

Fjord Line versus Color Line

*Et tilfelle av rovprising og misbruk av markedsrett eller sunn
priskonkurranse?*

En casebasert studie av fergemarkedet på Sør- Vestlandet.

Elisabeth Tetlie Trones & Kim Thunes

Veileder: Professor, Ph.D. Frøystein Gjesdal

Masterutredning i økonomisk styring

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Denne utredningen er gjennomført som et ledd i masterstudiet i økonomisk-administrative fag ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at høyskolen innestår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet ved Norges Handelshøyskole (NHH), og er en fordypning innenfor retningen økonomisk styring.

Oppgaven omhandler temaet rovprising og misbruk av dominerende stilling, hvor vi tar for oss konkurransen mellom Fjord Line og Color Line i fergemarkedet på Sør-Vestlandet. Fjord Line og Color Line har opp gjennom årenes løp vært i en rekke konflikter med hverandre, senest da Color Line etablerte ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals april 2005.

Det er nærmest er to rake motsetninger som her har funnet frem stridsøksen. For den brautende bergenser er det muligens lett å hevde at Color Line, gjennom sitt sunnmørske eierskap og de myter knyttet til sunnmøringen som gjerrig, har urederlig hensikt. Denne oppgaven har imidlertid til formål å se nærmere på anklagene rettet mot Color Line, og ikke bekrefte / avkrefte hvorvidt sunnmøringer er griske eller bergensere er brautende. For ordens skyld kan det understrekes at begge forfatterne er fra byen mellom de syv fjell, og anser da naturlig nok ikke bergensere for å være brautende.

Forfatterne takker hverandre for et godt og fruktbart samarbeid, samt mange hyggelige stunder på biblioteket ved NHH. Veien til fullførelse har vært lang, men verdt all den tid som er nedlagt i prosjektet. Samtidig ønsker vi å rette en takk til Trond Bjørnenak og Kenneth Fjell, som introduserte denne aktuelle problemstillingen for oss gjennom forelesninger på NHH i fagene BUS 427 - Økonomisk styring og BUS 401 – Strategisk lønnsomhetsanalyser og prising. Valget av oppgave er noe vi ikke har angret på.

Vi vil også rette en stor takk til vår veileder Frøystein Gjesdal for god veiledning, og inspirerende, konstruktive og morsomme innspill underveis i utredningsprosessen.

Bergen, 20. desember 2006

Elisabeth Tetlie Trones & Kim Thunes

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Tabelliste	6
Figurliste	7
Sammendrag	8
Kapittel 1 – Innledning	9
1.1 Sakens bakgrunn	9
1.2 Problemdefinisjon	9
1.3 Avgrensing	10
1.4 Data	10
1.5 Metode.....	11
Kapittel 2 – Historikk	12
2.1 Kort om fergeruter mellom Norge og kontinentet	12
2.2 Kort om Fjord Line	13
2.2.1 Nøkkeltall Fjord Line	16
2.3 Kort om Color Line	16
2.3.1 Nøkkeltall Color Line.....	17
2.4 De ulike skipene	17
2.4.1 MS Atlantic Traveller.....	17
2.4.2 MS Fjord Norway.....	18
2.4.3 MS Lygra.....	19
2.4.4 MS Prinsesse Ragnhild.....	19
2.5 Dagens strid mellom Color Line og Fjord Line	20
Kapittel 3 – Teoridel	23
3.1 Rovprising – hva er det?.....	23
3.2 Samfunnsøkonomisk perspektiv	24
3.3 Kritikk mot rovprising.....	25
3.4 Hvorfor forekommer rovprising?	26
3.4.1 Ryktemodellen	26
3.4.2 Signalmodellen.....	27
3.5 Konkurranseloven	27
3.6 Relevant marked.....	28
3.7 Dominerende stilling	29
3.8 Markedsstruktur	30
3.9 Relevante kostnader	33
3.10 Teorier for å vurdere om rovprising finner sted.....	34
3.10.1 Ingen regel.....	34
3.10.2 Kortsiktige kostnadsbaserte regler	34
3.10.3 Akzo-testen.....	35
3.10.4 Mottas rovpristest.....	36
3.10.5 Joscow og Klevoricks tostegs regel	37
3.10.6 Langsiktige kostnadsbaserte regler	38
3.10.7 Regler basert på bortfallskostnaden	38

3.10.8 Påvisning av rovprising i praksis	39
3.11 Mulighet for å rovprise.....	42
3.11.1 Kryss-subsidiering.....	42
3.11.2 ”Deep pocket” teori og imperfekte finansmarkeder.....	42
3.12 Oppsummering	43
Kapittel 4 – Andre relaterte saker	45
4.1 Akzo-saken.....	45
4.2 SAS-saken	46
4.2.1 Konkurransetilsynets vurdering	47
4.2.2 SAS’ vurdering.....	48
4.2.3 Rettens vurdering	49
Kapittel 5 – Analyse av fergemarkedet	52
5.1 Passasjerstatistikk.....	52
5.2 Markedsanalyse	57
5.2.1 Relevant marked.....	57
5.2.2 Markedsstruktur	62
5.2.3 Dominerende stilling	64
5.2.4 Etterspørselastisitet i fergemarkedet.....	65
5.3 Oppsummering	67
Kapittel 6 – Analyse av inntekter og kostnader	68
6.1 Presentasjon av regnskapstall.....	69
6.1.1 Resultatregnskap Fjord Line	69
6.1.2 Inntekter Fjord Lines rute Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm	70
6.1.3 Resultatregnskap Color Group	73
6.2 Color Lines inntekter og kostnader på Vestlandet	74
6.2.1 Color Lines inntekter på Vestlandet.....	75
6.2.2 Color Lines kostnader på Vestlandet	77
6.2.2.1 Direkte kostnader	78
6.2.2.2 Indirekte kostnader.....	80
6.2.2.3 Inntektstap Kristiansand – Hirtshals	83
6.2.2.4 Alternativkostnad	85
6.2.2.5 Resultat Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals	85
6.3 Kommentarer til Fjord Lines estimat	86
6.3.1 Kommentarer til Color Lines inntekter	87
6.3.1.1 Billettinntekter.....	87
6.3.1.2 Ombordsalg	89
6.3.1.3 Fraktinntekter	92
6.3.2 Kommentarer til Color Lines kostnader.....	92
6.3.2.1 Alternativkostnad	93
6.3.2.2 Inntektstap Kristiansand – Hirtshals (kanibaliseringkostnad)	96
6.4 Oppsummering	99
Kapittel 7 – Estimering av Color Lines ruteregnskap	101
7.1 Estimat over Color Lines passasjerandel	102
7.2 Estimat over Color Lines inntekter	103
7.2.1 Billettinntekter.....	103
7.2.2 Ombordsalg	104

7.2.3 Cargoinntekter	105
7.3 Estimat over Color Lines kostnader	105
7.3.1 Direkte og indirekte kostnader	105
7.3.2 Alternativkostnad	105
7.3.3 Kanibaliseringkostnad	106
7.4 Estimat over Color Lines ruteregnskap på Vestlandslinjen	107
Kapittel 8 – Analyse av rovprising.....	109
8.1 Teoretisk oppsummering og diskusjon	109
8.2 Analyse av forholdet mellom inntekter og kostnader	111
8.3 Rykte og signaleffekter av rovprising	113
8.3.1 Ryktemodellen	113
8.3.2 Signalmodellen.....	114
8.4 Mulighet for å rovprise.....	114
8.4.1 Kryss-subsidiere	114
8.4.2 ”Deep-pocket” teori.....	115
8.5 Sannsynligheten for en vellykket rovstrategi	115
8.5.1 Kortsiktig monopolmakt	116
8.5.2 Inngangsbarrierer	117
8.5.3 Lite dynamiske markeder	117
8.6 Fremtidig monopolsituasjon.....	118
8.7 Intensjon	121
8.8. Legitim begrunnelse	122
8.9 Virkningen Color Lines etablering har hatt for Fjord Line	124
8.10 Forbrukerne skadelidende?	127
8.11 Oppsummering	128
Kapittel 9 – Konklusjon.....	130
9.1 Avsluttende kommentarer	130
Litteraturliste.....	132
Vedlegg	143
Vedlegg I: Billettpriser Color Line Bergen – Hirtshals 2006	143
Vedlegg II: Billettpriser Color Line Stavanger – Hirtshals 2006.....	144
Vedlegg III: Lugarpriser Color Line Norge – Danmark 2006	145
Vedlegg IV: Billettpriser Fjord Line Norge – Hanstholm 2007	146
Vedlegg V: Lugarpriser Fjord Line Norge – Hanstholm 2007	147

Tabelliste

Tabell 1: Internasjonale fergeruter fra Norge.....	12
Tabell 2: Nøkkeltall Fjord Line 2002 – 2005.....	16
Tabell 3: Nøkkeltall Color Line 2002 – 2005	17
Tabell 4: Herfindahl indeksen.....	32
Tabell 5: Totalt antall passasjerer Color Line	52
Tabell 6: Totalt antall passasjerer Fjord Line.....	52
Tabell 7: Passasjerstatistikk for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet og Danmark.....	53
Tabell 8: Passasjerendring i fergemarkedet fra Sør-Vestlandet til Danmark.....	54
Tabell 9: Passasjerandeler Fjord Line og Color Line på Sør-Vestlandet 1999 – 2005	56
Tabell 10: Omsetning, bil- og cargoandeler Fjord Line og Color Line 2004 og 2005	56
Tabell 11: Fergeselskapene i det foreløpige relevante markedet	60
Tabell 12: Fergeselskapene i det relevante markedet.....	62
Tabell 13: Passasjerandeler og Herfindahl indeksen i det relevante markedet.....	62
Tabell 14: Omsetningsandeler og Herfindahl indeksen i det relevante markedet.....	63
Tabell 15: Resultatregnskap Fjord Line 2001 – 2005	69
Tabell 16: Gjesteinntekter Fjord Lines Danmarksrute	70
Tabell 17: Totale inntekter Fjord Lines Danmarksrute.....	71
Tabell 18: Totale inntekter Fjord Lines Danmarksrute.....	71
Tabell 19: Fordeling av inntekter Fjord Lines Danmarksrute.....	72
Tabell 20: Resultatregnskap Color Group ASA 2001 – 2005.....	73
Tabell 21: Spesifiserte driftsinntekter Color Group ASA	74
Tabell 22: Spesifisert EBITDA Color Group ASA.....	74
Tabell 23: Gjesteinntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals.....	75
Tabell 24: Cargoinntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals	75
Tabell 25: Totale inntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals.....	76
Tabell 26: Fordeling av inntekter Color Lines Vestlandsrute til Danmark.....	76
Tabell 27: Direkte teknisk / maritim kostnad Color Line	78
Tabell 28: Direkte hotellkostnader Color Line	78
Tabell 29: Diverse direkte kostnader	79
Tabell 30: Sum direkte kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals	80
Tabell 31: Sum indirekte kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals	80
Tabell 32: Fjord Lines estimerte ruteregnskap Color Lines Vestlandslinje.....	85
Tabell 33: Estimerte totale kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals	92
Tabell 34: Oppsummering Fjord Lines estimat.....	99
Tabell 35: Datagrunnlag for estimat av Color Lines ruteregnskap	107
Tabell 36: Estimert ruteregnskap for Color Lines Vestlandslinje.....	108
Tabell 37: Endring i passasjer- og cargovolum for Fjord Line 2004-2005.....	125
Tabell 38: Endring i billett-, hotell- og cargoinntekt per enhet for Fjord Line 2004-2005....	126
Tabell 39: Endring i totale billett-, hotell- og cargoinntekt for Fjord Line 2004-2005.....	126
Tabell 40: Endring i totale driftskostnader for Fjord Line 2004-2005.....	127

Figurliste

Figur 1: Fergetrafikk mellom Norge og kontinentet per mars 2006	13
Figur 2: Rovprising	23
Figur 3: Overgang fra fri konkurranse til monopol.....	24
Figur 4: Markedsstruktur.....	32
Figur 5: Påvisning av rovprising i praksis.....	40
Figur 6: Color Line og Fjord Line i det norske fergemarkedet.....	53
Figur 7: Passasjerstatistikk for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet til Danmark.....	54
Figur 8: Fordeling av inntekter Fjord Lines Danmarksrute	72
Figur 9: Fordeling av inntekter Color Lines Vestlandsrute til Danmark	77

Sammendrag

Oppgavens formål er å finne ut om Color Lines prisingsatferd som konkurrent til Fjord Line i fergemarkedet på Sør-Vestlandet er ulovlig i henhold til Konkurranselovens § 11 og EØS-avtalen artikkel 54.

Kampen mellom Fjord Line og Color Line har fått betydelig oppmerksomhet, både i lokale og nasjonale medier. Både norske og europeiske konkurransemyndigheter har vært / er involvert i saken, gjennom Fjord Lines klage til Konkurransetilsynet. Selv om Konkurransetilsynet har henlagt saken mot Color Line, er saken i skrivende stund enda aktuell ettersom Fjord Line har anket Konkurransetilsynets avslag til Administrasjons- og fornyingsdepartementet.

Innledningsvis beskrives premissene for utredningen, hvor vi blant annet avgrenser og utdyper nærmere selve problemstillingen til oppgaven. I kapittel 2 presenteres de ulike aktørene, i tillegg til at det gis et kort historisk tilbakeblikk. I kapittel 3 presenterer vi relevant teori, mens vi i kapittel 4 presenterer andre konkurranserettslige saker hvor rovprising er tema. Kapittel 3 og 4 blir sådan viktige som et teoretisk og praktisk grunnlag for hovedanalysen i kapittel 8. Kapittel 5 og 6 består av henholdsvis analyse av markedet og presentasjon av inntekter og kostnader. Vårt eget estimat av Color Lines ruteregnskap presenteres i kapittel 7, som vil være svært essensiell i forhold til konklusjonen som trekkes i kapittel 9.

I løpet av denne utredningsperioden har det forekommet store endringer hos Fjord Line, hvor den svake økonomiske situasjonen stadig har blitt mer åpenbar. Senest i månedsskiftet november – desember 2006 ble selskapet truet med konkurs, på grunn av to småkrav (Eriksen og Segrov 2006).

Gjennom arbeidet som er utført i denne utredningen har vi kommet frem til at Color Lines inntekter på fergelinjen Bergen / Stavanger – Hirtshals ikke dekker de relevante kostnadene, og at Color Lines intensjon trolig har vært å presse Fjord Line ut av fergemarkedet på Sør-Vestlandet. Til tross for de økonomiske problemene Fjord Line har stått ovenfor, driver fremdeles selskapet Danmarksruten Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm. Kun tiden vil vise om Fjord Line vil bestå, eller om Color Line eller kreditorene ”lykkes” med å slå selskapet konkurs.

Kapittel 1 – Innledning

1.1 Sakens bakgrunn

I de senere år har vi sett flere tilfeller hvor en stor aktør har blitt beskyldt for urederlig konkurranseatferd og forsøk på å presse en nykommer eller mindre aktør ut av markedet. I 2005 ila Konkurransetilsynet SAS en bot på 20 millioner begrunnet med konkurranseskadelig underprising på ruten Oslo – Haugesund og at SAS prisingsatferd var del av en langsiktig strategi om å presse Coast Air ut av markedet (Konkurransetilsynet 2005). SAS ble imidlertid frifunnet i Tingretten sommeren 2006 (Oslo Tingrett 2006). Tine er en annen stor aktør som flere ganger har blitt beskyldt for å utnytte sin markedsrett og forsøk på å eliminere mindre aktører som Synnøve Finden og Q-meieriene (NTBtekst 2005).

24 september 2004 annonserte Color Line at de ville åpne en ny fergerute mellom Bergen / Stavanger – Hirtshals med Prinsesse Ragnhild. 27 april 2005 hadde Prinsesse Ragnhild sin første seiling på den nye Danmarksruten. Color Line, som er Norges største fergerederi, utfordret med dette Fjord Line som frem til da hadde vært alene om å ha fergerute mellom Bergen og Danmark. Color Lines etablering medførte betydelig intensivering av konkurransen. 13. mai 2005, bare en knapp måned etter Color Lines etablering, klaget Fjord Line Color Line inn for konkurransemyndighetene for utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling (Fjord Line 2005a) i henhold til Konkurranselovens §11. I klagen hevder Fjord Line at Color Line har dominerende posisjon i det relevante marked basert på markedsandeler, og at Color Line utnytter denne posisjonen ved å prise ruten lavere enn kostnader, i den hensikt å presse Fjord Line ut av markedet. Color Line på sin side har hele tiden hevdet at de tjener penger på ruten og at de ikke driver med konkurranseskadelig atferd (Segrov og Rønningen 2005 og Fædrelandsvennen 2006). 19. juli 2006 henla Konkurransetilsynet saken etter grundig undersøkelser hvor de konkluderte med at det var lite sannsynlig at Color Lines atferd var til skade for forbrukeren (kt.no a). EFTAs overvåkingsorgan ESA har imidlertid opprettholdt sin granskning av Color Line (Aftenposten 2006).

1.2 Problemdefinisjon

Vi vil i denne utredningen ta for oss striden mellom Color Line og Fjord Line. Med utgangspunkt i estimerte inntekter og kostnader for Color Lines fergelinje Bergen / Stavanger – Hirtshals stiller vi spørsmål ved hvorvidt det er sannsynlig at Color Line går med underskudd på ruten. Dersom dette er tilfelle, hva er i så fall Color Lines motiv for å seile på

Vestlandet? Er dette et tilfelle av rovprising og misbruk av dominerende stilling, eller kan Color Lines beslutning om å la Prinsesse Ragnhild seile på Vestlandet og påfølgende prisstrategi forklares ut i fra legitime bedriftsøkonomiske hensyn? Sagt på en annen måte; bedriver Color Line konkurranse skadelig og ulovlig underprising eller er dette et tilfelle av sunn priskonkurranse som kommer forbrukeren til gode?

Vi vil bruke ulike teoretiske bidrag og knytte dette opp mot problemdefinisjonen for deretter å foreta en diskusjon og analyse som kan gi oss svar på disse problemstillingene.

1.3 Avgrensing

Både Color Line og Fjord Line driver med fergetrafikk mellom Norge og kontinentet. I denne utredningen vil vi fokusere på fergetrafikk til / fra Danmark, ettersom det er Color Lines nye Danmarksrute fra Bergen / Stavanger som ligger til grunn for dagens konflikt mellom Fjord Line og Color Line. Fergemarkedet kan videre deles opp i passasjertrafikk og cargotrafikk. Vi velger å hovedsakelig se på konkurransen om passasjertransport. Ettersom vi ikke har tilgang til Color Lines ruteregnskap, må vi ta utgangspunkt i Fjord Lines estimater over inntekter og kostnader, men basert på nyere opplysninger og egne vurderinger vil vi modifisere estimatene noe.

1.4 Data

Pålitelig data og informasjonsgrunnlag er byggesteinen i et hvert forskningsarbeid. En skiller gjerne mellom primær- og sekundærdata. Primær data er data som blir samlet inn med det primærformål å danne analysegrunnlag i en undersøkelse eller forskningsarbeid. Slike primærdata kan blant annet hentes inn gjennom observasjon, spørreundersøkelser eller intervjuer. Sekundær data er data som allerede eksisterer i en eller annen form, altså informasjon som allerede er samlet inn og ofte også systematisert. Eksempler på sekundærdata er offentlig statistikk, Internett, artikler og lærebøker, og data innhentet fra diverse arkiver og journaler (Befring 1994).

For å kunne foreta en fullverdig analyse av hvorvidt Color Line bedriver ulovlig underprising på den nye Danmarkslinjen trenger vi informasjon om spesifiserte inntekter og kostnader for denne fergelinjen. Produktregnskap for den aktuelle fergelinjen ville hjulpet oss et godt stykke på vei. Dette er naturligvis svært sensitiv informasjon for Color Line, og det har ikke lyktes oss å få tak i denne informasjonen. Tilsvarende informasjon for Fjord Lines linje Bergen / Haugsund / Egersund – Hanstholm kunne vi brukt som benchmark for å estimere kostnader

og inntekter for Color Lines Danmarkslinje. Vi har henvendt oss til Fjord Line med blant annet forespørsel om anslag på fordeling av faste og variable kostnader, men heller ikke her har vi fått noen konkrete svar å bygge videre på.

Analysen i denne utredningen vil hovedsakelig være basert på sekundære data. Av mangel på produktregnskap og mer spesifisert fordeling av inntekter og kostnader blir vår viktigste datakilde Fjord Lines klage til Konkurransetilsynet. Her får vi tilgang til diverse tallmateriale som inntekter og kostnader for Fjord Line, passasjertall fra Ship Pax, og Fjord Lines estimer på kostnader og inntekter hos Color Line. I tillegg har vi hentet data fra Fjord Lines og Color Lines årsrapporter, rapporter utredet av Konkurransetilsynet, samt diverse andre kilder.

1.5 Metode

Problemformulering og forskningsarbeidets mål og hensikt er avgjørende for hvilke metoder som er egnet til å komme frem til et resultat. En har to hovedtyper forskningsmetoder, kvantitative og kvalitative metoder. Kvantitative metoder legger vekt på kontrollert testing, verifisering, og kvantifisering av data. Slike metoder er strengt objektive og fokuserer på fakta. Kvalitative metoder vektlegger forståelse og tolkning av fenomener, hendelser eller situasjoner. Der er metoder som baserer seg i stor grad på intuisjon, og forskerens erfaringer og evner spiller en viktig rolle i analysen. Det er således en mer subjektiv tilnærming. All testing og observasjon foregår i naturlige settinger (Ghauri og Grønhaug 2002). Case design er en type kvalitativt tilnærming, og innebærer en inngående beskrivelse eller studium av en eller flere caser over tid gjennom detaljert og omfattende datainnsamling (Johannessen et al. 2004)

I denne utredningen vil vi foreta en analyse av konkurranse situasjonen mellom Color Line og Fjord Line. Vi vil videre vurdere kostnader og inntekter hos Color Line, og eventuell intensjon om å presse Fjord Line ut av markedet. Analysen vil derfor i stor grad være av kvalitativ karakter, og det vil være et casestudium. Av mangel på fullstendig informasjon om kostnader og inntekter hos Color Line må vi i hovedsak basere oss på estimer, uttalelser fra Fjord Line og Color Line, rapporter fra Konkurransetilsynet, presseomtale og annen offentlig tilgjengelig informasjon. Dette vil danne grunnlag for våre egne vurderinger av Color Lines motiver og hvorvidt det er sannsynlig at det foregår ulovlig rovprising på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Analysen blir derfor relativt subjektiv, og konklusjonen vi kommer frem til vil være basert på vår forståelse og vurdering av de forhold som foreligger.

Kapittel 2 – Historikk

2.1 Kort om fergeruter mellom Norge og kontinentet

I skrivende stund driver flere ulike selskaper fergetrafikk mellom Norge og forskjellige destinasjoner på kontinentet. Disse selskapene og deres ruter per august 2006 er:

Selskap:	Rute:	Ferge:
Color Line: (Color Line 2006)	Oslo – Kiel	Color Fantasy og Kronprins Harald
	Oslo – Frederikshavn ¹	Color Festival
	Sandefjord – Strømstad	Color Viking og Bohus
	Larvik – Hirtshals	Peter Wessel ² og Color Traveller ³
	Bergen / Stavanger - Hirtshals	Prinsesse Ragnhild
	Kristiansand - Hirtshals	Christian IV og Silvia Ana ⁴
DFDS Seaways: (dfds.no a)	Oslo – Helsingborg – København	Crown of Scandinavia og Pearl of Scandinavia
	Kristiansand – Newcastle – Göteborg ⁵	Princess of Scandinavia
Stena Line: (stenaline.no)	Oslo – Frederikshavn	Stena Saga
Kystlink ⁶ : (kystlink.no a)	Langesund – Hirtshals	Pride of Telemark
Fjord Line: (fjordline.com a)	Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm	Atlantic Traveller og Fjord Norway ⁷
	Bergen / Haugesund / Stavanger – Newcastle ⁸	Fjord Norway
	Egersund – Hanstholm	Lygra ⁹
Master Ferries (masterferries.no)	Kristiansand – Hanstholm	Master Ferries
Smyril Line (Smyril Line 2006)	Bergen – Lerwick / Torshavn / Seydisfjord / Hanstholm ¹⁰	Norröna

Tabell 1: Internasjonale fergeruter fra Norge

¹ I perioden januar – mars vil M/S Color Festival trafikkere ruten Oslo - Hirtshals

² I perioden januar – mars vil M/S Peter Wessel trafikkere ruten Larvik - Frederikshavn

³ M/S Color Traveller har et begrenset tilbud om bord i forhold til Color Lines øvrige skip. Seiler i ruten Larvik – Hirtshals hele året

⁴ F/F Silvia Ana trafikkerer strekningen Kristiansand – Hirtshals april - september

⁵ Kristiansand innstilles som reisemål hos DFDS Seaways 29.10.06

⁶ Kystlink startet opp ny rute på strekningen Langesund – Strømstad 20. oktober 2006 med fergen M/S Pride of Telemark (kystlink.no b)

⁷ M/S Fjord Norway har en ukentlig avgang til Danmark

⁸ Englandslinjen med Fjord Norway går ut av ruten 12.10.06. DFDS Seaways vil overta Englandsruten fra Bergen sammen med fergen Fjord Norway.

⁹ M/S Lygra utfører kun cargo trafikk

¹⁰ Scrabster i Skottland blir ny sommerdestinasjon fra sommeren 2007 (Bergens Tidene 2006a)



Kilde: Furuly 2006

Figur 1: Fergetrafikk mellom Norge og kontinentet per mars 2006

Vår utredning dreier seg om fergeforbindelsen mellom Bergen og Danmark, nærmere spesifikt om konkurransen mellom Fjord Line og Color Line og eventuelle brudd på konkurranselovgivningen fra Color Lines side. Det er derfor på sin plass å gå litt nærmere inn på de to selskapene.

2.2 Kort om Fjord Line

Fjord Line AS ble etablert i 1993 som et 100 % eid datterselskap av Rutelaget Bergen – Askøy AS. Juni 1993 gjennomførte MS Bergen (nå MS Atlantic Traveller) sin første seiling mellom Bergen og Danmark. Dette var imidlertid ikke første gang det ble gjennomført seilinger mellom Bergen og Danmark. I en periode på 80-tallet drev Fred Olsen Line (sammenslått med Color Line i 1990 (colorline.no a) rutetrafikk mellom Bergen og Hirtshals.

November 1995 gjennomførte Bergen Nordhordland Rutelag (BNR) et oppkjøp av Fjord Line, i sterk konkurranse med Color Line. Senere, da BNR i 2001 (hsd.no) valgte å selge buss-, sjø- og transportvirksomheten til Hardanger Sunnhordalandske Dampskipselskap (HSD), ble Fjord Line eneste gjenværende aktivitet i BNR. Høsten 1997 overtok Fjord Line fergen Lygra fra Seatrans AS, mens selskapet i desember 1998 overtok Englandslinjen fra Color Line (inkludert ansatte, terminaler, markedsavtaler og skipet MS Jupiter). Dette medførte at selskapets omsetning ble doblet (fjordline.com b).

2002 var et begivenhetsrikt år for Fjord Line. BNR startet opp selskapet Nordsjøferger KS (Fjord Line 2002), som på sin side inngikk avtale om kjøp av skipet "Spirit of Tasmania" fra TT Line i Sydney. Skipet skulle leies ut til Fjord Line med hensikt å erstatte Danmarksfergen MS Bergen, og ble omdøpt til MS Fjord Norway (gjennomførte sin første seilas 8. april 2003). MS Fjord Norway hadde betydelig større kapasitet enn MS Bergen og bidro til gjesterekord for Danmarkslinjen i 2003. MS Bergen ble utleid til DFDS Seaways (Fjord Line 2003). Utenom kjøp av nytt skip var det på ny en oppkjøpskamp rundt Fjord Line. Color Group ASA overtok i november 59 % av aksjene i Fjord Line, med ønske om å integrere de to selskapene. Nordvestlandske AS, Gjensidige ASA og andre småaksjonærer satt med den resterende eierposten. I følge Fjord Line var Color Lines hensikt å oppnå majoritet på generalforsamlingen og dermed kunne forhindre at Fjord Line skiftet til et større og mer moderne skip på Danmarkslinjen. Imidlertid ble Color Groups planer stanset av konkurransemyndighetene (Konkurransetilsynet 2002). Konkurransetilsynet hadde 28. november 2002 pålagt Color Line midlertidig gjennomføringsforbud, og mens oppkjøpet var under behandling hos Konkurransetilsynet fasthold departementet at Color Line ikke kunne bruke sin stemmerett på generalforsamlingen til å hindre Fjord Line å skifte til et nytt skip på Danmarkslinjen (Fjord Line 2005a). Color Group valgte å ikke avvente Konkurransetilsynets behandling, og solgte sin aksjepost videre til Hurtigruteselskapet Troms Fylkes Dampskipselskap (TFDS).

I 2003 begynte Fjord Line å planlegge utskiftning av sin ferge MS Jupiter på Englandslinjen, og i den forbindelse ble det åpnet forhandlinger mellom Fjord Line og Color Line om eventuell leie av Prinsesse Ragnhild. To forhold var avgjørende for Color Line for at en leieavtale skulle komme i stand mellom de to rederiene. For det første var det to viktige betingelser knyttet til en eventuell leiekontrakt. Den første var at Fjord Line bare kunne benytte skipet på sin Englandslinje, med andre ord aldri på sin Danmarkslinje hvor skipet ville

seilt i konkurranse mot Color Lines rute Kristiansand – Hirtshals. Den andre var en klausul som hindret Fjord Line å fremleie skipet uten Color Lines forhåndssamtykke. For det andre måtte leiebeløpet stå i rimelig forhold til Prinsesse Ragnhilds bokførte verdi. Fjord Line verdsatte skipets markedsverdi til å være betydelig lavere enn den bokførte verdien og var derfor ikke villig til å betale det leiebeløpet Color Line krevde. Forhandlingene fortsatte og i april 2004 kom Fjord Line med et tilbud om fremtidsleie av Prinsesse Ragnhild, men Color Line avviste tilbudet begrunnet med at prisen var for lav. I mai 2004 kom Fjord Line med et nytt tilbud, men heller ikke dette førte frem og forhandlingene var å anse som avbrutt (Fjord Line 2005a). MS Jupiter fortsatte derfor å seile på Fjord Lines Englandslinje.

I den senere tid har Fjord Line fått det betydelig vanskeligere. I 2004 (Fjord Line 2004) ble MS Bergen og MS Lygra (tilbakeleid til Fjord Line for tre år) solgt til henholdsvis Bergensfjord KS og Golar Shipping AS, mens flere ansatte måtte gå fra selskapet. Etter to år med positive resultat, opplevde selskapet negative resultat i 2004 (- 37 millioner) og 2005 (- 286,6 millioner). I 2005 solgte hovedaksjonærene TFDS og Fjord1 Nordvestlandske AS sine aksjer til Nordsjøferger KS (eier av MS Fjord Norway) og Bergensfjord KS (eier av MS Atlantic Traveller). Nordsjøferger AS og Bergensfjord KS var i utgangen av 2005 de største eierne av Fjord Line, med en aksjeandel på henholdsvis 60,7 % og 29,3 %. I 2005 ble MS Jupiter solgt og Fjord Norway ble satt inn på Englandslinjen, mens Atlantic Traveller (tidligere MS Bergen) ble satt inn i Danmarkslinjen (men driftet av det danske selskapet NAL Operations) (Fjord Line 2005b).

September 2006 ble en hendelsesrik måned for selskapet. 6. september ble det Fjord Line opererte skipet MS Fjord Norway solgt til DFDS Seaways, som skal videreoperere Englandslinjen. Dette medførte at 248 ansatte i selskapet måtte gå. Ettersom alle skipene var solgt (Fjord Norway solgt i 2006, Jupiter solgt i 2005, Atlantic Traveller solgt i 2004 og Lygra solgt i 2004), var Fjord Line nå et fergeselskap uten egne ferger. Ruten som fortsatt er i drift opereres med innleide skip og innleide sjøansatte. Altså er Fjord Line et internasjonalt fergerederi uten egne ferger og egne sjøansatte. Styreleder i Fjord Line, Peter Frölich, understreker at dette var den eneste muligheten for at Fjord Line fremdeles skulle eksistere (fjordline.com c). Ikke overraskende fikk de resterende landansatte beskjed om oppsigelser 27. september. Imidlertid skal Fjord Line muligens utføre oppgaver for DFDS i Bergen (Bergens Tidene 2006b), i tillegg til administreringen av egen Danmarkslinjen.

2.2.1 Nøkkeltall Fjord Line

(Kilde: Fjord Line 2002, 2003, 2004 og 2005b)

	2002:		2003:		2004:		2005:		
	UK	DK	UK	DK	UK	DK	UK	DK	
Gjester om bord:	190 519	230 409	181 443	309 087	174 066	314 530	145 400	296 500	
Billettinntekter: (tall i tusen NOK)	125 638	97 342	113 768	127 786	109 288	127 354	86 860	105 981	
Hotellinntekter: (tall i tusen NOK)	172 850	112 032	157 646	181 392	158 812	189 967	128 467	174 519	
Gjesteinntekter: (tall i tusen NOK)	298 488	209 374	271 414	309 178	268 100	317 321	215 327	280 500	
Inntekt per gjest: (tall avrundet)	1 567	909	1 496	1 000	1 540	1 009	1 481	946	
Cargoinntekter: (tall i tusen NOK)	32 549	77 763	29 882	76 474	35 598	81 530	35 750	69 879	
Driftsresultat ¹¹ : (tall i tusen NOK)	52 259		30 773		- 9 140		- 276 895		
Resultat før skatt: (tall i tusen NOK)	30 546		6 101		- 37 036		- 286 581		
Årsresultat: (tall i tusen NOK)	21 923		4 288		- 27 269		- 206 494		
Antall ansatte:	496		586		573		372		
Eiere:	Troms Fylkes Dampskibsselskap (50,3 %)	Troms Fylkes Dampskibsselskap (50,3 %)	Troms Fylkes Dampskibsselskap (50,3 %)	Troms Fylkes Dampskibsselskap ASA (50,3 %)	Nordsjøferger KS (60,7 %)	Nordvestlandske AS (33,4 %)	Nordvestlandske AS (Fjord 1) (33,4 %)	Fjord 1 Nordvestlandske AS (33,4 %)	Bergensfjord KS (29,3 %)
	Nordea Liv Norge AS (6,3 %)	Nordea Liv ASA (6,3 %)	Nordea Liv ASA (6,3 %)	Nordea Liv ASA (6,3 %)	Diverse småaksjonærer (10 %)	Diverse småaksjonærer (10 %)	Diverse småaksjonærer (10 %)	Diverse småaksjonærer (10 %)	Diverse småaksjonærer (10 %)

Tabell 2: Nøkkeltall Fjord Line 2002 – 2005

2.3 Kort om Color Line

Color Line AS er Norges største fergerederier med en årsumsetning på ca fire milliarder kroner, 4,2 millioner gjester, 10 skip, 7 internasjonale fergeruter og til sammen 10 havner i Norge, Tyskland, Danmark og Sverige. Hovedkontoret ligger i Oslo, med felles selskapsfunksjoner i Sandefjord, Kristiansand og Hirtshals (colorline.no b).

Color Group ASA (tidligere Color Line) ble grunnlagt i 1990 etter en sammenslåing av Jahre Line og Norway Line. Samme året overtok selskapet Fred Olsen Line, mens Larvik Line (1996), Scandic Line (1998) og Color Hotel Skagen AS (1998) ble innlemmet i organisasjonen senere. Color Group driver person- og godstransport, restauranter, varehandel, underholdning og turproduksjon gjennom de to heleide datterselskapene Color Line AS og

¹¹ Driftsresultat EBIT

Color Hotel Skagen AS. Color Line AS ivaretar all virksomhet knyttet til fergedrift. Selskapets aksjer eies med 100 % av O. N. Sunde AS (Color Group 2005).

2.3.1 Nøkkeltall Color Line

(Kilde: Color Group 2003, 2004 og 2005)

	2002:	2003:	2004:	2005:
Passasjerer:	4 243 684	4 241 870	4 211 284	4 433 072
Salgsinntekter ¹² : (tall i tusen NOK)	3 795 794	3 816 026	3 943 941	4 682 065
Driftsresultat ¹³ : (tall i tusen NOK)	317 100	456 501	352 699	378 334
Resultat før skatt: (tall i tusen NOK)	329 075	349 021	263 214	256 050
Årsresultat: (tall i tusen NOK)	222 835	241 104	168 967	169 030
Antall ansatte:	2 812	3 065	3 268	3 827
Eier:	O.N. Sunde AS 100 %	O.N. Sunde AS 100 %	O.N. Sunde AS 100 %	O.N. Sunde AS 100 %

Tabell 3: Nøkkeltall Color Line 2002 – 2005

2.4 De ulike skipene

2.4.1 MS Atlantic Traveller

MS Atlantic Traveller ble bygget av Fosen Mekaniske Verksteder AS og satt i rute mellom Bergen og Danmark juni 1993, da under navnet MS Bergen. Selskapet BNR (senere Fjord Line) var den gang eier (fjordline.com d). I 2003 ble MS Bergen leiet ut til DFDS Seaways og skiftet navn til Duchess of Scandinavia, hvor fartøyet trafikkerte strekningen Cuxhaven (Tyskland) - Harwich (England) (nalines.com a). I 2004 ble skipet solgt til selskapet Bergensfjord KS (Fjord Line 2004) og har siden høsten 2005 blitt leiet av NAL Operations, som i dag betjener skipet (nalines.com b). Skipet videreleies til Fjord Line og drives i Danmarkslinjen som MS Atlantic Traveller (fjordline.com d). Skipet har tre ukentlige avganger fra Bergen til Danmark (fjordline.com a).

¹² Inkluderer både salgsinntekt fra Cruisefergedelen og Hotelldelen

¹³ Driftsresultat EBIT

Atlantic Traveller har en tonnasje på 16 552 bruttotonn, er sertifisert for 840 passasjerer, har 207 lugarer, plass til 300 personbiler og 45 busser. Årlig passasjerkapasitet er da ca. 210 000¹⁴. Skipet har 12 ulike lugarkategorier, både for to og fire personer, fra de rimelige lugarkategoriene med enkel standard til mer luksuriøse og dyre Fjord Class. Alle lugarene har toalett / dusj (fjordline.com e). Den rimeligste løsningen er imidlertid kun å kjøpe liggestol på overfarten (se vedlegg V).

Skipet har i tillegg fem restauranter og barer, som tilbyr alt fra enkle bagetter, salater, middagsretter og fast-food, til en mer stilfull a la carte restaurant (fjordline.com f). På underholdningssiden tilbyr Atlantic Traveller skandinaviske danseband i Navigator Showlounge, samt pianobaren Neptun Bar (fjordline.com g). I tillegg har skipet en egen Tax-Free avdeling hvor kjente merkevarer innenfor kosmetikk, alkohol, tobakk, sjokolade, leker og elektronikk kan kjøpes skattefritt (fjordline.com h).

2.4.2 MS Fjord Norway

MS Fjord Norway ble bygget i 1986 ved Seebeckwerft, Bremerhafen i Tyskland, og gikk tidligere i trafikk i Østersjøen og i Australia. Fjord Line kjøpte skipet fra TT Line i Sydney, Australia julen 2002. Skipet hadde da navnet "Spirit of Tasmania". Før skipet ble satt i rute hos Fjord Line ble det gjennomført en omfattende reovering ved Ørskov Yards i Frederikshavn i februar og mars 2003. MS Fjord Norway kom til Bergen første gang 3. april, og samme dag ble dåpen gjennomført (fjordline.com b). Skipet ble kjøpt inn for å trafikkerer Fjord Lines Danmarkslinje, men ble etter salget av den gamle englandsbåten MS Jupiter, brukt i både i Englandslinjen og Danmarkslinjen (fra november 2005) (Eliassen 2005 og Fjord Line 2005b). 6. september 2006 ble skipet solgt til DFDS Seaways og trafikkerer i dag den tidligere Englandsruten til Fjord Line, under navnet MS Princess of Norway (fjordline.com c)

Fjord Norway har en tonnasje på 31.300 bruttotonn, er sertifisert for 1 600 passasjerer, har 501 lugarer, plass til 600 personbiler og 75 busser (dfds.no b). Årlig passasjerkapasitet er ca. 400 000 (Fjord Line 2005a). Som hos Atlantic Traveller finner man flere forskjellige lugarkategorier som varierer i størrelse, standard og pris. Alle lugarene har eget toalett / dusj (fjordline.com i).

¹⁴ Antatt 250 avganger for året

I tillegg til Taxfree-butikken, har skipet syv ulike restauranter med et variert tilbud, alt fra kafeteria til Italienskinspirerte Prego, a la carte Bergensfjord og Steak House Chucks. På underholdningssiden har Fjord Norway. Show Lounge hvor ulike konserter kan oppleves. Down Under er en Australsk inspirert bar med pianist, hvor man på dagtid bl.a. vises sportsendinger. Skipet har også et eget kasino (fjordline.com i).

2.4.3 MS Lygra

MS Lygra er en lastebåt som Fjord Line leier inn fra Goliat Shipping for å utføre cargotrafikk. Skipet ble bygget i 1979 og ombygget i 1984, og seiler mellom Egersund og Hanstholm. Lygra har en tonnasje på 7 012 bruttotonn, en lastekapasitet på 45 (1 enhet tilsvarer 14 meter løstraller), 12 gjester og har 6 lugarer (fjordline.com d).

2.4.4 MS Prinsesse Ragnhild

MS Prinsesse Ragnhild ble bygget i 1981. I 1992 ble skipet forlenget med 35 meter, mens det ble videre oppgradert i 2003. Fra skipet ble bygget i 1981 og frem til desember 2004 gikk skipet i Color Lines linje mellom Oslo og Kiel, mens det fra april 2005 har seilt i linjen Bergen / Stavanger – Hirtshals. Prinsesse Ragnhild er i dag et av verdens største skip i sin klasse.

Skipet har en tonnasje på 35 855 bruttotonn, har en gjestekapasitet på 1 515, 565 lugarer, plass til 600 personbiler og 900 trailermeter (colorline.no c). Årlig passasjerkapasitet er ca. 370 000 (Fjord Line 2005a). Skipet har 15 ulike lugarkategorier, som varierer i størrelse, komfort og pris. Prinsesse Ragnhild tilbyr passasjerene alt fra enkle 1 stjerners lugar med felles toalett / dusj i korridoren, til den luksuriøse 20 kvadratmeterstore 5 stjerners suiten med balkong (colorline.no d).

Prinsesse Ragnhild har et variert restaurant- og bartilbud om bord. De syv restaurantene tilbyr alt fra enkle kafé retter til lekre a la carte retter. Gjestene kan slappe av i en av skipets salonger, danse og la seg underholde i Starlight Nightclub (eget underholdningsprogram for hver overfart (colorline.no e)), eller i pianobaren Lord Nelson Pub (colorline.no f). Skipet har også Tax-free butikk med et rikholdig vareutvalg innen alkohol, parfyme, elektronikk, gaveartikler, suvenirer, moteklær og smykker (colorline.no g). I tillegg tilbys underholdning for de minste gjennom Colorland og Captein Kid (colorline.no h), samt at skipet har et eget konferansesenter for store og små bedrifter (colorline.no i).

2.5 Dagens strid mellom Color Line og Fjord Line

Vi vil i denne delen av oppgaven ta for oss hva dagens strid mellom Color Line og Fjord Line omhandler (Fjord Line 2005a¹⁵). Under kapittel 6 vil vi legge frem det tallmaterialet som vil bli benyttet senere for å gjennomføre nødvendige beregninger som trengs for å treffe en avsluttende konklusjon.

Dagens strid mellom Fjord Line og Color Line handler om konkurransen etter å frakte Vestlendinger til Danmark med båt. Dette er imidlertid ikke første gang disse to selskapene skaper avisoverskrifter. Både i 1995 og 2002 forsøkte Color Line å kjøpe opp Fjord Line. I 1995 tapte Color Line oppkjøpskampen mot Bergen Nordhordland Rutelag (BNR) (Sørgard 1997), mens Color Lines planer om å integrere de to selskaperes virksomheter i 2002 ble stoppet av konkurransemyndighetene. Samtidig overtok Fjord Line i 1998 Englandslinjen fra Bergen til Newcastle fra Color Line (fjordline.com b).

13. september 2004 besluttet Color Line å åpne ny rute mellom Bergen, Stavanger og Hirtshals (colorline.no j). 27. april 2005 åpnet den nye linjen, hvor skipet MS Prinsesse Ragnhild skulle trafikkere. Skipet hadde tidligere gått i rute mellom Oslo og Kiel, men ble erstattet der av MS Color Fantasy (verdens største cruiseferge med bildekk). På Color Lines hjemmesider uttaler administrerende direktør i Color Line Trond Kleivdal (colorline.no j): *”Vestlandet representerer et betydelig uutnyttet potensial og vi har lenge ønsket å satse på Vestlandet. Med MS Prinsesse Ragnhild kan vi gi både passasjer- og godsmarkedet mellom Vestlandet og Danmark et meget konkurransedyktig tilbud”.*

Allerede måneden etter (13. mai) sendte Fjord Line en klage til Konkurransetilsynet hvor Color Line ble anklaget for å misbruk av dominerende stilling i strid med konkurranseloven i forbindelse med opprettelsen av den nye Vestlandslinjen. Administrerende direktør i Fjord Line, Ove J. Solem, uttaler i forbindelsen med klagen følgende (fjordline.com j): *” På samme måte som Synnøve Finden, Norwegian Air Shuttle og Coast Air vil også vi forsikre oss om at konkurransen skjer med lovlige midler. Vi har derfor bedt Konkurransetilsynet vurdere om norsk lov følges. Det er vår klare oppfatning at Color Line bevisst prøver å presse Fjord Line ut av markedet, som vil medføre at Color Line får monopol i dette markedet. All forskning og erfaring tilsier at man da i etterkant får kraftig prisøkning, og brukerne på Vestlandet må betale regningen”.*

¹⁵ Litteraturen til kapittel 2.5 er stort sett basert på Fjord Line 2005a

I klagen redegjøres det for hvorfor Fjord Line mener Color Line handler i strid med konkurransebestemmelsene i konkurranselovens § 11. Klagen er systematisk oppbygd, hvor Fjord Line fremlegger sitt syn på saken, inkludert egne beregninger over Color Lines inntekter og kostnader med kommentarer. Vi vil under kapittel 6 fremlegge deler av dette tallmateriale og komme med egne kommentarer.

Det sentrale for vår oppgave er hvorvidt rovprising finner sted. Vi vil under teoridelen av oppgaven ta for oss hva rovprising er, samt diskutere hvorvidt Color Line driver å underpriser ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals. Fjord Lines beregninger, i samråd med Lexecon (amerikansk juridisk selskap), viser at Color Line i løpet av de første fire driftsårene vil få et samlet nettotap på NOK 245 millioner. Samtidig understrekes det klart og tydelig Color Lines intensjoner (Fjord Line 2005a: 38): ”.....viser at selskapet (Color Line) enten må ha til hensikt benytte sin dominerende stilling til å presse Fjord Line ut av markedet, eller å fremtvinge en oppkjøpssituasjon der Color Line kan påberope seg fallittbedriftsforsvaret, for å tvinge igjennom en sammenslåing” og videre (Fjord Line 2005a: 38): ”de tilsynelatende fordelene som kundene kan få i form av økte avganger og lavere priser, når en dominerende aktør innleder rovprising, ikke må ta oppmerksomheten bort fra konsekvensen dersom Color Line lykkes med å etablere monopol på all fergetransport mellom Sør-/Vestlandet og Danmark”.

14. september 2005 ble Color Line pålagt full rapporteringsplikt for alle selskapets ruter, hvor Konkurransetilsynet uttalte (fjordline.com k): ”tilsynet har god grunn til å tro at Color Line vil kunne lide betydelige tap etter første driftsår. På bakgrunn av dette kan man lede til den presumpsjon at Color Line forsøker å presse Fjord Line ut av markedet”. 4. mars gjennomførte EFTAS overvåkingsorgan ESA, med bistand fra Konkurransetilsynet, razzia hos Color Lines hovedkvarter i Oslo, ifølge Dagens Næringsliv blant annet på grunn av striden mellom Fjord Line og Color Line (Klokeide og Vanvik 2006).

Fra Color Line startet sin Vestlandslinje og frem til dags dato har Fjord Line tapt markedsandeler til Color Line. I 2005 hadde Fjord Line en nedgang på passasjersiden til Danmark på 5,7 % sammenlignet med 2004. Årsregnskapet for 2005 viser et negativt driftsresultat på NOK 276,9 millioner og et underskudd etter skatt på NOK 206,5 millioner (Fjord Line 2005b). Fjord Line gir Color Line skylden for de dårlige resultatene (Bergens

Tidene 2006c), mens en gruppe NHH forskere peker på andre årsaker som priskonkurranse, kostnadsvekst og kvaliteten på rederiets ferger (Vold 2006).

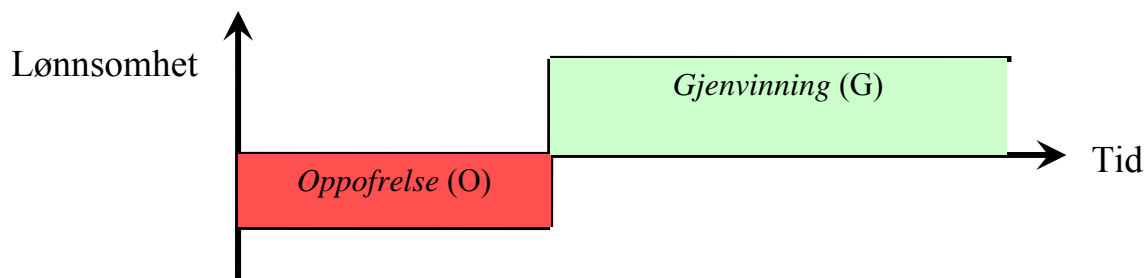
19. juli 2006 kom endelig kjennelse i saken. Konkurransetilsynet valgte å ikke gripe inn mot Color Lines fergeforbindelse fra Vestlandet (kt.no a): *"Tilsynet finner det lite sannsynlig at Color Lines adferd er til skade for forbrukerne"*. Informasjonsdirektør i Color Line, Helge Otto Mathisen, uttaler i forbindelse med vedtaket (Eliassen og Buanes 2006): *"Dette er selvfølgelig veldig gledelig for oss. Det er en bekreftelse på det vi har sagt hele tiden: Vi tjener penger på Vestlandet, og har gjort det fra dag én"*. Samtidig vurderer selskapet å sette inn flere ferger i trafikk fra Bergen, ettersom den nåværende Kiel-fergen MS Kronprins Harald blir ledig i september 2007. Color Line understreker også at oppkjøp av Fjord Line aksjer ikke er planlagt (Bergens Tidene 2006d). Fjord Line på sin er selvfølgelig skuffet over Konkurransetilsynets konklusjon og vurderer å påklage vedtaket til Fornyings- og administrasjonsdepartementet (Bergens Tidene 2006e). Selv om Konkurransetilsynet henla saken mot Color Line opprettholder EFTAs overvåkingsorgan ESA sin granskning (Aftenposten 2006).

Kapittel 3 – Teoridel

I denne delen av oppgaven vil vi ta for oss litteratur og teorier som vi vil anvende senere i utredningen.

3.1 Rovprising – hva er det?

OECD (1989: 9) definerer rovprising på følgende måte: *”The predator, already a dominant firm, sets its prices so low for a sufficient period of time that its competitors leave the market and others are deterred from entering”* og videre: *“.....there must be some expectation that these present losses (or forgone profits) (.....) will be made up by future gains”*. Besanko et al. (2000: 346) har lignende definisjon, men legger til: *“All definitions of predatory pricing involve the idea that the predatory firm sets its price below costs* . Som definisjonen understreker, og som er relevant for oppgaven, er rovprising en pris under kostnad. Hvilken kostnad vi snakker om (eksempelvis variable kostnader, faste kostnader, totale kostnader etc.) kommer vi tilbake til senere. Rent grafisk kan rovprising vises på følgende måte.



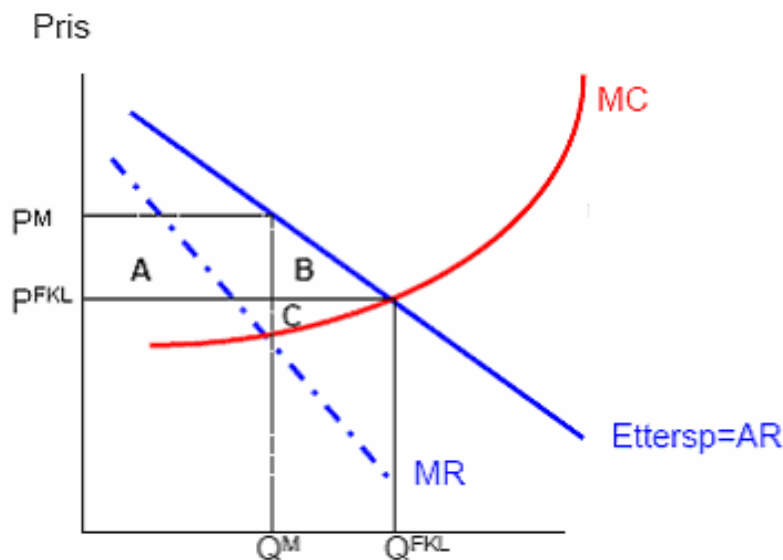
Figur 2: Rovprising

Teorien snakker altså om en periode med oppofrelse etterfulgt av en periode med gjenvinning, ergo kortsiktig tap i bytte mot langsiktig gevinst. En slik strategi er bedriftsøkonomisk lønnsom dersom tapet ved lave rovpriser er mindre enn gevinsten ved høye monopolpriser, altså arealet $O < \text{arealet } G$. Samtidig bør den nyvunne monopolstillingen være beskyttet av etableringsbarrierer slik at ikke nye konkurrenter blir tiltrukket markedet umiddelbart etter at en konkurrent er presset ut (Bjørnenak et al. 2005). For at en skal kunne drive med rovprising må den dominerende bedrift ha metoder for å utkonkurrere sin / sine konkurrenter, for eksempel gjennom likvide reserver, bedre finansiering eller kryss-subsidiering fra andre markeder / produkter (OECD 1989).

Rovprising er skadelig fordi det leder til høyere priser på lengre sikt enn det som ville vært mulig med konkurrentene tilstede. Videre vil resultatet av en rovprisingsstrategi kunne være at mer effektive konkurrenter eller konkurrenter med bedre produkter blir presset ut av markedet, noe som er uheldig med hensyn til kostnadseffektivitet, produktkvalitet og produktutvalg (Fjell et al. 2000).

3.2 Samfunnsøkonomisk perspektiv

Rovprising er samfunnsøkonomisk uønsket fordi det vanligvis vil gi lavere konsumentoverskudd og dermed mindre velferd for konsumenten, og resulterer i et dødvektstap i økonomien. Konsumentoverskudd er forskjellen mellom det konsumenten er villig til å betale for en vare eller tjeneste og det konsumenten faktisk betaler (Pindyck og Rubinfeld 2001). For profittmaksimerende bedrifter er det vanskelig å tenke seg annet motiv for rovprising enn å drive rivaler ut av markedet, eller å hindre etablering av potensielle konkurrenter for oppnå monopolmakt, slik at bedriften kan ta en høyere pris (Fjell et al. 2000) Overgangen fra en frikonkurranselikevekt til monopol kan illustreres slik (Schjelderup 2003):



Figur 3: Overgang fra fri konkurranse til monopol

Vi kan ta utgangspunkt i fri konkurranse, med likevekten kvantum Q^{FKL} og prisen P^{FKL} . Ved en overgang til monopol vil noen konsumenter ekskluderes fra markedet. Årsaken er at monopolprisen P_M er større enn fri konkurranseprisen P^{FKL} . Vi får da monopolkvantum Q^M ($< Q^{FKL}$). Fordi enkelte konsumenter ekskluderes fra markedet er tapt konsumentoverskudd lik areal **B**. De som fortsatt har råd til å være i markedet taper konsumentoverskudd lik areal

A på grunn av høyere pris. Monopolisten tjener areal **A** på overgang fra fri konkurranse likevekt til monopol likevekt, men produserer mindre og taper areal **C** på det. Dødvectstapet ved monopol i forhold til frikonkurranse blir da:

Tapt konsumentoverskudd	-(A+B)
+ Økt produsentoverskudd	(A-C)
= Dødvectstap ved monopol i forhold til fri konkurranse	-(B+C)

En bedrift med betydelig monopolmakt vil altså tjene profitt på bekostning av konsumenten. Effektiv ressursbruk og optimal allokering av ressurser vil en ha dersom den samfunnsøkonomiske nytteverdien av produktet er lik den samfunnsøkonomiske kostnaden på marginen (Fjell et al. 2000). Dette vil ikke være tilfelle ved utøvelse av markedsrett. Utøvelse av markedsrett påvirker konkurransens allokeringssfunksjon og medfører et dødvectstap som beskrevet ovenfor (Sejersted et al. 2004). Dødvectstapet oppstår fordi et foretak med markedsrett vil finne det lønnsomt å redusere tilbudt mengde når prisen settes høyere enn grensekostnaden. Det produseres da mindre av det aktuelle godet enn det som er samfunnsøkonomisk optimalt. I stedet for å produsere mer av det aktuelle godet, bruker foretaket ressursene til å produsere andre goder. Denne bruken av ressursene vil imidlertid ikke ha den samme verdi for konsumenten som ressursene hadde i den opprinnelige produksjonen. Differansen i verdi utgjør dødvectstapet fordi denne verdien forsvinner og finnes ikke igjen andre steder i økonomien.

3.3 Kritikk mot rovprising

På begynnelsen av 80-tallet rettet en rekke økonomer kritikk mot teorien om rovprising fordi de mente det ikke var noe stort problem. McGee (1980) og Easterbrook (1981) (Fjell et al. 2000 og Motta 2005) er blant dem som har hevdet at rovprising er irrasjonelt og en lite troverdig strategi. Argumentene er at en priskrig vil medføre større tap for den store bedriften (rovpriseren) enn offeret, fordi en større markedsandel innebærer mer kostnader og følgelig har rovpriseren mer å tape. Samtidig som det kortsiktige tapet knyttet til en priskrig eller rovprisstrategi er helt sikkert, er den fremtidige inntjeningen høyst usikker. Diskontering vil dessuten innebære lavere nåverdi av fremtidig gevinst. I tillegg vil det ofte være vanskelig å hindre andre nykommere å etablere seg, selv om en har drevet ut en konkurrent. Når en konkurrent forsvinner ut av markedet gir det rom for at en ny, og kanskje mer effektiv aktør, kommer inn på markedet. Dette medfører at det er lite sannsynlig at den dominerende aktøren

får beholde sin monopolstilling på sikt. Et siste argument er at etter etablering har funnet sted vil det ikke være rasjonelt å starte en priskrig. Fredelig sameksistens vil da være en vinn - vinn situasjon, en rovtrussel er derfor ikke troverdig. Hvis dette er tilfelle er det paradoksalt at en likevel ser at rovprising finner sted. Nyere modeller for rovprising har imidlertid kommet med forklaringer og argumenter for hvorfor rovprising likevel forekommer (Fjell et al. 2000).

3.4 Hvorfor forekommer rovprising?

Et fellestrekk ved de nyere modellene for rovprising er at de impliserer en kontekst med ikke-perfekt informasjon eller asymmetrisk informasjon (Motta 2005¹⁶). Dette innebærer at aktørene i markedet handler under stor grad av usikkerhet. For eksempel mangler en aktør fullstendig informasjon om den andre aktørens kostnader eller effektivitet. Dette kan den dominerende bedriften utnytte ved å for eksempel bevisst sende ut feilaktige signaler, eller opptre på en måte som får den til å fremstå som særdeles lønnsom eller effektiv. Hensikten er å hindre at en nykommer entrer markedet, eller presse en etablert konkurrent ut av markedet. Vi vil her ta for oss to modeller som kan forklare hvorfor rovprising finner sted, henholdsvis ryktemodellen og signalmodellen.

3.4.1 Ryktemodellen

Argumentet her er at en bedrift, ved å opptre aggressivt, vil bygge rykte som en tøff aktør. En priskrig eller rovprising vil da være rasjonelt i den hensikt å avskrekke nykommeren fra å etablere seg i andre markeder bedriften operer i, eller hindre andre potensielle aktører fra å etablere seg i fremtiden. I virkeligheten vil ikke nykommeren eller rivalen ha perfekt informasjon om den etablerte aktøren er sterk eller svak. For en svak aktør, som ikke har lavere kostnader eller er mer effektiv enn rivalen, vil fredelig sameksistens være det rasjonelle gitt at etablering har funnet sted. Årsaken er at en priskrig eller prising lavere enn kostnader påfører store tap. En sterk og svært kostnadseffektiv aktør vil imidlertid kunne tjene på å sette pris lavere enn rivalens kostnader, men det er da ikke snakk om rovprising, ettersom pris ikke settes under egne kostnader. En svak aktør vil kunne utnytte den usikkerheten nykommeren står overfor og sette prisen lav, for å få rivalen til å tro den er en kostnadseffektiv og sterk aktør. En bedrift vil altså kunne være villig til å påta seg store tap ved å presse ut dagens konkurrenter for på den måten etablere et rykte om at dette også vil skje i fremtiden, dersom noen andre skulle prøve seg.

¹⁶ Kapittel 3.4 er basert på Motta 2005

3.4.2 Signalmodellen

Denne modellen er også basert på at nykommeren / rivalen står ovenfor usikkerhet og ikke vet om den etablerte er en sterk aktør med lave kostnader eller en svak aktør med høye kostnader. Den etablerte vil videre utnytte denne usikkerheten for å forhindre etablering. En kan se for seg at den etablerte er en monopolist, og at nykommeren står ovenfor to valg; etablere seg eller ikke etablere seg. Dersom nykommeren hadde perfekt informasjon ville den valgt å etablere seg, dersom monopolisten var svak. Dersom monopolisten var sterk, ville den avstått fra å etablere seg, da dette ville medført tap for nykommeren. Nykommeren har imidlertid ikke perfekt informasjon og må derfor basere seg på den informasjon den får ved å observere monopolprisen til den etablerte. Monopolprisen har derfor en viss signaleffekt.

Lønnsomheten av en nyetablering avhenger altså av nykommerens oppfatning av kostnadsnivået til etablerte konkurrenter. En effektiv bedrift kan gjennom å sette tilstrekkelig lave priser lykkes i å signalisere at den har lave kostnader, og dermed forhindre at en konkurrent etablerer seg. Lav pris kan også gi potensielle nykommere oppfatning av et marked med lave marginer, og dermed et lite attraktivt marked å etablere seg i.

I andre signal modeller vil den etablerte aktøren handle strategisk for å forstyrre nykommerens markedstest og få nykommeren til å tro at etablering ikke vil være lønnsomt. Den etablerte vil da for eksempel kunne utnytte at nykommeren har mindre informasjon om etterspørsel eller hva som er det normale prisnivået under konkurranse.

3.5 Konkurranseloven

Den nåværende konkurranseloven trådte i kraft 1. mai 2004 (med en del endringer fra 1. januar 2005) og erstattet konkurransereglene av 1993. Parallelt med konkurranseloven fungerer EØS-konkurransereglene, som håndheves av EFTAs overvåkingsorgan (ESA), Europakommisjonen og Konkurransetilsynet. Formålet med reglene er å fremme konkurranse på like vilkår, samt fremme konkurranse for å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser (kt.no b).

I vår oppgave er det konkurranselovens § 11 (Utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling) og EØS-avtalens artikkel 54 (Forbud mot misbruk av dominerende stilling) (jf. Fjord Line 2005a) som er relevante. Konkurranseloven § 11 lyder som følger (Konkurranseloven 2004, Kapittel 3, § 11): *"Et eller flere foretaks utilbørlige utnyttelse av sin dominerende stilling er*

forbudt”, mens Artikkel 54 EØS lyder (EØS-loven 1992, Del IV, Kapittel 1, Artikkel 54): *”Et eller flere foretaks utilbørlige utnyttelse av sin dominerende stilling innen det territorium som er omfattet av denne avtale, eller i en vesentlig del av det, skal være forbudt og uforenlig med denne avtales funksjon i den utstrekning den kan påvirke handelen mellom avtalepartene”*.

Verken konkurranselovens § 11 eller EØS-avtalens artikkel 54 gir noen klar definisjon på hva utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling innebærer. Imidlertid gis det eksempler på ulike typer atferd på utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling (Konkurranseloven 2004, Kapittel 3, § 11): *”å påtvinge, direkte eller indirekte, urimelige innkjøps- eller utsalgpriser eller andre urimelige forretningsvilkår eller å begrense produksjon, avsetning eller teknisk utvikling til skade for forbrukerne”*.

3.6 Relevant marked

Identifikasjon av relevant marked er nødvendig for å kunne anslå markedskonsentrasjon og markedsandeler, og for å kunne vurdere hvorvidt et selskap har dominerende stilling. Definisjonen av det relevante marked klargjør hvilke produkter som tilbys på markedet, dets geografiske utstrekning og eventuelle tids- eller sesongavhengige markedsvariasjoner. Stigler og Sherwin definerer et marked som *”that set of suppliers and demanders whose trading establishes the price of a good”* (Besanko et al. 2000: 231). Dette kan tolkes som at bedrifter er i samme marked dersom de begrenser hverandres mulighet til å heve pris (Besanko et al. 2000) (Fjell 2005). Motta (2005: 102) definerer relevant marked som *” the set of products and geographical areas that exercise some competitive constraint on each other.”* Markedsdefinisjonen har altså både en produktdimensjon og en geografisk dimensjon. Generelt vil en kjøper ta beslutninger basert på egenskaper ved produktene og tilbyders lokalisering (Oslo Tingrett 2006). Det relevante marked kan derfor deles inn i det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske marked.

Det relevante produktmarkedet kan avgrenses på grunnlag av hvorvidt etterspørerne anser produkter som substituerbare. Med substituerbar menes at etterspørerne vurderer et sett produkter å dekke samme behov, basert på produktenes egenskaper, priser eller anvendelsesformål (Oslo Tingrett 2006). Jo nærmere substitutt et produkt er til produktet vi ser på, jo større sannsynlighet er det for at dette produktet inkluderes i det relevante produktmarkedet.

Det geografiske produktmarkedet kan avgrenses ut i fra i hvilke geografisk område produktet handles. Produkter som er tilnærmet identiske når det gjelder produkttegenskaper, pris og anvendelse vil likevel ikke være substitutter dersom de blir solgt i forskjellige geografiske områder, og kostnadene ved å transportere produktet fra et område til et annet område er så høye at en prisøkning i et område ikke vil føre til at etterspørselen på det tilnærmet identiske produktet i det andre geografiske området øker. Andre produkter omsettes enkelt på tvers av geografiske områder og vil da ikke ha noen geografisk avgrensning.

Det relevante marked kan altså være avgrenset av at produkter er nære substitutter i form av produkt karakteristika eller produkt anvendelse og / eller geografisk avgrenset ut i fra i hvilke geografisk område produktet handles. Nærhet av substitutter kan i praksis være vanskelig å anslå, og vil være gjenstand for diskusjon (Fjell 2005).

3.7 Dominerende stilling

Når det relevante marked er identifisert kan en beregne markedskonsentrasjon og markedsandeler. Dette gir en pekepinn på hvor dominerende et foretak er i forhold til sine konkurrenter. Ifølge konkurranselovens § 11 er utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling forbudt (jamfør kapittel 3.5). Det avgjørende er ikke hvorvidt et selskap er dominerende på landsbasis eller internasjonalt, men om det er dominerende innenfor det relevante marked. Det er flere sentrale faktorer i vurdering av om et foretak har dominerende stilling (kt.no c). Selv om en konkluderer med at et foretak har dominerende posisjon i én periode, er det ikke gitt at foretaket også har dominerende stilling i fremtiden.

Markedsandel er viktig i vurderingen av om et foretak har markedsrett. Markedsandelen reflekterer den andel av etterspørerne som henvender seg til en tilbyder for å få tilfredsstilt sitt behov for en vare eller tjeneste. En høy markedsandel indikerer en tilbyders styrke i forhold til konkurrentene og er et argument for at et foretak har dominerende stilling. Høye markedsandeler er likevel ikke tilstrekkelig for å konkludere med at et foretak har dominerende stilling. EF domstolen understreker at foretaket må ha hatt markedsandelen over en lengre periode for at det skal kunne brukes som argument for markedsrett (Sejersted et al. 2004). EF domstolens praksis viser at en markedsandel på 50 % normalt vil være tilstrekkelig for å konkludere med at et foretak har dominerende stilling. 50 % er likevel ikke en nedre grense for markedsrett. Dersom det foreligger særlige forhold kan et foretak med

markedsandel på under 50 % være dominerende. Hva som menes med særlig forhold vil være en subjektiv og kvalitativ vurdering.

En annen faktor som vil ha sentral betydning i vurderingen av markedsrett er eksistensen av etableringshindre. Dersom etableringsbarrierene er lave vil et foretak, selv om det har betydelig markedsandel, ikke kunne sette opp prisene over et visst nivå av frykt for at dette vil tiltrekke seg potensielle konkurrenter. Høye etableringsbarrierer gir altså markedsrett som gjør det mulig for foretaket å øke prisene og redusere produsert volum uten å møte mottrekk fra etterspørrere og konkurrenter som gjør prisøkningen ulønnsom. Eksempler på etableringshindringer er stordriftsfordeler, rettslige reguleringer og aggressiv markedsatferd fra de etablerte bedriftene. Dersom det eksisterer betydelige etableringshindringer gjør også dette at trusselen for konkurranse fra potensielle konkurrenter i fremtiden reduseres og legger til rette for at foretakets markedsandel kan holde seg høy også i fremtiden (Bjørnenak et al. 2005).

Andre viktige faktorer som styrker foretakets posisjon på markedet er kunnskap og teknologisk forsprang, godt innarbeidet varemerke og kundelojalitet. Konkurransetilsynet understreker at det ikke er ulovlig i seg selv å ha en dominerende stilling, men at et dominerende foretak har et særlig ansvar for at deres opptreden ikke skader konkurransen (kt.no c).

3.8 Markedsstruktur

Markedsstruktur refererer til antallet og konsentrasjonen / fordelingen av bedrifter i markedet (Besanko et al. 2000). Konkurransens natur og intensitet sier noe om hvilken markedsstruktur en har. Det snakkes da gjerne om fire hovedkategorier for konkurranse; fullkommen konkurranse, monopolistisk konkurranse, oligopol og monopol.

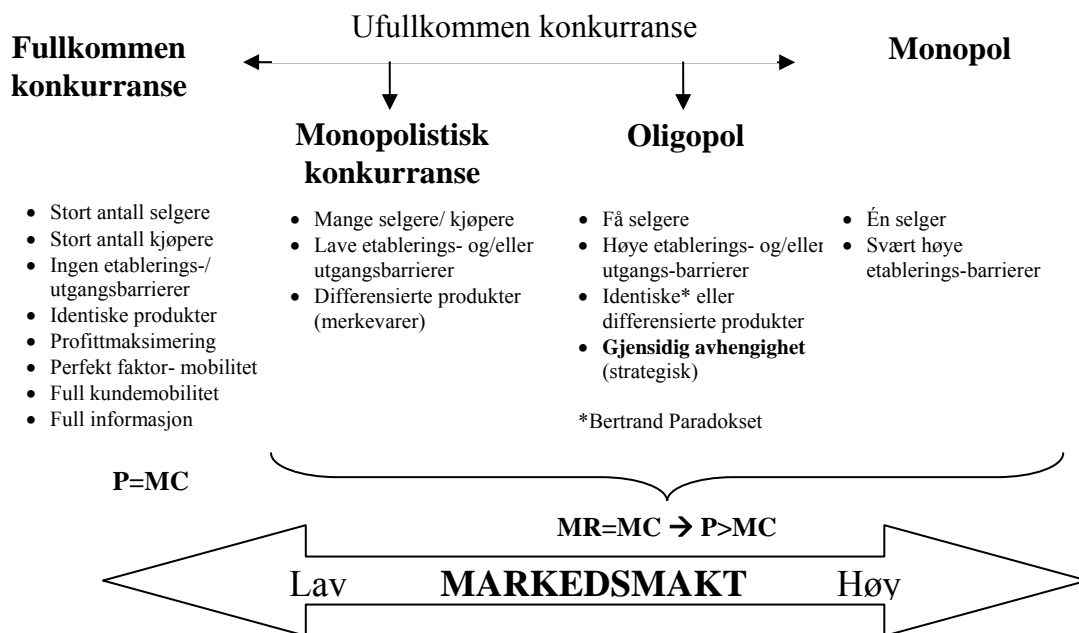
Fullkommen konkurranse kjennetegnes av at det er et stort antall selgere og kjøpere. Kjøperne har til en hver tid full informasjon om priser, og produktene blir betraktet som homogene. Det er ingen etablerings- eller utgangsbarrierer. Under slike markedsforhold eksisterer det kun en enkelt markedspris som blir bestemt av forholdet mellom tilbud og etterspørsel, og den enkelte aktør har ingen mulighet til å påvirke dette prisnivået. Dersom en aktør setter prisen høyere enn markedsprisen vil den ikke selge noe ettersom konsumentene vet at de kan kjøpe det samme produktet billigere et annet sted. Setter en aktør prisen lavere enn markedsprisen

vil bedriften tape profitt. I teorien vil derfor markedsprisen bli lik grensekostnaden under fullkommen konkurranse (Besanko et al. 2000 og Pindyck og Rubinfeld 2001).

Under monopolistisk konkurranse er det også mange selgere og kjøpere, samt lave etablerings- og utgangsbarrierer. Produktene er imidlertid differensierte, og kjøperne vil derfor ha ulike preferanser. Den enkelte selger vil da kunne sette en pris forskjellig fra konkurrentene uten å tape alt salg. Grad av markedsrett avhenger av hvor bra selgeren klarer å differensiere sitt produkt fra produktene de andre selgerne tilbyr (Besanko et al. 2000 og Pindyck og Rubinfeld 2001).

Oligopol kjennetegnes av høye etablerings- og utgangsbarrierer og kun noen få selgere. Den enkelte selgers pris- eller produksjonsstrategi vil påvirke det pris- eller produksjonsnivået som blir etablert i bransjen, og det er en gjensidig avhengighet mellom selgerne. Før bedriften foretar en beslutning må den nøye vurdere sannsynligheten for mulige respons fra konkurrentene. Produktene kan være homogene eller differensierte. Suksess og lønnsomhet under slike forhold avhenger i stor grad av hvordan aktørene interagerer med hverandre (Pindyck og Rubinfeld 2001). Ved samarbeid og fredelig sameksistens kan bedriftene operere med høye marginer og god lønnsomhet. Ofte i en oligopol situasjon vil imidlertid priskonkurransen kunne bli svært hard i kampen om å vinne markedsandeler (Besanko et al. 2000 og Pindyck og Rubinfeld 2001).

Under monopol er det kun én selger. Det er ofte svært høye etableringsbarrierer noe som gjør trusselen for etablering av en nykommer liten. Monopolisten har høy markedsrett og operer ofte med en pris vesentlig høyere enn marginalkostnad (Besanko et al. 2000 og Pindyck og Rubinfeld 2001).



Kilde: Fjell 2005

Figur 4: Markedsstruktur

Herfindahl indeksen (heretter referert til som HHI), er et mye brukt mål på markedsstruktur og intensiteten på priskonkurranse. En bestemmer da først markedsandelen til de ulike bedriftene i det relevante markedet, en kvadrerer så markedsandelene, hvor summen av de kvadrerte markedsandelene er lik HHI. Altså $HHI \equiv \sum S_i^2$ der S_i er markedsandel for bedrift i. Er HHI lavere enn 0,2 indikerer dette et marked med fullkommen konkurranse eller monopolistisk konkurranse hvor den enkelte aktør har lite markedsrett. Er HHI på mellom 0,2 og 0,6 indikerer dette et marked med oligopol, mens HHI større eller lik 0,6 klassifiseres som monopol (Besanko 2000).

Nature of Competition:	Range of Herfindahls:	Intensity of Price Competition
Perfect competition	Usually below 0,2	Fierce
Monopolistic competition	Usually below 0,2	May be fierce or light, depending on product differentiation
Oligopoly	0,2 to 0,6	May be fierce or light, depending on interfirm rivalry
Monopoly	0,6 and above	Usually light, unless threatened by entry

Tabell 4: Herfindahl indeksen

3.9 Relevante kostnader

I følge Bjørnenak (1996) forårsaker et produkt kostnader på to måter. Først og fremst fører produktet til at kostnader endrer seg, noe som betegnes som et produkts særkostnad. Hvis vi tenker oss en situasjon hvor man vurderer å innføre ett nytt produkt, vil nullalternativet være å ikke innføre produktet og ikke gjøre andre endringer. Særkostnaden kan defineres som den ekstra kostnaden en bedrift pådrar seg ved å innføre et nytt produkt gitt at man ikke gjør andre endringer (dvs. opprinnelig produksjon holdes konstant) (Kvamsdahl 1997). Dernest vil introduksjon av et nytt produkt redusere muligheten til å gjøre noe annet. Dette er hva man kaller alternativkostnaden, og kan defineres slik (Pearce 1981: 316): *"the opportunity cost of an action is the value of the forgone alternative action"*. Horngren et al. (2006: 388) understreker at alternativkostnaden bestemmes av nest beste alternativ: *"opportunity cost is the contribution to operating income that is forgone or rejected by not using a limited resources in its next-best alternativ use"*.

Således har vi altså: Relevante kostnader for et produkt = Produktets særkostnad + Produktets alternativkostnad. Senere i oppgaven vil vi komme nærmere inn på Color Lines kostnader (både særkostnader og alternativkostnad) for ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals. Imidlertid vil vi i de påfølgende avsnittene definere andre aktuelle kostnadskomponenter.

Hoff et al. (2005: 40) definerer en direkte kostnad som: *"kostnader som uten for store registreringsproblemer kan knyttes direkte til produktet"*. En indirekte kostnad blir forklart til å være en kostnad som ikke direkte kan knyttes til et spesifikt produkt (Hoff og Köber 2000). Når det gjelder skillet mellom faste og variable kostnader blir det en del verre. Hoff og Köber (2000: 116) definerer faste og variable kostnader på følgende måte: *"de kostnader som varierer i takt med aktivitetsnivået, kalles variable kostnader, mens de kostnader som er konstante innenfor en gitt kapasitetsgrense, kalles faste kostnader"*. Av dette forstår vi at en variabel kostnad ikke nødvendigvis er en kostnad som varierer med produsert volum, men en kostnad som varierer i takt med en eller annen aktivitet. Samtidig kan også en kostnad som klassifiseres som fast i en periode, være variable kostnader over en lengre periode. Dette understrekes av Kaplan et al. (1990: 4): *"it strikes us as peculiar that the costs that have varied (increased) the most are the costs that accountants have classified as fixed"*. Dette innebærer at over tid vil alle kostnader være variable.

En siste komponent vi vil ta opp her er kanibaliseringkostnaden. Denne kostnaden gjenspeiler et tap en bedrift får på et eksisterende produkt ved å introdusere et nytt produkt (Hoff et al. 2005). Et eksempel kan være salgstop på et eksisterende produkt til fordel for det nye produktet.

3.10 Teorier for å vurdere om rovprising finner sted

Så langt har vi fastsatt at rovprising vil si at en priser et produkt eller en tjeneste under en eller annen kostnad. Spørsmålet er selvsagt hvilken kostnad vi snakker om, og hvilke metoder som kan fastslå om rovprising har funnet sted. Vi vil i denne delen av oppgaven ta for oss enkelte teoretiske bidrag som foreslår metoder for å avdekke om rovprising finner sted. Teorien til kapittel 3.10 er stort sett basert på OECD (1989).

3.10.1 Ingen regel

Enkelte, som nevnt tidligere (jmfør kapittel 3.3), hevder at rovprising ikke er rasjonelt og sjeldent vil gi gevinst. Av den grunn er regler mot rovprising unødvendig, ettersom rovprising i utgangspunktet vil skade rovbedriften (the predator). Rasjonelle bedrifter vil dermed ikke drive rovprising, noe som gjør at myndighetene ikke trenger å overvåke denne problemstillingen. Et annet argument for ikke å lage noe regel er at det er vanskelig å skille mellom (ulovlig) rovprising og ønsket priskonkurranse.

3.10.2 Kortsiktige kostnadsbaserte regler

Areeda og Turner (1975) var de første som foreslo en eksplisitt regel mot rovprising (modifisert senere) (Fjell et al. 2000). I utgangspunktet fokuserte Areeda og Turner på en pris under kortsiktige marginalkostnader som en ulovlig rovpris, hvor marginalkostnaden kan defineres som kostnaden ved å produsere en ekstra enhet (Pindyck & Rubinfeld 2001). Begrunnelsen er at $\text{pris} = \text{marginalkostnad}$ er samfunnsmessig ønskelig. Samtidig vil en pris under marginalkostnaden gi et lønnsomhetstap på den marginale enheten, og således burde bedriften ikke produsere den. Dette medfører at dersom to konkurrerende bedrifter har forskjellige marginalkostnader, kan den mest effektive bedriften sette en pris under konkurrentens marginalkostnad (Fjell et al. 2000).

Imidlertid ble oppmerksomheten etter hvert rettet mot gjennomsnittlige variable kostnader, ettersom marginalkostnader er vanskelig å måle ut ifra regnskapstall. Med variable kostnader menes kostnader som kan endres i en relevant tidsperiode. Sagt med andre ord; jo lenger en periode med rovpris varer, jo flere kostnader kan klassifiseres som variable. Dette er også en

av regelens problem, nemlig tidshorisonen. Et eksempel hentet fra Fjell et al. (2004) som understreker dette er en reklamekampanje. Selv om en reklamekampanje er avsluttet, behøver ikke dette bety at effekten av kampanjen er avsluttet. I teorien bør da de variable kostnadene bli fordelt over hele tidsrommet hvor det er en effekt av kampanjen, men hvor lenge effekten varer er vanskelig å måle.

I Areeda og Turner (1975) trekkes det også inn gjennomsnittelige totale kostnader $\left(\frac{\sum \text{faste \& variable kostnader}}{\text{Output/Volum}} \right)$. Det understrekes at en med en pris lavere enn gjennomsnittelige totale kostnader vil påføre en bedrift et tap, ettersom prisen ikke dekker de totale kostnadene (inkludert avkastningskrav). Imidlertid kan man ikke i utgangspunktet konkludere med at en slik pris er ulovlig, ettersom et slikt tap kan være uunngåelig, for eksempel ved at etterspørselen tilsier at en pris $>$ gjennomsnittlige variable kostnader $<$ gjennomsnittlige totale kostnader gir bedriften et optimalt resultat.

Etter hvert har regelen til Areeda og Turner blitt modifisert. Pris under gjennomsnittlig variable kostnader har gått fra å være "ulovlig" til "antatt ulovlig". Dette synet blir støttet av Boumol 1996 (Fjell et al. 2000), der eksempelvis om at bedrifter ønsker å kvitte seg med ukurant lager trekkes frem. Å kvitte seg med overskuddslager av ukurante varer er et ønske om fremtidig lønnsomhet og ikke et ønske om å drive konkurrenter ut av markedet.

3.10.3 Akzo-testen

I desember 1985 dømte EU domstolen det multinasjonale nederlandske selskapet Akzo til å betale en bot på €10 millioner for misbruk av dominerende stilling i henhold til Article 82 of the EC Treaty. I Akzo saken ble det slått fast at (Oslo Tingrett 2006):

1. Dersom et dominerende foretaks inntekter ikke dekker de gjennomsnittlige variable kostnadene (GVK) er det en sterk presumsjon for at det foreligger utilbørlig utnyttelse av foretakets dominerende stilling.
2. Dersom inntektene dekker de gjennomsnittlige variable kostnadene, men ikke de gjennomsnittlige totale kostnadene (GTK), foreligger det utilbørlig utnyttelse av selskapets dominerende stilling dersom det i tillegg kan påvises at foretakets prissetting er ledd i en plan om å presse konkurrenten ut av markedet.

Akzo prøvde å forsvare seg med at prisingen deres tilfredstilte Areeda-Turner testen som legaliserer priser over gjennomsnittlig variable kostnader, men kommisjonen avviste denne testen (OECD 1989). Kommisjonen mente altså å ha påvist at det forelå en plan om å eliminere en konkurrent, og da anses en pris over gjennomsnittlig variable kostnader, men under gjennomsnittlig totale kostnader som ulovlig.

Denne saken er interessant fordi vurderingene og beslutningene som er tatt her har satt standard for praksis i EU antitrust lovgivning og blitt brukt i en rekke saker for å vurdere om rovprising finner sted. Vi vil se nærmere på hendelsesforløpet i denne spesifikke saken, samt SAS-saken, i kapittel 4.

3.10.4 Mottas rovpristest

Motta (2005) oppsummerer Areeda og Turners regel ved å formulere følgende rovpristest¹⁷:

1. Vurder hvorvidt anklaget bedrift (rovprisende bedrift) innehar en dominerende stilling i markedet.
Hvis bedriften innehar en slik dominerende stilling, vurder forholdet mellom pris og kostnad:
2. Hvis prisen vurderes til å ligge over gjennomsnittelige totale kostnader, anses prisene å være lovlige.
3. Hvis prisene beregnes til å ligge mellom gjennomsnittlige totale kostnader og gjennomsnittlige variable kostnader, er prisene i utgangspunktet lovlige. Anklageren gis anledning til å bevise det motsatte.
4. Hvis prisene bergenes til å ligge under gjennomsnittlige variable kostnader, er prisene i utgangspunktet ulovlige. Anklagede gis anledning til å bevise det motsatte.

Selv om oppstillingen er tilsynelatende enkel å følge, kan en slik test gi rom for betydelig skjønn. Som vi nevnte i kapittel 3.6 og 3.10.2 kan kostnadsbegrepene avhenge av tidshorisonen. For eksempel vil på svært kort sikt flestparten av kostnadene klassifiseres som faste, mens på lengre sikt vil flere kostnader være variable.

¹⁷ Oppstilling hentet fra Bjørnenak et al. 2005

3.10.5 Joscow og Klevoricks tostegs regel

Joscow og Klevorick (1979) foreslo en to stegs fremgangsmåte for å finne ut hvorvidt rovprising er sannsynlig strategi, hvor de begrenser fokus til de markeder hvor rovprising er en seriøs trussel.

Første steg består av en grundig analyse av markedsstruktur for å finne ut i hvilken grad det er sannsynlig at en rovprisingsstrategi kan lykkes. Dersom forholdene ligger til rette for at rovprising kan lykkes, er neste steg å foreta en grundig analyse av prisingen. Forhold som øker sannsynligheten for å drive en vellykket rovstrategi er kortsiktig monopolmakt, inngangsbarrierer og lite dynamiske markeder.

Grad av kortsiktig monopolmakt kan måles gjennom den etablerte aktørens (rovpriserens) markedsandeler og etterspørselastisiteten til produktet den tilbyr. Høy markedsandel og lite elastisk etterspørsel indikerer kortsiktig monopolmakt. Etterspørselastisitet er prosentvis endring i etterspurt kvantum av en vare som følge av en 1 % endring i pris (Pindyck og Rubinfeld 2001) Etterspørselastisiteten påvirkes av om det eksisterer nære substitutter til produktet. Når det er nære substitutter vil en prisøkning få forbrukerne til å kjøpe mindre av det produktet og mer av substituerbare produkter. Etterspørselen vil da være priselastisk. Dersom det ikke finnes nære substitutter, er som regel etterspørselen relativt uelastisk, og en prisøkning vil da ha mindre å si for etterspurt kvantum av produktet.

Eksempel på inngangsbarrierer som legger forholdene til rette for en vellykket rovstrategi er læringskurve-effekter, stordriftsfordeler og betydelige investeringer i forskning og utvikling hos den etablerte og dominerende aktøren, kundelojalitet, kapitalbetingelser og asymmetrisk informasjon om kostnader og risiko ved å gå inn i markedet. Slike inngangsbarrierer gjør at etablerte aktører har en betydelig konkurransefordel i forhold til nykommere eller potensielle konkurrenter.

Dynamiske og uoversiktlige markeder, med enten rask vekst, eller tilbakegang gjør en rovstrategi mindre sannsynlig. Årsaken er at den fremtidige inntjeningen blir mer usikker, og det er dermed mer risiko knyttet til en slik strategi. Innovasjon og teknologisk utvikling som kommer fra den dominante aktøren er forhold som gjør at rovprising blir ansett for å være et mindre problem. Begrunnelsen er at en bedrift som er innovativ bør bli belønnet for dette, en bør derfor ikke nekte en slik nyskapende bedrift å sette lav pris.

Dersom markedsanalysen tilsier at en rovstrategi ikke vil lykkes er alle priser lovlig. Ligger derimot forholdene til rette for en vellykket rovstrategi mener Joscow og Klevorick (1979) at pris under gjennomsnittlig variable kostnader alltid er ulovlig, bortsett fra i tilfeller hvor midlertidig nedleggelse koster mer enn tapet ved å ha en lav pris. Pris mellom gjennomsnittlig variable kostnader og gjennomsnittlig totale kostnader er ulovlig, unntatt dersom det kan bevises at bransjen er i tilbakegang eller at nykommeren går aggressivt inn i markedet med stor skala, og dermed skaper overkapasitet og presser prisene nedover. Pris over gjennomsnittlig totale kostnader er lovlig. Et unntak fra denne regelen er om den etablerte bedriften først har redusert prisen som respons på en nyetablerting og deretter hever prisene innen to år etter at nykommeren er presset ut av markedet. Dersom en nykommer er blitt presset ut av markedet som følge av hard priskonkurranse, må altså den etablerte aktøren vente to år før den kan heve prisen igjen.

3.10.6 Langsiktige kostnadsbaserte regler

Posner (1976) har hevdet at langsiktige marginale kostnader er bedre egnet til å teste mulig rovprising enn kortsiktige. Argumentet er at en rovbedrift kan presse en mer effektiv konkurrent ut av markedet dersom denne konkurrenten ikke har mulighet eller vilje til å lide det kortsiktige tapet som en lav pris medfører. Med effektiv menes her lavere langsiktige marginalkostnader. Ettersom flere kostnader er dimensjonerende på lang sikt, vil vanligvis langsiktige marginalkostnader være høyere enn kortsiktige marginalkostnader, og i følge Postner (1976) bør langsiktige marginalkostnader være fokus ved vurdering av mulig rovprising. Fordi marginalkostnader er vanskelig å beregne foreslår Posner å bruke gjennomsnittlige totale kostnader som estimat.

I tillegg til kostnadstesten stilles det krav til den bedriften som anklager en annen for å drive med rovprising å vise at markedsforhold og struktur gjør det mulig å drive en vellykket rovstrategi, og det må bevises at rovpriseren har intensjon om å drive anklager ut av markedet. Ettersom det kan være vanskelig å bevise at hensikten er å presse konkurrenten ut av markedet, bør imidlertid dette kriteriet ikke tillegges for mye vekt.

3.10.7 Regler basert på bortfallskostnaden

Husum (1995: 24) definerer bortfallskostnaden / merkostnaden som: *"merkostnaden for varen er de totale besparelsene en kan oppnå ved helt å eliminere produksjonen av den og holde produksjonen av alle andre varer uendret"*. Av dette følger det av økonomisk teori at en

bedrift vil bli i markedet på kort sikt dersom inntektene dekker totale bortfallskostnader, ettersom å forlate markedet ikke er et reelt alternativ med tanke på at irreversible kostnader vil påløpe uansett (som for eksempel investering i spesialisert anlegg og maskiner). Hvis inntekten er større enn totale bortfallskostnader vil i tillegg deler av de irreversible kostnadene dekkes inn.

Implikasjonene dette får for rovprising kan vises med et eksempel hentet fra Fjell et al. (2000). Vi antar to bedrifter (A og B) som begge produserer et gitt kvantum. Aktør B er den mest effektive bedriften hvis gjennomsnittlig bortfallskostnad $GBK_A > GBK_B$. Dette medfører at bedrift A, ikke kan drive ut sin mer effektive konkurrent B, hvis A tar en pris større eller lik sin egen bortfallskostnad. Ergo vil ingen pris over gjennomsnittlig bortfallskostnad være en rovpris, fordi en slik pris ikke kan drive ut en minst like effektiv profitt-søkende rival.

Årsaken til at gjennomsnittlig bortfallskostnad og ikke gjennomsnittlig totalkostnad benyttes i denne testen er at fordeling av felleskostnader ofte foregår på en tilfeldig måte (Baumol 1996). Felleskostnader kan defineres som kostnader ved å drive / administrere en fasilitet, aktivitet eller et kostnadsobjekt som er delt av to eller flere brukere (Horngren et al. 2006). Felleskostnaden er lavere enn den individuelle kostnaden for den enkelte bruker.

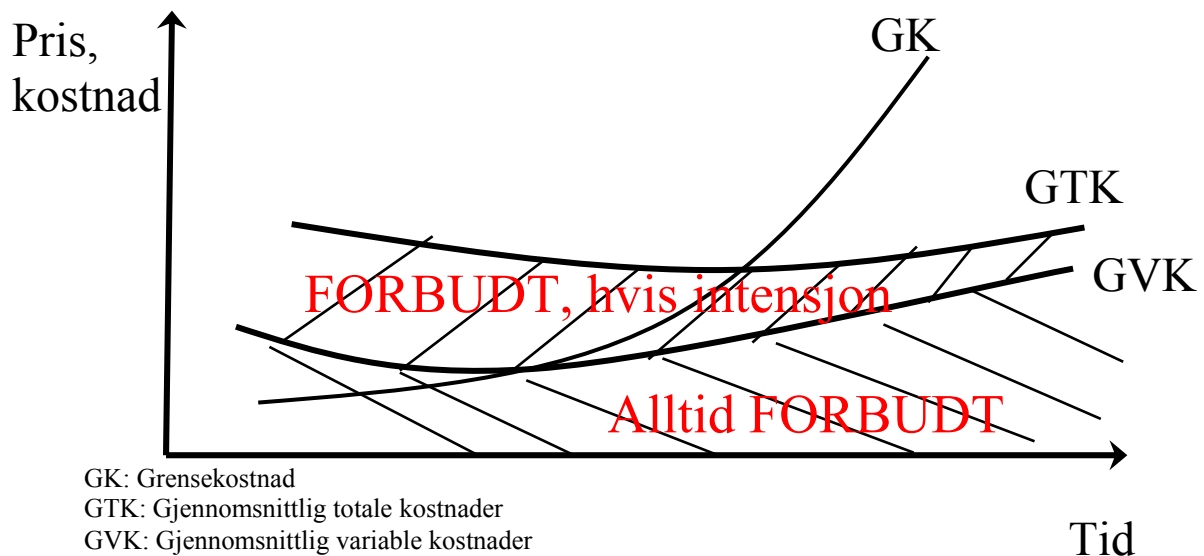
3.10.8 Påvisning av rovprising i praksis

Så langt har vi sett på teorien bak rovprising. Teorien danner også grunnlaget for selve utførelsen når konkurransemyndighetene skal påvise misbruk av dominerende stilling, herunder blant annet rovprising. Vi vil i de neste avsnittene konsentrere oss om hvordan rovprising kan påvises i praksis.

I EU-retten danner blant annet Akzo-saken en standard for hvordan en kan identifisere rovadferd (inkluderer rovprisingsadferd) (Steen og Sørgard 2004). Rent teoretisk vil det korrekte være å se på grensekostnader (og grenseinntekter), men dette lar seg vanskelig gjøre (jf. kapittel 3.10.2). I EU-retten er det to begreper som benyttes, gjennomsnittlige variable kostnader og gjennomsnittlige totale kostnader.

EUs holdning til forholdet mellom gjennomsnittlige variable og gjennomsnittlige faste kostnader er relativt klart (Lowe 2003: 2): *"First, prices below average variable cost must always be considered abusive. In such a case, there is no conceivable economic purpose other*

than the elimination of a competitor, since each item produced and sold entails a loss for the undertaking. Secondly, prices below average total cost but above average variable cost are only to be considered abusive if an intention to eliminate can be shown". Rent grafisk kan vi vise standpunktet slik:



Figur 5: Påvisning av rovprising i praksis

Steen og Sørgard (2004) utdyper imidlertid problemer med å se på gjennomsnittlige variable kostnader som et estimat på grensekostnader. Dersom produksjonen er stor vil vi typisk forvente at grensekostnaden (GK) er større enn gjennomsnittlige variable kostnader (GVK), altså at GVK undervurderer hvor stor GK faktisk er ved siste produserte enhet. Grunnen er at kostnaden knyttet til å produsere en ekstra enhet vil øke mye når en nærmer seg en kapasitetsgrense. Ved å benytte seg av GVK vil en ikke få frem dette ettersom en ser på gjennomsnittet for alle enhetene. Således vil anvendelse av Akzo-testen være til gunst for foretaket som beskyldes for å drive med konkurranse (Konkurransetilsynet 2005).

Det finnes imidlertid legitime begrunnelser for å sette en pris under gjennomsnittlige variable kostnader. Vi har allerede nevnt lovligheten av å kvitte seg med overskuddslager av utgåtte varer i kapittel 3.10.2. I tillegg nevnes kortvarige kampanjer for å introdusere en ny vare og at konkurransesituasjonen ikke gjør det mulig å holde en pris over GVK (Konkurransetilsynet 2005).

Tidsperspektivet er en faktor. Steen og Sørgard (2004) fastslår at en rovadferd er en langsiktig plan for å eliminere en konkurrent (eventuelt avskrekke andre i å etablere seg). Således vil en rovprisende bedrift være forberedt på at det tar tid å få fotfeste i markedet og tjene penger. Dette medfører at bedriftene i markedet neppe vil gi seg med en gang, som igjen betyr at det ikke er realistisk å overvinne en rival i løpet av en kortere periode (for eksempel en måned). For eksempel defineres et langsiktig perspektiv innenfor norsk luftfart som en sesong, som er mellom fem og syv måneder (avhengig av om det er sommer- eller vintersesong).

Dersom kostnadene er over gjennomsnittlige variable kostnader, men under gjennomsnittlige totale kostnader (benevnes som gråsonen), er det som nevnt tidligere en vurderingssak vedrørende intensjonen bak prisen. Selv om en virksomhet går med tap, gir driften et bidrag til dekning av de faste kostnadene (altså $GVK < \text{Pris} < \text{GTK}$). En slik pris er legitim, ettersom fortsatt drift reduserer tapet. Hvorvidt bedrifter har som hensikt å presse konkurrenter ut av markedet med en pris under gjennomsnittlige totale kostnader, er derimot en objektiv vurdering. Imidlertid må en slik vurdering underbygges av dokumentbevis og observert adferd (Konkurransetilsynet 2005).

Eksempler på dokumentbevis kan være møtereferater, notater, rapporter etc. utarbeidet av leder / ledelsen (Konkurransetilsynet 2005). Steen og Sørgard (2004) understreker imidlertid at man ikke bør feste for mye lit til slike bevis. Først og fremst påpekes det at det er vanskelig å frembringe slik dokumentasjon, ettersom det er grunn til å tro at bedrifter vil opptre varsomt med å nedtegne skriftlig intensjoner om å rovprise. Dernest er det langt ifra sikkert at en skriftlig dokumentasjon underbygger påstanden om rovadferd. For eksempel kan mange bedrifter ønske å oppnå en dominerende posisjon i markedet, men dette kan ikke tolkes som noe annet enn at bedriften har planer om å konkurrere hardt for å oppnå en dominerende posisjon. Steen og Sørgard (2004) peker derfor på at man bør fokusere på muligheten for å kapre en mergevinst etter en eventuell aggressiv adferd.

Dette synet støttes også av Konkurransetilsynet (2005). Tilsynet legger til grunn den nære sammenhengen mellom utilbørlig underprising (rovprising) og muligheten til å gjenvinne tapet og hevder (Konkurransetilsynet 2005: 25): *"Det vil bare være rasjonelt å drive slik underprising dersom foretaket gjennom prissettingen har en realistisk sjanse til å gjenvinne tapet ved senere prisøkninger"*. EU-retten krever ikke bevis for at det dominerende foretaket må ha mulighet for å gjenvinne tapet. Konkurransetilsynet understreker imidlertid at dersom

det kan påvises en mulighet for det dominerende foretaket å gjenvinne tapet fra en rovprisperiode, vil dette underbygge at foretaket har til hensikt å presse konkurrenter ut av markedet.

3.11 Mulighet for å rovprise

Som vi har sett innebærer rovprising en periode med tap mot framtidig høyere gevinst i form av monopolmakt og dermed mulighet til å sette høyere priser. Imidlertid må perioden med tap ha en finansieringskilde, noe vi vil se nærmere på nå.

3.11.1 Kryss-subsidiering

I "Dictionary of Economics" blir kryss-subsidiering (cross-subsidization) definert som (Rutherford 1992: 104): *"The financing of an unprofitable part of an enterprise by a more profitable part"* og videre *"in the private sector cross- subsidization occurs within firms which allow some of their products to be sold at less than incremental cost"*. Som det kommer frem av definisjonen innebærer kryss-subsidiering at et ulønnsomt produkt eller virksomhetsområde blir finansiert av andre lønnsomme produkter eller virksomhetsområder i et foretak. Hovedmotivet for kryss-subsidiering i profittmaksimerende private foretak beskrives i litteraturen som rovprismotivet (Husum 1995). Rovprismotivet går ut på at foretaket ved å sette priser under merkostnad kan presse ut konkurrenter, og monopolisere et konkurranseutsatt marked for så å tjene monopolrenter i fremtiden, som mer enn kompenserer for tapet man påtar seg i inneværende periode. Definisjonen av kryss-subsidiering ut fra rovprismotivet ligger svært nær definisjonen for rovprising. Eneste forskjell ser ut til å være at rovprisings-definisjoner ikke sier noe om finansieringskilden for tapet som påløper, mens kryss-subsidiering begrenser finansieringskilden til overskudd fra andre deler av bedriftens virksomhet (Fjell et al. 2000).

3.11.2 "Deep pocket" teori og imperfekte finansmarkeder

Deep pocket forklaringer på rovprising går ut på at mindre nykommere ofte er finansielt svakere og har mindre tilgang til kapital enn den større etablerte aktøren. Den etablerte aktøren vil da lett kunne presse nykommeren ut av markedet ved å starte en priskrig, ettersom den finansielt sterkere etablerte aktøren kan tåle tap over en lengre periode enn det nykommeren kan. Dersom det hadde vært perfekt informasjon i finansmarkeder ville kreditorer bidratt med kapital til nykommeren så lenge denne var like effektiv som den etablerte. Hvis den etablerte vet at nykommeren har ubegrenset tilgang til finansielle ressurser fra kreditorer, og dermed kan tåle tap under en eventuell priskrig, vil en rovstrategi ikke være

hensiktsmessig. I virkeligheten er imidlertid kapitalmarkedene imperfekte og kreditorene har ikke fullstendig informasjon om effektivitet og kostnader, og det er knyttet risiko til å låne ut penger. Rovprising vil kunne bidra til at risikoen oppfattes høyere, og vil kunne begrense nykommerens tilgang til kapital (Motta 2005).

3.12 Oppsummering

Vi har i dette kapittelet fremlagt ulike teoretiske bidrag rundt temaet rovprising, som vi senere vil ta i bruk i analysedelen. Å rovprise dreier seg altså om å sette en pris under kostnad, hvor motivet er at perioden med oppofrelse av profitt skal dekkes av en fremtidig periode med monopolpriser. Enkelte kritikere (McGee og Easterbrook nevnt her) hevder imidlertid at rovprising er irrasjonelt og lite troverdig, dette blant annet på grunn av priskrig medfører store tap, fremtidig inntjening er usikker, og at en eventuell monopolstilling ofte blir kortvarig ettersom nye konkurrenter tiltrekkes markedet. Er den nyvunne monopolstillingen beskyttet av etableringsbarrierer reduseres sannsynligheten for etablering av nykommere. I et samfunnsøkonomisk perspektiv tjener produsentene ved en overgang til monopol, på grunn av høyere pris; dette på bekostning av konsumentene. Rovprising er samfunnsøkonomisk uønsket fordi det vanligvis resulterer i redusert konsumentoverskudd og dødvektstap i økonomien.

Vi har presentert to modeller som beskriver hvorfor rovprising finner sted. Ryktemodellen peker på at et foretak kan avskrekke potensielle aktører fra å etablere seg gjennom aggressiv prisingsatferd og etablere rykte som tøff konkurrent. Samtidig kan en lav pris signalisere at den etablerte aktøren er kostnadseffektiv, noe som kan avskrekke potensielle nykommere. En lav pris vil også kunne gi oppfatning av et marked med lave marginer og således et lite attraktivt marked for nyetablering.

I henhold til Konkurranselovens § 11 er utnyttelse av en dominerende stilling forbudt. Det konkretiseres at urimelige utsalgspriser er en form for utnyttelse av en dominerende stilling. Hvorvidt et foretak er dominerende i markedet avgjøres av markedskonsentrasjon, eller markedsandeler i det relevante marked. EF-domstolens praksis viser at en markedsandel på minimum 50 % vanligvis er tilstrekkelig for å konkludere med at et foretak har dominerende stilling. Vi merker oss imidlertid at man har en markedsavgrensning, hvor det relevante markedet har en produktdimensjon og geografisk dimensjon. Det relevante marked kan være avgrenset av at produkter er nære substitutter i form av produktegenskaper eller produkt

anvendelse, og geografisk avgrenset ut fra i hvilket geografisk område produktet handles. Konkurransen i det relevante markedet kan videreklassifiseres som fri konkurranse, monopolistisk konkurranse, oligopol eller monopol, hvor Herfindahlindeksen kan gi en pekepinn på markedsstrukturen.

Vi har i dette kapitlet vist til ulike modeller som kan avdekke om rovprising finner sted. Kritikerne til rovprisingsmodeller hevder at en regel mot rovprising ikke er nødvendig, ettersom rovprising vil skade den rovprisende bedrift, og således er irrasjonelt. Sett ut ifra et samfunnsøkonomisk syn er en pris under marginalkostnaden uønskelig. Årsaken ligger i samfunnsøkonomenes likevekt $\text{pris} = \text{marginalkostnad}$, hvor en pris under marginalkostnaden vil gi et lønnsomhetstap på den marginale enheten og burde således ikke produseres. Imidlertid er marginalkostnader vanskelig å beregne. Dette medfører at de fleste teoretikere peker på gjennomsnittlige variable kostnader og gjennomsnittlige totale kostnader som en relevant kostnadskomponent. I utgangspunktet anser man en pris under gjennomsnittlige variable kostnader som en ulovlig pris, mens en pris over gjennomsnittlige totale kostnader anses som lovlig. Dersom pris ligger mellom gjennomsnittlige variable kostnader og gjennomsnittlige totale kostnader blir vurdering av motivet bak prisingsatferden avgjørende for om prisen er ulovlig eller ikke. Andre igjen peker på bortfallskostnaden som et teoretisk minstekrav inntekten bør dekke.

Joscow og Klevorick peker på kortsiktig monopolmakt, inngangsbarrierer og dynamiske markeder som forhold som øker sannsynligheten for at en rovprisstrategi lykkes. Et annet forhold som kan øke sannsynligheten for at en rovprisstrategi lykkes, er muligheten for å krysssubsidere et ulønnsomt produkt med et eller flere lønnsomme produkter. "Deep pocket" teorien peker i tillegg på at (den etablerte) rovpriseren ofte er finansielt sterkere enn en nykommer, som medfører at kapital er lettere tilgjengelig for den etablerte aktør.

Kapittel 4 – Andre relaterte saker

Både internasjonalt og i Norge har vi sett flere saker som omhandler lignende tema som vi tar opp i denne utredningen. I dette kapittelet vil vi først se nærmere på saken hvor Akzo ble dømt for rovprising og misbruk av dominerende stilling. Akzo-saken er interessant fordi prinsippene som ble satt her er gjeldende rettskilde i EU og norsk rettspraksis.

Deretter vil vi se på saken hvor Konkurransetilsynet ila SAS en bot på 20 millioner for utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling på ruten Oslo-Haugesund, men hvor SAS senere ble frifunnet. Det kan trekkes paralleller mellom SAS saken og striden mellom Fjord Line og Color Line. Det er derfor nyttig å se hvordan Konkurransetilsynet, SAS og retten har argumentert og vurdert forhold knyttet til inntekter, kostnader og øvrige forhold som kan brukes til å påvise mulig intensjon om å eliminere en konkurrent.

4.1 Akzo-saken

Internasjonalt er saken mot Akzo fra 1985 trolig den mest kjente på dette området (Phlips og Moras 1993). Denne saken har også etablert prinsippene i Areeda-Turner-testen (Bjørnenak et al. 2005). I desember 1985 ble det multinasjonale nederlandske selskapet Akzo bøtelagt for misbruk av dominerende posisjon av Commission of the European Economic Communities i henhold til Article 82 of the EC Treaty. Akzo ble funnet skyldig i rovprising mot Engineering and Chemical Supplies (ECS).

Både Akzo og ECS produserte Benzoyl- peroxide som blir brukt som blekemiddel i mel og som initieringsagent i plastikk-produksjon (Phlips og Moras 1993). Blant de tre største kjøperne av Benzoyl-peroxide hadde Akzo en markedsandel på 52 %, mens ECS hadde en markedsandel på 35 %. I perioden 1970 – 1979 foretok Akzo en årlig prisøkning på 10 %, og ECS fulgte etter med en tilsvarende prisøkning. ECS pris var vanligvis 10 % lavere enn Akzos pris, begrunnet med lavere produksjonskostnader i forhold til Akzo. Da Akzo i 1980 fortok den årlige 10 % prisøkningen fulgte ikke ECS etter, men beholdt i stedet sin 1979-pris slik at prisdifferansen økte. To av Akzos hovedkunder rettet så en prisforespørsel til ECS, omtrent samtidig rettet Akzos andre hovedkunder prisforespørsel til ECS, og de fikk alle samme pristilbud. For å ikke miste markedsandeler ble prisen matchet av Akzo, som da måtte sette ned prisen betydelig. Mot slutten av året gikk Akzo til motangrep mot ECS og gikk til ECS hovedkunder og tilbød en pris som var enda lavere enn den prisen ECS hadde tilbudt. Dette førte til at ECS mistet tre av sine hovedkunder og betydelige markedsandeler til Akzo,

og ble samtidig tvunget til å redusere pris for å kunne matche Akzos priser. ECS klaget Akzo inn for EU-kommisjonen. I 1983 ble minimumspriser for blekemiddel påtvunget Akzo av EU-kommisjonen, og i 1985 kom den endelige dommen hvor Akzo ble funnet skyldig i rovprising og dømt til å betale en bot på € 10 millioner (Phlips og Moras 1993). I dommen la EF-domstolen vekt på møtereferater utarbeidet av ledere i ECS, et notat utarbeidet av en leder i Akzo, samt en rapport utarbeidet av en leder i ECS. Disse dokumentene viste at Akzo hadde fremsatt trusler om underprising dersom ECS ikke trakk seg fra markedet. I tillegg forelå det en detaljert plan utarbeidet av Akzo som beskrev hvilke tiltak som skulle settes i verk dersom ECS ikke trakk seg fra markedet (Konkurransetilsynet 2005). Dommen var altså basert på Akzos lave prising og uttrykt hensikt om å disiplinere eller eliminere ECS.

I ettertid har det blitt diskutert hvorvidt Akzo saken var et tilfelle av aktiv konkurranse og ikke rovprising, og viser at skillet mellom konkurranse som tjener forbrukeren og skadelig rovprising ikke alltid er like tydelig (Fjell 2005).

Reglene som ble benyttet i Akzo-saken for å vurdere hvorvidt en pris er lovlig eller ikke er nærmere beskrevet i kapittel 3.10.3.

4.2 SAS-saken

Konkurransetilsynet har i flere år fulgt konkurransesituasjonen i norsk luftfart. Årsaken til dette er betydelige markedsmessige etableringshindre, og at det har vist seg å være vanskelig å konkurrere med SAS på innenriks trafikk i Norge (Oslo Tingrett 2006¹⁸).

Et eksempel er flyruten mellom Oslo og Haugesund. SAS hadde monopol på denne ruten siden 1999, men fra 1. juni 2003 fikk selskapet konkurranse, da Coast Air etablerte seg på samme rute. 13 juni 2004, etter bare vel ett års drift, innstilte Coast Air sine flygninger på denne ruten etter hard konkurranse og manglende lønnsomhet. Gjennom kostnadstester fant Konkurransetilsynet at SAS drev ruten uten lønnsomhet. Videre ble SAS' hensikt med det pris- og kapasitetsnivå de opererte med på ruten vurdert. I mangel av en legitim begrunnelse for atferden konkluderte Konkurransetilsynet med at det ikke kunne finnes noe annet motiv enn å presse konkurrenten ut av markedet. Konkurransetilsynet ila SAS en bot på NOK 20 millioner hjemlet i Konkurranselovens § 11 (utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling) og § 29 (overtredelsesgebyr). SAS på sin side svarte med å stevne staten for retten (Dagens

¹⁸ Kapittel 4.2 er stort sett basert på Oslo Tingrett 2006

Næringsliv 2005). Dom i saken kom juli i 2006, hvor SAS ble frikjent (Gran 2006). Vi vil nå gå nærmere inn på hvilke forhold som ble vurdert og vektlagt i denne saken.

4.2.1 Konkurransetilsynets vurdering

Konkurransetilsynets vedtak er basert på de prinsipper som ble lagt til grunn i Akzo-saken. Med utgangspunkt i ruteregnskapet gjennomførte Konkurransetilsynet kostnadstester for innenriksruter hvor SAS møtte konkurranse sommersesongen 2004. Anvendelse av Akzo-testen i norsk luftfart innebar blant annet en kategorisering av SAS' kostnader som henholdsvis faste og variable. Videre ble relevant marked avgrenset til å være marked for lufttransport av passasjer mellom Oslo og Haugesund. I det relevante marked hadde SAS en markedsandel på ca 85 %. På bakgrunn av høy markedsandel og eksistens av etableringshindringer la konkurransetilsynet til grunn at SAS hadde dominerende stilling.

I henhold til Akzo-dommen skal prisen vurderes opp mot gjennomsnittskostnaden ved å produsere den enkelte enhet. Innenfor luftfarten opereres det imidlertid med flere billettkategorier og priser, noe som setter foretaket i stand til å prisdifferensiere sitt produkt. Dette gjør at foretaket kan bedre kapasitetsutnyttelsen og sikrer foretaket høyere inntekt fra kundene med høyest betalingsvillighet. Denne formen for kapasitets- og prisstyring betegnes som yield management. Gjennom et yield management system vil en kunne tilpasse pris og kapasitet slik at en oppnår best mulig lønnsomhet. En billettpris som ikke dekker kostnader ut i fra en gjennomsnittsvurdering vil likevel kunne være lønnsomt dersom det bidrar til bedre kapasitetsutnyttelse. Det kan derfor være vanskelig å vurdere prisen på billetter innenfor hver billettkategori i forhold til gjennomsnittlige variable og faste kostnader, og direkte anvendelse av Akzo-testen blir problematisk. Som tilnærming til Akzo-testen vurderer Konkurransetilsynet totale inntekter på ruten opp mot variable og faste kostnader.

Konkurransetilsynet foretok grundige undersøkelser, og beregninger som ble gjort viste at SAS ikke dekket sine variable kostnader i noen av månedene flyselskapet konkurrerte mot Coast Air, samt at SAS hadde hatt et betydelig fall i inntekter i perioden med konkurranse i forhold til året før da de opererte alene på ruten. Det følger av Akzo-dommen at dersom det dominerende foretakets pris ikke dekker de gjennomsnittlige variable kostnadene, er det presumsjon for at dette utgjør utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling, og at foretaket har hatt til hensikt å presse konkurrenten ut av markedet.

Konkurransetilsynet mente at SAS, gjennom sitt yield management system, kunne tilpasset sin atferd den nye konkurransesituasjonen på en måte som ville gjort driften lønnsom. Ut ifra Konkurransetilsynets vurdering valgte SAS i stedet en endring av pris og kapasitet, som reduserte lønnsomheten på kort sikt betydelig. Analyser Konkurransetilsynet har foretatt viser at SAS målrettet har priset punkt-til-punkt billetter lavere enn gjennomgående billetter i hele den perioden de møtte konkurranse fra Coast Air. Sommersesongen 2004 kuttet SAS gjennomsnittsprisen på punkt-til-punkt billetter på ruten Oslo-Haugesund kraftig sammenlignet med øvrig innenrikstrafikk i Norge, og priskuttet ble foretatt i en avgjørende fase for Coast Airs beslutning om videre drift på ruten. Videre mener Konkurransetilsynet at SAS holdt for høy kapasitet på ruten. Dette er forhold som Konkurransetilsynet mener underbygger intensjonen om å eliminere Coast Air.

Videre mente Konkurransetilsynet at muligheten for gjenvinning av tapet er stort. Dette fordi flyselskaper har stor fleksibilitet til å endre de publiserte prisene. Det kan skje raskt og til lave kostnader. I tillegg gjør eksistensen av etableringshindringer at en oppnådd monopolstilling kan forventes å vare en stund. Dette gjør at SAS har et insentiv til å eliminere konkurrenten.

Relevante nettverkseffekter var viktig i Konkurransetilsynets vurdering av hvorvidt SAS hadde bedrevet ulovlig rovprising. Dette er inntekter fra andre ruter som SAS ville gått glipp av dersom rutetilbudet på strekningen Oslo – Haugesund hadde blitt redusert. Dersom de relevante nettverkseffektene var tilstrekkelig store ville det kunne vært en legitim forklaring på at gjennomsnittlig inntekt var lavere enn kostnadene på ruten samlet sett. Konkurransetilsynet konkluderte imidlertid med at relevante nettverkseffekter ikke var store nok til å kunne forsvare en inntekt under variable kostnader, og at SAS prisingsatferd rasjonelt bare kunne forklares med en elimineringshensikt.

4.2.2 SAS' vurdering

SAS på sin side hevdet at Konkurransetilsynets beregninger var feile. SAS mente blant annet at Konkurransetilsynet undervurderte inntektene SAS hadde hatt på ruten, og at tilsynet ikke hadde tatt tilstrekkelig hensyn til nettverksinntektene. Videre mente SAS at kostnadene var feilvurdert. Blant annet anså Konkurransetilsynet kostnadene knyttet til fly og piloter som variable, mens SAS selv hevdet at dette var faste kostnader, når tidsrommet som ble lagt til grunn var sommersesongen 2004. De variable kostnadene ble dermed overvurdert ifølge SAS, og at konklusjonen om at de variable kostnadene oversteg de totale inntektene var feil.

SAS vektla at de hadde et sterkt behov og ønske om å innrette seg etter de regler og krav som Konkurranselovens § 11 stiller til dominerende foretaks priser, kapasitet og lønnsomhet, og hevdet at de ikke hadde hatt som strategi å presse Coast Air ut av markedet.

SAS poengterte at Coast Air etablerte seg i markedet med et pristilbud som lå vesentlig under SAS' priser, og holdt seg på dette nivået hele perioden selskapet betjente ruten. På bakgrunn av dette mente SAS det ikke var noen dokumentert sammenheng mellom det at Coast Air trakk seg fra markedet, og SAS' atferd.

Priskuttene sommersesongen 2004 begrunnet SAS med behovet for å stimulere markedet og gjøre SAS gruppen konkurransedyktig i forhold til utviklingstrekkene i samfunnet. Av utviklingstrekk viste SAS til flere år med passasjeredgang i det norske innenlandske flymarkedet, nesten utelukkende fokus på pris for kortere flyreiser (1-2 timer), og økt konkurranse fra andre transportmidler som ekspressbuss, tog og hurtigbåt. SAS innførte i 2004 et betydelig kostnadskuttprogram, Turnaround 2005, dette også som et ledd i å lykkes i det nye konkurransebildet.

SAS hevdet altså at Oslo – Haugesund ruten har vært tilstrekkelig lønnsom, og at de ikke hadde hatt noen strategisk plan om å presse Coast Air ut av markedet. De mente derfor at Konkurransetilsynets vurdering var feil.

4.2.3 Rettens vurdering

Både testene Konkurransetilsynet har benyttet for å sannsynliggjøre rovatferd og hvilke data som skal legges til grunn i disse testene er tvistetema i denne saken. SAS og Konkurransetilsynet er særlig uenig om i hvilken grad opplysningene i ruteregnskapet kan anvendes som empirisk materiale for testene, betydningen av nettverksinntekter, og definering av faste kontra variable kostnader. Retten legger til grunn at selv om testen skulle vise at inntektene ikke dekker de variable kostnadene er dette bare en indikasjon på rovprising, og SAS kan tilbakevise en presumsjon om rovadferd ved å sannsynliggjøre at det finnes andre og akseptable grunner til den manglende lønnsomhet.

Retten tar ikke endelig stilling til valg av test, men legger inn som forutsetning for sin drøftelse at SAS ikke består den mest kritiske testen som for dem ville gitt det dårligste

utgangspunkt, nemlig manglende dekning av variable kostnader. Videre tar retten heller ikke endelig stilling til ruteregnskapet som grunnlag for testingen, og heller ikke hvilke deler av netteverksbidraget som er relevant. Retten bemerker likevel at det er åpenbart at beregning av en flyrutes lønnsomhet er spesielt utfordrende fordi et selskap opererer i nettverk. For retten virker det lite sannsynlig at Akzo-testen eller andre alternative tester i tilstrekkelig grad tar hensyn til ruteregnskapenes begrensede verdi for en regnskapsmessig vurdering, og at det derfor kan være vanskelig å trekke sikre nok konklusjoner om en routes lønnsomhet i resultatregnskapssammenheng.

For den situasjon som ville kreve minst av tilleggsargumenter, nemlig at det legges til grunn at inntektene ikke dekker de variable kostnadene, tar retten stilling til om bevisførsel gir holdepunkter som kan konstatere at det foreligger andre akseptable forklaringer / grunner for drift av ruten uten lønnsomhet. Videre om SAS' atferd var egnet til å presse Coast Air ut av markedet, for på den måten gjenopprette monopol på ruten.

Retten benytter Norwegian som eksempel på at det er mulig å lykkes i konkurranse med SAS, gitt at en bruker rett strategi. Videre vises det til at SAS samtidig ble ledet til å ikke gjøre storkundeavtalene eksklusive, og til å fjerne bonusordningen for innenlands flytrafikk. At andre selskaper (Color Air, Braathens, Coast Air) fikk problemer mener retten ikke alene kan tilskrives eventuell rovatferd fra SAS.

Bevisføringen har etter rettens oppfatning vist at SAS har tilrettelagt sin strategi, slik at selskapet var innenfor det sikre i forhold til påstand om rovadferd, enn motsatt. Gjentatte henvendelser til Konkurransetilsynet om grensedragningen mellom det akseptable og det ulovlige underbygger dette. Retten har også merket seg, ut i fra interne notater og drøftelser, at SAS synes å ha vært bevisst på at de ikke skulle legge seg på en linje som gjennom overtredelse av det aktuelle regelverk foranlediget at konkurrentene ble skviset ut. Det vises blant annet til at SAS helt bevisst valgte ikke å ligge under konkurrentene i pris på det laveste prissegmentet.

Heller ikke når det gjelder SAS' valg av kapasitets- og prisnivå finner retten tilstrekkelige holdepunkter som kan underbygge en predasjonshensikt. SAS har blant annet sannsynliggjort at prisjusteringer var en konsekvens av en sentralstyrt omlegging til enveisbilletter og en generell markedstilpasning.

Retten påpeker at Coast Air selv feilvurderte muligheten til å få fotfeste på ruten og undervurderte etableringshindringene. De verken klarte eller hadde ressurser til å ta den nødvendige del av forretningsmarkedet, og de var for optimistiske med tanke på hvilke gjennomsnittspriser de kunne oppnå gitt forutsatt oppnådd kabinfaktor. Coast Airs tilbaketrekking fra markedet kan derfor ikke alene forklares med konkurransen fra SAS.

Retten konklusjon i forhold til Konkurransetilsynets vedtak lyder som følger (Oslo Tingrett 2006: 95): *”Det vil av de forutgående drøftelser fremgå at retten etter den umiddelbare bevisføring og den kontradiktoriske behandling vurderer det faktiske grunnlag for vedtaket annerledes enn Konkurransetilsynet. Det faktum retten legger til grunn gir som konsekvens at det ikke er grunnlag for å konstatere at SAS utilbørlig har utnyttet sin dominerende stilling. Konkurranselovens § 11 kommer med dette ikke til anvendelse, og det er ikke grunnlag for å ilegge SAS bot. Konkurransetilsynets vedtak av 6. juni 2005 blir etter dette å oppheve.”*

Konkurransetilsynet har imidlertid valgt å anke dommen (kt.no d).

Kapittel 5 – Analyse av fergemarkedet

I dette kapitlet vil vi foreta en analyse av markedet for fergetrafikk mellom Norge og Danmark. Selskaper som i dag tilbyr fergeruter mellom Norge og Danmark er Color Line, DFDS Seaways, Stena Line, Kyst Link, Master Ferries, Smyril Line og Fjord Lines (for mer info, se kapittel 2.1). Først i kapitlet vil vi kort presentere passasjerstatistikk og markedsandeler for Color Line og Fjord Line, ettersom det er konkurransen mellom disse selskapene som er fokus for vår analyse. Deretter vil vi foreta en analyse av fergemarkedet hvor vi vil definere det relevante markedet, og med utgangspunkt i det bestemme markedsstruktur, diskutere hvorvidt Color Line har dominerende stilling, og vurdere etterspørselstettheten i fergemarkedet.

5.1 Passasjerstatistikk

Når vi skal gjennomføre markedsanalyse i kapittel 5.2 trengs det statistikker for fergetrafikk. Color Line har hatt følgende utvikling på passasjersiden¹⁹:

Årstall:	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Totalt ant. passasjerer:	4 276 925	4 324 978	4 080 211	4 243.684	4 241 870	4 211 284	4 433 072

Tabell 5: Totalt antall passasjerer Color Line

Fjord Line er et betydelig mindre fergereferi og har en langt mindre passasjerandel enn Color Line. Fjord Lines utvikling er som følgende²⁰:

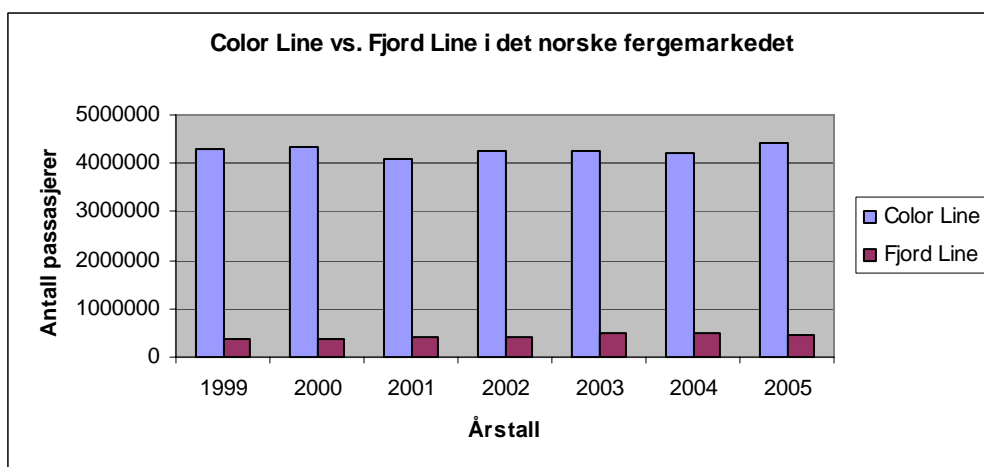
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Passasjerer Englandslinjen	163 883	172 705	184 031	190 519	181 443	174 066	145 400
+ Passasjerer Danmarkslinjen	205 363	212 305	221 750	230 409	309 087	314 530	296 500
= Totalt antall passasjerer	369 246	385 010	405 781	420 928	490 530	488 596	441 900

Tabell 6: Totalt antall passasjerer Fjord Line

¹⁹ Tall hentet fra Color Group 2003, 2004 og 2005

²⁰ Tall hentet fra Fjord Line 2002, 2003, 2004 og 2005b

Basert på totalt antall passasjerer ser vi at Color Line er en vesentlig større aktør i forhold til Fjord Line i det norske fergemarkedet.



Figur 6: Color Line og Fjord Line i det norske fergemarkedet

Imidlertid er det mer relevant å se på statistikker for spesifikke ruter. Vi viser her passasjerstatistikk for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet²¹ til Danmark (Fjord Line 2005a):

Rute/ Årstall	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bergen / Haugesund / Egersund – Hansholm (Fjord Line)	205 363	212 305	221 750	230 409	309 087	314 530	296 500 ²²
Bergen / Stavanger – Hirtshals (Color Line)	0	0	0	0	0	0	183 759 ²³
Kristiansand – Hirtshals (Color Line)	1 127 863	1 106 093	1 095 431	1 162 773	1 162 782	1 125 559	1 054 141 ²⁴
SUM	1 335 225	1 320 398	1 319 182	1 395 184	1 473 872	1 440 089	1 534 400

Tabell 7: Passasjerstatistikk for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet og Danmark

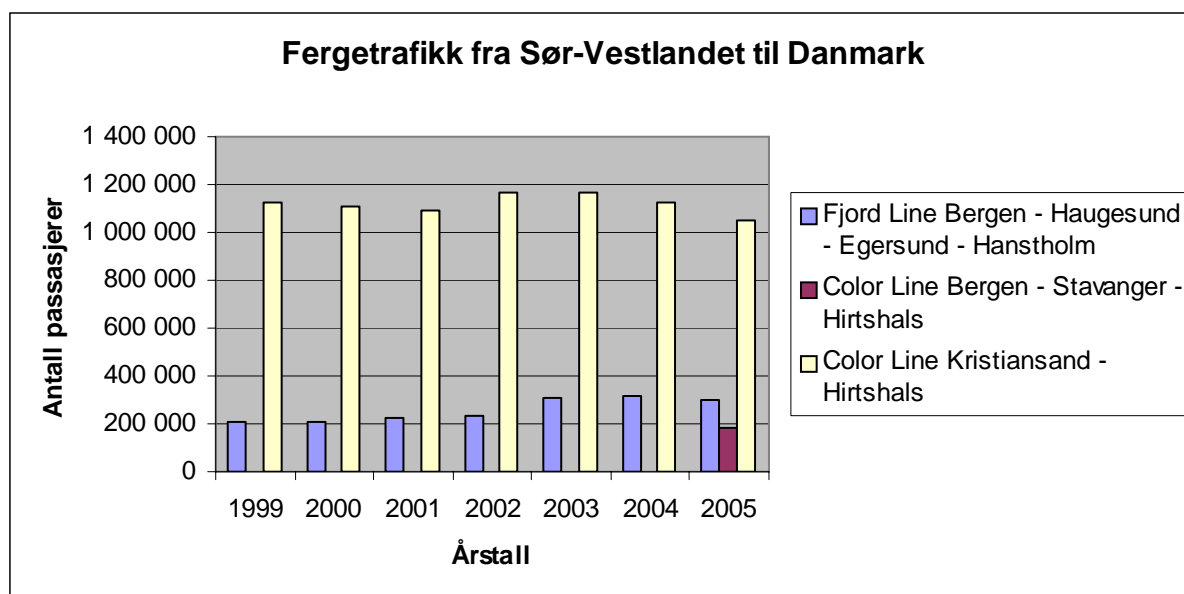
²¹ Med Sør-Vestlandet er en geografisk avgrensning, fra Bergen i nord til Kristiansand i sør.

²² Fjord Line 2005a

²³ Mathisen 2006. Av 183.759 passasjerer kom 82.529 på i Bergen (Eliassen 2006).

²⁴ Mathisen 2006

Dette kan også vises grafisk på følgende måte:



Figur 7: Passasjerstatistikk for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet til Danmark

Videre kan det være nyttig å se på endringene fra år til år. Veksten i trafikkgrunnlaget i fergetrafikk på Sør-Vestlandet er som følgende:

Vekst		1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005
Fjord Line (Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm)	I antall:	6 942	9 445	8 659	78 678	5 443	- 18 030
	I prosent:	3,38 %	4,45 %	3,90 %	34,15 %	1,76 %	-5,73 %
Color Line (Kristiansand-Hirtshals)	I antall:	- 21 770	- 10 662	67 342	9	- 37 223	- 71 418
	I prosent:	-1,93 %	-0,96 %	6,15 %	0,00 %	-3,20 %	-6,35 %
Color Line (totalt, inkludert Vestlandsruten)	I antall:	- 21 770	- 10 662	67 342	9	- 37 223	112 341
	I prosent:	-1,93 %	-0,96 %	6,15 %	0,00 %	-3,20 %	9,98 %
Totalt (Fjord Line + Color Line)	I antall:	- 14 828	-1 216	76 001	78 687	- 31 780	94 311
	I prosent:	-1,11 %	-0,00 %	5,76 %	5,64 %	-2,29 %	6,55 %

Tabell 8: Passasjerendring i fergemarkedet fra Sør-Vestlandet til Danmark

Ut i fra beregningene har Fjord Line hatt en gjennomsnittlig vekst i trafikkgrunnlag i perioden 1999 – 2005 på 7,0 %. Color Line har i samme periode hatt en gjennomsnittlig vekst på 1,67 %. Dersom en ser på Kristiansand-Hirtshals ruten alene er gjennomsnittlig vekst på -1,05 %

for Color Line. Gjennomsnittlig vekst i antall passasjerer totalt for Fjord Line og Color Line er 2,43 %.

Den kraftige veksten i trafikkgrunnlag Fjord Line hadde i 2003 skyldes kapasitetsutvidelsen som innsetting av Fjord Norway til fordel for MS Bergen medførte. I tillegg til økt kapasitet innebar fergeskiftet en betydelig kvalitetsforbedring for passasjerene. Samtidig ble det opprettet et nytt stopp på Danmarkslinjen i Haugesund (Elisassen 2002). Dette gjorde tilgjengeligheten bedre for passasjerer fra Rogalandsområdet og har trolig også bidratt til veksten. Samme år hadde Color Line tilnærmet 0 vekst. Dette indikerer at Fjord Line tok ut veksten i det totale passasjergrunnlaget med den nye fergen.

I 2004 var det bare en svak økning i antall passasjerer på Fjord Lines Danmarksrute. I høysesongen hadde Fjord Line fullt passasjerbelegg på sine nattseilinger til / fra Bergen, men i lavsesongen, hvor det hovedsakelig er skapt cruisetrafikk (ikke transportbehov), utnyttet Fjord Line sjelden kapasiteten maksimalt. Dette kan tyde på at etterspørselen på Vestlandet var tilnærmet mettet. Color Line på sin side opplevde en negativ vekst på 3,20 % på Kristiansand – Hirtshals ruten.

Samlet var det en nedgang i markedet for året 2004. En forklarende faktor kan være økt konkurranse fra flysektoren, hvor spesielt de nye lavprisselskapene har gjort det langt billigere å fly. Fly anser vi som et substitutt til ferge, og således kan det tenkes at passasjerer som kun er ute etter en weekendtur / transport har valgt å benytte seg av fly framfor ferge.

I 2005 hadde Fjord Line for første gang negativ vekst i antall passasjerer. Den negative utviklingen kan høyst sannsynlig forklares med Color Lines innsetting av Prinsesse Ragnhild på Vestlandet. I 2005 hadde Color Line negativ vekst på -6,35 % på Kristiansand – Hirtshals ruten, men dersom en inkluderer den nyoppstartede ruten fra Bergen og Stavanger er veksten i antall passasjerer 9,98 %. Dette er en indikasjon på at det har skjedd en overføring av passasjerer både fra Fjord Line og Color Lines egen Kristiansand rute.

Passasjermarkedet totalt sett har også vokst med nesten 100 000 i perioden 2004 – 2005 noe som trolig er generert av lavere priser som følge av konkurransen mellom Fjord Line og Color Line. Flere avganger og dermed bedre tilbud for passasjerene etter innsetting av Prinsesse Ragnhild har trolig også bidratt til veksten i passasjergrunnlag.

Regner vi på markedsandeler for 1999 – 2005 kommer vi frem til følgende resultat:

Selskap / Årstall	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Fjord Line	15,4 %	16,1 %	16,8 %	16,5 %	21 %	21,8 %	19,3 %
Color Line	84,6 %	83,9 %	83,2 %	83,5 %	79 %	78,2 %	80,7 %

Tabell 9: Passasjerandeler Fjord Line og Color Line på Sør-Vestlandet 1999 – 2005

Vi ser at frem mot 2003 har Fjord Line hatt rundt regnet 16-17 % av markedet fra Sør-Vestlandet, mens Color Line har hatt ca. 83-84 % av markedet. I 2003 økte Fjord Line sin markedsandel til 21 %. Årsaken til dette kan være at MS Fjord Norway begynte å trafikere på selskapets Danmarkslinje, et skip med betydelig større kapasitet enn forgjengeren MS Bergen. I 2005 har Fjord Line igjen tapt markedsandeler til Color Line. Forklaringen til dette kan være todelt. Først og fremst opprettet Color Line sin Danmarkslinje fra Bergen. I tillegg har MS Fjord Norway blitt erstattet med MS Atlantic Traveller (tidligere MS Bergen) på de fleste overfartene fra Bergen til Hanstholm.

Fjord Line har i tillegg i sin rapport til konkurransemyndighetene beregnet markedsandeler for de to selskapene med tanke på omsetning, antall bilenheter og antall cargoenheter for 2004 og 2005. Fordelingen for 2004 ser slik ut:

		Color Line	Andel Color Line	Fjord Line	Andel Fjord Line	Samlet
2004:	Omsetning: (tall i NOK millioner)	750	65 %	399	35 %	1 149
	Antall bilenheter²⁵:	246 298	79 %	64 992	21 %	311 290
	Antall cargoenheter²⁶:	31 744	55 %	26 351	45 %	58 095
2005	Omsetning: (tall i NOK millioner)	1 006	75 %	341	25 %	1 348
	Antall bilenheter:	279 396	83 %	56 824	17 %	336 220
	Antall cargoenheter:	41 514	66 %	21 602	34 %	63 116

Tabell 10: Omsetning, bil- og cargoandeler Fjord Line og Color Line 2004 og 2005

Vi vil presisere at antall cargoenheter for Fjord Lines vedkommende inkluderer fergen MS Lygra, som trafikkerer strekningen Egersund – Hanstholm for trailere.

²⁵ Antall bilenheter er ikke videre definert

²⁶ Antall cargoenheter er ikke videre definert

5.2 Markedsanalyse

5.2.1 Relevant marked

Første steg i en analyse av markedsforholdene er å identifisere det relevante marked. Produktet vi tar utgangspunkt i er Fjord Lines fergelinje mellom Bergen / Haugesund / Egersund og Danmark. Dette produktet kan videre deles inn i passasjertransport, cargotransport og rundturer. Passasjertransport og cargotransport er trafikk som er generert som følge av et behov, nemlig transport. Rundturer (frem og tilbake med samme båt uten overnatting i Danmark) er hovedsaklig skapt cruisetrafikk, hvor formålet gjerne er opplevelse, shopping eller avslappende weekend ferie. Konkurrenter som inngår i det relevante produktmarkedet kan identifiseres på grunnlag av produktsubstitutter. Selskaper som tilbyr substitutter til Fjord Lines fergerute mellom Sør-Vestlandet og Danmark vil inngå i det relevante marked. Identifisering av substitutter vil være en kvalitativ vurdering med utgangspunkt i karakteristika ved produkt og anvendelse. Etter å ha avgrenset markedet på grunnlag av produkter som inngår, vil vi videre vurdere geografisk avgrensing.

Identifisering av substitutter kan være utfordrende ettersom forskjellige passasjergrupper har ulike behov og primærformål med reisen. For passasjerer som utelukkende søker å dekke et transportbehov fra et punkt til et annet, vil trolig tid og pris være avgjørende faktorer. I det tilfellet vil fly, bil, buss og tog være substitutter. For cargopassasjerer er behovet å frakte cargo mellom Norge og kontinentet, hvor trolig tid og plass til store tilhengere er viktige faktorer. For cargopassasjerer er da for eksempel ikke fly, bil, buss, eller tog substitutter. For rundturpassasjerer er ikke transport fra et punkt til et annet formål med reisen. Da spiller underholdnings-, shopping- og restauranttilbud en viktigere rolle, og substitutter kan i så måte være andre former for weekendturisme. Vi vil i de følgende avsnitt diskutere nærmere mulige substitutter til Fjord Lines fergerute Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm.

Først vil vi undersøke om andre transportmidler er substituerbare med ferge mellom Norge og Danmark. I den forstand fergetrafikken dekker et transportbehov kan fly, bil, buss og tog være substitutter. Ved å fly til Danmark har man mange alternativer. Fra Oslo kommer man til København med SAS Braathens, Norwegian, Sterling og TAP Portugal, til Billund med British Airways og Cimber Air, og til Aarhus med British Airways (osl.no). Fra Bergen har SAS Braathens rute til København, mens Cimber Air flyr til Billund (avinor.no a). Fra Stavanger flyr Danish Air Transport til Billund og Esbjerg, mens SAS Braathens har rute til

København (avinor.no b). Fra Kristiansand kommer man seg til København med SAS Braathens (avinor.no c). Felles for disse nevnte eksemplene, utenom at alle har et sted i Danmark som destinasjonsstopp, er at det er direkte ruter med flytid på cirka 1 time. Det vil si at man i realiteten har enda flere alternativer dersom man tar med mellomlandingsalternativer og kombinerer ulike selskaper (for eksempel Bergen – Oslo – København).

Bil, buss og tog, som også nevnes som andre alternativer, er helt ulike alternativer i forhold til fly. Først og fremst er det en langt mer tidkrevende reise. Samtidig, dersom man utelukker at ferge skal benyttes, må man reise via Sverige og over Øresundbroen (Malmö – Kastrup, 16 km med bro og tunnel) for å ta seg til Danmark (osb.oeresundsbron.dk). Uansett alternativ er det langt vanskeligere å beregne en reisetid, ettersom det avhenger av for eksempel antall stopp, gjennomsnittsfart, hvorvidt man havner i trafikk eller ikke, etc. Vi kan imidlertid slå fast at disse alternativene tar lenger tid enn fly, og trolig minst like lang tid som ferge.

Tidsdifferansen er en faktor, en annen er det faktum at på en ferge har man muligheten til å ta med seg bil og eventuell henger (som campingvogn, kombicamp etc.). Denne muligheten ekskluderes ved valg av fly, buss eller tog som reisemåte.

Både fly, bil, buss og tog er substitutter til fergetransport i den forstand at de er alternative måter en kan transportere en gruppe mennesker mellom Norge og Danmark på. Hvorvidt et produkt inngår i det relevante marked avhenger imidlertid av hvor nær substitutt produktet er. På bakgrunn av en slik nærhetsvurdering ønsker vi å ekskludere bil, buss og tog fra en videre analyse. Vi mener at ferge tilbyr langt mer enn selve transporten, herunder underholdning, restaurantopplevelser og shopping. Dette gjør at bil, buss og tog blir substitutter til fergetransport, men dog ikke nære substitutter. Fly som et substitutt til båt vil vi komme litt nærmere inn på senere i kapitlet.

I tillegg til å være et transportmiddel vil som nevnt fergeruten mellom Sør-Vestlandet og Danmark by på opplevelse og underholdning, som for eksempel dans, konserter, kino, nattklubb, bingo o.s.v. I tillegg har fergen flere restauranter og kafeer, samt tax-free butikkene hvor en kan handle mat- og drikkevarer, kosmetikk, parfyme etc. Mange reisende drar frem og tilbake med samme båt uten noen overnatting i Danmark (rundturer). For denne gruppen passasjerer er da ikke transport formålet med reisen, men heller opplevelse, underholdning og shopping. Dette gjør at weekend turisme, for eksempel tre dagers tur til Paris, muligens kan

sees på som substitutt. Som regel vil en slik storby weekend være betydelig dyrere enn en tur-retur billett med en av Fjord Lines ferger til Danmark. I tillegg vil storby weekend gi flere kulturopplevelser og langt større shopping- og underholdningstilbud. Vi anser derfor ikke weekend turisme for å være et nært substitutt.

Nærmeste substitutter til produktet Fjord Line tilbyr mener vi er andre fergeruter mellom Norge og Danmark. Ut i fra produktdimensjonen er andre fergeruter nære substitutter fordi de både dekker det samme transportbehovet og tilbyr lignende underholdnings-, shopping- og restaurantopplevelser. Andre selskaper som tilbyr fergetrafikk mellom Norge og Danmark er Color Line, DFDS Seaways, Stena Line, Kystlink, Master Ferries og Smyril Line (til dels). Disse selskapene er derfor Fjord Lines konkurrenter og fergelinjene de tilbyr mellom Norge og Danmark er nære substitutter til Fjord Lines fergelinje.

En må videre vurdere geografisk avgrensning. Markedet for fergetrafikk mellom Norge og Danmark kan vi dele geografisk i to, henholdsvis rutetrafikk til Danmark fra Østlandet og fra Sør-Vestlandet. Dersom det er slik at det ikke medfører noe særlig ekstra kostnader for forbrukeren å ta ferge fra Østlandet framfor Vestlandet og visa versa, er det relevante marked ikke geografisk avgrenset og Color Lines, DFDS Seaways, Stena Lines, Kystlinks, Master Ferries og Smyril Lines fergelinjer kommer innunder det relevante marked.

Dersom en bor på Vestlandet og tar ferge fra Østlandet (framfor Vestlandet), må en benytte seg av bil, buss, tog eller fly (for å komme til Østlandet). Dette bruker en imidlertid ekstra tid og penger på. Vi mener derfor at det relevante marked må avgrenses geografisk til fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark. Color Line, Master Ferries og Smyril Line er dermed Fjord Lines konkurrenter i det relevante marked og selskapene begrenser hverandres mulighet til å heve pris. Denne geografiske avgrensingen er også i tråd med konkurransetilsynets definisjon av det relevante geografiske marked (Konkurransetilsynet 2002).

Det relevante marked er så langt definert som fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark, hvor fire fergeselskaper opererer med følgende ruter:

Selskap	Rute	Ferge	Reisetid	Ant. avganger per uke ²⁷
Color Line	Bergen – Stavanger – Hirtshals	Prinsesse Ragnhild	19,5 t	3
	Kristiansand – Hirtshals	Christian IV og	4,5 t	13
		FSilvia Ana	2,5 t	14
Fjord Line	Bergen – Haugesund – Egersund – Hanstholm	Atlantic Traveller og MS Fjord Norway	19 t	4
Smyril Line	Bergen – Hanstholm	Norröna	18 t	1
Master Ferries	Kristiansand – Hanstholm	Master Cat	2 t	14

Tabell 11: Fergeselskapene i det foreløpige relevante markedet

Color Lines ferge Silvia Ana (trafikkerer Kristiansand – Hirtshals) og Master Ferries ferge Master Cat (trafikkerer Kristiansand – Hanstholm) er hurtiggående ferger med toppfart på rundt 40 knop, noe som gjør at overfarten over Kategatt er unnagjort på under 3 timer. Overfartstiden begrenser også muligheten for opplevelse og underholdning som vi var inne på tidligere, noe som tyder på at dette produktet er delvis differensiert i forhold til de andre fergerutene. Overfartstiden kan også tyde på at disse fergene er et godt alternativ til fly, spesielt dersom passasjerene ikke har preferanse for hvor i Danmark man ønsker å reise til. Imidlertid mener vi at forskjellen mellom fly og hurtigbåt er såpass store (for eksempel kan man ha med seg en bil med henger på båt) at det ikke er tilstrekkelig nære substitutter til å inkluderes i samme relevante marked.

De resterende linjene fra Sør-Vestlandet til Danmark trafikkeres av skip med langt lavere fart (rundt 20 knop). Dette gjør at overfarten tar en god del lenger tid, spesielt for rutene fra Bergen. Dette understreker poenget med at vi ser på to differensierte produkter innenfor fergetrafikk. Spørsmålet blir om disse to produktene er nære nok substitutter til hverandre,

²⁷ Informasjon hentet fra seilingsplan i høysesongen juni - august

noe som vil få betydning for hvorvidt hurtigfergene inngår i det relevante markedet eller ikke (og de implikasjoner det vil få for eksempel dominerende stilling i markedet).

Setter man opp hurtigfergetilbudet mot de andre og mer langsomme fergene er det ulike faktorer som skiller dem. Vi kan for eksempel nevne tidsaspektet, opplevelser og underholdning. I forhold til opplevelse og underholdning om bord, er det rimelig klart at vi ser to helt ulike produkter. Hurtigfergene har ikke mulighet til å tilby et vidt underholdningsspekter på sine overfarter. En annen faktor som skiller dem er tiden. Med de hurtiggående fergene slipper man en overnatting om bord, noe man må ha ved å reise fra Bergen. Dersom tid er en avgjørende faktor for passasjerene vil en bergenser kjøre til Kristiansand og ta båten derfra, framfor å ta båten fra Bergen (fordi dette tar mindre tid totalt sett). Ved weekendcruise / rundturer er som regel opplevelse, underholdning og shopping formålet med reisen og tid mindre viktig, og da er hurtiggående ferger gjerne et mindre aktuelt alternativ. I tillegg kan det nevnes at Color Lines Silvia Ana kun går i sommertrafikk, mens Master Ferries Master Cat tar sikte på å trafikere Kristiansand – Hanstholm over en lengre sesong (men ikke hele året). Samtidig er det også likheter ved de to produktene. Både hurtiggående ferger og de mer langsomme fergene har tax-free butikker, som gjør at de reisende får muligheten til å kjøpe varer billigere enn hva de ville gjort i Norge. Er passasjerenes hovedformål med reisen transport eller shopping, og tid ikke er en avgjørende faktor, vil de to produktene ansees som like. Hovedforskjellen på de to produktene er altså tids-, og opplevelse/underholdningsaspektet.

Så langt er det klart at hurtiggående versus langsomme ferger er to ulike produkter, men hvor vi både ser likheter og ulikheter mellom de to produktene. Imidlertid mener vi at likhetene er såpass påfallende at vi kan regne de to produktene som nære substitutter.

Smyril Line er en fjerde aktør i markedet som tilbyr ruten Bergen – Hanstholm. I tillegg tilbyr selskapet andre reisemål som Shetland, Færøyene og Island. Selskapets rute fra Bergen til Hanstholm har imidlertid kun 1 ukentlig avgang under en begrenset periode av året. Dette medfører at Smyril Line trolig har en relativ liten andel av markedet for fergetrafikk fra Sør-Vestlandet til Danmark, og vil av den grunn bli utelatt fra det relevante markedet i denne utredningen.

Dette gjør at vi står igjen med følgende ruter i det relevante markedet:

Selskap	Rute	Ferge
Color Line	Bergen – Stavanger – Hirtshals Kristiansand – Hirtshals	Prinsesse Ragnhild Christian IV og FSilvia Ana
Fjord Line	Bergen – Haugesund – Egersund – Hanstholm	Atlantic Traveller og Fjord Norway
Master Ferries	Kristiansand – Hanstholm	Master Cat

Tabell 12: Fergeselskapene i det relevante markedet

Master Ferries er en relativt ny aktør på markedet, som etablerte sin rute våren 2006 (Hestsveen 2006). Dette betyr at i perioden før våren 2006 vil det relevante markedet kun bestå av to aktører, henholdsvis Color Line og Fjord Line.

5.2.2 Markedsstruktur

På det tidspunktet Fjord Line klaget Color Line inn til Konkurransetilsynet for rovprising, var Fjord Line og Color Line de eneste aktørene i det relevante markedet. I tidsrommet etter vår 2006 er det i tillegg til Fjord Line og Color Line en ekstra aktør, nemlig Master Ferries.

I tabell 7 viste vi passasjerstatistikken i det relevante markedet for tidsrommet 1999 – 2005. Vi understreker at tall for 2006 ikke tas med i denne oppstillingen, delvis fordi de ikke er relevante, og delvis fordi tall ikke er tilgjengelige i skrivende stund. Med utgangspunkt i passasjertall kan en beregne markedsandeler og Herfindahl indeks (HHI), noe som kan gi oss en pekepinn på markedsstrukturen i det relevante marked. For fergetrafikk på Sør-Vestlandet finner vi følgende markedsandeler og HHI:

Selskap	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Fjord Line	15,4 %	16,1 %	16,8 %	16,5 %	21 %	21,8 %	19,3 %
Color Line	84,6 %	83,9 %	83,2 %	83,5 %	79 %	78,2 %	80,7 %
HHI	0,74	0,73	0,72	0,72	0,67	0,66	0,69

Tabell 13: Passasjerandeler og Herfindahl indeksen i det relevante markedet

Herfindahl indeksen for fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark er i 2005 0,69. Basert på teorien presentert i kapittel 3 indikerer HHI på 0,69 at vi befinner oss i et marked hvor Color Line har monopolmakt. Monopolmakt blir imidlertid litt misvisende. Med en markedsandel på ca 20 % er Fjord Line en liten aktør i forhold til Color Line, men er likevel stor nok til å sørge for konkurranse i markedet og bidrar til å disiplinere Color Line. Vi kan imidlertid slå fast at Color Line har betydelig markedsrett i det relevante marked.

Markedsandeler og Herfindahl indeksen kan også beregnes med utgangspunkt i omsetning. For det relevante marked er fordelingen som følger (tall hentet fra tabell 10):

Selskap	2004	2005
Fjord Line	35 %	25 %
Color Line	65 %	75 %
HHI	0,55	0,63

Tabell 14: Omsetningsandeler og Herfindahl indeksen i det relevante markedet

Vi ser her at Herfindahl indeksen blir noe lavere når vi beregner markedsandeler med utgangspunkt i omsetning i stedet for antall passasjerer.

Uavhengig om vi beregner Herfindahl indeksen ut i fra antall passasjerer eller omsetning blir konklusjonen den samme; Color Line har betydelig markedsrett, og med Fjord Line som eneste konkurrent i det relevante marked (frem til april 2006 (Hestsveen 2006)), synes markedsstrukturen å være oligopol. HHI for 2005 er noe høyere enn for 2004 noe som tyder på at markedet har blitt mer konsentrert. Vi vil imidlertid understreke at beregningen av Herfindahl-indeksen kun er ment for å gi en pekepinn. Dette vil si at indeksen er mer underbyggende enn absolutt.

I utgangspunktet er produktene som tilbys kundene i det relevante markedet lite differensierte. Vi har vært inne på forskjellen mellom hurtiggående og mer langsomme ferger, men konkludert med at produktene er så nære substitutter at de er i samme relevante marked. Color Lines ferge Prinsesse Ragnhild er en nyere og mer moderne båt enn Fjord Lines Atlantic Traveller og Fjord Norway, noe som også en gruppe NHH-forskere understreker (Vold 2006). Imidlertid er det grunn til å anta, selv om selskapene har ulike båter og overfartstid, at Fjord

Line og Color Line kjemper om de samme kundene. Dette har medført, etter Color Lines inntreden i markedet, at priskonkurransen for å sikre seg markedsandeler har hardnet til.

Eksistensen av etableringsbarrierer kan også gi en pekepinn på markedsstruktur. Betydelige etableringsbarrierer indikerer stor grad av markedsrett. Tøff priskonkurranse og rovprising kan i seg selv fungere som en etableringsbarriere, da det kan avskrekke potensielle rivaler fra å etablere seg i markedet. En annen etableringsbarriere er investeringen som må foretas for å drive internasjonal fergetrafikk. En ferge som skal gå i internasjonalt farvann er en svært kapitalintensiv investering, noe administrerende direktør i Master Ferries Svein Olaf Olsen understreker (Berglihn og Segrov 2005): *”Å komme i gang koster fort vekk et par hundre millioner.”* I tillegg eksisterer det trolig stordriftsfordeler knyttet til administrasjon og drift av ferger. Det kan være vanskelig for en liten aktør å være like kostnadseffektiv som en stor aktør som Color Line, følgelig blir det vanskelig å konkurrere på pris. Stordriftsfordeler vil derfor kunne være en etableringshindring i dette markedet. Passasjergrunnlag vil også være en naturlig begrensning for hvor mange aktører som kan operere i markedet samtidig, og vil således kunne fungere som etableringshindring. De forhold vi har nevnt her vil sannsynligvis kunne redusere faren for at mindre aktører etablerer seg, men trolig er disse hindrene mer ubetydelige for større aktører.

To aktører, tøff priskonkurranse med gjensidig avhengighet, og etableringsbarrierer tilsier at markedsstrukturen er oligopol. Dersom vi tar i bruk Herfindahl-indeksen som et mål for konsentrasjonen og konkurranseintensiteten finner vi at Color Line nærmest befinner seg i en monopolsituasjon. Imidlertid er det noe usikkerhet rundt tallmaterialet (Smyril Line kan inkluderes, hurtiggående ferger kan ekskluderes) og Herfindahl indeksen vil som nevnt bare gi en pekepinn på intensiteten på konkurransen og dermed også markedsstrukturen. Vi vil derfor konkludere med at fergemarkedet fra Sør-Vestlandet til Danmark kan karakteriseres som et oligopol. Dette understrekes også i Fjord Lines klage til Konkurransetilsynet.

5.2.3 Dominerende stilling

Så langt har vi identifisert det relevante markedet til å være fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark. Innenfor det relevante markedet over tid har vi sett at Color Line har markedsandeler rundt 80 %, mens Fjord Line har markedsandeler rundt 20 % (jmfør tabell 9 og 13).

Tallene tyder på at Color Line har en dominerende stilling etter EF-domstolens definisjon, hvor markedsandel på over 50 % regnes som tilstrekkelig for å inneha en slik posisjon. Imidlertid, som det presiseres i kapittel 3.7, vil eksistensen av etableringshindre ha betydning for vurderingen av hvorvidt et selskap har markedsrett (dominerende stilling) eller ikke.

Vi har identifisert flere mulige etableringshindre, tøff priskonkurranse, investering i kapitalintensivt utstyr (ferge), stordriftsfordeler og passasjergrunnlag. Dette gjør at potensielle nykommere, særlig mindre aktører, kan vegre seg for å etablere seg og bidra til at Color Line også over tid vil kunne inneha en dominerende stilling.

Vi mener altså at Color Line, i det relevante markedet, innehar en dominerende stilling. Som det understrekes tidligere i oppgaven er dette i seg selv ikke ulovlig. Imidlertid har det dominerende foretak et særlig ansvar for at deres opptreden ikke skader konkurransen i markedet, noe denne utredningen tar opp. Konkurransetilsynet kom til samme konklusjon da de undersøkte denne saken.

5.2.4 Etterspørselastisitet i fergemarkedet

I diskusjonen av det relevante marked har vi definert nære substitutter som andre fergeruter mellom Sør-Vestlandet og Danmark, det vil si Color Lines ruter Bergen / Stavanger – Hirtshals og Kristiansand – Hirtshals, og Master Ferries rute Kristiansand – Hanstholm. Eksistensen av nære substitutter gjør at selskapene vanskelig kan foreta noen betydelig prisøkning uten at forbrukerne skifter til konkurrentenes produkter. Dette innebærer at Fjord Line og Color Line må ligge nær hverandre i pris. Dersom prisen på avganger fra Bergen øker, vil forbrukerne i stor grad være tilbøyelig til å dra til Stavanger eller Kristiansand og benytte seg av avgangene derfra.

Etterspørselastisiteten er trolig noe forskjellig for de ulike passasjergruppene. Som tidligere nevnt er passasjer- og cargotransport trafikk som er generert av et transportbehov, mens rundturer hovedsakelig er skapt cruisetrafikk. Passasjerer som har et transportbehov vil trolig velge fergerute basert på pris og tidsbruk. Som vi har vært inne på tidligere vil for eksempel passasjerer bosatt i Bergen trolig kunne spare noe tid på å kjøre til Kristiansand og ta hurtiggående ferge derfra til Hirtshals (med Color Line) eller Hanstholm (med Master Ferries) framfor å reise fra Bergen med enten Fjord Lines Atlantic Traveller eller Color Lines Prinsesse Ragnhild. Prismessig vil det heller ikke bli en stor differanse dersom en ser på hva

det koster å dra fra Kristiansand (drivstoff, bompenger etc.), i forhold til fra Bergen. Dette innebærer at dersom prisene fra Bergen øker vil flere passasjerer trolig reise fra Kristiansand. Det samme gjelder prisøkninger på avganger fra Haugesund og Stavanger. I cargomarkedet er en viktig faktor for kundene frekvens (antall avganger). Avganger fra Kristiansand fremfor Bergen / Haugesund / Stavanger vil da være et aktuelt alternativ når avgangene direkte til / fra Vestlandet ikke passer. Når det gjelder rundturpassasjerer som er opptatt av opplevelse, underholding og shopping, og som reiser uten bil, er det nærliggende å tro at etterspørselen for denne gruppen passasjerer er relativt elastisk ettersom dette hovedsakelig er skapt trafikk for å fylle opp fergene i lavsesong. Denne type trafikk eksisterer nettopp fordi en har mulighet til å kunne få opplevelse, underholdning, samt et shoppingtilbud til en billig penge. En kan derfor regne med at en vil se en betydelig økning i antall rundtur passasjerer dersom prisen på slike turer reduserer, og at tallet vil gå betraktelig ned dersom prisen går opp. Ut i fra dette mener vi at fergeselskapene i det relevante marked er gjensidig avhengig av hverandre når det gjelder prising fordi produktene de tilbyr er nære substitutter og etterspørselen i markedet er svært elastisk. Dette innebærer at de begrenser hverandres mulighet til å kunne øke pris i det relevante marked.

Er prisøkningen generelt i fergemarkedet betydelig (det vil si at prisene på alle produktene i det relevante marked øker i samme grad) vil fjernere substitutter bli viktigere. Som fjernere substitutter til Fjord Lines fergerute Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm har vi definert andre transportmidler som fly, tog, buss og bil. Særlig den passasjergruppen som har transport mellom Norge og Danmark som formål med reisen vil sannsynligvis være svært tilbøyelig til å bytte til andre transportmidler. Passasjerer som vektlegger tidsfaktoren vil kunne bytte til fly, mens svært prisbevisste passasjerer trolig vil bytte til buss eller tog. Etterspørselen er således sannsynligvis svært elastisk i fergemarkedet for passasjertransport. Cargopassasjerene har færre alternativer og etterspørselen er derfor trolig noe mindre elastisk i dette marked. Når det gjelder rundturer er det nærliggende å tro at etterspørselen etter slike turer vil falle mer eller mindre bort dersom prisøkningen er betydelig ettersom en da kan betale litt ekstra og heller fly billig til en storby og få et bedre shopping- og opplevelsestilbud. Etterspørselen etter rundturer er derfor meget elastisk.

Oppsummert mener vi at etterspørselen i fergemarkedet trolig er svært elastisk for passasjertransport og rundturer, hvor både de nære og fjernere substituttene er viktige. For cargotransport, hvor hovedsakelig de nære substituttene er av betydning, er etterspørselen

trolig mindre elastisk. Konsekvensen av elastisk etterspørsel er at det reduserer selskapenes mulighet til å øke pris i uten å miste mye av passasjergrunnet.

5.3 Oppsummering

Med utgangspunkt i produktsubstitutter og geografisk avgrensning har vi definert det relevante marked som fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark. Color Line og Fjord Line var de to eneste aktørene i det relevante marked frem til våren 2006, etter det inngår også Master Ferries i det relevante marked.

Vi har videre konkludert med at markedsstrukturen er oligopol. Konklusjonen er basert på at det er få aktører i det relevante marked, etableringsbarrierer og hard priskonkurransen. I tillegg underbygger Herfindahl indeksen denne konklusjonen.

De siste årene har Color Line hatt en markedsandel på ca 80 %, og Fjord Line på ca 20 %. Ut fra Color Lines høye markedsandel mener vi Color Line har dominerende posisjon og betydelig markedsrett i det relevante marked.

Etterspørselen i fergemarkedet er trolig meget elastisk for passasjertransport og rundturer, noe som begrenser fergeselskapenes mulighet til å øke pris. Etterspørselen er mindre elastisk for cargo-transport.

Kapittel 6 – Analyse av inntekter og kostnader

Som vi har sett fra teoridelen er et viktig aspekt med rovprising forholdet mellom inntekter og kostnader. Dette kapitlet består av tre deler. Kapittel 6.1 er et introduksjonskapittel, hvor vi vil presentere og kommentere diverse regnskapstall for Fjord Line og Color Line.

Fjord Line har i sin klage til Konkurransetilsynet presentert sitt estimat over Color Lines inntekter og kostnader på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals. Vi vil i kapittel 6.2 presentere dette nærmere, hvor spesielt Fjord Lines tankegang bak de ulike tallpostene blir kommentert ytterligere.

Kapittel 6.3 blir i denne utredningen et viktig kapittel. Vi vil i dette kapitlet belyse Fjord Lines estimat ytterligere med våre egne kommentarer og meninger. Kapittel vil således danne utgangspunktet for vårt eget estimat over Color Lines ruteregnskap, som blir presentert i kapittel 7.

6.1 Presentasjon av regnskapstall

Først og fremst vil vi presentere resultatregnskapet til Fjord Line og Color Line. Vi starter med å vise Fjord Lines regnskap for de siste fem årene.

6.1.1 Resultatregnskap Fjord Line

Fjord Lines regnskap for de fem siste årene er presentert her²⁸:

(tall i NOK tusen)	2001	2002	2003	2004	2005
Salgsinntekt	592 510	618 298	705 545	727 978	626 098
+ Annen driftsinntekt	4 215	5 054	1 887	5 112	6 187
= Sum driftsinntekter	596 725	623 352	707 432	733 090	632 285
Varekostnad	90 548	85 913	108 096	113 569	95 655
+ Lønn og hyrekostnad	166 021	174 966	179 045	207 424	186 452
+ Avskrivning	52 180	42 898	47 961	48 987	31 158
+ Annen driftskostnad	293 323	267 316	341 557	372 250	414 066
+ Nedskrivninger	0	0	0	0	181 849
= Sum driftskostnader	602 072	571 093	676 659	742 230	909 180
Driftsresultat	-5 347	52 259	30 773	-9 140	-276 895
Renteinntekt fra foretak i samme konsern	2	220	1 029	0	24
+ Annen renteinntekt	587	2 185	1 118	309	441
+ Annen finansinntekt	2 846	21 698	640	3 763	1 440
- Rentekostnad fra foretak i samme konsern	8 640	4 304	267	1 361	1 587
- Annen rentekostnad	35 941	27 065	18 589	22 529	7 240
- Annen finanskostnad	1 522	5 783	8 603	8 078	2 764
= Netto finanskostnad	-42 668	-13 049	-24 672	-27 896	-9 686
Ordinært resultat før skattekostnad	-48 015	39 210	6 101	-37 036	-286 581
- Skattekostnad på ordinært resultat	- 13 278	11 049	1 813	-9 767	-80 087
= Årets resultat	-34 737	28 161	4 288	-27 269	-206 494

Tabell 15: Resultatregnskap Fjord Line 2001 – 2005

Som vi ser har Fjord Line, i løpet de siste fem årene, kun i 2002 og 2003 hatt positivt årsresultat. I 2001, 2004 og 2005 hadde selskapet også negativt driftsresultat. For året 2001 beregnes et tap på grunn av munn- og klovsyken i England på NOK 25 millioner kroner

²⁸ Tall hentet fra Fjord Line 2002, 2003, 2004 og 2005b

(BNR 2001). Som vi ser av resultatregnskapet øker lønnskostnaden i 2004 markant, som følge av nettolønnsordningen for sjøfolk på utenriksfart falt bort (Fjord Line 2004). Det negative resultatet for 2005 skyldes ifølge Fjord Line konkurransen med Color Line (Fjord Line 2005b). Året 2005, og bakgrunnen for de økonomiske problemene vil imidlertid bli belyst ytterligere i kapittel 8.9.

I det påfølgende avsnitt vil vi se nærmere på Fjord Lines inntekter på ruten Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm.

6.1.2 Inntekter Fjord Lines rute Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm

Salgsinntekter kan splittes opp i tre komponenter. Vanlige passasjerer (altså privatpersoner) gir to inntektskilder, billettinntekter og hotell- / salgsinntekter. I tillegg har fergeselskapene salgsinntekter fra frakt av cargo ved hver avgang. Vi starter imidlertid med å se på gjesteinntekter²⁹:

(tall avrundet)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Billettinntekt per gjest	409	409	429	422	413	405	357
+ Hotell / Salg per gjest	483	489	497	486	587	632	589
= Sum / Inntekt per gjest	892	898	925	908	1000	1037	946

Tabell 16: Gjesteinntekter Fjord Lines Danmarksrute

Billettinntekter er den gjennomsnittlige billettpris hver enkelt gjest har betalt for å reise med Fjord Line til Danmark. Hotell / Salg refererer seg til den enkelte gjests gjennomsnittlige forbruk av penger om bord, det være seg kjøp av mat, drikke eller tax-free varer (referert senere som ombordsalg). Som vi ser har det vært en jevn stigning i gjesteinntekter på Fjord Lines Danmarksrute til og med 2004. For 2005 synker imidlertid den gjennomsnittlige gjesteinntekten på Danmarkslinjen med NOK 91. Som vi også ser utgjør ombordsalget en stadig større del av den totale gjesteinntekten også.

²⁹ Inntektstall hentet fra Fjord Line 2002, 2003, 2004 og 2005b

Cargoinntektene på Fjord Lines Danmarksrute fordeler seg slik 1999 - 2005³⁰:

(tall avrundet)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Antall cargoenheter	14 349	22 551	23 138	24 300	25 082	26 352	22 926
x Fraktinntekt per cargoenhet	3 596	2 704	3 265	3 200	3 050	3 094	3 049
= Netto totale fraktinntekter (tall i NOK millioner)	51,6	61	75,5	77,7	76,5	81,5	69,9

Tabell 17: Totale inntekter Fjord Lines Danmarksrute

For totale cargoinntekter ser vi også en jevn stigning til og med 2004 (med unntak for en tilnærmet stillstand for 2003). Ser vi på fraktinntekter per cargoenhet har den vært forholdsvis stabil på i overkant av 3000 etter 2002. De reduserte totale fraktinntektene i 2005 skyldes derfor redusert volum og må således ses i sammenheng med økt konkurranse fra Color Line.

Som en avslutning viser vi totale inntekter for Fjord Lines Danmarksrute i tabell 18. Vi får da følgende fordeling mellom totale billettinntekter, hotell- / salgsinntekter (ombordsalg) og fraktinntekter:

(tall i NOK millioner)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Totale billettinntekter	83,9	86,7	95,1	97,3	127,8	127,3	106,0
+ Ombordsalg	99,0	103,9	110,1	112,0	181,4	190,0	174,5
+ Totale fraktinntekter	51,6	61,0	75,5	77,7	76,5	81,5	69,9
= Totale inntekter	234,5	251,6	280,7	287,0	385,7	398,8	350,4

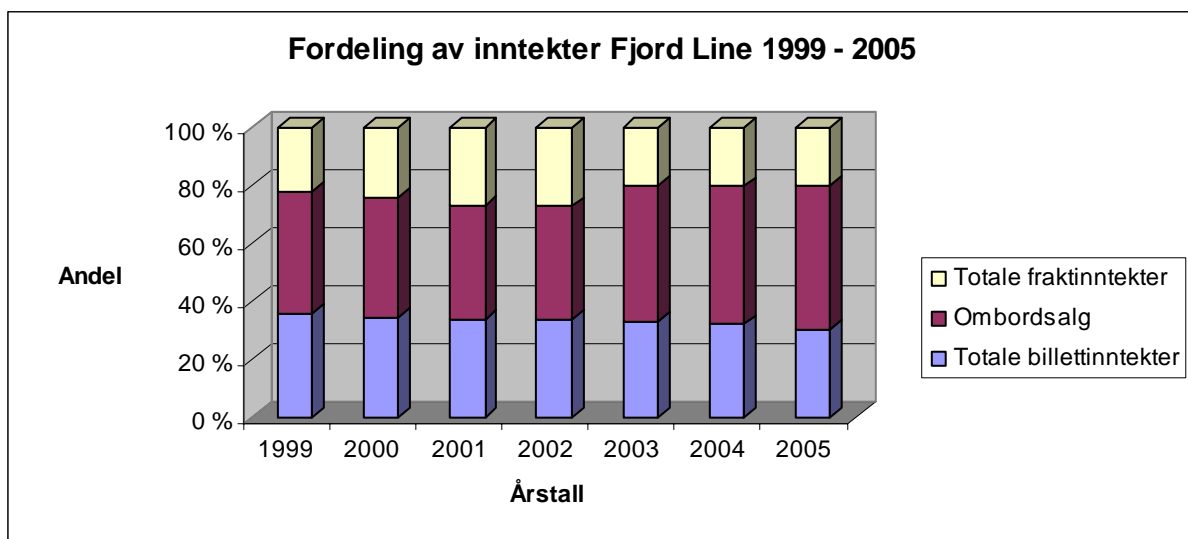
Tabell 18: Totale inntekter Fjord Lines Danmarksrute

³⁰ Cargotall hentet fra Fjord Line 2002, 2003, 2004 og 2005b

For å kunne sammenligne Fjord Lines tall med Color Lines tall kan det være greit å vise de tre inntektskildene (billettinntekter, ombordsalg og fraktinntekter) i prosent av totale inntekter. Vi får da følgende fordeling:

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Billettinntekter	36 %	34 %	34 %	34 %	33 %	32 %	30 %
Ombordsalg	42 %	41 %	39 %	39 %	47 %	48 %	50 %
Fraktinntekter	22 %	24 %	27 %	27 %	20 %	20 %	20 %

Tabell 19: Fordeling av inntekter Fjord Lines Danmarksrute



Figur 8: Fordeling av inntekter Fjord Lines Danmarksrute

Ombordsalget utgjør den største inntektskilden til Fjord Lines Danmarksrute. Vi ser også at ombordsalgets andel av den totale inntekten over tid blir større. For billettinntekter og fraktinntekter blir den relative andelen av totale inntekter mindre med årene.

6.1.3 Resultatregnskap Color Group

Color Group regnskaper for de fem siste årene er presentert her³¹:

(tall i tusen)	2001	2002	2003	2004	2005
Salgsinntekt	3 698 213	3 795 794	3 816 026	3 943 941	4 682 065
Varekostnad	1 118 142	1 112 240	1 174 266	1 272 539	1 540 505
+ Lønnskostnad	1 141 515	1 079 459	1 053 226	1 101 771	1 302 612
+ Annen driftskostnad	686 426	708 115	733 611	775 858	896 725
+ Tap på fordringer	2 488	1 243	2 650	454	175
= Sum driftskostnader	2 948 571	2 901 057	2 963 753	3 150 622	3 740 017
EBITDA ³²	749 642	894 737	852 273	793 319	942 048
- Ordinær avskrivning	389 458	390 828	367 108	367 010	495 339
- Charterleie	53 454	36 809	36 463	73 878	77 301
= Driftsresultat etter ordinære avskrivninger og charterleie	306 730	467 100	448 702	352 431	369 408
+ Gevinst / tap ved salg, nedskrivninger	- 4 243	- 150 000	7 799	268	8 926
= Driftsresultat EBIT ³³	302 487	317 100	456 501	352 699	378 334
Renteinntekt fra foretak i samme konsern	0	0	0	0	0
+ Annen renteinntekt	14 923	18 619	27 323	7 481	14 223
+ Verdiendring av markedsbaserte finansielle omløpsmidler	- 13 561	- 22 662	- 16 475	0	0
+ Annen finansinntekt / kostnad	11 217	108 503	3 628	952	34 853
- Rentekostnad fra foretak i samme konsern	0	0	0	0	0
- Annen rentekostnad	146 648	92 485	121 956	97 918	171 360
= Netto finansposter	- 134 069	11 975	- 107 480	- 89 485	- 122 284
Resultat før skatter	168 418	329 075	349 021	263 214	256 050
- Skattekostnad	60 161	106 240	107 917	94 247	87 020
= Årsresultat	108 257	222 835	241 104	168 967	169 030

Tabell 20: Resultatregnskap Color Group ASA 2001 – 2005

³¹ Tall hentet fra Color Group 2003, 2004 og 2005

³² EBITDA: Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization, dvs. driftsresultat før ordinære avskrivninger og charterleie

³³ EBIT: Earnings before interest and tax, dvs. driftsresultat

Vi gjør oppmerksom på at resultatregnskapet presentert her er for Color Group ASA. Color Group ASA er morselskap til Color Line AS (fergevirksomheten) og Color Hotel Skagen AS (hotellvirksomhet) (Color Group 2005). Dette medfører at inntekts- og kostnadstallene framvist her inkluderer tall fra både fergetrafikkdelen av selskapet (Color Line AS) og fra hotelldelen av selskapet (Color Hotell Skagen AS). Imidlertid er det spesifisert i selskapets årsregnskap hvor stor andel av inntekten som stammer fra fergedriften og hvor stor andel som stammer fra hotelldriften (Color Group 2005):

(tall i NOK millioner)	2003	2004	2005
Driftsinntekter virksomhetsområde ferge	3 788	3 917	4 655
+ Driftsinntekter virksomhetsområde hotell	28	27	27
= Totale driftsinntekter Color Group ASA	3 816	3 944	4 682

Tabell 21: Spesifiserte driftsinntekter Color Group ASA

I tillegg spesifiserer Color Group i sine årsrapporter EBITDA-tall (dvs. driftsresultat før ordinære avskrivninger og charterleie) for fergevirksomheten og hotellvirksomheten av selskapet. Disse tallene fordeler seg slik (Color Group 2005):

(tall i NOK millioner kroner og avrundet)	2001	2002	2003	2004	2005
EBITDA Color Line	743	889	846	788	936
+ EBITDA Color Hotels	6	6	7	5	6
= EBITDA Color Group	749	895	853	793	942

Tabell 22: Spesifisert EBITDA Color Group ASA

Som vi ser av tabell 21 og 22 er det Color Line (fergevirksomheten) som står for størstedelen av aktivitetsnivået i Color Group ASA. Det er ikke nærmere spesifiserte i Color Groups årsrapporter hvordan de totale inntektene i Color Line fordeler seg mellom billettinntekter, ombordsalg og fraktinntekter. Fjord Lines estimat over inntekter og kostnader for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals har derimot mer spesifiserte tall.

6.2 Color Lines inntekter og kostnader på Vestlandet

Fjord Line har i sin klage til Konkurransetilsynet estimert inntekts- og kostnadstall for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals for de første fire driftsårene. Vi vil her presentere Fjord Lines estimer for Color Line, samt deler av Fjord Lines begrunnelse for de ulike postene. Vi gjør dette av to årsaker. Først og fremst kan det være greit å få belyst Fjord Lines

tangegang i beregningene. Dernest vil Fjord Lines estimat, og de tall som fremkommer der, være vår primære datakilde for vårt eget estimat, som kommer i kapittel 7.

6.2.1 Color Lines inntekter på Vestlandet

Fjord Line har estimert følgende passasjerinntekter på Color Lines Vestlandsrute (Fjord Line 2005a³⁴):

	2005	2006	2007	2008
Billettinntekt per gjest	418	418	418	418
+ Hotell / salg per gjest	609	621	633	646
= Sum / Inntekt per gjest	1 027	1 039	1 051	1 064

Tabell 23: Gjesteinntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

Fjord Line begrunner ikke hvorfor de har lagt til grunn en billettinntekt pr gjest på 418. Når det gjelder ombordsalg pr gjest er dette estimatet basert på ombordomsetningen på Fjord Lines egen ferge Fjord Norway.

Fjord Line påpeker at ombordsalget har en direkte sammenheng mellom lengden på overfarten (timer om bord), tilbudet (antall serveringstilbud, sortiment i tax-free butikken) og salg per gjest. For eksempel vil salget om bord bli gjennomsnittlig lavere enn Fjord Lines hvis hoveddelen av Prinsesse Ragnhilds passasjerer kommer på strekningen Stavanger – Hirtshals. Det er også variasjon i ombordsalget mellom vinterhalvåret og sommerhalvåret. Om vinteren med et stort innslag av cruisetrafikk (rundturer uten overnatting i Danmark) er salget størst, mens om sommeren utgjør familier hoveddelen av de reisende og salget blir mindre.

Ser vi på frakt av cargoenheter og inntektene de medfører får vi følgende oppstilling:

(tall avrundet)	2005	2006	2007	2008
Antall cargoenheter	13 000	14 950	15 847	16 639
x Fraktinntekter per cargoenhet	3 100	3 100	3 100	3 100
= Netto totale fraktinntekter	40,3	46,3	49,1	51,6
(tall i NOK millioner)				

Tabell 24: Cargoinntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

³⁴ Materiale til kapittel 6.2 er basert på Fjord Line 2005a

Ved beregning av antall cargoenheter er det tatt utgangspunkt i at cargokundene til Fjord Line og Color Line er de samme. Dette medfører at volumet i en konkurransesituasjon vil fordele seg på tilgjengelige seilinger. Siden Fjord Line har større cargokapasitet, det gjennom cargoskipet MS Lygra på strekningen Egersund – Hanstholm, vil 40 % av det totale cargomarkedet på Sør-Vestlandet velge Color Line. 60 % vil med andre ord velge Fjord Line. Det er ikke antatt en betydningsfull vekst i antallet cargokunder selv om tilbudet økes.

Samlet sett gir dette oss følgende fordeling av totale inntekter for 2005 – 2008:

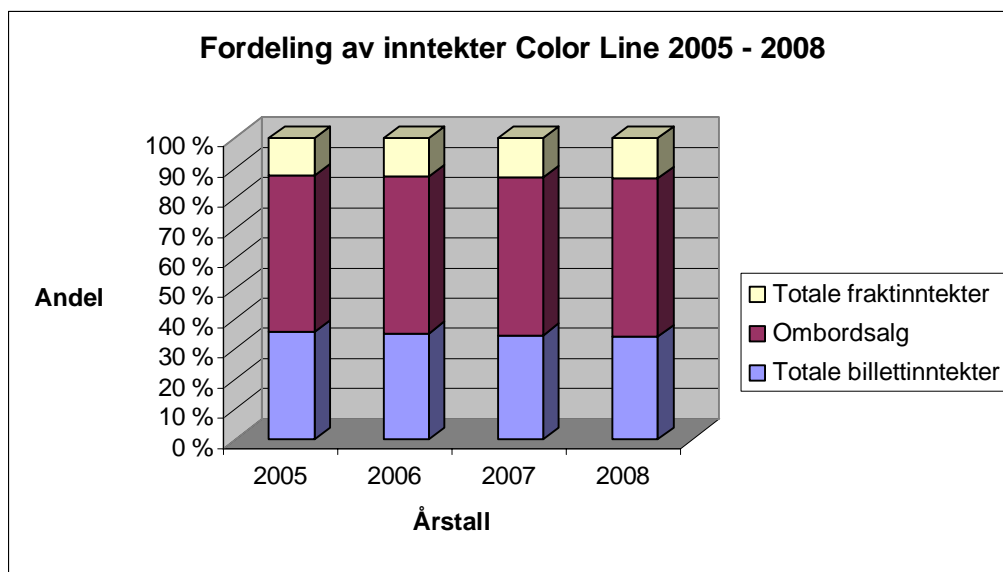
(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Totale billettinntekter	115	127	130	133
+ Ombordsalg	167	188	197	205
+ Totale fraktinntekter	40	46	49	52
= Totale inntekter Bergen – Stavanger - Hirtshals	322	361	376	390

Tabell 25: Totale inntekter Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

For å kunne sammenligne med Fjord Lines tall viser vi fordelingen i prosent:

	2005	2006	2007	2008
Billettinntekter	35,7 %	35,2 %	34,6 %	34,1 %
Ombordsalg	51,9 %	52,1 %	52,4 %	52,6 %
Fraktinntekter	12,4 %	12,7 %	13,0 %	13,3 %

Tabell 26: Fordeling av inntekter Color Lines Vestlandsrute til Danmark



Figur 9: Fordeling av inntekter Color Lines Vestlandsrute til Danmark

Fjord Line har i sine beregninger ikke lagt til grunn at billettprisene og cargoprisene stiger. Dette begrunnes med konkurransen mellom Fjord Line og Color Line. De økte totale inntektene kommer derfor som følge av volumvekst på passasjerer og cargo, samt økt ombordsalg til passasjerene. Volumvekst fra 2005 til 2006 er estimert til å være 10 %, mens det deretter er estimert vekst på 1 %. Vekst i cargo er estimert til henholdsvis 15 %, 6 % og 5 % for 2006 / 2007 / 2008. Årsaken til at veksten er avtagende er at markedet, ifølge Fjord Line, er i ferd med å nå et modningspunkt.

6.2.2 Color Lines kostnader på Vestlandet

Vi har nå sett på inntektssiden på Color Lines linje mellom Bergen / Stavanger og Hirtshals. Fjord Line (2005a) har estimert kostnader for denne ruten også. Kostnadene er inndelt på følgende måte:

- Direkte kostnader
- Indirekte kostnader
- Alternativkostnad skip
- Inntektstap Kristiansand – Hirtshals

Vi vil nå presentere Fjord Lines kostnadsestimat, samt Fjord Lines forklaring til enkelte av de estimerte kostnadskomponentene.

6.2.2.1 Direkte kostnader

De direkte kostnadene er inndelt i teknisk / maritim, hotellkostnader og diverse direkte kostnader.

(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Lønn og sosiale kostnader relatert til teknisk / maritim drift	26	27	27	28
+ Bunkerskostnad	37	37	37	37
+ Vedlikeholdskostnad	30	31	31	32
+ Andre driftskostnader	11	11	11	11
= Sum teknisk / maritim	104	106	106	108

Tabell 27: Direkte teknisk / maritim kostnad Color Line

- **Bunkerskostnad**

Fjord Line har, med utgangspunkt i Color Lines seilingsplan, beregnet bunkerskostnaden til Prinsesse Ragnhild. Forutsetningene som er lagt til grunn er at skipet skal holde 18 – 19 knop, et årlig forbruk av tungolje på ca. 15, 4 millioner liter og et årlig forbruk av gassolje (MGO) på ca. 6,7 millioner liter. Samlet sett har Fjord Line kommet frem til en årlig bunkerskostnad på ca NOK 37 millioner for Prinsesse Ragnhild.

- Lønnskostnad, vedlikeholdskostnad og andre driftskostnader knyttet til teknisk / maritim er ikke ytterligere kommentert fra Fjord Line sin side i konkurranseklagen.

(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Varekostnad	54	61	64	66
+ Lønn og sosiale kostnader relatert til hoteldrift	61	63	64	65
+ Andre driftskostnader	17	17	17	17
= Sum hotellkostnader	132	141	145	148

Tabell 28: Direkte hotellkostnader Color Line

- **Varekostnad**

Varekostnaden til Color Line er i klagen til Konkurransetilsynet sammenlignet med Fjord Lines varekostnad.

- Lønn og andre driftskostnader knyttet til hoteldriften er ikke ytterligere kommentert i Fjord Lines klage.

(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Booking	4	3	3	3
+ Havner / Gebyrer	11	11	11	11
= Sum diverse direkte kostnader	15	14	14	14

Tabell 29: Diverse direkte kostnader

- **Bookingkostnader**

Fjord Line har estimert at av de 250 000 reisende vil 20-25 % gå via Web-booking. Dette medfører at ca. 200 000 passasjerer vil booke manuelt. Color Line har felles bookingavdeling (call-senter) for det norske marked. I tillegg er det mulig å booke reiser i enkelte av havnene. Selv om Color Line har en sentral bookingavdeling vil selskapet ifølge Fjord Line få økte bookingkostnader med den nye ruten. Begrunnelsen er at det vil medgå ekstra tid til opplæring, samt at bookingsystemet og tilknyttede systemer må endres / tilpasses. Fjord Line har beregnet en økt bookingkostnad første året på NOK 4 millioner, mens kostnaden fra år 2 vil reduseres med 20 %.

- **Havner / Gebyrer**

- For skip i fast rute er det i Hirtshals en standard skipsavgift på DKK 7,70 per bruttotonn per måned. Ifølge Fjord Line har Prinsesse Ragnhild en samlet tonnasje på 35 438 bruttotonn (Color Line oppgir på sine hjemmesider samlet tonnasje på 35 855 bruttotonn (colorline.no c)), noe som gir en månedlig havnekostnad på $35\,438 \times 7,7 \approx \text{DKK } 272\,872$. Årlig vil havnekostnaden bli $272\,872,60 \times 12 \approx \text{DKK } 3\,274\,471$, noe som med kurs på 1,13 vil gi en årlig havnekostnad i Hirtshals på NOK 3,7 millioner.
- I Bergen er det forventet en anløpsavgift på NOK 12 600 per anløp, noe som med 150 anløp i året gir $12\,600 \times 150 \approx \text{NOK } 1,9$ millioner. I tillegg kommer en passasjeravgift estimert til NOK 8 per passasjer, hvor det videre er antatt at 40 % av de reisende med Prinsesse Ragnhild vil reise fra Bergen og de resterende 60 % fra Stavanger. Av 250 000 passasjer vil altså $250\,000 \times 40\% = 100\,000$ reise fra Bergen, noe som vil gi en passasjeravgift på NOK 0,8 millioner.

- I Stavanger utgjør anløpsavgiften NOK 10 000 per anløp, som med 150 årlige anløp vil gi $10\,000 \times 150 =$ NOK 1,5 millioner. I tillegg påløper passasjer- og ISPS avgift på NOK 2 500 per anløp, som samlet vil gi $2\,500 \times 150 =$ NOK 0,375 millioner. Det er i tillegg beregnet et kystgebyr i 2005 på NOK 2,55 millioner.

Samlet har vi da havnekostnader på NOK 3,7 millioner i Danmark (Hirtshals), NOK 4,6 millioner i Norge (Bergen og Stavanger), samt et kystgebyr på NOK 2,55 millioner. Totalt sett vil Havner / Gebyrer utgjøre ca. NOK 11 millioner per år.

Dette gir følgende direkte kostnader:

(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Sum teknisk / maritim	104	106	108	108
+ Sum hotellokostnader	132	141	145	148
+ Sum diverse direkte kostnader	15	14	14	14
= Sum totale direkte kostnader	251	261	267	270

Tabell 30: Sum direkte kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

6.2.2.2 Indirekte kostnader

Indirekte kostnader fordeler seg, ifølge Fjord Line, slik:

(tall i NOK millioner og avrundet)	2005	2006	2007	2008
Teknisk oppfølging / drift	1	1	1	1
+ Hotellinnkjøp / logistikk	1	1	1	1
+ Sentral markedsføring	5	3	3	3
+ Lokal markedsføring	10	10	10	11
+ Color Line GmbH	3	3	3	3
+ Danmarksoperasjon	9	5	5	5
+ Økonomi / regnskap	2	2	2	2
+ Generalagenter	0	0	0	0
+ Linjeledelse	8	8	8	8
= Sum indirekte kostnader	39	33	33	34

Tabell 31: Sum indirekte kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

- **Teknisk oppfølging / drift**

Det er antatt at avdeling for teknisk oppfølging får dekket sine kostnader, ved at totale kostnader fordeles per skip. Dette medfører at de marginale kostnadene ved å innføre drift av et ekstra skip er begrenset. Marginalkostnaden ved å drive teknisk oppfølging av Prinsesse Ragnhild på Vestlandet er estimert til NOK 1 million årlig, som er kostnadene knyttet til en teknisk inspektør samt vedkommendes årlige reisekostnader m.m. (forutsatt at arbeidssted er Sandefjord).

- **Hotellinnkjøp / logistikk**

Color Line har sentral innkjøps- og logistikkfunksjon, med kontorer i Sandefjord og Hirtshals. Leveranser til skipenes hoteller går via et felleslager i Hirtshals. For eksempel får skipene ”ferdigvarer” fra produksjonskjøkkenet og felleslageret i Hirtshals, som gjør at skipene kan ha færre kokker om bord enn vanlig ved normal drift. Å beregne merkostnaden knyttet til driften av Prinsesse Ragnhild i en ny linje er vanskelig. Imidlertid vil det medgå ekstra tid i forkant til håndtering av bestillinger og transport til skipet. Kostnaden er av Fjord Line estimert til NOK 1 million årlig.

- **Sentral og lokal markedsføring**

Color Line er organisert slik at hver divisjon (linje) er ansvarlig for lokal markeds- og salgspåvirkning i sitt geografiske område i Norge. Fellesaktiviteter, som for eksempel riksannonsering, katalogproduksjon, seilingsplan etc., bekostes og arrangeres av en sentral markedsavdeling. Årlig har Color Line, etter egne utsagn, et markedsføringsbudsjett på NOK 120 millioner. Hvor mye av dette som utgjør lokal og sentral markedsføring er det ikke opplysninger om, men Fjord Line hevder det er grunn til å anta at NOK 15 – 20 millioner årlig benyttes i regi av felles aktiviteter i alle markeder (eksklusiv Danmark og Tyskland). Imidlertid er det grunn til å anta at merkostnaden til Color Line ved å opprette en ny rute vil være betydelig det første driftsåret. Årsaken er at linjen skal introduseres (medfører kostnader knyttet til annonsering i lokale medier etc.), samt at felles materiell må omarbeides. Fjord Line har beregnet merkostnaden knyttet til sentral markedsføring til 5 millioner første driftsår, for så å reduseres til 3 millioner. Lokal markedsføring er beregnet til ca. NOK 10 millioner årlig.

- **Color Line GmbH**

Color Line GmbH utfører produksjon av markeds- og salgsaktiviteter, samt booking i Tyskland. Kostnaden knyttet til det arbeid Tysklandskontoret utfører (utover selve handlingen av Kiel-anløpet) er av Fjord Line satt til NOK 20 millioner årlig (Booking NOK 5 millioner, Markedsføring NOK 15 millioner). Imidlertid er merkostnaden knyttet til den nye linjen ansett som bergrenset (i hvert fall hvis det ikke ansettes medarbeidere for å arbeide spesifikt med den nye linjen). Imidlertid, hevder Fjord Line, at det er grunn til å tro at det oppstår merkostnader i forhold til de innarbeidede linjene i Color Lines markedsarbeid og planer. Kampanjer og øvrig etablering av linjen i markedet forventes å ha en årlig merkostnad på NOK 2-4 millioner.

- **Danmarksoperasjon**

Color Line er hovedbrukeren av Hirtshals havn. De siste årene har havnen blitt utvidet til å betjene større skip (bl.a. Prinsesse Ragnhild). På grunn av Color Lines størrelse legger Fjord Line til grunn at selskapet får betydelige rabatter (i tillegg til at selskapet allerede har en etablert organisasjon i Hirtshals). Ved beregningen av merkostnaden knyttet til operasjoner i Danmark er det tatt utgangspunkt i Fjord Lines kostnader til å betjene Fjord Norway i Hanstholm, men med 50 % avslag for første driftsår og 30 % deretter. For Fjord Line er årlig kostnad (eksklusiv havnekostnader) knyttet til å betjene Fjord Norway i Hanstholm NOK 17 millioner. Dette medfører at det for Color Line er en merkostnad knyttet til å betjene Prinsesse Ragnhild i Hirtshals på:

- NOK 17 millioner x 50 % ≈ NOK 9 millioner første driftsår
- NOK 17 millioner x 30 % ≈ NOK 5 millioner fra andre driftsår

- **Økonomi / regnskap**

All regnskapsproduksjon er sentralisert til en fellesfunksjon i Kristiansand. Merkostnaden knyttet til bilagsføring, rapportering, samt en egen controllerfunksjon for den nye linjen er vurdert til NOK 1,5 millioner.

- **Generalagenter**

Color Line har tradisjonelt hatt generalagenter i flere kontinentale land (utenom Danmark og Tyskland). Dersom det ytes markedsbidrag tilknyttet den nye linjen bør dette fordeles. Her har imidlertid Fjord Line ikke spesifisert merkostnader knyttet til dette

- **Linjeledelse**

Ifølge Fjord Line vil den nye linjen administrativt legges inn under samme administrasjon som leder ruten Kristiansand – Hirtshals. Det er ifølge Fjord Line grunn til å tro at den nye linjen trenger:

- Markedssjef, merkostnad beregnet til NOK 1 million per år
- To selgere på passasjersiden, merkostnad beregnet til NOK 1,5 millioner per år
- En selger for cargo, merkostnad beregnet til NOK 0,75 millioner per år
- Innsjekkings- og frakthåndteringspersonell i Bergen og Stavanger, merkostnad beregnet til NOK 4,8 millioner per år

Samlet utgjør dette $1 + 1,5 + 0,75 + 4,8 = \text{NOK } 8,05$ millioner per år.

6.2.2.3 Inntektstap Kristiansand – Hirtshals

Ved å starte ny rute fra Bergen til Danmark er det grunn til å tro at Color Line vil tape på sine andre ruter. Årsaken ligger i at passasjerer fra Vestlandet tidligere kan ha valgt å reise til Østlandet eller Kristiansand for å ta ferge over til Danmark. Dette medfører at i tillegg til å ta passasjerer fra Fjord Lines rute, vil Color Line tape andeler på egne ruter. Dette gjelder spesielt på ruten Kristiansand – Hirtshals, hvor 1/3 av kundene stammer fra Rogalandsområdet. Tapt inntekt for Color Lines rute Kristiansand – Hirtshals som følge av intern passasjeroverførsel, er det man kaller kanibaliseringkostnad.

Fjord Line har i sine beregninger estimert at mellom 175 000 og 200 000 passasjerer vil overføres internt fra ruten Kristiansand – Hirtshals til den nyopprettede ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals. Imidlertid er det ved beregning av inntektstapet på ruten Kristiansand – Hirtshals lagt til grunn et trafikktap på 135 000 passasjerer. Disse passasjerene vil øke inntekten på Prinsesse Ragnhild, men innebære et tap for ruten mellom Kristiansand og Hirtshals. Ifølge Fjord Line kan netto inntekter øke dersom:

- Ombordsalget på Prinsesse Ragnhild er større enn på linjen Kristiansand – Hirtshals
- Prisene er ulike på de to linjene
- Linjen Kristiansand – Hirtshals opererer med fullt belegg i noen perioder, som gjør at ved å overføre passasjerer til linjen fra Bergen vil det åpne for nye passasjerer på ruten fra Kristiansand

Fjord Line hevder at Color Line ikke har fullt belegg på Kristiansand - Hirtshals, med unntak for høysesong da Silvia Ana settes i trafikk. Resten av året trafikkerer kun Christian IV ruten, noe som kan tyde på at Color Line ikke utnytter kapasiteten fullt ut. Hvis ikke ville ikke Color Line benyttet Silvia Ana kun i høysesongen. I tillegg hevdes det at ombordsalget, til tross for at overfartstiden øker med 8 – 9 timer (i forhold til linjen Kristiansand – Hirtshals), ikke vil økes betydelig. Muligheten for å ha forskjellige priser fra Kristiansand og Stavanger hevdes også å være vanskelig. Årsaken er at høyere priser fra Stavanger vil føre til at kundene istedenfor velger Fjord Line fra Egersund eller Color Line fra Kristiansand. Dette er begrunnelsen for hvorfor en trafikkoverføring ikke vil gi en inntektsøkning av betydning.

Selv om det ikke har betydning for selve kalkylen, ettersom Fjord Line hevder at ombordsalget ikke økes ved en overføring fra ruten Kristiansand – Hirtshals til ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals, vil vi likevel stille spørsmålstegn ved Fjord Lines tankegang her. Dersom forbruket om bord hadde vært større på Prinsesse Ragnhild enn fergene som trafikkerer ruten Kristiansand – Hirtshals, ville dette framkommet gjennom økt ombordsalg og inntekter i kalkylen. Dette medfører at kanibaleringskostnaden ikke skal berøres, ettersom denne kostnaden kun gjenspeiler tapt inntekt som følge av at passasjerene velger å reise til Danmark fra Bergen eller Stavanger framfor Kristiansand. Samme resonnement gjelder for ulike priser på de to ulike rutene.

Vi vil imidlertid presisere at kanibaleringskostnaden bør være med i beregningene, ettersom uten den nye Vestlandslinjen, hadde ikke Color Line hatt ”behov” for å ”gi opp” inntektene knyttet til ruten fra Kristiansand..

Fjord Line legger til grunn at Color Line vil tape det første driftsåret ca NOK 76 millioner. Dette er fordelt på ca. NOK 30 millioner i tapte billettinntekter, ca. NOK 36 millioner i tapt ombordsalg (netto) og ca NOK 10 millioner i tapte cargoinntekter. Tapet vil stige til NOK 83

millioner for andre driftsår, NOK 91 millioner for tredje driftsår og NOK 99 millioner for fjerde driftsår.

6.2.2.4 Alternativkostnad

Skipet Prinsesse Ragnhild kunne, dersom det ikke var satt inn i den nyopprettede ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals, generert inntekt på en annen måte. I klagen nevnes det at en annen rute kunne ha blitt åpnet eller skipet kunne ha blitt leid ut. Som vi har forklart under kapittel 3.9 er alternativkostnaden det nest mest innbringende alternativet for Prinsesse Ragnhild.

Fjord Line var 2003 i forhandlinger med Color Line om å leie skipet Prinsesse Ragnhild. Skipet skulle da bli satt inn på Englandsruten fra Bergen. Det ble den gang, før forhandlingene ble avbrutt, antydnet fra Fjord Lines side et årlig leiebeløp på NOK 40 millioner. Dette er bakgrunnen for den estimerte alternativkostnaden.

6.2.2.5 Resultat Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

Som en oppsummering av kapittel 6.2 viser vi Fjord Lines estimerte produktregnskap for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals:

(tall i NOK millioner kroner)	2005	2006	2007	2008
Totale billettinntekter	115	127	130	133
+ Ombordsalg	167	188	197	205
+ Totale fraktinntekter	40	46	49	52
= Totale inntekter	322	361	376	390
- Direkte kostnader	251	261	267	270
- Indirekte kostnader	39	33	33	34
= Resultat før alternativ- og kanibaleringskostnad	32	67	76	86
- Alternativkostnad skip	40	40	40	40
- Kanibaleringskostnad	76	83	91	99
= Resultat Color Lines Vestlandsrute	-84	-56	-55	-53

Tabell 32: Fjord Lines estimerte ruteregnskap Color Lines Vestlandslinje

Fjord Lines beregninger er oppsummert her, og viser et årlig tap på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals på rundt NOK 55 millioner per år. Samtidig ser vi at Fjord Line i sine beregninger, har estimert en oppstartskostnad på rundt NOK 30 millioner, noe som er årsaken

til at resultatet for år 2005 er svakere enn de øvrige årene. Ser vi kun på driften (dvs. resultatet før de mer ”usikre” postene alternativkostnad og kanibaliseringkostnad) er det et positivt resultat for de fire første driftsårene. Altså er alternativkostnaden og kanibaliseringkostnaden avgjørende for om ruten er lønnsom eller ikke.

Fjord Line skriver i sin klage til Konkurransetilsynet (Fjord Line 2005a: 37): *”Det har vært et grunnleggende krav for denne klagen at forutsetningene som våre beregninger hviler på, skal være nøkterne og aldri avvike til Color Lines disfavør fra de forutsetningene som Fjord Line legger til grunn for sin egen virksomhet”*. Dette innebærer, ifølge Fjord Line, at på vesentlige punkter, som forventet vekst i passasjermarkedet, ingen nedgang i priser og antatt trafikkoverføring til Stavanger, stiller beregningene Color Line i et gunstig utgangspunkt. Fjord Line understreker videre (Fjord Line 2005a: 37): *”Dersom disse forutsetningene i stedet endres i tråd med det Fjord Line selv mener er rimelig å forvente ut fra sin bransjekunnskap, vil tapstallene til Color Line bli vesentlig høyere enn presentert her”*.

Som vi ser har Fjord Line ikke sett på forholdet mellom pris og gjennomsnittlige variable kostnader, men snarere konsentrert seg om totale inntekter og kostnader. Dette vil vi imidlertid komme nærmere inn på senere i oppgaven.

6.3 Kommentarer til Fjord Lines estimat

Vi har nå framvist Fjord Lines estimerte produktregnskap for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Estimaten viser at Color Line vil tape i løpet av de fem første driftsårene NOK 245 millioner kroner (Fjord Line 2005a). Fjord Line hevder at det estimerte tapet er bevisst fra Color Lines side, i strid med konkurranselovens § 11 (fjordline.com j). Color Line på sin side hevder at de har tjent penger på Vestlandet fra dag én (Eliassen og Buanes 2006).

Når vi i kapittel 7 skal gjøre vårt eget estimat over inntektene og kostnadene vil vårt beste utgangspunkt være Fjord Lines estimat. Vi vil derfor i denne delen av oppgaven ta utgangspunkt i konkurranseklagen og de estimater som er foretatt der, og kommentere disse ytterligere. Imidlertid er ny informasjon nå tilgjengelig som kan belyse ”korrektheten” av Fjord Lines estimater.

6.3.1 Kommentarer til Color Lines inntekter

I tabell 25 har vi vist Fjord Lines estimat over Color Lines inntekter på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals for perioden 2005 - 2008. Når det gjelder billettinntekter og fraktinntekter har Fjord Line i sine estimat ikke beregnet økning av verken billett- eller cargopriser. Begrunnelsen for dette er den økte konkurransen i det relevante markedet, noe som for oss virker som en korrekt antagelse. Vi vil nå ta for oss hver enkelt inntektspost.

6.3.1.1 Billettinntekter

Fjord Line har i sine estimater tatt utgangspunkt i en gjennomsnittlig billettpris på NOK 418 per passasjer (jamfør tabell 23). Et utgangspunkt kan være å sammenligne med gjennomsnittlig billettinntekt per gjest for Fjord Line de siste syv årene, vist i tabell 16.

Som vi ser har Fjord Lines billettinntekt per gjest gått betydelig ned i 2005, hvor konkurransen med Color Line trolig er hovedårsaken. Å sammenligne Fjord Lines billettinntekter i perioden 1999 – 2005 med Color Lines estimerte billettinntekter 2005 – 2008 kan være en mulighet for å vurdere hvorvidt de estimerte billettinntektene er ”korrekte” eller ikke. Fjord Lines estimat over Color Lines gjennomsnittlige billettinntekter på Vestlandsruten de første fire driftsårene er NOK 418. For perioden 1999 – 2005 hadde imidlertid Fjord Lines rute Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm i gjennomsnitt en billettpris på ca. NOK 406. Konkurransesituasjonen i perioden før 2005 er imidlertid annerledes enn perioden etter 2005. Før 2005 var Fjord Line eneste konkurrent på Sør-Vestlandet til Color Lines rute Kristiansand – Hirtshals. Fjord Lines beregninger for Color Lines gjennomsnittlige billettinntekt på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals tar utgangspunkt i at begge aktørene er i markedet. Sagt med andre ord vil det være konkurranse om å frakte passasjerene fra Sør-Vestlandet, hvor pris kan være en avgjørende konkurransefaktor. Dette er det tatt høyde for i beregningene gjennom at billettprisene ikke skal øke i løpet av Color Lines fire første driftsår (konstant gjennomsnittlig billettpris på NOK 418). Siden konkurransesituasjonen er ulik i tiden før og etter 2005 vil det dermed være feil å sammenligne Fjord Lines estimerte billettinntekter for Color Line i perioden 2005 – 2008, med Fjord Lines virkelige billettinntekter i perioden 1999 – 2005. Flere konkurrenter i markedet vil etter teorien føre til lavere priser for passasjerene, dermed vil det være feil å sammenligne med Fjord Lines prisnivå før 2005 (som trolig er høyere enn hva tilfellet er etter Color Line etablerte seg).

Spørsmålet da blir om vi kan på andre måter vurdere ”gyldigheten” av de estimerte billettinntektene. En mulighet kan være å se på tilbudet. Kan for eksempel Prinsesse Ragnhild ha en høyere standard enn hva Fjord Norway / Atlantic Traveller tilbyr, noe som igjen kan øke passasjerenes betalingsvillighet? Eller kan det tenkes at det er motsatt? For å vurdere dette må vi ta utgangspunkt i de ulike fergene (jamfør kapittel 2.4).

Forholdstallet $\frac{\text{maksimalt antall passasjerer}}{\text{antall lugarer}}$ er for Atlantic Traveller 4,1 (840 / 207), Fjord

Norway 3,2 (1 600 / 501) og Prinsesse Ragnhild 2,7 (1 515 / 565). Dette sier oss at for Atlantic Traveller vil det ved full kapasitetsutnyttelse være 4,1 personer per lugar, for Fjord Norway 3,2 passasjerer per lugar og for Prinsesse Ragnhild 2,7 passasjerer per lugar. Samtidig kan dette kanskje gi oss en indikasjon på tilbudet. Hver ferge har ulike lugarkategorier, hvor det varierer fra helt enkle firemannslugarer til lugarer som kan minne mer om en hotellsuite. De mer avanserte lugartypene har plass til færre passasjerer enn de enkle lugarene (se for eksempel vedlegg III og V). Selvsagt vil en mer avansert lugar koste mer per passasjer enn en lugar av den enklere sorten. Forholdet mellom passasjerer og lugarer kan dermed kanskje si oss noe om fordelingen av lugarkategorier på hver enkel båt. Det kan dermed være en rimelig antagelse at jo høyere gjennomsnittlig passasjertall per lugar en ferge har, jo flere enkle lugarer har skipet relativt til høystandardlugarer. Vi mener av den grunn at Prinsesse Ragnhild muligens har relativt flere lugarer av høy klasse i forhold til Fjord Lines Fjord Norway og Atlantic Traveller.

Problemet med denne konklusjonen er at den ikke sier noe om billettinntekten. Som nevnt i forrige avsnitt har Prinsesse Ragnhild trolig flere lugarer av høy klasse relativt til standardlugarer sammenlignet med Fjord Norway og Atlantic Traveller. Dersom passasjerene fordeler seg noenlunde likt med lugarforholdet er det grunn til å tro at billettinntekten hos Prinsesse Ragnhild er høyere enn hva som er tilfelle for Fjord Norway og Atlantic Traveller. Imidlertid er det langt ifra sikkert at passasjerene fordeler seg på samme måte som lugarene fordeler seg. Sagt på en annen måte; selv om Prinsesse Ragnhild har en større andel lugarer av høy kvalitet (og høy pris) kan det tenkes at passasjerene velger lavkategorilugarer framfor høykategorilugarer. Dette vil medføre at billettinntekten nødvendigvis ikke vil være noe høyere enn hva som er tilfelle for Fjord Lines ferger.

Et annet spørsmål er om det er en rimelig antagelse at gjennomsnittlig billettinntekt holder seg konstant på NOK 418 i perioden 2005 - 2008. Color Line har delt ut mengder av gratisbilletter fra januar 2006 (Colliander og Eliassen 2006). Dette vil typisk være et tiltak som senker gjennomsnittlig billettinntekt. Ved oppstart kan det også tenkes at billettprisen er lavere enn i en senere periode. Typisk vil man ved etablering ha lavere billettpris (introduksjonstilbud) for å tiltrekke seg kunder. Etter hvert, når Color Line og Prinsesse Ragnhild er innarbeidet i markedet og passasjerene klarer å differensiere de ulike tilbudene, kan det være rimelig å anta at gjennomsnittlig billettpris øker. Vi mener altså at gjennomsnittlig billettpris har en mer stigende profil. Spørsmålet da blir hvilken gjennomsnittlig billettpris man har i starten og i slutten av perioden.

Vi har ikke en fullstendig prisutvikling for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals fra oppstart april 2005 og frem til nå. Imidlertid kan vi se på hva dagens priser er. Ser vi på et todøgnsreise til Danmark fra Bergen med en 3-stjerners innvendig 2-sengs lugar varierer prisene fra NOK 320 til NOK 780 per person i tidsrommet oktober til desember 2006. Ønsker passasjerene en bedre lugar øker selvsagt prisen (tall hentet fra Color Lines bookingside på Internett). Fjord Line på sin side kjører samtidig kampanje i tidsrommet 18/9 – 5/11 hvor prisen per person ligger på NOK 390 (fjordline.com l).

Som vi ser er det mange faktorer som spiller inn når det gjelder billettinntekter for Color Line på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals. Både Fjord Line og Color Line tilbyr ulike produkter som prisen forskjellig, eksempelvis kampanjetilbud, overfart med kjøretøy, forskjellige lugarer til forskjellige priser. Dette gjør at det blir vanskelig å beregne en gjennomsnittlig billettpris, ettersom vi ikke vet hvordan passasjerene fordeler seg på de ulike produktene. Samtidig er en kompliserende faktor utdelingen av gratisbilletter og en eventuell prisforskjell i introduksjonsfasen sammenlignet med senere faser. Dette gjør at vi ikke har mulighet til å si noe mer konkret hva gjelder korrektheten av Fjord Lines estimat på billettinntekt pr gjest.

6.3.1.2 Ombordsalg

For både Fjord Line og Color Line er ombordsalget hovedinntektskilden. Av totale inntekter utgjør ombordsalget omlag 50 % av totale inntekter (jf. tabell 19 og 26) for begge selskapene. For eksempel er det ikke uvanlig at man får en gratisbillett om bord på en ferge som går i utenriksfart dersom man handler for en viss sum i tax-free butikken (se for eksempel Colliander og Eliassen 2006). Dette understreker at den viktigste inntektskilden for

fergeselskapene er ombordsalg. Ombordsalg vil si salg av mat, drikke og tax-free varer etc. om bord på fergene. Fjord Lines estimat over Prinsesse Ragnhilds ombordsalg ligger på nivå med Fjord Norway. Spørsmålet blir om dette er et godt estimat.

Først og fremst må vi ta utgangspunkt i de ulike fergene som trafikkerer Fjord Lines og Color Lines ruter fra Bergen til Danmark. For Fjord Line er det som kjent Fjord Norway³⁵ og Atlantic Traveller som trafikkerer Danmarksruten, mens Color Lines rute betjenes av Prinsesse Ragnhild. I april 2005, da Color Line startet opp sin Vestlandsrute fra Bergen, benyttet Fjord Line Fjord Norway i sin Danmarksrute.

Det er grunn til å tro at Fjord Lines antagelser om at jo lenger en overfart varer, jo mer vil passasjerene bruke om bord stemmer. Samtidig finner Fjord Line andre årsaker til at salget varierer, for eksempel sesongbetont (vinter- vs. sommersesong) og tilbudet (antall restauranter, produktsortiment etc.). Siden overfartstiden er tilnærmet lik, og høysesong versus lavsesong er samme hos begge selskapene, vil eneste faktor som kan forklare en eventuell forskjell være tilbudet om bord. Vi må av den grunn se på fergene til Fjord Line (Atlantic Traveller og Fjord Norway) og sammenligne dem med Color Lines Prinsesse Ragnhild. Informasjon om de ulike skipene er lagt ut i kapittel 2.4.

Atlantic Traveller er en langt mindre båt enn Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild. Ser vi på bruttotonnasjen er båten ca. halvparten av hva Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild er, har lavere gjestekapasitet og lastekapasitet, samt færre lugarer, restauranter og barer. Det er derfor grunn til å tro at ombordsalget i Atlantic Traveller er lavere enn hos Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild.

Spørsmålet nå blir om ombordsalget i Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild er tilnærmet likt (slik Fjord Line hevder). Som vi har sett er Prinsesse Ragnhild en del større hva gjelder bruttotonnasje, mens Fjord Norway kan frakte med seg flere passasjerer. Prinsesse Ragnhild har flere lugarer i forhold til Fjord Norway. Vi kan som et utgangspunkt anta at sortimentet i de to fergenes tax-free butikker er tilnærmet likt. Dette medfører at den ene parten ikke har en fordel ovenfor den andre parten som følge av et bedre tax-free tilbud. Dette er muligens en streng antagelse, ettersom det er langt ifra sikkert at Color Line og Fjord Line tilbyr nøyaktig

³⁵ DFDS overtok båten 16. oktober 2006 (fjordline.com e)

de samme produktene i sine tax-free butikker. Imidlertid kan vi med rimelig sikkerhet slå fast at produktsortimentet hva gjelder produktenes egenskaper og behov som dekkes er de samme. Vi velger av den grunn å anse tilbudet hva gjelder tax-free butikkene som det samme. Vi mener altså at passasjerenes forbruk om bord hva gjelder tax-free varer er tilnærmet likt i Fjord Lines båter som Color Lines båter.

Vi står da igjen med restaurant - / bartilbudet (inkluderer underholdningsdelen) hos Prinsesse Ragnhild og Fjord Norway. Begge skipene har 7 restauranter / barer, nattklubb, pianobar, underholdning for barn, underholdning med Live-band og annen underholdning. Som vi ser er tilbudet hos Fjord Norway rimelig likt tilbudet hos Prinsesse Ragnhild. Et moment som eventuelt kan skille kan være hva passasjerene opplever ved reisen, det være seg underholdning, maten om bord etc., og konsekvenser dette får for ombordsalget. Det kan for eksempel være en rimelig forutsetning at ombordsalget er høyere dersom artisten som opptre på scenen fenger publikum sammenlignet med en artist som ikke fenger publikum. Årsaken er at dersom artisten ikke fenger publikum kan et alternativ for passasjerene være å tilbringe tid på lugaren framfor i baren. Problemet for oss blir i så måte at vi ikke vet hva en passasjer hos Color Line eller Fjord Line foretrekker av underholdning. Imidlertid kan det ved første øyekast se ut til at underholdningstilbudet hos Prinsesse Ragnhild er preget av mer kjente og bedre artister (i hvert fall for oss) enn hos Fjord Line (colorline.no e og fjordline.com m), men forfatterne er neppe et representativt utvalg i så måte. Dermed må vi anta at underholdningstilbudet er det samme hos de to båtene.

Samme tankegangen kan benyttes når det gjelder selve matopplevelsen. De ulike fergene har ulike typer restauranter for enhver smak. Det kan imidlertid se ut til at Fjord Norway har en høyere andel temarestauranter enn hva Prinsesse Ragnhild har (for eksempel Italiensk, Steak House etc. hos Fjord Norway, mot Prinsesse Ragnhilds mer klassiske restauranter) (fjordline.com n og colorline.no f). Vi kan imidlertid ikke vurdere om passasjerene foretrekker det ene alternativet framfor det andre. Av den grunn vil vi anta at også restauranttilbudet hos de to båtene er det samme.

Som Fjord Line også selv påpeker, mener vi at ombordsalget hos Prinsesse Ragnhild, ikke er under nivået til Fjord Norway. Hvorvidt det er høyere er imidlertid vanskelig for oss å si, ettersom det kan avhenge mye av hvilke preferanser passasjerene har. Samtidig er det grunn

til å tro at mye er likt hos Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild, noe som gjør at det er rimelig å anta at ombordsalget er likt hos de to fergene.

6.3.1.3 Fraktinntekter

Vi har verken nok kunnskap eller informasjon til å anta noe annet enn at Fjord Lines estimerer hva gjelder fraktinntekter er korrekte.

6.3.2 Kommentarer til Color Lines kostnader

Fjord Line har beregnet følgende kostnader for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals for perioden 2005 – 2008:

(tall i NOK millioner)	2005	2006	2007	2008
Direkte kostnader	251	259	265	270
+ Indirekte kostnader	38	33	34	35
+ Alternativkostnad skip	40	40	40	40
+ Inntektstap Kristiansand - Hirtshals	76	83	91	99
= Totale kostnader Bergen / Stavanger - Hirtshals	405	415	430	444

Tabell 33: Estimerte totale kostnader Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals

Fjord Line har her benyttet en merkostnadskalkyle. Denne kalkylemetodikken virker fornuftig ettersom den får frem kostnadsøkningene den nye fergelinjen forårsaker. Altså vil for eksempel ikke indirekte kostnader knyttet til fellesfunksjoner i konsernet som allerede eksisterte før etableringen av den nye linjen, bli tatt med i merkostnadskalkylen. Bare eventuelle kostnadsøkninger i fellesfunksjoner som oppstår som en direkte følge av den nye linjen vil bli tatt med.

Å komme med ytterligere kommentarer til de direkte og indirekte kostnadene blir for oss vanskelig. Årsaken ligger i at man må ha spesifikk kunnskap og kjennskap til de ulike fergene, samt kostnadskjennskap for et fergeselskap. Dette kan vi illustrere best med et eksempel, nemlig bunkerskostnaden (direkte kostnad). For å kunne beregne bunkerskostnaden må man ha kjennskap til hvilke motorer skipet bruker (inkluderer både hovedmotor og hjelpemotorer), forbruket til de ulike motorene, hvor mye og hvor lenge hjelpemotorene er i bruk og prisen på tungolje og MGO (gassolje) (Fjord Line 2005b). Vi har på langt nær nok kunnskap om slike bransjespesifikke forhold som er beskrevet i dette eksempelet, og som også gjenspeiler beregningene av de direkte og indirekte kostnadene. Det vil av den grunn

være vanskelig for oss å beregne og kommentere de direkte og indirekte kostnadene ytterligere. Vi vil av den grunn ta utgangspunkt i Fjord Lines estimat av de direkte og indirekte kostnadene ved videre beregninger. Alternativkostnaden og inntektstap Kristiansand – Hirtshals (også referert som kanibaliseringkostnad) vil vi imidlertid kommentere nærmere i de kommende avsnittene.

6.3.2.1 Alternativkostnad

Alternativkostnaden er en beregning som skal vise hvilke potensielle inntektsmuligheter et selskap går glipp av / ofrer ved å velge det ene alternativet framfor det andre. Fjord Line hevder Color Lines alternativkostnad på Vestlandsruten er NOK 40 millioner per år. Dette kostnadsestimater er begrunnet senere i denne delen av oppgaven.

Det er vanskelig å komme med et 100 % sikkert tall for alternativkostnaden. Årsaken til dette er først og fremst at alternativkostnaden ikke er en reell kostnad, men et estimat over hva man kunne tjent ved å velge det nest beste alternativet. Andre årsaker som kan vanskeliggjøre beregningen av alternativkostnaden, er at et foretak ikke nødvendigvis har oversikt over alle mulige alternativer, ikke har nok informasjon til å rangere de ulike alternativene eller beregne potensiell inntekt til alle alternativer. Alternativkostnaden er derfor et høyst usikkert estimat.

Vi har ikke informasjon over samtlige alternativer Color Line hadde for Prinsesse Ragnhild, og hvilke inntekter disse alternativene kunne innbringe. I de følgende avsnitt vil vi imidlertid presentere aktuelle alternative anvendelser for Prinsesse Ragnhild, og vurdere hvorvidt Fjord Lines estimat på alternativkostnaden kan rettfærdiggjøres.

Når Prinsesse Ragnhild ble overflødig på Color Lines rute Oslo – Kiel kan vi tenke oss fire alternative anvendelser for fergen. Color Line kunne velge å leie ut fergen, selge fergen, benytte fergen på eksisterende rute eller starte opp en ny rute.

Fjord Line har hevdet at markedsverdien til Prinsesse Ragnhild er betydelig lavere enn den bokførte verdien. Fjord Line fikk innsyn i skipets bokførte verdi da de i 2003 forhandlet med Color Line om leie av skipet. Bokført verdi på Prinsesse Ragnhild var pr 31/12-2003 NOK 418,3 millioner, mens Fjord Line har estimerte markedsverdien til skipet å være omlag det halve (Fjord Line 2005a). Dersom dette er tilfelle ville Color Line blitt påført et betydelig regnskapsmessig tap ved et eventuelt salg av Prinsesse Ragnhild. I følge Fjord Line er dette

uheldig for Color Line i den forstand at det kan skape uro hos kreditorene og usikkerhet om verdien på Color Lines andre skip som kreditorene har sikkerhet i.

Et annet alternativ er å leie ut skipet. Fjord Line var som kjent i forhandlinger med Color Line om leie av Prinsesse Ragnhild til sin Englandslinje på en 10 års kontrakt i 2003. Det ble imidlertid ikke enighet om leiebeløpet. Årsaken var at Color Line la til grunn en høyere markedsverdi for prinsesse Ragnhild enn Fjord Line, og krevde NOK 47 – 50 millioner i årlig leie. Fjord Line var imidlertid bare villig til å strekke seg til 40 millioner, noe som gjorde at Color Line trakk seg fra forhandlingene. Dersom Color Line krevde et leiebeløp som står rimelig i forhold til bokført verdi kan dette gjøre det vanskelig å leie ut skipet, ettersom markedsverdi, i følge Fjord Line, var vesentlig lavere enn bokført verdi. Leiebeløp basert på markedsverdi vil kunne signalisere at markedsverdien av Prinsesse Ragnhild er lavere enn bokført verdi, noe som igjen vil kunne skape uro hos kreditorer.

Når det gjelder Prinsesse Ragnhilds markedsverdi har vi i utgangspunktet bare Fjord Lines estimat som omlag det halve av bokført verdi i 2003, det vil si ca NOK 200 millioner å forholde oss til. I 2003 var som nevnt Fjord Line villig til å inngå en ti års leiekontrakt med et årlig leiebeløp på NOK 40 millioner. Med utgangspunkt i dette vil vi prøve å estimere en markedsverdi. Vi benytter en rentesats på 10 % og antar en utrangeringsverdi om 10 år på NOK 100 millioner. Annuitetsfaktoren når perioden er 10 år og rente 10 % er 6,1445. Dette gir oss en markedsverdi lik: $40 \times 6,1445 + \frac{100}{(1,10^{10})} \approx \text{NOK } 284 \text{ millioner}$. Selv om dette er et

høyst usikkert estimat kan det gi en indikasjon på at markedsverdien til Prinsesse Ragnhild sannsynligvis er lavere enn bokført verdi, men muligens noe høyere enn det Fjord Line hevder. Således, dersom denne beregningen legges til grunn, vil alternativkostnaden også være noe høyere enn NOK 40 millioner.

Et tredje alternativ vil kunne være å la Prinsesse Ragnhild trafikkere en annen rute. På Østlandet trafikkerer allerede syv ferger fra tre forskjellige havner i Color Lines regi. I tillegg opererer DFDS Seaways, Stena Line og Kystlink med ruter fra Østlandet. Helt siden 2001 har Color Line møtt betydelig konkurransen og press fra de to store aktørene DFDS og Stena Line. De tre aktørene har likevel klart å unngå hard priskonkurransen gjennom å forsøke å differensiere seg på kvalitet, blant annet oppgradering av eksisterende skip og innsetting av nye skip med høyere standard (Fjord Line 2005b). Innsettingen av Color Fantasy, verdens

største cruiseferge som erstattet Prinsesse Ragnhild, på strekningen Oslo – Kiel er et eksempel på dette. Fra 2007 blir søsterskipet Color Magic satt inn på samme strekning og erstatter da Kronprins Harald (Eliassen 2006b). Innsetting av Prinsesse Ragnhild på en av de eksisterende Østlandsrutene er det trolig ikke tilstrekkelig passasjergrunnlag til, og kampen om passasjerene ville blitt hardere og faren for priskrig stor. Oppstart av en ny rute på Østlandet ville også bidratt til å intensivere konkurransen i dette markedet og muligens kanibalisering av egne eksisterende ruter. Investeringene i Color Fantasy og Color Magic er betydelige investeringer, beregnet til rundt 5 milliarder kroner (Fjord Line 2005b), og gjør Color Line svært konkurransedyktig på kvalitet. Color Line har trolig derfor ingen interesse av å utfordre den fredelige sameksistensen som i dag eksisterer på Østlandet. En priskrig her kunne medført betydelig tap. Ettersom det er i dette området Color Line har størstedelen av sin virksomhet (syv ferger trafikkerer på Østlandet) og de største investeringene, har de desto mer å tape ved en eventuell priskrig. Fra Kristiansand seiler allerede Silvia Ana og Christian IV for Color Line, og i 2006 åpnet Master Ferries rute mellom Kristiansand og Hanstholm. I tillegg har Fjord Lines Danmarksrute stopp i Egersund. På Vestlandet var Fjord Line den eneste aktøren, og betydelig mindre enn Color Line. Vestlandet synes derfor som det minst risikable markedet å gå inn og dermed et bedre alternativ enn å la Prinsesse Ragnhild seile på Østlandet eller Sørlandet.

Faren for å forstyrre konkurransen på Østlandet gjør at innsetting av Prinsesse Ragnhild på Østlandet synes som et mindre godt alternativ (enten det gjelder i form av å starte ny rute eller å innsette Prinsesse Ragnhild på eksisterende rute). Dette gjør at vi står igjen med salg og utleie av Prinsesse Ragnhild som aktuelle alternativer.

Fjord Line hevder at salg eller utleie av Prinsesse Ragnhild vil skape uro hos kreditorer, og at det således ikke er gode alternativer. Vi stiller imidlertid et spørsmål ved dette. Vi mener det ikke er grunn til å tro at kreditorer gir utlån uten å skaffe seg et skikkelig informasjonsgrunnlag. Det er grunn til å tro at skip kjøpes og selges kontinuerlig i det internasjonale fergemarkedet, og vi mener at det er en rimelig antagelse at Color Lines kreditorer har tilgang til slik informasjon og er i stand til å selv gjøre et anslag på markedsverdi. Samtidig er Color Line del av et stort konsern med gode resultater (jmfør tabell 20), noe som gjør at et eventuelt tap ved salg av Prinsesse Ragnhild trolig ikke vil forverre Color Lines økonomiske stilling i vesentlig grad. Vi mener det er grunn til å tro at kreditorer hele tiden vurderer slike forhold, og at et eventuelt salg / utleie av Prinsesse

Ragnhild til en pris som ikke gjenspeiler bokført verdi ikke vil være en ”nyhet” for kreditorene. Således kan salg / utleie være aktuelle alternative anvendelser for skipet, i tillegg til å sette det inn i rute på Vestlandet.

Vi har ingen informasjon om Color Line har fått noe tilbud fra andre selskaper om å overta Prinsesse Ragnhild. Vi vet imidlertid at utleie av skipet ville gitt selskapet en sikker årlig inntjening på minimum 40 millioner i leieinntekter. Dette medfører at Fjord Lines estimat på alternativkostnaden kan anses som et forsiktig utgangspunkt for den virkelige alternativkostnaden. Samtidig kan det argumenteres for, med bakgrunn i våre beregninger av Prinsesse Ragnhilds markedsverdi, at alternativkostnaden kan være en del høyere.

6.3.2.2 Inntektstap Kristiansand – Hirtshals (kanibaliseringekostnad)

I kapittel 6.2.2.3 redegjorde vi for hvordan Fjord Line hadde estimert kanibaliseringekostnaden for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Kostnaden er estimert til NOK 76 millioner første driftsår, NOK 83 millioner andre driftsår, NOK 91 millioner tredje driftsår og NOK 99 millioner fjerde driftsår. Bakgrunnen for dette er det nærmere redegjort for i det samme kapittelet. Vi har imidlertid muligheten til å etterprøve enkelte av Fjord Lines beregninger, som følge av ny informasjon.

Fjord Line har i sine beregninger hevdet at opp til 200 000 passasjerer vil bli overført fra ruten Kristiansand – Hirtshals til ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals per år. Det er imidlertid, ved beregninger av kanibaliseringekostnad, tatt utgangspunkt i at 135 000 passasjerer vil overføres per år. Vi har passasjerstatistikk for det relevante markedet for perioden 1999 – 2005, og vil med hjelp av bl.a. disse prøve å kommentere Fjord Lines estimerte kanibaliseringekostnad. Tall for 2006 er i skrivende stund ikke offentliggjort.

Passasjerstatistikken vist i tabell 7 i kapittel 5 er fra det relevante markedet. Vi merker oss at Master Ferries ikke er med her fordi oppstarten for dette selskapets rute Kristiansand – Hanstholm var først i 2006. Smyril Lines rute mellom Bergen og Hanstholm er heller ikke tatt med, både fordi tall ikke er tilgjengelig, og fordi selskapets passasjerandel trolig er begrenset.

Årlige passasjervekst i det relevante markedet er vist i tabell 8 (både endring i antall passasjerer og endring i prosent). Andre rad viser årlig passasjervekst for Fjord Lines linje Bergen / Haugesund / Egersund – Hanstholm, tredje rad viser årlig passasjerveksten for Color

Lines linje Kristiansand – Hirtshals, fjerde rad viser samlet årlig vekst for Color Lines ruter i det relevante markedet (ruten Kristiansand – Hirtshals og Bergen / Stavanger – Hirtshals). Avslutningsvis i femte rad er samlet årlige veksttall i det vi har definert som det relevante markedet.

Som vi kan lese ut ifra de to tabellene har Fjord Line mistet 18 030 passasjerer i 2005 (nedgang på 5,73 %), noe som er ventet som følge av at en ny aktør har kommet på markedet. Color Line har tapt 71 418 passasjerer på ruten Kristiansand – Hirtshals (nedgang på 6,35 %), mens for første driftsår for ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals er passasjervolumet på 183.759. Samlet for Color Line har det vært en vekst på 9,98 %, mens det samlet i det relevante markedet var en vekst på 6,55 %.

Hva kan imidlertid disse tallene fortelle oss? Først og fremst kan det tyde på at Fjord Lines estimer over intern overføring fra ruten Kristiansand – Hirtshals til ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals er overdrevet. For linjen Kristiansand – Hirtshals er nedgangen på 71 418 passasjerer i 2005, langt mindre enn hva Fjord Line hevdet selskapet ville tape (opp til 200.000 passasjerer). Samtidig er det verdt å merke seg at endingen mellom 2004 og 2005 for Color Lines rute Kristiansand – Hirtshals er forholdet mellom hele 2005 og hele 2004, mens Color Lines rute fra Bergen og Stavanger hadde oppstart i april 2005. Dette medfører at dersom Color Lines nye Vestlandslinje hadde åpnet i januar 2005 hadde trolig passasjeredgangen på Kristiansand – Hirtshals vært en del større.

Samtidig er det langt ifra sikkert at samtlige passasjerer representert i nedgangen på ruten Kristiansand – Hirtshals har valgt å reise med Color Lines nye Vestlandsrute. Som vi ser har det vært nedgang i fire av de seks siste årene, noe som kan tyde på at hele, eller deler av passasjertapet, kan forklares som en generell nedgangstrend på ruten Kristiansand – Hirtshals, eventuelt at fergemarkedet fra Kristiansand har nådd et modnings- / metningspunkt. Dette ble nærmere diskutert i kapittel 5.1. Fra desember 2007 får ruten Kristiansand – Hirtshals en helt ny ferge basert på et helt nytt konsept (Color Line Superspeed), noe som kan tyde på at dagens marked med dagens ferger er ”utrangert” (Mollestad 2006). Samtidig har Color Lines nye rute fra Bergen oppnådd en passasjerandel på 183 759, noe som gjør at Color Line samlet i det relevante markedet har en passasjeroppgang på 112 341 (tilsvarer 9,98 %). Dette understreker på ny at den interne overføring mellom de to rutene trolig er mindre enn hva Fjord Line legger til grunn.

Det kan imidlertid tenkes at den interne overføringen er større enn hva som er indikert her (rundt 70 000), først og fremst fordi Prinsesse Ragnhild kun gikk i trafikk fra 27. april – desember for året 2005. I tillegg kan det tenkes at passasjeroverførselen fra Kristiansand til Bergen / Stavanger medfører at Color Line har ledig kapasitet i perioder hvor det tidligere var full kapasitet, som igjen kan utnyttes av andre passasjerer (for eksempel i høysesongen). Således blir det viktigere å se på nettotall for Color Line på Sør-Vestlandet.

Totalt kan vi med stor sikkerhet fastslå at den interne overføringen fra Kristiansand til Bergen eller Stavanger er mindre enn Fjord Lines estimerer hva gjelder antallet passasjerer. Imidlertid kan vi ikke med noen som helst sikkerhet fastlå et beløp i kroner og øre. Årsaken til dette er at vi ikke har tall for hva gjennomsnittlig billettinntekt fra Bergen, Stavanger og Kristiansand er. I tillegg kan det hende at enkelte av passasjerene fra Bergen / Stavanger ikke har betalt for sine billetter, spesielt i lavsesongen (Colliander og Eliassen 2006).

Samlet sett, og som diskusjonen over understreker, mener vi at kanibaliseringkostnaden Fjord Line har beregnet for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals er overvurdert. Årsaken er at færre passasjerer enn hva Fjord Line har estimert, har forlatt Color Lines rute fra Kristiansand til fordel for selskapets rute fra Bergen eller Stavanger (med Prinsesse Ragnhild). Dette gjør at Color Line trolig har tapt mindre, hva gjelder billettinntekter på Kristiansand – Hirtshals, enn hva Fjord Line hevder. Dette synet støttes også av Konkurransetilsynet (2006), som i sine beregninger har utelatt kanibaliseringkostnaden ved sammenligning av inntekter og kostnader.

6.4 Oppsummering

Fjord Line har estimert inntekter og kostnader for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals og satt opp et ruteregnskap for de fem første driftsårene:

(tall i millioner kroner)	2005	2006	2007	2008
Totale billettinntekter	115	127	130	133
+ Ombordsalg	167	188	197	205
+ Totale fraktinntekter	40	46	49	52
= Totale inntekter	322	361	376	390
Direkte kostnader	251	261	267	270
+ Indirekte kostnader	39	33	33	34
+ Alternativkostnad skip	40	40	40	40
+ Kanibaliseringskostnad	76	83	91	99
= Totale kostnader	406	417	431	443
Resultat Vestlandslinjen	- 84	- 56	- 55	- 53

Tabell 34: Oppsummering Fjord Lines estimat

Fjord Lines estimat på gjennomsnittlig billettinntekt er 418. Både Fjord Line og Color Line opererer med flere billett kategorier og priser, eksempelvis kampanjetilbud, forskjellige lugarer til forskjellige priser, rundtur / cruise, overfart med kjøretøy etc., og vi vet ikke hvordan passasjerene fordeler seg på de ulike produktkategoriene. Dette gjør at det blir vanskelig å beregne en korrekt gjennomsnittlig billettpris.

For både Fjord Line og Color Line er ombordsalg hovedinntektskilden og utgjør ca 50 % av totale inntekter. Fjord Lines estimat på Prinsesse Ragnhilds ombordsalgsinntekter er basert på deres egne ombordsalgsinntekter. Ombordsalgsinntekter antas å avhenge av hvor lang overfartstiden er og restaurant / bar-, shopping- og underholdningstilbudet. Overfartstiden er tilnærmet lik for Fjord Lines ferger (Atlantic Traveller og Fjord Norway) og Prinsesse Ragnhild. Når det gjelder restaurant / bar-, shopping- og underholdningstilbud anser vi Fjord Norway og Prinsesse Ragnhild for å ha et jevn godt tilbud, mens Atlantic Traveller muligens noe dårligere som følge av at det er en mindre ferge.

Fraktinntekter har vi ikke nok informasjon eller kunnskap til å kunne vurdere og må derfor basere oss på at Fjord Lines estimat er riktig. Estimatet på indirekte og direkte kostnader har vi heller ikke mulighet til å kommentere eller vurdere nærmere som følge av mangel på informasjon og tilstrekkelig bransjekunnskap.

Alternativkostnaden er satt til 40 millioner og er basert på at Color Line alternativt kunne leiet ut Prinsesse Ragnhild til Fjord Line for et leiebeløp på 40 millioner. Dette mener vi er rimelig, men et estimat noe høyere kan også forsvares.

Vi mener Fjord Lines estimat på kanibaliseringkostnad er for høyt. Fjord Line har lagt til grunn en passasjeroverførsel på 135 000, mens passasjertall fra 2005 viser at nedgangen i antall passasjerer på Kristiansand – Hirtshals ruten i 2005 var 71418. Den interne passasjeroverførselen kan imidlertid være enda lavere ettersom noe av nedgangen kan skyldes en generell nedgang i passasjergrunnlag på Kristiansand – Hirtshals ruten. Den kan også være noe høyere ettersom 71 418 bare representerer 8 måneders fergedrift på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals.

Kapittel 7 – Estimering av Color Lines ruteregnskap

I kapittel 5.1 presenterte vi passasjerstatistikker. I kapittel 6.2 ble det fremlagt en oversikt over inntekter og kostnader, samtidig som vi kom med enkelte kommentarer til de ulike postene. Disse to kapitlene danner grunnlaget for vårt eget estimat av Color Lines ruteregnskap på linjen Bergen / Stavanger – Hirtshals. Vi vil i vårt estimat ta utgangspunkt i Fjord Lines estimat (hentet fra klagen til Konkurransetilsynet), men modifisere det basert på nyere opplysninger og egne vurderinger. Vi starter først med å diskutere rundt Color Lines passasjerandel på Vestlandsruten i kapittel 7.1. Deretter vil vi diskutere inntekter i kapittel 7.2 og kostnader i kapittel 7.3. Avslutningsvis vil vi i kapittel 7.4 gjennomføre tre estimater, med bakgrunn i diskusjonen i kapittel 7.1, 7.2 og 7.3.

Før vi starter selve estimeringen vil vi imidlertid forklare nærmere tankegangen bak vårt estimat. Vi vil ta utgangspunkt i ett driftsår, ettersom et år i fergemarkedet består av høysesong og lavsesong. Samtidig vil vi se på det vi kaller et ”normalt” driftsår for Color Line. Med ”normalt” menes da et år hvor Color Line har vært etablert, men hvor det fremdeles er konkurranse. Årsaken til at vi ikke ser på første driftsår er at i en oppstartsperiode vil nødvendigvis ikke inntekts og kostnadstall synliggjøre hva som virkelig er potensialet med ruten, ettersom det tar tid å få innarbeidet en ny fergerute. Som vi har påpekt tidligere har Fjord Line kalkulert inn oppstartskostnader på 30 millioner første driftsår i ruteregnskapet. Kostnadene for første driftsår vil derfor ikke reflektere det normale kostnadsnivået for ruten. Oppstartskostnadene bør fordeles utover de årene Prinsesse Ragnhild er forventet å være i drift på Danmarkslinjen. Dette innebærer at for et normalt driftsår er det nødvendig med positivt resultat for å dekke inn disse kostnadene over tid. Vi vil imidlertid ikke ta med periodiserte oppstartskostnader i vårt estimerte ruteregnskap.

Vi velger å ikke se på flere driftsår, slik Fjord Line har gjort. Årsaken er at det for så vidt ikke er relevant hva som skjer i fremtiden. Dersom dette er et tilfelle av misbruk av dominerende stilling med formål å presse ut Fjord Line, bør dette fremkomme av produktregnskapet i et normalt driftsår med konkurranse. Å estimere inntekter og kostnader er i utgangspunktet vanskelig. Å estimere enda lenger frem i tid vil gjøre det enda mer usikkert. Imidlertid vil vårt estimat være bygget opp på samme måte som Fjord Lines estimat, det vil si totale inntekter (billettinntekter, ombordsalg og cargoinntekter) minus totale merkostnader (direkte og indirekte merkostnader, kanibaliseringkostnad og alternativkostnad skip).

7.1 Estimat over Color Lines passasjerandel

Et godt utgangspunkt her for hvor mange passasjerer vi kan anta Color Line frakter i et normalt driftsår kan være å se hvor mange passasjerer selskapet fraktet på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals i 2005. For året 2005 hadde Color Line 183 759 passasjerer på sin Vestlandsrute. Imidlertid startet ikke Prinsesse Ragnhild opp før 27. april, og således må tallet oppjusteres litt for å få et helt driftsår. Hvor mye er usikkert, ettersom vi ikke vet hvordan passasjerene fordeler seg på de ulike tidene av året. Ser vi på de åtte månedene Prinsesse Ragnhild var i drift i 2005, fraktet Color Line i gjennomsnitt 22 969 ($183\,759 / 8$) passasjerer per måned. Fjord Line på sin side fraktet i gjennomsnitt 24 708 ($296\,500 / 12$) per måned. Imidlertid er det grunn til å tro at månedene januar – april ikke er den tiden av året hvor man reiser mest, noe som gjør at gjennomsnittet vi her har presentert over passasjerantall per måned for Color Line trolig er for høyt (inkluderer høysesong, mens januar – april er typisk lavsesong). Et eksempel som understreker dette poenget er fergeselskapenes utstrakte bruk av tilbud i perioder utenfor høysesong. Vi mener at 10 000 passasjerer per måned i tidsrommet januar – april kan være et rimelig anslag, noe som gjør at vi samlet sett er oppe i ca 220 000 passasjerer.

Samtidig var Vestlandsruten i 2005 i en oppstartsfase. En må forvente seg at det tar tid å innarbeide ruten, som igjen kan bety at færre passasjerer enn det som en normalt forventer benytter seg av Color Lines tilbud fra Bergen og Stavanger. Produktet som Color Line og Fjord Line tilbyr har vi i kapittel 5 konkludert som tilnærmet likt. Ettersom kundene trolig også har en elastisk etterspørsel, er det grunn til å anta at kundene i markedet vil fordele seg likt mellom de to selskapene.

I 2005 fraktet Fjord Line cirka 300 000 passasjerer, mens vi mener at Color Line hadde oppnådd 220 000 passasjerer i 2005 dersom ruten hadde vært i drift hele året. Dersom vi også tar hensyn til at en kan forvente færre passasjerer første driftsår i forhold til et normalt år kan vi oppjustere estimatet til 250 000 passasjerer et normalt driftsår for Color Line. Dette medfører at vi samlet i markedet har 550 000 passasjerer. Dersom disse fordeler seg likt, slik som vi har argumentert for, vil Color Line oppnå en passasjerandel på cirka 275 000 passasjerer. Fjord Line har også i sin konkurranseklage tatt utgangspunkt i at 275 000 passasjerer vil reise med Color Lines Vestlandsrute. Dette innebærer at samlet passasjergrunnlag utvides i forhold til perioden før Color Line etablerte seg på Vestlandet,

noe som er naturlig ettersom konkurransen medfører utvidet tilbud for passasjerene og sannsynligvis noe lavere priser.

Samtidig kan det tenkes at Fjord Lines problemer kan overføre flere passasjerer til Color Line, slik at fordelingen av passasjerer i markedet blir ujevn. Usikkerhet kan spres med negative presseoppslag om økonomi, oppsigelse av personell, problemer med å holde rutetider etc., og kan gjøre at passasjerene blir usikre og heller velger Color Line. Dette gjør at et vi velger å sette et optimistisk anslag på 300 000 passasjerer.

Vi mener altså, med begrunnelse i diskusjonen i dette kapittelet, at Color Line vil oppnå et passasjerantall i et normalt driftsår på 220 000 – 300 000.

7.2 Estimat over Color Lines inntekter

Vi vil her dele inntektsdelen inn i tre komponenter; billettinntekter, ombordsalg og cargoinntekter.

7.2.1 Billettinntekter

Å beregne de nøyaktige billettinntekter er for oss svært vanskelig. Årsaken ligger i at prisstrukturen er veldig kompleks hos fergeselskapene. I vedlegg I, II, III, IV og V ser vi hvordan prissystemet fungerer, hvor prisene varierer fra periode til periode (høysesong versus lavsesong, ukedag versus helg) og fra lugar til lugar. I tillegg er utdeling av gratisbilletter, muligheten til å endre priser før avgang på grunn av ledig kapasitet (såkalt yield management) og uvissheten av hvordan passasjerene fordeler seg mellom de ulike lugarkategoriene er andre kompliserende faktorer. Dette medfører at det kan være greit å prøve å resonnerer rundt en gjennomsnittlig billettpris, hvor totale billettinntekter finnes ved å multiplisere gjennomsnittlige billettinntekter med passasjerantallet.

Fjord Line har i sine estimater tatt utgangspunkt i at den gjennomsnittlige billettprisen til Color Line er NOK 418. Samtidig har Fjord Line oppnådd en gjennomsnittlig billettpris i 2005 på NOK 357.

Her kan det argumenteres for og imot hva den gjennomsnittlige billettinntekten skal være. Dersom en relativt større andel av passasjerene til Color Line kommer på i Stavanger sammenlignet med Fjord Lines Rogalandsdestinasjoner, er det grunn til å tro at gjennomsnittlig billettinntekt er lavere i Color Line enn i Fjord Line. På den annen side har vi

argumentert for at Prinsesse Ragnhild har relativt flere lugarer av høyere kvalitet (og dermed høyere pris) enn hva som er tilfelle for Fjord Lines båter. Dersom passasjerene fordeler seg noenlunde likt mellom de ulike lugarkategoriene hos de to selskapene, er det grunn til å tro at gjennomsnittlig billettinntekt er høyere i Color Line enn hos Fjord Line.

Et annet argument for at gjennomsnittlig billettpris i Color Line kan være høyere enn NOK 357 er at Fjord Line i 2005 stort sett benyttet Atlantic Traveller i Danmarksruten, som vi mener er en ferge med et dårligere tilbud enn Prinsesse Ragnhild og Fjord Norway.

Vi vil i videre beregninger ta utgangspunkt i en minstepris som tilsvarer Fjord Lines estimerte billettpris på NOK 418. Samtidig kan det tenkes, og som vi har diskutert tidligere, at Color Lines gjennomsnittspris er høyere enn Fjord Lines. Vi vil ta utgangspunkt i 450 som et maksimalanslag for Color Lines gjennomsnittlige billettinntekt.

7.2.2 Ombordsalg

I kapittel 6.3.1.2 kom vi frem til at det ikke er grunnlag for oss å si om tilbudet hva gjelder tax-free butikker, restauranter, kafeer, barer, underholdning etc. er forskjellig på Prinsesse Ragnhild og Fjord Norway. Dette medfører at et godt utgangspunkt for Prinsesse Ragnhilds ombordsalg vil være Fjord Norways ombordsalg, på NOK 609.

Fjord Lines estimat over ombordsalget per gjest har en økning på 2 % per år. Samtidig vet vi at ombordsalget utgjør ca. 50 % av de totale inntektene. Imidlertid har ombordsalgets andel av de totale inntektene økt, noe som kan tyde på at en 2 % økning kan rettferdiggjøres.

Fjord Line har selv i 2005 et gjennomsnittlig ombordsalg per passasjer på Danmarksruten på NOK 589. En årsak til at dette tallet er lavere enn Fjord Norways ombordsalg er at det i hovedsak er Atlantic Traveller som trafikkerer Fjord Lines Danmarksrute. Vi har allerede i kapittel 6.3.1.2 konkludert med at å sammenligne ombordsalget i Atlantic Traveller og Prinsesse Ragnhild ikke er et godt estimat. Dette medfører at et gjennomsnittlig ombordsalg per passasjer på NOK 589 ikke vil bli tatt med ved videre beregninger.

Fjord Lines estimat på 609 vil vi ta med som et minsteestimat. Selv om vi ikke kan påvise noe forskjell i tilbudet om bord, mener vi at det kan være rimelig å gjennomføre estimater med et

litt høyere ombordsalg hos Prinsesse Ragnhild enn hos Fjord Norway. Vi vil derfor sette en maksimal grense på gjennomsnittlig ombordsalg på NOK 670.

7.2.3 Cargoinntekter

Ved estimering av cargoinntektene synes vi Fjord Lines antagelse om at cargokunder vil fordele seg likt mellom de ulike avgangene (se kapittel 6.2.1) er rimelig. Dette medfører at vi vil benytte oss av Fjord Lines estimat på cargoinntekter i våre egne beregninger.

7.3 Estimat over Color Lines kostnader

Så langt har vi sett på inntektssiden på Color Lines Vestlandsrute. I denne delen er det imidlertid kostnadene som står i fokus. Kostnadsdelen deles inn i tre komponenter; direkte og indirekte kostnader, alternativkostnad og inntektstap Kristiansand – Hirtshals / kanibaliseringkostnad. Vi presiserer at det kun er merkostnadene ved ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals som er relevante.

7.3.1 Direkte og indirekte kostnader

Som vi har nevnt i kapittel 6.3 er det vanskelig for oss å kommentere de direkte og indirekte kostnadskomponentene ytterligere. Av samme grunn blir det vanskelig for oss å estimere disse kostnadene. Således vil vi bruke Fjord Lines estimat.

Imidlertid kan vi tenke oss at Color Line, som en stor aktør, kan ha stordriftsfordeler / samdriftsfordeler utover det Fjord Line har beregnet. Dette medfører at vi vil, i enkelte av estimatene, justere ned de direkte og indirekte kostnadene med en prosentandel. Vi mener samtidig at det ikke er grunn til å tro at Fjord Line har undervurdert Color Lines direkte og indirekte kostnader.

7.3.2 Alternativkostnad

Fjord Line har fastsatt en alternativkostnad på NOK 40 millioner. Vi har i 6.3.2.1 diskutert rundt alternativkostnaden, og sett på Color Lines ulike alternative anvendelser for Prinsesse Ragnhild. Vi kom da frem til at en alternativkostnad på NOK 40 millioner virket som et rimelig bra estimat.

I kapittel 6 estimerte vi en markedsverdi for Prinsesse Ragnhild med utgangspunkt i et årlig leiebeløp på NOK 40 millioner i 10 år. Vi fant da at markedsverdien kan være noe høyere enn det Fjord Line har lagt til grunn. I så tilfelle vil også alternativkostnaden kunne være noe høyere. Vi vil derfor benytte NOK 50 millioner i vårt ene estimat.

7.3.3 Kanibaliseringkostnad

I kapittel 6.3.2.2 diskuterte vi inntektstapet til Color Line på ruten Kristiansand – Hirtshals. Vi kom da frem til at det trolig er grunn til å stille spørsmålsteget ved Fjord Lines estimat av den interne overførselen fra ruten Kristiansand – Hirtshals til Bergen / Stavanger – Hirtshals. Fjord Line har hevdet at opp til 200 000 passasjerer ville overføres, men tok i sine beregninger av kanibaliseringkostnaden utgangspunkt i at 135 000 passasjerer ville overføres. I tillegg ble Color Lines inntekt per passasjer (inkluderer både billettinntekt og inntekt fra ombordsalg) på ruten Kristiansand - Hirtshals beregnet til NOK 563 (NOK 76 millioner / 135 000 passasjerer) i 2005.

Når det gjelder selve inntektstapet per person, blir dette vanskelig for oss å etterprøve. Vi vil derfor bruke NOK 560 som et utgangspunkt. Den interne passasjeroverførselen vil vi imidlertid redusere i forhold til Fjord Lines estimat. Som vi påpekte i kapittel 6 vil cirka 70 000 passasjerer være et rimelig anslag over tapet Color Line har hatt hva gjelder passasjerer på ruten Kristiansand – Hirtshals for perioden april – desember 2005. Imidlertid kan deler av disse 70 000 passasjerene representere en generell nedgang i fergemarkedet fra Kristiansand (som diskutert i kapittel 5.1 og 6.3.2.2). Samtidig kan andre igjen ha valgt å reise til Østlandet for å benytte seg av ferge der.

En rimelig antagelse bør være at jo flere passasjerer Color Line oppnår på Danmarksruten fra Bergen og Stavanger, jo flere vil overføres fra ruten Kristiansand – Hirtshals. Dette medfører at dersom Color Line oppnår en passasjermasse på 300.000 fra Bergen / Stavanger (slik som vi antok kunne være mulig i kapittel 7.1) vil den interne overførselen være mer enn 70 000 passasjerer. Vi vil i denne anledningen anslå at 80 000 passasjerer i så fall overføres.

Konkurransetilsynet har i sine beregninger ikke tatt hensyn til kanibalisering, og således vil et annet ytterpunkt i passasjeroverførsel være 0. Vi mener dette er en undervurdering fra konkurransemyndighetenes side, ettersom vi allerede vet at Color Line har færre passasjerer på ruten Kristiansand – Hirtshals i 2005 enn i 2004. Riktig nok kan årsaken til dette være en generell nedgangstrend. Vi vil imidlertid anta at det overføres minimum 35 000 passasjerer fra Kristiansand til Color Lines Vestlandslinjen.

Vi vil i våre estimater således beregne intern passasjeroverførsel mellom Color Lines ruter på Sør-Vestlandet til å være mellom 35 000 og 80 000.

7.4 Estimat over Color Lines ruteregnskap på Vestlandslinjen

Vi har så langt i dette kapitlet diskutert rundt de ulike inntekts- og kostnadskomponentene og hvilket tallgrunnlag vi velger å legge til grunn ved våre egne estimater. Estimaten skal hjelpe oss ved senere diskusjon av hvorvidt rovrising har funnet sted. Vi gjennomfører tre estimater med forskjellige forutsetninger, ett ”pessimistisk” estimat, ett ”nøytralt” estimat og ett ”optimistisk” estimat. Med et pessimistisk estimat tar vi utgangspunkt i at inntektssiden er relativt lavere enn hva som er tilfelle i det optimistiske estimatet.

Datagrunnlag:	Pessimistisk:	Nøytralt:	Optimistisk:
Passasjerer	220 000	275 000	300 000
Gjennomsnittlig billettpris	418	434	450
Gjennomsnittlig ombordsalg	610	640	670
Antall cargoenheter	13 000	13 000	13 000
Pris per cargoenhet	3 100	3 100	3 100
Direkte og indirekte kostnader ³⁶	320 (+ 10 %)	291 (0 %)	262 (- 10 %)
Alternativkostnad	40 millioner	40 millioner	50 millioner
Intern overførsel	35 000	70 000	80 000
Inntektstap per passasjer	560	560	560

Tabell 35: Datagrunnlag for estimat av Color Lines ruteregnskap

Tabellen viser datagrunnlaget for vår kalkyle. Vi vil på neste side vise våre beregninger.

³⁶ Tallene i parentes viser endringen i prosent ut ifra Fjord Lines opprinnelige estimat

(tall i millioner NOK og avrundet)	Pessimistisk:	Nøytralt:	Optimistisk:
Totalt billettinntekter	92	120	135
+ Totalt ombordsalg	134	176	201
+ Totale fraktinntekter	40	40	40
= Sum inntekter	266	336	376
- Direkte og indirekte kostnader	320	291	262
= Resultat før kanibalerings- og alternativkostnad	-54	45	114
- Alternativkostnad	40	40	50
- Kanibaleringskostnad	20	39	45
= Resultat Color Lines Vestlandsrute	-114	-34	19

Tabell 36: Estimert ruteregnskap for Color Lines Vestlandslinje

Vi har her altså presentert tre estimater. Som vi ser gir to av tre estimater et negativt ruteresultat for Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Imidlertid har vi her sett på to ytterpunkter (pessimistisk og optimistisk estimat), mens det nøytrale estimatet er et midtpunkt mellom det pessimistiske og optimistiske estimatet, og det estimatet vi mener gir det mest korrekte bildet av Color Lines inntekter og kostnader på ruten Bergen / Stavanger - Hirtshals.

Kapittel 8 – Analyse av rovprising

Vi vil i denne delen av oppgaven, med bakgrunn i teorikapittelet, analysere og diskutere sannsynligheten for at rovprising på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals har funnet sted. Vi starter med en kort oppsummering av de viktigste teoretiske bidragene hva gjelder forholdet mellom pris og kostnad. Deretter vil vi se på forholdet mellom inntekter og kostnader på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals for å vurdere hvorvidt det er grunnlag for å si at Color Lines prisingsatferd er ulovlig. Videre vil vi diskutere andre forhold som er relevant for om dette er et tilfelle av rovprising, herunder om Color Line har mulighet til å rovprise gjennom tilgang på kapital og likvide reserver til å dekke et kortsiktig tap, sannsynligheten for at en rovstrategi kan lykkes i form av fremtidig gjenvinning av tapet, og om Color Line har hatt intensjon om å presse Fjord Line ut av markedet.

Helt til slutt i kapittelet vil vi diskutere virkningen Color Lines etablering har hatt på Fjord Line, og hvorvidt forbrukerne vil være skadelidende dersom Fjord Line presses ut av markedet.

8.1 Teoretisk oppsummering og diskusjon

I kapittel 3 har vi beskrevet ulike teoretiske bidrag og kostnadsbaserte regler for å vurdere om rovprising finner sted. Vi kan kort oppsummere de viktigste teoretiske bidragene for forholdet mellom pris og kostnad slik:

- **Areeda & Turner:**
 - Pris under gjennomsnittlig variable kostnader antas å være ulovlige.
 - Pris over gjennomsnittlig variable kostnader antas lovlige.

- **Akzo-testen:**
 - Dersom et dominerende foretaks inntekter ikke dekker de gjennomsnittlige variable kostnadene er det en sterk presumsjon for at det foreligger utilbørlig utnyttelse av foretakets dominerende stilling.
 - Dersom inntektene dekker de gjennomsnittlige variable kostnadene, men ikke de gjennomsnittlige totale kostnader, foreligger det utilbørlig utnyttelse av selskapets dominerende stilling dersom det i tillegg kan påvises at foretakets prissetting er ledd i en plan om å presse konkurrenten ut av markedet.

- **Mottas rovpristest:**
 - Priser under gjennomsnittlige variable kostnader er i utgangspunktet ulovlige, imidlertid gis anklagede foretak anledning til å motbevise dette.
 - Priser mellom gjennomsnittlige totale kostnader og gjennomsnittlige variable kostnader, er i utgangspunktet lovlige. Imidlertid gis anklageren anledning til å bevise det motsatte.

- **Joscow og Klevoricks to stegs prosedyre:**
 - Ligger forholdene til rett for at en rovstrategi kan lykkes? Implisitt: er det sannsynlig at en rovprisingsstrategi kan lykkes?
 - Nei: Alle priser er lovlige.
 - Ja: Pris under gjennomsnittlige variable kostnader alltid ulovlig bortsett fra tilfeller hvor midlertidig nedleggelse koster mer enn tapet ved å ha lav pris. Pris mellom gjennomsnittlige variable kostnader og gjennomsnittlige totale kostnader er ulovlig, med unntak dersom det kan bevises at bransjen er i tilbakegang eller at nykommeren går aggressivt inn i markedet med stor skala og dermed skaper overkapasitet og presser prisene nedover.

- **Posners langsiktig kostnadsbasert regel:**
 - Pris under gjennomsnittlige totale kostnader er en mulig rovpris. Imidlertid er det krav om at anklagende bedrift å vise at markedsforhold og struktur gjør det mulig å drive en vellykket rovstrategi, og det må bevises at rovpriseren har intensjon om å drive anklager ut av markedet.

- **Regler basert på bortfallskostnaden**
 - Ingen pris over gjennomsnittlig bortfallskostnad vil være en rovpris, fordi en slik pris ikke kan drive ut en minst like effektiv profittsøkende rival

Felles for de fleste reglene er at pris under gjennomsnittlig variable kostnader antas å være ulovlig, mens pris over gjennomsnittlig totale kostnader alltid er lovlig. Samtidig ser vi at det er en ”gråsoner” når prisene ligger mellom gjennomsnittlige variable kostnader og gjennomsnittlige totale kostnader, hvor andre forhold enn selve prisen spiller inn. For å bevise

at et konkurrerende foretak driver med rovprising kan man for eksempel gå nærmere inn på særskilte forhold, herunder om markedsforhold ligger til rette for at rovprisstrategi kan lykkes, eller om det foreligger intensjon om å eliminere en konkurrent. Vi starter imidlertid med å se på forholdet mellom inntekter og kostnader for Color Lines Vestlandsrute Bergen / Stavanger - Hirtshals.

8.2 Analyse av forholdet mellom inntekter og kostnader

I kapittel 7.4 presenterte vi vårt estimat for inntekter og kostnader på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Som det kommer frem av de ulike teoretiske kostnadsbaserte reglene er det i utgangspunktet forholdet mellom pris og gjennomsnittlige kostnader vi skal se på.

Både Fjord Line og Color Line driver med prisdiskriminering i den forstand at de opererer med flere billett kategorier og priser. Det er for eksempel forskjellige priser for ulike lugarkategorier, cruise, bilpakker, kurs- og konferanseopphold for bedrifter, langweekendturer med hotellopphold, kroferiepakker og cargotrafikk etc. I tillegg er det ulike priser for sommersesong og vintersesong, ukedag og weekend (se vedlegg I, II, III, IV, V). Ettersom vi ikke har tilgang til informasjon om hvordan passasjerene fordeler seg på de ulike billett kategoriene har vi ikke mulighet til å beregne en gjennomsnittspris. Videre kan det være vanskelig å vurdere prisen på billetter innenfor hver billett kategori opp mot gjennomsnittlige enhetskostnader, fordi en pris som ikke dekker kostnader ut i fra en gjennomsnittsbetraktning likevel kan være rasjonell dersom den bidrar til bedre kapasitetsutnyttelse. Som vi har vist tidligere kommer ca 50 % av inntektene fra ombordsalg, å redusere billettprisene for å få bedre kapasitetsutnyttelse og dermed økte ombordsalginntekter kan derfor være rasjonelt ut i fra en lønnsomhetsbetraktning. Den enkelte enhetsprisen vil derfor ikke være representativ for selskapets prisstrategi. Som følge av dette er direkte anvendelse av de ulike kostnadstestene problematisk. Derfor vil vi, som en tilnærming, vurdere totale inntekter i forhold til totale kostnader. Med totale inntekter menes her inntekter fra både billettsalg, ombordsalg og cargoinntekter på Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. En tilsvarende tilnærming ble gjort av Konkurransetilsynet i SAS – Coast Air saken.

Ved vurdering av hvorvidt det foreligger rovprising må en ta stilling til hvilken enhetsnivå som skal legges til grunn. For fergetrafikk kan aktuelle enheter være passasjer, avgang eller rute. Hvilke enhet som legges til grunn er avgjørende for hvilke kostnader som kan klassifiseres som variable / faste. Er enheten passasjerer vil de fleste kostnader være faste.

Kostnader knyttet til drift og vedlikehold av fergen, avskrivninger, bunkerskostnad, havneavgift og lønnskostnader til faste sjøansatte på fergen er kostnader som trolig i all hovedsak vil være de samme uavhengig av antall passasjerer som reiser. Dette er kostnader knyttet til at det eksisterer et rutetilbud, og at Prinsesse Ragnhild er i drift. At en stor andel av kostnadene er faste når enheten er passasjerer kommer frem av Color Lines uttalelser i Bergens Tidende 31.01.2006; ”For Color Line er driftsutgiftene mellom Bergen og Hirtshals med «Prinsesse Ragnhild» grovt sett de samme enten det er 100 eller 1 000 passasjerer om bord” (Colliander og Eliassen 2006). Er enheten rute vil imidlertid de fleste kostnader, blant annet lønnskostnader, havnegebyrer, driftskostnader etc., være variable ettersom de fleste kostnader helt eller delvis faller bort dersom en legger ned ruten. Når enheten er rute vil derfor variable kostnader i all hovedsak være sammenfallende med bortfallskostnaden / merkostnaden for fergelinjen.

Når vi skal vurdere hvorvidt rovprising finner sted, vil vi ta utgangspunkt i rutenivå. Dette fordi Color Line selv kan tilpasse seg konkurransesituasjonen ved å justere sin kapasitet gjennom å redusere eller øke antall avganger for å komme frem til det nivå som er mest lønnsomt. Ved å redusere antall avganger vil Color Line trolig kunne redusere kostnader, oppnå bedre kapasitetsutnyttelse på hver enkelt avgang og dermed øke inntjening per avgang. Det relevante blir altså om ruten er lønnsom gitt det kapasitets- og prisnivå som er valgt. Vi forutsetter da implisitt at Color Line både i forkant og etter etablering har gjort tilstrekkelige analyser av markedet på Vestlandet, og med utgangspunkt i konkurranseforhold og passasjergrunnlag har valgt det kapasitetsnivå som gir best lønnsomhet. Spørsmålet vi stiller oss er om Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals generer nok inntekter til å dekke kostnadene forårsaket av at Prinsesse Ragnhild seiler på ruten. Dersom alle kostnader dekkes er dette ikke tilfelle av rovprising, men heller sunn priskonkurranse. Dersom bare de variable kostnadene dekkes må vi vurdere om Color Line har hatt intensjon om å presse Fjord Line ut av markedet for å finne ut hvorvidt dette er et tilfelle av ulovlig rovprising. Er inntektene lavere enn kostnadene er det sterk presumsjon for at intensjonen er å eliminere Fjord Line som konkurrent i det relevante marked. Vi vil altså vurdere kostnadene i ruteregnskapet og vurdere hvorvidt inntjeningen på ruten er tilstrekkelig til at ruten er lønnsom.

Ettersom utgangspunktet for analysen er rutenivå, er det relevant å vurdere bortfallskostnader fordi dette er merkostnaden for Color Line ved å ha et rutetilbud på Vestlandet og benytte Prinsesse Ragnhild på denne ruten. Bortfallskostnaden er i dette tilfellet de totale

kostnadsbesparelsene en kan oppnå ved å legge ned Bergen / Stavanger – Hirtshals ruten. Bortfallskostnaden vil i all hovedsak korrespondere med merkostnadene ved ruten. I de estimerte ruteregnskapene vi presenterte i kapittel 7.4 er det merkostnader vi har lagt til grunn. Vi vil derfor ta utgangspunkt i de estimerte ruteregnskapene når vi skal vurdere hvorvidt Color Line driver med rovprising.

Det pessimistiske estimatet ga et negativt ruteresultat på 114 millioner, det nøytrale estimatet ga et negativt resultat på 34 millioner, mens det optimistiske estimatet ga et positivt resultat på 19 millioner.

Når produksjonsenheten er rute vil som nevnt merkostnaden / bortfallskostnaden være en tilnærming til variable kostnader. Dette impliserer at med en pessimistisk eller nøytral tilnærming dekker ikke inntektene de variable kostnadene. Basert på de kostnadsbaserte reglene er dette da et tilfelle av rovprising. Regelen basert på bortfallskostnad sier at pris over bortfallskostnad ikke kan være rovprising. I dette tilfellet dekkes ikke bortfallskostnaden, noe som underbygger at vi her kan stå ovenfor et tilfelle av rovprising. Imidlertid er estimatene svært usikre, og med en optimistisk tilnærming vil ruten gi et positivt resultat. Vi kan derfor ta utgangspunkt i at vi befinner oss i gråsonen mellom hva som er lovlig og ulovlig. Det vil da være nødvendig med nærmere analyser av hvorvidt Color Line har mulighet til å rovprise, sannsynligheten for å lykkes med en slik strategi og gjenvinne et eventuelt tap en rovstrategi medfører, og om det kan påvises at Color Line har hatt intensjon om å eliminere Fjord Line som konkurrent.

8.3 Rykte og signaleffekter av rovprising

I kapittel 3.4.1 og 3.4.2 presenterte vi ryktemodellen og signalmodellen. Med utgangspunkt i disse teoretiske modellene vil vi nå diskutere hvorvidt en rovstrategi kan gi positive effekter for Color Line utover de rent økonomiske fordelene ved å bli kvitt en konkurrent. I så fall vil det kunne bidra til å gjøre en rovstrategi mer rasjonell.

8.3.1 Ryktemodellen

Først og fremst kan Color Line, ved å rovprise sin Vestlandsrute, skape et rykte som en tøff aktør i markedet. Aggressiv konkurranseatferd fra Color Lines side og de økonomiske problemene Fjord Line har hatt etter at Color Line begynte å seile på Vestlandet, kan bidra til at andre potensielle nykommere avskrekkes fra å etablere seg i fergemarkedet på Sør-Vestlandet. Dersom konsekvensen av en mulig rovstrategi blir at Fjord Line presses ut av

markedet, vil dette kunne forsterke et rykte om Color Line som en tøff aktør, og signalisere at dette kan skje igjen i fremtiden, uansett tapet som forårsakes i lavprisperioder. Master Ferries er imidlertid en nykommer som ikke har latt seg avskrekke av Color Lines konkurranseferd på Sør-Vestlandet. I 2006 etablerte Master Ferries seg i det relevante marked med hurtiggående ferge på ruten Kristiansand – Hanstholm. Master Ferries konkurrerer dermed direkte med Color Line som også har ruter fra Kristiansand. Tilsynelatende har derfor Color Line foreløpig ikke klart å bygge rykte som tøff konkurrent i det relevante marked.

8.3.2 Signalmodellen

Ved å sette lavere priser enn Fjord Line kan Color Line sende et signal til potensielle konkurrenter om at selskapet er mer effektivt og har lavere kostnader enn Fjord Line. På den måten kan Color Line hindre etablering av andre, dersom de oppnår en sterk posisjon på Sør-Vestlandet. Samtidig kan Color Lines lave priser gi potensielle konkurrenter en oppfatning om lave marginer på ruten, som igjen medfører at fergemarkedet på Sør-Vestlandet kan oppfattes som lite attraktivt å etablere seg i. Videre kan dette øke sannsynligheten for at Color Line får beholde sin sterke posisjon på sikt (spesielt dersom Fjord Line presses ut av markedet).

Selv om Color Line gjennom rovprising muligens kan etablere et rykte om at de er en tøff konkurrent og signalisere at de er kostnadseffektiv, mener vi muligheten til å forhindre etablering av nykommere gjennom å gi signaler, er begrenset. Rovprising synes derfor ikke rasjonelt ut fra dette perspektivet.

8.4 Mulighet for å rovprise

8.4.1 Kryss-subsidiere

Color Line er landets største fergeaktør med syv internasjonale fergeruter, 10 havner og 10 ferger. Dette gjør at muligheten for en intern finansiering av rovprising er til stede hos Color Line. Årsaken ligger i at Color Line har finansiell styrke til å tåle tap på Vestlandsruten, hvor tapet kan finansieres av andre lønnsomme ruter. Dette er det som i kapittel 3.11.1 ble definert som kryss-subsidiering: *"The financing of an unprofitable part of an enterprise by a more profitable part"*. På Østlandet har Color Line klart å unngå hard priskonkurranse, ved å konkurrere på kvalitet fremfor pris (Fjord Line 2005a). Det vil si at de kan subsidiere en eventuelt ulønnsom rute på Vestlandet med bidrag fra mer lønnsomme ruter på Østlandet.

8.4.2 "Deep-pocket" teori

Fjord Line har, som vi har påpekt tidligere, havnet i en vanskelig økonomisk situasjon. Det er hard priskonkurranse på fergemarkedet fra Sør-Vestlandet og de økonomiske resultatene har de siste årene vært dårlige (jamfør tabell 15). Color Line på sin side er større og sterkere aktør, både med tanke på markedsandel (jamfør tabell 9) og økonomisk (jamfør tabell 20). De siste årene har konsernet Color Group ASA hatt positive resultater og god lønnsomhet. Den harde konkurransen Fjord Line møter fra den betydelig sterkere aktøren Color Line på Sør-Vestlandet, vil kunne gjøre at risikoen oppfattes som større i Fjord Line enn Color Line. Fjord Line har havnet i et økonomisk dilemma, hvor tilgang til kapital kan være nødvendig for å unngå konkurs. Imidlertid kan hard priskonkurranse og et eventuelt tap på Fjord Lines Danmarksrute skape uro hos selskapets kreditorer, noe som kan begrense tilgangen til kapital. Color Line på sin side, operer i flere markeder hvor det er mindre priskonkurranse og god lønnsomhet. Av den grunn er Color Line bedre finansielt rustet til å stå i mot tap for en kortere periode enn det Fjord Line er. Dersom Fjord Line er minst like kostnadseffektiv som Color Line ville det være lite risiko knyttet til å tilføre Fjord Line nok kapital til å stå i mot en kortere periode med priskrig og tap. En eventuell rovstrategi fra Color Lines side ville da ikke vært rasjonelt. Men på grunn av imperfekte kapital markeder har ikke kreditorene fullstendig informasjon om kostnader og effektivitet. Dette øker risikoen ved å låne ut penger og begrenser tilgangen på kapital for den mindre og finansielt svakere aktøren, som her er Fjord Line. Som en større og finansielt sterkere aktør har Color Line trolig derfor bedre tilgang på kapital og ekstern finansiering fra kreditorer.

Color Lines sterke økonomi, mulighet til å krysssubsidiere og bedre tilgang på ekstern kapital gjør at Color Line er i stand til å stå i mot et kortsiktig tap som en rovstrategi medfører.

8.5 Sannsynligheten for en vellykket rovstrategi

Joscow og Klevoricks tostegs-regel fokuserer på hvorvidt det er sannsynlig at en rovstrategi kan lykkes. En rovstrategi kan sies å lykkes dersom det kortsiktige tapet Color Line påføres som følge av en eventuell underprising i dag, gjenvinnes på sikt gjennom mulighet til å sette høyere priser eller bedre kapasitetsutnyttelse i fremtiden. Dette vil være mulig dersom konkurransen blir mindre intens som følge av at en konkurrent elimineres og markedsforholdene er slik at det er mulig å beholde denne nyvunne posisjonen tilstrekkelig lenge til at tapet gjenvinnes. Tre forhold trekkes frem; kortsiktig monopolmakt, inngangsbarrierer og lite dynamiske markeder.

8.5.1 Kortsiktig monopolmakt

Grad av kortsiktig monopolmakt kan måles gjennom markedsandeler og etterspørselselastisitet, hvor høy markedsandel og lite elastisk etterspørsel indikerer kortsiktig monopolmakt. I kapittel 5.2.1 definerte vi det relevante markedet som fergetrafikk til Danmark fra Sør-Vestlandet. Med utgangspunkt i markedsandeler, Herfindahl indeks og antall aktører i de relevante marked har vi slått fast at markedsstrukturen er oligopol hvor Color Line er den klart største aktøren. Videre viste vi at markedsandelene til Color Line på Sør-Vestlandet lå på rundt 80 % i tidsrommet 1999 – 2005, basert på passasjertall (jamfør tabell 9). For 2004 og 2005 har Fjord Line også estimert markedsandeler i form av omsetning, hvor Color Line har en omsetningsandel i det relevante markedet på henholdsvis 65 % og 75 % (jamfør tabell 14). Tall for 2006 er enda ikke tilgjengelig, men det er klart at Fjord Line, etter salget av Fjord Norway, har redusert antallet avganger. Samtidig har Master Ferries etablert seg med ruten Kristiansand – Hanstholm. Konsekvensene disse hendelser har fått for Color Lines posisjon på Sør-Vestlandet er imidlertid ikke kjent, men sannsynligvis har det ikke medført betydelig endringer i Color Lines markedsandel. Herfindahl indeksen indikerte at Color Line hadde en tilnærmet monopolstilling.

Når det gjelder etterspørselen har vi under analysen av fergemarkedet vurdert den som trolig svært elastisk for passasjertransport og rundturer, og noe mindre elastisk for cargotransport. Elastisk etterspørsel begrenser selskapenes mulighet til å øke pris i dette markedet og dermed også muligheten for fremtidig inntjening av et eventuelt tap i dag forårsaket av en rovstrategi. Elastisk etterspørsel gjør det altså vanskeligere for Color Line å kunne utnytte den sterke markedsposisjonen de har i form av markedsandeler.

En annen måte å gjenvinne tapet på er gjennom bedre kapasitetsutnyttelse (framfor økte priser). Color Line har i dag ledig kapasitet på de flere av sine avganger. Passasjerkapasiteten for Prinsesse Ragnhild er 370 000 (jamfør kapittel 2.4.4), mens selskapet i 2005 trolig hadde oppnådd en passasjerandel på ca. 220 000 (jamfør kapittel 7.1). Dersom Fjord Line skulle trekke seg fra fergemarkedet på Vestlandet ville Color Line trolig overta en betydelig del av Fjord Lines passasjerer og dermed fått bedre kapasitetsutnyttelse og økte ombordsalgsinntekter. Det at Color Line har betydelig ledig kapasitet i dag gjør at de har mulighet til å absorberer det etterspørselsoverskuddet som eventuelt vil oppstå dersom Fjord Line sitt rutetilbud fra Sør-Vestlandet forsvinner. Inntektpotensialet knyttet til økt

kapasitetsutnyttelse er derfor betydelig og gjør at Color Line trolig vil kunne gjenvinne et tap som følge av en rovstrategi.

På grunnlag av markedsandeler og Herfindahl indeksen kan vi slå fast at Color Line har betydelig markedsrett. Elastisk etterspørsel bidrar til å begrense denne markedsmakten, men mulighet for økt kapasitetsutnyttelse gjør en fremtidig inntjening av et kortsiktig tap i dag likevel sannsynlig. Vi mener derfor det er grunnlag for å si at Color Line har kortsiktig monopolrett.

8.5.2 Inngangsbarrierer

Inngangsbarrierer har også vært diskutert tidligere. Vi pekte da på at investeringen i ferger er en kostbar affære. Ønsker man å eie fergen selv er det en betydelige kapitalintensiv investering. Ønsker man å leie en ferge er dette også svært kostbart (antydnet i Fjord Line 2005a at Color Line ønsket NOK 50 – 55 millioner for Prinsesse Ragnhild per år). Kapitalbehovet er altså, uavhengig av om fergen leies eller eies, betydelig. I så måte kan kapitalbehovet fungere som en etableringsbarriere for mindre aktører. For større aktører, som for eksempel DFDS Seaways eller Stena Line (som er store internasjonale fergeselskaper med flere ruter), vil trolig ikke kapitalbehovet være noen etableringshindring.

Color Line er en Norges største fergerederi, og har av den grunn trolig stordriftsfordeler på kostnadssiden. Dette kan gjøre det vanskelig for mindre aktører å etablere seg og konkurrere på pris. Kapasitetsbegrensninger i forhold til markedsutvikling i passasjergrunnlag vil også være en mulig etableringshindring. I tillegg har vi pekt på selve konkurransen, det i form av tøff priskonkurranse og en eventuell rovpriseringsstrategi, som enda en form for etableringshinder. Samlet sett mener vi at det eksisterer etableringshindre i fergemarkedet, dog ikke betydelige for større aktører.

8.5.3 Lite dynamiske markeder

Lite dynamiske markeder er den tredje faktoren som legger til rette for at rovprising kan være en sannsynlig strategi ifølge Joscow og Klevorick. Passasjeroversikten i kapittel 5.1 viser at det totale passasjergrunnlaget i det relevante marked har holdt seg relativt stabilt fra 1999 til 2002. I 2003 øker antallet noe, dette har sammenheng med at Fjord Line satte gjesterekord da MS Bergen ble erstattet med Fjord Norway som hadde betydelig større kapasitet. I 2004 var det en svak nedgang i antall passasjerer relatert til færre passasjerer på Color Lines Kristiansand rute. Fra 2004 til 2005 har det totalt sett vært økning i antall passasjer. Denne

økningen skyldes Color Lines oppstart av ruten mellom Bergen / Stavanger – Hirtshals. Både Fjord Line sin Danmarksrute og Color Lines rute fra Kristiansand har hatt en nedgang i antall passasjerer (jamfør tabell 7 og 8). Color Lines nye rute har dermed tatt andeler både fra Fjord Line og sin egen Kristiansand rute samtidig som det totale passasjermarkedet har økt. Ut i fra dette mener vi det er grunnlag for å si at passasjermarkedet for fergetrafikk mellom Sør-Vestlandet og Danmark er relativt forutsigbart og lite dynamisk, og kan bidra til at en rovpriseringsstrategi kan lykkes.

Elastisk etterspørsel bergrenser Color Lines markedsrett og mulighet til å gjenvinne tapet gjennom økte priser i fremtiden. Color Line har imidlertid ledig kapasitet på de fleste av sine avganger. Dersom Fjord Line forsvinner fra markedet vil Color Line ha mulighet til bedre kapasitetsutnyttelse og dermed økte ombordsalgsinntekter. På den måten vil Color Line likevel kunne gjenvinne tapet. Lite dynamisk markeder kan også bidra til at en rovstrategi lykkes. Etableringshindringene kan trolig til en viss grad beskytte mot nyetableringer fra mindre aktører, men for større konkurrenter er etableringshindringene mindre. Samlet sett mener vi det er sannsynlig at en rovstrategi vil lykkes i den forstand at et tap som følge av en rovstrategi vil kunne gjenvinnes på sikt hovedsakelig gjennom bedre kapasitetsutnyttelse. En rovstrategi vil derfor være kunne være rasjonelt for Color Line. En forutsetning for at tapet gjenvinnes er imidlertid at Color Line blir kvitt Fjord Line, noe som vil føre til at Color Line får en betydelig styrket posisjon i det relevante marked. Denne posisjonen må dessuten beholdes tilstrekkelig lenge til at tapet kan gjenvinnes. I neste del-kapittel vil vi derfor diskutere nærmere muligheten for å kunne oppnå en fremtidig monopolposisjon.

8.6 Fremtidig monopolsituasjon

Vi forklarte i kapittel 3.1 at rovprising er bedriftsøkonomisk lønnsomt dersom fremtidig gevinst som følge av oppnådd monopolposisjon er større enn tapet en pådrar seg i perioden med rovprising. Vi ser av den grunn at jo lenger en monopolperiode varer, jo mer lønnsom vil en rovpriseringsstrategi kunne være. Derfor vil vi nå diskutere nærmere den eventuelle fremtidige monopolsituasjonen til Color Line. Vi må ta utgangspunkt i situasjonen når Color Line bestemte å opprette Vestlandslinjen.

Våren 2005 da Color Line satte Prinsesse Ragnhild inn på ruten Bergen / Stavanger – Hirtshals var det i det relevante markedet kun to betydelige aktører, henholdsvis Color Line og Fjord Line. Begge opererte fra Bergen, i tillegg til at Color Line hadde ruten Kristiansand

– Hirtshals. Spørsmålet blir da, dersom Color Line fra oppstartstidspunktet drev med rovprising, om Color Line kunne oppnå monopol og sannsynligheten for at en eventuell monopolsituasjon kunne vedvare på sikt. Sagt med andre ord; vil Color Line, dersom Fjord Line går konkurs, kunne beholde en nyvunnet monopolsituasjon i det relevante markedet?

Vi kan i den videre analysen anta at Fjord Line går konkurs, som vil medføre at Color Line vil få en monopoltilværelse i fergemarkedet på Vestlandet (Hordaland og Rogaland). Innenfor det relevante markedet vil Color Line ha en sterk posisjon, men utfordres av Master Ferries' rute Kristiansand – Hirtshals. Vi trenger altså å identifisere andre potensielle konkurrenter som kan utfordre Color Line på Sør-Vestlandet og sannsynligheten for at dette skal skje, for å vurdere hvorvidt Color Lines nye posisjon kan vedvare på sikt.

Det internasjonale fergemarkedet i Norge er preget av tre store aktører, DFDS Seaways, Stena Line og Color Line, og tre mindre aktører Fjord Line Kystlink og Master Ferries. Vi kan som utgangspunkt anta at de mindre aktørene ikke ønsker å utfordre Color Line på Sør-Vestlandet. Årsaken er at de mindre fergeselskapene sannsynligvis ikke har finansielle muskler til å inngå i en priskrig på Vestlandet eller å kjøpe / leie et nytt skip. Smyril Line har en tydelig profil rettet mot det mer eksotiske, og vi anser ikke dette selskapet som en aktør som ønsker å utfordre markedet fra Vestlandet ytterligere (har i dag en ukentlig avgang til Hanstholm i sommersesongen).

Vi står da igjen med to potensielle kandidater, henholdsvis danske DFDS Seaways og svenske Stena Line. Stena Line operer i Norge med ruten Oslo – Frederikshavn, mens DFDS Seaways har rutene Oslo – Helsingborg – København og Bergen / Haugesund / Stavanger – Newcastle. I tillegg har DFDS Seaways operert med rute fra Kristiansand til Göteborg / Newcastle. Begge selskapene er sterke konkurrenter til Color Line på Østlandet. Av disse to selskapene anser vi DFDS Seaways som den mest potensielle nykommer og konkurrent i det relevante marked, dette fordi selskapet har større erfaring med fergeruter fra Sør-Vestlandet enn hva Stena Line har. September 2006 kjøpte DFDS Seaways Fjord Norway av Fjord Line og har overtatt Englandslinjen, noe som gir selskapet en direkte innsikt i markedsrelaterte forhold på Vestlandet. Dersom Fjord Line skulle gå konkurs kan dette gi rom for at DFDS Seaways også velger å åpne Danmarksrute fra Bergen. Dette ville i så fall kunne medføre langt hardere konkurranse fra en sterkere konkurrent enn det Color Line møter i dag, og gjør at en fremtidig inntjening av et tap som en eventuell rovstrategi medfører, blir langt mer usikker.

Vi kan imidlertid ikke helt utelukke de mindre aktørene, hvor vi spesielt vil kommentere Master Ferries litt nærmere. Selskapet har som kjent allerede etablert seg med ruten Kristiansand – Hanstholm, med den hurtiggående passasjerfergen Master Cat. Foreløpig er selskapet i oppstartsfasen og en liten konkurrent for Color Line på Sør-Vestlandet. Selskapet ønsker å opptre med en billigprofil hvor hovedinntekten skal komme fra ombordsalg. Således vil en viktig målsetting for Master Ferries være å frakte flest mulig passasjerer på minst mulig tid, fordi desto flere passasjerer som har muligheten til å bruke penger om bord, desto høyere vil ombordsalget bli. Vi mener at et hurtigfergekonsept fra Bergen trolig ikke er et aktuelt alternativ. Årsaken ligger i at overfartstiden blir betydelig lengre enn fra Kristiansand, og opplevelse / underholdnings- og restaurantfasilitetene på en slik hurtigferge er begrenset i forhold til på for eksempel Prinsesse Ragnhild. Et billig konsept med svært lave billettpriser vil trolig ikke klare å tjene inn nok på ombordsalg til at overfarten blir lønnsom. Mulighetene er imidlertid åpne for at Master Ferries på sikt ønsker å ekspandere, da gjerne med et nytt konsept, for eksempel i tillegg satse på mer langsomme ferger. Vestlandet synes da som et bedre alternativ enn Østlandet, mye grunnet at konkurransen på Østlandet allerede er stor.

Ser vi på de andre mindre aktørene er vi imidlertid mer kritiske til at de ønsker å gå i konkurranse med Color Line på Vestlandet. Smyril Line har en tydelig profil rettet mer mot eksotiske reisemål (Island, Færøyene, Shetland etc.), og i så måte kan neppe Danmark plasseres i den kategorien. Kystlink har tidligere vært i økonomiske problemer (Furuly 2006), noe som medfører at selskapet sannsynligvis verken kan eller vil gå inn i enda et marked (operer allerede med linje i Østlandsområdet).

Muligheten for at andre og sterkere konkurrenter kan erstatte Fjord Line medfører at Color Line har lite å vinne på å presse Fjord Line ut av markedet. Vi har imidlertid tidligere vært inne på at en taktisk lav prising kan sende signaler om at det er lave marginer og lite attraktivt marked å etablere seg i. Dette kan i så fall avskrekke potensielle konkurrenter og forhindre nyetablering, som igjen kan bidra til at Color Line får beholde en sterk posisjon på sikt.

Dersom Color Line lykkes i å etablere et rykte som tøff konkurrent vil også det kunne avskrekke andre fra å etablere seg i markedet. Fjord Lines økonomiske situasjon og vanskelighetene de har hatt etter at Color Line entret markedet kan særlig virke avskrekkende på mindre aktører. Store potensielle konkurrenter som DFDS Seaways vil trolig ikke la seg

avskrekke ettersom de allerede konkurrerer med Color Line på Østlandet og har vist at de klarer å håndtere konkurransen fra Color Line.

8.7 Intensjon

Posners regel for å avdekke eventuell rovprising legger vekt på at den bedrift som anklager den andre for rovprising må bevise at rovpriseren har som intensjon å presse anklageren ut av markedet. I Akzo testen er det også relevant å vurdere hvorvidt det kan påvises at det dominerende selskapets prissetting er et ledd i en strategisk plan om å presse konkurrenten ut av markedet. Intensjon kan imidlertid være svært vanskelig å bevise (jamfør kapittel 3.10.8).

Både i 1995 og 2002 gjorde Color Line et forsøk på å kjøpe opp Fjord Line. I 2002 var målet med et eventuelt oppkjøp, i følge Fjord Line, å forhindre at Fjord Line erstattet MS Bergen med et nyere og større skip på Danmarkslinjen, og på den måten styrket sin posisjon i konkurranse mot Color Line. Color Line uttalte den gang at det ikke var grunnlag for kapasitetsutvidelser på Danmarksruten. Color Lines bekymring var trolig at kapasitetsutvidelse ville medføre overføring av passasjerer i Rogalands området fra Color Lines rute Kristiansand – Hirtshals til Fjord Lines Danmarksrute fra Bergen og Egersund (og etter hvert Haugesund). Oppkjøpet ble imidlertid stoppet og Fjord Line satte Fjord Norway inn på Danmarkslinjen. Dette medførte gjesterekord for Fjord Line i 2003.

Som beskrevet i kapittel 2.2 var Fjord Line i 2003 i forhandlinger med Color Line om eventuell leie av Prinsesse Ragnhild, hvor skipet skulle seile på Englandslinjen til Fjord Line. Betingelsene knyttet til en eventuell leiekontrakt var at Prinsesse Ragnhild bare kunne benyttes på Englandslinjen, og at fremleie måtte avklares og godkjennes av Color Line. I tillegg krevde Color Line at leibeløpet skulle stå i forhold til skipets bokførte verdi. I følge Fjord Line utviklet forhandlingene seg etter hvert til å bli en ubehagelig pressituasjon (Fjord Line 2005b), hvor det skal ha blitt fremholdt av Color Line at Prinsesse Ragnhild uansett skulle seile på Vestlandet, enten i regi av Fjord Line eller i regi av Color Line, dersom det ikke kom i stand en leieavtale. Dette tolket Fjord Line som en trussel om økt konkurranse fra Color Line dersom Fjord Line ikke aksepterte betingelsene i leieavtalen. Forhandlingene fortsatte, og i april 2004 kom Fjord Line med et tilbud om fremtidsleie av Prinsesse Ragnhild, men Color Line avviste tilbudet begrunnet med at prisen var for lav. I mai 2004 kom Fjord Line med et nytt tilbud og ble lovet svar etter et styremøte Color Line skulle ha i begynnelsen av juni. Fjord Line mottok imidlertid aldri noe formelt svar, og dermed var det slutt på

forhandlingene. 13 september 2004, bare vel to å etter at Color Line hadde fremholdt at det ikke var rom for kapasitetsutvidelser på Danmarkslinjen, annonserte Color Line at de ville starte opp en ny rute mellom Bergen / Stavanger – Hirtshals. Color Line bergrunnet etableringen med at Vestlandet representerte et betydelig uutnyttet potensial som Color Line lenge hadde ønsket å satse på, og at de ville gi passasjerer og cargokunder et meget konkurransedyktig tilbud (jamfør kapittel 2.5).

De forhold som er beskrevet her, og utsagnet om at Prinsesse Ragnhild skulle seile på Vestlandet uansett, viser at Color Line også tidligere har hatt ønske om å kontrollere konkurransesituasjonen på Sør-Vestlandet, og forsøkt å forhindre Fjord Line i å styrke sin konkurranseposisjon. Det er forholdsvis opplagt at Color Line ser på Fjord Line som en betydelig trussel. Det er dessuten liten tvil om at Color Line ville hatt en langt gunstigere situasjon uten Fjord Line som konkurrent. Dersom Fjord Line blir tvunget til å forlate markedet vil Color Line trolig overta Fjord Lines passasjer og dermed oppleve en markant økning i antall passasjerer både på Vestlandslinjen og på ruten Kristiansand – Hirtshals, noe som innebærer økt kapasitetsutnyttelse og økt inntjening for Color Line. Fjord Line er i tillegg i en svært sårbar posisjon som følg av de økonomiske problemene selskapet har vært / er i, noe som gjør dem til et lett ”bytte”. Et annet poeng er at det ser ut til å ikke være plass til to aktører i fergemarkedet på Vestlandet ettersom både Fjord Line og Color Line sjelden har full kapasitetsutnyttelse på sine avganger. Vi mener derfor Color Line tilsynelatende har sterke incentiver til å bli kvitt Fjord Line, og ser det derfor ikke som usannsynlig at eliminering av Fjord Line også har vært / er Color Lines intensjon. Som tidligere nevnt er det svært vanskelig å påvise eventuell intensjon, og en kan derfor bare snakke om hva som er nærliggende å tro ut i fra de faktiske forhold som foreligger.

8.8. Legitim begrunnelse

Det er viktig å merke seg at dersom Color Line ikke dekker sine relevante kostnader kan det være en legitim begrunnelse som innebærer at atferden ikke er i strid med forbudet i konkurranselovens § 11 og EØS-avtalen artikkel 54. Det vil her være relevant å ta hensyn til at det tar tid å innarbeide en ny rute, og at en kan forvente seg at inntektene øker etter hvert. Ruten kan derfor være lønnsom for Color Line selv om inntektene ikke dekker kostnadene første driftsår.

Det kan også tenkes at lave priser på Vestlandsruten er det beste bedriftsøkonomiske alternativet for selskapet. Satt på spissen kan en for eksempel se på Prinsesse Ragnhild som ledig kapasitet, eller som overskuddslager. Prinsesse Ragnhild ble ledig på markedet da Color Fantasy ble satt inn på ruten Oslo – Kiel. Blant andre Boumol, Areeda og Turner åpner for en pris også under (gjennomsnittlige) variable kostnader kan, under særlige omstendigheter, være lovlig dersom det er et ledd i å kvitte seg med overskuddslager. Begrunnelsen er at det da er snakk om et ønske om fremtidig lønnsomhet og ikke en intensjon om å drive konkurrenter ut av markedet (Fjell et al. 2000). Sagt på en annen måte; det kan tenkes at Color Line taper mindre ved å ikke dekke alle sine kostnader ved linjen Bergen / Stavanger – Hirtshals, enn en alternativ handling for Prinsesse Ragnhild. Faste kostnader vil påløpe uavhengig om Prinsesse Ragnhild er i drift eller ikke. Således vil det være bedre at noen av de faste kostnadene dekkes ved å anvende Prinsesse Ragnhild på Vestlandet enn å ikke anvende skipet i det hele tatt. Som kjent kan det være lovlig at Color Line opererer med priser som ligger under total kostnad men over variable kostnader dersom det er bedriftsøkonomisk begrunnet og motivet er legitimt.

Spørsmålet blir da hvilke handlingsalternativer Color Line hadde for Prinsesse Ragnhild da skipet ble ledig på markedet. De ulike handlingsalternativene ble diskutert i kapittel 6.3.2.1 og vi vil derfor ikke gjenta dem her. Vi kom da frem til at innsetting av Prinsesse Ragnhild på en eksisterende rute eller opprettelse av ny rute på Østlandet var mindre gode alternativer. Sammenlignet med Østlandet ville Color Line ved å plassere Prinsesse Ragnhild på Vestlandet konkurrere mot færre og antatt svakere aktører, både hva gjelder størrelse og finansiell styrke. Således kan innsetting av Prinsesse Ragnhild på Vestlandet virke som et mer fornuftig handlingsalternativ.

Utleie av fergen til Fjord Line kunne imidlertid gi en årlig inntekt på 40 millioner. Det vil si at dersom innsetting av Prinsesse Ragnhild på Sør-Vestlandet skal være et bedre handlingsalternativ må ruten generere et overskudd på minimum 40 millioner. Dette er heller tvilsomt ut i fra de estimatene vi har over inntekter og kostnader. Vi kan derfor ikke finne noen klar legitim begrunnelse for Color Lines atferd.

8.9 Virkningen Color Lines etablering har hatt for Fjord Line

Fjord Lines økonomiske stilling forverret seg betydelig i 2005, etter Color Lines etablering på Vestlandet. I 2004 hadde Fjord Line et negativt driftsresultat på NOK 9 140 000 og negativt årsresultat på NOK 27 269 000, mens i 2005 hadde situasjonen forverret seg til NOK - 276 895 000 i driftsresultat og NOK -206 494 000 i årsresultat (jamfør tabell 15). Fjord Line hevder selv mye av de økonomiske problemene kan forklares ut i fra Color Lines inntreden på markedet og aggressive prisingsatferd. Vi har imidlertid sett at Fjord Line hadde økonomiske problemer også i 2004, før Color Lines etablering. Vi vil derfor se nærmere på de økonomiske problemene til Fjord Line. Vi vil diskutere hvorvidt problemene kan knyttes til Color Lines etablering og aggressive prisingsatferd, eller om det er andre forhold som kan forklare det dårlige økonomiske resultatet i 2005.

I 2005, da Color Line etablerte seg på Vestlandet, drev Fjord Line to fergeruter, en til Danmark og en til England. Det kan derfor være interessant å se på lønnsomheten av de to rutene. Tabell 37 viser endringen i antall passasjerer og cargoenheter fra 2004 til 2005 på henholdsvis Danmarkslinjen og Englandslinjen. Vi ser her at det har vært en nedgang i antall reisende fra 2004 til 2005 både på Danmarkslinjen og Englandslinjen. På Danmarkslinjen var nedgangen på 5,7 %, mens på Englandslinjen var nedgangen på hele 16,5 %. Nedgangen på Danmarkslinjen kan sannsynligvis forklares med Color Lines etablering på Vestlandet, og at det dermed har skjedd en passasjeroverførsel til Color Lines rute Bergen / Stavanger – Hirtshals. Nedgangen i antall reisende på Englandslinjen har trolig sammenheng med at Fjord Line var uten skip på denne linjen i 6 uker høsten 2005 som følge av dokking, og fra november ble antall ukentlige avganger halvert fra to til en (Fjord Line 2005b).

Når det gjelder transport av cargo var det på Danmarkslinjen en nedgang i antall cargoenheter på 13 % fra 2004 til 2005, mens Englandslinjen hadde en økning på 8 %.

	2004	2005	Endring	Endring i prosent
Antall passasjerer:				
Danmark	314 530	296 500	-18 030	-5,7 %
England	174 066	145 400	-28 666	-16,5 %
Antall cargoenheter:				
Danmark	26 352	22 926	-3 426	-13,0 %
England	4 365	4 714	349	8,0 %

Tabell 37: Endring i passasjer- og cargovolum for Fjord Line 2004-2005

Tabell 38 og tabell 39 viser endringer i inntekt per passasjer / cargoenhet og endringer i totale billett- / hotell- / cargoinntekter på Danmarkslinjen og Englandslinjen. Vi ser at gjennomsnittlig billettinntekt per passasjer har blitt redusert med 11,7 % på Danmarkslinjen, og 4,9 % på Englandslinjen. Reduksjonen i gjennomsnittlig billettinntekt er størst på Danmarkslinjen, noe som trolig kan forklares ut i fra konkurransen med Color Line (fra april 2005). Reduksjonen i både antall passasjerer og gjennomsnittlig billettinntekt per passasjer førte til en reduksjon i totale billettinntekter på 16,8 % på Danmarkslinjen, og 20,5 % på Englandslinjen fra 2004 til 2005.

Samtidig som billettinntektene har gått ned har gjennomsnittlig hotellinntekter per passasjer gått ned på både Danmarkslinjen og Englandslinjen, hvor nedgangen er størst på Englandslinjen.. Endring per passasjer er liten, men totalt sett bidrar det til en betydelig nedgang i inntekter i forhold til året før.

Det var en svak reduksjon i gjennomsnittlig inntekt pr cargoenhet fra 2004 til 2005 på Danmarkslinjen, mens reduksjonen var på 7 % på Englandslinjen. Reduksjon i pris på frakt av cargoenheter kan muligens ha bidratt til å generere økningen i antall cargoenheter på Englandslinjen i 2005.

(tall avrundet)	2004	2005	Endring	Endring i prosent
Billettinntekter per passasjer:				
Danmark	404,9	357,4	-47,5	-11,7 %
England	627,9	597,4	-30,5	-4,9 %
Hotellinntekter per passasjer:				
Danmark	604,0	588,6	-15,4	-2,5 %
England	912,4	883,5	-28,8	-3,2 %
Cargoinntekter per cargoenhet:				
Danmark	3093,9	3048,0	-45,9	-1,5 %
England	8155,3	7583,8	-571,5	-7,0 %

Tabell 38: Endring i billett-, hotell- og cargoinntekt per enhet for Fjord Line 2004-2005

(tall i NOK tusen)	2004	2005	Endring	Endring i prosent
Billettinntekter:				
Danmark	127 354	105 981	-21 373	-16,8 %
England	109 288	86 860	-22 428	-20,5 %
Hotellinntekter:				
Danmark	189 967	174 519	-15 448	-8,1 %
England	158 812	128 467	-30 345	-19,1 %
Cargoinntekter:				
Danmark	81 530	69 879	-11 651	-14,3 %
England	35 598	35 750	152	0,4 %
Totale inntekter:				
Danmark	398 851	350 379	-48 472	-12,2 %
England	303 698	251 077	-52 621	-17,3 %
Samlet	702 549	601 456	-101 093	-14,4 %

Tabell 39: Endring i totale billett-, hotell- og cargoinntekt for Fjord Line 2004-2005

Samlet sett ser vi at Danmarkslinjen i 2005 hadde en reduksjon i totale inntekter på 12,2 % og Englandslinjen en reduksjon på 17,3 % i forhold til 2004. På Danmarkslinjen kan inntektstapet forklares ut i fra passasjeredgang og lavere priser, som igjen trolig er en konsekvens av Color Lines etablering. På Englandslinjen er sannsynligvis hovedforklaringen på inntektstapet at skipet lå 6 uker i dokk, og at antall avganger ble halvert fra november (Fjord Line 2005b). Samtidig har gjennomsnittlig billett- og hotellinntekt per passasjer og gjennomsnittlig cargoinntekt pr cargoenhet gått ned på denne linjen.

På kostnadssiden har vi ikke tilgang på spesifiserte tall for Danmarks- og Englandslinjen. Samlet sett var det en økning i driftskostnader på 22,5 % fra 2004 til 2005. Dersom vi ser bort fra nedskrivninger, som er en unormal post, var det en svak reduksjon i totale driftskostnader.

(tall i NOK tusen)	2004	2005	Endring	Endring i prosent
Driftskostnader:				
Varekostnad	113 569	95 655	-17 914	-15,8 %
+ Lønn og hyrekostnad	207 424	186 452	-20 972	-10,1 %
+ Avskrivning	48 987	31 158	-17 829	-36,4 %
+ Annen driftskostnad	372 250	414 066	41 816	11,2 %
+ Nedskrivninger	-	181 840	181 840	-
= Sum driftskostnader	742 230	909 171	166 941	22,5 %
- Nedskrivninger	-	181 840	181 840	-
= Normale driftskostnader	742 230	727 331	-14 899	-2,0 %

Tabell 40: Endring i totale driftskostnader for Fjord Line 2004-2005

Fjord Lines svake resultater for 2005 kan hovedsakelig forklares ut i fra manglende inntjening, uten at driftskostnadene er redusert tilsvarende. I tillegg har betydelige regnskapsmessige nedskrivninger bidratt til et svakt årsresultat i 2005. Den manglende inntjeningen skyldes vel så mye Englandslinjen, som Danmarkslinjen. Totalt er inntektstapet på NOK 101 093 millioner, og av dette er 52,1 % knyttet til Englandslinjen. Vi mener derfor det ikke er rimelig å begrunne Fjord Lines økonomiske problemer ene og alene med Color Lines etablering og hard priskonkurransen. Color Lines etablering har høyst sannsynlig vært en medvirkende faktor, men Fjord Line ville trolig hatt svake resultater for 2005 uavhengig av Color Lines etablering.

8.10 Forbrukerne skadelidende?

Som nevnt i kapittel 3.2 er konkurranse samfunnsøkonomisk ønskelig og monopolmakt er uheldig fordi dette medfører et dødvektstap, ikke optimal allokering av ressurser og mindre velferd for forbrukerne som følge av høyere pris og redusert tilbud. Etter at Color Line startet opp sin nye Vestlandslinje har antall avganger blitt nesten doblet og en kan velge mellom Prinsesse Ragnhild og MS Atlantic Traveller (til og med september 2006 hadde også MS Fjord Norway én ukentlig avgang til Danmark). Forbrukernes tilbud er dermed blitt forbedret.

Samtidig har prisene blitt redusert, noe som også kommer forbrukerne til gode. Så langt har dermed Color Lines etablering og den økte konkurransen vært til fordel for forbrukerne.

Dersom den harde konkurransen mellom Fjord Line og Color Line medfører at Fjord Line må trekke seg fra markedet vil dette redusere tilbudet og sannsynligvis også føre til høyere priser, som følge av at konkurransen reduseres betydelig. Er slikt tilfelle vil kunne være ufordelaktig for forbrukerne. Elastisk etterspørsel og eksistensen av både nære og fjerne substitutter begrenser Color Lines mulighet til å øke prisen betydelig dersom Fjord Line skulle forsvinne. Dessuten vil Master Ferries være konkurrent til Color Line i det relevante marked og kan bidra til å disiplinere Color Line. Dersom konkurransen skulle føre til at Fjord Line trekker seg fra markedet vil altså forbrukernes tilbud reduseres noe, men vi mener det ikke er sannsynlig at prisen vil øke vesentlig. På bakgrunn av de nevnte momenter mener vi det er begrenset fare for at forbrukerne vil være skadelidende som følge av Color Lines prisingsatferd.

8.11 Oppsummering

Gjennom analysen av forholdet mellom inntekter og kostnader kom vi frem til at Color Line ikke dekker de totale merkostnadene / borfallskostnaden dersom vi legger det nøytrale eller pessimistiske estimatet til grunn, noe som indikerer at dette er et tilfelle av rovprising.

Color Line har mulighet til å rovprise fordi de har finansiell styrke til å tåle et eventuelt kortsiktig tap som følge av en rovstrategi, og har mulighet til å finansiere en ulønnsom rute på Vestlandet med overskudd fra mer lønnsomme rute på Østlandet (kryss-subsidiere). I tillegg har Color Line som følge av at de er en større og finansielt sterkere aktør enn Fjord Line bedre tilgang på ekstern kapital og finansiering fra kreditorer.

Vi mener det er sannsynlig at en rovstrategi kan lykkes basert på at Color Line har betydelig markedsrett og mulighet til å gjenvinne tapet gjennom økt kapasitetsutnyttelse dersom Fjord Line trekker seg fra markedet. I tillegg eksisterer det etableringshindre som til en viss grad kan beskytte mot nyetablering fra mindre aktører, og lite dynamisk marked gir oversiktighet som kan bidra til at en rovstrategi kan lykkes.

Muligheten for at andre og sterkere aktører kan komme inn på markedet dersom Fjord Line forsvinner, medfører usikkerhet rundt fremtidig inntjening av kortsiktige tap. Vi anser DFDS

Seaways som den mest potensielle konkurrent til å utfordre Color Line. Dersom DFDS Seaways skulle erstatte Fjord Line ville det trolig bety tøffere konkurranse for Color Line ettersom DFDS er en større og finansielt sterkere aktør enn Fjord Line.

Vi mener det er flere forhold som kan tyde på at Color Line har hatt intensjon om å eliminere Fjord Line som konkurrent. Blant annet har Color Line tidligere forsøkt å kjøpe opp Fjord Line for å forhindre at de styrket sin posisjon. Betingelser i leieavtalen under forhandlingene i 2003/2004, og uttalelser som at Prinsesse Ragnhild uansett skulle seile på Vestlandet, viser at Color Line anser Fjord Line som en trussel, og at de har hatt et ønske om å kontrollere konkurransesituasjonen på Sør-Vestlandet. Videre har Color Line mye å tjene på å bli kvitt Fjord Line gjennom muligheter for økt kapasitetsutnyttelse, samtidig som Fjord Lines økonomiske stilling gjør selskapet til et ”lett” bytte.

Med bakgrunn i det estimerte ruteregnskapet for Bergen / Stavanger – Hirtshals ruten og analyse av andre alternative anvendelser, mener vi det er lite sannsynlig at innsetting av Prinsesse Ragnhild på Vestlandet og påfølgende prisstrategi var det beste bedriftsøkonomiske alternativet. Vi kan derfor ikke se at det finnes noen klar legitim begrunnelse for Color Lines atferd.

Videre har vi vist at Fjord Lines økonomiske problemer startet før Color Lines etablering på Vestlandet. Dårligere inntjening på Englandslinjen og store nedskrivninger er medvirkende faktorer til resultatforverringen i 2005. De dårlige resultatene i 2005 kan derfor ikke utelukkende forklares av Color Lines etablering.

Dersom Fjord Line går konkurs vil forbrukernes tilbud reduseres noe. Elastisk etterspørsel, samtidig som at Master Ferries fortsatt vil være konkurrent til Color Line i det relevante marked, vil begrense Color Lines mulighet til å øke pris. Vi mener derfor det er begrenset fare for at forbrukerne vil være skadelidende som følge av Color Lines atferd.

Kapittel 9 – Konklusjon

Problemstillingen er:

”Med utgangspunkt i estimerte inntekter og kostnader for Color Lines fergelinje Bergen / Stavanger – Hirtshals stiller vi spørsmål ved hvorvidt det er sannsynlig at Color Line går med underskudd på ruten. Dersom dette er tilfelle, hva er i så fall Color Lines motiv for å seile på Vestlandet? Er dette et tilfelle av rovprising og misbruk av dominerende stilling, eller kan Color Lines beslutning om å la Prinsesse Ragnhild seile på Vestlandet og påfølgende prisstrategi forklares ut i fra legitime bedriftsøkonomiske hensyn? Sagt på en annen måte; bedriver Color Line konkurranse skadelig og ulovlig underprising eller er dette et tilfelle av sunn priskonkurranse som tjener forbrukeren?”

Vi har funnet at Color Lines inntekter for fergelinjen Bergen / Stavanger – Hirtshals sannsynligvis ikke dekker de relevante merkostnadene. Videre har vi slått fast at Color Line har dominerende stilling i det relevante marked. Color Line har mulighet til å rovprise som følge av god tilgang til både intern og ekstern finansiering, noe som gjør dem i stand til å tåle et kortsiktig tap som en rovstrategi innebærer. Dersom Color Line blir kvitt Fjord Line som konkurrent har selskapet gode muligheter for fremtidig inntjening av tapet gjennom økt kapasitetsutnyttelse på sine avganger. Vi mener også det foreligger forhold og uttalelser som kan tyde på at Color Line har hatt ønske og muligens intensjon om å eliminere Fjord Line som konkurrent. Vi kan ikke se at det foreligger legitime begrunnelser som kan forklare hvorfor Color Line driver Vestlandslinjen uten lønnsomhet. På bakgrunn av dette mener vi Color Lines konkurranseatferd er et tilfelle av rovprising og utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling, i strid med Konkurranselovens § 11 og EØS-avtalens artikkel 54.

9.1 Avsluttende kommentarer

Avslutningsvis vil vi poengtere at de funn og konklusjoner som er fremkommet i denne utredningen er basert på et begrenset informasjonsgrunnlag. Dersom vi hadde hatt ytterligere informasjon tilgjengelig, som for eksempel Color Lines faktiske tall for Vestlandsruten, er det mulig at vår konklusjon hadde vært annerledes.

Det endelige resultatet av Color Lines atferd er enda ikke kjent. Det vil av den grunn bli interessant å se utviklingen i fergemarkedet på Sør-Vestlandet fra 2005 til 2006, herunder hvorvidt Color Line har tatt markedsandeler fra Fjord Line og utviklingen i Fjord Lines økonomiske situasjon.

Ved et videre arbeid innenfor denne aktuelle saken, kunne det vært spennende og fått et mer presist innblikk i Color Lines ruteregnskap, noe som vil kreve bedre tallgrunnlag enn hva vi har hatt. Samtidig er det andre saker som kan utforskes nærmere. SAS – Coast Air saken og Akzo-saken er nevnt i denne utredningen, mens konkurransesituasjonen i meierisektoren i skrivende stund er et brennaktuelt tema.

Litteraturliste

Aftenposten (2006): *ESA fortsetter Color Line-gransking*. Aftenposten Morgen 21.07.2006, Økonomi Del 1, s. 14. ATEKST. (25. september 2006)

Areeda, Phillip og Donald F. Turner (1975): *Predatory Pricing and Related Practices Under section 2 of the Sherman Act*. Harvard Law review 88, 697. Referert i Organisations for Economic Co-operation and Development (1989). *Predatory pricing*. Paris

avinor.no a: *Bergen Lufthavn, Flesland. Destinasjoner 2006*.

<<http://www.avinor.no/?module=Articles;action=ArticleFolder.publicOpenFolder;ID=1557>>
(13. desember 2006)

avinor.no b: *Stavanger Lufthavn, Sola. Rutefly*.

<<http://www.avinor.no/?module=Articles;action=ArticleFolder.publicOpenFolder;ID=1585>>
(13. desember 2006)

avinor.no c: *Kristiansand lufthavn, Kjevik. Flyselskaper*.

<<http://www.avinor.no/?module=Articles;action=ArticleFolder.publicOpenFolder;ID=660>>
(13. desember 2006)

Besanko, David et al. (2000): *Economics of Strategy*. 2nd ed. John Wiley & Sons Inc., New York

Befring, Edvard (1994): *Forskningsmetode og statistikk*. 2 utgave. Det Norske Samlaget, Oslo.

Bergens Tidene (2006a): *Ny fergerute til Skottland*. Bergens Tidene 05.10.2006, s. 19. ATEKST. (11. oktober 2006)

Bergens Tidene (2006b): *Trist dag i Fjord Line*. Bergens Tidene 28.09.2006, s. 22. ATEKST. (11. oktober 2006)

Bergens Tidene (2006c): *Blodrøde tall fra Fjord Line*. Bergens Tidene 23.06.06, s. 3.
ATEKST. (25.september 2006)

Bergens Tidene (2006d): *Vurderer flere skip på Bergen*. Bergens Tidene 20.07.06, s. 9.
ATEKST. (25. september 2006)

Bergens Tidene (2006e): *Color Line frikjent - Fjord Line vil anke*. Bergens Tidene 20.07.06,
s. 9. ATEKST. (25. september 2006)

Berglihn, Harald og Bjørn Segrov (2005): *To timer til Danmark med ny hurtigbåtrute*. Dagens
Næringsliv Morgen 28.12.05, s. 8. ATEKST. (22.september 2006)

Bjørnenak, Trond (3: 1996): *Kalkyler for økonomisk styring*. Praktisk Økonomi og Ledelse,
2/96, s. 35-45

Bjørnenak, Trond et al. (2005): *På like vilkår? En analyse av konkurransen mellom offentlig
og private foretak*. Skrifter fra Konkurransetilsynet 1-2005.

BNR (2001): *Årsmelding 2001. Bergen Nordhordaland Rutelag ASA*.

Boumol, William J. (1996): *Predation and the Logic of the Average Variable Cost Test*.
Journal of Law & Economics Vol. 39, Nr.1, Apr. 49-72.

Colliander, Arne og Jan I. Eliassen (2006): *I skytteltrafikk med gratispassasjerer*. Bergens
Tidene 31.01.2006, s. 2. ATEKST. (5. oktober 2006)

Color Group (2003): *Årsrapport 2003*

Color Group (2004): *Årsrapport 2004*

Color Group (2005): *Årsrapport 2005*

Color Line (2006): *Priser og rutetider 2006*

colorline.no a: *Color Lines historie.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1006&item=9001>> (25. september 2006)

colorline.no b: *Fakta om konsernet.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1006&item=9000>> (25. september 2006)

colorline.no c: *Fakta om M/S Prinsesse Ragnhild.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=17959>> (27. september 2006)

colorline.no d: *MS Prinsesse Ragnhild. Lugarer.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=6882>> (2. oktober 2006)

colorline.no e: *Prinsesse Ragnhild Underholdning. Underholdning og Events.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=8935>> (2. oktober 2006)

colorline.no f: *MS Prinsesse Ragnhild. Mat & Drikke.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=8001>> (2. oktober 2006)

colorline.no g: *MS Prinsesse Ragnhild. Taxfree Shopping.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=8938>> (2. oktober 2006)

colorline.no h: *MS Prinsesse Ragnhild. Barneaktiviteter.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=8363>> (2. oktober 2006)

colorline.no i: *Konferanse Bergen/Stavanger – Hirtshals.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1008&item=8383>> (2. oktober 2006)

colorline.no j: *Color Line styrker reiselivet på Vestlandet.*

<<http://www.colorline.no/servlets/page?section=1015&item=18901>> (25. september 2006)

Dagens Næringsliv (2005): *SAS Braathens stevner staten.* Dagens Næringsliv Morgen 17.11.05, s. 32. ATEKST. (26. september 2006)

dfds.no a: *Rutetabell.* <<http://dfds.no/DSW/NO/TimeTable/>> (25. september 2006)

dfds.no b: *M.S. Princess of Norway. Tekniske data.*

<<http://dfds.no/DSW/NO/OnBoard/bn/Facts/>> (12. desember 2006)

Easterbrook, F.H. (1981): *Predatory Strategies and Counterstrategies*. University of Chicago Law Review 48, 263. Referert i Organisation for Economic Co-operation and Development (1989). *Predatory pricing*. Paris

Eliassen, Jan I. (2002): *Kjøp av ny danmarksferge til Fjord Line i boks*. Bergens Tidene 19.12.02, s. 11. ATEKST. (6. oktober 2006)

Eliassen, Jan I. (2005): *MS «Bergen» tilbake til danmarkslinjen*. Bergens Tidene 05.10.2005, s. 10. ATEKST. (2. oktober 2006)

Eliassen, Jan I. (2006): *Bergen havn holder koken*. Bergens Tidene 24.06.06, s. 11. ATEKST. (10. oktober 2006)

Eliassen, Jan I. og Frode Buanes (2006): *Color Line-saken henlagt*. bt.no 19.07.06. <<http://www.bt.no/na24/article284192.ece>> (25. september 2006)

Eriksen, Marte Ramuz og Bjørn Segrov (2006): *Betalte ikke 39.000 – risikerer konkurs*. Dagens Næringsliv Morgen 29.11.2006, s. 4. ATEKST. (6. desember 2006)

EØS-loven (1992): *LOV 1992-11-27 nr 109: Lov om gjennomføring i norsk rett av hoveddelen i avtale om Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS) m.v. (EØS-loven)*.

Fjell, Kenneth (2005): *Relevant marked*. Forelesning NHH, 11.01.05.

Fjell, Kenneth et al. (2000): *Krysssubsidiering – operasjonaliserbar definisjon og samfunnsøkonomisk ønskelige tiltak*. SNF-rapport 19/00. Bergen: Samfunns- og næringslivsforskning AS.

Fjord Line (2002): *Årsmelding 2002*

Fjord Line (2003): *Årsmelding 2003*

Fjord Line (2004): *Årsrapport 2004*

Fjord Line (2005a): *Klage over misbruk av dominerende stilling*. 13.05.05. Klage til Konkurransetilsynet.

Fjord Line (2005b): *Årsrapport 2005*

fjordline.com a: *Ruteplan*. <<http://www.fjordline.com/index.php?c=42&kat=Ruteplan>> (25. september 2006)

fjordline.com b: *Historikk Fjord Line*. <<http://www.fjordline.com/article.php?id=127&p>> (25. september 2006)

fjordline.com c: *Pressemelding 06.09: Fjord Norway selges– og Englandslinjen styrkes*. <<http://www.fjordline.com/index.php?c=44&kat=Presse>> (10. september 2006)

fjordline.com d: *Skipene*. <<http://www.fjordline.com/index.php?c=111&kat=Om+skipene>> (29. september 2006)

fjordline.com e: *Lugarer*. <<http://www.fjordline.com/index.php?c=378&kat=Lugarer>> (2. oktober 2006)

fjordline.com f: *Lugarvalg*. <<http://booking.fjordline.com/ecommerce/direct/nodk/AFOSWeb.ASP?WCI=CWIAAlternativ eSailing&WCE=SelectSailing>> (6. oktober 2006)

fjordline.com g: *Matopplevelser*. <<http://www.fjordline.com/index.php?c=380&kat=Matopplevelser>> (2. oktober 2006)

fjordline.com h: *Taxfree Fjord Line*. <<http://www.fjordline.com/downloadfile.php?i=c45147dee729311ef5b5c3003946c48f>> (2. oktober 2006)

fjordline.com i: *Informasjon om MS Fjord Norway.*

<<http://www.fjordline.com/index.php?c=384&kat=Informasjon+om+b%E5ten>> (2. oktober 2006)

fjordline.com j: *Konkurransetilsynet sjekker Color Lines dominerende stilling.*

<<http://www.fjordline.com/article.php?id=1139&p=>> (25. september 2006)

fjordline.com k: *Konkurransetilsynet støtter klage.*

<<http://www.fjordline.com/article.php?id=1208&p=>> (25. september 2006)

fjordline.com l: *Vanvittige priser på Danmarksbåten.*

<<http://www.fjordline.com/site/Test/article.php?id=2>> (12. oktober 2006)

fjordline.com m: *Underholdning.*

<<http://www.fjordline.com/index.php?c=390&kat=Underholdning>> (2. oktober 2006)

fjordline.com n: *Matopplevelser.*

<<http://www.fjordline.com/index.php?c=389&kat=Matopplevelser>> (2. oktober 2006)

fjordline.com o: *Priser 2007.* <<http://www.fjordline.com/article.php?id=1468>> (5. desember 2006)

Furuly, Jan Gunnar (2006): *Fergene ut av Norge.* Aftenposten Morgen 18.03.2006, Reise Del 3, s. 8. ATEKST. (25. september 2006)

Fædrelandsvennen (2006): *Misbrukte ikke markedsmakt.* Fædrelandsvennen 20.04.06., s. 6. ATEKST. (8. desember 2006)

Ghauri, Pervez og Kjell Grønhaug (2002): *Research methods in business studies. A practical guide.* 2nd ed. Prentice Hall Europe, Harlow.

Gran, Bernt (2006): *Seier for SAS Braathens.* Dagens Næringsliv Morgen 27.09.06, s. 14. ATEKST. (27. september 2006)

Hestsveen, Amund (2006): *Danmarkstur i ertesuppa*. 26.04.06.

<<http://www.fvn.no/nyheter/kristiansand/article359082.ece>> (27. september 2006)

Hoff, Kjell G. og Sigurd Köber (2000): *Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse*. 4 utg.

Universitetsforlaget, Oslo

Hoff, Kjell G. et al. (2005): *Driftsregnskap og budsjettering*. 4 utg. Universitetsforlaget, Oslo

Horngren, Charles T. et al. (2006): *Cost Accounting: a managerial emphasis*. 12th ed. Pearson

Prentice Hall, Upper Saddle River New Jersey

hsd.no: *Historiske milepæler*. <http://www.hsd.no/templates/PageNews____2368.aspx> (25.

september 2006)

Husum, Hans O. (1995): *Kryssubsidier – hva er det?* Sosialøkonomen Nr. 6.

Johannessen, Asbjørn et al. (2004): *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*.

Abstrakt forlag AS, Oslo

Joscow, Paul L. og Alvin K. Klevorick (1979): *A framework for analysing Predatory Pricing*

Policy. Yale Law Journal 89, 213. Referert i Organisation for Economic Co-operation and

Development (1989), *Predatory pricing*. Paris

Kaplan, Robert S. et al. (1990): *Contribution Margin Analysis: No Longer Relevant/ Strategic*

Cost Management: The New Paradigm. Journal of Management Accounting Research, høst, s

1-32

Klokeide, Ole Erik og Harald Vanvik (2006): *Ville sikre bevis i razzia*. Dagens Næringsliv

Morgen 05.04.2006, s. 6. ATEKST. (25. september 2006)

Konkurranseloven (2004): *LOV 2004-03-05 nr 12: Lov om konkurranse mellom foretak og*

kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven).

Konkurransetilsynet (2002): *Konkurranseloven § 3-11 fjerde ledd – Midlertidig forbud mot å*

gjennomføre bedriftserverv – Color Group/BNR – Fjord Line. V2002-97

Konkurransetilsynet (2005): *SAS AB (publ) – vedtak om overtredelsesgebyr etter konkurranseloven § 29 jf. § 11 – konkurranseskadelig underprising på ruten Oslo – Haugesund*. Vedtak V2005-9.

Konkurransetilsynet (2006): *Fjord Line AS – konkurranseloven § 12, jf. § 11 – avslag på anmodning om å gripe inn mot Color Group ASA og Color Line AS*. Avgjørelse A2006 – 46.

kt.no a: *Griper ikke inn mot Color Lines vestlandsrute*.

<<http://www.kt.no/internett/index.asp?strUrl=1008095i&topExpand=&subExpand>> (25. september 2006)

kt.no b: *Konkurransereglene*. 19.05.05.

<<http://www.kt.no/internett/index.asp?startID=&topExpand=1000068&strUrl=1001647i>> (26. september 2006)

kt.no c: *Forbud mot utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling*. 28.04.06.

<http://www.kt.no/archive/internett/vedlegg/konkurranseregler/juridiske_infoark/%11_dominerende_stilling.pdf> (26. september 2006)

kt.no d: *Konkurransetilsynet ankar SAS-dommen*. 15.08.06.

<<http://www.kt.no/internett/index.asp?strUrl=1008143i&topExpand=&subExpand=>>> (26. september 2006)

Kvamsdahl, Atle (1997): *Relevante kostnader for beslutningstaking. Implikasjoner for reguleringen av telekommunikasjonsmarkedet*. SNF-Rapport 87/97. Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning, Bergen

kystlink.no a: *Rutetider*. <<http://kystlink.no/rutetider.html>> (25. september 2006)

kystlink.no b: *Pressemelding. Nye Kystlink åpner ny fergerute mellom Langesund og Strømstad*. <<http://kystlink.no/presse2.html>> (4. desember 2006)

Lowe, Philip (2003): *EU competition practice on predatory pricing*. 05.12.03. Introductory address to the Seminar “Pros and Cons of Low Prices”.

<http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp2003_066_en.pdf> (26. september 2006)

masterferries.no: *Rutetider*. <<http://masterferries.no/index.php?menuid=48>> (25. september 2006)

Mathisen, Helge O. (2006): *Fremtidens sjøreiser starter nå. Color Lines industrielle og organisatoriske grep*. Foredrag Oslo 21.03.06. <<http://www.prosjekt-fjordbyen.oslo.kommune.no/getfile.php/fjordbykontoret%20%28FJORDBYEN%29/Internett%20%28FJORDBYEN%29/Dokumenter/dokument/ColorLine.ppt#3>> (27. september 2006)

McGee, J.S. (1980): *Predatory Pricing Revisited*. Journal of Law and Economics 23, 289. Referert i Organisation for Economic Co-operation and Development (1989). *Predatory pricing*. Paris. og Motta, Massimo (2004): *Competition Policy. Theory and Practice*. Cambridge University Press, New York.

Mollestad, Gert Ove (2006): *Danskeferjen er død*. Fvn.no 08.09.06. <<http://www.fvn.no/na24/article396954.ece>> (13. desember 2006)

Motta, Massimo (2005): *Competition Policy. Theory and Practice*. Cambridge University Press, New York

nalines.com a: *Om Atlantic Traveller*.

<<http://www.nalines.com/index.php?c=3&kat=Info+om+skibet>> (29. september 2006)

nalines.com b: *Om North Atlantic Lines Operation (NAL)*.

<<http://www.nalines.com/index.php?c=1&kat=Forside>> (29. september 2006)

NTBtekst (2005): *Synnøve Finden klager til Konkurransetilsynet*. NTBtekst 12.10.05. ATEKST. (27. september 2006)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (1989): *Predatory pricing*. Paris

osb.oeresundsbron.dk: *Broen*.

<<http://osb.oeresundsbron.dk/documents/document.php?obj=170>> (14. desember 2006)

osl.no: *Direkteruter til utlandet*.

<http://www.osl.no/index.asp?startID=&strUrl=//templates/applications/internet/showobject.asp?infoobjectid=1010847&showad=1&menuid=1001257&menuid_1=1001257&topExpand=1000111&subExpand=1000301&pid_1=1000400&l=2> (13. desember 2006)

Oslo Tingrett (2006): *Dom SAS AB mot Staten v/ Konkurransetilsynet. Saksnr.: 05-111347TVI-OTIR/06*. Oslo Tingrett 26.07.06.

Pearce, David W. (1981): *The dictionary of moderen economics*. 1st ed. The MacMillian Press LTD, London and Basingstoke

Phlips, Louis og Ireneo M. Moras (1993): *The Akzo decision: a case of predatory pricing?* The Journal of Industrial Economics, Vol. XLI, No. 3.

Pindyck, Robert S. og Daniel L. Rubinfeld (2001): *Microeconomics*. 5th ed. Prentice Hall International, New York

Posner, Richard A. (1976): *Antitrust Law: An Economic Persprective*. University of Chicago Press. Referert i Organisation for Economic Co-operation and Development (1989), *Predatory pricing*. Paris

Rutherford, Donald (1992): *Dictionary of Economics*. Ruthledge, London and New York

Schjelderup, Guttorm (2003): *Intro / repetisjon / monopol*. Forelesning NHH, 18.08.03.

Segrov, Bjørn og Sigurd S. Rønningen (2005): *Mener Color Line driver rovprising*. Dagens Næringsliv Morgen 02.07.2005, s. 14. ATEKST. (11. oktober 2006)

Sejersted, Fredrik et al. (2004): *EØS-rett*. 2. utgave. Universitetsforlaget, Oslo

Smyril Line (2006): *Virkeligheten sier mer enn 1000 bilder*

Steen, Frode og Lars Sjørgard (2004): *Rovadferd i norsk luftfart*. Notat skrevet på oppdrag av Konkurransetilsynet. Institutt for Samfunnsøkonomi, Norges Handelshøyskole.

stenaline.no: *Tider og priser 2006*.

<http://www.stenasaga.no/pdf/StenaLine_tiderogpriser2006.pdf> (25. september 2006)

Sjørgard, Lars (1997): *Konkurransestrategi: eksempler på anvendt mikroøkonomi*, 1. utg., Fagbokforlaget

Vold, Jan S. (2006): *Danskebåten må kutte stopp*. bt.no 27.06.06.

<<http://www.bt.no/lokalt/article279081.ece>> (25. september 2006)

Vedlegg

Vedlegg I: Billettpriser Color Line Bergen – Hirtshals 2006

Billettpriser:	01.01.-30.04. & 01.10.-31.12.		01.05.-15.06. & 14.08.-30.09.		16.06.-13.08.	
Per person per vei	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*
Voksen	270	360	380	440	610	660
Honnør / Student	135	180	190	220	610	660
Barn 4-15 år (barn under 4 år gratis)	135	180	190	220	305	330
Kjøretøypriser:	01.01.-30.04. & 01.10.-31.12.		01.05.-15.06. & 14.08.-30.09.		16.06.-13.08.	
Per vei	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*
Bilpakke / minigruppe, for inntil 5 personer og en personbil	1100	1510	1510	1760	2380	2750
Campingvognpakke, inkl. en personbil og campingvogn (inntil 2,6 m høy / 5 m lang)	1930	2510	2510	2940	3750	4380
Bobilpakke (lengde inntil 5 m, høyde over 2,6 m)	2040	2510	2510	2860	3830	4330
Personbil, Van, bobil, Campingvogn, tilhenger, båthenger, MC m/sidevogn (inntil 2 m høy / 5 m lang)	330	430	380	470	600	780
Tillegg for høyde inntil 2,3 m	250	300	300	310	320	360
Tillegg for høyde inntil 2,6 m	550	620	620	710	770	850
Tillegg for høyde over 2,6 m	940	1000	1000	1100	1450	1580
Tillegg for lengde per påbegynte meter over 5 m	190	190	190	190	270	320
Buss (lengde inntil 14 m) 1-19 personer	1400	1600	1600	1780	2310	2700
Minimum 20 betalende personer	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Motorsykel, Scooter, Moped	200	220	220	230	310	410
Syssel / sykkeltilhenger	70	80	80	100	150	150

På nattseilinger er lugar obligatorisk

*Weekend: Avganger fredag – søndag

Kilde: Color Line 2006

Vedlegg II: Billettpriser Color Line Stavanger – Hirtshals 2006

Billettpriser:	01.01.-30.04. & 01.10.-31.12.		01.05.-15.06. & 14.08.-30.09.		16.06.-13.08.	
	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*
Per person per vei						
Voksen	190	260	280	320	440	480
Honnør / Student	95	130	140	160	440	480
Barn 4-15 år (barn under 4 år gratis)	95	130	140	160	220	240
Kjøretøypriser:	01.01.-30.04. & 01.10.-31.12.		01.05.-15.06. & 14.08.-30.09.		16.06.-13.08.	
Per vei	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*	Midtuke	Weekend*
Bilpakke / minigruppe, for inntil 5 personer og en personbil	750	1020	1020	1190	1600	1850
Campingvognpakke, inkl. en personbil og campingvogn (inntil 2,6 m høy / 5 m lang)	1440	1860	1860	2170	2740	3210
Bobilpakke (lengde inntil 5 m, høyde over 2,6 m)	1530	1850	1850	2120	2810	3170
Personbil, Van, bobil, Campingvogn, tilhenger, båthenger, MC m/sidevogn (inntil 2 m høy / 5 m lang)	280	370	320	390	500	650
Tillegg for høyde inntil 2,3 m	210	250	250	260	270	300
Tillegg for høyde inntil 2,6 m	460	520	520	590	640	710
Tillegg for høyde over 2,6 m	780	830	830	930	1210	1320
Tillegg for lengde per påbegynte meter over 5 m	160	160	160	160	220	270
Buss (lengde inntil 14 m) 1-19 personer	1180	1310	1310	1480	1930	2240
Minimum 20 betalende personer	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
Motorsykel, Scooter, Moped	170	180	180	190	260	340
Sykkel / sykkeltilhenger	60	70	70	80	130	130

*Weekend: Torsdag kl 1645 – Søndag kl 1745.

Kilde: Color Line 2006

Vedlegg III: Lugarpriser Color Line Norge – Danmark 2006

Lugarpriser per seng per vei				
Kat.	Lugarbeskrivelse	Utdypende:	01.01.-15.06. & 14.08.-31.12.	16.06.-13.08.
	Liggestol	-	-	50
	2-sengs couchette	Kun Christian IV	60	80
*	4-sengs innv. lugar m/vask under bildekk	Kun Prinsesse Ragnhild	60	80
*	2-sengs innv. lugar m/vask under bildekk	Kun Prinsesse Ragnhild	60	80
**	4-sengs innv. lugar d/wc under bildekk	-	110	160
**	3-sengs innv. lugar d/wc under bildekk	-	150	200
**	2-sengs innv. lugar d/wc under bildekk	-	190	270
**	4-sengs innv. lugar d/wc	-	150	180
**	3-sengs innv. lugar d/wc	-	190	230
**	2-sengs innv. lugar d/wc	-	250	350
**	2-sengs innv. lugar d/wc	Kun Christian IV	250	280
**	4-sengs utv. lugar d/wc	-	190	230
**	3-sengs utv. lugar d/wc	-	210	280
**	2-sengs utv. lugar d/wc	-	300	430
**	2-sengs utv. lugar d/wc	Kun Christian IV	300	300
**	3-sengs utv. lugar d/wc	For rullestolbrukere	210	280
**	3-sengs utv. lugar d/wc	For rullestolbrukere	300	430
***	4-sengs innv. lugar d/wc	Kun Prinsesse Ragnhild	190	230
***	2-sengs innv. lugar d/wc	Kun Prinsesse Ragnhild	300	430
***	4-sengs utv. lugar d/wc	-	250	290
***	3-sengs utv. lugar d/wc	-	320	410
***	2-sengs utv. lugar d/wc	-	470	590
****	4-sengs utv. lugar d/wc*	Kun Christian IV	280	290
****	4-sengs utv. lugar d/wc*	-	280	350
****	3-sengs utv. lugar d/wc*	-	380	460
****	2-sengs utv. lugar d/wc*	-	570	690
****	1-sengs utv. lugar*	Kun Prinsesse Ragnhild	770	890
*****	2-sengs utv. lugar*	Kun Prinsesse Ragnhild	670	790
*****	2-sengs luksuslugar*	Kun Prinsesse Ragnhild	770	890
*****	2-sengs luksuslugar m/balkong*	Kun Prinsesse Ragnhild	1000	1000
*****	2-sengs utv. lugar d/wc*	Kun Color Festival & Peter Wessel	1000	1000

* TV og minibar inkludert

På linjene mellom Norge og Danmark er prisene på lugar gitt separat fra billettpris.

På linjen Bergen / Stavanger – Hirtshals er lugar obligatorisk på nattseiling. Liggestol selges i perioden 16.06.-13.08. Daglugar 50 % rabatt

Kilde: Color Line 2006

Vedlegg IV: Billettpriser Fjord Line Norge – Hanstholm 2007

Billettpriser en vei		02.01.-29.12.		
Fra		Bergen	Haugesund	Egersund
Voksne	pris fra	100	80	40
Bil* & 1-5 personer	pris fra	395	345	245

Kjøretøypriser en vei	02.01.-29.12.
	Bergen / Haugesund / Egersund
Tillegg for bil med høyde over 2m	600
Lengdetillegg pr ekstra meter, lav bil*	100
Lengdetillegg pr ekstra meter, høy bil**	200
Busser:	
Minimum 20 betalende passasjerer	Inkludert
10-19 betalende passasjerer	2400
Mindre enn 10 betalende passasjerer	3200
Motorsykkel / Scooter / Moped	200
Sykkel	100

* Maks 5m lang og 2m høy

** Maks 6m lang

Kilde: fjordline.com o

Vedlegg V: Lugarpriser Fjord Line Norge – Hanstholm 2007

Lugaroversikt	Lugarkategori	02.01.-29.12.
Fjord Class Suite med dbl. seng og tv	Superior	1400
De luxe lugar med tv (dbl. seng el. twin.)	Superior	800
2 sengs utv. lugar med dusj/wc	Standard	400
2 sengs innv. lugar med dusj/wc	Standard	350
2 sengs handikaplugar med dusj/wc	Standard	400
3 & 4 sengs utvendig lugar med dusj/wc	Standard	250
2 sengs innv. lugar med dusj/wc	Standard	300
3 & 4 sengs innv. lugar med dusj/wc	Standard	150
2 sengs utv. lugar med dusj/wc	Economy	250
2 sengs innv. lugar med dusj/wc	Economy	150
Liggestol	Economy	50

Lugartillegg pr person, en vei. Alle lugarer er utstyrt med dusj/wc. Barn under 4 år som ikke skal ha egen seng, trenger ikke betale lugartillegg. Enkeltlugar = dobbel lugarpris (kun mulig på 2-sengs lugarer).

Kilde: fjordline.com o