

Fornyings,- administrasjons- og
kirkedepartementet (FAD)

Postboks 8004 Dep

0030 Oslo

Norwegian Air Shuttle
Oksenøyveien 3
Postboks 115
N-1330 Fornebu Norway
Phone: +47 67 59 30 00
Telefax: +47 67 59 30 01
www.norwegian.no
post@norwegian.no
NO965 920 358 MVA

Fornebu 16. mai 2012

HØRING – FORBUDET MOT BONUSPROGRAM I INNENRIKS LUFTFART

1. INNLEDNING

Norwegian viser til departementets høringsbrev av 8. mars 2012 vedlagt Konkurransetilsynets notat av 3. februar 2012, "Evaluerings av grunnlaget for forskrift om forbud mot bonusopptjening i innenriks luftfart". Nedenfor følger våre merknader til Konkurransetilsynets vurderinger og anbefalinger.

Innledningsvis vil Norwegian peke på at konkurransen i norsk luftfart i dag fungerer godt. Etter SAS/Braathens-fusjonen i 2001 hadde "nye SAS" tilnærmet monopol i det norske innenriksmarkedet. Fra Norwegians etablering i 2002 med fire ruter, er det i dag konkurranse på 23 ruter. Som også påpekt av Konkurransetilsynet, ble rundt 10 millioner av totalt 13 millioner innenriksreiser i 2010 foretatt på ruter med konkurranse.

Som det også fremgår av Konkurransetilsynets figur inntatt på s. 23 i høringsnotatet, medførte Norwegians inntreden i markedet en markant nedgang i gjennomsnittlig pris per passasjer. Det fremgår videre av tilsynets notat at prisene deretter har blitt ytterligere redusert i takt med at Norwegian har blitt større. Norwegian vil også trekke frem følgende uttalelse fra TØI's reisevaneundersøkelse for 2010:

"På de fem relasjonene som har fått konkurranse siden 2007 har prisen falt med 22 prosent i forretningsmarkedet og 18 prosent i fritidsmarkedet. På de åtte relasjonene som hadde konkurranse i begge årene ble prisene redusert med fire prosent i forretningsmarkedet, mens det var en prisøkning på syv prosent i fritidsmarkedet."

En viktig premiss for Norwegians etablering i det norske innenriksmarkedet var muligheten til å konkurrere på like vilkår uten lojalitetsskapende elementer som bonusprogrammer. Nedenfor gir vi mer konkrete merknader til enkelthetene i Konkurransetilsynets vurdering av bonusprogrammenes konkurransebegrensende virkninger. Som det vil fremgå, mener Norwegian en gjeninnføring av bonusopptjening vil svekke konkurransen i det norske innenriksmarkedet. Forretningsreisende og bedriftene vil få dyrere reiser og særlig for næringslivet i

distriktene er dagens konkurranse og rimelige reiser et stort gode. En åpning for bonusprogram innenriks vil være et kraftig tilbakeskritt i forhold til det viktige arbeidet konkurransemyndighetene har gjort for å sikre konkurransen i det norske luftfartsmarkedet.

Norwegian er enig i Konkurransetilsynets vurdering av at SAS' forretningsmodell og medlemskap i Star Alliance medfører at SAS' EuroBonus er det mest attraktive bonusprogrammet. Norwegian's forretningsidé er å tilby rimelige punkt-til-punkt-reiser og selskapet er således ikke med i noen allianse. Norwegian vil derfor peke på at selv om det formelt her er tale om et generelt forskriftsregelverk, er det i realiteten spørsmål om å gjeninnføre SAS' EuroBonusprogram til fortrenghet for Norwegian og eventuelle andre flyselskaper som kan tenkes å etablere seg på det norske innenriksmarkedet. Myndighetene står således overfor et viktig politisk veivalg – skal en sikre fortsatt konkurranse i det norske innenriksmarkedet eller skal en ta beslutninger som vi allerede nå vet vil svekke konkurransen og gi forbrukerne et dårligere tilbud og høyere priser, jfr også Konkurransetilsynets vurderinger.

2. SÆRTREKK VED DET NORSKE LUFTFARTSMARKEDET

Norwegian vil innledningsvis peke på flere særtrekk i det norske innenriksmarkedet som underbygger viktigheten av å sikre fortsatt konkurranse. Det norske innenriksmarkedet er stort både i nordisk og europeisk sammenheng. Bosettingsmønsteret i Norge, med spredte bosetninger ut over hele landet, resulterer i et høyt antall flyreiser per innbygger sammenlignet med land det ellers er naturlig å sammenlikne seg med, for eksempel Sverige og Finland. Derfor er det heller ikke så relevant å sammenligne det norske markedet med det svenske og finske. Norwegian har etablert seg i disse markedene til tross for bonusopptjening, men det ville ikke vært mulig for et selskap som Norwegian å gjøre det samme i Norge hvor få, store aktører står for en særskilt høy andel av de reisende på enkeltruter.

Som Konkurransetilsynet påpeker i sitt høringsnotat, er det i Norge få alternativer til flytransport på lengre avstander. Norwegian vil i tillegg peke på at den norske topografien, med blant annet mye fjell og lange fjordarmer, gjør at bil og buss i store deler av landet ikke er noen reell konkurrent til fly selv på relativt korte avstander målt i luftlinje. I den nordligste delen av landet er heller ikke tog et alternativ. Dette øker viktigheten av en fungerende konkurranse i det norske luftfartsmarkedet.

Et annet særtrekk ved det norske markedet er den høye andelen FOT-ruter, hvor SAS-eide Widerøe har tilnærmet monopol. Slik anbudsinnbydelsene er utformet er det lite trolig at dette vil endres i nær fremtid. Som det vil fremgå nedenfor, har SAS allerede i dag en klar konkurransefordel av Widerøes posisjon på FOT-rutene. Det er vanskelig å finne andre markeder med samme særnorske situasjon hvor begge aktører på toppen er sterkt subsidiert av staten, den ene aktøren med anbudsrutene, den andre gjennom statlig eierskap og egne myndighetsbestemte ordninger for fellesskandinavisk samarbeid.

Mange av de mindre rutene på norsk innenriks preges av at det er noen få store aktører som står for en høy andel av reisevolumet. Flere av disse aktørene har historisk sett vært mindre prisfølsomme. I kombinasjon med innlåsningsmekanismene i et bonusprogram er det grunn til å tro at det ikke vil være mulig med to aktører på flere av disse rutene, noe som vil ha store konsekvenser for prisnivået.

3. GENERELLE MERKNADER KNYTTET TIL BONUSPROGRAMMENES KONKURRANSEBEGRENSENDE VIRKNINGER

Norwegian er enig med Konkurransetilsynet i at bonusprogrammer har konkurransebegrensende virkninger.

For det første fungerer bonusprogrammene "innlåsende" ved at de gir de reisende incentiver til å samle sine reiser hos ett flyselskap. Et bonusprogram reduserer for det første kundens incentiver til å søke i markedet etter alternativer. Videre gjør bonusprogrammene det vanskeligere å sammenlikne reelle priser mellom flyselskaper. Bonusprogrammene påfører således kunden økte *søkekostnader*.

Slik bonusprogrammene er utformet, påføres kunden dessuten en *byttekostnad* ved å velge et konkurrerende selskap. Årsaken er at kunden mister opptjening og dermed går glipp av private goder man ellers ville fått. Som påpekt av tilsynet vil en rasjonell kunde legge denne byttekostnaden til billettprisen fra konkurrerende selskap når alternativene vurderes. Konsekvensen av slike økte søke- og byttekostnader er redusert prisfølsomhet, redusert konkurranse og dermed økte priser på flyreiser.

Norwegian er videre enige med Konkurransetilsynet at den såkalte "suction"-effekten (størst innlåsnings effekter rundt de ulike poengtersklene) fortsatt er betydelig, på tross av redusert verdi av poeng og økt fleksibilitet i SAS EuroBonus (på utenlandsreiser) mht opptjening sammenliknet med tidligere. Dessuten, selv om det skulle være slik at økt fleksibilitet etc. førte til reduserte "suction"-effekter, vil det være slik at flyselskapene, ved en opphevelse av forbudet, står fritt til å tilpasse bonusprogrammet slik de selv ønsker. Det kan ikke være tvil om at hovedformålet med et bonusprogram er å skape kundelojalitet (så også anført av SAS ifm Konkurransetilsynets vedtak i 2002), og det er derfor nærliggende å tro at SAS, dersom det åpnes for bonusopptjening i det norske markedet, vil tilpasse poengopptjening, terskelverdier etc. med sikte på å gjøre programmet mest mulig lojalitetsskapende og innelåsende.

Bonusprogrammenes innlåsnings effekter er størst i forretningsreisesegmentet, hvor effekten av økte søke- og byttekostnader vil være betydelig. Dette skyldes såkalte prinsipal-agent-problemer, som drøftes særskilt nedenfor.

Forretningsreisende utgjør en svært viktig kundegruppe for flyselskapene, all den tid de står for en betydelig andel av inntektene. I den forbindelse er det viktig å være oppmerksom på at andelen C-klassepassasjerer på en gitt rute vil undervurdere andelen forretningsreisende på ruten. Dette skyldes at en stadig større andel av de forretningsreisende kjøper såkalte M-klassebilletter, mens vi ikke ser noen tilsvarende trend motsatt vei (svært få fritidsreisende kjøper C-klassebilletter). Norwegian er videre enig med Konkurransetilsynet i at den høye reisefrekvensen i Norge gjør bonusprogram mer attraktivt ved at de reisende raskere kan opptjene poeng og oppnå høyere medlemsnivå. SAS' mulighet til å justere innslagspunktet for gullkort og også på andre måter tilpasse bonusopptjeningen, vil redusere de reisendes mulighet til å dra nytte av medlemskap i flere bonusprogram på tross av hyppig reisefrekvens.

Norwegian vil i den forbindelse trekke frem at TØI's reisevaneundersøkelse for 2009, referert i Konkurransetilsynets høringsnotat, viser at reisende med ni innenriksreiser eller mer står for 38 % av reisene. Det er grunn til å tro at denne andelen passasjerer utgjør en betydelig høyere andel av flyselskapenes omsetning, all den tid andelen forretningsreisende med C-klassebilletter øker med reisefrekvens. På ruter med tynt passasjergrunnlag vil derfor selv en liten forskyvning av forretningsreisende kunne ha stor betydning for lønnsomheten på ruten. Som tilsynet påpeker, vil både opptjening og uttak av poeng favorisere selskapet med det største nettverket. Slik bonusprogrammene er lagt opp, vil den reisende ikke bare vurdere tilbudet på den aktuelle reisestrekningen, men også ta flyselskapenes øvrige destinasjoner med i vurderingen. Konkurransen foregår således ikke på enkeltruter. For en aktør med et mindre nettverk enn konkurrenten vil det således ikke være tilstrekkelig å tilby et marginalt bedre produkt for å tiltrekke seg kunder. Både SAS' medlemskap i Star Alliance og Widerøes dominans på kortbanenettet forsterker denne effekten ytterligere.

Norwegian er, som allerede nevnt, enig i Konkurransetilsynets vurdering av at SAS' forretningsmodell og medlemskap i Star Alliance medfører at SAS' EuroBonus er det mest attraktive bonusprogrammet. Norwegians forretningsidé er å tilby rimelige punkt-til-punkt-reiser og selskapet er således ikke med i noen allianse..

I tillegg til den omtalte innlåsingeffekten påfører bonusprogrammene flyselskapene kostnader, en kostnad som vil veltes over på kundene. Denne overveltningen vil dels skje gjennom redusert prisfølsomhet og incentiver til å kjøpe dyrere billetter på ruter med bonusopptjening, og dels i form av en omfordeling fra kunder med et høyt reisevolum (som har glede av et bonusprogram) til kunder med lavere reisevolum. Det vil være lettere for selskapene å tjene inn de økte kostnadene på ruter uten konkurranse. Norwegian er således av den klare oppfatning at en eventuell gjeninnføring av muligheten til bonusopptjening vil føre til høyere priser på samtlige ruter i Norge, også på ruter med bare én aktør inne. Som det fremgår nedenfor, vil derfor en delvis åpning for opptjening av bonuspoeng i praksis innebære en krysssubsidiering mellom henholdsvis ruter med og uten bonusopptjening. Norwegian vil i den forbindelse peke på at SAS har en høyere andel prisindifferente kunder og således bedre muligheter til å tjene inn denne kostnaden.

Norwegian vil også peke på bonusprogrammenes betydning som etableringshindring for nye aktører. Innlåsingeffekten fører, som påpekt av tilsynet, til at det ikke er tilstrekkelig for en ny aktør å tilby et marginalt bedre produkt enn selskapet med bonusprogram for at kundene skal velge den nye aktøren. I det norske luftfartsmarkedet i dag er det neppe grunn til å tro at det kommer en ny aktør som etablerer seg på hele det norske innenriksnettet. Bonusprogrammer gjør det imidlertid vanskelig for en ny aktør å etablere seg på enkeltruter, fordi den reisende da vil ta selskapenes samlede rutenett i betraktning ved valg av selskap på en gitt enkeltstrekning (selskapet med det største rutenettet vil gi bedre muligheter til poengopptjening, samtidig som verdien av opptjente poeng øker). Muligheten til slik delvis etablering ble for øvrig tillagt betydelig vekt av Konkurransetilsynet i 2002 da vedtaket mot SAS' bonusprogram ble fattet.

4. NÆRMERE OM PRINSIPAL-AGENT PROBLEMET

Som Konkurransetilsynet påpeker i sitt høringsnotat vil bonusprogrammer føre til såkalte "prinsipal-agent"-problemer. Muligheten til å tjene opp poeng privat reduserer

arbeidstakers incentiver til å gjøre kostnadseffektive reisebestillinger da kostnaden knyttet til å velge en dyrere billett belastes arbeidsgiver og ikke den reisende selv. For reisende som ikke betaler billetten selv, er det minimale kostnader knyttet til å være "bundet" til ett selskap. Dette innebærer at søke- og byttekostnadene får betydelig vekt, men også at man ikke trenger så store "premier" for å være lojal. Bedriften betaler da unødig mye for billetten, samtidig som pris mister sin betydning som konkurranseparameter i dette segmentet.

Norwegian er av den oppfatning at prinsipal-agent-problemene knyttet til bonusprogram fortsatt er betydelige og at bonusprogram således innebærer en ikke ubetydelig sløsing med ressurser, inkludert offentlige midler. Norwegian mener offentlige midler i størst mulig grad skal gå til å løse viktige samfunnsoppgaver som helse, omsorg og utdanning, og ikke til økte reisebudsjetter som følge av dyrere tjenestereiser.

Selv om de ansattes handlingsrom i prinsippet skulle være redusert gjennom retningslinjer fra arbeidsgiver, har Norwegian problemer med å se at hoveddelen av norske bedrifter har effektive kontrollrutiner for å følge opp retningslinjene. Videre kan det, slik påpekt av Steen og Sørgard, være vanskelig å overprøve den reisendes valg i ettertid, da reisebestillinger ofte gjøres kort tid før avreise etc. Som nevnt innledningsvis, er det også slik at en liten gruppe av store innkjøpere står for en stor andel av forretningsreisende i det norske innenriksmarkedet. Mye taler for at store virksomheter er mindre prisfølsomme enn mindre bedrifter, samtidig som det i store bedrifter kan være vanskelig å ha fungerende kontrollrutiner og oppfølging av de ansattes reisebestillinger.

5. KONSEKVENSER AV KONKURRANSETILSYNETS FORSLAG

Konkurransetilsynet anbefaler at det åpnes for bonusopptjening på de tre største rutene i Norge. En slik delvis åpning for bonusopptjening vil ha konkurransevridende effekter både på de rutene hvor bonusopptjening tillates, og mellom ruter med og uten bonusopptjening.

Som Konkurransetilsynet påpeker, vil en eventuell gjeninnføring av bonusopptjening på norske innenriksruter trolig føre til at selskapet med det mest attraktive bonusprogrammet (SAS), tiltrekker seg kunder på bekostning av selskap med mindre attraktive bonusprogram. I tillegg til de direkte prisdrivende effektene, som også tilsynet er oppmerksom på, vil dette gi Norwegian en betydelig konkurranseulempe ift SAS på ruter hvor bonusopptjening tillates. Norwegian vil i den forbindelse peke på at en åpning for bonusopptjening f.eks. vil gjøre det fullt mulig for SAS å tilby "dobbel opptjening" på disse rutene og således forsterke de konkurransevridende effektene i favør av SAS. Norwegian vil som følge av dette måtte redusere kapasiteten, som igjen gjør det enda vanskeligere å tiltrekke seg de forretningsreisende.

Som tidligere nevnt, vil en åpning for bonusopptjening på enkelte ruter også innebære en krysssubsidiering mot de øvrige rutene i det norske innenriksnettet. Innføring av bonusprogram vil som nevnt ha en kostnad, som flyselskapene vil måtte tjene inn igjen. I så måte er det nærliggende å anta at selskapene vil gjøre dette der konkurransen er svakest, f.eks. på monopolruter og ruter mellom Sør- og Nord-Norge. Etter vår oppfatning er det ikke rimelig at noen reisende skal få fordeler på bekostning av andre, basert på hvor man bor eller arbeider, som tilsynets forslag i praksis vil innebære.

Departementet ber i høringsbrevet spesifikt om høringsinstansenes synspunkter på spørsmålet om tilsynets anbefaling påvirker konkurransen mellom flyplasser generelt og på Østlandsområdet spesielt. Dette forholdet er, så vidt vi kan se, ikke berørt i tilsynets høringsnotat.

Samtlige av rutene omfattet av Konkurransetilsynet forslag starter/slutter i Oslo. For forretningsreisende fra Oslo vil valget av destinasjon være gitt ut fra behovet med reisen, og tilsynets forslag vil på kort sikt neppe føre til noen dreining av disses reisemønster i favør av Bergen, Stavanger og Trondheim på bekostning av andre norske byer. På lengre sikt er det imidlertid ikke utenkelig at muligheten til bonusopptjening kan ha en viss effekt på bedrifters etableringsmønstre. For fritidsreisende er det ikke utenkelig at reisemønsteret vil kunne påvirkes også på kort sikt.

Tilsynets forslag vil imidlertid kunne ha vesentlig større effekt for flyplassene i Østlandsområdet, både hva angår avreisende fra Oslo og reisende fra Bergen, Stavanger og Trondheim som skal til Oslo og omegn. Konkurransetilsynets forslag innebærer kun åpning for bonusopptjening på reiser fra hovedflyplassen på Gardermoen og ikke de andre flyplassene rundt Oslo; Rygge og Torp. Så vidt vi er kjent med, har Konkurransetilsynet ikke tatt endelig stilling til om Rygge og Torp inngår i det samme relevante geografiske markedet som Gardermoen. Etter vår oppfatning er det rimelig klart at dette vil være tilfellet for en stor andel av de reisende til/fra Oslo og omegn, herunder en viss andel av de forretningsreisende. Med Konkurransetilsynets forslag vil Rygge og Torp påføres en betydelig konkurranseulempe sammenliknet med Gardermoen. I så måte kan det være grunn til å påpeke at Gardermoen er statlig drevet gjennom Avinor, mens både Rygge og Torp er privatdrevne.

Norwegian vil også peke på andre utfordringer knyttet til tilsynets forslag. Slik vi leser høringsnotatet, legges det opp til en dynamisk regulering, mens det samtidig ikke sies noe om hvor ofte denne vurderingen skal foretas. Konkurransetilsynet uttaler at passasjergrunnlaget skal være det eneste kriteriet for å vurdere om bonusopptjening skal tillates. Samtidig uttales det eksplisitt både i høringsnotatet og tilsynets oversendelsesbrev til departementet at det er en forutsetning for unntak fra forskriften at det er flere aktører som konkurrerer på den aktuelle strekningen og at det er liten risiko for at flyselskapene vil redusere rutefrekvensen vesentlig. Etter vår oppfatning legger man her opp til en dynamisk regulering som vil gi opphav til stadig omkamp og politisk press. I den forbindelse er det grunn til å tro at det vil være mer krevende politisk å reversere endringer enn å unnlate å innføre dem.

En slik dynamisk regulering som tilsynets forslag legger opp til vil dessuten gjøre det svært vanskelig for selskapene å innrette seg, siden det vil være en betydelig usikkerhet knyttet til rammebetingelsene man opererer under. For eksempel vil det være ekstra kostbart for selskapene å etablere bonusprogrammer i det norske markedet om man etter relativt kort tid risikerer å måtte legge dem ned igjen.

6. AVSLUTTENDE MERKNADER

Som det fremgår ovenfor, er Norwegian enig med Konkurransetilsynet at bonusprogram har konkurransebegrensende virkninger. Selv et begrenset unntak fra forskriften vil føre til høyere flypriser og et dårligere tilbud til de reisende. Videre vil Konkurransetilsynets forslag innebære en krysssubsidiering mellom de rutene som

vurderes unntatt fra forskriften og de øvrige rutene, særlig ruter mellom Sør- og Nord-Norge.

Kravet om innføring av bonus i Norge kommer i all hovedsak fra én aktør, SAS. Å imøtekomme ønskene fra ett selskap på bekostning av forbrukerne og andre flyselskaper vil vi sterkt fraråde.

Det er ingen grunner for å gjøre politiske vedtak for å endre på noe som fungerer godt både for forbrukerne og for myndighetene som forvalter regelverket. Det foreligger verken et samfunnsøkonomisk behov eller noe behov i befolkningen generelt for opptjening av bonuspoeng på flyreiser. I skattemessig forstand er bonusreiser et område utenfor skattemyndighetenes kontroll, noe som også tilsier at myndighetene bør være varsomme med å legge til rette for enda flere bonusreiser med fly.

Norwegian er for øvrig enig med Konkurransetilsynet i at de øvrige rettslige vilkårene for et fortsatt forbud er tilstede, jf. Konkurransetilsynets notat "Videreføring av forskrift om forbud mot bonusprogrammer i innenriks luftfart – vurdering av vilkårene i konkurranseloven § 14" av 3. februar 2012.

I sitt høringsbrev synes departementet å legge opp til at det kan bli aktuelt å gå lengre enn Konkurransetilsynets forslag, ved å åpne for bonusopptjening på flere, endog samtlige norske innenriksruter. Konsekvensen av en mer omfattende fjerning av dagens forbud vil være et langt dårligere flytilbud og enda høyere billettpriser for de reisende enn med tilsynets forslag. Norwegian vil på det sterkeste fraråde en slik løsning.

Norwegian må til enhver tid allokere sine fly mest mulig kostnadseffektivt. En full opphevelse av dagens forbud vil føre til at Norwegian må revurdere hele sitt rutenett. Som også påpekt av Konkurransetilsynet er Norwegians lønnsomhet på de tynne rutene dårlig. Selv en liten forflytning av forretningsreisende i favør av SAS vil således kunne ha stor betydning for vår drift.

Reisende i Nord-Norge vil bli hardest rammet, fordi det er her Norwegian i størst grad blir tvunget til å redusere dersom SAS-konsernet skal gis enda bedre vilkår. Av våre nåværende ruter vil vi risikere å måtte trekke ned kapasitet på alle Nord-Norge-destinasjonene unntatt Evenes. Videre er både Molde, Haugesund og Kristiansand "tynne ruter", dvs. med relativt få avganger og passasjerer.

Innledningsvis pekte vi på SAS' konkurransefordel som følge av Widerøes' tilnærmede monopol på FOT-rutene. En stor andel av de reisende på FOT-rutene er såkalte gjennomgående passasjerer, dvs. de reiser videre på stamrutenettet. SAS' mulighet til å skreddersy rutetabeller slik at overgangen fra en FOT-rute til det øvrige nettet blir så sømløs som mulig. Denne innlåsing fra kortbanenettet er allerede en alvorlig konkurranseulempa for Norwegian. Konkurransetilsynet synes å anerkjenne dette, men mener samtidig at en ytterligere effekt gjennom bonusopptjening på stamrutene er begrenset. Norwegian er ikke enig i dette. Som det fremgår av tilsynets høringsnotat har Norwegian i dag en viss andel av disse passasjerene, om endog liten. Muligheten for å tjene bonuspoeng på den videre reisen på stamrutenettet vil etter vår oppfatning gjøre det helt umulig å tiltrekke oss disse reisende. Innlåsing fra kortbanenettet vil således bli ytterligere forsterket og

konkurransen ytterligere svekket, dersom det åpnes for bonusopptjening på ruter til/fra flyplasser med tilknytning til kortbanenettet.

SAS-konsernets dominans på FOT-rutene vil således innebære at Norwegian trolig må redusere sin kapasitet på både Bodø, Tromsø, Alta og Kirkenes, med de negative konsekvensene det vil ha for de reisende.

Norwegian vil anbefale at forskriften videreføres som i dag og det er vår klare anbefaling at departementet ikke under noen omstendighet går lengre enn Konkurransetilsynets forslag og vurderer å åpne for bonusprogrammer på enda flere ruter enn det som er foreslått av Konkurransetilsynet. En slik løsning vil både på kort og lang sikt ha betydelige konsekvenser for rutetilbudet innenriks i Norge, særlig i Nord-Norge.

Med hilsen

Bjørn Kjos
Administrerende direktør

Norwegian Air Shuttle ASA