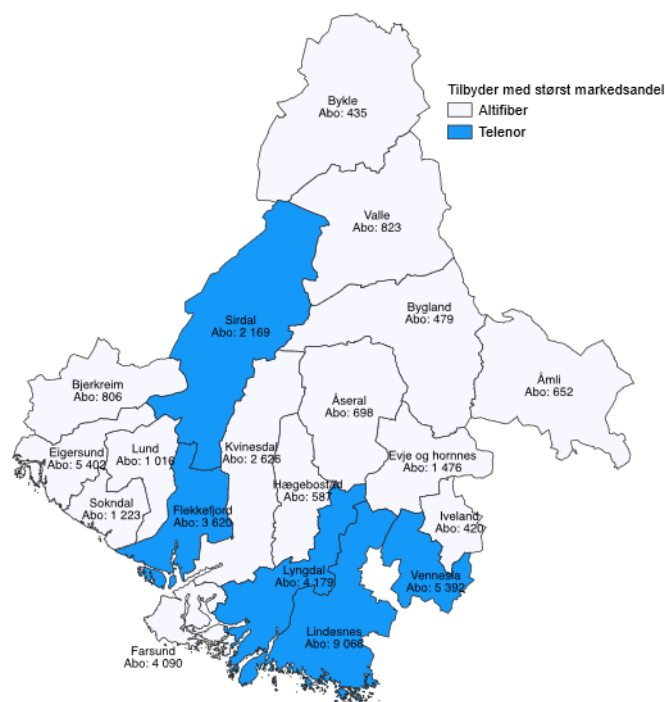
Konkurransforholdene i tilstøtende områder er ikke merkbart annerledes. Som Nkom skriver i sin analyse, er Viken og Telenor de største bredbåndsaktørene i mange av kommunene i det definerte Drammensområdet. Det samme er tilfelle i de fleste kommunene i det foreslåtte markedsområdet Kystkommunene i Vestfold og Telemark. Det er vanskelig å se hvordan kriteriet om at konkurransforholdene i et marked skal være merkbart annerledes i tilstøtende områder kan være oppfylt når man ser disse to områdene opp mot hverandre.

I sum mener vi at punktene over tilsier at grunnlaget for å definere Drammensområdet som et geografisk marked, er for dårlig begrunnet. Det vil være mulig å argumentere for flere andre geografiske markedsinndelinger som i like stor grad følger føringene fra EU-kommisjonen. Slike alternative inndelinger kan føre til helt andre vurderinger med tanke på SMP-status. Et par eksempler på dette er vist i tabellen over. Dersom man for eksempel tar ut Kongsberg, der Viken ikke konkurrerer med Telenor i særlig grad, fra Drammensområdet, synker Viken Fibers markedsandel fra 48% til 45%. Dersom man ser Drammensregionen sammen med Kystkommunene i Vestfold og Telemark, faller Viken Fibers markedsandel til 40%.

3.3 Indre Agder og Dalane

Indre Agder og Dalane er av Nkom definert som kommunene Bjerkreim, Bygland, Bykle, Eigersund, Evje og Hornnes, Farsund, Flekkefjord, Hægebostad, Iveland, Kvinesdal, Lindesnes, Lund, Lyngdal, Sirdal, Sokndal, Valle, Vennesla og Åmli. Nkom peker i sin begrunnelse for denne inndelingen på at aktørbildet og konkurransesituasjonen er relativt homogen innenfor disse kommunene. Altifiber er utpekt som SMP i dette området. Samtidig er Telenor bredbåndstilbyderen med størst markedsandel i fire av de fem største kommunene i området (Lindesnes, Vennesla, Lyngdal og Flekkefjord).

Figur 5 Tilbydere med størst markedsandel i kommunene i Indre Agder og Dalane



Det definerte området utgjør det meste av Altifibers dekningsområde. Altifiber er i tillegg til Indre Agder og Dalane til stede i Kristiansand, der de har 20% av sine kunder. Etter vår mening er det vanskelig å argumentere for at Kristiansand hører til i et annet geografisk marked enn kommunene rundt, og da spesielt Lindesnes og Vennesla, men også nærliggende Flekkefjord. I alle disse kommunene er Telenor den største fiberaktøren med Altifiber som største utfordrer og Telia som nummer tre. Kristiansand hører etter vår mening mer naturlig hjemme i dette geografiske markedet enn i Kystkommunene fra Kragerø til Kristiansand der byen nå er plassert av Nkom.

Tabell 3 Markedsandeler dersom Kristiansand inkluderes i Indre Agder og Dalane

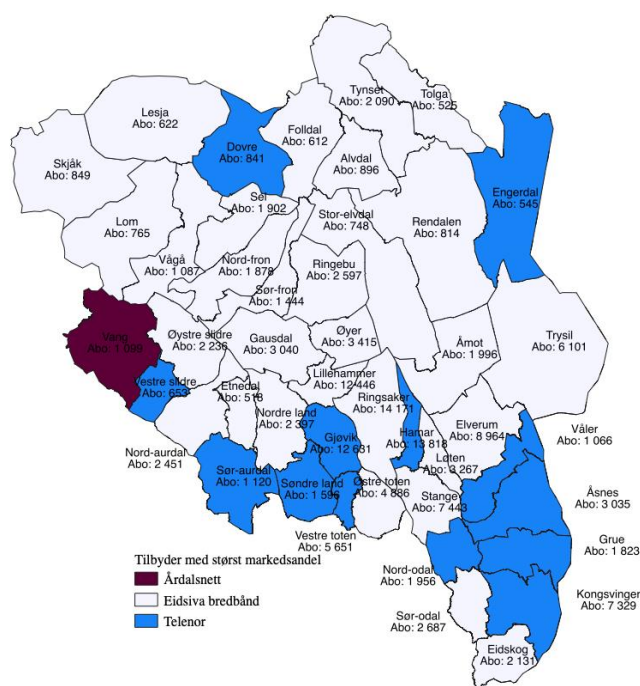
Scenario	Markedsandel i privatmarkedet	
	Altifiber	Telenor
Nkom inndeling Indre Agder og Dalane	49 %	44 %
Kristiansand inkluderes i Indre Agder og Dalane	32 %	45 %

Altifiber er en relativt liten bredbåndstilbyder med totalt 27 701 kunder i sitt dekningsområde. Telenor har til sammenligning 40 371 kunder i samme område (inkludert grossistkunder). Med dagens (nasjonale) regulering er Telenor utpekt til SMP. Det er vanskelig å forstå hvordan en endring der i stedet Altifiber utpekes til SMP og eventuelt pålegges å åpne for grossistsalg i sitt nett skal gi bedre konkurranse.

3.4 Innlandet

Innlandet er av Nkom definert som kommunene Alvdal, Dovre, Eidskog, Elverum, Engerdal, Etnedal, Folldal, Gausdal, Gjøvik, Grue, Hamar, Kongsvinger, Lesja, Lillehammer, Lom, Løten, Nord-Aurdal, Nord-Fron, Nord-Odal, Nordre Land, Rendalen, Ringebu, Ringsaker, Sel, Skjåk, Stange, Stor-Elvdal, Søndre Land, Sør-Aurdal, Sør-Fron, Sør-Odal, Tolga, Trysil, Tynset, Vang, Vestre Slidre, Vestre Toten, Vågå, Våler, Østre Toten, Øyer, Øystre Slidre, Åmot og Åsnes. Eidsiva er foreslått utpekt til SMP i dette området.

Figur 6 Tilbyder med størst markedsandel i kommunene i Innlandet

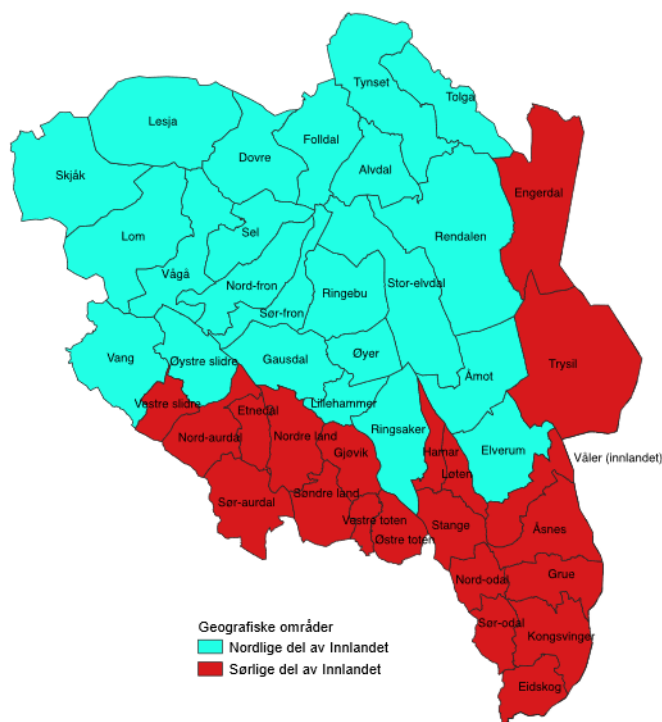


Nkom begrunner definisjonen av dette markedet med at konkurransen drives av to store tilbydere, som i stor grad har overlappende dekningsområde. I dette området kan det virke som Nkom har benyttet motsatt logikk av i Drammensområdet/Vestfold og i Trøndelagskysten/Nordre del av Trøndelag. Disse områdene er i likhet med Innlandet områder som er preget av to store tilbydere med overlappende dekningsområder, men i disse tilfellene har Nkom valgt å dele dem opp i mindre områder for å kunne utpeke en SMP i hvert av dem. Det vil være fullt mulig, og konsistent med Nkoms tilnærming, å gjøre det samme for kommunene i Innlandet.

Figur 7 under viser en alternativ deling av kommunene i Innlandet i en nordlig og en sørlig del hvor den nordlige delen består av kommunene Alvdal, Dovre, Folldal, Gausdal, Lesja, Lillehammer, Lom, Nord-Fron,

Rendalen, Ringebu, Ringsaker, Sel, Skjåk, Stor-Elvdal, Sør-Fron, Tolga, Tynset, Vang, Vågå, Øyer, Øystre Slidre og Åmot mens den sørlige delen består av de øvrige kommunene i Nkoms område Innlandet.

Figur 7 Alternativ inndeling av kommunene i Innlandet i en nordlig og en sørlig del



Med en slik inndeling vil markedsandelene i privatmarkedet bli som vist i Tabell 4 under. Dette vil igjen føre til en ganske annen vurdering av status som SMP.

Tabell 4 Markedsandeler i privatmarkedet med alternative inndelinger av kommunene i Innlandet

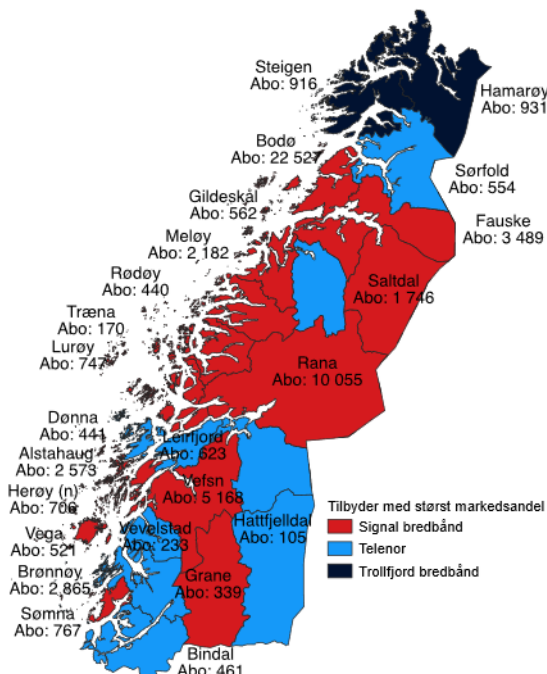
Område	Antall abonnement	Markedsandel i privatmarkedet	
		Eidsiva bredbånd	Telenor
Innlandet (Nkom)	151 000	51 %	39 %
Nordlige del av Innlandet	65 000	66 %	28 %
Sørlige del av Innlandet	84 000	40 %	48 %

3.5 Sørlige og midtre del av Nordland

Sørlige og midtre del av Nordland er av Nkom definert som kommunene Alstahaug, Bindal, Bodø, Brønnøy, Dønna, Fauske, Gildeskål, Grane, Hamarøy, Hattfjelldal, Hemnes, Herøy, Leirfjord, Lurøy, Meløy, Nesna, Rana, Rødøy, Saltdal, Steigen, Sømna, Sørfold, Træna, Vefsn, Vega, Vevelstad. Nkoms begrunnelse er i

hovedsak den samme som for Innlandet, nemlig en konkurransesituasjon drevet av to store tilbydere med stor grad av overlappende dekningsområde. Signal bredbånd er foreslått utpekt som SMP i området.

Figur 8 Tilbyder med størst markedsandel i kommuner i Sørlike og midtre del av Nordland



Vi mener at området, i motsetning til hva Nkom hevder, er preget av stor heterogenitet i konkurransebildet. Signal bredbånd, som er utpekt som SMP, har ingen kunder eller infrastruktur i det hele tatt i enkelte av kommunene, og har en svært lav markedsandel i andre.

Vi mener også det ville være mulig å inkludere Narvik i Sørlike og midtre del av Nordland, siden konkurransesituasjonen her er sammenlignbar med flere andre kommuner i området. Dette vil ytterligere redusere Signals markedsandel til 39%, svært nær Telenors andel på 38%.

3.6 Andre metodiske utfordringer

3.6.1 Kollektive avtaler må inkluderes i beregning av markedsandeler og vurdering av sterk markedsstilling

Nkom har konkludert med at bredbåndsaksess i kollektive avtaler tilhører samme sluttbrukermarked som standardisert bredbåndsaksess basert på individuelle avtaler, men bemerker samtidig at denne konklusjonen ikke har vesentlig betydning for analysene av sterk markedsstilling. Bakgrunnen for dette er at aksessnett som eies av boligsammenslutninger, i all hovedsak er private, brukereide nett som ikke vil omfattes av eventuell tilgangsplikt som pålegges tilbyder med sterk markedsstilling. Denne argumentasjonsrekken er vanskelig å følge.

Vi kan være enige i at aksessnettet til boligsameier i hovedsak er brukereide. Det betyr imidlertid ikke at det ikke finnes et nærmeste punkt/grensesnitt til dette aksessnettet som eies/kontrolleres av en potensiell SMP tilbyder i dette relevante markedet. Vi mener derfor at dersom det finnes et slikt punkt, så bør Nkom vurdere om det er praktisk mulig å gi tilgang til dette punktet, samt vurdere om en slik tilgang kan bidra til å øke konkurransen i markeder som har vesentlig begrenset konkurranse. Dette kan da vurderes opp mot effekten av eksisterende bestemmelser i Ekomforskriften § 9-1 tredje ledd første punktum samt § 9-2 første ledd som retter seg mot sameier/boligsammenslutninger.

Hvis det ikke finnes et slik punkt og/eller det ikke fremstår som et egnet virkemiddel til å øke konkurransen (eller at eksisterende bestemmelser rettet mot boligsammenslutninger er tilstrekkelig), så innebærer ikke det at konkurransen for disse kundene «forsviner» fra markedet. For selve konkurranseanalysen, altså vurderinger av selskapers muligheter til å opptre uavhengig av kunder og konkurrenter, så bør virkningene av konkurransen om disse kundene tas med. Nkom viser selv til at markeder med høy andel av kollektive avtaler har høyere konkurranse om individuelle avtaler enn markeder med lav andel av kollektive avtaler under punkt 437:

«Denne svært høye andelen kollektive avtaler vil også kunne fungere som en disiplinerende faktor med hensyn til vilkårene som tilbys individuelle slutt kunder, fordi flere aktører allerede er til stede med infrastruktur i nærliggende områder. Osloområdet forventes dermed å ha en annen konkurransedynamikk enn markeder med lavere befolkingskonsentrasjon og lavere grad av kollektive avtaler. Nkom mener dette tilsier at ingen av tilbyderne i Osloområdet i stor grad kan opptre uavhengig av kunder, konkurrenter og forbrukere i dette markedet.»

På bakgrunn av dette kan det ikke være riktig å ta bort aksesser fra kollektive avtaler ved beregning av markedsandeler og analyse av sterk markedsstilling.

3.6.2 Bedriftsmarkedet kan ikke ses bort fra i beregningen av markedsandeler

Nkom konkluderer med at standardisert bredbåndsaksess og høykvalitets aksessprodukter ikke tilhører det samme relevante produktmarkedet. Det er derfor et eget produktmarked for aksessprodukter som etterspørres av virksomheter med behov for aksessløsninger med funksjonalitet/kvalitet ut over standardisert bredbåndsaksess. Men Nkom skiller i ekomstatistikken ikke mellom høykvalitets og standardisert bredbåndsaksess for bedrifter. Aksesser som inngår i VPN-tjenester, er inkludert i tallene for fast bredbånd. Nkom har derfor ikke presis informasjon om antall aksesser som benyttes for standardisert bredbåndsaksess i bedriftsmarkedet.

Vi mener at antall bredbåndsaksesser i privatmarkedet ikke gir et tilstrekkelig representativt og riktig bilde av markedssituasjonen, og disse tallene som grunnlag for beregning av markedsandeler er ikke gode nok. Markedsandelene i bedriftsmarkedet skiller seg betydelig fra markedsandelene i privatmarkedet. Det innebærer at den reelle markedsposisjonen til en aktør kan bli betydelig undervurdert eller overvurdert og bidrar dermed til mulige feilaktige konklusjoner.

Med bakgrunn i bedriftsmarkedet mener vi også at markedsandeler basert på omsetning kan belyse hvordan den faktiske markedsposisjonen til de ulike aktørene er.

Hvis det er slik at Nkom mangler data eller metode for å inkludere relevante bedriftstjenester i analysen så må dette i det minste innebære at man tar en høyere sikkerhetsmargin i endelige konklusjoner om utpeking av SMP-tilbydere.

4 INNSPILL TIL KONKURRANSEANALYSER

4.1 Drammensområdet

4.1.1 Det geografiske markedet

Vi er uenige i Nkoms vurdering av det relevante geografiske markedet. Vi mener som utgangspunkt at markedet er nasjonalt. Når man først bruker den metodikken som Nkom legger til grunn, så ser vi at det er små endringer som skal til for å endre analysen.

Vi viser til drøftelser under 3.2 der vi konkluderer med at det er stor forskjell på kommunene i det geografiske området. Det er vanskelig å se forskjell på kommuner innenfor og utenfor området og konkurranseforholdene i tilstøtende områder er ikke merkbart annerledes. Som Nkom skriver i sin analyse, er Viken og Telenor de største bredbåndsaktørene i mange av kommunene i det definerte Drammensområdet. Det samme er tilfelle

i de fleste kommunene i det foreslåtte markedsområdet Kystkommunene i Vestfold og Telemark. Det er vanskelig å se hvordan kriteriet om at konkurranseforholdene i et marked skal være merkbart annerledes i tilstøtende områder kan være oppfylt, når man ser disse to områdene opp mot hverandre.

Det er også uklart for oss hvorfor Osloområdet ikke er en del av det samme markedet. Det synes som Nkom legger stor vekt på kollektive avtaler i Oslo for å forklare dette, men Nkom må forklare hvorfor det i seg selv er en markedsstruktur som innebærer at vi ser på to geografisk adskilte markeder. Vi har problemer med å forstå hvorfor dette er et markedsstrukturelt forhold som innebærer at det er to ulike geografiske markeder. Selv om vi ikke mener det nødvendigvis er avgjørende, så minner vi om at Nkom har definert kollektive avtaler til å tilhøre det samme produktmarkedet som individuelle avtaler, noe som må innebære at det ikke kan være særlig ulike markedsstrukturelle forhold.

Under 3.2 har vi vist at små endringer vil kunne resultere i andre konklusjoner med hensyn til utpeking av SMP-tilbydere. Vi mener derfor det i utgangspunktet er vanskelig å akseptere at konkurranseanalysen skal basere seg på en så usikker avgrensning, og at Nkom i det minste må ta høyde for denne usikkerheten i sin utpeking av SMP-tilbydere.

4.1.2 Datagrunnlag for beregning av markedsandeler

Vi mener det ikke er riktig å utelate kollektive avtaler i beregning av markedsandeler. Nkom bør derfor legge til grunn at Viken Fiber har en markedsandel på 48% og ikke 52%.

Vi viser til våre innspill til dette under 3.6.1.

4.1.3 Nkom undervurderer konkurransen fra to store nasjonale aktører

Telenor og Telia har markedsandeler på hhv. 21% og 24% når kollektive avtaler inkluderes i sluttbrukermarkedet. Tallene i seg selv indikerer at det er to andre sterke aktører i markedet som gjør at det er vanskelig å konkludere med at Viken Fiber har ensidig markedsdominans, og kan opptre uavhengig av kunder og konkurrenter.

Nkom omtaler i analysen at den sterke posisjonen til Viken Fiber i aksessmarkedet understøttes av Altibox sin posisjon som nasjonal innholds-/tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Samtidig unnlater Nkom å omtale posisjonen til de to største nasjonale telekomoperatørene i landet i konkurranseanalysen. Nkom må i denne konkurranseanalysen beskrive disse to og begrunne hvorfor disse ikke representerer tilstrekkelig konkurranse til Viken Fiber.

Det er en parallelldekning på 89% i Drammensområdet. Det betyr at stort sett de aller fleste kan velge mellom flere aksesser. Det er også langt over det som ville være nødvendig for å skape virksom konkurranse.

Nkom begrunner også i sin SMP-utpeking at tilgang til infrastruktur er et hinder for konkurranse fra andre tilbydere. Om vi bare holder oss til Telenor, så er det vanskelig å se at det er grunnlag for å si at Telenor ikke skal kunne utfordre Viken Fiber basert på sin tilstedeværelse på infrastruktur. Telenor har flest kunder på fiber, men leverer også tjenester til mange kunder på HFC og FTB. I Drammenområdet er det mange bedriftskunder, et marked Telenor er svært sterke i. Det innebærer at Telenor gjennom sine kunder i bedriftsmarkedet er til stede i markedet med betydelig infrastruktur. Videre har Telenor et fibernett for å understøtte sitt mobilnett i området.

Vi ønsker også å peke på at det kan synes som om Nkom ikke fullt ut teller med Telia sine nett i Drammensområdet, da ikke alle er inkludert i dekningsundersøkelsen og markedsanalysen. Vi har sett en fallende HFC-dekning i Nkoms rapport siden 2017, men Telia er fortsatt en betydelig infrastrukturaktør i Drammen og det er fullt mulig å få levert tjenester på Telias HFC-nett i dag. Denne konkurransen fra Telia er derfor ikke inkludert i Nkoms konkurranseanalyse.

4.1.4 Nkom undervurderer duplisering og potensiell konkurranse

Nkom viser til at dekningsgraden for kablet aksess er høy og at det er lite igjen av ytterligere fiberutbygging, og at dette bidrar til at det ikke er tilstrekkelig potensiell konkurranse. Den potensielle konkurransen, slik vi ser det, bør vurderes for områder hvor det allerede er dekning, ikke for områder som ikke har dekning. Det er derfor vanskelig å følge Nkoms argumentasjonen på dette punktet.

Nkom peker videre på at en viss grad av duplisering ikke kan utelukkes. Vi mener dette er en kraftig undervurdering av faktiske forhold. Vi ser en pågående duplisering av kablede nett i Drammensområdet, blant annet i Kongsberg, Spikkestad og Krokstadelva for å nevne noen.

Vi er derfor ikke enig i at den potensielle konkurransen ikke er virksom i Drammensområdet. Vi er heller ikke enig i at det ikke er grunn til å forvente duplisering fra Telenor og andre. Vi vil vise under 4.1.6 og 4.1.7 nedenfor at effekten av dette kan ses i kundemobilitet og fallende priser. Nkom må i det minste kunne vise til lav kundemobilitet kombinert med stabile eller økende priser for å kunne konkludere med at det ikke er virksom konkurranse eller potensiell konkurranse som er disiplinerende. Vi viser det motsatte. Nkom har ikke gjort denne analysen, og vi mener dette er analyser som er grunnleggende i konkurranseanalyser, særlig når disse analysene leder til regulatoriske inngrep mot operatører.

4.1.5 Nkom undervurderer konkurransen fra FTB

Nkom viser til at FTB-dekningen er høy i Drammensområdet, men at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse

For det første mener vi at Nkom ikke legger vekt på den reelle konkurransen fra FTB. På snaut to år er markedsandelen for denne aksessformen økt til 7%. Det mener vi er et tydelig uttrykk for at FTB er et attraktivt substitutt til fast bredbånd, som Nkom har tydelig konkludert på. Vi har inntrykk av at Nkom ser på 7% som en ubetydelig kundevækst og marginal kundemasse. Det er det ikke, og denne veksten påvirker åpenbart produkt- og prismiljøet hos de som leverer fast bredbånd.

Vi har også problemer med å forstå hvordan Nkom kan konkludere med at det ikke kan legges særlig vekt på FTB framoverskuende. Veksten er betydelig og Viken Fiber tar hensyn til konkurransen fra FTB i sine produkt- og prisstrategier, potensielt også gjennom egne løsninger for FTB. Det er imidlertid et stykke frem til at Viken Fiber gjennom sin eierandel i Tårnselskapet AS vil kunne konkurrere med FTB på lik linje med Telia og Telenor i Drammensområdet. Det kan derfor se ut som Nkom overvurderer Viken Fiber sine muligheter til å forsvare sin markedsposisjon med bruk av FTB i et femårsperspektiv.

Nkom peker videre på at de er usikre på hvilken betydning FTB har for den videre konkurransen i dette markedet. Hadde man forventet at veksten skulle fortsette i samme takt som de siste par årene, så hadde det etter vårt syn ikke vært noen tvil om at Nkom ikke kunne konkludert med å utpeke SMP-tilbydere, og heller ikke at det er lokale/regionale markeder. Vi oppfatter det slik at Nkom forventer at veksten skal stoppe, uten at Nkom forklarer eller begrunner dette. Vi forventer at Nkom i sin endelige analyse begrunner denne antagelsen.

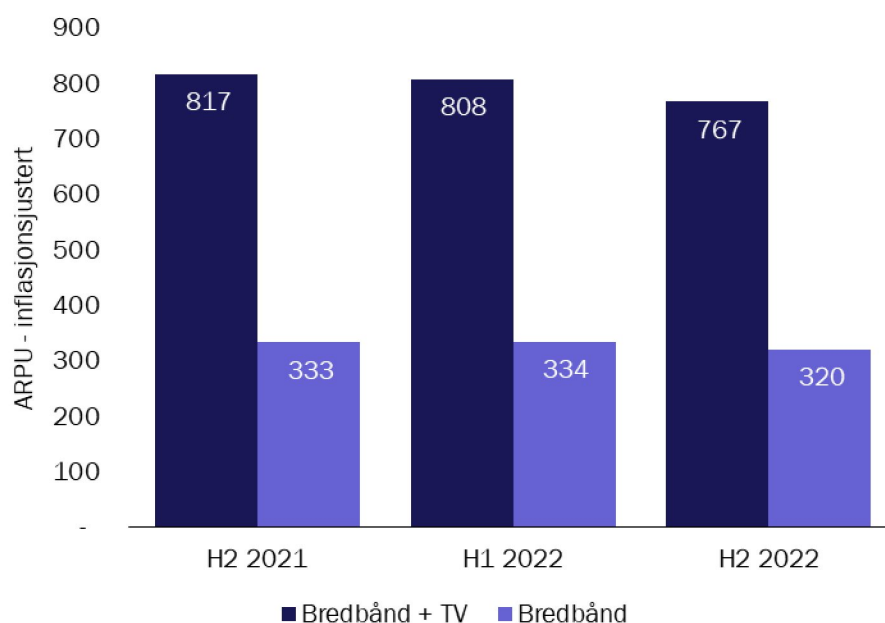
Hvis det imidlertid er slik at Nkom er helt usikre, som Nkom selv hevder, så taler det uansett for at man ikke skal gripe inn. Den høye usikkerheten indikerer da at man ikke har tilstrekkelig begrunnelse for å gripe inn i markedet.

4.1.6 Fallende priser bekrefter virksom konkurranse

I figur 9 viser vi ARPU-tall fra Nkoms ekomstatistikk for Viken Fiber. For det første viser dette at Nkom har relevante tall som kan brukes i sine analyser. For det andre viser det at den inflasjonsjusterte ARPU er fallende og at Viken Fiber har en reell prisnedgang på sine tjenester.

Dette er noe vi kjenner oss igjen i, da Viken Fiber imøtekommer økt konkurranse med rabatter, kampanjer og økt kvalitet og innhold i tjenestene. Den økte verdien av tjenestene, typisk i form av økt hastighet eller mer innhold, kommer ikke frem i denne prisen, som i praksis ville innebære en kraftigere prisnedgang.

Figur 9 Gjennomsnitt ARPU, privatmarked Viken Fiber, reelle kroner. Kilde: Nkom



4.1.7 Økende kundemobilitet bekrefter virksom konkurranse

Viken Fiber opplever en økende grad av kundemobilitet i kundemassen. Når vi ser utelukkende på kunder som flytter over til en av våre konkurrenter, så har denne kundemobiliteten økt med [redacted] for individuelle avtaler. Dette til tross for at Viken Fiber på samme tid har redusert priser og økt kvalitet/innhold for å hindre at våre kunder går til våre konkurrenter.

Dette er basert på innrapporterte tall til Nkom. Vi mener det er en mangel at Nkom ikke benytter seg av denne informasjonen sammen med prisanalyser for å vurdere konkurransen i markedet. Vi mener videre at tallene klart indikerer en endring i markedet og virksom konkurranse.

4.2 Sørliche og midtre del av Nordland

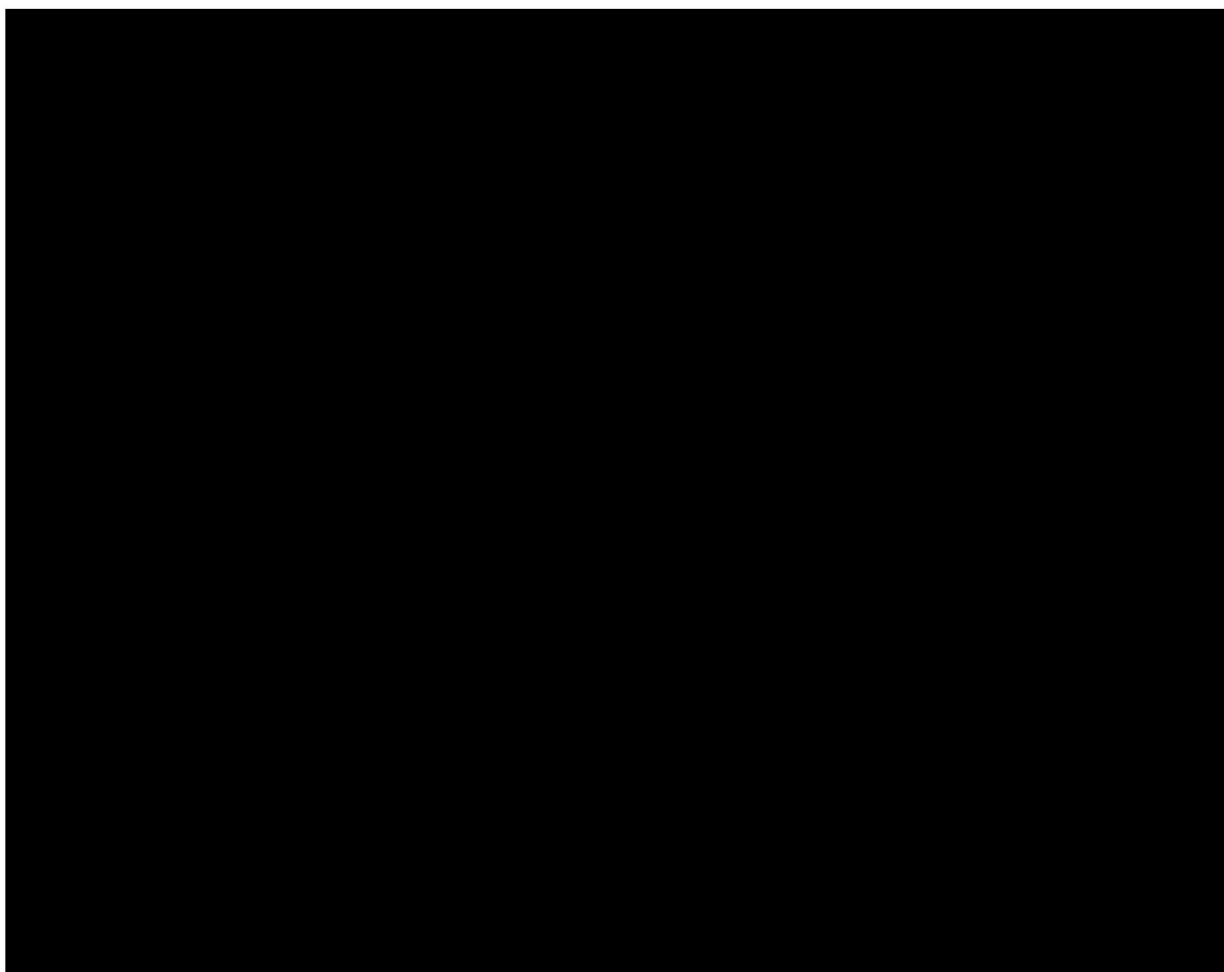
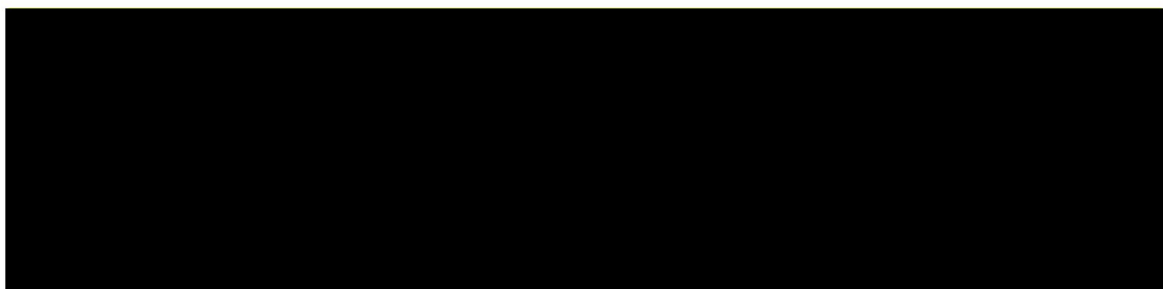
4.2.1 Den geografiske markedsavgrensingen

Som beskrevet tidligere i høringsvaret, mener vi at det er flere indikasjoner på at markedet er nasjonalt og ikke lokalt/regionalt. Når Nkom først velger å definere lokale/regionale markeder, så mener vi at den valgte fremgangsmåten fører til en markedsavgrensing for Signal som er vanskelig å kjenne seg igjen i.

Som beskrevet under punkt 3.5 mener vi at det definerte markedet er preget av stor heterogenitet i konkurransebildet. Signal bredbånd, som er utpekt som SMP, har ingen kunder eller infrastruktur i det hele tatt i enkelte av kommunene, og har en svært lav markedsandel i andre.

Vi mener også det ville være mulig å inkludere Narvik i Sørliche og midtre del av Nordland, siden konkurransesituasjonen her er sammenlignbar med flere andre kommuner i området. Dette vil ytterligere redusere Signals markedsandel til 39%, svært nær Telenors andel på 38%.

4.2.2



4.2.3 *Potensielle feil i dataunderlag*

Tabell 5 viser en potensiell feil i tallgrunnlaget som er brukt i markedsanalysen. Gitt at Signal har 31 883 kunder i totalmarkedet i det SMP-utpekte markedet, og dette er 52% så er totalmarkedet på 61 217. Signal hadde 30.06.2022 10 626 BRL-kunder (MDU) i det SMP-utpekte området. Gitt at markedet for MDU er 16 000 (som det oppgis til i markedsanalysen), så er Signal sin markedsandel i SDU-markedet 46,9%, ikke 49%.

Tabell 5 Tallgrunnlag i markedsanalysen

Tall fra 30.06.2022					
		Totalt (fra NKOM)	MDU	SDU	
Signal	52 %	31 833	10 626	21 207	46,9 %
Alle	100 %	61 217	16 000	45 217	

4.2.4 Konkurransen fra Telenor er undervurdert

Nkom peker på at det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i sørlige og midtre del av Nordland som det Signal Bredbånd har bygd ut. Nkom peker videre på at Signal Bredbånds kontroll over infrastruktur som i omfang er vanskelig dupliserbar i dette markedet, gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder.

Denne argumentasjonsrekken er vanskelig å følge siden Telenor har en markedsandel på 38% i det definerte markedsområdet. En så høy markedsandel kan ikke indikere noe annet enn at Telenor absolutt er i stand til å konkurrere mot Signal, og er da heller ikke hindret fra å etablere seg. Telenor har en høy takt på duplisering for å kunne øke sine markedsandeler som ikke er hensyntatt i Nkoms konkurranseanalyser. I appendiks A har vi lagt ved eksempler på Telenors duplisering av Signal Bredbånds fibernet.

Telenor har et omfattende landsdekkende stamnett og distribusjonsnett på fiber som understøtter all tjenstedistribusjon både i fastnettet og mobilnettet. Dette gjør at Telenor er i særlig god posisjon i rurale områder. Telenor har også et godt etablert nett for å tilby høyende aksessprodukter som gir Telenor gode muligheter til å etablere fiberaksesser i konkurranse med Signal Bredbånd.

Telenor har en HFC-dekning til over 26 000 husstander (tall fra markedsanalysen til NKOM) på HFC-nettet sitt i hhv. Bodø, Rana og Vefsn. Til sammenligning har Signal en fiberdekning på 20 236 i SDU- og MDU-markedet. Telenor har aktivt salg på disse nettene, og bruker ofte kampanjepriser. Som et eksempel er kampanjen som Telenor har nå i Bodø illustrert under.

Produkt	Engangs-/ månedspris	Minste total- pris 12 md.	Du sparer
Etablering	0,-	0,-	1 990,-
TV og Bredbånd 500, T-We Boks II med opptak og WiFi Ruter II*	899,-/md.	10 788,-	8 244,-
Frakt T-We Boks II og WiFi Ruter II	149,-	149,-	
Sum		10 937,-	10 234,-

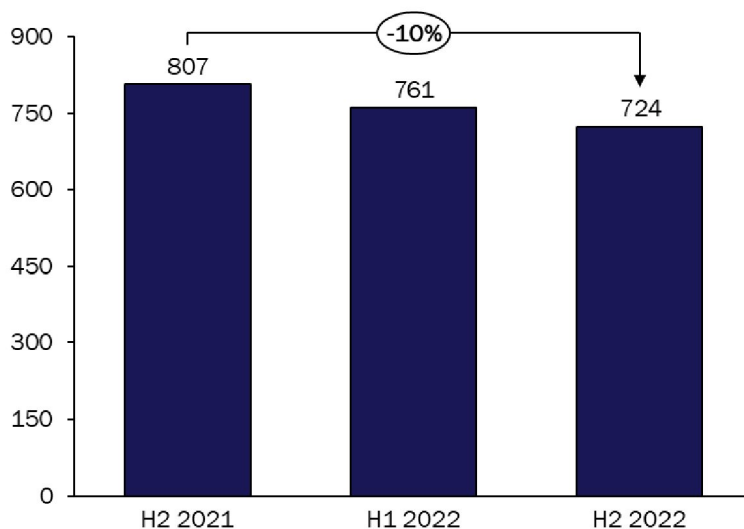
Produkt	Engangs-/ månedspris	Totalpris 12 md.	Du sparer
Etablering	0,-	0,-	1 990,-
Bredbånd 500 og WiFi Ruter II*	699,-/md.	8 388,-	3 708,-
Frakt WiFi Ruter II	149,-	149,-	
Sum		8 537,-	5 698,-

Telenor har 24 måneders prisgaranti på dette tilbudet. Selger har mulighet til å gi gratis måneder i tillegg.

4.2.5 Fallende priser

Figur 11 viser vi ARPU-tall fra Nkoms ekomstatistikk for Signal Bredbånd. Den viser at inflasjonsjustert ARPU er fallende og at Signal har en reell prisnedgang på sine tjenester. Denne informasjonen mangler i Nkoms markedsanalyse. Denne pristilpasningen skjer fordi Signal presses fra flere konkurrenter.

Figur 11 ARPU Signal Bredbånd, bredbånd + TV, reelle kroner

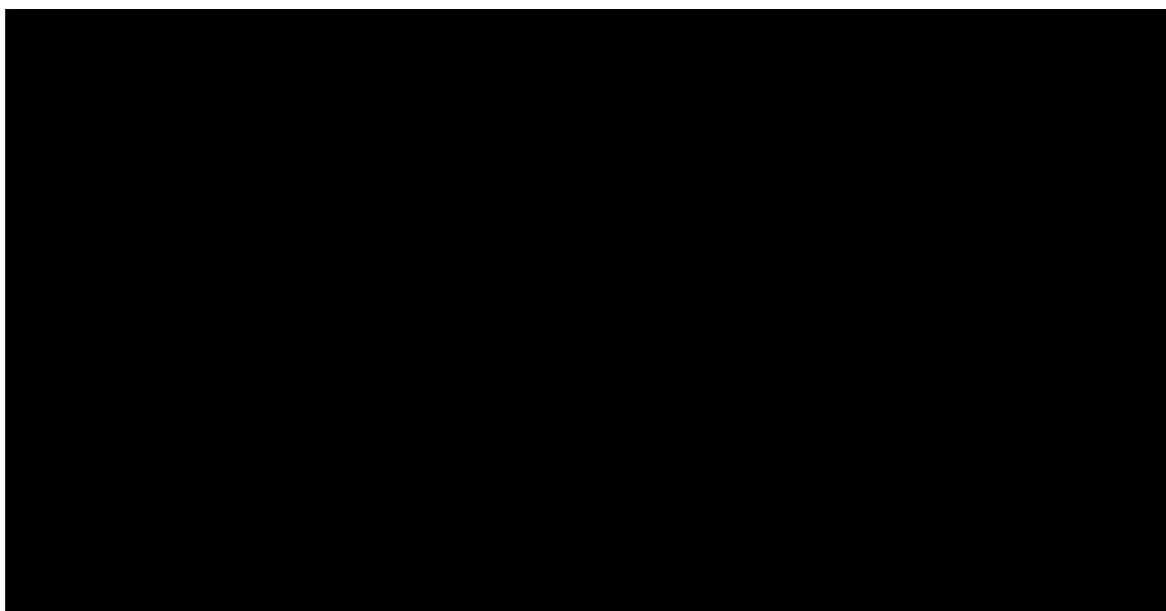


Telenor er den største konkurrenten, som er til stede på alle teknologier (Fiber, HFC og FTB). De opererer med «passive» tilbud som man kan få ved å bestille på nett, samt mer aggressive tilbud som man får fra dørselgere. Det samme ser vi fra Global Connect og Telia.

Nyeste tilbud fra Telenor er 599,- for 100 mbit og 899 for 500 mbit og TV. I tillegg får man 2 måneder gratis og en prisgaranti i 24 måneder. Disse tilbudene har de typisk brukt i HFC-nett og fibernet. Vi forventer at det også kommer på FTB.

4.2.6 Økende kundemobilitet

Samtidig som Signal reduserer priser og øker hastigheter og innhold, så ser vi økende antall kunder som går over til konkurrenter. Denne utviklingen har vært særlig merkbar de siste par årene, og er ikke reflektert i Nkoms konkurranseanalyser.



4.2.7 Konkurransen fra FTB er undervurdert

Til tross for at FTB på kort tid har oppnådd en markedsandel på 11% i dette geografiske markedet, så konkluderer Nkom med at FTB ikke representerer potensiell konkurranse. Dette er en konklusjon som er

vanskelig å følge. 11% er en betydelig andel av markedet som er tatt av ny teknologi på svært kort tid. Vi viser for øvrig til våre drøftelser under 4.1.5 på dette punktet.

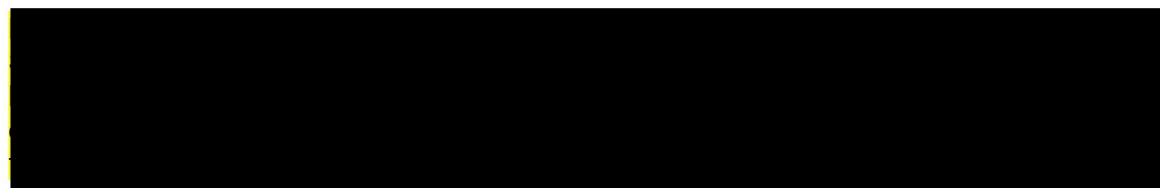
4.3 Stavangerområdet

4.3.1 Datagrunnlag for beregning av markedsandeler

Vi mener det ikke er riktig å utelate kollektive avtaler i beregning av markedsandeler. Nkom bør derfor legge til grunn at Lyse Fiber har en markedsandel på 69% og ikke 71% i det definerte geografiske området.

Vi viser til våre innspill til dette under 3.6.1

4.3.2



4.3.3 Markedsposisjoner i andre markeder er ikke relevante

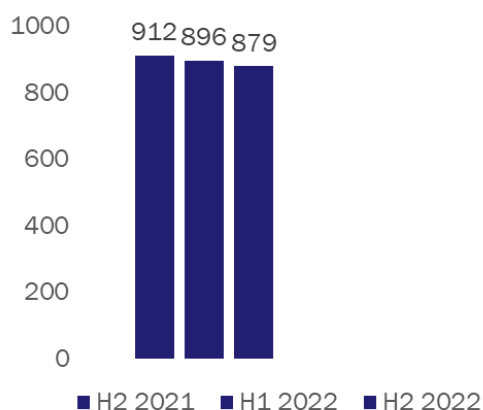
Nkom trekker frem at Lyse er et horisontalt integrert selskap med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som varmepumper, solcellepanel og elbilladere. Nkom mener at en slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer kan bidra til å øke Lyse Fibers konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Stavangerområdet.

Det er et argument vi ikke kan finne i andre konkurranseanalyser vi har sett på, og det er også vanskelig for oss å se hvordan dette kan begrense konkurransen og lede til høyere priser enn man ellers ville hatt. Det er mulig man kunne sett hen til dette hvis det var overførsel av kundelister, bundling av produkter eller andre mekanismer som kunne brukes for å overføre posisjon fra et marked til annet. Slik er det imidlertid ikke. Hvis Nkom skal bruke dette som et argument for å utpeke SMP-tilbydere, så må det i det minste forklares bedre hvordan dette brukes av Lyse Fiber for å styrke sin posisjon i bredbåndsmarkedet.

4.3.4 Fallende priser

Figur 13 viser at prisene er fallende for Lyse Fiber sine kunder. Lyse Fiber imøtekommer økt konkurranse med rabatter, kampanjer og økt kvalitet og innhold i tjenestene. Den økte verdien av tjenestene, typisk i form av økt hastighet eller mer innhold, kommer ikke frem i denne prisen, som i praksis ville innebære en kraftigere prisnedgang. Vi mener denne prisutviklingen illustrerer at det er virksom konkurranse i markedet som Nkom ikke har vurdert i sine analyser. Vi mener videre at prisene indikerer at Lyse Fiber ikke opererer med priser og produkter som skiller seg fra markeder hvor det ikke er utpekt SMP-tilbydere.

Figur 13 ARPU privatmarked bredbånd + TV Lyse Fiber. Kilde: Nkom



4.3.5 Det er ikke gjennomført en konkurrentanalyse

Nkom trekker frem at Lyse Fiber tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder, og at Lyse Fibers sterke posisjon i aksessmarkedet i Stavangerområdet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds-/ tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Nkom gjør ikke en slik vurdering av de to største konkurrentene Telenor og Telia. Dette er en klar mangel i analysen. Selv om det ikke er analysert, følger det av konklusjonen til Nkom at Telenor og Telias ikke er i posisjon til å svekke Lyse Fibers posisjon i aksessmarkedet. Det er direkte feil.

4.3.6 Markedet er nasjonalt

Vi mener markedet er nasjonalt, og viser til våre drøftelser under 2.5.

Når det gjelder Stavangerområdet og utpeking av Lyse som SMP, så har ikke Lyse kunder eller infrastruktur i Klepp kommune. Slike eksempler finner vi flere av i andre definerte geografiske markeder, og illustrerer ganske tydelig at den geografiske markedsavgrensingen i lokale/regionale markeder er utfordrende og gir mange ulogiske utfall. Vi mener det ikke er gode nok argumenter til å definere lokale/regionale markeder, og all den tid man heller ikke har et metodisk rammeverk som kan gi riktige geografiske avgrensninger, så bør Nkom gå tilbake til en nasjonal markedsavgrensing i tråd med Nkoms egen analyse i denne markedsanalysen. I Nkoms egen analyse under punkt 187 konkluderer Nkom med følgende:

«...vil de tre største infrastrukturaktørene/partnerskapene i det norske bredbåndsmarkedet være i posisjon til å tilby både fiber-/HFC-aksess og FTB i 5G-nett i store deler av landet den kommende reguleringsperioden. Dette innebærer at disse aktørene/partnerskapene, som svar på en marginal prisendring, på relativt kort sikt vil være i stand til å endre sin produksjon eller distribusjon av produkter/teknologier og tilby substituerbare produkter/teknologier uten å pådra seg betydelige tilleggskostnader eller risiko.»

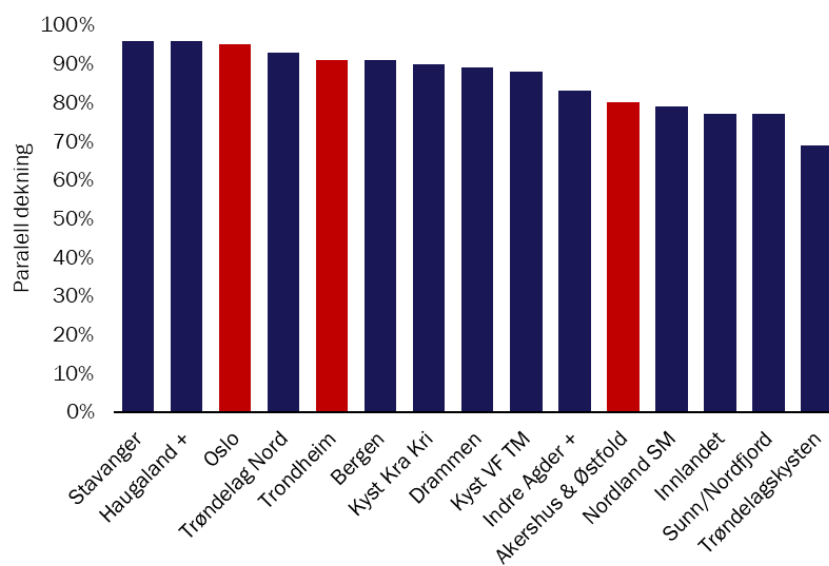
Det er vanskelig å forstå hvordan man med bakgrunn i dette kan komme til at markedet er lokalt/regionalt. Nkom peker selv på sin usikkerhet mange steder i markedsanalysen om hvorvidt FTB kan anses som et konkurrerende produkt eller ikke, til tross for at dette fremstår som entydig i produktavgrensingen.

Usikkerheten knyttet seg særlig til framtidig utvikling, og vedtaket skal være framoverskuende. Vi mener denne usikkerheten indikerer at man ikke har tilstrekkelig grunnlag for å gripe inn i markedet.

4.3.7 Nkom undervurderer konkurransen fra parallelle nett og særlig Telenor

Stavangerområdet har den høyeste parallelldekningen av de definerte relevante markedsområdene. Det synes likevel ikke som dette har hatt noen betydning for Nkom sine analyser. Vi vil også peke på at Nkom sannsynligvis ikke har data som reflekterer den faktiske dekningen av inaktive nett.

Figur 14 Andel parallell dekning i ulike geografiske områder. Kilde: Nkom Markedsanalyse 2023



I sin analyse av potensiell konkurranse peker Nkom på at Lyse Fiber har så høy dekning at det ikke er grunn til å forvente at det kommer nye fibernett. Det er en litt vanskelig fremstilling å forstå da det er nettopp områder med dekning som er utgangspunktet for en vurdering av potensiell konkurranse. Vi mener videre det er en uriktig vurdering at det ikke forekommer duplisering av fiber i Stavangerområdet som er tilstrekkelig til å disiplinere prisene i markedet. Duplisering av fibernett og FTB er klart tilstrekkelig til stede i Stavangerområdet da vi ikke kan se at priser og produkter i dette området skiller seg fra andre områder. Vi vil også vise til at det ligger en betydelig dekning med HFC i villaområder hvor Lyse Fiber leverer tjenester over fiber, som våre konkurrenter kan levere tjenester på, herunder Stavanger kommune (43%), Sola kommune (28%), Sandnes kommune (9%), Randaberg kommune (32%), Time kommune (42%) og Hå kommune (26%).

Vi vil særlig peke på at Telenor har et omfattende landsdekkende stamnett og distribusjonsnett på fiber som understøtter all tjenstedistribusjon både i fastnettet og mobilnettet. Dette gjør at Telenor er i god posisjon i alle markeder og representerer både en reell og potensiell konkurranse på fast og trådløs teknologi. Telenor har en sterk merkevare og bred produktportefølje til å konkurrere i alle segment. Vi ser også at Telenor har økt sine investeringer og konkurransekraft betydelig både i fast og trådløs teknologi de siste par årene. Vi mener Nkom ikke har en tilstrekkelig analyse av Telenor i markedsanalysen, og at Nkom heller ikke tar tilstrekkelig hensyn til utviklingen de siste par årene.

4.3.8 Nkom undervurderer FTB

FTB tilbys i hele markedet av to sterke nasjonale aktører, og det er klart at Lyse Fiber må hensynta denne konkurransen i sin prising og produktportefølje. Nkom peker på at FTB bare utgjør 5% av markedet, og derfor ikke kan tillegges vekt. Dette er vi uenig i. 5% er en betydelig andel av kundemassen som er kommet på kort tid.

Vi viser for øvrig til våre drøftelser under 4.1.5

Lyse takker ellers for muligheten til å komme med våre innspill, og bidrar gjerne med mer informasjon dersom Nkom ønsker det i sitt videre arbeid med saken.

Med vennlig hilsen, Lyse AS

Eirik Børve Monsen

Appendiks A Eksempler duplisering fibernett Signal Bredbånd

Ytteren:

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/332482>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/332948>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/332953>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335082>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335097>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335099>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335107>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335109>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335111>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335150>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335574>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335584>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335770>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/335968>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336166>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336460>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336680>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336684>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336712>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336714>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336743>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336747>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336749>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336767>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336786>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336796>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336798>

Båsmoen:

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336856>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336953>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336955>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336957>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336961>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336986>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/336990>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337090>

Gruben:

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337128>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337130>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337132>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337134>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337136>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337171>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337183>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337185>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/337467>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338247>

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338248>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338249>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338251>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338253>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/338255>

2021:

Ytteren

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/367326>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/367404>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/367407>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/367421>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/367423>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368117>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368119>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368121>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368123>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368125>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368127>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368129>

Båsmoen:

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368131>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368134>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368136>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368138>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368140>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368142>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368144>

Gruben:

<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368150>
<https://rana.gravearbeider.no/soknad/view/368152>

Samme for Mosjøen her 2019:

<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/284388>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/284403>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/284406>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/284412>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/284416>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/285882>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/285886>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/285890>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/285942>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/285945>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/286232>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/286238>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/290301>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/290400>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/290893>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294565>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294567>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294572>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294578>
<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294580>

<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/294587>

<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/296833>

<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/view/298535>

Her er flere:

<https://vefsn.gravearbeider.no/soknad/list?f=2019&page=10>

Sandnessjøen:

<https://alstahaug.gravearbeider.no/>

Brønnøysund:

<https://bronnøy.gravearbeider.no/>

I tillegg har Telenor bygd over oss i 3 ulike områder i Bodø (Grønnåsen, Bodøsjøen og Alstad). Telenor bygger også et stort område i Tromsø i år:

<https://www.itromso.no/nyheter/i/z7y6Ag/her-skal-det-bygges-fibernet-for-21-millioner-kroner>
