

Marktanalyse Vaste Telephonie 2015-2018

Vragenlijst december 2013
Openbaar

Ons kenmerk: ACM/DTVP/2013/206487

Zaaknummer: 13.0784.36

Datum: 4 december 2013



Inhoud

1	Inleiding	3
1.1	Vragenlijst.....	3
1.2	Marktbesluit VT2012 is startpunt voor marktanalyse VT2015.....	4
1.3	Recente ontwikkelingen op huidig afgebakende retailmarkten	5
2	Marktafbakening	7
2.1	Marktafbakening retail	7
2.1.1	Uw productaanbod en algemene vragen.....	7
2.1.2	Enkelvoudige aansluitingen.....	8
2.1.3	Tweevoudige aansluitingen	10
2.1.4	Meervoudige aansluitingen.....	11
2.1.5	Telefonie over verschillende infrastructuren.....	11
2.1.6	Verkeersdiensten.....	12
2.1.7	Bundels PSTN en ISDN en aanbestedingen/tenders <i>[voor aanbieders van meervoudige aansluitingen, uiterlijk 31 januari 2014 opleveren]</i>	12
2.1.8	Mobiele telefonie en over-the-top-telefonie	13
2.1.9	Hosted voice diensten	14
2.1.10	Geografische markten	15
2.2	Marktafbakening Wholesale	15
3	Dominantieanalyse	16
3.1	Dynamiek op de markt.....	16
3.2	Uw positie vs. concurrenten.....	17
3.3	Aard van de concurrentie.....	18
3.4	Concurrentiedruk van buiten de markt	18
3.5	Analyse in afwezigheid van regulering	18
4	Mededingingsproblemen en verplichtingen	19



1 Inleiding

1.1 Vragenlijst

Dit document is een vragenlijst waarin de Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) u om informatie verzoekt voor het volgende marktanalysebesluit vaste telefonie voor de reguleringsperiode 2015-2018. Deze paragraaf bevat praktische informatie. In de volgende twee paragrafen gaat ACM in op het startpunt voor de marktanalyse en op recente marktontwikkelingen. Daarna volgen de vragen.

ACM verstuurt deze vragenlijst aan een aantal marktpartijen. Ook worden belanghebbenden in staat gesteld om via de website van ACM kennis te nemen van de vragen en deze te beantwoorden. ACM benadrukt dat de aangeschreven partijen in Tabel 1 verplicht zijn de voor hen relevante vragen te beantwoorden. ACM informeert deze partijen individueel op welke vragen ACM minimaal antwoord van hen verwacht. Deze partijen moeten **uiterlijk 10 januari 2014** antwoorden. Voor de vragen in paragraaf 2.1.7 kunnen partijen tot 31 januari 2014 de tijd nemen.

3/20

Aangeschreven partijen			
1	BT	9	Pretium
2	CAIW	10	Tele2
3	Colt	11	UPC
4	Delta	12	Verizon
5	Euronet	13	Voiceworks
6	KPN	14	Vodafone
7	MTTM	15	Ziggo
8	NLTM		

Tabel 1 Aangeschreven partijen

Vragen die uitsluitend zijn bedoeld voor bepaalde aanbieders, zijn gemarkeerd met een vetgedrukte tekst die aangeeft voor welke aanbieder(s) de vraag is bedoeld. Bij een aantal vragen wordt verwezen naar bijgevoegd Excelbestand voor de beantwoording. ACM verzoekt u verder uw antwoorden digitaal in PDF, Word of Excel aan te leveren met kopieerbare tekst.

ACM beschouwt uw antwoorden op de vragenlijst als openbaar, tenzij u expliciet aangeeft en motiveert dat een antwoord of document vertrouwelijke informatie bevat. De Wet openbaarheid van bestuur is hierbij het toetsingskader. ACM verzoekt u om vertrouwelijke passages in uw antwoorden of in de door u aangeleverde documenten duidelijk te markeren als **VERTROUWELIJK**. Als uw beantwoording vertrouwelijke passages bevat, verzoekt ACM u gelijktijdig een openbare versie op te leveren.

ACM stelt u vragen over onder meer product-, markt- en concurrentieontwikkelingen, uw gegevens hierover, uw strategie en over mededingingsproblemen en verplichtingen. Hierbij



vraagt ACM dat u uitgaat van de huidige reguleringssituatie, tenzij anders is aangegeven. Over verplichtingen ontvangen diverse partijen voorafgaand aan interviews in januari apart vragen ter voorbereiding.

Reacties op deze vragenlijst ontvangt ACM graag uiterlijk op 10 januari 2014 per e-mail via VT2015@acm.nl. Indien u vragen heeft over deze vragenlijst of over de marktanalyse vaste telefonie, dan kunt u via dit e-mailadres of telefonisch contact opnemen met Judy Senior (070 – 722 2769) of Kevin Wood (070 – 722 2883).

1.2 Marktbesluit VT2012 is startpunt voor marktanalyse VT2015

ACM heeft op 1 mei 2012 het marktanalysebesluit Vaste Telefoonie genomen (hierna: marktbesluit VT2012)¹. Op grond van de Tw is ACM verplicht om binnen drie jaar de relevante markten opnieuw te onderzoeken en een besluit te nemen over het in stand houden, intrekken of wijzigen van de verplichtingen die in het marktanalysebesluit zijn opgelegd aan de partij met aanmerkelijke marktmacht. Concreet gaat het om de huidige verplichtingen aan KPN voor Wholesale Line Rental van traditionele telefonieaansluitingen PSTN/ISDN en Carrier (Pre)Selectie voor telefonieverkeersdiensten.

In de marktanalyse VT2015 onderzoekt ACM de markten voor vaste telefonie opnieuw. In het marktbesluit VT2012 heeft ACM geconcludeerd dat de retail productmarkt voor vaste telefonie uiteen viel in drie relevante productmarkten en dat de concurrentiesituatie op deze markten verschilde. ACM onderzocht hierbij asymmetrisch vanuit de traditionele diensten PSTN, ISDN1/2 en ISDN15/20/30 wat de marktafbakening was. ACM concludeerde dat VoB wel een substituut was voor PSTN en ISDN1/2, maar geen substituut vormde voor ISDN15/20/30. ACM concludeerde verder dat telefonie als onderdeel van een bundel ook tot deze markten behoorde. Mobiele telefonie en over-the-top-internettelefonie (hierna: OTT) maakten geen onderdeel uit van de relevante productmarkten. Voor een verder onderscheid naar aparte relevante markten gespecificeerd naar afnemersgroep (zakelijke afnemers en consumenten) of naar productspecificatie (gecombineerde vraag naar verschillende typen aansluitingen) was geen aanleiding.

ACM heeft in het marktbesluit VT2012 de volgende drie relevante retailmarkten afgebakend:

- de nationale retailmarkt voor enkelvoudige gesprekken (PSTN/VoB1-aansluiting en het verkeer hierover);
- de nationale retailmarkt voor tweevoudige gesprekken (ISDN1/2/VoB2-aansluitingen en het verkeer hierover); en
- de nationale retailmarkt voor meervoudige gesprekken (ISDN15/20/30-aansluitingen en het verkeer hierover).²

¹ Besluit van 1 mei 2012 met kenmerk: OPTA/AM/2012/201189.

² Het cijfer geeft het aantal gelijktijdig te voeren gesprekken weer.



Op wholesaleniveau heeft ACM de volgende relevante markten afgebakend, die een afspiegeling vormen van de retailmarkten:

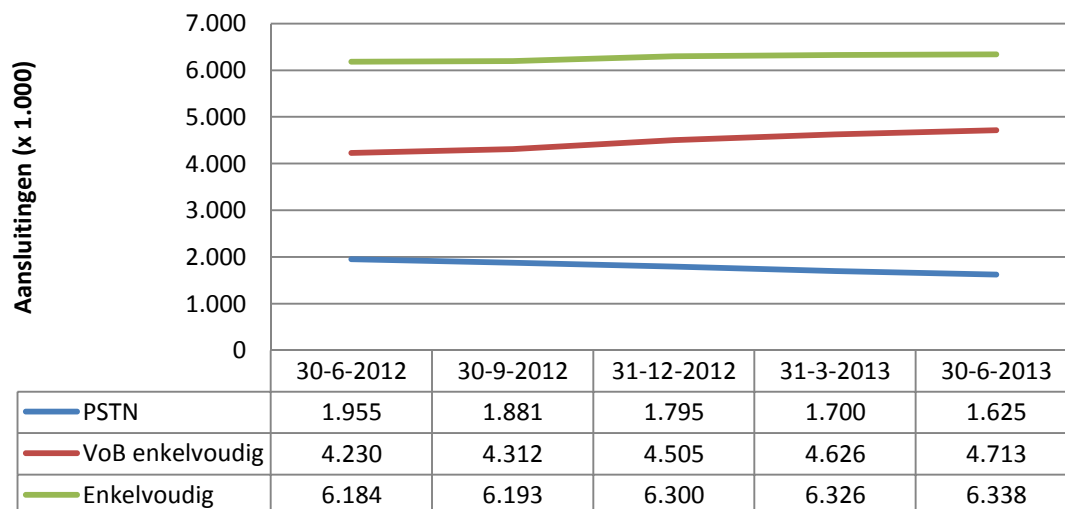
- de nationale wholesalemarkt voor enkelvoudige gespreksdiensten;
- de nationale wholesalemarkt voor tweevoudige gespreksdiensten; en
- de nationale wholesalemarkt voor meervoudige gespreksdiensten.

De wholesalemarkt voor gespreksdoorgifte en de wholesalemarkt voor vaste en mobiele gespreksafgifte zijn in andere marktanalysebesluiten geanalyseerd. Deze markten bevatten wholesalediensten die gebruikt worden als bouwstenen voor vaste telefonie. Andere wholesalemarkten voor bouwstenen die van belang zijn voor vaste telefonie zijn ontbundelde toegang tot het aansluitnet, actieve hoge kwaliteit breedbandtoegang, huurlijnen en lage kwaliteit breedband toegang.

1.3 Recente ontwikkelingen op huidig afgebakende retailmarkten

Om een beter beeld van de ontwikkelingen binnen de drie afgebakende retailmarkten te krijgen is ACM per medio 2012 overgestapt op een productgerichte uitvraag in de Telecommonitor. Hierdoor is het nu mogelijk om ontwikkelingen op deze afgebakende retailmarkten voor een jaar weer te geven. Onderstaande figuren geven een beeld van de voornaamste ontwikkelingen. Om trends te kunnen tonen is in de openbare rapportages tot nu toe vastgehouden aan de marktafbakeningen in het besluit van 2008. Vanaf 2013Q4 zal ACM trends op basis van de huidige afbakeningen in de openbare rapportages publiceren.

Op de markt voor enkelvoudige gesprekken zet de mate van digitalisering door volgens verwachting (74%, Q2 2013). De markt neemt in omvang licht toe. De verhoudingen binnen de markt zetten zich grotendeels door conform verwachtingen in het marktbesluit VT2012. Het marktaandeel van alternatieve aanbieders, die deels of geheel hun diensten aanbieden via het netwerk van KPN, is echter licht gekrompen.



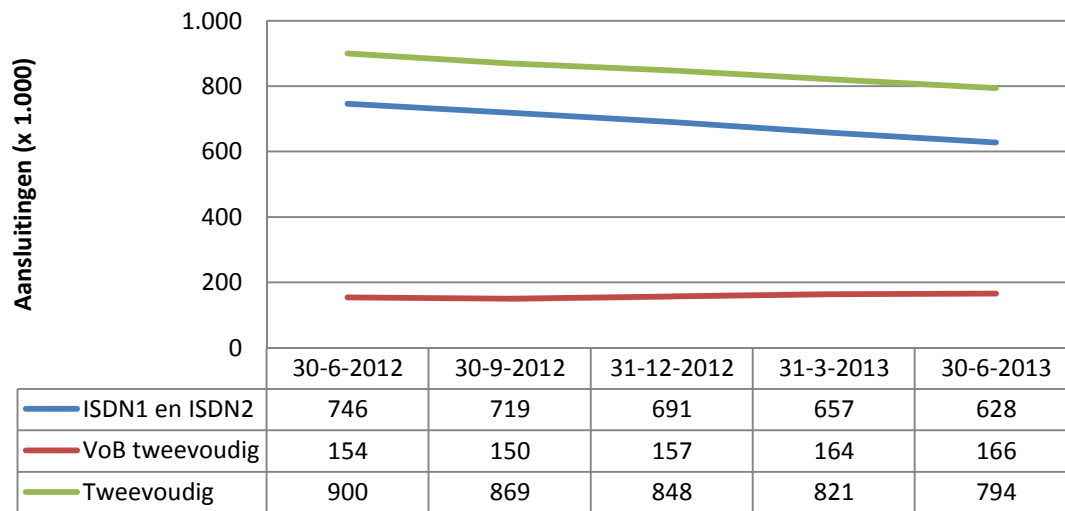
Figuur 1 - Retailmarkt voor enkelvoudige gesprekken



	30-6-2012	30-9-2012	31-12-2012	31-3-2013	30-6-2013
KPN	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]	[45-50%]
Kabelaanbieders	[35-40%]	[35-40%]	[40-45%]	[40-45%]	[40-45%]
Alternatieve aanbieders	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[10-15%]	[5-10%]

Tabel 2 - Verhoudingen op retailmarkt voor enkelvoudige gesprekken

De markt voor tweevoudige gesprekken neemt sterk in omvang af, door een dalend aantal eindgebruikers met ISDN1/2 dat niet wordt gecompenseerd door groei van VoB. Digitalisering neemt toe (21%, Q2 2013). Ook hier ontwikkelen de verhoudingen binnen de markt zich conform verwachtingen. KPN behoudt haar sterke positie op de markt voor tweevoudige gesprekken.

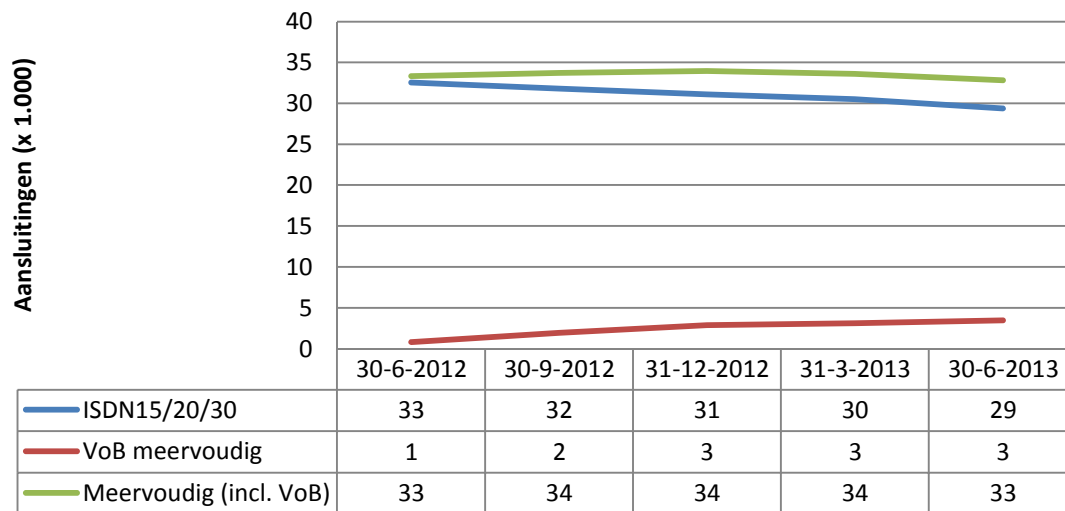


Figuur 2 - Retailmarkt voor tweevoudige gesprekken

	30-6-2012	30-9-2012	31-12-2012	31-3-2013	30-6-2013
KPN	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]	[85-90%]
Kabelaanbieders	[0-5%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Alternatieve aanbieders	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]

Tabel 3 - Verhoudingen op retailmarkt voor tweevoudige gesprekken

Ook de markt voor meervoudige gesprekken neemt in omvang af. Alternatieve aanbieders winnen licht marktaandeel. ACM concludeerde in het marktbesluit VT2012 dat ISDN15/20/30-aansluitingen nog in onvoldoende mate door afnemers werden uitgewisseld met VoBn, door lagere kwaliteit en relatief hoge overstapdrempels. Het afgelopen jaar ziet ACM een toename van dit aantal digitale meervoudige aansluitingen, weergegeven in figuur 3.



Figuur 3 - Retailmarkt voor meervoudige gesprekken en ontwikkeling Vob meervoudig

7/20

	30-6-2012	30-9-2012	31-12-2012	31-3-2013	30-6-2013
KPN	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]	[60-65%]
Kabelaanbieders	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]	[5-10%]
Alternatieve aanbieders	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[30-35%]

Tabel 4 – Verhoudingen op retailmarkt voor meervoudige gesprekken (ISDN15/20/30)

ACM onderzoekt momenteel de ontwikkeling van IP-based telefoniediensten zoals hosted voice en/of managed voice en op welke segmenten dit impact heeft. Hierover heeft ACM met diverse partijen gesproken en stelt ACM u in paragraaf 2.1.9 vragen.

2 Marktafbakening

2.1 Marktafbakening retail

Een belangrijke stap in een marktanalyse is de afbakening van de relevante markt. De relevante markt bestaat uit een relevante productmarkt en een relevante geografische markt. De relevante productmarkt omvat alle producten en/of diensten die op grond van hun kenmerken, prijzen en het gebruik waarvoor zij zijn bestemd, door de eindgebruiker als onderling verwisselbaar worden beschouwd. De relevante geografische markt is het gebied waarbinnen de betrokken ondernemingen een rol spelen in de vraag naar en het aanbod van diensten, waarbinnen de concurrentievoorwaarden voldoende homogeen zijn.

2.1.1 Uw productaanbod en algemene vragen

1. Specificeer in bijgevoegd Excelbestand per type aansluiting voor vaste telefonie (PSTN, ISDN1/2/15/20/30, Vob1/2/n) dat u aanbiedt, van uw meest verkochte vaste telefoniediensten de gevraagde kenmerken.



2. **[KPN]** Heeft u uitgewerkte plannen om commercieel dan wel technisch PSTN- en/of ISDN-diensten (lokaal) uit te faseren? ACM verzoekt u om interne besluitvormingstukken waar dit uit blijkt.
3. Heeft u kwantitatief onderzoek naar overstappedrag in vaste telefoniediensten, het effect van een prijsverhoging op overstappedrag van bepaalde typen telefonieaansluitingen en/of exit analyses van overstappende klanten? ACM verzoekt u deze te overleggen.
4. **[Aanbieders die hun prijzen hebben verhoogd of verlaagd in 2012 of 2013]** Wat was de reactie van uw afnemers op uw prijsverhogingen in termen van (extra) overstap? Geef als bekend per prijsverhoging en producttype aan of overstap plaatsvond naar eigen diensten of andere aanbieders, naar welk type aansluiting en hoe snel. Geef voor prijsverlagingen aan hoeveel (extra) klanten u won en/of behield.
5. Heeft u redenen om te stellen dat het onderscheid in drie relevante productmarkten naar aantal gelijktijdige gesprekken voor de periode 2015-2018 niet langer zal gelden? Onderbouw uw antwoord zoveel mogelijk kwantitatief aan de hand van feiten en verwachtingen over prijzen, functionaliteiten en overstappedrag.
6. In hoeverre zijn er in 2012 en 2013 veranderingen geweest in de vraag naar capaciteit (aantal gelijktijdige gesprekken) en kwaliteit onder consumenten of zakelijke afnemers? Beschrijf en onderbouw deze zo concreet mogelijk.
7. a) Zijn er bepaalde typen aansluitingen die ACM tot de relevante productmarkten heeft gerekend, die in 2015-2018 niet langer hiertoe behoren?
b) Zijn er bepaalde typen aansluitingen die ACM niet tot de relevante productmarkten heeft gerekend, die in 2015-2018 wel hiertoe behoren?
Onderbouw dit en specificeer dit naar enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

2.1.2 Enkelvoudige aansluitingen

8. **[KPN]** KPN heeft per 1 januari 2013 verkeerstarieven voor BelBasis verhoogd. KPN heeft per 1 augustus 2013 de abonnementstarieven voor BelBudget, Belvrij-Weekend en Belvrij-Avond en Weekend verhoogd.
 - a) Waarom heeft KPN deze verhogingen ingevoerd? In hoeverre verwachtte KPN dat klanten door deze prijsverhoging zouden overstappen, naar eigen diensten of andere aanbieders? Overleg de interne besluitvormingstukken waar dit uit blijkt.
 - b) Wat was de reactie van uw klanten op deze prijsverhogingen in termen van (extra) overstap?



9. **[UPC]** Per 1 januari 2014 voert UPC verkeerstarieven in voor verkeer dat tot nu toe inbegrepen was. Waarom voert UPC deze prijsverhoging in? In hoeverre verwacht UPC dat klanten door deze prijsverhoging overstappen, naar eigen (flat fee) diensten of andere aanbieders? Overleg de interne besluitvormingstukken waar dit uit blijkt.
10. Op welke wijze differentieert u eventueel PSTN- en Vob1-diensten bedoeld voor zakelijke gebruikers ten opzichte van consumenten? Onderbouw dit aan de hand van kwaliteit, prijs, functionaliteit en beschikbaarheid.
11. In hoeverre kunt u PSTN-aansluitingen voor zakelijke afnemers (vooraf) onderscheiden van PSTN-aansluitingen voor consumenten? Op basis van welke kenmerken?
12. Specificeer in het bijgevoegde Excelbestand hoeveel van uw PSTN- en Vob1-aansluitingen consument of zakelijk was eind Q3 2013 en hoeveel zakelijke klanten dit betrof.
13. Onderbouw het volgende zo mogelijk met feiten en onderzoek:
 - a) In hoeverre is er duurzaam sprake van een 'gebonden' groep PSTN-klanten die onafhankelijk van prijsverhogingen niet overstapt naar (een bundel met) digitale telefonie?
 - b) Hoe zijn deze klanten of aansluitingen te onderscheiden van overige? (bijv. alarminstallatie, signaleringsfunctie, inert, zakelijk, kwaliteitseisen, geen behoefte aan internet of televisie)
 - c) Wat was de omvang van deze groep in termen van aansluitingen medio 2013 en wat zal deze naar uw verwachting eind 2014, 2016 en 2018 zijn.
14.
 - a) Overleg uw interne verwachtingen voor de migratie van PSTN naar Vob of IP-based telefonie en voor de vraag naar losse telefoniediensten versus in bundels met andere diensten.
 - b) In hoeverre oefenen enkelvoudige telefoniediensten in bundels prijsdruk uit op losse telefoniediensten tot en met 2018? Onderbouw dit zo mogelijk met feiten over prijs, kwaliteit en overstap en interne strategische documenten.
15. Welk deel van uw Vob1-aansluitingen is het afgelopen jaar nooit gebruikt voor inkomende of uitgaande gesprekken? Overleg daarover interne informatie en als u die heeft, marktbrede informatie.



2.1.3 Tweevoudige aansluitingen

16. **[KPN]** KPN heeft per 1 augustus 2012 het abonnementstarief voor Zakelijk BelBasis ISDN2 verhoogd en enkele verkeerstarieven verlaagd.
- Waarom heeft KPN deze verhoging ingevoerd? In hoeverre verwachtte KPN dat klanten door deze prijsverhoging zouden overstappen? Overleg de interne besluitvormingstukken waar dit uit blijkt.
 - Wat was de reactie van uw klanten op deze prijsverhogingen in termen van (extra) overstap?
17. Op welke wijze differentieert u ISDN1/2- en Vob2-diensten bedoeld voor zakelijke gebruikers ten opzichte van consumenten? Onderbouw dit aan de hand van kwaliteit, prijs, functionaliteit en beschikbaarheid.
18. In hoeverre kunt u ISDN1/2-aansluitingen voor zakelijke afnemers (vooraf) onderscheiden van ISDN1/2-aansluitingen voor consumenten? Op basis van welke kenmerken?
19. Specificeer in het bijgevoegde Excelbestand hoeveel van uw ISDN1-, ISDN2- en Vob2-aansluitingen consument en zakelijk was eind Q3 2013 en hoeveel zakelijke klanten dit betrof.
20. a) Specificeer in het bijgevoegde Excelbestand voor zover mogelijk of uw ISDN2-klanten, die in 2013 de dienst hebben opgezegd, overstapten naar een andere retailaanbieder of merk en of zij daarbij 1, 2 of geen nummers wilden behouden.
- b) Geef voor zover bekend aan naar welk type diensten uw ISDN2-klanten overstapten. Gebruik daarbij zover mogelijk definities van producttypen zoals gebruikt in de Telecommonitor: PSTN, ISDN1/2/15/20/30, Vob1/2/n. Mocht er overstap zijn naar andere diensten, specificeer dit. Mocht er een verschil zijn naar verschillende klantgroepen, specificeer dit.
21. Onderbouw het volgende zo mogelijk met feiten en onderzoek:
- In hoeverre is er duurzaam sprake van een 'gebonden' groep ISDN1/2 klanten die onafhankelijk van prijsverhogingen niet overstapt naar digitale telefonie?
 - Hoe zijn deze klanten of aansluitingen te onderscheiden van overige?
 - Wat was de omvang van deze groep in termen van aansluitingen medio 2013 en wat zal deze naar uw verwachting eind 2014, 2016 en 2018 zijn.
22. a) Overleg uw interne verwachtingen voor de migratie van ISDN1/2 naar Vob of IP-based telefonie en voor de vraag naar losse telefoniediensten versus in bundels met andere diensten.
- b) In hoeverre oefenen tweevoudige telefoniediensten in bundels prijsdruk uit op losse telefoniediensten tot en met 2018? Onderbouw dit zo mogelijk met feiten over prijs, kwaliteit en overstap en interne strategische documenten.



2.1.4 Meervoudige aansluitingen

23. **[KPN]** KPN heeft per 1 augustus 2012 de abonnementstarieven voor Zakelijk BelBasis ISDN15/20/30/30Cityphone verhoogd en enkele verkeerstarieven verlaagd.
- Waarom heeft KPN deze verhoging ingevoerd? In hoeverre verwachtte KPN dat klanten door deze prijsverhoging zouden overstappen? Overleg de interne besluitvormingstukken waar dit uit blijkt.
 - Wat was de reactie van uw klanten op deze prijsverhogingen in termen van (extra) overstap?
24. Specificeer in het bijgevoegde Excelbestand hoeveel ISDN15/20/30- en Vobn-aansluitingen u eind Q3 2013 leverde en hoeveel klanten dit in totaal betrof.
25. Geef voor zover bekend aan naar welke diensten uw ISDN15/20/30-klanten overstapten in 2013. Gebruik daarbij zover mogelijk definities van producttypen zoals gebruikt in de Telecommonitor: PSTN, ISDN1/2/15/20/30, Vob1/2/n. Mocht er overstap zijn naar andere diensten, specificeer dit. Mocht er een verschil zijn naar verschillende klantgroepen, specificeer dit. Geef ook aan of overstap naar een andere retailaanbieder of merk plaatsvond.
26. Onderbouw het volgende zo mogelijk met feiten en onderzoek:
- In hoeverre is er duurzaam sprake van een 'gebonden' groep ISDN15/20/30 klanten die onafhankelijk van prijsverhogingen niet overstapt naar digitale telefonie?
 - Hoe zijn deze klanten of aansluitingen te onderscheiden van overige?
 - Wat was de omvang van deze groep in termen van aansluitingen medio 2013 en wat zal deze naar uw verwachting eind 2014, 2016 en 2018 zijn.
27. a) In hoeverre is VoB-meervoudig een substituut voor ISDN15/20/30-aansluitingen? Onderbouw dit zo mogelijk kwantitatief aan de hand van feiten over prijs, functionaliteit, kwaliteit en overstapedrag.
- b) Overleg uw interne verwachtingen voor de migratie van ISDN15/20/30 naar Vob of IP-based telefonie en de vraag naar losse telefoniediensten versus in bundels met andere diensten.
- c) In hoeverre oefenen meervoudige telefoniediensten in bundels prijsdruk uit op losse telefoniediensten tot en met 2018? Onderbouw dit met feiten over prijs, kwaliteit en overstap, onderzoeken en interne strategische documenten.

2.1.5 Telefonie over verschillende infrastructuren

ACM stelde in het marktbesluit VT2012 vast dat de telefoniediensten geleverd via kopernetwerken, glasvezelnetwerken en kabelnetwerken tot dezelfde relevante markt behoren. Bij zowel zakelijke afnemers als consumenten bleek de onderliggende infrastructuur van hun vaste telefoniediensten een beperkte rol te spelen.



28. Heeft u redenen om te stellen dat voor de periode 2015-2018 een onderscheid in vaste telefoniediensten naar onderliggende infrastructuur ontstaat, waardoor deze niet langer een substituuat voor elkaar vormen? Onderbouw uw antwoord kwantitatief aan de hand van feiten over prijs, functionaliteit en overstap en verwachtingen hierover.
29. **[Indien u telefonie aanbiedt via verschillende vaste infrastructuren]** In hoeverre differentieert u uw tarieven voor vaste telefonie via verschillende infrastructuren? Waarom?

2.1.6 Verkeersdiensten

ACM heeft in het marktbesluit VT2012 alle verkeersdiensten tot de relevante markt gerekend, met uitzondering van internationaal verkeer, het verkeer naar informatienummers (0800/090x) en het verkeer naar persoonlijke assistentiediensten (084/087).

30. a) Zijn er verkeersdiensten die ACM tot de relevante productmarkten vaste telefonie heeft gerekend, die volgens u in 2015-2018 niet langer tot de relevante productmarkten gerekend moeten worden? Onderbouw uw antwoord.
- b) Zijn er verkeersdiensten die ACM niet tot de relevante productmarkten vaste telefonie heeft gerekend, die volgens u in 2015-2018 wel tot de relevante productmarkten gerekend dienen te worden? Onderbouw uw antwoord.
31. Wat zijn uw verwachtingen voor vaste verkeersvolumes tot en met 2018? Onderbouw dit.
32. Welke informatie heeft u over hoe consumenten en/of zakelijke afnemers verkeerstarieven of flat fee abonnementen meewegen in hun keuze voor een aanbieder? Overleg deze.

2.1.7 Bundels PSTN en ISDN en aanbestedingen/tenders *[voor aanbieders van meervoudige aansluitingen, uiterlijk 31 januari 2014 opleveren]*

ACM stelde in het marktbesluit VT vast dat er geen aanleiding is om een aparte productmarkt af te bakenen voor de gecombineerde vraag naar verschillende aansluitingen (bijv. PSTN in combinatie met ISDN30) ten behoeve van het aansluiten van meerdere bedrijfsvestigingen (multi-site) of een enkele grotere bedrijfsvestiging (single-site). Een bundel van deze diensten betreft nu diensten uit verschillende markten, waarvoor verschillende wholesale verplichtingen gelden.

De volgende vragen zijn gericht op publieke aanbestedingen of vergelijkbare commerciële procedures voor de levering van vaste telefoniediensten waarbij minimaal één meervoudige aansluiting ISDN15/20/30 en/of VoB werd gevraagd vanaf 1 januari 2012 tot heden (*hierna: opdrachten*).

33. Heeft u meegeboden op opdrachten? Zo ja, op welke opdrachten en wat was de financiële omvang van uw aanbod?



34. Op welke soort opdrachten heeft u niet meegeboden en waarom niet?
35. Welke opdrachten waarop u heeft geboden zijn aan u gegund? Als de opdracht niet aan u is gegund, aan welk bedrijf wel?
36. In hoeveel van de opdrachten werden als onderdeel van de klantvraag PSTN-, ISDN1/2- of Vob1/2-diensten gevraagd? Specificeer dit per type aansluiting.
37. In hoeverre verzochten klanten in opdrachten specifiek om PSTN- en/of ISDN-diensten en willen zij geen Vob-aansluiting?
38. Voor welke elementen van opdrachten heeft u wholesalediensten bij KPN moeten inkopen of reserveren om op opdrachten te kunnen bieden? Welke wholesalediensten betrof dit?
39. Hoeveel van uw huidige klanten nemen gecombineerd PSTN- en ISDN-diensten van u af in één commercieel contract?

2.1.8 Mobiele telefonie en over-the-top-telefonie

ACM constateerde in het marktbesluit VT2012 dat er grote verschillen bestaan in functionaliteit, kwaliteit en prijs tussen vaste en mobiele telefoniediensten waardoor mobiele telefonie niet tot dezelfde markten behoorde als vaste telefonie. Ook constateerde ACM dat 'unmanaged' OTT-telefonie niet tot de markten behoort.

40. Zijn er ontwikkelingen op de markt voor enkel-, twee- of meervoudige gesprekken waardoor mobiele telefonie in 2015-2018 wel tot de relevante productmarkten voor vaste telefonie gerekend moet worden? Onderbouw dit zo mogelijk aan de hand van factoren zoals productkenmerken, prijs, kwaliteit en overstap. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
41. **[Mobiele aanbieders]** In hoeverre richt u uw mobiele telefonieaanbod en marketing in als substituuat voor of als aanvulling op vaste telefonieaansluitingen voor afnemers, nu en in 2015-2018? Welke diensten richt u als substituuat in? Onderbouw dit met interne besluitvormingstukken en specificeer dit naar enkel-, twee- of meervoudige vaste aansluitingen.
42. a) Welke informatie heeft u over (de ontwikkeling van) het aantal huishoudens dat geen abonnement voor vaste telefonie heeft? Overleg deze.
b) Welke informatie heeft u over (de ontwikkeling van) het aantal bedrijven en instellingen op een vaste locatie dat geen abonnement voor vaste telefonie heeft? Overleg deze.



43. Zijn er ontwikkelingen op de markt voor enkel-, twee- of meervoudige gesprekken waardoor OTT-telefonie in 2015-2018 wel tot de relevante productmarkten vaste telefonie gerekend zou moeten worden? Onderbouw dit zo mogelijk aan de hand van factoren zoals productkenmerken, prijs, kwaliteit en overstap. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
44. a) Welke informatie heeft u over (de ontwikkeling van) het aantal huishoudens dat OTT vanuit huis belt en welk volume dit naar vast en mobiel betreft? Overleg deze.
b) Welke informatie heeft u over (de ontwikkeling van) het aantal bedrijven en instellingen dat vanaf een vaste locatie OTT belt en welk volume dit naar vast en mobiel betreft? Overleg deze.

2.1.9 Hosted voice diensten

Het afgelopen jaar hebben verschillende telecomaandieners (zakelijke) hosted voice aanbieders gekocht³. Hosted voice is een telefoniedienst waarbij alle gesprekken plaatsvinden via een beveiligde IP-verbinding met een telefooncentrale in het netwerk van een aanbieder. De gebruiker hoeft niet meer te investeren in een centrale op een locatie.

45. Welke IP-based telefoniediensten biedt u aan? Benoem de diensten en lever daarvoor de commerciële productomschrijving op. Geef aan of het klassiek internet+bellen, hosted voice of SIP trunking betreft.
46. Geef per product aan of de kwaliteit van deze diensten volledig door u gegarandeerd kan worden (managed) en welke kwaliteit aansluitingen u daarvoor inkoopt (gegarandeerde verbindingen, zoals non overbooked of Variable Real Time, internet VPN, of best effort (OTT internet)).
47. Welke producten zijn gericht op consumenten en welke op zakelijke afnemers?
48. Over welke diensten binnen dit portfolio rapporteert u momenteel in de Telecommonitor en onder welke indicator?
49. Welke eenheid gebruikt u voor het rapporteren van het aantal aansluitingen voor deze diensten in de Telecommonitor (aantal VoIP-licenties, gebruikers/seats, afgenomen kanalen, locaties) en waarom is daarvoor gekozen?

³ KPN kocht in 2012 een belang in RoutIT (2012), Vodafone nam Telespectrum (2012) over, Tele2 Televersal (2012) en Ziggo Breezz (2011) en EspritXB (2013). Zelfstandige opererende hosted voice aanbieders zijn bijvoorbeeld SpeakUp en Voiceworks.



50. Vul voor zover mogelijk in het bijgevoegde Excelbestand de aantallen in per 30 september 2013 die u voor uw retail installed base IP-based portfolio rapporteert zowel op basis van VoIP licenties, gebruikers/seats als op basis van afgenomen kanalen.
51. Vul voor zover mogelijk in het bijgevoegde Excelbestand de aantallen in per 30 september 2013 die u via white label aanbieders verkoopt voor de installed base IP-based portfolio zowel op basis van VoIP licenties, gebruikers/seats als op basis van afgenomen kanalen.
52. Heeft u redenen om te stellen dat IP-based diensten die door u gegarandeerd kunnen worden (managed) niet tot de relevante retailmarkten voor (enkel-), twee- en meervoudige gesprekken behoren, nu of in 2015-2018? Onderbouw dit aan de hand van feiten over prijs, kwaliteit en overstap en interne documenten.
53. Heeft u redenen om te stellen dat IP-based diensten die door u niet gegarandeerd kunnen worden (unmanaged) wel tot de relevante retailmarkten voor (enkel-), twee- en meervoudige gesprekken behoren, nu of in 2015-2018? Onderbouw dit aan de hand van feiten over prijs, kwaliteit en overstap en interne documenten.
54. Als u onderzoek heeft laten uitvoeren naar de ontwikkeling van (zakelijk) hosted voice in Nederland in de periode tot en met 2018, overleg dit.

2.1.10 Geografische markten

In het marktbesluit VT2012 heeft ACM vastgesteld dat sprake is van één geografische markt bestaande uit heel Nederland, voor zowel enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

55. Heeft u redenen om te stellen dat voor de periode 2015-2018, anders dan tot nu toe, een duurzaam onderscheid ontstaat in concurrentievoorwaarden tussen geografische regio's of type locaties in Nederland, waardoor deze niet langer tot dezelfde markt behoren? Onderbouw uw antwoord kwantitatief aan de hand van feiten over prijs, functionaliteit en overstap en verwachtingen hierover.
56. In hoeverre differentieert u uw aanbod voor vaste telefoniediensten binnen Nederland naar geografie/locatie voor enkel-, twee- of meevoudige aansluitingen en waarom?

2.2 Marktafbakening Wholesale

In het marktbesluit VT2012 stelde ACM vast dat de wholesalemarkten een afspiegeling zijn van de retailmarkten.

57. Heeft u redenen om te stellen dat de wholesalemarkten voor enkel-, twee- en meervoudige gesprekken niet langer een afspiegeling vormen van de retailmarkten? Onderbouw dit.



58. In hoeverre zijn er of verwacht u nieuwe wholesale telefoniediensten of –bouwstenen die niet tot de huidige wholesalemarkt behoren?

59. **[Aanbieders actief via netwerken van derden]**

- a) In hoeverre is er substitutie tussen verschillende wholesale telefoniediensten of bouwsteen?
- b) Wat is bepalend voor uw keuze voor een bepaalde wholesale telefoniedienst of bouwsteen?

3 Dominantieanalyse

Voor de afgebakende relevante markten analyseert ACM in de dominantieanalyse of deze concurrerend zijn of dat er een risico bestaat dat één of meerdere ondernemingen beschikken over aanmerkelijke marktmacht in afwezigheid van (alle, of telefoniespecifieke) regulering. ACM verzoekt u bij uw beantwoording van de vragen in dit hoofdstuk uit te gaan van de huidige set aan regulering (incl. WLR/CPS), tenzij in de vraag anders is aangegeven.

3.1 Dynamiek op de markt

Deze vragen hebben betrekking op de dynamiek van de markt. Dynamiek op de markt kan bijvoorbeeld voortkomen uit ontwikkelingen in diensten, veranderingen in prijzen of prijsgedrag, en toetreding, uittreding of overnames van partijen.

60. Wat is uw strategie voor de komende vijf jaar op het gebied van vaste telefoniediensten? Ga hierbij in op uw productaanbod, klantgroepen, marktaandeelstellingen, prijs- en marketingstrategie, migratie van traditionele naar digitale diensten en bundeling met andere diensten. Onderbouw dit met strategische documenten en interne besluitvormingstukken. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

61. a) Op welke vaste telefonieproducten ervaart u de meeste concurrentiedruk?
b) Waarin uit zich dit?
c) Welke aanbieders beschouwt u als uw belangrijkste concurrenten voor deze producten? Onderbouw uw antwoord bijvoorbeeld met prijsontwikkelingen en overstapgedrag. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

62. Welke veranderingen heeft u de afgelopen twee jaar doorgevoerd in uw eigen dienstenportfolio (ontwikkelingen binnen diensten, introductie van nieuwe diensten, uitfasering van oude diensten) en bent u van plan om in de komende jaren door te voeren? Onderbouw uw plannen zo mogelijk met interne strategische stukken. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.



63. Welke veranderingen heeft u de afgelopen twee jaar waargenomen in het dienstenportfolio van uw concurrenten en wat verwacht u de komende jaren? Onderbouw dit zo mogelijk met onderzoek of interne strategische stukken. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
64. Welk effect verwacht u op de concurrentie in de markt van eventuele innovaties die u ziet op gebied van vaste telefonie? Onderbouw dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
65. Op welke manier bent u voornemens om tot en met 2018 te investeren in elektronische communicatienetwerken en –diensten ten behoeve van vaste telefoniediensten?
66. In hoeverre ervaren afnemers overstapdrempels voor telefoniediensten, die de concurrentie remmen? Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen. Beschrijf verschillen in overstapdrempels voor consumenten dan wel zakelijke afnemers.
67. In hoeverre verwacht u verdere consolidatie onder aanbieders van vaste telefoniediensten?

3.2 Uw positie vs. concurrenten

Deze vragen hebben betrekking op uw positie ten opzichte van uw concurrenten.

68. Hoe verhoudt uw productaanbod zich tot het aanbod van uw concurrenten? Biedt u bijvoorbeeld andere diensten dan concurrenten of zijn er verschillen in prijs of kwaliteit ten opzichte van het aanbod van andere partijen? Onderbouw waar mogelijk op basis van feiten en strategische documenten. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
69. a) In hoeverre ervaart u breedtenadelen of –voordelen ten opzichte van uw concurrenten in het aanbieden van vaste telefoniediensten? Hoe belangrijk is het bieden van een breed productportfolio vaste telefoniediensten en bundels met andere diensten voor uw concurrentiepositie?
b) In hoeverre zijn er belangrijke verschillen in verkoopkanalen tussen aanbieders? Onderbouw dit voor enkel-, twee en meervoudige aansluitingen.
70. a) In hoeverre ervaart u netwerkdekkingsnadelen of –voordelen ten opzichte van uw concurrenten in het aanbieden van vaste telefoniediensten? Hoe belangrijk is het om een landelijk aanbod te doen?
b) Waar biedt u geografisch telefoniediensten aan? Op welke type locaties? Beschrijf dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.



71. In hoeverre hebben kabelaanbieders en andere partijen met eigen aansluitnetwerken een concurrentienadeel ten opzichte van KPN? Onderbouw uw antwoord voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
72. Wat is het effect van enerzijds de uitrol van glasvezelnetwerken (FttH en FttO) en anderzijds de migratie naar digitale diensten op de concurrentiepositie van aanbieders op de markten? Onderbouw uw antwoord. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

3.3 Aard van de concurrentie

Deze vragen hebben betrekking op de aard van de concurrentie gezien vanuit het perspectief van de afnemer.

73. a) In hoeverre zijn retail afnemers van vaste telefoniediensten georganiseerd? In hoeverre hebben zij kopersmacht?
b) In hoeverre zijn wholesale afnemers van (bouwstenen voor) vaste telefoniediensten georganiseerd? In hoeverre hebben zij kopersmacht?
c) In hoeverre heeft u zelf kopersmacht als wholesale afnemer?

3.4 Concurrentiedruk van buiten de markt

Deze vragen hebben betrekking op concurrentiedruk van partijen of diensten buiten de markt.

74. In hoeverre verwacht u tot en met 2018 toetreding door nieuwe telefonieaanbieders? Onderbouw dit zo mogelijk met feiten of strategische documenten. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
75. In hoeverre ervaart u concurrentiedruk vanuit mobiele aanbieders en OTT-aanbieders? Onderbouw dit zo mogelijk met feiten of strategische documenten. Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

3.5 Analyse in afwezigheid van regulering

Deze vragen hebben betrekking op de hypothetische situatie waarin geen sprake is van regulering óf waarin sprake is van ontbundelde toegang en actieve toegang maar zonder WLR en C(P)S van KPN in 2015-2018. ACM moet namelijk eerst bepalen of de vaste telefoniemarkten aanleiding zijn om hoger gelegen, generieke regulering op te leggen. Daarna moet ACM bepalen of in aanwezigheid daarvan ook telefoniespecifieke regulering nodig blijft.



76. a) In hoeverre kunt u al uw diensten binnen uw hele verzorgingsgebied aanbieden in *afwezigheid van alle regulering*?
- b) In hoeverre kunt u al uw diensten binnen uw hele verzorgingsgebied aanbieden in *aanwezigheid van hoger gelegen regulering en afwezigheid van WLR/CPS*?
Specificeer dit voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
77. Voor welk deel van uw multi-site telefoniekanten maakt u gebruik van gereguleerde toegang (MDF, SDF, FttH, FttO, HKWBT/HL, WLR, CPS)? Specificeer dit per type toegang.
78. In hoeverre hebben aanbieders zonder eigen aansluitnetwerk in *afwezigheid van alle regulering*, mogelijkheden om tegen concurrerende voorwaarden toegang te krijgen tot de netwerken van andere aanbieders om vaste telefoniediensten te bieden in 2015-2018?
79. Welk effect heeft de *afwezigheid van alle regulering* op de concurrentiepositie van de verschillende marktpartijen en op uw positie in 2015-2018? Beschrijf dit zowel kwantitatief als kwalitatief voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.
80. Welk effect heeft de *afwezigheid* van WLR- en C(P)S-regulering en *aanwezigheid* van MDF, SDF, ODF-FttH, ODF-FttO, HKWBT/HL verplichtingen en commercieel beschikbare LKWBT op de concurrentiepositie van de verschillende marktpartijen en op uw positie in 2015-2018? Beschrijf dit zowel kwantitatief als kwalitatief voor enkel-, twee- en meervoudige aansluitingen.

4 Mededingingsproblemen en verplichtingen

81. Welke (potentiële) mededingingsproblemen bestaan er op de wholesalemarkten voor telefoniediensten van 2015-2018 in *afwezigheid* van de huidige telefoniespecifieke regulering (WLR/CPS) en *aanwezigheid* van ontbundelde toegang en actieve toegang verplichtingen (MDF, SDF, ODF-FttH, ODF-FttO, HKWBT/HL) en commercieel beschikbare LKWBT? Onderbouw dit zoveel mogelijk. Specificeer of dit enkel-, twee- of meervoudige diensten betreft.
82. Welke (potentiële) mededingingsproblemen bestaan er op de wholesalemarkten voor telefoniediensten in *aanwezigheid* van het totale huidige pakket aan *wholesaleregulering*? Specificeer en onderbouw dit.
83. In hoeverre zijn de (potentiële) mededingingsproblemen die u bij de vorige twee vragen aangeeft *naar hun aard* niet op wholesaleniveau op te lossen?
84. Welke (potentiële) mededingingsproblemen bestaan er op de retailmarkten voor telefoniediensten van 2015-2018 in *aanwezigheid* van het totale huidige pakket aan *wholesaleregulering*? Specificeer dit naar problemen die retail aanbieders ervaren of retail afnemers, of dit enkel-, twee- of meervoudige aansluitingen betreft en onderbouw dit.



Op basis van het marktbesluit VT2012 is KPN verplicht voor twee- en meervoudige aansluitingen voor gespreksopbouw naar informatienummers (0800 en 090x) tarieven onder de safety cap te leveren. Per 1 juli 2013 zijn alle aanbieders verplicht te voldoen aan artikel 5 van het Besluit Interoperabiliteit. Dat artikel bepaalt dat telefonieaanbieders voor bellen naar niet-geografische nummers geen tarieven mogen hanteren die hoger zijn dan het tarief naar geografische nummers.

85. Motiveer of zich in aanwezigheid van deze nieuwe wetgeving zonder de verplichting aan KPN in de komende reguleringsperiode een mededingingsprobleem voordoet.

Over de WLR/C(P)S verplichtingen stuurt ACM diverse partijen binnenkort vragen toe voorafgaand aan gesprekken. Mocht u informatie hebben over de noodzaak en werking van deze verplichtingen waarvan u vindt dat ACM die in haar analyse voor 2015-2018 moet betrekken, dan ontvangt ACM deze graag.

20/20