

Konkurranse i mobilmarkedet – sett fra en tjenesteleverandør

6. oktober 2020

Torkel Rolfseng

Direktør regulatoriske rammebetingelser





Agenda

- Kort om Fjordkraft
- Strømmarkedet vs mobilmarkedet
- Positiv bruttomargin – er det tilstrekkelig for tjenesteleverandører?
- Status for tjenesteleverandører etter siste vedtak i marked 15
- Hva skal til for å etablere et levedyktig sett av tilgangskjøpere?



Flest fornøyde
strømkunder

95%
kjennskap

Mest kjente
strømleverandør

Over
1,8 million
har oss i stikkkontakten



Hovedkontor i Bergen.
Regionskontorer i Trondheim,
Sandefjord, Oslo, Stavanger,
Hamar, Kongsvinger
og Sortland i Vesterålen



Flest kunder
velger oss



Mest attraktiv strømleverandør
både privat og bedrift



Høyest stigning på NKB
av alle norske selskaper
siden 2003



Størst på Bedrift
i Norge



Notert på Oslo Børs



TrøndelagKraft
- datterselskap
av Fjordkraft

KRAFTALLIANSEN



Ledende
forvaltningsmiljø



Erfarne
rådgivere



Omsetning/volum i 2019:

7,1 mrd
17,9 mrd kWh

Over **200**
selgere som jobber med
telemarketing, dørbank
og feltsalg.

Stort internt TM apparat
som gir oss evne til å snu
oss raskt og selge i de
områder vi ønsker.



1,75 mill

Vi gjennomfører over
1,7 mill salgssamtaler
årlig (KS,dør,stand,TM).



Salgskontorer
over hele landet
Bergen, Oslo, Sandefjord,
Stavanger, Kristiansand,
Trondheim, Tromsø og
på Sortland i Vesterålen



Store og sterke
distribusjonspartnere.
(SAS, Power, Elektroimportøren, Spond)

Distribusjonskraft handler om nok muskler



750

eiendomsmeglere
som selger strøm
ved overtakelse
for Fjordkraft.



Norges mest kjente
strømlleverandør
gir oss tyngde
i markedet

100%

Vi er gode på salg via
digitale kanaler!
Det siste året har vi
hatt 100% økning
i denne kanalen.
(fjordkraft.no/facebook etc)



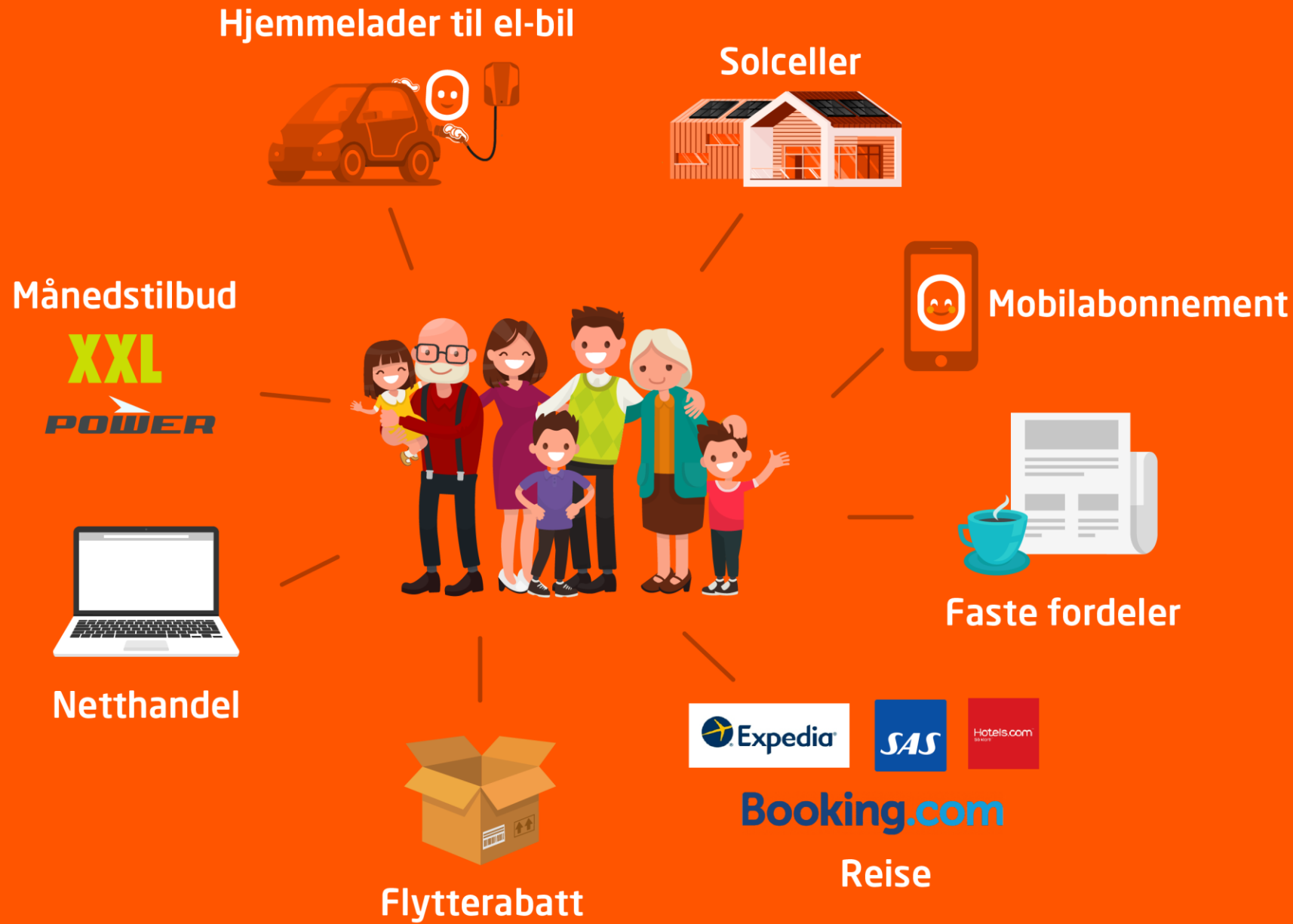
Over
17000
nysalg hver mnd.



Sterkt
fordelsprogram
som trigger
kunder til
å velge
Fjordkraft

Fjordkraft Fordele

Mer for pengene





Strømmarkedet vs Mobilmarkedet



Strømmarkedet

- Mange aktører (100+)
- De to største har til sammen en markedsandel på ca 50%
- Prisdannelsen på strøm skjer over en transparent markeds plass (strømbørs)
 - Alle aktørene har samme varekost
- Nettilgang leveres av regulerte monopolselskaper
 - Må behandle alle kunder/aktører likt

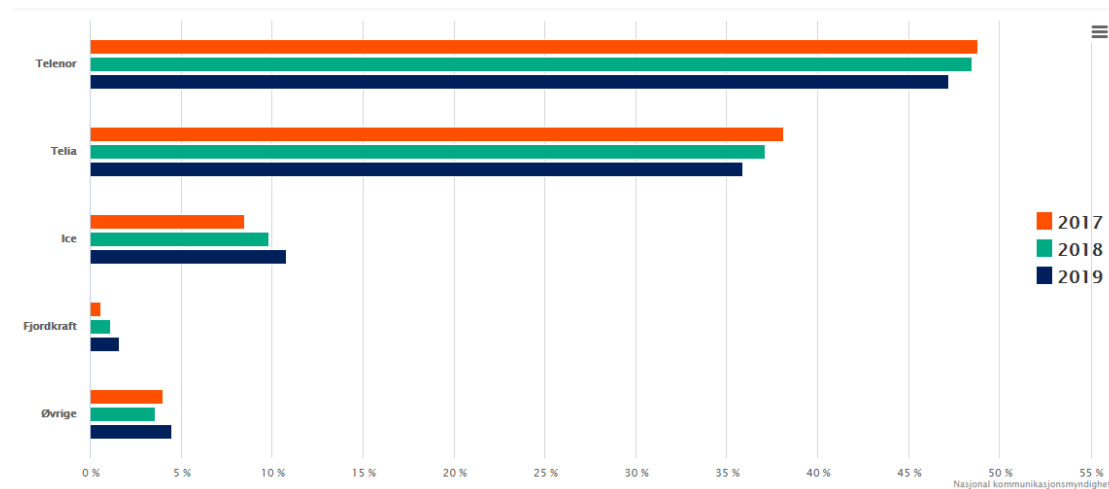
NORD
POOL

Day-ahead prices



Mobilmarkedet

- 2+1 aktører med eget nett
- De to største har til sammen en markedsandel på 83,1%
 - De tre største 93,9%
- Fjordkraft 1,6%
 - Øvrige 4,5%
- Prisdannelsen på tilgang til nett hos Telenor er regulert, men er det tilstrekkelig?
- Nettilgang leveres av vår(e) største konkurrent(er)



Vedtak om utpeking av tilbyder med sterk markedsstilling og pålegg om særskilte forpliktelser i markedet for tilgang til og samtaleoriginering i offentlige mobilkommunikasjonsnett

Sak 1804194
14. mai 2020



Positiv bruttomargin



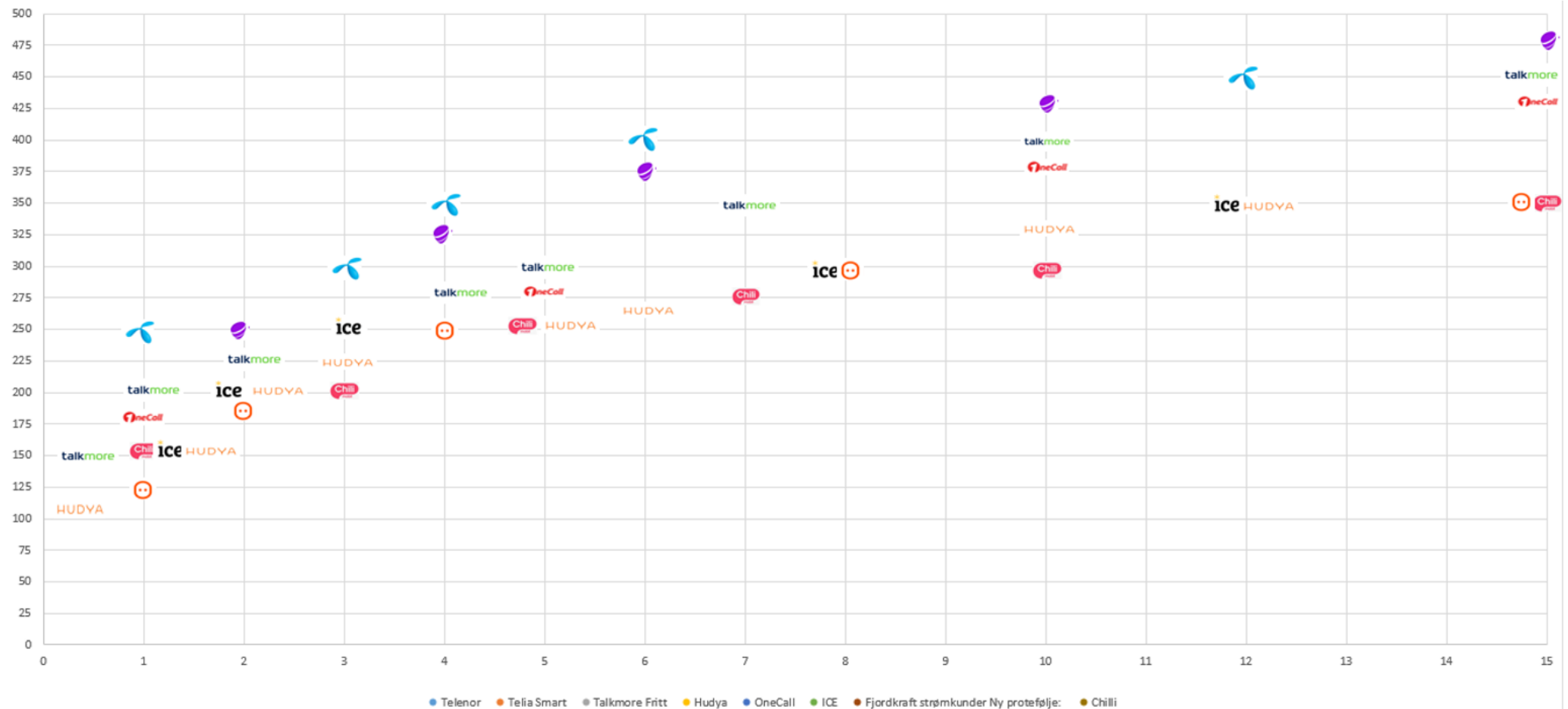
Positiv bruttomargin, hva betyr det?

- Tjenesteleverandører skal gjennom reguleringen være sikret positiv bruttomargin
- Marginsvistesten skal sikre at kravet etterleves
- Positiv bruttomargin betyr bare minimum marginalt mer enn 0
- De færreste klarer å leve lenge av 0



Prisbildet i privatmarkedet 0,5-15 GB (utvalgte konkurrenter)

Kr pr mnd



Priser per 07.06.2020 for utvalgte konkurrenter

GB





Status for tjenesteleverandører i dag



Reguleringens intensjon er å sikre at kundene skal få bedre mobile tjenester til lavere priser

- Netteier omgår denne og forrige reguleringens intensjon ved å
 - Innføre maskerte fastbeløp pr sim (som svar på forbud mot fastbeløp)
 - Fjerne volumrabatt for tilgangskjøp (som svar på endring av modellert aktør fra 5% til 3%)
 - Jobber hardt mot alternative prismodeller som bulk-kjøp
- Vilkårene for tjenesteleverandører har altså blitt betydelig verre etter ny regulering trådte i kraft!
- Stor fare for at tjenesteleverandørsegmentet bli lagt dødt i denne reguleringsperioden!



Hva skal til for å få reell konkurranse?



Tiltak for å skape reell konkurranse

- La TL/MVNO få anmode om bulk-kjøp
- Nkom må definere utformingen av standard prismodell for tilgangskjøpere slik at reguleringens intensjon ikke blir nullet ut
 - Fjerne maskerte fastbeløp
 - Gjeninnføre volumrabatter
- Gå fra positiv bruttomargin til full marginskvistest for tjenesteleverandører (som for MVNO)
 - Det er begrenset forskjell i driftskostnad og risiko mellom TL og MVNO
 - De største kostnadselementene for begge er markedsføring, salg og kundeservice
- Målsetning bør være at minimum 10% av markedet bør betjenes av TL/MVNOer
 - Dette vil sikre konkurranse om engros-tilgang



**TL/MVNO er kundenes viktigste kort
for å sikre mobile tjenester til riktige
priser**