



Høringssvar fra Haugaland Kraft Fiber AS

Markedsanalyse av markedet for tilgang til faste aksessnett



INNHOOLD

1. INNLEDNING	3
2. INNSPILL TIL MARKEDSANALYSEN	4
2.1. Avgrensning av produkt og sluttbrukermarkedet	4
2.2. Avgrensning av det geografiske markedet	5
2.3. Antall abonnement - mangelfullt og direkte feil i mange områder	6
2.4. Markedsandel fra fritidsmarkedet	7
2.5. Kollektive avtaler bør være med i beregning av markedsandeler	7
2.6. Markedsandeler fra bedriftsmarkedet må beregnes	7
2.7. Prisutvikling og kundemobilitet indikerer virksom konkurranse	8
2.8. Nkom har ikke vurdert konkurransen fra Telenor og Telia	9
3. HAUGALAND KRAFT FIBER SOM AKTØR I BREDBÅNDSMARKEDET	12
3.1. Haugaland Kraft sin posisjon i andre markeder er ikke relevant	12
3.2. Haugaland Kraft Fiber AS som konkurranseaktør i markedet	12
3.3. Haugaland Kraft Fiber AS som grossistleverandør	13
4. KONKLUSJON	13

1. INNLEDNING

Vi har med stor interesse satt oss inn i analysen som Nkom har utarbeidet og vil berømme Nkom for markedsanalysens omfang, samt initiativ til dialog og åpenhet rundt usikkerhetsmoment i analysen, i etterkant av publisering.

Markedsanalysen Nkom legger fram i høringsdokumentet, vil påvirke regionale bredbåndsmarkeder i stor grad, og må tillegges en betydelig vekt når det her tegnes rammer for norsk bredbåndpolitikk og leveranser til fremtidens digitale samfunn. Det er viktig at konklusjoner i analysen baseres på en overveiende og stor grad av sikkerhet. Haugaland Kraft Fiber er ikke overbevist om at dette er tilfellet. Vi er derimot overbevist om og merker daglig at markedssituasjonen er i en markant endring. Grunnlaget for en regulatorisk inngripen i sin helhet, fremstår som usikkert og innebærer stor risiko. På sentrale områder bærer også markedsanalysen preg av usikkerhet, både i selve utførelsen og grunnlaget for konklusjonene, noe Nkom selv også vedgår på flere punkter.

En regional regulering av markedet vil gi en nærmest ugjenkallelig endring for både tilbydere og sluttbrukere, og påvirker investeringsviljen og prioriteringer hos små lokale og regionale leverandører, som Haugaland Kraft Fiber. Selv om reguleringens hovedhensikt, i utgangspunktet, er å gjøre seg selv overflødig, vil den sette dype spor i mange unike aspekter av det å være en liten og lokal leverandør. Det er av meget stor viktighet at en eventuell inngripen i markedet gjøres på 'sikker grunn' og med et tydelig framoverskuende perspektiv.

I Haugaland Kraft Fiber anser seg ikke ferdig med samfunnsoppdraget om å bidra til en full bredbåndsdekning. Vi jobber sammen med andre små og store bredbåndslleverandører for å oppnå full bredbåndsdekning i Norge, i tråd med norsk bredbåndspolitik. Det er nå en kraftig dreining av aktivitet mot nødvendige oppgraderinger og reinvesteringer, robustgjøring av infrastruktur og økt sikkerhetsbehov, for å nevne noe. Totaliteten av denne aktiviteten gir en drastisk økning i kostnader, uten noen garanti for et økt inntektsnivå. Fortsatt gjenstår krevende investeringer og utbygginger, som trolig blir mer utfordrende når rammene for disse nå kan utsettes for store og uoversiktlige endringer, og det innen kort tid.

Som en regional leverandør i telekommunikasjonsbransjen i snart to tiår, gir forutsigbarheten rammer for langsiktige investeringer, hovedtyngden i grunnlaget og mulig gjøring av vår aktivitet i markedet på Haugalandet. Konsekvensene av konklusjoner i Nkom sin analyse, ser vi vil endre forutsetningene for rammene betraktelig, og også skape unødvendig usikkerhet både for leverandører og eiere. Eierne våre er primært kommunene i regionen og dermed indirekte innbyggere som også er våre kunder.

En regulering med sikte på å sette rammer for hvordan aktørene opererer og konkurrerer vil påvirke hvordan investeringer prioriteres, sikkerhet ivaretas, og hvor tilfredse kundene er med leveranse, service, og produkt. Det er en stor oppgave, og særdeles viktig for hvordan vårt digitale samfunn

vil se ut i framtiden. Konklusjonen vil påvirke alle sider av det norske bredbåndsmarkedet i all overskuelig framtid.

Haugaland Kraft Fiber mener på sin side at markedet allerede i dag, og i raskt økende grad, innehar alle nødvendige ingredienser for økt markedsdynamikk, og er uten behov for regulatoriske inngrep. Vi opplever at vi ikke har en dominerende stilling i markedet som gir Haugaland Kraft Fiber mulighet til «utilbørlig utnyttelse av vår stilling».

Haugaland Kraft Fiber ønsker å spesielt belyse følgende områder hvor vi mener Nkom ikke fremstår som overbevisende i sin analyse:

- Vi stiller spørsmål ved avgrensningen av produktmarkedet som vi mener er lite framoverskuende og tar i liten grad inn over seg den teknologiske og markedsmessige utviklingen vi merker hver eneste dag.
- Vi mener at markedet i utgangspunktet er nasjonalt og stiller spørsmål ved Nkoms inndeling i geografiske markeder som vi opplever er preget av pragmatisme, uklarheter og er vanskelig etterprøvbare
- Vi stiller spørsmål ved grunnlaget for å beregne markedsandeler og segmenteringsgrunnlaget og mener det er åpenbare mangler og feilkilder i grunnlaget.
- Vi mener Nkom undervurderer konkurransen og utviklingen i konkurransen og har ikke vurdert hverken prisutvikling eller kundemobilitet.
- Vi mener at markedsutviklingen og dynamikken ikke hensyntas i analysen da det ligger helt klare føringer i ESAs Retningslinjer (artikkel 3.1 pkt. 56 og 60 spesielt) om utpeking av SMPer i markeder i store endringer og med stor teknologisk utvikling.

I vårt svar søker vi å belyse disse forhold. Avslutningsvis kommentarer til Haugaland Kraft Fiber som grossistleverandør

2. INNSPILL TIL MARKEDSANALYSEN

2.1. Avgrensning av produkt og sluttbrukermarkedet

Haugaland Kraft Fiber støtter Nkoms vurdering og inkludering av Fiber, HFC og FTB i produktavgrensningen til sluttbrukermarkedet. Når det gjelder mobilt bredbånd er vår oppfatning at det ved oppgradering av 4G og utbredelsen av 5G vil, av svært mange sluttbrukere, oppfattes som et substitutt til faste bredbåndsløsninger. Utbyggingen av 5G har kommet svært langt i Norge og en inkludering av mobilt bredbånd i produktmarkedet støttes av både *Explanatory Notes* «*It is likely already with in the timeframe of this recommendation, that the potential substitutability between fixed and mobile, particularly 5G, broadband access will need to be considered*», og av at mobilt bredbånd markedsføres av flere aktører som «like bra som fiber», med ubegrenset datatrafikk, med underholdningsløsninger som TV og strømmetjenester. Det er stor bevegelse i markedet og i tilbudet til sluttbrukere, ikke minst ved at 5G rulles ut nasjonalt med stor hastighet, noe som tilsier at antakelsene om sluttbrukers oppfatning om produktet samt konkurransesituasjonen kan ha endret seg radikalt det siste året.

Vi vil også henvise til Markedsrådets betraktninger i sak MR-2019-362 med spørsmål om hvilken relevans Nkom har tillagt Markedsrådets betraktninger, i vurderingen av mobilt bredbånd versus fast aksess bredbånd, og inkludering av førstnevnte i analysens definerte produktmarked, sett i lys av dagens situasjon. Fri data i mobilt bredbånd-abonnement, er i dag en realitet, i motsetning til i 2019. I dagens marked ser vi også bundling av OTT-produkter – for eksempel Chili Mobil – Fri Data Viaplay. I Haugaland Kraft Fiber stiller vi oss spørrende til om det ikke i markedsrådets betraktninger blir lagt føringer som nå gjør seg gjeldende også i denne sammenhengen, og er meget relevante i dagens definisjon av produktmarked, og som videre kan være helt avgjørende for hvilken konklusjon Nkom kommer fram til, i det helt kritiske og avgjørende spørsmålet for analysen i sin helhet – om markedet er regionalt eller nasjonalt? Vi mener også det er relevant at Nkoms spørreundersøkelse blant husstander gjennomført i 2022, i stor grad er basert på FTB over 4G (pkt. 123).

Det er stor aktivitet og en rivende teknologisk utvikling i bredbåndsbransjen i Norge. Det gir sluttbrukere flere alternativer. Lavbanesatelitter er en av de alternative løsningene som allerede er på markedet og er et tilbud som stadig utvikles og styrkes som et alternativt produkt for en del brukergrupper. Den teknologiske utviklingen av Lavbanesatelitter er ikke lenger et teoretisk alternativ til fast aksess bredbånd, men har allerede etablert seg på markedsplassen, både i tilstrekkelig omfang og nå etter hvert til konkurransedyktige priser. Inngangsbarrierene inn i bredbåndsmarkedet er derfor ikke høye da denne teknologien beviselig har funnet veien inn og blitt et alternativ for kundene.

2.2. Avgrensning av det geografiske markedet

I utgangspunktet mener vi at bredbåndsmarkedet er nasjonalt. En stor andel av våre kunder har allerede mulighet til å kjøpe bredbånd med kablet eller trådløs teknologi fra nasjonale aktører som Telenor og Telia. Andre leverandørers produkter er i full konkurranse med våre produkter, som Nkom selv konkluderer med i sin markedsanalyse. Produktene markedsføres i digitale kanaler, og selges inn av selgere på dør eller telefon. Vår forståelse er at konkurransen er hard i de fleste områder. I tillegg foreligger det ingen indikasjoner på at prisene for bredbåndsprодукter varierer mellom ulike landsdeler eller regioner i Norge. Vi har liten forståelse for at Nkom velger å definere lokale/regionale markeder når Nkom selv konkluderer så tydelig i sin produktavgrensning at FTB er en del av det samme markedet som Fiber og HFC. Vi ser ikke noen grunn til at veksten av FTB vil stoppe, eller at utviklingen i mobile bredbåndsprодукter med tilfredsstillende kapasitet og innhold vil stagnere. Analysen til Nkom fremstår lite framoverskuende.

Når Nkom likevel velger å definere lokale/regionale markeder, så fremstår dette som om det er gjennomført en svært skjønsmessig vurdering om hvilke kommuner som skal inngå i samme geografiske marked, der vurderingskriteriene fremstår både vilkårlige, uforutsigbare og vanskelig etterprøvbare. Et viktig kriterie for inndeling i geografiske markeder er at det skal være tilstrekkelig homogenitet i området, samt at konkurranseforholdene i tilstøtende områder skal være vesentlig annerledes.

Haugaland Kraft Fiber, som er utpekt som SMP i hele området definert som Sunnhordland og Haugalandet, er ikke eier av infrastruktur [REDACTED]

Like lite som innholdsleverandøren Altibox har myndighet i Haugaland Kraft Fiber sitt nett, har vi myndighet i andres nett enn vårt eget, på Haugalandet. Telenor og Telia er eneste tilbyder med virksomhet i alle disse områdene, noe de for øvrig også har nasjonalt. Nkom konkluderer med at det er 17 ulike tilbydere i ulike deler av det definerte området.

Dekningsgrad og parallell infrastruktur er også et betydningsfullt element i avgrensningene. Sunnhordland og Haugalandet er et geografisk område med godt utbygd infrastruktur – 99% dekning konkluderer Nkom med. I tillegg foreligger det en betydelig parallell infrastruktur i form av overbygging med fiber og FTB, parallelle sovende nett og tilrettelagt infrastruktur som med relativt enkle midler kan gjøres aktiv og kobles opp hos kunde. Det hviler her et betydelig ansvar på Nkom i å påse at de innehar all informasjon fra Telenor og Telia om tilgjengelig og ubrukt rørstruktur, samt muligheter i hybridkobberkabler, da dette er helt avgjørende i en tydeliggjøring av terskelen inn i markedet. Der igjen da med hvilken sikkerhet en kan konkludere i at en regulering av markedet er riktig.

Telenor og Telia har større dekningsgrad enn det Haugaland Kraft Fiber AS har i brorparten av områdene definert som Sunnhordland og Haugalandet. Det er kun på Stord, i Tysvær, og i Sauda at Haugaland Kraft Fiber, ifølge tallgrunnlaget til Nkom, er aktøren med størst dekningsgrad. I både Haugesund, Karmøy, Stord og i Tysvær, bygger Telenor fiber parallelt der Haugaland Kraft Fiber allerede har bygget infrastruktur. Legger en i tillegg til grunn en betydelig aktivitet fra Telenor og Telia i utbygging av infrastruktur det siste året, etter at datagrunnlaget som Nkom baserer sin analyse på, har andel parallell infrastruktur i de folkerike områdene økt og er økende. Telenor og Telia har varslet flere utbygginger i tiden fremover, og bekrefter en forventning om fortsatt høy aktivitet fremover. Vi opplever lavere etableringsbarrierer for andre aktører i det geografiske området og at markedsandeler i seg selv ikke betyr at det er et homogent geografisk område.

Vi er av den oppfatning at det ikke foreligger tilstrekkelig homogenitet i området sett fra tilbydersiden. Kommunene i det geografisk definerte området er også svært ulike, både med tanke på bosettingsmønster, bedrifts- og fritidsmarkedet. Dette gjelder også i tilstøtende geografiske områder.

Avgrensingen av det relevante geografiske markedet er ikke godt nok begrunnet og konkurranseanalysen innehar store usikkerhetsmoment på dette punktet. Nkom peker selv på usikkerheten rundt de geografiske markedene og det er derfor ikke forståelig at Nkom velger å utpeke SMP tilbydere og potensielt pålegge svært inngripende virkemiddel mot et konkurranseproblem som vi mener ikke eksisterer.

2.3. Antall abonnement - mangelfullt og direkte feil i mange områder

Ved en gjennomgang av abonnementstallene som er benyttet som grunnlag for beregning av markedsandeler i det definerte geografiske markedet benevnt som Sunnhordland og Haugalandet har vi avdekket betydelige mangler. Basert på informasjon vi har, og en del av de lokale selskaperens nettsider ønsker vi å påpeke følgende:

Kommunene Tysnes og Etne: Eviny (nå Eninvest) som er til stede i disse kommunene har alene over 2920 aktive leveransepunkt, i tillegg kommer øvrige aktører. NKOM opererer med hhv Etne 629 og Tysnes 61.

Kvinnherad: Her er Kvinnherad Breiband en stor aktør med over 4800 kunder (<https://www.aksa.no/Portals/0/Arsmelding%20og%20arsrekneskap%202022%20inkl%20revis%20orberetning.pdf>), i tillegg kommer øvrige aktører. NKOM opererer kun med 729 abonnement i Kvinnherad.

Austevoll: Her er Austevoll Kraftlag en stor aktør med over 2.600 kunder (<https://www.aksa.no/Portals/0/Arsmelding%20og%20arsrekneskap%202022%20inkl%20revis%20orberetning.pdf>), i tillegg kommer øvrige aktører. NKOM opererer kun med 68 abonnement i Austevoll.

Med sviktende og usikkert datagrunnlag kan vi ikke utelukke at antall abonnementer lagt til grunn for de øvrige kommunene er korrekte.

Vi mener at Nkom legger feil markedsandel til grunn og forventer at Nkom gjør en jobb med å kontrollere sine tall og beregninger slik at markedsanalysen baserer seg på et riktig utgangspunkt.

2.4. Markedsandel fra fritidsmarkedet

Ved gjennomgang av datagrunnlaget finner vi også at antall fritidsabonnement ikke er reflektert, og analysen vil være basert på feil grunnlag. Et betydelig omfang av fritidsboliger ligger i det geografiske området, og selv om det er bygget fiber til en god del av disse forventer vi et stort innslag av FTB/mobile løsninger. [REDACTED]

2.5. Kollektive avtaler bør være med i beregning av markedsandeler

Nkom peker på at brukereide nett ikke kan pålegges tilgangsplikt og inkluderer derfor ikke disse kundene i beregningen av markedsandeler - dette mener vi er feil. Nkom skal vurdere konkurransen i det relevante markedet, og det er ikke slik at disse kundene forsvinner fra konkurranseflaten selv om det ikke skulle være praktisk mulig å finne et tilgangsprodukt for tredjeparter. Vi mener at Nkom legger feil markedsandel til grunn og at kollektive avtaler bør være med i beregningen av markedsandeler.

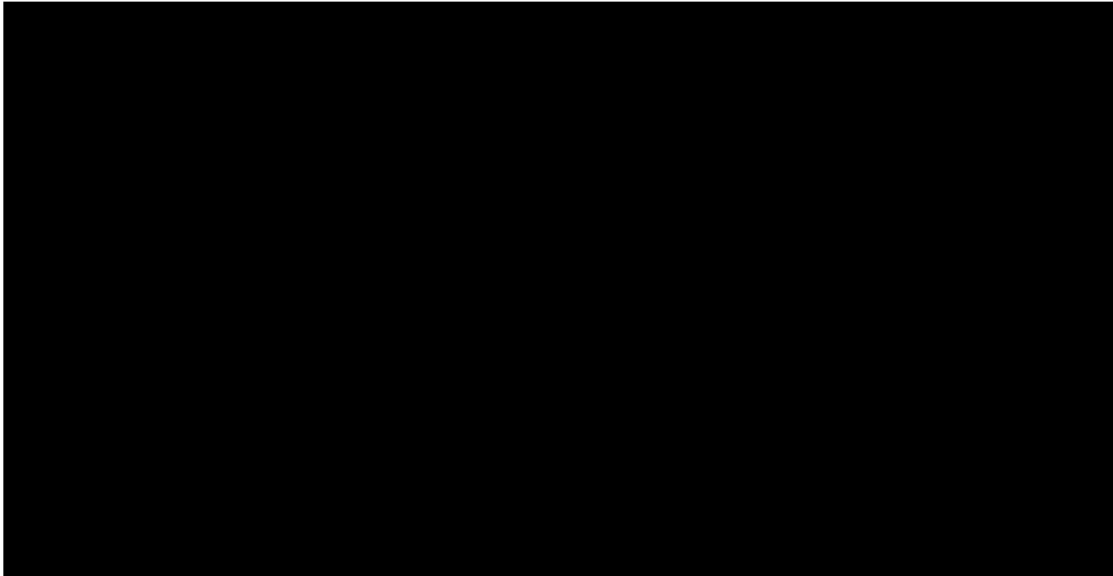
2.6. Markedsandeler fra bedriftsmarkedet gnes

Nkom beregner markedsandeler utelukkende basert på private husstander, men det er ikke i tråd med avgrensingen av det relevante produktmarkedet. Analysen baserer seg på feil grunnlag, dersom bedriftsmarkedet utelates. Bedriftsmarkedet er av betydelig størrelse [REDACTED]

2.7. Prisutvikling og kundemobilitet indikerer virksom konkurranse

Nkom har ikke gjennomført analyser av priser og kundemobilitet. Det er en stor svakhet i markedsanalysen. Nkom besitter data for å kunne analysere priser. Et større arbeid med å innhente konkrete prisnivåer ut over veiledende priser, som tydeligere vil vise konkurransesituasjonen, og er noe Nkom må gjennomføre.

I figuren nedenfor



Her er det viktig å ta med seg at tjenestene på samme tid er blitt rikere, både gjennom økt hastighet og mer innhold.

Vi opplever at Nkom ikke har fått med seg konkurranseutviklingen i markedet i markedsanalysen. Illustrasjonen på prisutviklingen og konkurrentchurn viser hvor feil det kan være å innføre en konkurransevridende regulering. Utviklingen skyldes både duplisering av fibernett, aktivering av sovende nett, veksten i FTB og en omfattende 5G utbygging, der vi mener disse delene er fullstendig undervurdert av Nkom.

Fra vår kjennskap til priser og produkter i andre områder, kan vi ikke se at vi har høyere priser eller lavere kvalitet. For det første burde pris og produkt ha noe å si for avgrensingen av det relevante geografiske markedet, som vi mener er ufullstendig og feil, men også at det ikke gir indikasjoner på uvirksom konkurranse.

Ut over at prisutviklingen gir klare indikasjoner på konkurranse mener vi at hvis man ikke gjør en prisanalyse nå og innfører en regulering - kan Nkom i neste markedsanalyse peke på at man ikke vet hva prisene ville vært i fravær av regulering. Nkom vil i fremtiden kunne legge til grunn at prisen ville vært høyere i fravær av regulering, gitt den høye markedsandelen. Vi synes det er svært

uheldig at en slik prisanalyse ikke gjøres da de senere blir svært vanskelig å argumentere mot behovet for tilgangsregulering.

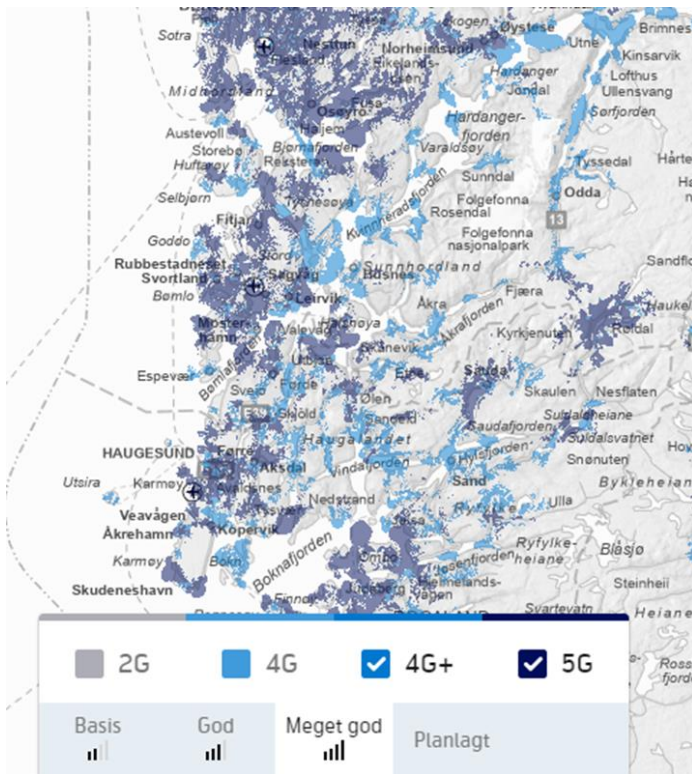
2.8. Nkom har ikke vurdert konkurransen fra Telenor og Telia

Nkom peker på at Haugaland Kraft Fibers sterke posisjon i aksessmarkedet i Sunnhordland og Haugalandet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds-/tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Nkom unnlater å drøfte den sterke posisjonen til de to store nasjonale aktørene Telenor og Telia, er en klar mangel i analysen. Særlig mener vi at Nkom unnlater å drøfte Telenors tilstedeværelse og vekst i området. Blant annet undervurderer Nkom FTB utbyggingen som har eskalert det siste året.

Haugaland Kraft Fiber mener at Nkom undervurderer FTB både for den geografiske avgrensingen av markedet og i selve konkurranseanalysen. Kartene nedenfor illustrerer den gode dekningen av høykapasitet trådløs teknologi. Parallelldekningen er av Nkom analysert til 96% i det definerte markedet, noe som tilsier at det allerede på datagrunnlagets tidspunkt var mer enn tilstrekkelig andel av kundene med reell tilgang til denne aksessformen. Parallelldekning vil være sterkt disiplinierende på markedet. Vi mener Nkom undervurderer og feilvurderer den reelle og potensielle konkurransen fra FTB.

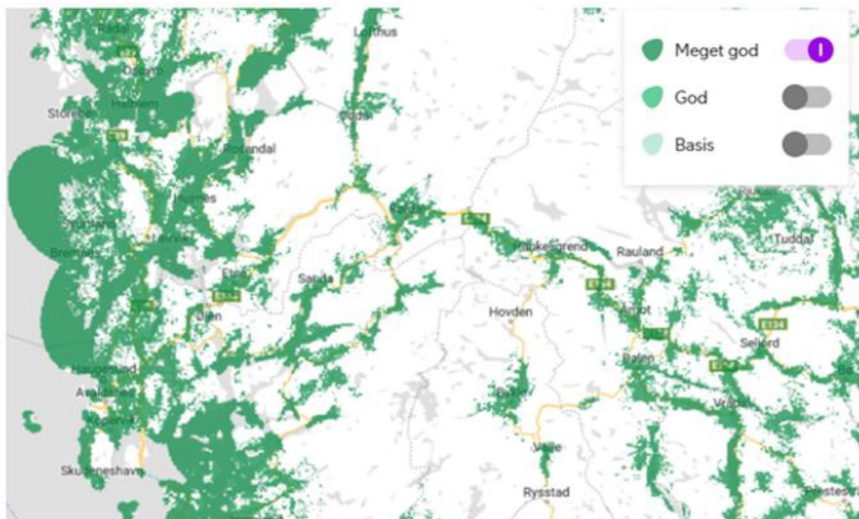
Både Telenor og Telia har en omfattende 4G (oppgradert 4G) og 5G infrastruktur av meget god kapasitet og kvalitet, i tillegg til videre planer. Telenors dekningskart for 4G+ og 5G både eksisterende og planlagt de nærmeste 3 månedene, samt Telias dekningskart, illustrerer dette.

Telenor:



Telia:

Telia 5G 'Meget God' dekningskart Haugalandet per 8.9.2023:



Som et eksempel på duplisering av fiber, utbygging av FTB og konkurransen vi opplever fra Telenor legger vi ved følgende:

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]



3. HAUGALAND KRAFT FIBER SOM AKTØR I BREDBÅNDSMARKEDET

3.1. Haugaland Kraft sin posisjon i andre markeder er ikke relevant

Haugaland Kraft Fiber er eid av Haugaland Kraft som hovedsakelig eies av kommunene i regionen. Gjennom hele vår historie har vi påtatt oss, og er opptatt av vårt samfunnsansvar og rolle som samfunnsbygger. Vi bygger for lokalsamfunnet, og gir betydelig tilbake til lokalsamfunnet. Vi er en langsiktig aktør, og har investert milliarder i fiber infrastruktur med lang nedbetalingstid, for å sikre høyhastighets bredbånd til våre innbyggere

I vurderingen for utpeking av Haugaland Kraft Fiber AS som SMP viser Nkom til at Haugaland Kraft er et horisontalt integrert selskap, med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som havvind, solkraft og elbilladere. Nkom mener at en slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer kan bidra til å øke Haugaland Kraft Fibers konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Sunnhordland og Haugalandet. Hvis Nkom skal bruke andre markeder som et argument for å utpeke SMP tilbyder, må det forklares hvordan Haugaland Kraft Fiber kan overføre Haugaland Krafts posisjoner i andre markeder til bredbåndsmarkedet, og det er ikke gjort i analysen til Nkom.

3.2. Haugaland Kraft Fiber AS som konkurranseaktør i markedet

Selv om vurderingen til Nkom om hva som måtte være det relevante markedet eller om Haugaland Kraft Fiber sin markedsandel innenfor det relevante markedet skulle være korrekt så blir det likevel feil å presumere at vi har en reell dominerende stilling i markedet som vi kan utnytte på en utilbørlig måte. Det er kun i de tilfellene hvor det foreligger misbrukspotensiale som kan skade konkurransen man bør regulere. Dette er ikke tilfelle i vårt marked. Det blir for lett å legge til grunn at vi faktisk har en slik mulighet bare fordi vi eventuelt skulle ha en stor markedsandel.

Det er lovlig å konkurrere hardt i markedet, også for de selskapene som har en stor markedsandel. Dette er lovlig så lenge det skjer "on the merits", eller på grunnlag av såkalt "better performance". Det som myndighetene skal beskytte forbrukerne mot er at en aktør med stor markedsandel påvirker konkurransen med andre midler enn det som anses normalt. Eksempelvis er det ikke lovlig for en dominerende aktør å selge produktene sine til priser som er lavere enn gjennomsnittlige variable kostnader.

Andre typiske misbruksmetoder kan være at den dominerende aktøren "nekter" en felles leverandør til konkurrentene i markedet å selge til konkurrentene, evt. til vesentlig dårligere vilkår. Haugaland Kraft Fiber har aldri gjort dette og kunne aldri gjort dette. Slik makt har vi ikke, rett og slett.

Vi har heller ikke mulighet til å lage "inngangsbarrierer" inn i markedet. De alternative leveranseteknologiene som har kommet (FTB, mobil, satellitt), samt all sovende og tilrettelagt infrastruktur som f.eks. [REDACTED]

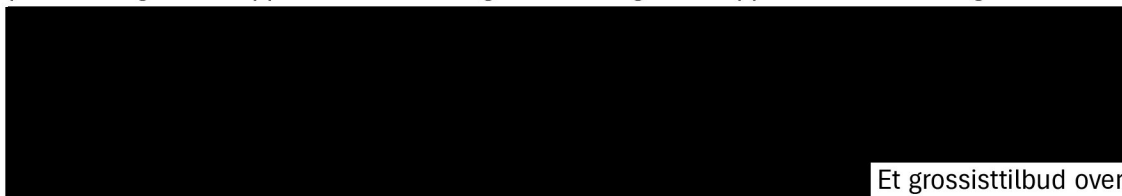


Vi har heller ikke mulighet til å selge produktene våre til en pris som er lavere enn produksjonskostnaden vår (rovprising). Vi er et offentlig eiet selskap og vi har ikke økonomisk evne til å "rovprise ut" Telenor og Telia fra markedsplassen.

Med andre ord: Vi konkurrerer "on the merits" og på "better performance" og misbruker ikke eller kan ikke misbruke vår posisjon i et teoretisk avgrenset marked. Dette viser at konkurransen i markedet fungerer. Det er urimelig å regulere et marked som fungerer

3.3. Haugaland Kraft Fiber AS som grossistleverandør

Haugaland Kraft Fiber er en liten aktør på 58 ansatte som konkurrerer mot store internasjonale aktører som Telenor og Telia. Vi kan ikke dra nytte av en sterk regional markedsposisjon i noe større grad enn Telenor og Telia kan dra nytte av sine sterke nasjonale markedsposisjoner. Å konkurrere på rettferdige vilkår opp mot et erfarent og veletablert grossistapparat hos Telenor og hos Telia vil



Et grossisttilbud over store deler av vår infrastruktur vil kreve økt bemanning, investering i kompetanse, investering i systemer m.m og vil i seg selv være kostnadsdrivende - noe vi ikke kan se vil gagne sluttbrukerne.

4. KONKLUSJON

