

Oppdatert utdrag av analyse av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett

Høringsdokument - 14. mars 2024

Saksnummer 2109795

Høringsfrist 22. april 2024

4 Avgrensning av geografiske markeder

4.1 Stedlig virkeområde for avgrensning av geografiske markeder

364. Når de relevante produktmarkedene er definert, foretas en geografisk avgrensning av markedet, jf. Retningslinjene. Det relevante geografiske markedet kan defineres som det området hvor det aktuelle produktet tilbys på tilnærmet tilstrekkelig like eller homogene konkurransemessige betingelser. Geografiske markeder innen elektronisk kommunikasjon har tradisjonelt sett blitt definert med utgangspunkt i det aktuelle nettets utstrekning og stedlige virkeområde (jurisdiksjon) for den rettslige reguleringen av markedet.

365. Ekomloven gjelder forutsetningsvis for norsk landterritorium. Ifølge ekomloven § 1-3 første ledd gjelder den også for «norske skip og luftfartøy og for anlegg og innretninger av enhver art med tilknytning til petroleumsvirksomhet på kontinentalsokkelen eller for utnyttelse av fornybare energiresurser til havs innenfor havenergilovas virkeområde». Elektronisk kommunikasjon på norske skip og luftfartøy og innretninger for utnyttelse av fornybare energiresurser til havs antas å ha svært liten betydning for de markedsanalyser Nkom gjennomfører i henhold til ekomloven.

366. Elektronisk kommunikasjon på anlegg og innretninger med tilknytning til petroleumsvirksomhet på kontinentalsokkelen antas imidlertid å ha en viss betydning for markedsanalysene Nkom gjennomfører i henhold til ekomloven.

367. Ekomloven gjelder videre for Svalbard, Jan Mayen, bilandene og Antarktis. Dette følger av forskrift 4. juli 2003 nr. 882 om stedlig virkeområde for lov om elektronisk kommunikasjon vedrørende Svalbard, Jan Mayen, bilandene og Antarktis fastsatt med hjemmel i ekomloven § 1-3. For Svalbards vedkommende er det imidlertid gjort unntak for ekomloven kapittel 3 (sterk markedsstilling), kapittel 4 (tilgang) og § 9-3 (konsultasjonsprosedyre). Elektronisk kommunikasjon på Jan Mayen, bilandene og Antarktis antas å ha svært liten betydning for de markedsanalyser Nkom gjennomfører i henhold til ekomloven.

4.2 Vurdering av om markedet er nasjonalt

368. Grossistmarkedene for henholdsvis lokal og sentral tilgang til faste aksessnett har fram til nå vært ansett som nasjonale. Nkoms markedsanalyse fra 2018, som ligger til grunn for gjeldende regulering, omfattet en gjennomgang av geografiske forskjeller i ulike tilbyders nett og dekning, antall tilbydere i sluttbrukermarkedet og deres markedsandeler i ulike geografiske områder, og geografiske forskjeller i pris- og produkttilbud. Gjennomgangen viste den gang at det ikke var entydige forskjeller i de konkurransemessige betingelsene i sluttbrukermarkedet i stabile og klart avgrensede deler av landet som tilsa at det var nødvendig med en geografisk oppdeling av tilhørende grossistmarkeder.

369. Selv om Telenor fortsatt har et tilnærmet landsdekkende bredbåndstilbud basert på en kombinasjon av fibernett, HFC-nett og FTB, har avviklingen av kobbernettet ført til at konkurransesituasjonen i det norske bredbåndsmarkedet er mindre geografisk homogent i dag enn da Nkom konkluderte med at markedet var nasjonalt i gjeldende vedtak fra 2018.

370. Nasjonale, regionale og lokale tilbydere av fiberaksess er til stede i alle landets fylker, men aktørbildet (antall aktører og hvilke aktører som er til stede i større eller mindre grad) varierer både mellom fylkene, innad i hvert fylke og til dels også innad i enkeltkommuner. Flere fiberaktører har etablert fibernett på tvers av både kommune- og fylkesgrenser.

371. Parallelldekning av fiber på husstands nivå, i form av at mer enn én fiberutbygger har «homes passed»-dekning til en enkelt husstand, har historisk sett vært lite utbredt ettersom så å si all fiberutbygging i Norge har vært basert på en «selg først – bygg etterpå»-modell. På den annen side er det ikke uvanlig at konkurrerende fiberaktører selger og etablerer fibernett i nært tilgrensende områder/naboområder, men her er det også store variasjoner både mellom og innad i fylkene. De siste årene har utbygging av nye fibernett der det allerede finnes fibernett, blitt mer vanlig, og graden av parallell fiberdekning er økende. Det er imidlertid også her store variasjoner mellom ulike områder i landet.

372. Nasjonale og lokale tilbydere av HFC-basert bredbåndsakssess er til stede i flere geografiske områder, særlig i flerfamiliesegmentet (boligsammenslutninger) i byer og større tettsteder. Verken Telenor eller Telia har kommunisert planer om at HFC-nettene skal avvikles og erstattes av fibernett innen en fastsatt tidsfrist. Samtidig konkurrerer fiberaktører om HFC-kunder i flere områder, og den gradvise migrasjonen fra HFC-nett til fibernett som vi har sett de senere årene, må forventes å fortsette i kommende reguleringsperiode. Etterspørselsanalysene som Nkom gjennomførte høsten 2022, indikerer videre at noen HFC-kunder også vil vurdere å bytte til FTB dersom tilbudte FTB-produkter i 5G-nett oppleves som konkurransedyktige mht. pris og kvalitet.

373. Telenor og Telia, og deres FTB-grossistkunder, tilbyr i dag FTB i utvalgte områder og til utvalgte kunder basert på adresselister for potensielle FTB-kunder. Det innebærer at selv om både Telenor og Telia har tilnærmet landsdekkende mobilnett, er FTB-tilbudet foreløpig begrenset til områder der kapasiteten i mobilnettene er tilstrekkelig og forholdene ligger til rette for å kunne tilby FTB. FTB har så langt fått en viss betydning for konkurransen i noen områder, men liten betydning i andre områder. Eksisterende FTB-kunder er geografisk spredt, og kapasitetsbegrensninger gjør at FTB-tilbudet ikke kan anses å være landsdekkende. Lyse/Altibox har kommunisert planer om å tilby FTB i 5G-nett og har nylig lansert FTB-produkter i markedet, men foreløpig kun i begrenset omfang. Det er uklart hvilke

geografiske områder Lyse/Altibox' fremtidige FTB-tilbud vil dekke, og hvilke kundesegmenter som vil få tilbud om FTB fra Lyse/Altibox (og evt. de øvrige selskapene som er partnere i Tårnselskapet AS⁶¹).

374. Det er betydelig usikkerhet knyttet til om mobiloperatørene i årene fremover primært vil tilby FTB i geografiske områder uten fiber-/HFC-dekning, eller om de også vil tilby FTB i områder hvor konkurrenter allerede har etablert fiber-/HFC-nett, og i så fall hvor aktivt de eventuelt vil markedsføre og selge FTB i etablerte fiber-/HFC-områder.

375. Nkom mener det i et fremoverskuende perspektiv er tilstrekkelig grad av substituerbarhet mellom FTB, fiber og HFC til å inkludere bredbåndsaksess basert på disse tre teknologiene i samme produktmarked. Samtidig er det usikkerhet knyttet til omfang, geografisk innretning og kundefokus på det fremtidige tilbudet. Dette tilsier at det ikke kan legges til grunn at FTB-tilbudet i Norge vil være landsdekkende. Dette innebærer at ovennevnte ulikheter i konkurranseforhold for kablet bredbånd (fiber og HFC) mellom ulike geografiske områder også gjelder selv om FTB-tilbudet tas med i vurderingen.

376. Dette bekreftes også på bakgrunn av Nkoms gjennomgang av dekningsdata og markedsandeler for 2022 og 2023 fra alle kommuner. Gjennomgangen viser at det i de fleste kommuner er en nær sammenheng mellom dekning for kablet bredbånd og markedsandeler for de ulike tilbyderne. Dekning for FTB har i vesentlig mindre grad betydning for fordelingen av markedsandeler.

377. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at markedet ikke er nasjonalt og at det derfor må gjennomføres geografiske analyser av likheter og forskjeller i konkurransesituasjonen mellom fylker, mellom ulike områder/regioner innad i hvert fylke og mellom kommuner for å definere og avgrense geografiske markeder.

4.3 Geografiske analyser og metode for avgrensning av geografiske markeder

4.3.1 Innledning

378. Nkoms avgrensning av geografiske markeder i 2018-analysen var basert på det metodiske rammeverket som fremgår av BERECs *Common Position on geographical aspects of market analysis* fra 2014⁶². Hovedtrekkene i dette metodiske rammeverket er videreført i kapittel 3.2 i Retningslinjene og kapittel 2.5 i Kommisjonens Explanatory Note til Anbefalingen om relevante markeder.

379. Nkom har lagt Retningslinjene og Kommisjonens Explanatory Note til grunn som metodisk utgangspunkt i arbeidet med den geografiske analysen av det norske markedet for standardisert

⁶¹ Lyse har sammen med 22 andre partnere i Altibox etablert Tårnselskapet AS. Selskapet skal bidra til utbygging av Ice' nasjonale 5G-nett.

⁶² <https://www.lysekonsern.no/om-oss/nyhetsarkiv/tarnselskapet-as-skal-bidra-til-a-bygge-norges-raskeste-5g-nett>
<https://www.berec.europa.eu/en/document-categories/berec/regulatory-best-practices/common-approachespositions/berec-common-position-on-geographic-aspects-of-market-analysis-definition-and-remedies>

bredbåndsaksess. I tillegg har Nkom sett hen til BERECs *Report on competition amongst multiple operators of NGA networks in the same geographical region* fra 2023⁶³ under gjennomføringen av den geografiske analysen.

380. Kommisjonen viser i Explanatory Note til at metodikken for den geografiske analysen er basert på etablerte konkurranserettslige prinsipper, og påpeker at dette bl.a. innebærer at konkurranseforholdene innenfor et gitt geografisk område må være tilstrekkelig homogene for at det skal være grunnlag for å definere dette området som et relevant geografisk marked. Samtidig må konkurranseforholdene i naboombådene til det aktuelle området være merkbart annerledes:

“According to the legislation and to established case-law, the relevant geographic market comprises an area in which the undertakings concerned are involved in the supply and demand of the relevant products or services, in which the conditions of competition are sufficiently homogeneous, and which can be distinguished from neighbouring areas in which the prevailing conditions of competition are appreciably different.” (side 16)

381. I tråd med kapittel 2.5 i Explanatory Note har Nkom gjennomført en stegvis prosess for å definere og avgrense relevante geografiske markeder for standardisert bredbåndsaksess i Norge. Nkom har først vurdert hvilken geografisk enhet som skal danne utgangspunkt for geografiske analyser av konkurranseforhold. Deretter har Nkom analysert konkurranseforholdene i de valgte geografiske enhetene og vurdert aggregering av geografiske enheter til geografiske markeder basert på analysen av konkurranseforhold.

382. Nedenfor gis det en overordnet beskrivelse av metoden Nkom har benyttet og hvordan de ulike stegene i den geografiske analysen er gjennomført.

4.3.2 Valg av geografisk enhet som skal danne utgangspunkt for geografiske analyser av konkurranseforhold

383. Det fremgår av Explanatory Note (side 19) at nasjonale myndigheter ut fra nasjonale forhold må velge den mest relevante geografiske enheten som skal danne utgangspunkt for geografiske analyser av konkurranseforhold. Den valgte geografiske enheten må:

- ha en hensiktsmessig størrelse, dvs. er liten nok til at konkurranseforholdene ikke varierer betydelig innenfor den geografiske enheten, men stor nok til å unngå ressurs- og tidkrevende analyser på mikronivå som kan føre til uhensiktsmessig markedsfragmentering,
- reflektere nettstrukturen til alle relevante operatører, og
- ha klare og stabile grenser over tid.

⁶³ <https://www.berec.europa.eu/en/document-categories/berec/reports/berec-report-on-competition-amongst-multiple-operators-of-nga-networks-in-the-same-geographical-region>

384. I Nkoms høringsnotat *Metode for avgrensning av geografiske markeder for fast bredbåndsaksess* fra mars 2022 gjorde Nkom en foreløpig vurdering av alternative geografiske enheter som kan danne utgangspunkt for den geografiske analysen, herunder landsdeler, fylker, kommuner, telefonnummerområder og elforsyningsområder. Nkoms foreløpige konklusjon var da at den geografiske analysen av konkurranseforhold burde ta utgangspunkt i en geografisk enhet som er større enn kommuner og mindre enn fylker.

385. Det har imidlertid vist seg vanskelig å definere en geografisk enhet som er større enn kommuner og mindre enn fylker, i tråd med ovennevnte kriterier i Explanatory Note. Nkom har derfor gjort en fornyet vurdering av hvilken geografisk enhet som bør velges:

- **Landsdeler:** Norge kan deles inn i landsdelene Nord-Norge, Trøndelag, Vestlandet, Østlandet og Sørlandet. De fire sistnevnte regnes ofte som landsdeler i Sør-Norge. Slik Nkom vurderer det, er det ikke klare forskjeller i konkurranseforholdene mellom de ulike landsdelene i Norge. Det er eksempelvis ikke slik at regionale fiberaktører kun har etablert seg i Sør-Norge og ikke i Nord-Norge, eller at bredbåndsdekningen til en nasjonal aktør som Telenor er vesentlig annerledes på Østlandet enn på Vestlandet. På denne bakgrunn mener Nkom at landsdel er lite egnet som geografisk enhet for en geografisk analyse som skal vurdere om det er tilstrekkelig store forskjeller i konkurranseforhold mellom ulike geografiske områder i Norge til at det bør defineres mer enn ett geografisk marked for standardisert bredbåndsaksess.
- **Fylker:** I skrivende stund består Norge av 15 fylker. Fra 1. januar 2024 ble Troms og Finnmark reetablert som egne fylker, Viken ble delt opp i de tidligere fylkene Akershus, Buskerud og Østfold, og Vestfold og Telemark ble reetablert som egne fylker. Selv om det er forskjeller i aktørbildet og konkurransesituasjonen mellom fylkene, tilsier Nkoms vurderinger at heller ikke fylker er en egnet geografisk enhet for å vurdere om det er tilstrekkelig store forskjeller i konkurranseforhold mellom ulike geografiske områder i Norge til at det bør defineres mer enn ett geografisk marked for fast bredbåndsaksess. Nkoms vurdering av tilgjengelige data for dekning, antall nettoperatører og markedsandeler tilsier bl.a. at det er større forskjeller i konkurranseforholdene innad i de fleste fylker enn mellom fylkene.
- **Kommuner:** Det er 357 kommuner⁶⁴ i Norge. Tall som Nkom har innhentet i forbindelse med den årlige dekningsundersøkelsen, indikerer at det er til dels store forskjeller i konkurranseforholdene mellom landets kommuner. Selv om en helhetlig geografisk analyse av konkurranseforhold på kommunenivå innebærer en ressurs- og tidkrevende prosess, mener Nkom dette er en overkommelig oppgave. Kommunegrenser er klare og forholdsvis stabile. Selv om det kan være forskjeller i konkurranseforhold innad i en kommune, mener Nkom dette ikke er til hinder for å bruke kommuner som grunnleggende enhet.

⁶⁴ Fra 1. januar 2024 ble tidligere Ålesund kommune splittet i to kommuner: Haram kommune og Ålesund kommune.

- **Postnummer:** I Explanatory Note nevner Kommisjonen postnummer som mulig administrativ enhet som den geografiske analysen kan baseres på. Det er mer enn 6 000 postnummer i Norge. Det betyr at det ville vært en uforholdsmessig ressurs- og tidkrevende prosess å gjennomføre helhetlige konkurranseanalyser basert på postnummer. Det foretas også forholdsvis hyppige endringer i postnummersystemet. Dette tilsier at postnummer er lite egnet som grunnleggende analyseenhet.
- **Telefonnummerområder:** Kommisjonen nevner også telefonnummerområder som en mulig grunnleggende analyseenhet. Den norske nummerplanen tar utgangspunkt i de tidligere 19 fylkene. Telefonnummerområder vil dermed ha store likehetstrekk med en fylkesvis oppdeling. Nkoms vurdering av fylker som enhet for den geografiske analysen, tilsier at heller ikke telefonnummerområder anses å være en egnet geografisk enhet.
- **Konsesjonsområder i energimarkedet:** Erhvervsstyrelsen i Danmark har valgt elforsyningsområder som geografisk enhet i sin geografiske analyse. Norge er også delt inn i konsesjonsområder for netteiere i energimarkedet (tilsvarende elforsyningsområdene i Danmark). Nkom mener at det ikke er naturlig å velge konsesjonsområder i energimarkedet som geografisk enhet for å vurdere geografiske forskjeller i konkurranseforhold i bredbåndsmarkedet i Norge. Det er flere grunner til dette. For det første er det stor variasjon i størrelsen på de ulike konsesjonsområdene i Norge. Videre er det til dels betydelige forskjeller i markedsstruktur, aktørbilde og forretningsmodeller mellom det danske og norske bredbåndsmarkedet. Tilgjengelige data for dekning, antall nettoperatører og markedsandeler tilsier bl.a. at det i mange av konsesjonsområdene er store forskjeller i konkurranseforholdene innad i området.

386. Nkom har på bakgrunn av dette kommet til at kommuner er den best egnede geografiske enheten for å danne utgangspunkt for geografiske analyser av konkurranseforhold. Ettersom det er hele 357 kommuner i Norge, har Nkom samtidig kommet til at det er hensiktsmessig og mest praktisk å gjennomføre vurderingene av konkurranseforhold på kommunenivå innenfor rammen av fylkesvise geografiske analyser. Dette er utelukkende gjort av praktiske hensyn for å dele opp gjennomgangen av kommuner i passende store deler, og den fylkesvise gjennomgangen legger ingen føringer for aggregering av kommuner innenfor et fylke eller på tvers av fylkesgrenser.

4.3.3 Analyse av konkurranseforhold på kommunenivå

387. Nkoms analyse av konkurranseforhold på kommunenivå innenfor rammen av fylkesvise analyser fremgår av kapittel 1 i vedlegg 1. Nkom har i de fylkesvise analysene kartlagt hvilke aksesstilbydere som er til stede i hver enkelt kommune, de ulike tilbydernes dekning med ulike aksessteknologier og hvordan markedsandelene er fordelt mellom tilbydere i hver kommune. I tillegg har vi basert på tilgjengelig informasjon analysert de senere års utvikling i nettutbygging og markedsandelsfordeling, samt sett hen til adferdsmønstre og endringer i aktørbildet, og brukt dette

som grunnlag for å vurdere grad av stabilitet i markeds- og konkurransesituasjonen både i enkeltkommuner og blant nabokommuner i et fremoverskuende perspektiv.

388. Formålet med å gjennomføre slike vurderinger av konkurranseforhold på kommunenivå har vært å danne et best mulig grunnlag for vurderingen av aggregering av kommuner med tilstrekkelig homogene konkurransesituasjoner som skiller seg ut fra konkurransesituasjonene i nabokommuner/naboområder.

389. Nkom vil for ordens skyld påpeke at selv om vurderinger av aggregering av kommuner har tatt utgangspunkt i fylkesvise geografiske analyser, vil kommuner i nabofylker kunne aggregeres i samme geografiske marked dersom det vurderes å være tilstrekkelig grad av homogenitet i konkurransesituasjonen mellom kommuner i ulike fylker.

390. Analysen av konkurranseforhold har tatt utgangspunkt i følgende indikatorer som fremgår av Explanatory Note (side 19):

- Antall konkurrerende nett
- Markedsandelsfordeling
- Adferdsmønster og mulighet for tilbudssubstitusjon

391. I tillegg til disse tre indikatorene er prisforskjeller også nevnt i Explanatory Note som en mulig indikator som kan benyttes i arbeidet med å aggregere kommuner til geografiske markeder. Samtidig viser Kommisjonen i Explanatory Note til at nasjonale myndigheter bør være forsiktig med å bruke prisnivåer for å vurdere forskjeller i konkurransevilkår. Nkom mener at slike vurderinger vil kunne bli svært omfattende, men samtidig være av liten betydning for aggregeringen av kommuner til geografiske markeder. Listepriiser har bare begrenset verdi, og kartlegging av tilbydernes ARPU-utvikling, bruk av rabatter i tidsbegrensede kampanjeperioder, etc. ned på kommunenivå vil være svært ressurskrevende. Kommisjonen viser også til at et likt prisnivå i et område ikke nødvendigvis tilsier at dette området er ett og samme geografiske marked:

“It should in particular be noted that the presence of a uniform price in an area – possibly the Member State – does not automatically mean that the area constitutes a single geographic market.” (side 20)

392. Nkom har på bakgrunn av dette valgt å ikke vektlegge prisforskjeller som indikator i sammenheng med aggregering av kommuner. Analyser av prisutvikling vil derimot kunne inngå som del av vurderingen av om en tilbyder har sterk markedsstilling.

393. Nkoms analyse av konkurranseforhold har på denne bakgrunn tatt utgangspunkt i en vurdering av antall konkurrerende nett på kommunenivå og i de omkringliggende kommunene. I tillegg har vi analysert utviklingen i nettutbyggingen til de tilstedeværende infrastrukturbaserte tilbyderne, og vurdert grad av klare og stabile grenser for henholdsvis lokale, regionale og nasjonale fiberaktørens nettutbygging i ulike geografiske områder. Sammensetningen av de sentrale tilbyderne i de ulike

geografiske områdene er også av vesentlig betydning for aggregering av kommuner til ulike geografiske markeder, jf. Kommisjonens beskrivelse i Explanatory Note:

“In addition, if the number of suppliers is identical between geographical areas but the identity of these suppliers differ – especially for the main suppliers - NRAs should consider such areas as different markets.” (side 20)

394. Nkom har videre kartlagt de tilstedeværende lokale, regionale og nasjonale tilbydernes markedsandeler og vurdert markedsandelsfordelingen på kommunenivå. I de fleste kommuner er det en nær sammenheng mellom dekning for kablet bredbånd og markedsandeler for de ulike tilbyderne. Ved aggregering av kommuner legger Nkom derfor mer vekt på de ulike tilbydernes kablede dekning enn FTB-dekning.

395. Når det gjelder indikatoren adferdsmønster og mulighet for tilbudssubstitusjon, vil fortsatt fiberutbygging og økt FTB-konkurranses kunne skape grunnlag for tilbudssidesubstitusjon på tvers av kommunegrenser og ulike områder innad i et fylke og mellom fylker i årene fremover. Konkurransesituasjonen i det norske markedet for standardisert bredbåndsaksess kjennetegnes i dag av at tilbudssiden består av i størrelsesorden 100 lokale, regionale og nasjonale infrastrukturbaserte tilbydere av kablet bredbånd som ofte ikke opererer innenfor tydelige og stabile geografiske områder, samt FTB-tilbud i områder hvor mobiloperatørene eller deres grossistkunder tilbyr dette. Kommisjonen viser på side 21 i Explanatory Note til at det tidligere har vært vanlig å trekke et skille mellom konkurranseutsatt og ikke-konkurranseutsatte geografiske områder når geografiske markeder skal avgrenses. Et slikt skille er det ikke mulig å trekke i det norske bredbåndsmarkedet.

396. Muligheten for tilbudssubstitusjon vil kunne variere mellom ulike geografiske områder. Ettersom en kombinasjon av lokale, regionale og/eller nasjonale fiberaktører, samt en miks av HFC-tilbydere og FTB-tilbydere, er til stede i ulike deler av landet, kan flere aktører komme til å utvide dekningen i kommende reguleringsperiode til også å omfatte kommuner hvor de i dag har liten dekning eller ikke er til stede, jf. Kommisjonens beskrivelse av mulighet for tilbudssubstitusjon i Explanatory Note:

“Analysis of supply-side substitutability, however, is likely to be an important factor in NRAs’ approach, and contributes to make it more robust from a forward-looking perspective. It refers to the ability of alternative suppliers to enter the geographic market in reaction to a price increase. NRAs should therefore take into account the potential for deployment, using a range of cumulative indicators. These can include the presence of an alternative network in a neighbouring area or of an alternative network in the area considered that does not yet reach end-users’ premises. They can also include indicators of a favourable business case, such as a high population density or a low retail market share of the potential SMP operator. NRAs may combine these indicators with rollout plans from network operators, especially if such rollout is already underway.” (side 21)

397. Tilstedeværelsen av både lokale, regionale og nasjonale infrastrukturbaserte tilbydere i hele landet innebærer at konkurransesituasjonen i de fleste norske kommuner kjennetegnes av at små og mellomstore fiberutbyggere de siste 10-15 årene har økt sine markedsandeler gjennom å tilby fiberaksess til bredbåndskunder som tidligere i hovedsak benyttet Telenors kobbernett. Små og mellomstore fiberutbyggere har bygget ut fibernett i område for område basert på den faktiske etterspørselen etter fiberaksess. Fiberutbyggingen har tatt utgangspunkt i en «selg først, bygg etterpå»-modell. Denne modellen innebærer at det har vært en forutsetning for etablering av fibernett i et gitt område at en viss andel av husstandene i dette området har inngått avtale om kjøp av fiberaksess. Mange av disse små og mellomstore fiberaktørene har hatt lokale/regionale energiselskaper eller én eller flere kommuner som eiere og har derfor ofte primært etablert fibernett i det som kan kalles «eierkommunene». De senere årene har vi imidlertid sett eksempler⁶⁵ på at slike fiberaktører har utvidet sine dekningsområder og nå bygger fibernett i omkringliggende kommuner etter å ha gjennomført salgsprosesser rettet mot bredbåndskunder i slike omkringliggende kommuner, og dette har gitt grunnlag for utvidet nettutbygging.

398. Telenors beslutning i begynnelsen av 2019 om å avvikle kobbernettet for egne slutt kunder innen utgangen av 2022, førte til at både Telenors og andre aktørers fiberutbygging skjøt fart i hele landet. Alle Telenors kobberkunder på sluttbrukernivå har i perioden 2019 til 2022 fått tilbud, enten fra Telenor eller fra andre tilbydere, om enten fiberaksess, HFC-aksess eller FTB som erstatning for det tidligere kobberbaserte bredbåndstilbudet. Telenor har ikke lenger ett sammenhengende, landsdekkende bredbåndnett, men Telenor er likevel til stede med tilbud om fiberaksess, HFC-aksess eller FTB i de aller fleste kommuner.

399. Både små og store fiberutbyggere har fortsatt vekststrategier, og Nkom har ikke registrert at noen av fiberutbyggerne i Norge har kommunisert at fiberutbyggingen er avsluttet. Tvert imot synes det som om både lokale, regionale og nasjonale aktører fortsatt har planer om salg og utbygging i geografiske områder uten fibernett, fortetningssalg i egne fiberområder og nysalg i områder hvor konkurrerende tilbyder har etablert fibernett. Når utbyggere av fibernett vurderer å utvide sine dekningsområder til områder hvor konkurrerende fibernett allerede finnes, vil konkurransesituasjonen være en del av business case-vurderingen. Det kan føre til at en fiberutbygger velger å ikke starte salg og utbygging i et område hvor det finnes en konkurrerende tilbyder av bredbåndsaksess, men det finnes også mange eksempler fra de senere årene på at fiberutbyggere har solgt og bygget nye aksesser i, eller tett inntil, områder hvor fiberaksessnett fra annen tilbyder allerede er etablert.

400. Høsten 2022 kjøpte en av verdens største infrastrukturinvestorer (KKR) seg inn i Telenors fibernett sammen med Oslo Pensjonsforsikring. Telenor har kommunisert at det å hente inn slike

⁶⁵ To eksempler er Svorka Bredbånd utvidelse av sitt markedsområde for bredbånd (<https://www.trollheimsporten.no/naeringsliv-sparebank-1-nordmore-surnadalsnytt/innholdsrik-og-inspirerende-naeringslivsdag/228263>) og NTE Telekoms bredbåndsutbygging i kommuner i sørlige deler av Trøndelag (<https://www.telecomrevy.no/bredband/nte-moter-vitnett-i-rennebu/1679387> - krever abonnement).

institusjonelle investorer på eiersiden, er viktig for å sikre finansieringen av den videre fiberutbyggingen. Tilsvarende oppkjøp har vi også sett eksempler på hos lokale/regionale fiberaktører i det siste, bl.a. Infranodes investeringer i Tafjord Connect (juni 2022) og Sola Bredbånd (desember 2022). Sandefjord Bredbånd og Hvaler Bredbånd er dessuten eksempler på bredbåndsselskaper hvor kommunale eierne for tiden vurderer salg av sine bredbåndsvirksomheter. Dette kan indikere at konsolideringen og markedsdynamikken i bredbåndmarkedet ikke vil avta de nærmeste årene.

401. Nkom mener på denne bakgrunn at mulighet for tilbudssidesubstitusjon på tvers av kommuner i et fremoverskuende perspektiv bør være en del av vurderingen når kommuner skal aggregeres til geografiske markeder.

4.3.4 Aggregering av kommuner til geografiske markeder

402. Nkoms aggregering av kommuner til geografiske markeder med tilhørende begrunnelser fremgår av kapittel 2 i Vedlegg 1. Aggregeringen er basert på analysene av dekning og markedsandeler på kommunenivå.

403. I arbeidet med å aggregere kommuner til geografiske markeder har Nkom funnet grunn til å skille mellom områder med ulik tilstedeværelse og ulikt styrkeforhold mellom små lokale tilbydere, store eller mellomstore regionale tilbydere, og store nasjonale tilbydere. Konkurransesituasjonen i områder hvor små tilbydere med lokal tilhørighet har ledet an i fiberutbyggingen frem til nå, uten særlig konkurranse fra Telenor eller andre større, nasjonale eller regionale tilbydere, er ofte annerledes enn konkurransesituasjonen i mer befolkningsstette områder som i større grad har vært preget av konkurranse mellom flere aksesstilbydere.

404. Følgende terskler legges til grunn for å skille mellom små, lokale tilbydere og mellomstore, regionale tilbydere:

- En tilbyder som har dekning for færre enn ca. 20 000 husstander eller færre enn ca. 10 000 abonnenter, defineres som en liten, lokal tilbyder.
- En tilbyder som har dekning for flere enn ca. 20 000 husstander og flere enn ca. 10 000 abonnenter, defineres som en mellomstor, regional tilbyder.

405. Nkom understreker at nivået på tersklene er fastsatt skjønnsmessig og vil kunne endres dersom markedssituasjonen skulle tilsi at det blir nødvendig. Nkom har fastsatt disse tersklene for at skillet mellom små og mellomstore tilbydere i denne sammenheng skal være klart og kvantifiserbart, og tersklene er satt slik at tvilstilfeller i størst mulig grad unngås.

406. Sammenhengende områder med flere små, lokale tilbydere med høye markedsandeler vil kunne aggregeres sammen til ett geografisk marked. Slike tilbydere vil ofte ha mindre styrke enn større, regionale tilbydere og vil i mindre grad være rustet til å møte konkurranse fra sterke utfordrere. Tilbydernes størrelse vil være ett av kriteriene som vurderes når kommuner skal aggregeres. Andre

faktorer vil bl.a. være grad av overlapp i dekning mellom tilbyderne i området, forventet markedsdynamikk og eksistens eller fravær av klare og stabile grenser.

407. Sammenhengende områder som preges av én mellomstor, regional tilbyder, eventuelt sammen med én eller flere andre tilbydere, vil i større grad kunne defineres som et eget geografisk marked. Slike tilbydere vil som regel være bedre rustet til å møte konkurranse fra sterke utfordrere. Avgrensningen av et slikt geografisk marked vil være avhengig av at konkurransesituasjonen skiller seg fra naboområdene, f.eks. ved at sammensetningen av de sentrale tilbyderne er annerledes, og at det eksisterer klare og stabile grenser mellom områdene.

408. Aggregeringen av kommuner med tilstrekkelig homogene konkurransesituasjoner leder frem til at markedet for standardisert bredbåndsaksess i Norge deles inn i 22 geografiske markeder. Disse markedene fremgår i tabell 3 og er illustrert i kartet i Figur 16.

Geografiske markeder	Kommuner som inngår i de geografiske markedene
Sentrale Østlandet	Aremark, Asker, Aurskog-Høland, Bærum, Drammen, Eidsvoll, Enebakk, Fredrikstad, Frogn, Gjerdrum, Gran, Halden, Hole, Hurdal, Hvaler, Indre Østfold, Jevnaker, Kongsberg, Lier, Lillestrøm, Lunner, Lørenskog, Marker, Moss, Nannestad, Nes, Nesodden, Nittedal, Nordre Follo, Oslo, Rakkestad, Ringerike, Rælingen, Råde, Sarpsborg, Skiptvet, Ullensaker, Vestby, Våler, Øvre Eiker, Ås
Indre Buskerud	Flesberg, Flå, Gol, Hemsedal, Hol, Krødsherad, Modum, Nesbyen, Nore og Uvdal, Rollag, Sigdal, Ål
Innlandet	Alvdal, Dovre, Eidskog, Elverum, Engerdal, Etnedal, Folldal, Gausdal, Gjøvik, Grue, Hamar, Kongsvinger, Lesja, Lillehammer, Lom, Løten, Nord-Aurdal, Nord-Fron, Nord-Odal, Nordre Land, Rendalen, Ringebu, Ringsaker, Sel, Skjåk, Stange, Stor-Elvdal, Søndre Land, Sør-Aurdal, Sør-Fron, Sør-Odal, Tolga, Trysil, Tynset, Vang, Vestre Slidre, Vestre Toten, Vågå, Våler, Østre Toten, Øyer, Øystre Slidre, Åmot, Åsnes
Vestfold og Grenland	Bamble, Færder, Holmestrand, Horten, Larvik, Porsgrunn, Sandefjord, Siljan, Skien, Tønsberg
Kragerø og indre Telemark	Drangedal, Fyresdal, Hjartdal, Kragerø, Kviteseid, Midt-Telemark, Nissedal, Nome, Notodden, Seljord, Tinn, Tokke, Vinje
Kysten fra Risør til Kristiansand	Arendal, Birkenes, Froland, Gjerstad, Grimstad, Kristiansand, Lillesand, Risør, Tvedestrand, Vegårshei
Indre Agder og Dalane	Bjerkreim, Bygland, Bykle, Eigersund, Evje og Hornnes, Farsund, Flekkefjord, Hægebostad, Iveland, Kvinesdal, Lindesnes, Lund, Lyngdal, Sirdal, Sokndal, Valle, Vennesla, Åmli, Åseral
Stavangerområdet	Gjesdal, Hjelmeland, Hå, Klepp, Kvitsøy, Randaberg, Sandnes, Sola, Stavanger, Strand, Time
Haugalandet	Bokn, Haugesund, Karmøy, Sauda, Stord, Suldal, Sveio, Tysvær, Ullensvang, Utsira, Vindafjord
Bergensområdet	Alver, Askøy, Austrheim, Bergen, Bjørnafjorden, Fedje, Gulen, Masfjorden, Modalen, Osterøy, Samnanger, Vaksdal, Øygarden
Sunnhordland og indre Vestland	Aurland, Austevoll, Bømlo, Eidfjord, Etne, Fitjar, Kvam, Kvinnherad, Luster, Lærdal, Sogndal, Tysnes, Ulvik, Vik, Voss, Årdal
Sunnfjord og Nordfjord	Askvoll, Bremanger, Fjaler, Gloppen, Hyllestad, Høyanger, Kinn, Solund, Stadt, Sunnfjord
Sørlige del av Sunnmøre	Hareid, Herøy, Sande, Stryn, Ulstein, Vanylven, Volda, Ørsta
Nordlige del av Sunnmøre	Fjord, Giske, Haram, Stranda, Sula, Sykkylven, Vestnes, Ålesund
Romsdal	Aukra, Hustadvika, Molde, Rauma, Sunndal

Nordmøre	Aure, Averøy, Gjemnes, Kristiansund, Smøla, Tingvoll
Sørlige del av Trøndelag	Heim, Hitra, Holtålen, Midtre Gauldal, Oppdal, Orkland, Os, Rennebu, Rindal, Røros, Surnadal
Trondheimsområdet	Malvik, Melhus, Trondheim, Skaun, Stjørdal
Nordlige del av Trøndelag	Flatanger, Frosta, Frøya, Grong, Høylandet, Inderøy, Indre Fosen, Leka, Levanger, Lierne, Meråker, Namsos, Namsskogan, Nærøysund, Osen, Overhalla, Røyrvik, Selbu, Snåsa, Steinkjer, Tydal, Verdal, Ørland, Åfjord
Sørlige og midtre del av Nordland	Alstahaug, Beiarn, Bindal, Bodø, Brønnøy, Dønna, Fauske, Gildeskål, Grane, Hattfjelldal, Hemnes, Herøy, Leirfjord, Lurøy, Meløy, Nesna, Rana, Rødøy, Saltdal, Sømna, Sørfold, Træna, Vefsn, Vega, Vevelstad
Troms og nordlige del av Nordland	Andøy, Bardu, Bø, Balsfjord, Dyrøy, Evenes, Flakstad, Gratangen, Hadsel, Hamarøy, Harstad, Ibestad, Karlsøy, Kvæfjord, Lavangen, Lyngen, Lødingen, Moskenes, Målselv, Narvik, Røst, Salangen, Senja, Skjervøy, Sortland, Steigen, Sørreisa, Tjeldsund, Tromsø, Vestvågøy, Værøy, Vågan, Øksnes
Finnmark og nordlige del av Troms	Alta, Berlevåg, Båtsfjord, Gamvik, Hammerfest, Hasvik, Karasjok, Kautokeino, Kvænangen, Kåfjord, Lebesby, Loppa, Måsøy, Nesseby, Nordkapp, Nordreisa, Porsanger, Storfjord, Sør-Varanger, Tana, Vadsø, Vardø

Tabell 3: Oversikt over geografiske markeder



Figur 16: Geografiske markeder

409. Nkoms gjennomgang av konkurransesituasjonen i alle landets kommuner i Vedlegg 1 viser at det norske markedet for standardisert bredbåndsaksess kan deles inn i følgende seks hovedkategorier av konkurransesituasjoner:

1. Konkurransesituasjonen preges av flere store, nasjonale tilbydere og én eller flere store eller mellomstore, regionale tilbydere, hvor de største utfordrerne til aktøren med størst markedsandel er én eller flere av de store tilbyderne. Aktørbildet er det samme på tvers av kommunegrens selv om markedsandelsfordelingen mellom tilbyderne kan variere. Dette gjelder for de geografiske markedene Sentrale Østlandet, Kysten Risør til Kristiansand og Trondheimsområdet. Disse geografiske markedene omfatter til sammen 45 % av husstandene i Norge.
2. Konkurransesituasjonen preges av én stor, nasjonal tilbyder og én stor, regional tilbyder. Aktørbildet er det samme på tvers av kommunegrens selv om markedsandelsfordelingen mellom tilbyderne kan variere. Dette gjelder for de geografiske markedene Innlandet, Vestfold og Grenland, Bergensområdet, Nordlige del av Trøndelag og Søndre og midtre del av Nordland. Disse geografiske markedene omfatter til sammen 27 % av husstandene i Norge.
3. Konkurransesituasjonen preges av én stor, regional tilbyder, hvor de største utfordrerne er én eller flere av de store tilbyderne. Aktørbildet er det samme på tvers av kommunegrens selv om markedsandelsfordelingen mellom tilbyderne kan variere. Dette gjelder for det geografiske markedet Stavangerområdet. Dette geografiske markedet omfatter 6 % av husstandene i Norge.
4. Konkurransesituasjonen preges av én mellomstor, regional tilbyder, hvor de største utfordrerne er én eller flere av de store tilbyderne. Aktørbildet er den samme på tvers av kommunegrens selv om markedsandelsfordelingen mellom tilbyderne kan variere. Dette gjelder for de geografiske markedene Indre Agder og Dalane, Haugalandet, Sunnfjord og Nordfjord, Sørlike del av Sunnmøre, Nordlige del av Sunnmøre og Nordmøre. Disse geografiske markedene omfatter til sammen 9 % av husstandene i Norge.
5. Konkurransesituasjonen preges av flere små, lokale tilbydere, hvor de største utfordrerne er én eller flere av de store tilbyderne. Aktørbildet er ikke det samme på tvers av kommunegrens, og det er vanskelig å trekke klare og stabile grenser mellom kommunene i et område/region. Dette gjelder for de geografiske markedene Indre Buskerud, Kragerø og indre Telemark, Sunnhordland og indre Vestland, Romsdal, Sørlike del av Trøndelag og Finnmark og nordlige del av Troms. Disse geografiske markedene omfatter til sammen 8 % av husstandene i Norge.
6. Konkurransesituasjonen preges av flere forskjellige typer tilbydere, hvor de største utfordrerne er én eller flere av de store tilbyderne. Aktørbildet er ikke det samme på tvers av kommunegrens, og det er vanskelig å trekke klare og stabile grenser mellom kommunene i et område/region. Dette gjelder for det geografiske markedet Troms og nordlige del av Nordland. Dette geografiske markedet omfatter 5 % av husstandene i Norge.

5 Analyse av sterk markedsstilling i de definerte grossistmarkedene

5.1 Rammeverk for vurdering av sterk markedsstilling

5.1.1 Rettslig grunnlag

410. Det følger av ekomloven § 3-3 første ledd⁶⁶ at myndigheten⁶⁷ skal foreta markedsanalyser i henhold til ESAs retningslinjer for markedsanalyse og beregning av sterk markedsstilling på området. Videre fremgår det av bestemmelsen at myndigheten på bakgrunn av markedsanalyser kan utpeke tilbydere med sterk markedsstilling. Nkom skal dermed foreta analyser av relevante produktmarkeder med henblikk på om markedene er preget av effektiv konkurranse. Dersom markedene ikke er preget av effektiv konkurranse, skal Nkom identifisere tilbydere som alene eller sammen med andre tilbydere har sterk markedsstilling.

411. I forarbeidene til ekomloven⁶⁸ er det videre uttalt:

«Med bærekraftig konkurranse menes at ingen aktører har sterk markedsstilling, og/eller kan utnytte sin posisjon til skade for konkurransen.»

412. I henhold til det regulatoriske rammeverket er det dermed en nødvendig sammenheng mellom fravær av effektiv konkurranse i et relevant marked og eksistensen av sterk markedsstilling.

413. Begrepet sterk markedsstilling er definert i ekomloven § 3-1 første ledd⁶⁹, som lyder:

«En tilbyder har sterk markedsstilling når tilbyder alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at tilbyder i stor grad kan opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere. Sterk markedsstilling i ett marked kan føre til at en tilbyder har sterk markedsstilling i et tilgrensende marked.»

414. Sterk markedsstilling i ekomretten tilsvarer dominerende stilling i den alminnelige konkurranseretten. Begrepet dominerende stilling brukes i konkurranserettsteori om aktører som har en sterk maktposisjon i markedet. En dominerende aktørs maktposisjon kjennetegnes av dens evne til å hindre effektiv konkurranse ved at aktøren i stor grad kan opptre uavhengig av konkurrerende markedskrefter. En aktør med en slik posisjon vil i stor grad kunne påvirke priser, utvalg av varer og tjenester eller andre konkurranseparametere i markedet.

⁶⁶ Forslag til ny ekomlov § 6-3 første ledd.

⁶⁷ Jf. også ekomloven § 9-3 andre ledd og forslag til ny ekomlov § 14-3.

⁶⁸ Ot.prp.nr. 58 (2002-2003), side 26.

⁶⁹ Forslag til ny ekomlov § 6-1 første ledd.

5.1.2 Metode og indikatorer på sterk markedsstilling

415. For hvert av de geografiske markedene gjør Nkom først en overordnet vurdering av konkurransesituasjonen i sluttbrukermarkedet. I denne vurderingen ser Nkom i hovedsak på markedsandeler og markedskonsentrasjon.

416. Markedskonsentrasjon kan beregnes etter forskjellige metoder, hvor de mest alminnelige er summarisk rateindeks, også kalt konsentrasjonsrate (CR), og Herfindahl-Hirschman-indeksen (HHI).

417. CR brukes vanligvis til å vise omfanget av den delen av markedet som kontrolleres av de største tilbyderne i markedet. CR1 representerer markedsandelen til den største aktøren i markedet, CR2 representerer markedsandelen til de to største aktørene, osv. Med en CR for de tre største virksomhetene i markedet (CR3), vil det generelt gjelde at jo høyere CR3 er, desto lavere antas konkurransetrykket i markedet å være.

418. I en beregning av CR_x tas det imidlertid ikke høyde for det samlede antall tilbydere i markedet og den relative størrelsesfordeling mellom tilbyderne som inngår i indeksen. Som et utgangspunkt synes det naturlig å anta at konkurransen kan være sterkere i markeder med flere jevnstore aktører. Derfor oppgis konsentrasjonen også ved hjelp av HHI-indeksen.

419. HHI beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelen til hvert selskap som konkurrerer i et marked. Ved å kvadrere markedsandelen gis selskaper med store markedsandeler relativt mer vekt enn selskaper med små markedsandeler. Et marked med HHI høyere enn 2000 anses å være et svært konsentrert marked⁷⁰. Dersom det er svært mange tilbydere med små markedsandeler, vil indeksen nærme seg 0. Dersom en sammenligner HHI i to markeder med like mange aktører, og markedsandelene i det ene markedet er ujevnt fordelt mellom aktørene mens aktørene i det andre markedet er like store, vil HHI være høyest i det førstnevnte markedet. Dette markedet vil dermed være mest konsentrert. Nedgang i HHI-indeksen kan generelt indikere økt konkurranseintensitet og redusert markedsrett for de største aktørene.

420. Nkom vurderer markedskonsentrasjon i sluttbrukermarkedet ved å beregne HHI og CR3, med hovedvekt på HHI. Dersom HHI er høyere enn 2000, går Nkom videre og analyserer konkurransesituasjonen i det underliggende grossistmarkedet med tanke på om det finnes tilbyder med sterk markedsstilling. Dersom HHI er 2000 eller lavere, anser Nkom at konkurransen i markedet er effektiv og at det ikke finnes noen tilbydere med sterk markedsstilling i det aktuelle geografiske markedet. Nkom går da ikke videre med en nærmere analyse av grossistmarkedet. I grensetilfeller vil Nkom også kunne se hen til beregningen av CR3.

421. Det følger av ekomloven § 3-1 at en tilbyder «alene eller sammen med andre» kan ha sterk markedsstilling. At en tilbyder har sterk markedsstilling alene, er gjerne omtalt som enkeldominans,

⁷⁰ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger punkt 19-20, EUT C 35 av 5.2.2004 og NOU 2012:7, side 107.

mens dersom flere tilbydere sammen i stor grad kan opptre uavhengig av kunder, konkurrenter og forbrukere, omtales dette som kollektiv SMP⁷¹.

422. Ved vurderingen av sterk markedsstilling tar Nkom utgangspunkt i kriterier for enkeltdominans og vurderer om det innenfor hvert enkelt geografisk marked finnes en tilbyder som har sterk markedsstilling alene.

423. Det følger av Retningslinjene at markedsandeler er utgangspunktet for vurderingen av markedsrett. Nkoms analyse av sterk markedsstilling tar utgangspunkt i tilbydernes markedsandeler.

424. Høye og stabile markedsandeler over tid kan indikere sterk markedsstilling. Det følger av Retningslinjene punkt 55 at det er presumpsjon for sterk markedsstilling dersom en tilbyder har en stabil markedsandel på over 50 %:

«According to established case-law, a very large market share held by an undertaking for some time – in excess of 50 % - is in itself, save in exceptional circumstances, evidence of the existence of a dominant position. Experience suggests that the higher the market share and the longer the period of time over which it is held, the more likely it is that it constitutes an important preliminary indication of SMP.»

425. En presumpsjon betyr at det må foreligge klare holdepunkter for at tilbyderen likevel ikke har sterk markedsstilling.

426. Retningslinjene punkt 56 gir ytterligere veiledning angående utvikling og svingninger i markedsandeler:

“[...] the fact that an undertaking with a strong position in the market is gradually losing market share may well indicate that the market is becoming more competitive, but does not preclude a finding of SMP. Significant fluctuation of market share over time may be indicative of a lack of market power in the relevant market. The ability of a new entrant to increase its market share quickly may also reflect that the relevant market in question is more competitive and that entry barriers can be overcome within a reasonable timeframe.”

427. Videre følger det av Retningslinjene punkt 57 at dersom markedsandelen er under 50 %, må en vurdering av sterk markedsstilling også basere seg på andre relevante kriterier i tillegg til markedsandeler:

“If the market share is high but below the 50 % threshold, NRAs should rely on other key structural market features to assess SMP. They should carry out a thorough structural evaluation of the characteristics of the relevant market before drawing any conclusions on the existence of SMP.”

⁷¹ I alminnelig konkurranserett benyttes «joint dominance» eller dominerende stilling. Retningslinjene benytter imidlertid begrepet «joint SMP» (Significant Market Power) innenfor sektorspesifikk regulering. Nkom benytter derfor betegnelsen kollektiv SMP i denne analysen.

428. Det fremkommer også av fotnote 57 til Retningslinjene punkt 57 at markedsandeler lavere enn 40 % gir liten sannsynlighet for funn av sterk markedsstilling:

“The Commission’s experience suggests that dominance is not likely if the undertaking’s market share is below 40 % in the relevant market.”

429. Ved bruk av markedsandeler som indikator for sterk markedsstilling, er det nødvendig å ta stilling til hvilke måleparametere som er mest relevante for formålet. Både volum (f.eks. antall aksesser) og omsetning kan være relevante måleparametere. Kommisjonen viser til at flere måleparametere kan inkluderes i vurderingen, enten hver for seg eller i kombinasjon med hverandre.⁷²

430. Det relevante markedet er et grossistmarked. Hoveddelen av grossistsalget er internsalg til egen sluttbrukervirksomhet. Det foreligger imidlertid ikke faktiske omsetningstall for slikt internsalg, og det vil dermed være stor usikkerhet knyttet til markedsandeler basert på omsetning.

431. Siden grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett er nært knyttet til den fysiske infrastrukturen i aksessnett, og de aktuelle aksessene brukes som grunnlag for tilbud om standardisert bredbåndsaksess, anser Nkom markedsandeler basert på antall aksesser for å være best egnet som utgangspunkt for vurderingen av sterk markedsstilling. Usikkerheten knyttet til markedsandeler basert på omsetning tilsier også at markedsandeler basert på antall aksesser bør legges til grunn.

432. Nkom skiller i ekomstatistikken ikke mellom høykvalitets og standardisert bredbåndsaksess for virksomheter. Aksesser som inngår i VPN-tjenester, er inkludert i tallene for fast bredbånd. Nkom har derfor ikke presis informasjon om antall aksesser som benyttes for standardisert bredbåndsaksess i bedriftsmarkedet. Samtidig er antall bredbåndsaksesser i privatmarkedet uansett langt større enn i bedriftsmarkedet. Nkom mener derfor antall bredbåndsaksesser i privatmarkedet gir et representativt og riktig bilde av markedssituasjonen for standardisert bredbånd og bruker disse tallene som grunnlag for beregning av markedsandeler i grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett.

433. I tilbydernes rapportering av abonnementsdata til Nkom skilles det ikke mellom privatabonnement til husstander og privatabonnement til fritidsboliger. Nkom har heller ikke tilstrekkelig grunnlag for å gjøre et slikt skille basert på data som mottas. Det betyr at private bredbåndsabonnement til både husstander og fritidsboliger er inkludert i grunnlaget for beregning av markedsandeler. Abonnement til fritidsboliger inngår i sluttbrukermarkedet for standardisert bredbåndsaksess, og Nkom mener at det gir et riktig bilde av styrkeforholdet mellom tilbyderne å inkludere disse abonnementene.

434. Ved beregning av markedsandeler i grossistmarkedet legger Nkom grunn både eksternt grossistsalg og internt salg i vertikalt integrerte selskaper, jf. kapittel 3.4.4.3. For eksempel vil både Telenors eksterne grossistsalg på fiberaksess til tilbydere som NextGenTel, og Telenors interne

⁷² Explanatory Note side 25.

grossistsalg til egen sluttbrukervirksomhet (og da i sin tur Telenors sluttbrukersalg) inngå i grunnlaget for Telenors markedsandel i grossistmarkedet. Tilsvarende vil sluttbrukersalget fra de øvrige fiberaktørene som er vertikalt integrerte, inngå i grunnlaget for deres respektive markedsandeler i grossistmarkedet. For HFC er det per i dag ikke eksternt grossistsalg, og sluttbrukersalget fra Telenor, Telia og andre HFC-tilbydere vil inngå i grunnlaget for deres respektive markedsandeler i grossistmarkedet. For FTB tilbyr både Telenor og Telia grossistsalg til eksterne, og Telenors grossistsalg til bl.a. Allente vil sammen med Telenors eget sluttbrukersalg inngå i grunnlaget for Telenors markedsandel på grossistnivå, mens Telias grossistsalg til NextGenTel vil sammen med Telias eget sluttbrukersalg inngå i grunnlaget for Telias markedsandel på grossistnivå.

435. En høy andel (nær 100 %, ifølge informasjon innhentet fra de største selskapene) av aksesslinjene i kollektive avtaler er eid av boligsammenslutninger (typisk sameier og borettslag). Slike private, brukereide nett er underlagt bestemmelser i ekomforskriften kapittel 9.

436. Ekomforskriften § 9-1 tredje ledd første punktum sier følgende:

«Tilkoblingspunktet skal utformes slik at det kan skiftes signalleverandør, og slik at mer enn ett elektronisk kommunikasjonsnett som anvendes for tilbud om offentlig elektronisk kommunikasjonstjeneste, kan kobles til punktet.»

437. Videre står det i § 9-2 første ledd:

«Privat elektronisk kommunikasjonsnett i det lokale området skal anlegges slik at tjenester fra ulike tilbydere skal kunne føres frem til den enkelte bruker.»

438. Det skal med andre ord legges til rette for at private nett kan benyttes av ulike tilbydere av ekomtjenester. Samtidig er det eiere av private nett som bestemmer hvilke tilbydere de ønsker å inngå avtaler med om leveranser av ekomtjenester. Slike private, brukereide nett omfattes dermed ikke av Nkoms regulering i grossistmarkedet.

439. I noen markeder kan kollektive avtaler utgjøre en stor andel av aksessene, og disse kan være ulikt fordelt mellom tilbyderne i det aktuelle markedet. Siden aksesser som inngår i slike avtaler ikke omfattes av grossistreguleringen, ekskluderes disse når tilbyderens markedsandeler på grossistnivå skal beregnes. Nkom beregner konsentrasjonsindeks (HHI) i sluttbrukermarkedet både med og uten aksesser i kollektive avtaler inkludert, og HHI-verdien uten kollektive avtaler avgjør om Nkom går videre med en nærmere analyse av grossistmarkedet.

440. I analysene benytter Nkom data som er innhentet fra tilbyderne i 2021, 2022 og 2023. Hvert år gjør Nkom en kvalitetssikring av mottatte data ved bl.a. å sammenligne med tidligere års data og annen kjent, offentlig informasjon. Den totale datakvaliteten blir dermed stadig bedre. I tallene fra 2021 og 2022 er det manglende innrapportering eller ikke tilstrekkelig pålitelige tall fra noen mindre tilbydere i enkelte kommuner. Dette innebærer at markedsandelene i noen geografiske markeder

tilsynelatende varierer mer enn de egentlig gjør, spesielt for kategorien «Øvrige». Dette er markert i de markedene det gjelder og vurderes ikke å ha hatt innvirkning på konklusjonene.

441. I analysen av sterk markedsstilling vurderer Nkom følgende indikatorer:

- **Markedsandeler på grossistnivå:** Markedsandeler måles i antall bredbåndsaksesser levert til husholdninger og fritidsboliger. Bredbåndsaksesser til virksomheter og bredbåndsaksesser i kollektive avtaler inngår ikke. Ved beregning av markedsandeler på grossistnivå legger Nkom grunn både eksternt grossistsalg og internt salg i vertikalt integrerte selskaper
- **Dekning og grad av parallell infrastruktur / Kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar:** I tilfeller hvor en aktør kontrollerer infrastruktur som er vanskelig å duplisere, og denne infrastrukturen representerer en viktig innsatsfaktor i det relevante markedet, vil det kunne utgjøre en vesentlig etableringsbarriere for potensielle konkurrenter. Et geografisk omfattende tilbud om bredbåndstjenester innebærer en tid- og kostnadskrevende utbygging av infrastruktur. Når en tilbyder har etablert god dekning i et område, vil det i mange tilfeller ikke være økonomisk grunnlag for andre å etablere tilsvarende dekning i det samme området.
- **Foretakenes størrelse:** Indikatoren refererer seg til potensielle fordeler som kan oppstå gjennom et foretaks relative størrelse i forhold til sine konkurrenter og i hvilken grad eventuelle slike fordeler kan forventes å vedvare i perioden analysen vurderer. Fordeler knyttet til foretakets størrelse kan gjøre seg gjeldende på områder som stordriftsfordeler og samproduksjonsfordeler, tilgang til finansielle ressurser, innkjøp, distribusjon, markedsføring og partnerskap. Slike fortrinn kan ha betydning for hvordan foretaket agerer i det relevante markedet selv om fordelene gjør seg gjeldende utenfor markedet som analyseres.
- **Vertikal og horisontal integrasjon:** En vertikalt integrert tilbyder er en tilbyder som har kontroll over flere ledd i den aktuelle verdikjeden og vil ofte være til stede i både infrastrukturmarkeder («oppstrømsmarkeder») og sluttbrukermarkeder («nedstrømsmarkeder»). Vertikal integrasjon gir muligheter for effektivitetsgevinster gjennom bedre kapasitets- og ressursutnyttelse og gir forutsetninger for stordriftsfordeler. Horisontalt integrert tilbydere kjennetegnes ved at de har virksomhet i to eller flere markeder som ikke er vertikalt relatert til hverandre. Slike tilbydere vil som følge av sin brede produktportefølje og store kundebase innen flere markeder, ha økte samproduksjonsfordeler i det relevante markedet.
- **Prisutvikling:** Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, og gi en indikasjon på om en tilbyder har sterk markedsstilling. Vanligvis vil økt konkurranse gi selskapene insentiver til å senke prisene da de i større grad må tilpasse prisene etter markedsutviklingen. Generelt vil hyppige prisfall kunne gi en indikasjon på velfungerende konkurranse, mens mindre hyppige prisendringer vil kunne gi en indikasjon på at konkurransen er begrenset.

- **Potensiell konkurranse:** Potensiell konkurranse knytter seg i denne sammenheng til hvorvidt aktører som er fraværende eller lite til stede i det aktuelle markedet, kan tre inn eller øke sin tilstedeværelse i markedet og derigjennom bidra til å skape markedsdynamikk innenfor den perioden som analysen overskuer. Trussel om økt konkurranse fra slike aktører vil kunne ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett.
- **Kjøperrett / Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden:** Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden ("countervailing buying power" eller kjøperrett) er et forhold som kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Kjøperrett kan sies å eksistere når en definert kjøper eller en gruppe av kjøpere av en vare eller en tjeneste er tilstrekkelig viktig for selgeren til å kunne utøve innflytelse på den prisen selgeren tar for varen eller tjenesten. Spørsmålet i denne sammenheng er hvorvidt én eller flere kjøpere i grossistmarkedet på kort eller mellomlang sikt vil kunne øve tilstrekkelig innflytelse på pris og andre vilkår til at den aktuelle tilbyderen likevel ikke kan anses å ha sterk markedsstilling.

442. Når det gjelder indikatoren prisutvikling, har Nkom ikke oversikt over alle bredbåndstilbyders endringer i listepriser de senere årene. Nkom har heller ikke detaljert innsikt i de ulike tilbydernes tidsbegrensede kampanjepriser, eller hvilke kundesegmenter og/eller geografiske områder slike kampanjepriser har vært rettet seg mot, verken på nasjonalt nivå eller i de ulike geografiske markedene Nkom har definert. Nkom har imidlertid registrert at flere av tilbyderne i bredbåndsmarkedet fra tid til annen varsler kundene sine om kommende økninger i månedsprisene for bredbåndsaksess. Slike prisøkninger begrunnes som regel med generell prisvekst i markedet, samt økte kostnader som følge av inflasjon og/eller videreutvikling av nett og tjenester.

443. Samtidig har flere tilbydere vist til negativ inflasjonsjustert ARPU-utvikling det siste året som følge av økt konkurranse. Det kan indikere at tidsbegrenset kampanjeprising i områder med aktivt FTB-salg eller i områder hvor en fiberaktør forsøker å kapre kunder fra en annen tilbyder av fiber- eller HFC-aksess, kan bidra til reduksjon i inflasjonsjustert ARPU hos tilbydere, til tross for tilbydernes gradvise økninger i listepriser.

444. Telenor og Telia publiserer kvartalsvise ARPU-tall på nasjonalt nivå. Av årsrapportene til Telenor og Telia for 2023 fremgår det at disse selskaperes ARPU for bredbåndsaksess har vært nokså stabil i 2022 og 2023. En vurdering av årlige omsetningstall for perioden 2020-2022 som Nkom har innhentet fra alle tilbyderne i bredbåndsmarkedet, indikerer at ARPU-utviklingen hos de største regionale og lokale tilbyderne ikke avviker vesentlig fra Telenors og Telias nasjonale ARPU-utvikling. Det tilsier at det norske bredbåndsmarkedet preges verken av hyppige og store prisøkninger eller av hyppige og store prisfall.

445. For analysene av sterk markedsstilling i kapittel 5.2 mener Nkom at dette betyr at den generelle prisutviklingen i bredbåndsmarkedet de senere årene i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. I den grad det er

spesielle forhold knyttet til prisutviklingen i de ulike geografiske markedene som bør hensyntas i vurderingen av sterk markedsstilling, er dette omtalt sammen med de øvrige indikatorene som ligger til grunn for analysene av sterk markedsstilling.

446. Nkom er kjent med pågående arbeid hos flere aktører om å etablere en felles markeds plass for grossisttilgang. Nkom ser svært positivt på dette arbeidet, og mener det er egnet til å oppnå et mer effektivt og fungerende grossistmarked. Samtidig er det usikkerhet knyttet til utformingen av og innholdet i en eventuell markeds plass, og hvilken effekt den vil få for konkurransen. Nkom mener derfor at dette arbeidet foreløpig ikke kan tillegges vekt i konkurranseanalysene.

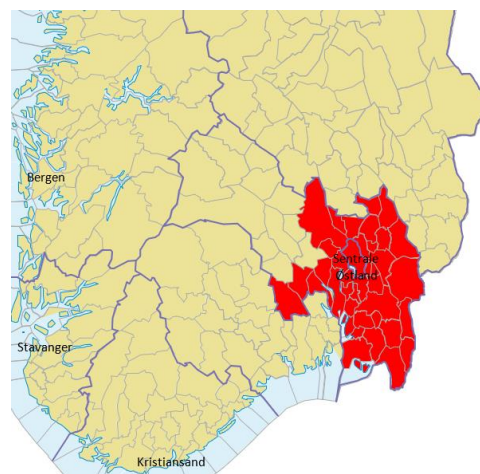
5.2 Analyser av sterk markedsstilling

447. Nedenfor analyserer Nkom de 22 geografiske markedene og vurderer om det innenfor hvert enkelt geografisk marked finnes en tilbyder som har sterk markedsstilling.

5.2.1 Sentrale Østlandet

448. Det geografiske markedet **Sentrale Østlandet** består av kommunene Aremark, Asker, Aurskog-Høland, Bærum, Drammen, Eidsvoll, Enebakk, Fredrikstad, Frogn, Gjerdrum, Gran, Halden, Hole, Hurdal, Hvaler, Indre Østfold, Jevnaker, Kongsberg, Lier, Lillestrøm, Lunner, Lørenskog, Marker, Moss, Nannestad, Nes, Nesodden, Nittedal, Nordre Follo, Oslo, Rakkestad, Ringerike, Rælingen, Råde, Sarpsborg, Skiptvedt, Ullensaker, Vestby, Våler, Øvre Eiker og Ås.

449. Dette området omfatter i overkant av 900 000 husstander, og det bor i underkant av 2 000 000 personer i Sentrale Østlandet.

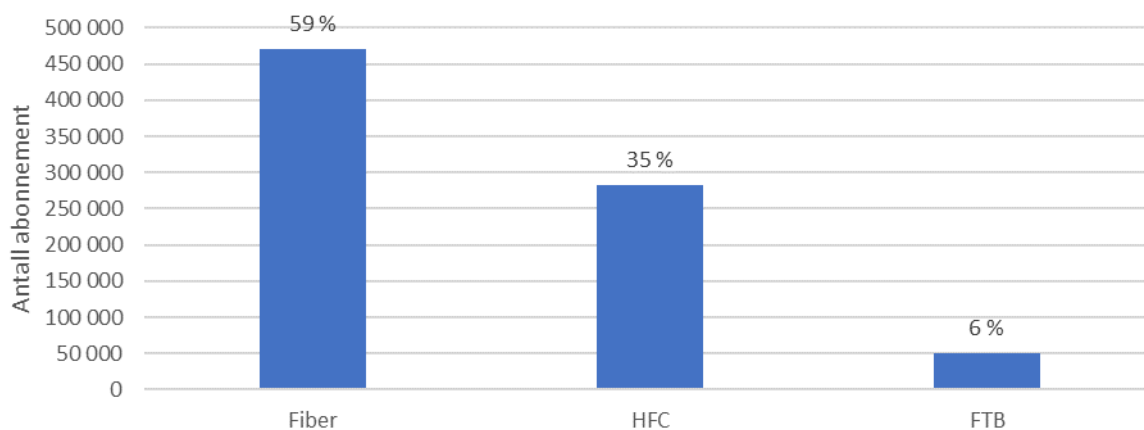


Figur 17: Kartillustrasjon av Sentrale Østlandet

Analyse av sluttbrukermarkedet

450. Det er 39 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sentrale Østlandet.

451. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det i overkant av 802 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 18.



Figur 18: Antall abonnement fordelt på teknologier

452. Tabell 4 viser fordelingen av markedsandeler i Sentrale Østlandet i 2021, 2022 og 2023. Telia har den høyeste markedsandelen på sluttbrukernivå i privatmarkedet målt i antall aksesser med 36 %, etterfulgt av Telenor med 27 % og Viken Fiber med 22 %. De øvrige 36 selskapene har til sammen en markedsandel på 15 %. Abonnementene til Telia er fordelt på 71 % HFC-abonnement, 24 % fiberabonnement og 5 % FTB-abonnement. Telenors kunder er fordelt på 54 % fiberabonnement, 32 % HFC-abonnement og 14 % FTB-abonnement. Viken Fibers kunder er utelukkende på fiber.

453. Den høye andelen HFC-kunder (35 %) i er unik for dette geografiske markedet. I alle andre markeder er fiberandelen blant kablede nett betydelig større.

Tilbyder	2021	2022	2023
Telia Norge	39 %	37 %	36 %
Telenor Norge	30 %	28 %	27 %
Viken fiber	21 %	21 %	22 %
Øvrige	10 %	14 %	15 %

Tabell 4: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sentrale Østlandet i 2021, 2022 og 2023

454. Tabell 5 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Alle de tre største aktørene har en vesentlig andel kollektive avtaler blant sine abonnement, men spesielt Telia har en høy andel kollektive avtaler. Totalt er det ca. 456 000 abonnement (57 % av abonnementene i Sentrale Østlandet) som inngår i kollektive avtaler. Dette gjør at markedsandelene til de enkelte tilbyderne endres vesentlig når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Viken Fiber har da den høyeste markedsandelen med 35 %.

Tilbyder	2022	2023
Viken fiber	34 %	35 %
Telenor Norge	29 %	29 %
Telia Norge	20 %	18 %
Øvrige	17 %	18 %

Tabell 5: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sentrale Østlandet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

455. Sentrale Østlandet har en HHI på 2404 uten kollektive avtaler (2523 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 82 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Sentrale Østlandet.

Analyse av grossistmarkedet

456. Tabell 6 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Viken fiber	34 %	35 %
Telenor Norge	32 %	32 %
Telia Norge	22 %	19 %
Øvrige	13 %	14 %

Tabell 6: Markedsandeler i grossistmarkedet

457. I et marked hvor de to største tilbyderne har en markedsandel på henholdsvis 35 og 32 %, og den tredje største har 19 %, tilsier en vurdering av markedsandeler at det i utgangspunktet ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling. Det følger også av Retningslinjene at markedsandeler lavere enn 40 % gir liten sannsynlighet for funn av sterk markedsstilling. En HHI på

2404 i sluttbrukermarkedet er for øvrig forholdsvis nær terskelen på 2000 som Nkom har satt for at det skal gjennomføres en analyse av grossistmarkedet.

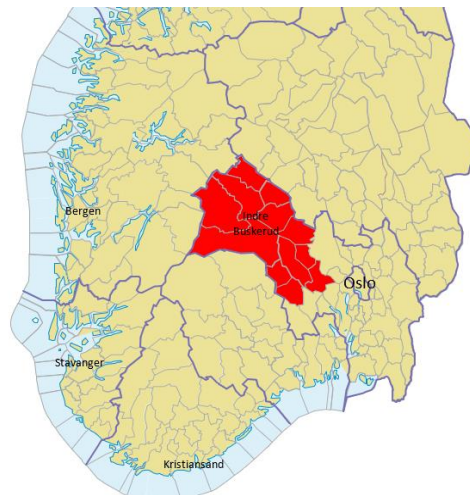
458. Nkoms data viser at tre av tilbyderne i Sentrale Østlandet hver for seg har en kablet dekning som dekker mellom 33 % og 60 % av husstandene, mens en fjerde tilbyder dekker over 30 %. Sentrale Østlandet er det geografiske markedet som har høyest grad av parallell dekning fra to eller flere tilbydere på kablet bredbånd (58 %), og tilsvarende tall dersom FTB inkluderes, er også blant de aller høyeste (97 %). Dette henger sammen med høy befolkningskonsentrasjon og en svært høy andel kollektive avtaler. Den svært høye andelen kollektive avtaler vil også kunne fungere som en disiplinerende faktor med hensyn til vilkårene som tilbys individuelle sluttbrukere, fordi flere aktører allerede er til stede med infrastruktur i nærliggende områder. Sentrale Østlandet forventes dermed å ha en annen konkurransedynamikk enn markeder med lavere befolkningskonsentrasjon og lavere grad av kollektive avtaler. Nkom mener dette tilsier at ingen av tilbyderne i Sentrale Østlandet i stor grad kan opptre uavhengig av kunder, konkurrenter og forbrukere i dette markedet.

459. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i det geografiske markedet Sentrale Østlandet.

5.2.2 Indre Buskerud

460. Det geografiske markedet **Indre Buskerud** består av kommunene Flesberg, Flå, Gol, Hemsedal, Hol, Krødsherad, Modum, Nesbyen, Nore og Uvdal, Rollag, Sigdal og Ål.

461. Dette området omfatter ca. 22 500 husstander, og det bor ca. 48 000 personer i Indre Buskerud.

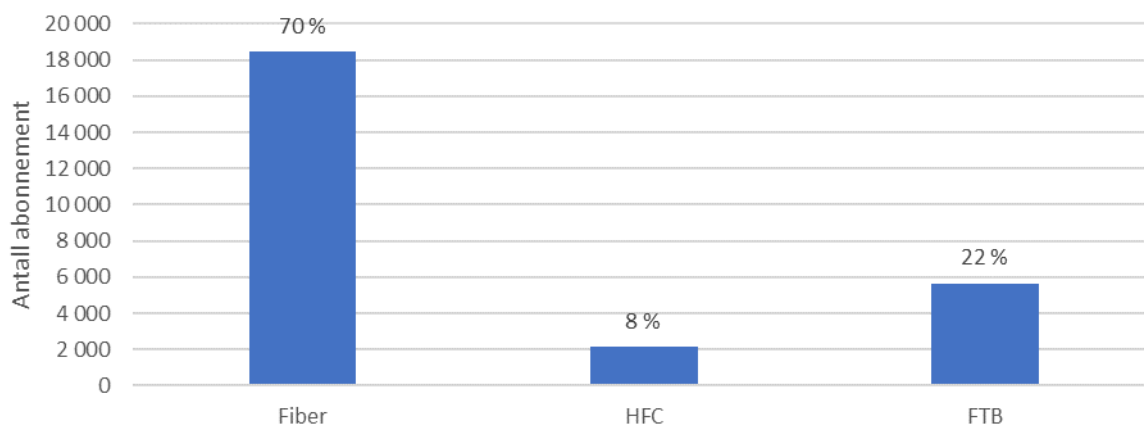


Figur 19: Kartillustrasjon av Indre Buskerud

Analyse av sluttbrukermarkedet

462. Det er 16 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Indre Buskerud.

463. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 26 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 20.



Figur 20: Antall abonnement fordelt på teknologier

464. Tabell 7 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Indre Buskerud i 2021, 2022 og 2023. Bruse er den største tilbyderen med en markedsandel på 30 % i sluttbrukermarkedet. Modum Kabel-TV har en markedsandel på 23 %. Deretter følger Telenor med 19 %. De fleste av kundene er fiberkunder, men for Modum Kabel-TV har 36 % av kundene HFC-abonnement, og for Telenor har 71 % av kundene FTB-abonnement.

Tilbyder	2021	2022	2023
Bruse	38 %	37 %	30 %
Modum kabel-tv	27 %	31 %	23 %
Telenor Norge	23 %	23 %	19 %
Øvrige	12 %	9 %	28 %

Tabell 7: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Buskerud i 2021, 2022 og 2023⁷³

465. Tabell 8 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Kollektive avtale utgjør i underkant av 6 %, hvilket innebærer at det kun er små justeringer av markedsstiasjonen når de kollektive avtalene utelates.

Tilbyder	2022	2023
Bruse	37 %	29 %
Modum kabel-tv	33 %	21 %
Telenor Norge	23 %	19 %
Øvrige	7 %	30 %

Tabell 8: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Buskerud i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

466. Indre Buskerud har en HHI på 1501 (1757 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 84 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon, mener Nkom at konkurransen i sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende. Nkom går derfor ikke videre med en analyse av grossistmarkedet.

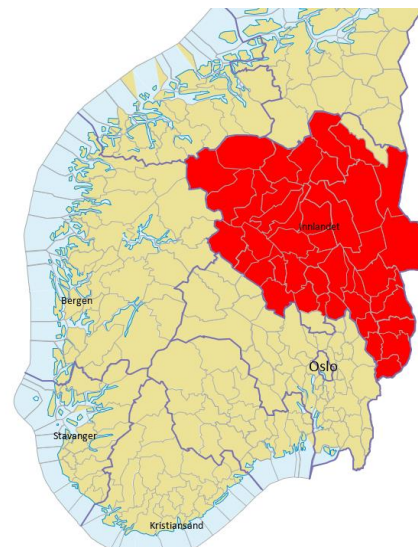
467. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Indre Buskerud.

⁷³ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelen for kategorien «Øvrige» er for lav i disse årene, mens markedsandelene for de tre største tilbyderne er for høy.

5.2.3 Innlandet

468. Det geografiske markedet **Innlandet** består av kommunene Alvdal, Dovre, Eidskog, Elverum, Engerdal, Etnedal, Folldal, Gausdal, Gjøvik, Grue, Hamar, Kongsvinger, Lesja, Lillehammer, Lom, Løten, Nord-Aurdal, Nord-Fron, Nord-Odal, Nordre Land, Rendalen, Ringebu, Ringsaker, Sel, Skjåk, Stange, Stor-Elvdal, Søndre Land, Sør-Aurdal, Sør-Fron, Sør-Odal, Tolga, Trysil, Tynset, Vang, Vestre Slidre, Vestre Toten, Vågå, Våler, Østre Toten, Øyer, Øystre Slidre, Åmot og Åsnes.

469. Dette området omfatter ca. 171 000 husstander, og det bor ca. 358 000 personer i Innlandet.

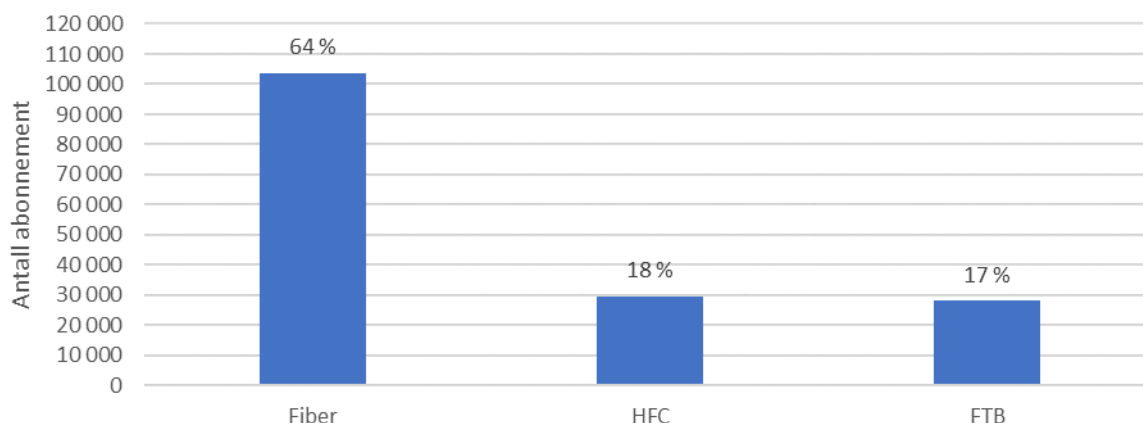


Figur 21: Kartillustrasjon av Innlandet (uten kommunene Gran og Os)

Analyse av sluttbrukermarkedet

470. Det er 20 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Innlandet.

471. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 165 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 22.



Figur 22: Antall abonnement fordelt på teknologier

472. Tabell 9 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Innlandet i 2021, 2022 og 2023. Eidsiva Bredbånd er største tilbyder med en markedsandel på 52 %. Deretter følger Telenor med 36 %. Flestparten av Eidsiva Bredbånds kunder har fiberabonnement (93 %), men det er også noen HFC-abonnement (7 %). For Telenor fordeler kundene seg på 37 % fiberabonnement, 37 % HFC-abonnement og 26 % FTB-abonnement. Telia har 97 % FTB-abonnement, mens de øvrige 3 % er fiberbredbånd.

Tilbyder	2021	2022	2023
Eidsiva Bredbånd	54 %	51 %	52 %
Telenor Norge	38 %	39 %	36 %
Telia Norge	3 %	3 %	7 %
Øvrige	6 %	7 %	5 %

Tabell 9: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Innlandet i 2021, 2022 og 2023

473. Tabell 10 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Ca. 33 000 abonnement (20 % av abonnementene i Innlandet) inngår i kollektive avtaler. Markedsandelsfordelingen mellom de tre største tilbyderne endres noe når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Eidsiva Bredbånd er fortsatt den største tilbyderen og øker sin markedsandel med 5 prosentpoeng til 57 %. Telenors markedsandel reduseres med 7 prosentpoeng til 29 %.

Tilbyder	2022	2023
Eidsiva Bredbånd	57 %	57 %
Telenor Norge	32 %	29 %
Telia Norge	4 %	9 %
Øvrige	8 %	6 %

Tabell 10: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Innlandet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

474. Innlandet har en HHI på 4131 uten kollektive avtaler (4063 med kollektive avtaler). De to største tilbyderne står for 86 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. De tre største står for 94 %. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Innlandet.

Analyse av grossistmarkedet

475. Tabell 11 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Eidsiva Bredbånd	58 %	57 %
Telenor Norge	34 %	32 %
Telia Norge	4 %	9 %
Øvrige	4 %	2 %

Tabell 11: Markedsandeler på grossistnivå (uten kollektive avtaler)

476. Eidsiva Bredbånds markedsandel på 57 % gir en presumpsjon for at Eidsiva Bredbånd har sterk markedsstilling i Innlandet.

477. Eidsiva Bredbånd er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet eier og drifter i tillegg noen HFC-nett. Selskapet leverer tjenester i nær 50 kommuner i det indre østlandsområdet. Eidsiva Bredbånd ble etablert i 2004 og har vært en del av Altibox-partnerskapet siden 2019. Selskapet eies av ni regionale kraftselskaper i Innlandet fylke, og Eidsiva Energi AS er største eier med en eierandel på 90 %.

478. Eidsiva Bredbånd har hovedkontor på Lillehammer. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er Eidsiva Bredbånd partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

479. Eidsiva Bredbånd har en dekning for kablet bredbånd på 68 % av husstandene i Innlandet. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Eidsiva Bredbånd også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Innlandet. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 71 % av virksomhetene i dette markedet.

480. Telenor er nest største tilbyder i Innlandet og har en dekning for kablet bredbånd på 49 % av husstandene. Telenors kablede dekning er i stor grad konsentrert om de mest folkerike kommunene i Innlandet, og dekningen er vesentlig lavere i mer spredtbygde kommuner. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Innlandet er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 46 % av virksomhetene.

481. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Innlandet har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn Eidsiva Bredbånd, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

482. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

483. Telia er tredje største tilbyder i Innlandet, men har svært begrenset dekning for kablet bredbånd i dette markedet. Telias abonnement er i all hovedsak basert på FTB. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet har Telia bare begrenset aktivitet i Innlandet.

484. Eidsiva Bredbånd har svært god kablet dekning i mange av kommunene med lavt befolkningsgrunnlag i Innlandet. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et

like omfattende fiberaksessnett i Innlandet som det Eidsiva Bredbånd har bygd ut. Til tross for at Telenor er en sterk utfordrer i deler av Innlandet og har gode forutsetninger for videre nettutbygging, mener Nkom at Eidsiva Bredbånd har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Eidsiva Bredbånd har sterk markedsstilling i Innlandet.

485. Eidsiva Bredbånd tilbyr både fiberaksess (enkelte steder HFC-aksess) og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Eidsiva Bredbånd's sterke posisjon i aksessmarkedet i Innlandet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds-/tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Eidsiva Bredbånd en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Eidsiva Bredbånd's konkurrenter i Innlandet. Samtidig har både Telenor og Telia en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor og til dels Telia er etablerte konkurrenter til Eidsiva Bredbånd i Innlandet, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Eidsiva Bredbånd's markedsstilling i dette markedet.

486. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Innlandet er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Eidsiva Bredbånd har sterk markedsstilling i Innlandet.

487. Eidsiva Bredbånd viser i sine høringskommentarer til at selskapet opplever økt kundemobilitet, bl.a. på bakgrunn av kundeavgang til FTB, men har ikke oppgitt konkrete tall for kundeavgang. Nkom registrerer at Telia har økt sin markedsandel i Innlandet som følge av nye FTB-kunder. Tatt i betraktning at Eidsiva Bredbånd har de fleste kundene i Innlandet, er det naturlig at selskapet opplever en viss økning i kundeavgang som følge av Telias FTB-salg. Samtidig viser Nkoms tall at Eidsiva Bredbånd har opprettholdt sin markedsandel fra 2022 til 2023, og Telias fremgang har i større grad gått på bekostning av Telenor. Nkom kan derfor ikke se at økningen i kundeavgang skulle tilsi at Eidsiva Bredbånd's markedsstilling i Innlandet er vesentlig svekket.

488. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Innlandet vil kunne bidra til å svekke Eidsiva Bredbånd's markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

489. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 88 % av husstandene i Innlandet fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 %

dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 29 % i Innlandet. Dette er i mellomstjiktet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

490. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er lav i Innlandet sammenlignet med de fleste andre geografiske markedene Nkom har definert. Det kan ikke utelukkes en viss grad av overbygging av kablede nett i årene fremover, og potensialet for videre utbygging av fiber kan bidra til økt konkurranse. Samtidig har områdene som per i dag ikke har fiberdekning, i stor grad spredt bosetning og vil være kostbare å bygge ut. Det er Nkoms vurdering at Eidsiva Bredbånd er godt posisjonert til å stå for en betydelig andel av den videre utbyggingen av fiber. Potensialet for ytterligere parallell kablet dekning er antagelig også begrenset ved at de mest folkerike kommunene allerede har forholdsvis høy parallell kablet dekning. Eidsiva Bredbånds markedsstilling i Innlandet vil dermed ikke nødvendigvis svekkes i særlig grad i årene fremover. Videre fiberutbygging i Innlandet kan like gjerne styrke selskapets markedsstilling.

491. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til Eidsiva Bredbånd i Innlandet, noe som i utgangspunktet kan svekke Eidsiva Bredbånds markedsstilling i årene fremover. FTB har allerede fått betydelig fotfeste i Innlandet, der 17 % av abonnementene leveres med denne teknologien, og i deler av Innlandet har FTB-tilbydere målrettet markedsført FTB i direkte konkurranse med Eidsiva Bredbånds fiber. Spesielt Telia har vunnet markedsandeler fra 2022 til 2023 gjennom sitt FTB-tilbud. Samtidig må det forventes at også Eidsiva Bredbånd, gjennom partnerskap i Altibox og Tårnselskapet AS, i løpet av de neste årene vil kunne benytte FTB til å konkurrere i områder i Innlandet der Eidsiva Bredbånd ikke finner det kommersielt attraktivt å bygge ut fiber.

492. Slik Nkom vurderer det, tilsier dette at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Eidsiva Bredbånds markedsstilling i vesentlig grad. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

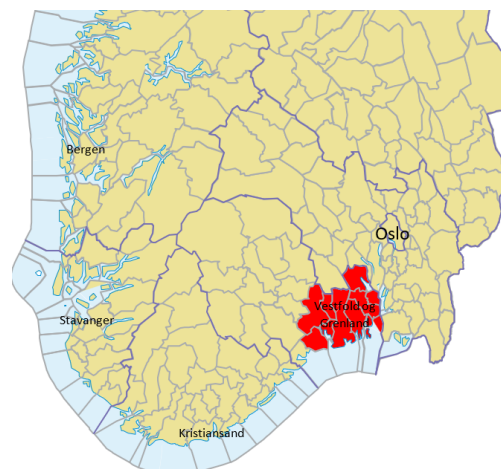
493. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Eidsiva Bredbånd og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Eidsiva Bredbånds nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Eidsiva Bredbånds markedsstilling i særlig grad.

494. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Eidsiva Bredbånd har sterk markedsstilling i Innlandet.

5.2.4 Vestfold og Grenland

495. Det geografiske markedet **Vestfold og Grenland** består av kommunene Bamble, Færder, Holmestrand, Horten, Larvik, Porsgrunn, Sandefjord, Siljan, Skien og Tønsberg.

496. Dette området omfatter ca. 167 000 husstander, og det bor ca. 362 000 personer i Vestfold og Grenland.

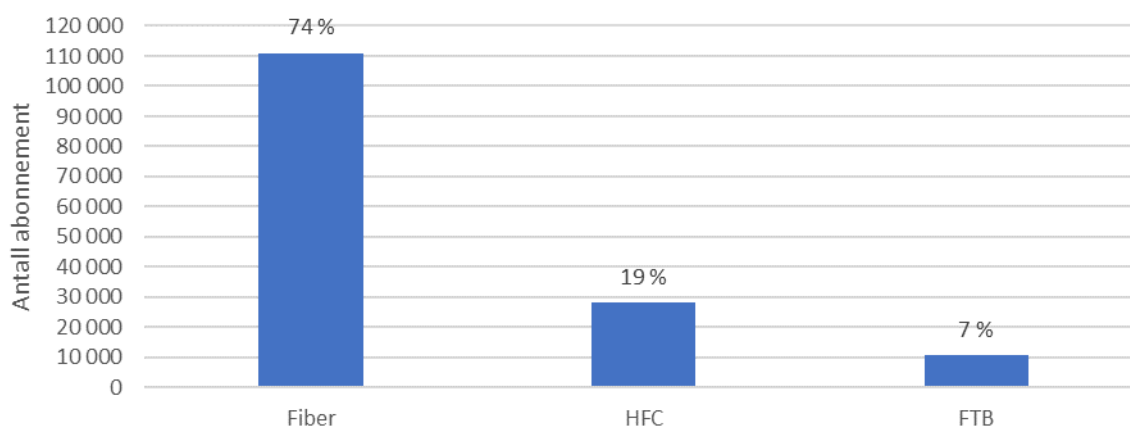


Figur 23: Kartillustrasjon av Vestfold og Grenland

Analyse av sluttbrukermarkedet

497. Det er 22 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Vestfold og Grenland.

498. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 150 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 24.



Figur 24: Antall abonnement fordelt på teknologier

499. Tabell 12 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Vestfold og Grenland i 2021, 2022 og 2023. Telenor er markedsleder i Vestfold og Grenland med en markedsandel på 50 % i sluttbrukermarkedet. Telenor har både fiber-, HFC- og FTB-kunder i dette markedet. 56 % av Telenors kunder har fiberabonnement, 37 % har HFC-abonnement og 7 % har FTB-abonnement.

500. Viken Fiber er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 33 %. Alle Viken Fibers kunder i dette markedet er fiberkunder. Sandefjord Bredbånd er den tredje største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 10 %. I likhet med Viken Fiber har Sandefjord Bredbånd kun fiberkunder.

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	53 %	51 %	50 %
Viken fiber	33 %	34 %	33 %
Sandefjord bredbånd	10 %	10 %	10 %
Øvrige	4 %	5 %	7 %

Tabell 12: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Vestfold og Grenland i 2021, 2022 og 2023

501. Tabell 13 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Ca. 50 000 abonnement (33 % av abonnementene i Vestfold og Grenland) inngår i kollektive avtaler. Markedsandelsfordelingen mellom de tre største tilbyderne endres noe når de kollektive avtalene utelates fra beregningen, men Telenor er fortsatt den største tilbyderen i dette sluttbrukermarkedet med en markedsandel på 43 %. Viken Fibers markedsandel øker med 4 prosentpoeng til 37 %.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	44 %	43 %
Viken fiber	39 %	37 %
Sandefjord bredbånd	10 %	10 %
Øvrige	7 %	10 %

Tabell 13: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Vestfold og Grenland i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

502. Vestfold og Grenland har en HHI på 3323 uten kollektive avtaler (3678 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 90 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Vestfold og Grenland.

Analyse av grossistmarkedet

503. Tabell 14 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	47 %	45 %
Viken fiber	39 %	37 %
Sandefjord bredbånd	10 %	10 %
Øvrige	4 %	8 %

Tabell 14: Markedsandeler på grossistnivå

504. Når Telenors grossistsalg av fiberaksess (VULA fiber) og FTB inkluderes, er Telenors markedsandel på grossistnivå 45 % i Vestfold og Grenland. En markedsandel på 45 % er under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling.

505. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I Vestfold og Telemark har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn de øvrige

tilbydere, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett. Bredden i nett og produktsortiment gir etter Nkoms vurdering Telenor fordeler som konkurrentene ikke har i samme grad, både med hensyn til å kunne gjøre langsiktige investeringer og å tilby helhetlige løsninger til sine kunder.

506. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

507. Telenor har en dekning for kablet bredbånd på 80 % av husstandene i Vestfold og Grenland. Telenor har også god FTB-dekning i hele området. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Telenor også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Vestfold og Grenland. Telenor dekker 71 % av virksomhetene i dette markedet.

508. Viken Fiber er nest største tilbyder i Vestfold og Grenland og har en dekning for kablet bredbånd på 47 % av husstandene. Viken Fiber er en stor regional tilbyder av ekomnett og ekomnettjenester og har omfattende fiberbaserte aksessnett i Sentrale Østlandet i tillegg til i Vestfold og Grenland. Selskapet har Lyse som majoritetseier og er en del av Altibox-samarbeidet. Viken Fiber er partner i Tårnselskapet AS. I bedriftsmarkedet er Viken Fiber nest største tilbyder i Vestfold og Grenland, nesten jevnstor med Telenor.

509. Den tredje største tilbyderen i dette markedet (Sandefjord Bredbånd) er en lokal fiberaktør som har høy dekning og er største tilbyder i Sandefjord kommune.

510. Vestfold og Grenland er i hovedsak tett befolkede områder. Selv om Telenor har den klart høyeste kablede dekningen, kan ikke kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, sies å være en indikator som gir Telenor store konkurransefordeler i dette markedet sammenlignet med de største konkurrentene i Vestfold og Grenland. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som bare i begrenset grad styrker Telenors stilling i dette markedet.

511. Samtidig er Telenor vertikalt integrert og tilbyr bredbåndsprodukter både i sluttbruker- og grossistmarkedene. Posisjonen som den største tilbyderen både i grossist- og sluttbrukermarkedet i Vestfold og Grenland, gir Telenor mulighet til å oppnå fordeler av å være vertikalt integrert. At Telenor tilbyr tjenester både i sluttbrukerbrukermarkedet og i grossistmarkedene, innebærer videre at Telenor konkurrerer med sine grossistkunder i sluttbrukermarkedet.

512. Telenor er også et horisontalt integrert selskap og har en sterk posisjon i en rekke tilgrensende markeder innen elektronisk kommunikasjon. På sluttbrukernivå har Telenor mulighet til å levere tjenester på en rekke områder utover fast bredbånd, herunder mobiltjenester og TV-tjenester. Tilsvarende har Telenor også en sterk posisjon i en rekke tilgrensende grossistmarkeder. Telenors store geografiske dekning og brede produktspekter på sluttbruker- og grossistnivå gir mulighet til å oppnå fordeler av å være horisontalt integrert. Nkom mener på denne bakgrunn at vertikal og horisontal integrasjon gir Telenor en konkurransefordel som kan bidra til å stryke Telenors markedsstilling i dette grossistmarkedet.

513. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Vestfold og Grenland er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Telenor har markedsstilling i Vestfold og Grenland.

514. Potensiell konkurranse kan skape økt markedsdynamikk og ha en disiplinierende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Vestfold og Grenland vil kunne bidra til å svekke Telenors markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

515. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 95 % av husstandene i Vestfold og Grenland fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 48 % i Vestfold og Grenland.

516. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er høy i Vestfold og Grenland. Det kan trekke i retning av begrenset grad av potensiell konkurranse mellom tilbydere av kablet bredbåndsaksess i dette markedet. På den annen side er de to største konkurrentene til Telenor i dette markedet etablerte fiberutbyggere. Graden av parallell kablet dekning er allerede høy i Vestfold og Grenland og blant de høyeste i landet. Det kan tilsi at potensiell konkurranse, i form av mulig ytterligere overbygging fra de andre aksesstilbydere i dette markedet, kan ha en viss disiplinierende effekt på Telenors mulighet til å utnytte markedsrett. Dette gjelder særlig i områder hvor Telenor har HFC-kunder, men også i områder hvor konkurrerende fibernetter allerede er etablert i tilgrensende områder til Telenors fibernet.

517. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud vil kunne representere potensiell konkurranse

i dette markedet. Både Telenor og Telia tilbyr FTB i dette markedet i dag, og Viken Fiber er som partner i Altibox og Tårnselskapet AS en potensiell tilbyder av FTB. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 7 % av bredbåndsabonnementene i Vestfold og Grenland, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Telenor har dessuten flest FTB-kunder i dette markedet. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis bidrar til å svekke Telenors stilling i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Telenor være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder ettersom Telenor er den største FTB-tilbyderen i dette markedet i dag, med et godt utbygd mobilnett. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

518. Samlet mener Nkom at det er en viss grad av potensiell konkurranse i dette markedet, både fra Viken Fiber og andre store tilbydere av kablet bredbånd, og fra mindre tilbydere av kablet bredbånd i det geografiske markedet.

519. I dette markedet kan Sandefjord kommunes beslutning om å legge Sandefjord Bredbånd ut for salg også bidra til økt markedsdynamikk. Sandefjord Bredbånd er den tredje største tilbyderen i Vestfold og Grenland med ca. 10 % markedsandel, og utfallet av Sandefjord kommunes pågående salgsprosess vil kunne endre markeds- og konkurransesituasjonen i dette markedet på en måte som også kan få betydning for vurderingen av sterk markedsstilling. Dette kan tale for at Nkom ikke bør utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i dette markedet nå, og heller gjøre en ny vurdering av dette dersom eierskiftet i Sandefjord Bredbånd tilsier at det er nødvendig.

520. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperkraft overfor Telenor og ved å utnytte slik kjøperkraft kan oppnå tilgang til Telenors nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperkraft i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Telenors markedsstilling i særlig grad.

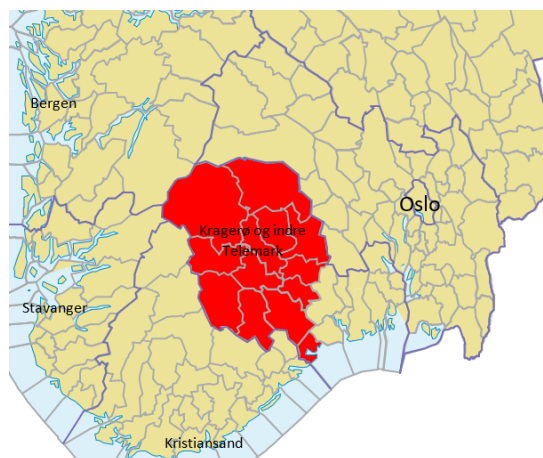
521. Selv om ulike indikatorer trekker i ulike retninger når sterk markedsstilling skal vurderes i Vestfold og Grenland, har Nkom etter en helhetsvurdering konkludert at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i dette markedet. Nkom har lagt spesiell vekt på at Telenors markedsandel på 45 % er godt under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling, og at Telenors markedsandel har blitt redusert det siste året. Nkom har også vektlagt at det foreligger en viss grad av potensiell konkurranse som kan ha en viss disiplinerende effekt på Telenors mulighet til å utnytte markedsstyrke, og en mulig dynamikk i dette markedet som følge av et eierskifte hos den tredje største tilbyderen.

522. Utfallet av salgsprosessen knyttet til Sandefjord Bredbånd vil kunne føre til at Nkom gjør en ny vurdering av om det finnes tilbydere med sterk markedsstilling i Vestfold og Grenland.

5.2.5 Kragerø og indre Telemark

523. Det geografiske markedet **Kragerø og indre Telemark** består av kommunene Drangedal, Fyresdal, Hjartdal, Kragerø, Kviteseid, Midt-Telemark, Nissedal, Nome, Notodden, Seljord, Tinn, Tokke og Vinje.

524. Dette området omfatter ca. 31 000 husstander, og det bor ca. 66 000 personer i Kragerø og indre Telemark.

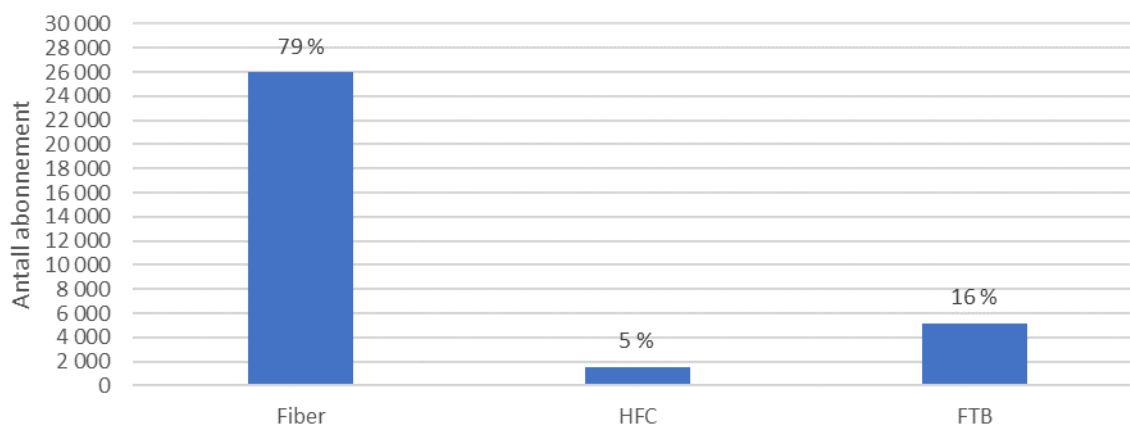


Figur 25: Kartillustrasjon av Kragerø og indre Telemark

Analyse av sluttbrukermarkedet

525. Det er 19 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Kragerø og indre Telemark.

526. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 33 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 26.



Figur 26: Antall abonnement fordelt på teknologier

527. Andelen FTB-abonnement er høy i Kragerø og indre Telemark (16 %), og andelen HFC-abonnement er lav (5 %) sammenlignet med de fleste andre geografiske markedene.

528. Tabell 15 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Kragerø og indre Telemark i 2021, 2022 og 2023. Telenor Norge har den høyeste markedsandelen i privatmarkedet målt i antall aksesser med 19 %, etterfulgt av Telefiber med 16 % og Kragerø Bredbånd med 15 %. De øvrige selskapene har til sammen en markedsandel på 50 %.

529. Alle kundene til de lokale tilbyderne har fiberabonnement, mens for Telenor er fordelingen 7 % fiberabonnement, 21 % HFC-abonnement og 72 % FTB-abonnement.

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	25 %	24 %	19 %
Telefiber	22 %	20 %	16 %
Kragerø bredbånd	19 %	20 %	15 %
Øvrige	34 %	36 %	50 %

Tabell 15: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Kragerø og indre Telemark i 2021, 2022 og 2023⁷⁴

530. Tabell 16 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Kragerø og indre Telemark har ca. 2 700 abonnement som inngår i kollektive avtaler. Dette utgjør en liten andel og innvirker i liten grad på tilbydernes markedsandeler.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	25 %	18 %
Telefiber	18 %	18 %
Kragerø bredbånd	17 %	14 %
Øvrige	40 %	50 %

Tabell 16: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Kragerø og indre Telemark i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

531. Kragerø og indre Telemark har en HHI på 852 uten kollektive avtaler (842 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 50 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon, mener Nkom at konkurransen i sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende. Nkom går derfor ikke videre med en analyse av grossistmarkedet.

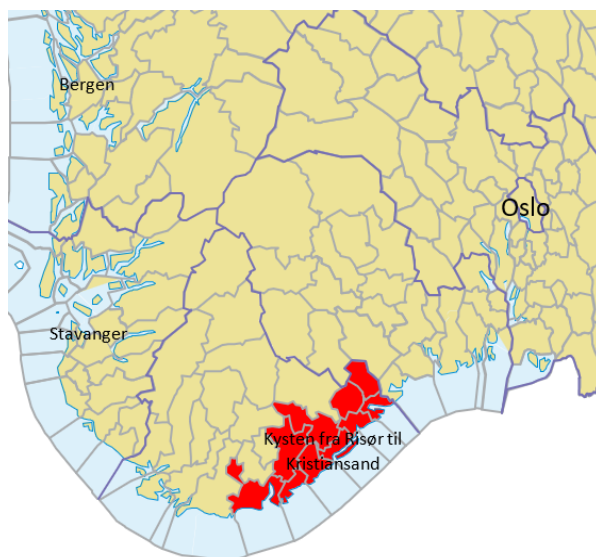
532. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Kragerø og indre Telemark.

⁷⁴ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelen for kategorien «Øvrige» er for lav i disse årene, mens markedsandelene for de tre største tilbyderne er for høy.

5.2.6 Kysten fra Risør til Kristiansand

533. Det geografiske markedet **Kysten fra Risør til Kristiansand** består av kommunene Arendal, Birkenes, Froland, Gjerstad, Grimstad, Kristiansand, Lillesand, Risør, Tvedestrand og Vegårshei.

534. Dette området omfatter ca. 102 000 husstander, og det bor ca. 226 000 personer i Kysten fra Risør til Kristiansand.

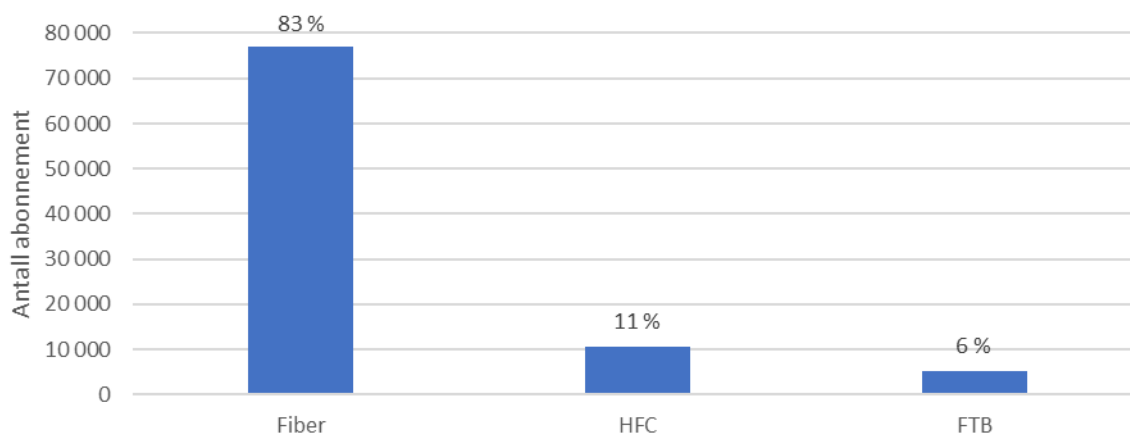


Figur 27: Kartillustrasjon av Kysten fra Risør til Kristiansand

Analyse av sluttbrukermarkedet

535. Det er 14 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Kysten fra Risør til Kristiansand.

536. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 93 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 28.



Figur 28: Antall abonnement fordelt på teknologier

537. Tabell 17 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Kysten fra Risør til Kristiansand i 2021, 2022 og 2023. Telenor er markedsleder i Kysten fra Risør til Kristiansand, med en markedsandel på 46 % i sluttbrukermarkedet. Mer enn halvparten av alle fiberkundene i dette området er Telenor-kunder. I tillegg har Telenor både FTB- og HFC-kunder i dette markedet. 87 % av Telenors kunder har fiberabonnement, 8,5 % har FTB-abonnement og 4,5 % har HFC-abonnement.

538. Telia er den nest største tilbyderen i dette markedet, med en markedsandel på 28 %. I likhet med Telenor, har også Telia både fiber-, HFC- og FTB-kunder i Kysten fra Risør til Kristiansand. 65 % av Telias kunder har fiberabonnement, 32 % har HFC-abonnement og 3 % har FTB-abonnement.

539. Afiber er den tredje største tilbyderen i dette markedet, med en markedsandel på 11 %. Alle Afibers kunder i dette markedet er fiberkunder.

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	51 %	49 %	46 %
Telia Norge	32 %	30 %	28 %
Afiber	5 %	9 %	11 %
Øvrige	12 %	12 %	15 %

Tabell 17: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet Kysten fra Risør til Kristiansand i 2021, 2022 og 2023⁷⁵

540. Tabell 18 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Ca. 26 500 abonnement (29 % av abonnementene i Kysten fra Risør til Kristiansand) inngår i kollektive avtaler. Markedsandelsfordelingen mellom de tre største tilbyderne endres når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Telenor øker sin markedsandel med 5 prosentpoeng til 51 %, mens Telias markedsandel reduseres med 13 prosentpoeng til 15 %.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	56 %	51 %
Telia Norge	18 %	15 %
Afiber	12 %	14 %
Øvrige	14 %	19 %

Tabell 18: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet Kysten fra Risør til Kristiansand i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

541. En HHI på 3062 basert på markedsandeler uten kollektive avtaler (3026 med kollektive avtaler) tilsier at det er høy markedskonsentrasjon i Kysten fra Risør til Kristiansand. De tre største tilbyderne står for 81 % av bredbåndsabonnementene. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Kysten fra Risør til Kristiansand.

Analyse av grossistmarkedet

542. Tabell 19 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	62 %	59 %
Telia Norge	18 %	16 %
Afiber	12 %	14 %
Øvrige	7 %	11 %

Tabell 19: Markedsandeler på grossistnivå

⁷⁵ Manglende data for én mindre tilbyder i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelen for kategorien «Øvrige» er for lav i disse årene, mens markedsandelene for de tre største tilbyderne er for høy.

543. Når Telenors grossistsalg av fiberaksess (VULA fiber) og FTB inkluderes, er Telenors markedsandel på grossistnivå 59 % i Kysten fra Risør til Kristiansand. En markedsandel på 59 % gir en presumpjon for at Telenor har sterk markedsstilling i Kysten fra Risør til Kristiansand.

544. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I Kysten fra Risør til Kristiansand har Telenor en relativt stor andel av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett. Bredden i nett og produktsortiment gir etter Nkoms vurdering Telenor fordeler som konkurrentene ikke har i samme grad, både med hensyn til å kunne gjøre langsiktige investeringer og å tilby helhetlige løsninger til sine kunder.

545. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

546. Telenor har en dekning for kablet bredbånd på 74 % av husstandene i Kysten fra Risør til Kristiansand. Telenor har også god FTB-dekning i hele området. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Telenor også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Kysten fra Risør til Kristiansand. Telenor dekker 74 % av virksomhetene i dette markedet.

547. Telia er nest største tilbyder i Kysten fra Risør til Kristiansand og har en dekning for kablet bredbånd på 49 % av husstandene. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I Kysten fra Risør til Kristiansand har Telia den største andelen av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet er Telia tredje største tilbyder i Kysten fra Risør til Kristiansand.

548. Afiber er tredje største tilbyder i kysten fra Risør til Kristiansand og har en dekning for kablet bredbånd på 25 %. Afiber er en mellomstor, regional tilbyder og har sin aktivitet konsentrert innenfor dette området. Selskapet er en del av Altibox-samarbeidet og er partner i Tårnselskapet AS. Selskapet har bare begrenset aktivitet i bedriftsmarkedet.

549. Kysten fra Risør til Kristiansand har tett befolkede områder i bykommunene langs kysten, men også mer spredtbygde områder i kommunene lenger inn i landet. Telenor har den klart høyeste kablede dekningen, men Telia og Afiber har også betydelig dekning deler av i dette markedet. Telenor har i tillegg mye passiv infrastruktur, bl.a. rør, stolper og master, som kan gi grunnlag for videre utbygging av bredbåndsnett. Tatt i betraktning varierende grad av befolkningstetthet i Kysten fra Kristiansand til Risør, kan kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar sies å være en indikator som gir Telenor visse konkurransefordeler i dette markedet sammenlignet med de største konkurrentene. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som til en viss grad styrker Telenors stilling i dette markedet.

550. Telenor er vertikalt integrert og tilbyr bredbåndsprodukter både i sluttbruker- og grossistmarkedene. Posisjonen som den største tilbyderer både i grossist- og sluttbrukermarkedet i Kysten fra Risør til Kristiansand, gir Telenor mulighet til å oppnå fordeler av å være vertikalt integrert. At Telenor tilbyr tjenester både i sluttbrukerbrukermarkedet og i grossistmarkedene, innebærer videre at Telenor konkurrerer med sine grossistkunder i sluttbrukermarkedet.

551. Telenor er også et horisontalt integrert selskap og har en sterk posisjon i en rekke tilgrensende markeder innen elektronisk kommunikasjon. På sluttbrukernivå har Telenor mulighet til å levere tjenester på en rekke områder utover fast bredbånd, herunder mobiltjenester og TV-tjenester. Tilsvarende har Telenor også en sterk posisjon i en rekke tilgrensende grossistmarkeder. Telenors store geografiske dekning og brede produktspekter på sluttbruker- og grossistnivå gir mulighet til å oppnå fordeler av å være horisontalt integrert. Nkom mener på denne bakgrunn at vertikal og horisontal integrasjon gir Telenor en konkurransefordel som kan bidra til å stryke Telenors markedsstilling i dette grossistmarkedet.

552. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Kysten fra Kristiansand til Risør er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Telenor har markedsstilling i Kysten fra Kristiansand til Risør.

553. Potensiell konkurranse kan skape økt markedsdynamikk og ha en disiplinierende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Kysten fra Risør til Kristiansand vil kunne bidra til å svekke Telenors markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

554. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 97 % av husstandene i Kysten fra Risør til Kristiansand fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen

øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 55 %.

555. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Kysten fra Risør til Kristiansand. Det kan trekke i retning av begrenset grad av potensiell konkurranse mellom tilbydere av kablet bredbåndsaksess i dette markedet. På den annen side er de to største konkurrentene til Telenor i dette markedet etablerte utbyggere av fiber- og HFC-nett. Graden av parallell kablet dekning er allerede høy i Kysten fra Risør til Kristiansand og blant de høyeste i landet. Det kan tilsi at potensiell konkurranse, i form av mulig ytterligere overbygging fra de andre aksesstilbyderne i dette markedet, kan ha en viss disiplinerende effekt på Telenors mulighet til å utnytte markedsrett. Dette gjelder særlig i områder hvor Telenor har HFC-kunder, men også i områder hvor konkurrerende fibernet allerede er etablert i tilgrensende områder til Telenors fibernet.

556. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud vil kunne representere potensiell konkurranse i dette markedet. Både Telenor og Telia tilbyr FTB i dette markedet i dag, og Afiber er som partner i Altibox og Tårnselskapet AS en potensiell tilbyder av FTB. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 6 % av bredbåndsabonnementene i Kysten fra Risør til Kristiansand, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Telenor har dessuten flest FTB-kunder i dette markedet. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis bidrar til å svekke Telenors stilling i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Telenor være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder ettersom Telenor er den største FTB-tilbyderen i dette markedet i dag, med et godt utbygd mobilnett. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

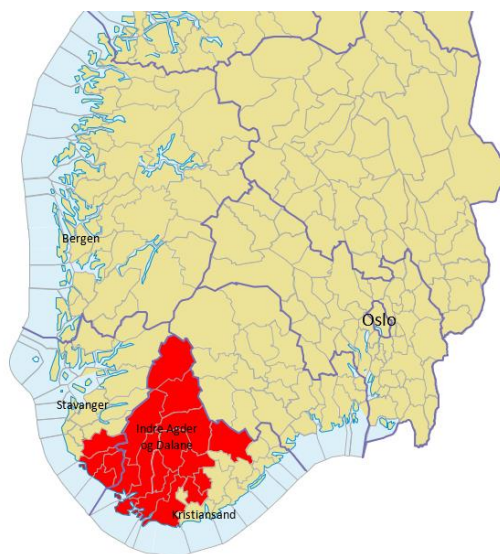
557. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Telenor og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Telenors nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Telenors markedsstilling i særlig grad.

558. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Telenor har sterk markedsstilling i Kysten fra Risør til Kristiansand. Nkom har særlig lagt vekt på at Telenors markedsandel er klart over grensen på 50 % som gir presumpsjon for sterk markedsstilling. Selv om det eksisterer en viss grad av potensiell konkurranse i form av ytterligere utbygging fra andre tilbydere av kablet bredbånd, er Telenor gjennom sin omfattende infrastruktur og store bredde i tjenestetilbud godt posisjonert til å møte eventuell slik konkurranse.

5.2.7 Indre Agder og Dalane

559. Det geografiske markedet **Indre Agder og Dalane** består av kommunene Bjerkreim, Bygland, Bykle, Eigersund, Evje og Hornnes, Farsund, Flekkefjord, Hægebostad, Iveland, Kvinesdal, Lindesnes, Lund, Lyngdal, Sirdal, Sokndal, Valle, Vennesla, Åmli og Åseral.

560. Dette området omfatter ca. 49 000 husstander, og det bor ca. 114 000 personer i Indre Agder og Dalane.

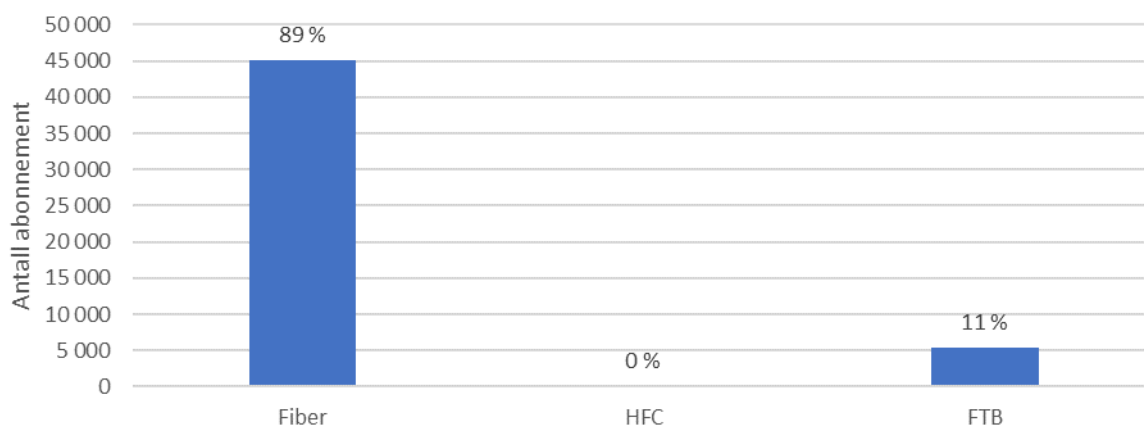


Figur 29: Kartillustrasjon av Indre Agder og Dalane

Analyse av sluttbrukermarkedet

561. Det er 14 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Indre Agder og Dalane.

562. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 49 000 fiber-, og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 30.



Figur 30: Antall abonnement fordelt på teknologier

563. Tabell 20 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Indre Agder og Dalane i 2021, 2022 og 2023. Altifiber er markedsleder i Indre Agder og Dalane med en markedsandel på 47 % i sluttbrukermarkedet. Altifiber har hele sin kundemasse på fiber.

564. Telenor er nest største tilbyder i dette markedet med en markedsandel på 43 %. Telenor har både fiber- og FTB-kunder i dette markedet. Om lag 82 % av Telenors kunder har fiberabonnement,

mens de resterende 18 % har FTB-abonnement. NextGenTel er tredje største tilbyderen i dette sluttbrukermarkedet med en markedsandel på 5 %. NextGenTels bredbåndsløyper er i hovedsak fiberabonnement basert på tilgang i Telenors nett.

Tilbyder	2021	2022	2023
Altifiber	49 %	49 %	47 %
Telenor Norge	41 %	44 %	43 %
Nextgentel	4 %	1 %	5 %
Øvrige	6 %	6 %	5 %

Tabell 20: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Agder og Dalane i 2021, 2022 og 2023

565. Ca. 4 100 abonnement (ca. 9 % av abonnementene) inngår i kollektive avtaler.

Markedsandelene for de tre største tilbyderne endres noe når de kollektive avtalene utelates fra beregningen, jf. Tabell 21.

Tilbyder	2022	2023
Altifiber	52 %	49 %
Telenor Norge	42 %	41 %
Nextgentel	0 %	6 %
Øvrige	6 %	4 %

Tabell 21: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Agder og Dalane i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

566. Indre Agder og Dalane har en HHI på 4113 uten kollektive avtaler (4093 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 96 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Indre Agder og Dalane.

Analyse av grossistmarkedet

567. Tabell 22 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Altifiber	52 %	49 %
Telenor Norge	46 %	46 %
Telia Norge	1 %	3 %
Øvrige	1 %	1 %

Tabell 22: Markedsandeler på grossistnivå

568. Altifibers markedsandel har gått ned fra 52 % til 49 % det siste året, som er under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling.

569. Data fra Bykle kommune er mangelfulle, og dette påvirker beregningen av markedsandeler. Altifiber leier nett av Bykle Breibånd i Bykle. Altifibers sluttbrukerabonnement skulle vært registrert på Bykle Breiband i grossistmarkedet. Dette reduserer Altifibers markedsandel i grossistmarkedet noe. Videre mangler Nkom rapportering av sluttbrukerabonnement fra Bykle Breiband i 2022 og 2023. Bykle

Breiband har avtale med Altifiber for leveranser av bredbåndsabonnement til fastboende i Bykle kommune⁷⁶, men synes selv å stå for bredbåndsabonnement til fritidsboliger i Bykle⁷⁷. Disse abonnementene skulle inngått i grunnlaget for beregning av markedsandeler i Indre Agder og Dalane. Denne mangelen innebærer at markedsandelene for både Altifiber og Telenor skulle vært noe redusert.

570. Nkom legger til grunn at markedsandelen til Altifiber er noe lavere enn 49 %.

571. Altifiber er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer tjenester i 20 kommuner i Rogaland og Agder. Selskapet ble etablert i 2002 og er en del av Altibox-partnerskapet. Dalane Energi AS er største eier med 37,37 % eierandel, mens nest største eier er Lyse med 33,99 % eierandel.

572. Altifiber har hovedkontor i Hauge i Dalane (Rogaland) og avdelingskontor i Evje (Agder). Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er Altifiber partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

573. Altifiber har en dekning for kablet bredbånd på 59 % av husstandene i Indre Agder og Dalane. Selskapet dekker 58 % av virksomhetene i dette markedet med sin fiberinfrastruktur. Altifiber har den beste dekningen, men er likevel bare den nest største tilbyderen i bedriftsmarkedet.

574. Telenor er nest største tilbyder i Indre Agder og Dalane og har en dekning for kablet bredbånd på 53 % av husstandene. Telenors kablede dekning er til en viss grad konsentrert om de mest folkerike kommunene nær kysten vest i Agder, men Telenor har også god kablet dekning i flere av de mindre tettbygde kommuner i Indre Agder og Dalane. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Indre Agder og Dalane er Telenor er den største tilbyderen og har kablet dekning for 47 % av virksomhetene.

575. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Indre Agder og Dalane har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn Altifiber, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

⁷⁶ Se <https://www.byklebreiband.no/fastboende/>

⁷⁷ Se <https://www.byklebreiband.no/fritidsbolig/>

576. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

577. Telia er tredje største tilbyder i grossistmarkedet i Indre Agder og Dalane, men har forholdsvis begrenset dekning for kablet bredbånd i dette markedet. Telias abonnement er basert på fiber og FTB, med en overvekt av FTB. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet er Telia tredje største tilbyder i Indre Agder og Dalane.

578. Altifiber har et omfattende fibernett i Indre Agder og Dalane med god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Indre Agder og Dalane som det det Altifiber har bygd ut. Indre Agder og Dalane har varierende grad av befolkningstetthet, med noen tett befolkede områder nær kysten og store, spredtbygde områder lenger inn i landet. Altifiber har den høyeste kablede dekningen og den beste dekningen i de spredtbygde områdene, men Telenors kablede dekning er totalt sett bare 5 prosentpoeng lavere enn Altifibers dekning. I tillegg har Telenor god FTB-dekning. Telenor er en sterk konkurrent i mange områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som bare i begrenset grad styrker Altifibers stilling i dette markedet.

579. Altifiber tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Altifibers sterke posisjon i aksessmarkedet i Indre Agder og Dalane understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Altifiber en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Altifibers konkurrenter i Indre Agder og Dalane. Samtidig har både Telenor og Telia en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor og til dels er etablerte konkurrenter til Altifiber i Indre Agder og Dalane, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Altifibers markedsstilling i dette markedet.

580. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Indre Agder og Dalane er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Altifiber har imidlertid vist til at deres kunder har hatt en realprisedgang i perioden 2021-2023. Nkom mener den

aktuelle realprisnedgangen i seg selv ikke alene tilsier at Altifiber ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som styrker en hypotese om at Altifiber har sterk markedsstilling i Indre Agder og Dalane.

581. Altifiber viser i sine høringskommentarer til at selskapet har opplevd økt kundemobilitet i perioden 2020 til 2023 og har oppgitt konkrete tall for kundeavgang. Kundeavgangen vises også ved at Altifiber taper markedsandeler i Indre Agder og Dalane. Økningen i kundeavgang og de konkrete tallene Altifiber har oppgitt, i kombinasjon med redusert markedsandel, tilsier at Altifibers markedsstilling i Indre Agder og Dalane er svekket de siste årene.

582. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Indre Agder og Dalane vil kunne bidra til å svekke Altifibers markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

583. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 92 % av husstandene i Indre Agder og Dalane dekning med kablet bredbånd ved utgangen av 1. halvår 2023. I Indre Agder og Dalane er nær all dekning av kablet bredbånd basert på fiber. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 27 % i Indre Agder og Dalane. Dette er i mellomstadiet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

584. Dekningsgraden for kablet bredbåndstjeneste (fiber og HFC) er forholdsvis høy i Indre Agder og Dalane. En viss grad av videre utbygging av kablede nett kan likevel ikke utelukkes i årene fremover, særlig ettersom det er to nesten jevnstore tilbydere som står for det meste av bredbåndstilbudet i Indre Agder og Dalane. Enkelte av de mest folkerike kommunene, spesielt Eigersund har lav grad av parallell kablet dekning, mens noen mindre kommuner, f.eks. Evje og Hornnes, har høy parallell kablet dekning. Det kan dermed være muligheter for ytterligere parallell fiberutbygging både i byområder og i mindre tettsteder, og dette kan bidra til potensiell konkurranse som kan svekke Altifibers markedsstilling i Indre Agder og Dalane.

585. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til Altifiber i Indre Agder og Dalane, noe som i utgangspunktet kan svekke Altifibers markedsstilling i årene fremover. FTB har fått et visst fotfeste i Indre Agder og Dalane, der 11 % av abonnementene leveres med denne teknologien, og både Telenor og Telia har gode forutsetninger for å utvide sitt FTB-tilbud. Samtidig må det forventes at også Altifiber, gjennom partnerskap i Altibox og Tårnselskapet AS, i løpet av de neste årene vil kunne benytte FTB til å konkurrere i områder i Indre Agder og Dalane der Altifiber ikke finner det kommersielt attraktivt å bygge ut fiber.

586. Slik Nkom vurderer det, tilsier dette at potensiell konkurranse i dette markedet, i form av ytterligere fiberutbygging og til en viss grad FTB, bidrar til å svekke Altifibers markedsstilling noe, slik vi også har sett det siste året. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

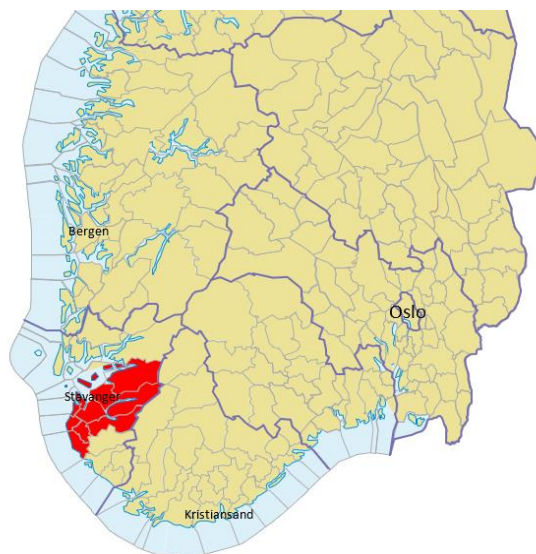
587. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperkraft overfor Altifiber og ved å utnytte slik kjøperkraft kan oppnå tilgang til Altifibers nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperkraft i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Altifibers markedsstilling i særlig grad.

588. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Indre Agder og Dalane. Nkom har lagt spesiell vekt på at markedsandelen til største tilbyder, Altifiber, har gått ned det siste året og at den er under terskelen på 50 % som gir presumpsjon for sterk markedsstilling. Samtidig har Telenors markedsandel vært nokså stabil. Telenor er en sterk utfordrer med gode forutsetninger for videre nettutbygging, og potensiell konkurranse bidrar til å svekke Altifibers markedsstilling. Nkom har også lagt vekt på at det skiller forholdsvis lite mellom markedsandelene til de to største tilbyderne.

5.2.8 Stavangerområdet

589. Det geografiske markedet **Stavangerområdet** består av kommunene Gjesdal, Hjelmeland, Hå, Klepp, Kvitsøy, Randaberg, Sandnes, Sola, Stavanger, Strand og Time.

590. Dette området omfatter ca. 152 000 husstander, og det bor ca. 356 000 personer i Stavangerområdet.

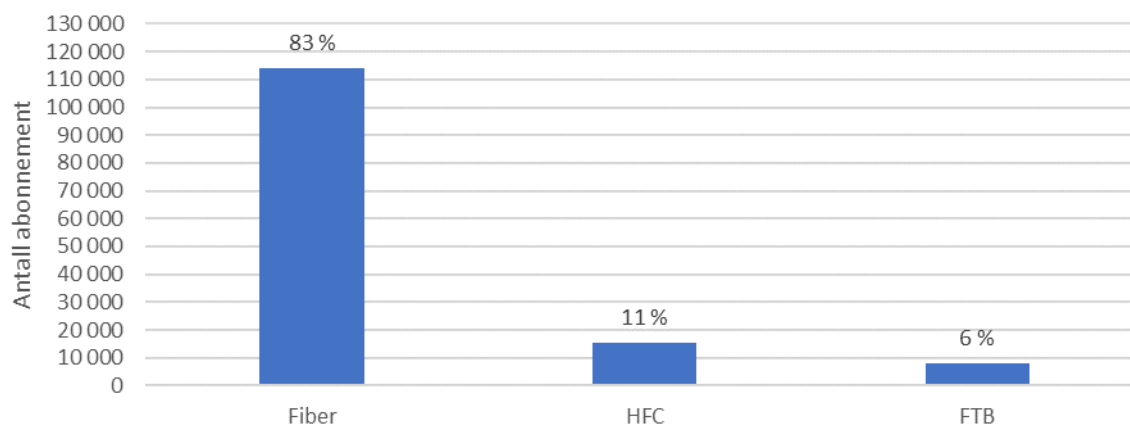


Figur 31: Kartillustrasjon av Stavangerområdet

Analyse av sluttbrukermarkedet

591. Det er 19 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Stavangerområdet.

592. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 137 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 32.



Figur 32: Antall abonnement fordelt på teknologier

593. Tabell 23 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Stavangerområdet i 2021, 2022 og 2023. Lyse Fiber er markedsleder i Stavangerområdet med en markedsandel på 71 % i sluttbrukermarkedet. Alle Lyse Fibers bredbåndskunder i dette markedet er fiberkunder, og 83 % av fiberkundene i Stavangerområdet er Lyse Fiber-kunder.

594. Telia er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 14 %. Telia har både fiber-, HFC- og FTB-kunder i Stavangerområdet. Nesten 2/3 av Telias kunder i dette markedet har HFC-abonnement, og mindre enn 10 % av Telias kunder i dette markedet har FTB-abonnement.

595. Telenor er den tredje største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 8 %. Bredbåndskundene til Telenor i Stavangerområdet fordeler seg ca. 60/40 på hhv. kablet bredbånd og FTB.

Tilbyder	2021	2022	2023
Lyse fiber	68 %	69 %	71 %
Telia Norge	16 %	15 %	14 %
Telenor Norge	8 %	8 %	8 %
Øvrige	7 %	8 %	7 %

Tabell 23: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Stavangerområdet i 2021, 2022 og 2023

596. Tabell 24 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Alle de tre største aktørene har en andel av abonnement i kollektive avtaler i dette markedet. Totalt er det ca. 45 000 (ca. 33 %) av abonnementene som inngår i kollektive avtaler i Stavangerområdet. Markedsandelen til Lyse Fiber øker med 2 prosentpoeng til 73 %, mens markedsandelen til Telia reduseres med 5 prosentpoeng når abonnement i kollektive avtaler tas ut av beregningen av markedsandeler.

Tilbyder	2022	2023
Lyse fiber	71 %	73 %
Telia Norge	10 %	9 %
Telenor Norge	9 %	9 %
Øvrige	11 %	9 %

Tabell 24: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Stavangerområdet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

597. En HHI på 5433 uten abonnement i kollektive avtaler (5255 med abonnement i kollektive avtaler) tilsier at det er en høy markedskonsentrasjon i Stavangerområdet. De tre største tilbyderne står for nærmere 91 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Stavangerområdet.

Analyse av grossistmarkedet

598. Tabell 25 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Lyse fiber	71 %	73 %
Telia Norge	11 %	10 %
Telenor Norge	9 %	9 %
Øvrige	9 %	8 %

Tabell 25: Markedsandeler på grossistnivå

599. Lyse Fibers markedsandel på 73 % gir en presumpsjon for at Lyse Fiber har sterk markedsstilling i Stavangerområdet.
600. Deler av Lyse Fibers sluttbrukerabonnement er basert på leid infrastruktur. Dette tilsier at Lyse Fibers markedsandel i dette grossistmarkedet i realiteten kan være noe lavere enn 73 %. Den høye markedsandelen og et begrenset omfang av slik leie, tilsier imidlertid at dette ikke har vesentlig betydning for vurderingen av sterk markedsstilling.
601. Lyse er et energi- og telekomkonsern som eies av 14 kommuner i Sør-Rogaland. Selskapet har ca. 1900 ansatte og har organisert virksomheten sin i de tre forretningsområdene energi, telekommunikasjon og infrastruktur.
602. Lyse var tidlig ute med fiberbasert bredbåndsutbygging i Norge, og i løpet av de siste 20 årene har Lyse etablert seg som en av Norges ledende fiberutbyggere. Lyse eier også innholds- og tjenesteleverandøren Altibox, som gjennom Altibox-partnerskapet leverer innhold og tjenester til ca. 30 lokale og regionale fiberaktører rundt omkring i landet. 7 av Altibox-partnerne er helt eller delvis eid av Lyse (100 % Lyse Fiber, 100 % Signal Bredbånd, 65 % Viken Fiber, 50 % Istad Fiber, 50 % Nordvest Fiber, 37 % Bergen Fiber og 34 % Altifiber).
603. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet har Lyse opprettet et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett. Lyse har på sin hjemmeside kommunisert at de første FTB-kundene skal kobles opp i løpet av 2023, og at gradvis flere og flere vil få tilbud og mulighet for FTB-tilkobling⁷⁸.
604. Lyse Fiber har en dekning for kablet bredbånd på 85 % av husstandene i Stavangerområdet. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Lyse Fiber også har den klart største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Stavangerområdet. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 85 % av virksomhetene i dette markedet.
605. Telia er nest største tilbyder i Stavangerområdet og har en dekning for kablet bredbånd på 44 % av husstandene. Telia har sine høyeste markedsandeler i Stavanger kommune og noen av nabokommunene. En stor andel av Telias abonnement er basert på HFC. I Stavangerområdet har Telia en større andel av de kollektive avtalene enn Lyse Tele, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet

⁷⁸ <https://www.lyse.no/kundeservice/artikler/20502471324817-kan-lyse-levere-altibox-tr%C3%A5dl%C3%B8st-bredb%C3%A5nd-via-5g>

har Telia den nest høyeste kablede dekningen i Stavangerområdet med 66 %, men er likevel ikke blant de tre største tilbyderne.

606. Telenor er tredje største tilbyder i Stavangerområdet, men har forholdsvis lav dekning for kablet bredbånd med 8 % av husstandene. Litt over halvparten av Telenors kunder har fiberabonnement. Telenor har god FTB-dekning i hele området. Telenor er den nest største tilbyderen i bedriftsmarkedet i Stavangerområdet, men har vesentlig lavere dekning enn Lyse Fiber og Telia.

607. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Stavangerområdet har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn Lyse Fiber, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

608. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

609. Lyse Fiber har et omfattende fibernett med svært god dekning i både byområder og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Stavangerområdet som det Lyse Fiber har bygd ut. Lyses kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet, gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Lyse Fiber har sterk markedsstilling i Stavangerområdet.

610. Lyse Fiber tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Lyse Fibers sterke posisjon i aksessmarkedet i Stavangerområdet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Lyse Fiber en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Lyse Fibers konkurrenter i Stavangerområdet. Samtidig har både Telia og Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Etersom både Telia og Telenor er etablerte konkurrenter til Lyse Fiber i Stavangerområdet, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Lyse Fibers markedsstilling i dette markedet.

611. Lyse er et horisontalt integrert selskap med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som varmpumper, solcellepanel og elbilladere. En slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer, med felles merkevare, mulighet for produktkobling og utnyttelse av samdriftsfordeler, kan bidra til å øke Lyse Fibers konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Stavangerområdet. Lyses eierskap i mobiloperatøren Ice gir også mulighet til å koble mobil- og bredbåndsprодукter og kan på den måten bidra til å styrke Lyses posisjon. Samtidig har de to største konkurrentene i Stavangerområdet, Telia og Telenor, samme mulighet.

612. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Stavangerområdet er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Lyse Fiber har imidlertid vist til fallende priser for sine kunder. Nkom mener den aktuelle prisnedgangen ikke er en klar indikasjon på at Lyse Fiber ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som åpenbart styrker en hypotese om at Lyse Fiber har sterk markedsstilling i Stavangerområdet.

613. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Stavangerområdet vil kunne bidra til å svekke Lyses Fibers markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

614. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 98 % av husstandene i Stavangerområdet fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 47 % i Stavangerområdet. Dette er blant de høyeste i landet.

615. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Stavangerområdet. Lyse Fibers fiberdekning er langt høyere enn Telias og Telenors kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Spesielt Telia, og til en viss grad Telenor, er til stede med bredbåndsinfrastruktur som brukes til leveranser til boligsammenslutninger, og kan benytte denne infrastrukturen som grunnlag for å øke fiberdekningen. Parallell kablet dekning er høy i Stavanger og i noen av de folkerike nabokommunene, men er vesentlig mindre utbredt i flere av de mer spredtbygde kommunene som inngår i Stavangerområdet. Selv om en viss ny overbygging av kablede nett og noe økt konkurranse ikke kan utelukkes i årene fremover, mener Nkom at den allerede høye fiberdekningen i Stavangerområdet og Lyse Fibers overlegne dekning tilsier at potensiell konkurranse fra nye fibernetter vil svekke Lyse Fibers markedsstilling i særlig grad.

616. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til Lyse Fiber i Stavangerområdet, noe som i utgangspunktet kan svekke Lyse Fibers markedsstilling i årene fremover. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 6 % av bredbåndsabonnementene i Stavangerområdet, og antall abonnement har kun økt med ca. 1000 det siste året, til tross for at FTB-dekkingen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis innebærer at FTB utgjør en viktig konkurransefaktor i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekkingen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Lyse Fiber være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder, og vil dermed kunne være i stand til å forsvare sin markedsstilling.

617. Slik Nkom vurderer det, tilsier dette at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Lyse Fibers markedsstilling i vesentlig grad. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

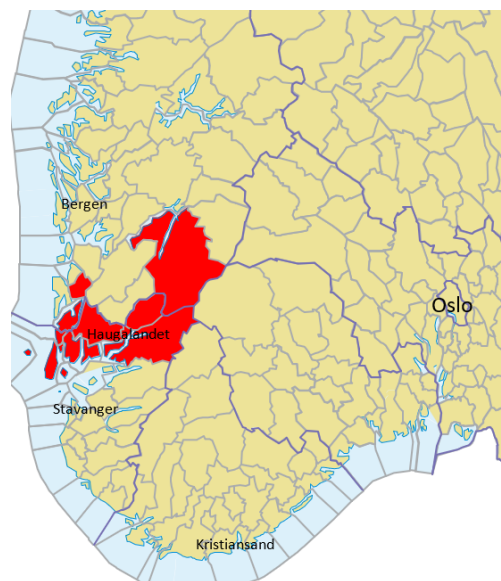
618. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Lyse Fiber og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Lyse Fibers nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Lyse Fibers markedsstilling i særlig grad.

619. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Lyse Fiber har sterk markedsstilling i Stavangerområdet.

5.2.9 Haugalandet

620. Det geografiske markedet **Haugalandet** består av kommunene Bokn, Haugesund, Karmøy, Sauda, Stord, Suldal, Sveio, Tysvær, Ullensvang, Utsira og Vindafjord.

621. Dette området omfatter ca. 64 000 husstander, og det bor ca. 146 000 personer i Haugalandet.

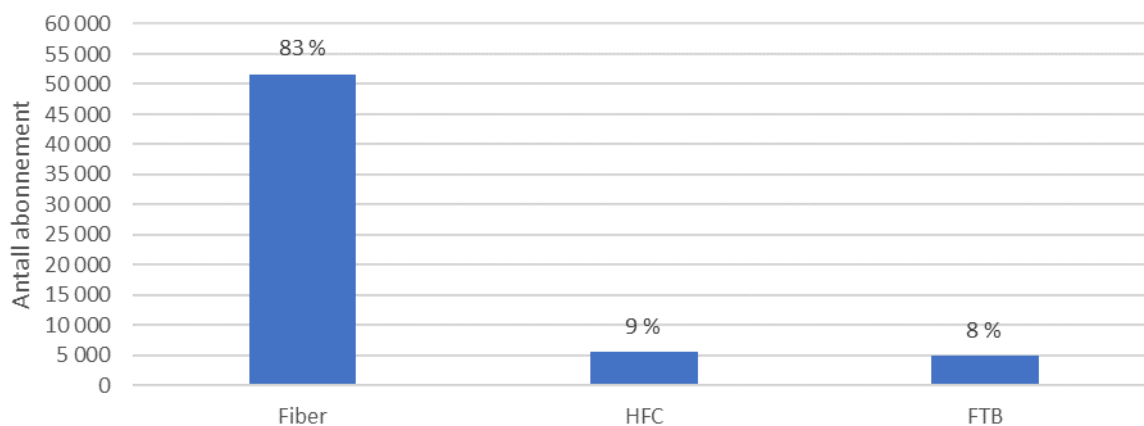


Analyse av sluttbrukermarkedet

622. Det er 21 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Haugalandet.

Figur 33: Kartillustrasjon av Haugalandet

623. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 59 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 34.



Figur 34: Antall abonnement fordelt på teknologier

624. Tabell 26 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Haugalandet i 2021, 2022 og 2023. Haugaland Kraft Fiber er den største tilbyderen i Haugalandet med en markedsandel på 74 % i sluttbrukermarkedet. Alle Haugaland Kraft Fibers kunder i dette markedet er fiberkunder, og 92 % av alle fiberkundene i Haugalandet er kunder hos Haugaland Kraft Fiber.

625. Telia er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 11 %. 71 % av Telias kunder i dette markedet har HFC-abonnement, 21 % har fiberabonnement og 8 % har FTB-abonnement.

626. Telenor er den tredje største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 9 %. Abonnementene til Telenor fordeler seg 29 % på fiberabonnement, 11 % på HFC-abonnement og 60 % på FTB-abonnement.

Tilbyder	2021	2022	2023
Haugaland kraft fiber	77 %	78 %	77 %
Telia Norge	15 %	13 %	12 %
Telenor Norge	7 %	7 %	9 %
Øvrige	1 %	2 %	2 %

Tabell 26: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Haugalandet i 2021, 2022 og 2023

627. Tabell 27 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Ca. 10 000 abonnement (17 % av abonnementene i Haugalandet) inngår i kollektive avtaler. Markedsandelsfordelingen mellom de tre største tilbyderne i dette markedet endres noe når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Haugaland Kraft Fibers markedsandel øker med 4 prosentpoeng, mens Telias markedel reduseres med 5 prosentpoeng. Telia blir da tredje største tilbyder, etter Telenor.

Tilbyder	2022	2023
Haugaland kraft fiber	81 %	81 %
Telenor Norge	9 %	9 %
Telia Norge	8 %	7 %
Øvrige	2 %	3 %

Tabell 27: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Haugalandet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

628. Haugalandet har en HHI på 6669 uten kollektive avtaler (6143 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 93 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Haugalandet.

Analyse av grossistmarkedet

629. Tabell 28 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Haugaland kraft fiber	81 %	81 %
Telenor Norge	10 %	10 %
Telia Norge	9 %	8 %
Øvrige	1 %	1 %

Tabell 28: Markedsandeler på grossistnivå

630. Haugaland Kraft Fibers markedsandel på 81 % gir en presumpsjon for at Haugaland Kraft Fiber har sterk markedsstilling i Haugalandet.

631. Konsernet Haugaland Kraft har ca. 550 ansatte og består av et morselskap og fire heleide datterselskaper. Ett av datterselskapene er Haugaland Kraft Fiber. Konsernets hovedvirksomheter er

produksjon, overføring og omsetning av elektrisk kraft, samt utbygging og drift av fibernett. Haugaland Kraft eies av kommunene Karmøy, Haugesund, Tysvær, Vindafjord, Sveio, Utsira, Suldal, Sauda, Ullensvang, Etne, Fitjar og Bømlo, samt selskapene Finnås Kraftlag SA, SØK AS og Fitjar Kraftlag SA.

632. Haugaland Kraft Fiber er Altibox-partner, og konsernet Haugaland Kraft er også majoritetseier (80 %) i Altibox-partneren Afiber som bygger og drifter fibernett i Agder.

633. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er Haugaland Kraft Fiber partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

634. Haugaland Kraft Fiber har en dekning for kablet bredbånd på 91 % av husstandene i Haugalandet. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Haugaland Kraft Fiber også har den klart største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Haugalandet. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 86 % av virksomhetene i dette markedet.

635. Telenor er nest største tilbyder i Haugalandet, men har forholdsvis lav dekning for kablet bredbånd med 8 % av husstandene. Telenors kablede dekning er konsentrert om noen få kommuner, og Telenor har svært lav kablet dekning i Haugesund kommune. Telenor har god FTB-dekning i hele området, og 60 % av Telenors abonnement er basert på FTB. I bedriftsmarkedet i Haugalandet er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 17 % av virksomhetene.

636. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Haugalandet har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn Haugaland kraft Fiber, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

637. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

638. Telia er tredje største tilbyder i grossistmarkedet i Haugalandet og har en dekning for kablet bredbånd på 24 % av husstandene. Telias kablede dekning er konsentrert i kommunene Haugesund og Karmøy, og Telia har sine høyeste markedsandeler i disse kommunene. En stor andel av Telias

abonnement er basert på HFC. I Haugalandet har Telia den største andelen av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet har Telia den nest høyeste kablede dekningen i Haugalandet med 30 %, men er likevel ikke blant de tre største tilbyderne.

639. Haugaland Kraft Fiber har et omfattende fibernet med svært god dekning i både byområder og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Haugalandet som det Haugaland Kraft Fiber har bygd ut. Haugaland Kraft Fibers kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet, gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Haugaland Kraft Fiber har sterk markedsstilling i Haugalandet.

640. Haugaland Kraft Fiber tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Haugaland Kraft Fibers sterke posisjon i aksessmarkedet i Haugalandet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Haugaland Kraft Fiber en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Haugaland Kraft Fibers konkurrenter i Haugalandet. Samtidig har både Telenor og Telia en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom både Telenor og Telia er etablerte konkurrenter til Haugaland Kraft Fiber i Haugalandet, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i dette markedet.

641. Konsernet Haugaland Kraft er et horisontalt integrert selskap, med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som havvind, solkraft og elbilladere. En slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer, med felles merkevare, mulighet for produktkobling og utnyttelse av samdriftsfordeler, kan bidra til å øke Haugaland Kraft Fibers konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Haugalandet.

642. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Haugalandet er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Haugaland Kraft Fiber viser imidlertid til at selskapet har hatt en nedgang i ARPU i reelle størrelser fra mai 2021 til juli 2023. Nkom mener den aktuelle prisnedgangen ikke er en klar indikasjon på at Haugaland Kraft Fiber ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som styrker en hypotese om at Haugaland Kraft Fiber har sterk markedsstilling i Haugalandet.

643. Haugaland Kraft Fiber viser i sine høringskommentarer til at selskapet opplever økt kundemobilitet, men har ikke oppgitt konkrete tall for kundeavgang. Samtidig viser Nkoms tall at Haugaland Kraft Fiber har opprettholdt sin markedsandel. Nkom kan derfor ikke se at økningen i kundeavgang skulle tilsi at Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i Haugalandet er vesentlig svekket.

644. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Haugalandet vil kunne bidra til å svekke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

645. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 96 % av husstandene i Haugalandet fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 29 % i Haugalandet. Dette er i mellomstadiet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

646. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Haugalandet. Haugaland Kraft Fibers fiberdekning er langt høyere enn Telenors og Telias kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Telia er til stede med bredbåndsinfrastruktur som brukes til leveranser til boligsammenslutninger, og kan benytte denne infrastrukturen som grunnlag for å øke fiberdekningen. Parallell kablet dekning er høy i Haugesund og Karmøy, men er vesentlig mindre utbredt i de mer spredtbygde kommunene som inngår i Haugalandet. Selv om en viss ny overbygging av kablede nett og noe økt konkurranse ikke kan utelukkes i årene fremover, mener Nkom at den allerede høye fiberdekningen i Haugalandet og Haugaland Kraft Fibers overlegne dekning tilsier at potensiell konkurranse fra nye fibernetter neppe vil svekke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i særlig grad.

647. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til Haugaland Kraft Fiber i Haugalandet, noe som i utgangspunktet kan svekke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i årene fremover. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 8 % av bredbåndsabonnementene i Haugalandet, dvs. omtrent på landsgjennomsnittet, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis innebærer at FTB utgjør en viktig konkurransefaktor i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Haugaland Kraft Fiber være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder gjennom partnerskapet i Altibox og Tårnselskapet AS, og vil dermed kunne være i stand til å forsvare sin markedsstilling.

648. Slik Nkom vurderer det, tilsier dette at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i vesentlig grad. Nkom vil samtidig understreke at det

er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

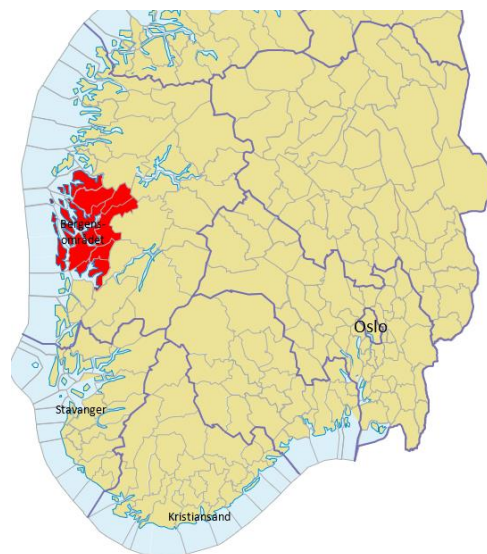
649. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet blir i denne sammenheng om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøpermakt overfor Haugaland Kraft Fiber og ved å utnytte slik kjøpermakt kan oppnå tilgang til Haugaland Kraft Fibers nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Haugaland Kraft Fibers markedsstilling i særlig grad.

650. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Haugaland Kraft Fiber har sterk markedsstilling i Haugalandet.

5.2.10 Bergensområdet

651. Det geografiske markedet **Bergensområdet** består av kommunene Alver, Askøy, Austrheim, Bergen, Bjørnafjorden, Fedje, Gulen, Masfjorden, Modalen, Osterøy, Samnanger, Vaksdal og Øygarden.

652. Dette området omfatter ca. 200 000 husstander, og det bor ca. 436 000 personer i Bergensområdet.

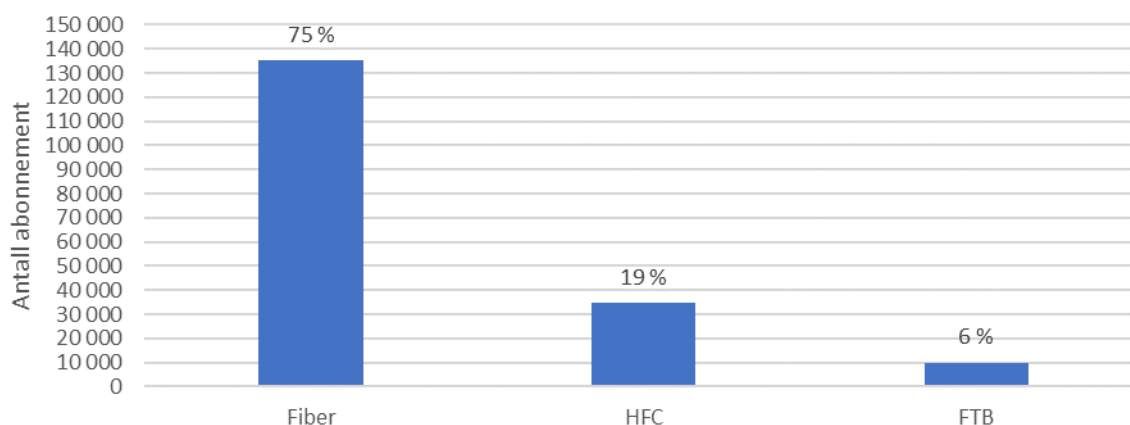


Figur 35: Kartillustrasjon av Bergensområdet

Analyse av sluttbrukermarkedet

653. Det er 28 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Bergensområdet.

654. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 180 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 36.



Figur 36: Antall abonnement fordelt på teknologier

655. Tabell 29 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Bergensområdet i 2021, 2022 og 2023. Telenor er største tilbyder med en markedsandel på 44 %. Av Telenors kunder i Bergensområdet fordeler abonnementene seg på 66 % fiberabonnement, 28 % HFC-abonnement og 6 % FTB-abonnement. Bergen Fiber er nest største tilbyder i Bergensområdet med en markedsandel på 33 %. Alle Bergen Fibers kunder har fiberabonnement. Telia er tredje største tilbyder med en

markedsandel på 15 %. Telia har omtrent like mange fiber- og HFC-abonnement, og 12 % av Telias kunder har FTB-abonnement.

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	49 %	46 %	44 %
Bergen fiber	30 %	32 %	33 %
Telia Norge	14 %	14 %	15 %
Øvrige	7 %	9 %	8 %

Tabell 29: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Bergensområdet i 2021, 2022 og 2023

656. Tabell 30 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Ca. 77 000 abonnement (43 % av abonnementene i Bergensområdet) inngår i kollektive avtaler. Markedsandelene for de største tilbyderne endres når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Telia har den største andelen av de kollektive avtalene, og Telias markedsandel blir dermed vesentlig redusert. NextGenTel blir tredje største tilbyder med 10 % markedsandel.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	42 %	42 %
Bergen fiber	39 %	40 %
Nextgentel	10 %	10 %
Øvrige	9 %	7 %

Tabell 30: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Bergensområdet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

657. Bergensområdet har en HHI på 3422 uten kollektive avtaler (3219 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 93 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Bergensområdet.

Analyse av grossistmarkedet

658. Tabell 31 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	51 %	51 %
Bergen fiber	39 %	40 %
Telia Norge	7 %	6 %
Øvrige	3 %	2 %

Tabell 31: Markedsandeler på grossistnivå

659. Når Telenors grossistsalg av fiberaksess (VULA fiber) og FTB inkluderes, er Telenors markedsandel på grossistnivå 51 % i Bergensområdet. En markedsandel på 51 % gir en presumpsjon for at Telenor har sterk markedsstilling i Bergensområdet.

660. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske

områder. I Bergensområdet har Telenor en større andel av de kollektive avtalene enn Bergen Fiber, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett. Bredden i nett og produktsortiment gir etter Nkoms vurdering Telenor fordeler som konkurrentene ikke har i samme grad, både med hensyn til å kunne gjøre langsiktige investeringer og å tilby helhetlige løsninger til sine kunder.

661. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

662. Telenor har en dekning for kablet bredbånd på 66 % av husstandene i Bergensområdet. Telenor har også god FTB-dekning i hele området. Dekningstall for bedriftsmarkedet viser at Telenor har den største kablede dekningen med 66 % av virksomhetene. Telenor er nest største tilbyder i bedriftsmarkedet.

663. Bergen Fiber er nest største tilbyder i Bergensområdet og har en dekning for kablet bredbånd på 55 % av husstandene. Bergen Fiber er en stor regional tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende fiberbaserte aksessnett i Bergensområdet, i tillegg til fibernett i enkelte andre kommuner i Vestland Fylke. Selskapet er eid av Eviny (63 %) og Lyse (37 %) og er en del av Altibox-samarbeidet. Bergen Fiber er partner i Tårnselskapet AS. I bedriftsmarkedet har Bergen Fiber den nest høyeste kablede dekningen med 47 % av virksomhetene. Bergen Fibers majoritetseier, Eviny, er største tilbyder i bedriftsmarkedet i Bergensområdet.

664. Telia er tredje største tilbyder i Bergensområdet og har en dekning for kablet bredbånd på 22 % av husstandene. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I Bergensområdet har Telia den største andelen av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet har Telia den tredje høyeste kablede dekningen i Bergensområdet, men er ikke blant de tre største tilbyderne.

665. Bergensområdet har tett befolkede områder i Bergen og omkringliggende kommuner, men også mer spredtbygde områder i kommunene lenger inn i landet og ut mot kysten nord for Bergen. Telenor har den høyeste kablede dekningen, men Bergen Fiber har også betydelig kablet dekning. I noen av de spredtbygde områdene har Telenor den klart beste kablede dekningen, mens i andre

spredtbygde områder har Bergen Fiber den klart beste kablede dekningen. Telenor har i tillegg mye passiv infrastruktur, bl.a. rør, stolper og master, som kan gi grunnlag for videre utbygging av bredbåndsnett. Kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, kan sies å være en indikator som til en viss grad gir Telenor konkurransefordeler i dette markedet sammenlignet med Bergen Fiber. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som i til en viss grad styrker Telenors stilling i dette markedet.

666. Telenor er vertikalt integrert og tilbyr bredbåndsprodukter både i sluttbruker- og grossistmarkedene. Posisjonen som den største tilbyderen både i grossist- og sluttbrukermarkedet i Bergensområdet, gir Telenor mulighet til å oppnå fordeler av å være vertikalt integrert. At Telenor tilbyr tjenester både i sluttbrukerbrukermarkedet og i grossistmarkedene, innebærer videre at Telenor konkurrerer med sine grossistkunder i sluttbrukermarkedet.

667. Telenor er også et horisontalt integrert selskap og har en sterk posisjon i en rekke tilgrensende markeder innen elektronisk kommunikasjon. På sluttbrukernivå har Telenor mulighet til å levere tjenester på en rekke områder utover fast bredbånd, herunder mobiltjenester og TV-tjenester. Tilsvarende har Telenor også en sterk posisjon i en rekke tilgrensende grossistmarkeder. Telenors store geografiske dekning og brede produktspekter på sluttbruker- og grossistnivå gir mulighet til å oppnå fordeler av å være horisontalt integrert. Nkom mener på denne bakgrunn at vertikal og horisontal integrasjon gir Telenor en konkurransefordel som kan bidra til å styrke Telenors markedsstilling i dette grossistmarkedet.

668. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet verken er en indikator som styrker eller svekker en tilbyders markedsstilling i dette produktmarkedet. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Bergensområdet er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Telenor har sterk markedsstilling i Bergensområdet.

669. Potensiell konkurranse kan skape økt markedsdynamikk og ha en disiplinierende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Bergensområdet vil kunne bidra til å svekke Telenors markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

670. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 98 % av husstandene i Bergensområdet fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 48 % i Bergensområdet.

671. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Bergensområdet. Det kan trekke i retning av begrenset grad av potensiell konkurranse mellom tilbydere av kablet bredbåndsaksess i dette markedet. På den annen side er den største konkurrenten til Telenor i dette markedet en etablert fiberutbygger. Graden av parallell kablet dekning er allerede høy i Bergensområdet og blant de høyeste i landet. Det kan tilsi at potensiell konkurranse, i form av mulig ytterligere overbygging fra en av de andre aksesstilbyderne i dette markedet, kan ha en viss disiplinerende effekt på Telenors mulighet til å utnytte markedsrett. Dette gjelder særlig i områder hvor Telenor har HFC-kunder, men også i områder hvor konkurrerende fibernett allerede er etablert i tilgrensende områder til Telenors fibernett.

672. Potensiell konkurranse fra FTB kan også begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud vil kunne representere potensiell konkurranse i dette markedet. Både Telenor og Telia tilbyr FTB i dette markedet i dag, og Bergen Fiber er som partner i Altibox og Tårnselskapet AS en potensiell tilbyder av FTB. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 6 % av bredbåndsabonnementene i Bergensområdet, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Telenor har dessuten flest FTB-kunder i dette markedet. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis bidrar til å svekke Telenors stilling i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Telenor være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder ettersom Telenor er den største FTB-tilbyderen i dette markedet i dag, med et godt utbygd mobilnett. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

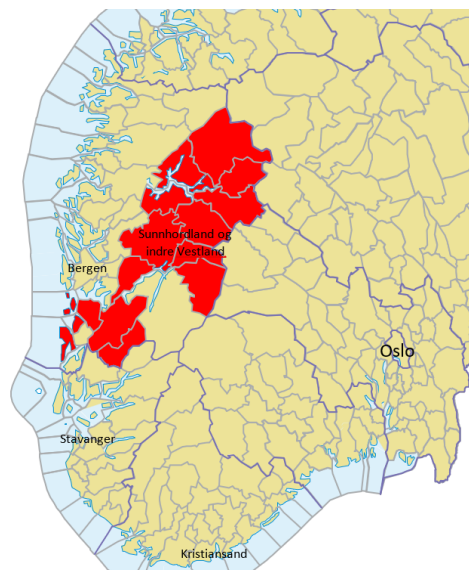
673. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Telenor og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Telenors nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Telenors markedsstilling i særlig grad.

674. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at Telenor har sterk markedsstilling i Bergensområdet. Nkom har særlig lagt vekt på at Telenor har en markedsandel på 51 %, dvs. over terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling. Videre har Nkom lagt vekt på at Telenors størrelse, vertikal og horisontal integrasjon og et bredt produktspekter gir Telenor gode forutsetninger til å forsvare sin sterke markedsstilling.

5.2.11 Sunnhordland og indre Vestland

675. Det geografiske markedet **Sunnhordland og indre Vestland** består av kommunene Aurland, Austevoll, Bømlo, Eidfjord, Etne, Fitjar, Kvam, Kvinnherad, Luster, Lærdal, Sogndal, Tysnes, Ulvik, Vik, Voss og Årdal.

676. Dette området omfatter ca. 42 000 husstander, og det bor ca. 96 000 personer i Sunnhordland og indre Vestland.

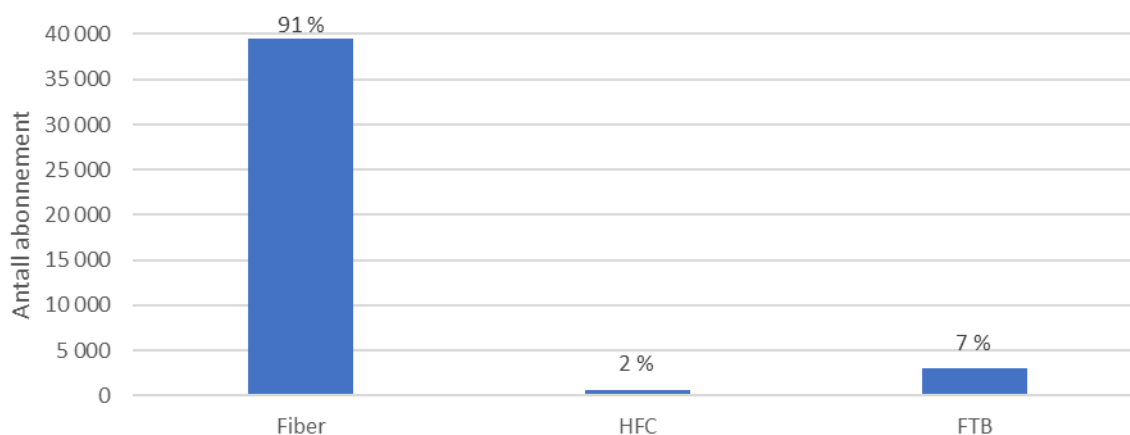


Figur 37: Kartillustrasjon av Sunnhordland og indre Vestland

Analyse av sluttbrukermarkedet

677. Det er 27 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sunnhordland og indre Vestland.

678. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 43 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 38.



Figur 38: Antall abonnement fordelt på teknologier

679. Tabell 32 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Sunnhordland og indre Vestland i 2021, 2022 og 2023. Sognerett har den høyeste markedsandelen i Sunnhordland og indre Vestland med 18 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. Finnås Kraftlag er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 13 %, hvor også alle kundene har

fiberabonnement. Voss fiber har en markedsandel på 13 %, hvor alle kundene har fiberabonnement. De øvrige 18 selskapene har til sammen en markedsandel på 57 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
Sognerett	16 %	23 %	18 %
Finnås kraftlag	13 %	18 %	13 %
Voss fiber	12 %	18 %	13 %
Øvrige	59 %	41 %	57 %

Tabell 32: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sunnhordland og indre Vestland i 2021, 2022 og 2023⁷⁹

680. Tabell 33 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Totalt er det ca. 2 800 (ca. 6 %) av abonnementene i Sunnhordland og indre Vestland som inngår i kollektive avtaler. Mange av disse abonnementene er knyttet til Voss Fiber. Det gjør at markedsandelene til Voss Fiber går noe ned når de kollektive avtalene utelates fra beregningen. Kvinnherad Breiband blir da tredje største tilbyder.

Tilbyder	2022	2023
Sognerett	25 %	18 %
Finnås kraftlag	20 %	13 %
Kvinnherad breiband	16 %	13 %
Øvrige	39 %	56 %

Tabell 33: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sunnhordland og indre Vestland i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

681. Sunnhordland og indre Vestland har en HHI på 671 uten kollektive avtaler (634 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 44 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon i Indre Vestland, mener Nkom at konkurransen i dette sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende. Nkom går derfor ikke videre med en analyse av grossistmarkedet.

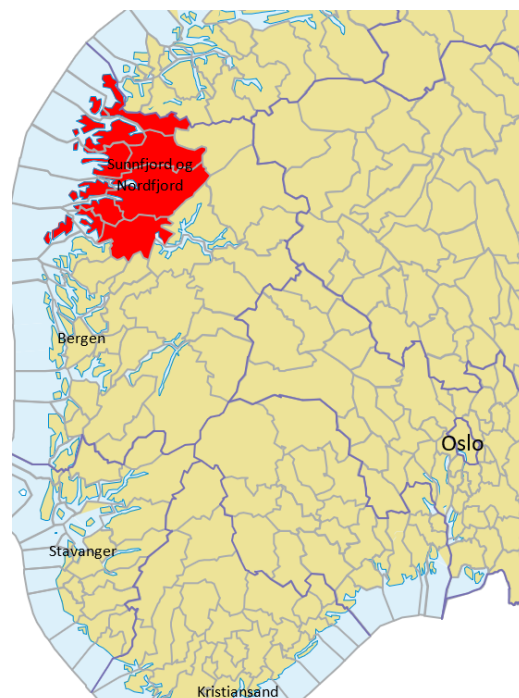
682. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbydere med sterk markedsstilling i Indre Vestland.

⁷⁹ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2022 innebærer at markedsandelen for kategorien «Øvrige» er for lav i 2022, mens markedsandelene for de tre største tilbyderne er for høy.

5.2.12 Sunnfjord og Nordfjord

683. Det geografiske markedet **Sunnfjord og Nordfjord** består av kommunene Askvoll, Bremanger, Fjaler, Gloppen, Hyllestad, Høyanger, Kinn, Solund, Stadt og Sunnfjord.

684. Dette området omfatter ca. 30 000 husstander, og det bor ca. 70 000 personer i Sunnfjord og Nordfjord.

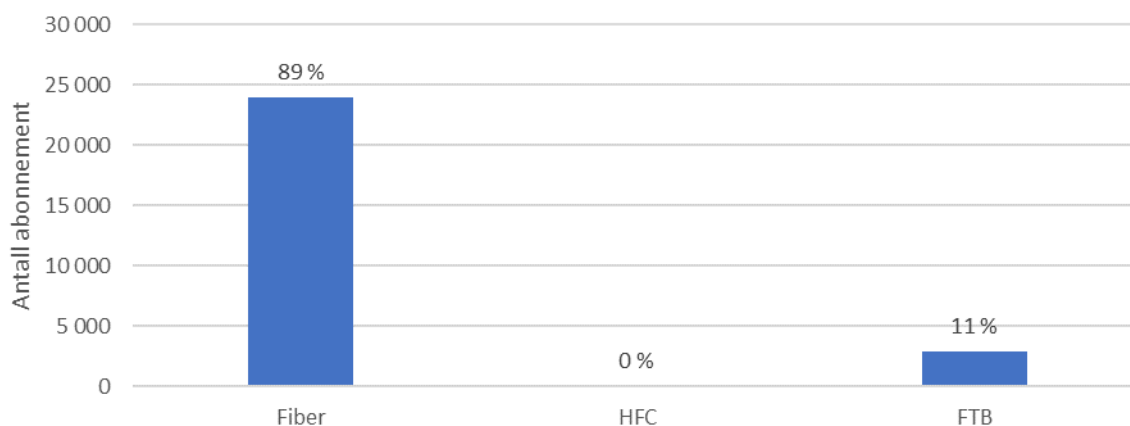


Figur 39: Kartillustrasjon av Sunnfjord og Nordfjord

Analyse av sluttbrukermarkedet

685. Det er 14 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sunnfjord og Nordfjord.

686. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 27 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 40.



Figur 40: Antall abonnement fordelt på teknologier

687. Tabell 34 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Sunnfjord og Nordfjord i 2021 og 2022. Eninvest er den største tilbyderen i Sunnfjord og Nordfjord med en markedsandel på 74 %. Deretter følger Telenor med en markedsandel på 22 %. Alle kundene til Eninvest har

fiberabonnement. For Telenor har om lag 62 % av kundene fiberabonnement og 38 % FTB-abonnement. Øvrige tilbydere har bare små markedsandeler i Sunnfjord og Nordfjord.

Tilbyder	2021	2022	2023
Eninvest	78 %	75 %	74 %
Telenor Norge	21 %	23 %	22 %
Globalconnect	1 %	1 %	2 %
Øvrige	0 %	1 %	2 %

Tabell 34: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sunnfjord og Nordfjord i 2021, 2022 og 2023

688. Eninvest og Telenor har til sammen ca. 3 600 abonnement som inngår i kollektive avtaler. Dette utgjør ca. 13 % av abonnementene i dette markedet. Tabell 35 viser at dette ikke medfører noen endringer i markedsandelene.

Tilbyder	2022	2023
Eninvest	75 %	74 %
Telenor Norge	23 %	22 %
Globalconnect	1 %	2 %
Øvrige	1 %	2 %

Tabell 35: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sunnfjord og Nordfjord i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

689. En HHI på 5971 uten abonnement i kollektive avtaler (6014 med abonnement i kollektive avtaler) tilsier at det er en høy markedskonsentrasjon i Sunnfjord og Nordfjord. De tre største tilbydere står for 98 % av bredbåndsabonnementene. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Sunnfjord og Nordfjord.

Analyse av grossistmarkedet

690. Tabell 36 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Eninvest	75 %	74 %
Telenor Norge	23 %	23 %
Globalconnect	1 %	2 %
Øvrige	1 %	1 %

Tabell 36: Markedsandeler på grossistnivå

691. Eninvests markedsandel på 74 % gir en presumpsjon for at Eninvest har sterk markedsstilling i Sunnfjord og Nordfjord.

692. Eninvest er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer bredbåndstjenester i 13 kommuner i fylkene Vestland, Innlandet og Møre og Romsdal. Selskapet har den klart største andelen av sin kundemasse i Sunnfjord og Nordfjord, som utgjør den nordlige delen av Vestland fylke. Selskapet ble etablert i 2000, og Eviny AS som største eier kontrollerer i overkant av 56 % av aksjene i Eninvest. Sogn og Fjordane Energi AS er nest største eier med nær 39 % eierandel.

693. Eninvest har om lag 55 ansatte og har hovedkontor i Førde og avdelingskontorer på Sandane og i Sogndal. Selskapet er mellomstort i norsk sammenheng.

694. Eninvest har en dekning for kablet bredbånd på 86 % av husstandene i Sunnfjord og Nordfjord. Deknings- og abonnemestall for bedriftsmarkedet viser at Eninvest også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Sunnfjord og Nordfjord. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 85 % av virksomhetene i dette markedet.

695. Telenor er nest største tilbyder i Sunnfjord og Nordfjord og har dekning for kablet I bredbånd på 20 % av husstandene. Telenors kablede dekning er variabel, med om lag 30 % dekning i noen kommuner og nesten ingen dekning i andre kommuner. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Sunnfjord og Nordfjord er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 30 % av virksomhetene.

696. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

697. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

698. GlobalConnect er tredje største tilbyder i Sunnfjord og Nordfjord, men har en lav dekning for kablet bredbånd med kun 2 % av husstandene. GlobalConnect er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har GlobalConnect et landsdekkende transportnett og leverer bl.a. mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester til virksomheter og andre ekomtildere. I bedriftsmarkedet har GlobalConnect den tredje høyeste kablede dekningen Sunnfjord og Nordfjord med 10 % av virksomhetene, og er den tredje største tilbyderen.

699. Eninvest har et omfattende fibernett i Sunnfjord og Nordfjord med svært god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Sunnfjord og Nordfjord som det Eninvest har bygd ut. Til tross for at Telenor er en sterk utfordrer i enkelte områder og har gode forutsetninger for videre netttutbygging, mener Nkom at Eninvest har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et

etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Eninvest har sterk markedsstilling i Sunnfjord og Nordfjord.

700. Eninvest er partner med Telia og tilbyr både fiberaksess og Telias TV-tjenester til sine bredbåndskunder. Eninvests sterke posisjon i aksessmarkedet i Sunnfjord og Nordfjord understøttes av Telias posisjon som nasjonal innholdsleverandør. Dette kan i utgangspunktet gi Eninvest en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Eninvests konkurrenter i Sunnfjord og Nordfjord. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor er en etablert konkurrent til Eninvest i Sunnfjord og Nordfjord, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Eninvests markedsstilling i dette markedet.

701. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Sunnfjord og Nordfjord er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2.

702. Eninvest har sammenlignet egne priser med andre norske bredbåndstilbyderes priser, og kommet til at prisbildet er relativt homogent. Eninvest viser til at det er små forskjeller mellom aktørenes priser, og at Eninvest ligger i nedre sjikt. Nkom er enig i at det er forholdsvis små forskjeller i de norske bredbåndstilbydernes listepriiser. Samtidig har listepriiser bare begrenset verdi i vurderingen av konkurransegrad. Listepriiser er et utgangspunkt, men reflekterer ikke tilbydernes bruk av rabatter, kampanjer i begrensede perioder, etc., som kan være ulik i ulike områder som følge av ulik grad av konkurranse. Eninvest har også vist til at selskapets ARPU på bredbånd har vært synkende den siste tiden, og har presentert ARPU-tall for de første åtte månedene i 2023. Nkom mener imidlertid at den aktuelle prisnedgangen ikke er en klar indikasjon på at Eninvest ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som åpenbart styrker en hypotese om at Eninvest har sterk markedsstilling i Sunnfjord og Nordfjord.

703. Eninvest viser i sine høringskommentarer til at selskapet har opplevd økt kundemobilitet den siste tiden, og har oppgitt absolutte tall for kundeavgang de første åtte månedene i 2023. Nkom registrerer at Eninvest mister noen kunder og at markedsandelen på grossistnivå er redusert med 1 prosentpoeng fra 2022 til 2023. Samtidig vil Nkom bemerke at kundeavgangen er forholdsvis beskjeden, til tross for økningen i løpet av perioden. Markedsandelen til Eninvest er fortsatt svært høy, og Nkom kan ikke se at økningen i kundeavgang er på et nivå som tilsier at Eninvests stilling i Sunnfjord og Nordfjord er vesentlig svekket.

704. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell

konkurransen i Sunnfjord og Nordfjord vil kunne bidra til å svekke Enivests markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

705. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 96 % av husstandene i Sunnfjord og Nordfjord fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på bare 12 % i Sunnfjord og Nordfjord. Dette er blant de laveste i landet.

706. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er høy i Sunnfjord og Nordfjord. Enivests fiberdekning er langt høyere enn Telenors kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Sunnfjord og Nordfjord har forholdsvis liten og spredt bosetning, og det vil være kostbart å bygge ut parallell dekning for alternative tilbydere. Den lave graden av parallell kablet dekning illustrerer også at grunnlaget for overbygging av kablede nett vil være begrenset. Selv om en viss grad av overbygging av kablede nett ikke kan utelukkes i årene fremover, er det Nkoms vurdering at den allerede høye fiberdekningen i Sunnfjord og Nordfjord og Enivests overlegne dekning tilsier at potensiell konkurranse fra nye fibernetts neppe vil svekke Enivests markedsstilling i Sunnfjord og Nordfjord i særlig grad.

707. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia⁸⁰ og deres grossistkunder, og potensielt også fra Altibox-partnere, vil representere en viss potensiell konkurranse til Enivest i Sunnfjord og Nordfjord, noe som i utgangspunktet kan svekke Enivests markedsstilling i årene fremover. FTB, særlig fra Telenor, har fått et visst fotfeste i Sunnfjord og Nordfjord, med 11 % andel av bredbåndskundene. Dette indikerer at FTB potensielt kan utgjøre en stadig viktigere konkurransefaktor i dette markedet.

708. Totalt sett mener Nkom imidlertid at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Enivests markedsstilling i vesentlig grad de neste årene. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

709. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Enivest og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Enivests nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Enivests markedsstilling i særlig grad.

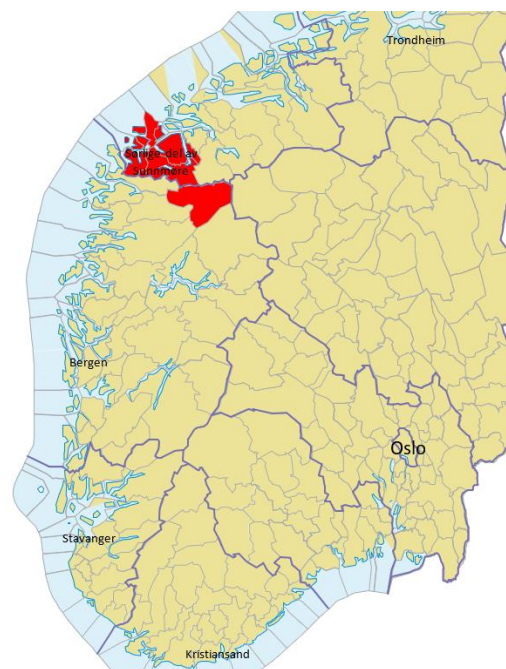
⁸⁰ Så lenge Enivest har et partnerskap med Telia for levering av TV-tjenester, vil trolig Telia i liten grad forsøke å vinne kunder fra Enivest. Dette kan imidlertid endre seg i fremtiden dersom partnerskapet mellom Enivest og Telia eventuelt skulle avsluttes.

710. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Eninvest har sterk markedsstilling i Sunnfjord og Nordfjord.

5.2.13 Sørliche del av Sunnmøre

711. Det geografiske markedet **Sørliche del av Sunnmøre** består av kommunene Hareid, Herøy, Sande, Stryn (Vestland fylke), Ulstein, Vanylven, Volda og Ørsta.

712. Dette området omfatter ca. 25 000 husstander, og det bor ca. 59 000 personer i Sørliche del av Sunnmøre.

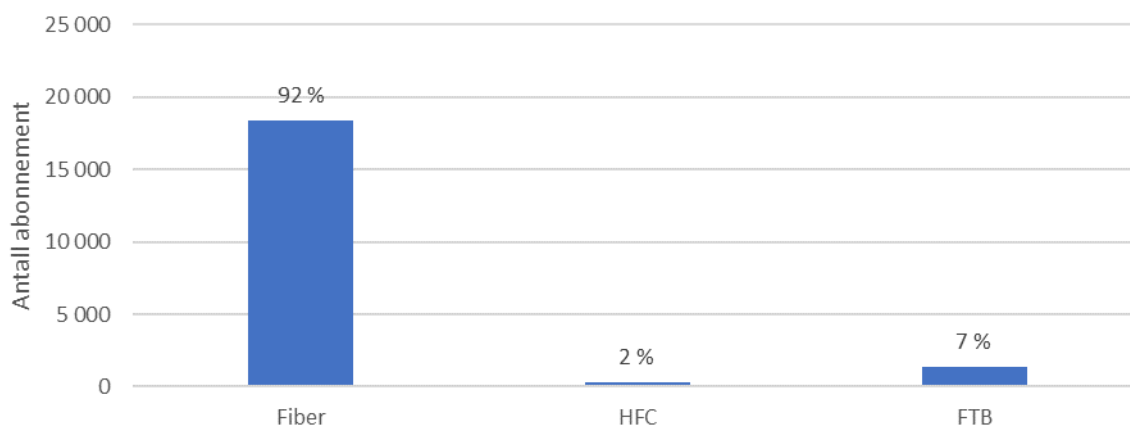


Figur 41: Kartillustrasjon av Sørliche del av Sunnmøre

Analyse av sluttbrukermarkedet

713. Det er 11 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sørliche del av Sunnmøre.

714. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 20 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 42.



Figur 42: Antall abonnement fordelt på teknologier

715. Tabell 37 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Sørliche del av Sunnmøre i 2021, 2022 og 2023. Tussa IKT har den høyeste markedsandelen i Sørliche del av Sunnmøre med 69 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet

med en markedsandel på 16 %. Telenors kunder fordeler seg på fiberabonnement (60 %), HFC-abonnement (8 %) og FTB-abonnement (32 %). Eninvest har en markedsandel på 13 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. De øvrige 8 tilbydere har til sammen en markedsandel på 1 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
Tussa IKT	71 %	70 %	69 %
Telenor Norge	14 %	17 %	16 %
Eninvest	10 %	12 %	13 %
Øvrige	5 %	1 %	1 %

Tabell 37: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørilige del av Sunnmøre i 2021, 2022 og 2023

716. Tabell 38 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Sørilige del av Sunnmøre er det 2 % eller ca. 350 abonnement under kollektive avtaler. Dette gir ett prosentpoengs økning i markedsandelene for Tussa IKT og Eninvest, mens Telenor opprettholder markedsandelen på 16 %.

Tilbyder	2022	2023
Tussa IKT	71 %	70 %
Telenor Norge	17 %	16 %
Eninvest	11 %	14 %
Øvrige	1 %	0 %

Tabell 38: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørilige del av Sunnmøre i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

717. Sørilige del av Sunnmøre har en HHI på 5402 uten kollektive avtaler (5228 med kollektive avtaler), og de tre største tilbydere står for tilnærmet 100 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Sørilige del av Sunnmøre.

Analyse av grossistmarkedet

718. Tabell 39 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Tussa IKT	80 %	82 %
Telenor Norge	17 %	16 %
Eninvest	2 %	2 %
Øvrige	0 %	0 %

Tabell 39: Markedsandeler på grossistnivå

719. Tussa IKTs markedsandel på grossistnivå er høyere enn på sluttbrukernivå ettersom Tussa IKT eier fibernettet i Stryn som Eninvest benytter for å levere tjenester i sluttbrukermarkedet. Eninvests markedsandel på grossistnivå reduseres tilsvarende. Tussa IKTs markedsandel på 82 % gir en presumpsjon for at Tussa IKT har sterk markedsstilling i Sørilige del av Sunnmøre.

720. Tussa IKT er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer bredbåndstjenester i 7 kommuner i Møre og Romsdal og Vestland. Selskapet har den klart største andelen av sin kundemasse i de sørlige delene av Møre og Romsdal. Selskapet ble etablert i 2001 og er eid 100 % av Tussa Kraft AS.

721. Tussa IKT har i underkant av 100 ansatte og har hovedkontor i Hovdebygda i Ørsta kommune. Selskapet er mellomstort i norsk sammenheng.

722. Tussa IKT har en dekning for kablet bredbånd på 91 %⁸¹ av husstandene i Sørlige del av Sunnmøre. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Tussa IKT også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Sørlige del av Sunnmøre. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 89 %⁸² av virksomhetene i dette markedet.

723. Telenor er nest største tilbyder i Sørlige del av Sunnmøre og har dekning for kablet I bredbånd på 19 % av husstandene. Telenors kablede dekning er variabel, med 74 % dekning i Vanylven kommune, om lag 25-30 % dekning i tre kommuner, og nesten ingen dekning i de resterende kommunene. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Sørlige del av Sunnmøre er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 24 % av virksomhetene.

724. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekomarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

725. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

726. Eninvest er tredje største tilbyder i Sørlige del av Sunnmøre, men har lav dekning for kablet bredbånd og lav markedsandel. Eninvest er en mellomstor, regional tilbyder og har sin hovedaktivitet i det tilgrensende geografiske markedet Sunnfjord og Nordfjord.

727. Tussa IKT har et omfattende fibernett i Sørlige del av Sunnmøre med svært god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Sørlige del av Sunnmøre som det Tussa IKT har bygd ut. Til

⁸¹ Inkludert dekning som er registrert på Eninvest i Stryn kommune.

⁸² Inkludert dekning som er registrert på Eninvest i Stryn kommune.

tross for at Telenor er en sterk utfordrer i enkelte områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging, mener Nkom at Tussa IKT har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Tussa IKT har sterk markedsstilling i Sørilige del av Sunnmøre.

728. Tussa IKT er partner med Telia og tilbyr både fiberaksess og Telias TV-tjenester til sine bredbåndskunder. Tussa IKTs sterke posisjon i aksessmarkedet i Sørilige del av Sunnmøre understøttes av Telias posisjon som nasjonal innholdsleverandør. Dette kan i utgangspunktet gi Tussa IKT en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Tussa IKTs konkurrenter i Sørilige del av Sunnmøre. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Etersom Telenor er en etablert konkurrent til Tussa IKT i Sørilige del av Sunnmøre, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Tussa IKTs markedsstilling i dette markedet.

729. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Sørilige del av Sunnmøre er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Tussa IKT har sterk markedsstilling i Sørilige del av Sunnmøre.

730. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Sørilige del av Sunnmøre vil kunne bidra til å svekke Tussa IKTs markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

731. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 99 % av husstandene i Sørilige del av Sunnmøre fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 14 % i Sørilige del av Sunnmøre. Dette er blant de laveste i landet.

732. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Sørilige del av Sunnmøre. Tussa IKTs fiberdekning er langt høyere enn Telenors kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Sørilige del av Sunnmøre har en utfordrende topografi og bosettingsmønster, hvor fem av kommunene har en befolkningstetthet på under 20 personer per kvm, og hvor over 25 % av befolkningen i de fleste kommunene bor i spredtbygde områder (med unntak av én kommune). Det antas med andre ord at det vil være kostbart å bygge ut parallell dekning for alternative tilbydere. Den lave graden av parallell kablet dekning illustrerer også at grunnlaget for overbygging av kablede nett vil

være begrenset. Selv om en viss grad av overbygging av kablede nett ikke kan utelukkes i årene fremover, er det Nkoms vurdering at den allerede høye fiberdekningen i Sørilige del av Sunnmøre og Tussa IKTs overlegne dekning bidrar til at potensiell konkurranse i form av ytterligere fiberutbygging neppe vil svekke Tussa IKTs markedsstilling i Sørilige del av Sunnmøre i særlig grad.

733. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia⁸³ og deres grossistkunder, og potensielt også fra Altibox-partnere, vil representere potensiell konkurranse til Tussa IKT i Sørilige del av Sunnmøre, noe som i utgangspunktet kan svekke Tussa IKTs markedsstilling i årene fremover. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 7 % av bredbåndsabonnementene i Sørilige del av Sunnmøre, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis innebærer at FTB utgjør en viktig konkurransefaktor i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng.

734. Totalt sett mener Nkom at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Tussa IKTs markedsstilling i vesentlig grad de neste årene. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

735. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Tussa IKT og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Tussa IKTs nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Tussa IKTs markedsstilling i særlig grad.

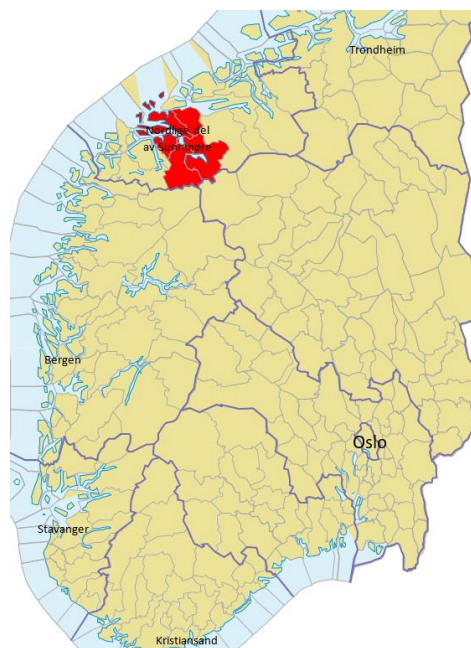
736. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Tussa IKT har sterk markedsstilling i Sørilige del av Sunnmøre.

⁸³ Så lenge Tussa IKT har et partnerskap med Telia for levering av TV-tjenester, vil trolig Telia i liten grad forsøke å vinne kunder fra Tussa IKT. Dette kan imidlertid endre seg i fremtiden dersom partnerskapet mellom Telia og Tussa IKT eventuelt skulle avsluttes.

5.2.14 Nordlige del av Sunnmøre

737. Det geografiske markedet **Nordlige del av Sunnmøre** består av kommunene Fjord, Giske, Haram, Stranda, Sula, Sykkylven, Vestnes og Ålesund.

738. Dette området omfatter ca. 47 000 husstander, og det bor ca. 107 000 personer i Nordlige del av Sunnmøre.

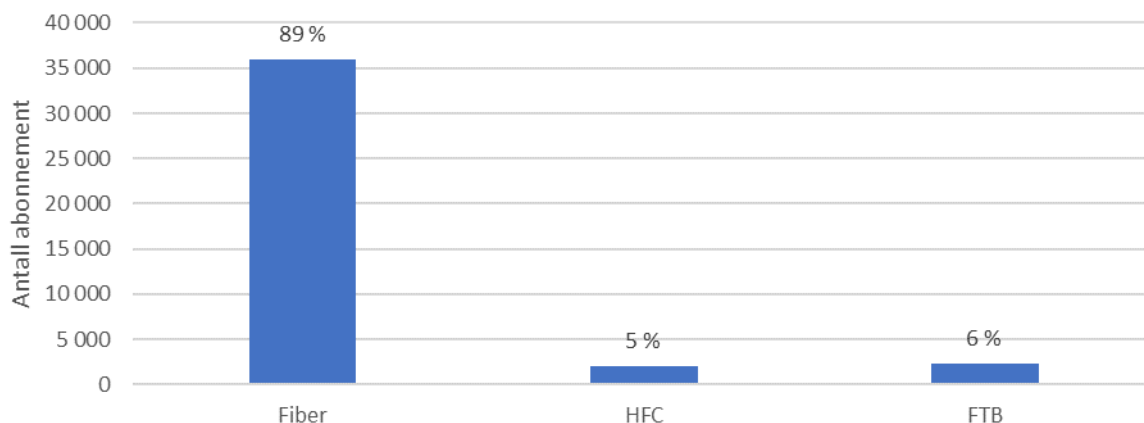


Figur 43: Kartillustrasjon av Nordlige del av Sunnmøre

Analyse av sluttbrukermarkedet

739. Det er 19 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Nordlige del av Sunnmøre.

740. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 38 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 44.



Figur 44: Antall abonnement fordelt på teknologier

741. Tabell 40 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Sunnmøre i 2021, 2022 og 2023. Tafjord Connect har den høyeste markedsandelen i Nordlige del av Sunnmøre med 62 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 19 %. Telenors kunder fordeler seg på

fiberabonnement (52 %), HFC-abonnement (25 %) og FTB-abonnement (23 %). Nordvest Fiber har en markedsandel på 9 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. De øvrige 16 tilbydere har til sammen en markedsandel på 10 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
Tafjord connect	62 %	61 %	62 %
Telenor Norge	20 %	20 %	19 %
Nordvest fiber	11 %	10 %	9 %
Øvrige	7 %	8 %	10 %

Tabell 40 Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Sunnmøre i 2021, 2022 og 2023

742. Tabell 41 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Nordlige del av Sunnmøre er det ca. 5 000 abonnement i kollektive avtaler. Dette utgjør ca. 13 % av alle abonnement i dette markedet. Telenor har de fleste av disse kollektive avtalene. Dette gjør at markedsandelene til Telenor går noe ned, mens markedsandelene for Tafjord Connect og Nordvest Fiber styrkes noe.

Tilbyder	2022	2023
Tafjord connect	68 %	68 %
Telenor Norge	12 %	12 %
Nordvest fiber	12 %	10 %
Øvrige	8 %	10 %

Tabell 41: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Sunnmøre i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

743. Nordlige del av Sunnmøre har en HHI på 4910 uten kollektive avtaler (4307 med kollektive avtaler), og de tre største tilbydere står for 90 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Nordlige del av Sunnmøre.

Analyse av grossistmarkedet

744. Tabell 42 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Tafjord connect	68 %	68 %
Telenor Norge	13 %	16 %
Nordvest fiber	12 %	10 %
Øvrige	8 %	6 %

Tabell 42: Markedsandeler på grossistnivå

745. Tafjord Connects markedsandel på 68 % gir en presumpsjon for at Tafjord Connect har sterk markedsstilling i Nordlige del av Sunnmøre.

746. Tafjord Connect er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer bredbåndstjenester i 18 kommuner i Møre og Romsdal. Selskapet har den klart største andelen

av sin kundemasse i de midtre delene av Møre og Romsdal. Selskapet ble etablert i 1997, og Tafjord Kraft AS som største eier kontrollerer i 51 % av aksjene i Tafjord Connect. In Fiber Vest Midco AS er nest største eier med 49 % eierandel.

747. Tafjord Connect har om lag 50 ansatte og har hovedkontor i Ålesund. Selskapet er mellomstort i norsk sammenheng.

748. Tafjord Connect har en dekning for kablet bredbånd på 85 % av husstandene i Nordlige del av Sunnmøre. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Tafjord Connect også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Nordlige del av Sunnmøre. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 86 % av virksomhetene i dette markedet.

749. Telenor er nest største tilbyder i Nordlige del av Sunnmøre og har dekning for kablet bredbånd på 27 % av husstandene. Telenor har sin høyeste kablede dekning i Ålesund, Vestnes og Stranda, og nesten kablet ingen dekning i de resterende kommunene. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Nordlige del av Sunnmøre er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 34 % av virksomhetene.

750. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Nordlige del av Sunnmøre har Telenor den største andelen av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

751. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

752. Nordvest Fiber er tredje største tilbyder i Nordlige del av Sunnmøre og har en dekning for kablet bredbånd på 20 % av husstandene. Nordvest Fiber er en liten, lokal tilbyder og har sin hovedaktivitet i Ålesund, Giske og Sula. Selskapet er eid av NTE (50 %) og Lyse (50 %) og er en del av Altibox-samarbeidet. Nordvest Fiber er partner i Tårnselskapet AS. I bedriftsmarkedet har Nordvest Fiber den tredje høyeste kablede dekningen med 13 % av virksomhetene, men selskapet er ikke blant de tre største tilbyderne.

753. Tafjord Connect har et omfattende fibernett i Nordlige del av Sunnmøre med svært god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre

tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Nordlige del av Sunnmøre som det Tafjord Connect har bygd ut. Til tross for at Telenor er en sterk utfordrer i enkelte områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging, mener Nkom at Tussa IKT har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Tafjord Connect har sterk markedsstilling i Nordlige del av Sunnmøre.

754. Tafjord Connect er partner med Telia og tilbyr både fiberaksess og Telias TV-tjenester til sine bredbåndskunder. Tafjord Connects sterke posisjon i aksessmarkedet i Nordlige del av Sunnmøre understøttes av Telias posisjon som nasjonal innholdsleverandør. Dette kan i utgangspunktet gi Tafjord Connect en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Tafjord Connects konkurrenter i Nordlige del av Sunnmøre. Samtidig har både Telenor og Nordvest Fiber en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom både Telenor og Nordvest Fiber er etablerte konkurrenter til Tafjord Connect i Nordlige del av Sunnmøre, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Tafjord Connects markedsstilling i dette markedet.

755. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Nordlige del av Sunnmøre er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle bekrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Tafjord Connect har sterk markedsstilling i Nordlige del av Sunnmøre.

756. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Nordlige del av Sunnmøre vil kunne bidra til å svekke Tafjord Connects markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

757. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 98 % av husstandene i Nordlige del av Sunnmøre fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 37 % i Nordlige del av Sunnmøre. Dette er i mellomstadiet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

758. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Nordlige del av Sunnmøre. Tafjord Connects fiberdekning er langt høyere enn Telenors og Nordvest Fibers kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Parallell kablet dekning er forholdsvis høy i tett befolkede områder i Ålesund og omegn, og svært lav i flere av de mer spredtbygde kommunene.

Nordlige del av Sunnmøre har store områder med spredt bosetting, og det vil være kostbart å bygge ut parallell dekning for alternative tilbydere. Selv om noe økt grad av overbygging av kablede nett ikke kan utelukkes i årene fremover, er det Nkoms vurdering at den allerede høye fiberdekningen i Nordlige del av Sunnmøre og Tafjord Connects overlegne dekning bidrar til at potensiell konkurranse i form av ytterligere fiberutbygging neppe vil svekke Tafjord Connects markedsstilling i Nordlige del av Sunnmøre i særlig grad.

759. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia⁸⁴ og deres grossistkunder, og potensielt også fra Nordvest Fiber eller andre Altibox-partnere, vil representere potensiell konkurranse til Tafjord Connect i Nordlige del av Sunnmøre, noe som i utgangspunktet kan svekke Tafjord Connects markedsstilling i årene fremover. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 6 % av bredbåndsabonnementene i Nordlige del av Sunnmøre, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis innebærer at FTB utgjør en viktig konkurransefaktor i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng.

760. Totalt sett mener Nkom at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Tafjord Connects markedsstilling i vesentlig grad de neste årene. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

761. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Tafjord Connect og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Tafjord Connects nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Tafjord Connects markedsstilling i særlig grad.

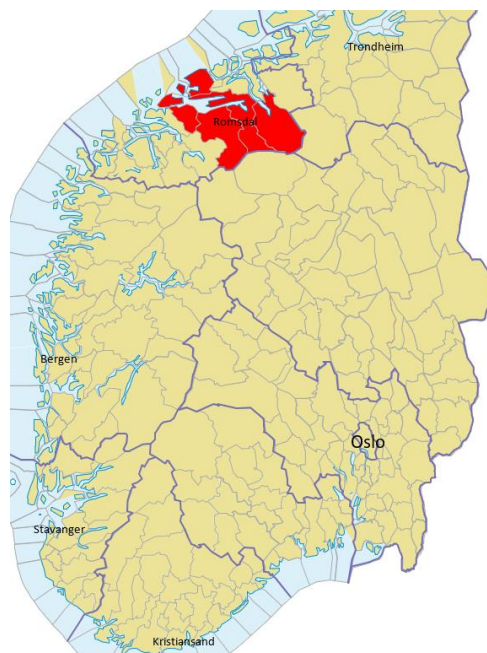
762. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Tafjord Connect har sterk markedsstilling i Nordlige del av Sunnmøre.

⁸⁴ Så lenge Tafjord Connect har et partnerskap med Telia for levering av TV-tjenester, vil trolig Telia i liten grad forsøke å vinne kunder fra Tafjord Connect. Dette kan imidlertid endre seg i fremtiden dersom partnerskapet mellom Tafjord Connect og Telia eventuelt skulle avsluttes.

5.2.15 Romsdal

763. Det geografiske markedet **Romsdal** består av kommunene Aukra, Hustadvika, Molde, Rauma og Sunndal.

764. Dette området omfatter ca. 29 000 husstander, og det bor ca. 64 000 personer i Romsdal.

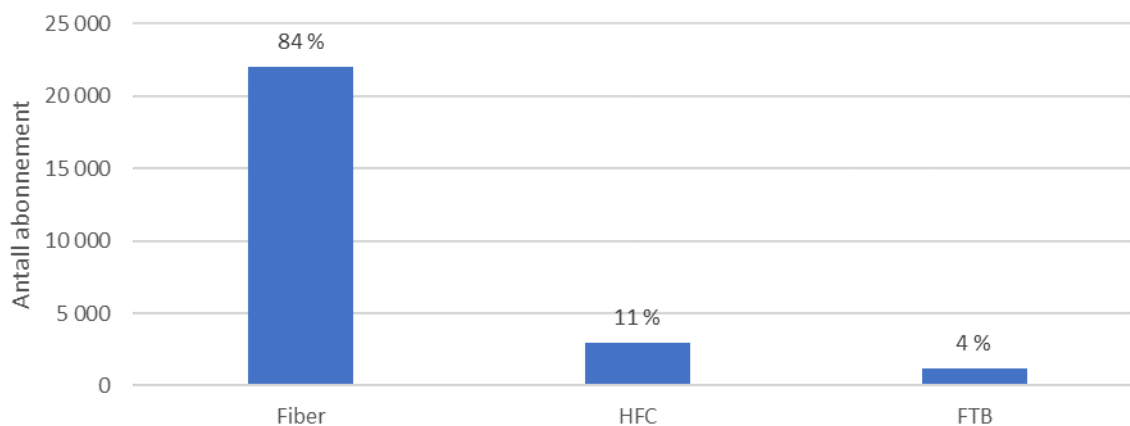


Figur 45: Kartillustrasjon av Romsdal

Analyse av sluttbrukermarkedet

765. Det er 18 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Romsdal.

766. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 26 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 46.



Figur 46: Antall abonnement fordelt på teknologier

767. Tabell 43 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Romsdal i 2021, 2022 og 2023. Istad fiber har den høyeste markedsandelen i Romsdal med 40 %, hvor alle deres kunder har fiberabonnement. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 23 %. Telenors kunder fordeler seg på fiberabonnement (52 %), HFC-abonnement (33 %) og FTB-

abonnement (15 %). Sucom har en markedsandel på 17 %, som fordeler seg på fiberabonnement (82 %) og HFC-abonnement (18 %). De øvrige tilbydere har til sammen en markedsandel på 20 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
Istad fiber	35 %	37 %	40 %
Telenor Norge	25 %	25 %	23 %
Sucom	18 %	17 %	17 %
Øvrige	22 %	22 %	20 %

Tabell 43: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Romsdal i 2021, 2022 og 2023

768. Tabell 44 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Romsdal er det ca. 6 000 abonnement i kollektive avtaler (25 %). Telenor har over halvparten av disse kollektive avtalene. Dette gjør at markedsandelene til Telenor går betydelig ned, mens markedsandelene for Istad fiber og øvrige styrkes noe. Markedsandelsfordelingen endres også ved at Sucom er nest største tilbyder og Telenor den tredje største.

Tilbyder	2022	2023
Istad fiber	44 %	47 %
Sucom	17 %	16 %
Telenor Norge	11 %	11 %
Øvrige	28 %	26 %

Tabell 44: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Romsdal i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

769. Romsdal har en HHI på 2594 uten kollektive avtaler (2409 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 74 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Romsdal.

Analyse av grossistmarkedet

770. Tabell 45 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Istad fiber	44 %	47 %
Sucom	17 %	16 %
Telenor Norge	12 %	12 %
Øvrige	27 %	25 %

Tabell 45: Markedsandeler på grossistnivå

771. Istads Fibers markedsandel på 47 % ligger under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling.

772. Istad Fiber er et lite, lokalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer bredbåndstjenester i fire kommuner i Møre og Romsdal. Selskapet har den største andelen av sin kundemasse i Romsdal. Selskapet ble etablert i 2014, og Istad AS som største eier kontrollerer i 50 % av aksjene i Istad Fiber. Lyse Fiberinvest AS er nest største eier med 50 % eierandel.

773. Istad Fiber har mellom 10 og 20 ansatte og har hovedkontor i Molde. Selskapet er relativt lite i norsk sammenheng.

774. Istad Fiber er Altibox-partner og tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder i Romsdal. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er Istad Fiber partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

775. Istad Fiber har en dekning for kablet bredbånd på 52 % av husstandene i Romsdal. Selskapets dekning er konsentrert i kommunene Molde, Aukra og Hustadvika. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Istad Fiber også har den største kablede dekningen og flest bredbånd-abonnement i bedriftsmarkedet i Romsdal. Selskapets fiberinfrastruktur dekker 59 % av virksomhetene i dette markedet.

776. Sucom er nest største tilbyder i Romsdal og har en dekning for kablet bredbånd på 18 % av husstandene. Sucom er en liten, lokal tilbyder og har sin hovedaktivitet i Sunndal kommune.

777. Telenor er tredje største tilbyder i grossistmarkedet i Romsdal og har en dekning for kablet bredbånd på 41 % av husstandene. Telenor har god kablet dekning i Molde, moderat kablet dekning i Rauma og Aukra, og lav kablet dekning i Hustadvika og Sunndal. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Romsdal er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 43 % av virksomhetene.

778. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC-baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Romsdal har Telenor den største andelen av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

779. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

780. Det er flere andre tilbydere til stede med betydelige markedsandeler i Romsdal. De tre største av disse er den regionale tilbyderen Neas, som har sin hovedaktivitet i det geografiske markedet Nordmøre, og de lokale tilbyderne Rauma Energi og Sund Bredbånd.

781. Istad Fiber har et omfattende fibernett i deler av Romsdal, med hovedtyngden av dekning i kommunene Molde, Aukra og Hustadvika. Samtidig har andre tilbydere også meget god kablet dekning i disse kommunene. I Molde har Telenor bedre kablet dekning enn Istad Fiber. I Aukra har Sund Bredbånd den beste dekningen og er også største tilbyder. I Hustadvika har Istad Fiber best kablet dekning med 82 % av husstandene, men Neas har også meget god dekning med 70 % av husstandene. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, ikke er et moment som underbygger at Istad Fiber har sterk markedsstilling i Romsdal.

782. Istad Fiber tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Istad Fibers posisjon i aksessmarkedet i Romsdal understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Istad Fiber en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Istad Fibers konkurrenter i Romsdal. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud, og det samme gjelder Sucom, Neas og Sund Bredbånd som alle er Telia-partnere og tilbyr Telias TV-tjenester. Ettersom alle disse selskapene er etablerte konkurrenter til Istad Fiber i Romsdal, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Istad Fibers markedsstilling i dette markedet.

783. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Romsdal er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Istad Fiber har sterk markedsstilling i Romsdal.

784. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Romsdal vil kunne bidra til å svekke Istad Fibers markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

785. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 95 % av husstandene i Romsdal fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 44 % i Romsdal. Dette er i det høyere sjiktet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

786. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er høy i Romsdal. Flere tilbydere har god kablet dekning i ulike områder, og graden av parallell kablet dekning er forholdsvis høy i tett

befolkede områder i Molde og omegn. Det kan tilsi at potensiell konkurranse, i form av mulig ytterligere overbygging fra en av de andre aksesstilbyderne i dette markedet, kan ha en disiplinerende effekt på Istad Fibers mulighet til å utnytte markedsrett.

787. Potensiell konkurranse fra FTB kan også begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud vil kunne representere potensiell konkurranse i dette markedet. Både Telenor og Telia tilbyr FTB i dette markedet i dag, og Istad Fiber er som partner i Altibox og Tårnselskapet AS en potensiell tilbyder av FTB. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 4 % av bredbåndsabonnementene i Romsdal, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis bidrar til å svekke Istad Fibers stilling i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten Istad Fiber være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder gjennom sitt partnerskap i Altibox og Tårnselskapet AS, og dermed kunne være i stand til å forsvare sin markedsstilling. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

788. Samlet mener Nkom at det er betydelig grad av potensiell konkurranse i dette markedet, både fra Telenor og fra andre lokale og regionale tilbydere av kablet bredbånd.

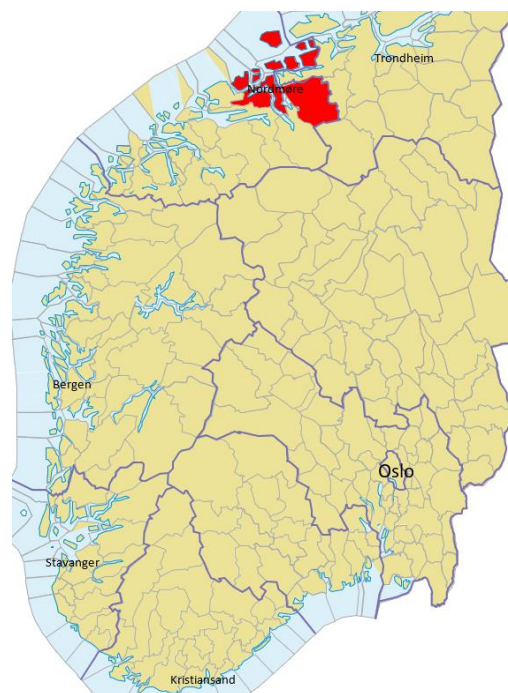
789. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøperrett overfor Istad Fiber og ved å utnytte slik kjøperrett kan oppnå tilgang til Istad Fibers nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøperrett i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Istad Fibers markedsstilling i særlig grad.

790. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Romsdal. Nkom har lagt spesiell vekt på at den største tilbyderen i dette grossistmarkedet, Istad Fiber, har en markedsandel på 47 %, som er under terskelen på 50 % som gir presumpsjon for sterk markedsstilling. Istad Fiber har ikke i stor grad kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, og det er betydelig grad av potensiell konkurranse fra Telenor og fra andre lokale og regionale tilbydere av kablet bredbånd.

5.2.16 Nordmøre

791. Det geografiske markedet **Nordmøre** består av kommunene Aure, Averøy, Gjemnes, Kristiansund, Smøla og Tingvoll.

792. Dette området omfatter ca. 19 000 husstander, og det bor ca. 41 000 personer i Nordmøre.

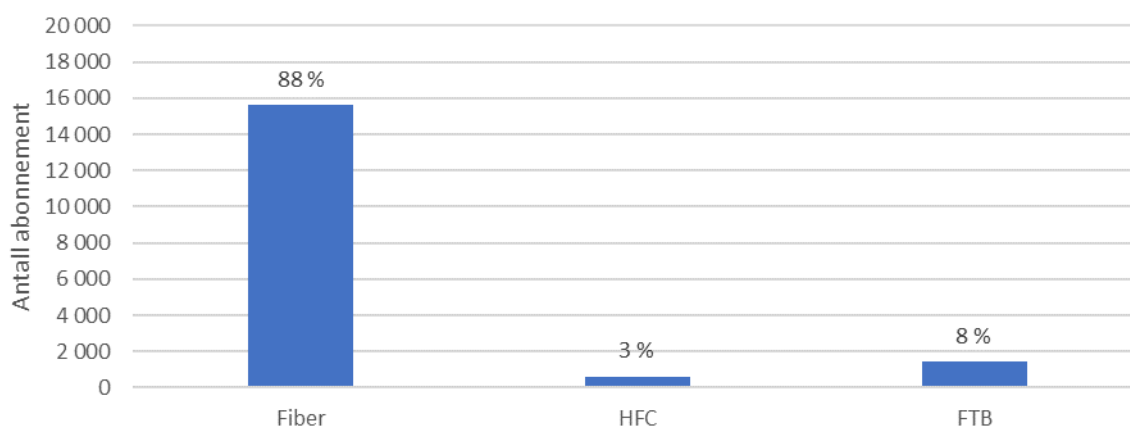


Figur 47: Kartillustrasjon av Nordmøre

Analyse av sluttbrukermarkedet

793. Det er 16 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Nordmøre.

794. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 18 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 48.



Figur 48: Antall abonnement fordelt på teknologier

795. Tabell 46 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Nordmøre i 2022 og 2023. Neas har den høyeste markedsandelen i Nordmøre med 87 %, hvor 95 % av deres kunder har fiberabonnement, og ca. 5 % HFC-abonnement. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 11 %. Telenors kunder fordeler seg på fiberabonnement (44 %), og FTB-

abonnement (55 %). Telia har en markedsandel på 1 %, hvor 76 % av kundene er på FTB-abonnement og resten på fiberabonnement. De øvrige tilbydere har til sammen en markedsandel på 1 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
Neas	89 %	88 %	87 %
Telenor Norge	11 %	10 %	11 %
Telia Norge	0 %	0 %	1 %
Øvrige	0 %	1 %	1 %

Tabell 46: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordmøre i 2021, 2022 og 2023

796. Tabell 47 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Nordmøre er det ca. 3 000 abonnement i kollektive avtaler. Neas har de fleste av disse kollektive avtalene. Dette gjør at markedsandelene til Neas går noe ned, mens markedsandelene for Telenor, Telia og øvrige styrkes noe.

Tilbyder	2022	2023
Neas	87 %	85 %
Telenor Norge	12 %	13 %
Telia Norge	0 %	1 %
Øvrige	1 %	1 %

Tabell 47: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordmøre i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

797. Nordmøre har en HHI på 7330 uten kollektive avtaler (7721 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 99 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Nordmøre.

Analyse av grossistmarkedet

798. Tabell 48 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
Neas	87 %	85 %
Telenor Norge	12 %	13 %
Telia Norge	1 %	1 %
Øvrige	1 %	1 %

Tabell 48: Markedsandeler på grossistnivå

799. En markedsandel på 85 % gir en presumpsjon for at Neas har sterk markedsstilling i Nordmøre.

800. Neas er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett, og selskapet leverer bredbåndstjenester i 10 kommuner i Møre og Romsdal. Selskapet har den klart største andelen av sin kundemasse i de nordlige delene av Møre og Romsdal. Selskapet ble etablert i 1990, og er 100 % eid av Neas Konsern AS, som igjen eies av enkelte av kommunene tilbyderen opererer innenfor.

801. Neas har i overkant av 50 ansatte og har hovedkontor i Kristiansund. Selskapet er mellomstort i norsk sammenheng.

802. Neas har en dekning for kablet bredbånd på 97 % av husstandene i Nordmøre. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Neas også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Nordmøre. Selskapets kablede infrastruktur dekker 97 % av virksomhetene i dette markedet.

803. Telenor er nest største tilbyder i Nordmøre, men har dekning for kablet bredbånd for kun 7 % av husstandene. Telenor har sin høyeste kablede dekning i Gjemnes kommune, og nesten ingen kablet dekning i Kristiansund. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Nordmøre er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 21 % av virksomhetene.

804. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

805. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

806. Telia er tredje største tilbyder i Nordmøre, men har kun en svært lav markedsandel som i hovedsak er basert på FTB.

807. Neas har et omfattende fibernett i Nordmøre med svært god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Nordmøre som det Neas har bygd ut. Til tross for at Telenor er en utfordrer i enkelte områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging, mener Nkom at Neas har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Neas har sterk markedsstilling i Nordmøre.

808. Neas er partner med Telia og tilbyr både fiberaksess og Telias TV-tjenester til sine bredbåndskunder. Neas' sterke posisjon i aksessmarkedet i Nordmøre understøttes av Telias posisjon som nasjonal innholdsleverandør. Dette kan i utgangspunktet gi Neas en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Neas' konkurrenter i Nordmøre. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor er en etablert

konkurrent til Neas i Nordmøre, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Neas' markedsstilling i dette markedet.

809. Konsernet Neas er et horisontalt integrert selskap, med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som solkraft og elbilladere. En slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer, med felles merkevare, mulighet for produktkobling og utnyttelse av samdriftsfordeler, kan bidra til å øke Neas' konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Nordmøre.

810. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Nordmøre er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at Neas har sterk markedsstilling i Nordmøre.

811. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Nordmøre vil kunne bidra til å svekke Neas' markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

812. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 96 % av husstandene på Nordmøre fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 11 % på Nordmøre. Dette er blant de laveste i landet.

813. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Nordmøre. Neas' fiberdekning er langt høyere enn Telenors kablede dekning, både til husstander og virksomheter. Nordmøre har til dels en utfordrende topografi og bosettingsmønster, og det vil være kostbart å bygge ut parallell dekning for alternative tilbydere. Den lave graden av parallell kablet dekning illustrerer også at grunnlaget for overbygging av kablede nett vil være begrenset. Selv om en viss grad av overbygging av kablede nett ikke kan utelukkes i årene fremover, er det Nkoms vurdering at den allerede høye fiberdekningen i Nordmøre og Neas' overlegne dekning bidrar til at potensiell konkurranse i form av ytterligere fiberutbygging neppe vil svekke Neas' markedsstilling i Nordmøre i særlig grad.

814. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsmakt. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia⁸⁵ og deres grossistkunder, og potensielt også fra Altibox-partnere, vil representere potensiell konkurranse til Neas i Nordmøre, noe som i utgangspunktet kan svekke Neas' markedsstilling i årene fremover. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 8 % av bredbåndsabonnementene i Nordmøre, dvs. omtrent på landsgjennomsnittet, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis innebærer at FTB utgjør en viktig konkurransefaktor i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng.

815. Totalt sett mener Nkom at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke Neas' markedsstilling i vesentlig grad de neste årene. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

816. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøpermakt overfor Neas og ved å utnytte slik kjøpermakt kan oppnå tilgang til Neas' nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Neas' markedsstilling i særlig grad.

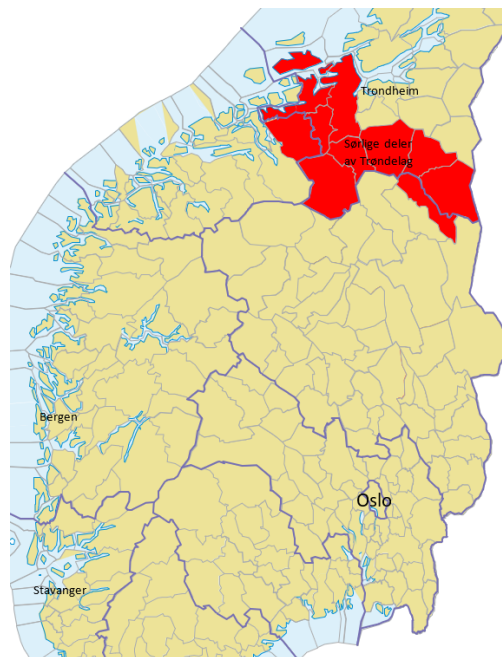
817. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at Neas har sterk markedsstilling i Nordmøre.

⁸⁵ Så lenge Tussa IKT har et partnerskap med Telia for levering av TV-tjenester, vil trolig Telia i liten grad forsøke å vinne kunder fra Tussa IKT. Dette kan imidlertid endre seg i fremtiden dersom partnerskapet mellom Telia og Tussa IKT eventuelt skulle avsluttes.

5.2.17 Sørliche del av Trøndelag

818. Det geografiske markedet **Sørliche del av Trøndelag** består av kommunene Heim, Hitra, Holtålen, Midtre Gauldal, Oppdal, Orkland, Os (Innlandet fylke) Rennebu, Rindal, Røros og Surnadal (Møre og Romsdal fylke).

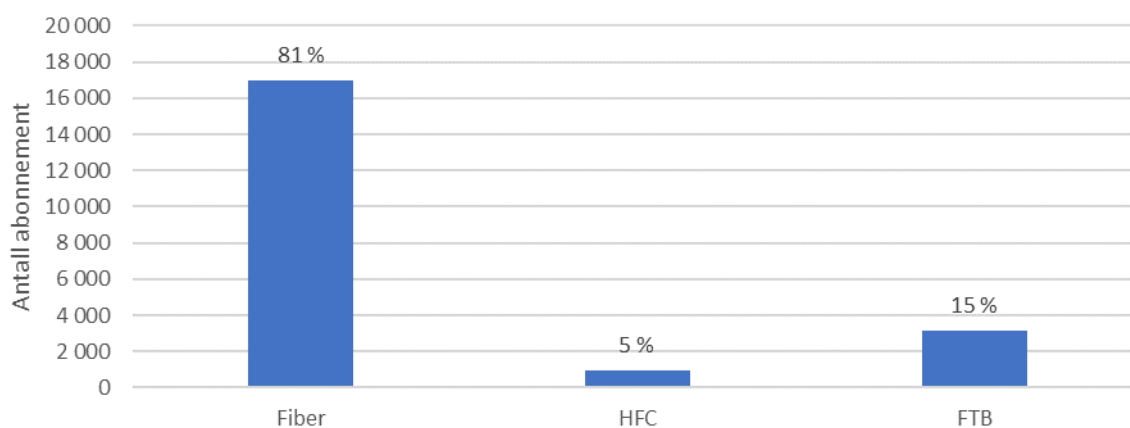
819. Dette området omfatter ca. 26 000 husstander, og det bor ca. 63 000 personer i Sørliche del av Trøndelag



Figur 49: Kartillustrasjon av Sørliche del av Trøndelag

Analyse av sluttbrukermarkedet

820. Det er 16 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sørliche del av Trøndelag. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 21 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 50.



Figur 50: Antall abonnement fordelt på teknologier

821. Andelen fiberabonnement er i dette området 81 %, og andelen av HFC-abonnement er 5 %. Andelen FTB-abonnement er relativt høy med 15 %.

822. Tabell 49 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Sørliche del av Trøndelag i 2021, 2022 og 2023. Svorka Bredbånd har den høyeste markedsandelen i privatmarkedet målt i antall

aksesser med 28 %, etterfulgt av Vitnett med 20 % og Telenor med 19 %. De øvrige selskapene har til sammen en markedsandel på 34 %. Alle kundene til Svorka Breddbånd har fiberabonnement. Telenors kunder fordeler seg på fiberabonnement (10 %), HFC-abonnement (21 %) og FTB-abonnement (69 %). Vitnetts kunder fordeler seg på fiberabonnement (98 %), og HFC-abonnement (2 %).

Tilbyder	2021	2022	2023
Svorka bredbånd	29 %	25 %	28 %
Vitnett	20 %	18 %	20 %
Telenor Norge	20 %	21 %	19 %
Øvrige	32 %	36 %	34 %

Tabell 49: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørilige del av Trøndelag i 2021, 2022 og 2023

823. Tabell 50 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Sørilige del av Trøndelag er det ca. 1 400 abonnement som inngår i kollektive avtaler. Dette innvirker i liten grad på fordelingen av markedsandeler. Svorka Breddbånd er uendret på 28 %, Vitnett får en noe høyere markedsandel, mens Telenors markedsandel går noe ned.

Tilbyder	2022	2023
Svorka bredbånd	26 %	28 %
Vitnett	18 %	22 %
Telenor Norge	20 %	16 %
Øvrige	36 %	34 %

Tabell 50: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørilige del av Trøndelag i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

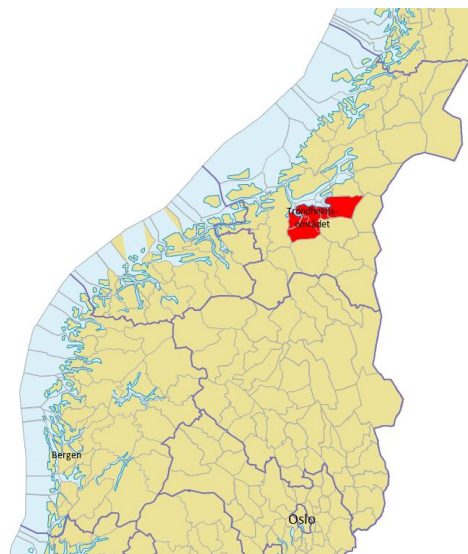
824. Uten kollektive avtaler har Sørilige del av Trøndelag en HHI på 1527 (1511 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 66 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon, mener Nkom at konkurransen i sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende. Nkom går derfor ikke videre med en analyse av grossistmarkedet.

825. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Sørilige del av Trøndelag.

5.2.18 Trondheimsområdet

826. Det geografiske markedet **Trondheimsområdet** består av kommunene Malvik, Melhus, Trondheim, Skaun og Stjørdal.

827. Dette området omfatter ca. 133 000 husstander, og det bor ca. 278 000 personer i Trondheimsområdet.

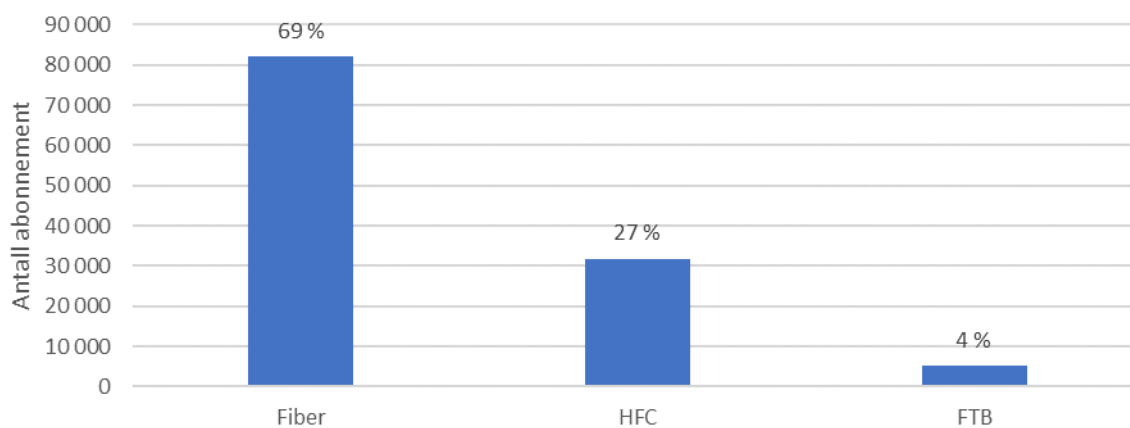


Figur 51: Kartillustrasjon av Trondheimsområdet

Analyse av sluttbrukermarkedet

828. Det er 17 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Trondheimsområdet.

829. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 120 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 52.



Figur 52: Antall abonnement fordelt på teknologier

830. Tabell 51 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Trondheimsområdet i 2021, 2022 og 2023. Telenor har den høyeste markedsandelen i Trondheimsområdet med 41 %. Telia er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 31 %. NTE Telekom har en markedsandel på 24 %, og de øvrige 12 selskapene har til sammen en markedsandel på 4 %.

831. Både Telenor, Telia og NTE Telekom har fiberkunder i Trondheimsområdet, og Telenor og Telia har i tillegg både HFC- og FTB-kunder. Kundene til Telenor fordeler seg på fiberabonnement (44 %),

HFC-abonnement (50 %) og FTB-abonnement (6 %). Telias kunder fordeler seg på fiberabonnement (78 %), HFC-abonnement (18 %) og FTB-abonnement (4%).

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	46 %	44 %	41 %
Telia Norge	30 %	30 %	31 %
NTE Telekom	21 %	22 %	24 %
Øvrige	3 %	4 %	4 %

Tabell 51: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Trondheimsområdet i 2021, 2022 og 2023

832. Tabell 52 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Trondheimsområdet er det ca. 65 000 abonnement som inngår i kollektive avtaler. Dette utgjør over halvparten (ca. 54 %) av alle abonnement i dette markedet. Den store andelen abonnement i kollektive avtaler gjør at markedsandelsfordelingen endres vesentlig i Trondheimsområdet når de kollektive avtalene utelates fra beregningen av markedsandeler. NTE Telekom blir da den største tilbyderen med en markedsandel på 40 %, mens Telenors og Telias markedsandeler blir henholdsvis 31 % og 22 %. De øvrige tilbydere i dette markedet har til sammen en markedsandel på 7 %.

Tilbyder	2022	2023
NTE Telekom	38 %	40 %
Telenor Norge	35 %	31 %
Telia Norge	20 %	22 %
Øvrige	7 %	7 %

Tabell 52: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Trondheimsområdet i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

833. Uten kollektive avtaler har Trondheimsområdet en HHI på 2994 (3181 med kollektive avtaler), og de tre største tilbydere står for 93 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Trondheimsområdet.

Analyse av grossistmarkedet

834. Tabell 53 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
NTE Telekom	38 %	40 %
Telenor Norge	36 %	33 %
Telia Norge	21 %	23 %
Øvrige	5 %	4 %

Tabell 53: Markedsandeler på grossistnivå

835. NTE er største tilbyder i grossistmarkedet med en markedsandel på 40 %. Dette er vesentlig under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling

836. I et marked hvor den største tilbyderen ikke har høyere markedsandel enn 40 %, og den nest største tilbyderen også har en forholdsvis høy markedsandel (33 %), er det i utgangspunktet lite

sannsynlig at det er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling. Når den tredje største tilbyderen i tillegg har 23 % markedsandel, og det også er 14 andre selskaper med en samlet markedsandel på 4 % i dette markedet, indikerer det at ingen av tilbyderne i Trondheimsområdet i stor grad kan opptre uavhengig av kunder, konkurrenter og forbrukere i dette markedet. Samtidig er den største tilbyderen i Trondheimsområdet, NTE Telekom, den klart største tilbyderen i det tilgrensende markedet Nordlige del av Trøndelag.

837. NTE Telekom har ca. 90 ansatte og er 100 % eid av NTE (Nord-Trøndelag Elektrisitetsverk AS), og inngår som ett av fire forretningsområder i NTE. NTE ble etablert av Nord-Trøndelag fylkeskommune, som frem til 2018 var eiere. Nå eies NTE av 10 kommuner i tidligere Nord-Trøndelag. NTEs virksomhet omfatter produksjon, distribusjon og salg av fornybar energi, energitjenester, fiberbaserte kommunikasjonstjenester og elektroinstallasjon.

838. NTE Telekom er Altibox-partner og tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder i Trondheimsområdet. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er NTE Telekom partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

839. NTE Telekom har den tredje største dekningen for kablet bredbånd med 41 % av husstandene i Trondheimsområdet. I bedriftsmarkedet har NTE Telekom den nest største kablede dekningen med 48 % av virksomhetene. NTE Telekom er tredje største tilbyder i bedriftsmarkedet i Trondheimsområdet.

840. Telenor er nest største tilbyder i Trondheimsområdet, men har den største dekningen for kablet bredbånd med 67 % av husstandene. Telenor har også god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Trondheimsområdet har Telenor den største kablede dekningen med 68 % av virksomhetene, og Telenor er også største tilbyder i bedriftsmarkedet.

841. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. I Trondheimsområdet har Telenor en stor andel av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

842. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både

for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

843. Telia er tredje største tilbyder i Trondheimsområdet og har en dekning for kablet bredbånd på 44 % av husstandene. I Trondheimsområdet har Telia en stor andel av de kollektive avtalene, og denne infrastrukturen kan gi grunnlag for ytterligere utbygging i nærliggende områder. Telia er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende HFC- og fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har Telia et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder. Telia har også et etablert grossisttilbud for FTB og mobile tjenester, men ikke for kablet bredbånd. I bedriftsmarkedet har Telia den tredje høyeste kablede dekningen i Trondheimsområdet med 48 % av virksomhetene, men er ikke blant de tre største tilbyderne.

844. I Trondheimsområdet har flere tilbydere foretatt betydelige investeringer i kablet bredbåndsinfrastruktur, og både Telenor og Telia har bedre kablet dekning enn NTE Telekom. Kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, kan derfor ikke sies å være en indikator som gir NTE Telekom en vesentlig konkurransefordel i dette markedet. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, ikke er et moment som underbygger at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Trondheimsområdet.

845. NTE Telekom tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. NTE Telekoms posisjon i aksessmarkedet i Trondheimsområdet understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Samtidig har både Telenor og Telia en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom både Telenor og Telia er etablerte konkurrenter til NTE Telekom med høye markedsandeler i Trondheimsområdet, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke NTE Telekoms markedsstilling i dette markedet.

846. NTE er et horisontalt integrert selskap, med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som elektroinstallasjon, solceller og elbillading. En slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer, med felles merkevare, mulighet for produktkobling og utnyttelse av samdriftsfordeler, kan bidra til å øke NTE Telekoms konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Trondheimsområdet. Samtidig er også Telenor og Telia, som sterke konkurrenter i Trondheimsområdet, horisontalt integrerte selskaper som har mulighet for produktkobling og utnyttelse av samdriftsfordeler.

847. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at prisutviklingen i Trondheimsområdet er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Prisutvikling anses derfor å være

en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Trondheimsområdet.

848. Potensiell konkurranse kan skape økt markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Trondheimsområdet vil kunne bidra til å svekke NTE Telekoms markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

849. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 97 % av husstandene i Trondheimsområdet fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 56 % i Trondheimsområdet.

850. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er svært høy i Trondheimsområdet. Det kan trekke i retning av begrenset grad av potensiell konkurranse mellom tilbydere av kablet bredbåndsaksess i dette markedet. På den annen side er det tre store, etablerte aksesstilbydere i Trondheimsområdet med god dekning og forholdsvis høye markedsandeler, i tillegg til en rekke mindre aksesstilbydere. Graden av parallell kablet dekning er allerede høy i Trondheimsområdet og blant de høyeste i landet. Det kan tilsi at potensiell konkurranse, i form av mulig overbygging fra en av de andre aksesstilbyderne i dette markedet, kan ha en disiplinerende effekt på NTE Telekoms mulighet til å utnytte markedsrett.

851. Potensiell konkurranse fra FTB kan også begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud vil kunne representere potensiell konkurranse i dette markedet. Både Telenor og Telia tilbyr FTB i dette markedet i dag, og NTE Telekom er som partner i Altibox og Tårnselskapet AS en potensiell tilbyder av FTB. Samtidig utgjør FTB-abonnement foreløpig kun 4 % av bredbåndsabonnementene i Trondheimsområdet, til tross for at FTB-dekningen allerede er høy. Det tilsier at høy FTB-dekning ikke nødvendigvis bidrar til å svekke NTE Telekoms stilling i dette markedet. Nkom mener derfor at det ikke kan legges stor vekt på FTB-dekningen i vurderingen av potensiell konkurranse i denne sammenheng. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke i dette markedet i årene fremover, vil dessuten NTE Telekom være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder gjennom sitt partnerskap i Altibox og Tårnselskapet AS, og dermed kunne være i stand til å forsvare sin markedsstilling. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

852. Samlet mener Nkom at det er betydelig grad av potensiell konkurranse i dette markedet, både fra andre store tilbydere av kablet bredbånd med høye markedsandeler, og fra mindre tilbydere av kablet bredbånd i det geografiske markedet.

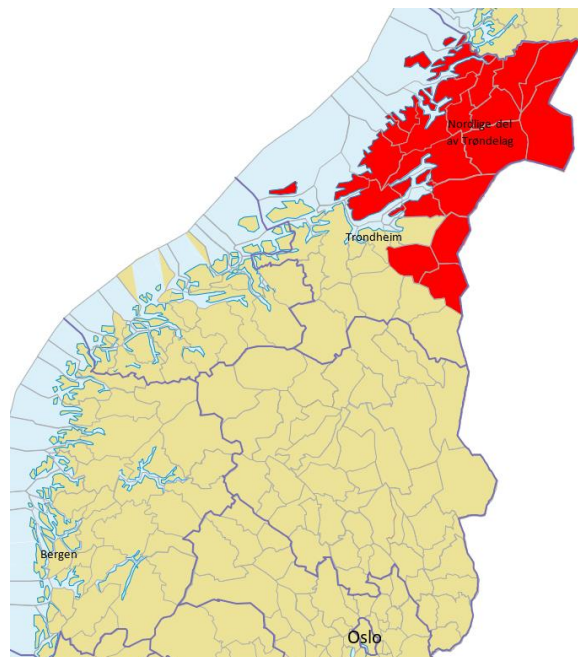
853. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøpermakt overfor NTE Telekom og ved å utnytte slik kjøpermakt kan oppnå tilgang til NTE Telekoms nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke NTE Telekoms markedsstilling i særlig grad.

854. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Trondheimsområdet. Nkom har lagt spesiell vekt på at den største tilbyderen i dette grossistmarkedet, NTE Telekom, har en markedsandel på 40 %, som er betydelig under terskelen på 50 % som gir presumpsjon for sterk markedsstilling. NTE Telekom har ikke i stor grad kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, og det er betydelig grad av potensiell konkurranse fra andre store tilbydere med høye markedsandeler og fra mindre tilbydere i Trondheimsområdet.

5.2.19 Nordlige del av Trøndelag

855. Det geografiske markedet **Nordlige del av Trøndelag** består av kommunene Flatanger, Frosta, Frøya, Grong, Høylandet, Inderøy, Indre Fosen, Leka, Levanger, Lierne, Meråker, Namsos, Namsskogan, Nærøysund, Osen, Overhalla, Røyrvik, Selbu, Snåsa, Steinkjer, Tydal, Verdal, Ørland og Åfjord.

856. Dette området omfatter ca. 66 000 husstander, og det bor ca. 146 000 personer i Nordlige del av Trøndelag.

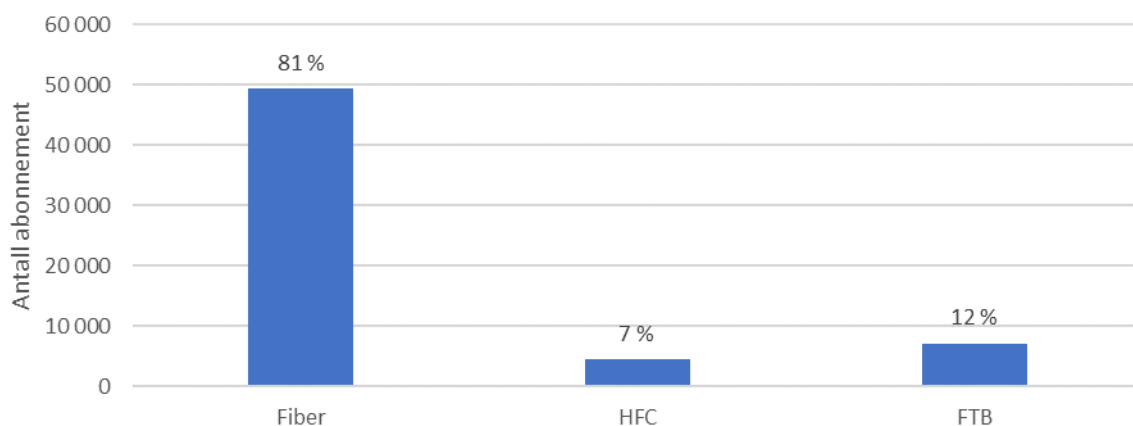


Figur 53: Kartillustrasjon av Nordlige deler av Trøndelag

Analyse av sluttbrukermarkedet

857. Det er 15 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Nordlige del av Trøndelag.

858. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 61 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 54.



Figur 54: Antall abonnement fordelt på teknologier

859. Tabell 54 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Trøndelag i 2021, 2022 og 2023. NTE Telekom er den største tilbyderen i Nordlige del av Trøndelag

med en markedsandel på 70 % i sluttbrukermarkedet. Alle NTE Telekoms kunder i dette markedet er fiberkunder.

860. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 21 %. 43 % av Telenors kunder i dette markedet har fiberabonnement, 43 % har FTB-abonnement og 14 % har HFC-abonnement. De øvrige 13 tilbyderne i dette markedet har en markedsandel på 5 % eller lavere.

Tilbyder	2021	2022	2023
NTE Telekom	66 %	70 %	70 %
Telenor Norge	22 %	26 %	21 %
Rissa Kraftlag	1 %	1 %	5 %
Øvrige	11 %	2 %	4 %

Tabell 54: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Trøndelag i 2021, 2022 og 2023⁸⁶

861. Tabell 55 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Nordlige del av Trøndelag er det ca. 10 300 abonnement som inngår i kollektive avtaler, noe som utgjør ca. 17 % av alle abonnement i dette markedet. Markedsandelsfordelingen endrer seg forholdsvis lite når de kollektive avtalene utelates fra beregningen.

Tilbyder	2022	2023
NTE Telekom	68 %	68 %
Telenor Norge	28 %	23 %
Rissa Kraftlag	1 %	5 %
Øvrige	3 %	4 %

Tabell 55: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Nordlige del av Trøndelag i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

862. Uten kollektive avtaler har Nordlige del av Trøndelag en HHI på 5131 (5334 med kollektive avtaler), og de tre største tilbyderne står for 96 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Nordlige del av Trøndelag.

Analyse av grossistmarkedet

863. Tabell 56 viser markedsandeler på grossistnivå.

Tilbyder	2022	2023
NTE Telekom	68 %	68 %
Telenor Norge	30 %	26 %
Rissa Kraftlag	2 %	5 %
Øvrige	0 %	1 %

Tabell 56: Markedsandeler på grossistnivå

⁸⁶ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelene er noe misvisende for disse årene, spesielt for kategorien «Øvrige» og for Rissa Kraftlag.

864. En markedsandel på 68 % gir en presumpsjon for at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag.

865. NTE Telekom har ca. 90 ansatte og er 100 % eid av NTE (Nord-Trøndelag Elektrisitetsverk AS), og inngår som ett av fire forretningsområder i NTE. NTE ble etablert av Nord-Trøndelag fylkeskommune, som frem til 2018 var eiere. Nå eies NTE av 10 kommuner i tidligere Nord-Trøndelag. NTEs virksomhet omfatter produksjon, distribusjon og salg av fornybar energi, energitjenester, fiberbaserte kommunikasjonstjenester og elektroinstallasjon.

866. NTE Telekom er Altibox-partner og tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder i Nordlige del av Trøndelag. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Sammen med 22 andre bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet er NTE Telekom partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

867. NTE Telekom har en dekning for kablet bredbånd på 78 %⁸⁷ av husstandene i Nordlige del av Trøndelag. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at NTE Telekom også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Nordlige del av Trøndelag. Selskapets kablede infrastruktur dekker 79 %⁸⁸ av virksomhetene i dette markedet.

868. Telenor er nest største tilbyder i Nordlige del av Trøndelag og har en dekning for kablet bredbånd på 30 % av husstandene. Telenor har høy kablet dekning med over 80 % av husstandene i enkelte mindre kommuner langs kysten, rundt 50 % kablet dekning i enkelte større kommuner som Steinkjer og Namsos, og nesten ingen kablet dekning i mange kommuner. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Nordlige del av Trøndelag er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 30 % av virksomhetene.

869. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

870. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både

⁸⁷ Inkludert dekningen som er registrert på datterselskapet, Verdal Kabel-TV.

⁸⁸ Inkludert dekningen som er registrert på datterselskapet, Verdal Kabel-TV.

for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

871. Rissa Kraftlag er tredje største tilbyder i Nordlige del av Trøndelag. Rissa Kraftlag er en liten, lokal tilbyder og har sin hovedaktivitet i Indre Fosen kommune, der de er største tilbyder, og i enkelte av nabokommunene.

872. NTE Telekom har et omfattende fibernett i Nordlige del av Trøndelag med svært god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Nordlige del av Trøndelag som det NTE Telekom har bygd ut. Til tross for at Telenor er en sterk utfordrer i enkelte områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging, mener Nkom at NTE Telekom har kontroll over infrastruktur som i omfang og utstrekning er vanskelig dupliserbar i dette markedet. Dette gir selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag.

873. NTE Telekom tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. NTE Telekoms posisjon i aksessmarkedet i Nordlige del av Trøndelag understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi NTE Telekom en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for NTE Telekoms konkurrenter i Nordlige del av Trøndelag. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor er en etablert konkurrent til NTE Telekom i Nordlige del av Trøndelag, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke NTE Telekoms markedsstilling i dette markedet.

874. NTE er et horisontalt integrert selskap, med en sterk regional markedsposisjon i strømmarkedet og tilgrensende produktområder som elektroinstallasjon, solceller og elbillading. En slik sterk regional markedsposisjon på tvers av sektorer kan bidra til å øke NTE Telekoms konkurransekraft ytterligere i bredbåndsmarkedet i Nordlige del av Trøndelag.

875. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotese om at en tilbyder har sterk markedsstilling. Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Nordlige del av Trøndelag er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. NTE Telekom har imidlertid vist til fallende priser for sine kunder. Slik Nkom forstår det, er nedgangen i inflasjonsjusterte ARPU beregnet utfra NTE Telekoms samlede bredbåndsportefølje, inkludert det mer konkurranseutsatte Trondheimsområdet. Denne informasjonen er derfor ikke egnet til å si noe om den konkrete prisutviklingen i Nordlige del av Trøndelag. Nkom mener uansett at den aktuelle

prisedgangen ikke er en klar indikasjon på at NTE Telekom ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som styrker en hypotese om at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag.

876. NTE Telekom viser i sine høringskommentarer til at selskapet opplever økt kundemobilitet, men har ikke oppgitt konkrete tall for kundeavgang. Samtidig viser Nkoms tall at NTE Telekom har opprettholdt sin markedsandel. Nkom kan derfor ikke se at økningen i kundeavgang skulle tilsi at NTE Telekoms markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag er vesentlig svekket.

877. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Nordlige del av Trøndelag vil kunne bidra til å svekke NTE Telekoms markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

878. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 90 % av husstandene i Nordlige del av Trøndelag fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 24 % i Nordlige del av Trøndelag. Dette er i lavere del av mellomsjiktet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

879. Dekningsgraden for kablet bredbåndsaksess (fiber og HFC) er lav i Nordlige del av Trøndelag sammenlignet med de fleste andre geografiske markedene Nkom har definert. Det kan ikke utelukkes en viss grad av overbygging av kablede nett i årene fremover, og potensialet for videre utbygging av fiber kan bidra til økt konkurranse. Samtidig har områdene som per i dag ikke har fiberdekning, i stor grad spredt bosetning og vil være kostbare å bygge ut. Det er Nkoms vurdering at NTE Telekom er godt posisjonert til å stå for en betydelig andel av den videre utbyggingen av fiber. Potensialet for ytterligere parallell kablet dekning er antagelig også begrenset ved at de mest folkerike kommunene allerede har forholdsvis høy parallell kablet dekning. NTE Telekoms markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag vil dermed ikke nødvendigvis svekkes i særlig grad i årene fremover. Videre fiberutbygging i Nordlige del av Trøndelag kan like gjerne styrke selskapets markedsstilling.

880. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til NTE Telekom i Nordlige del av Trøndelag, noe som i utgangspunktet kan svekke NTE Telekoms markedsstilling i årene fremover. FTB, særlig fra Telenor, har fått et visst fotfeste i Nordlige del av Trøndelag, med 12 % andel av bredbåndskundene. Dette indikerer at FTB potensielt kan utgjøre en stadig viktigere konkurransefaktor i dette markedet. Samtidig må det forventes at også NTE Telekom, gjennom partnerskap i Altibox og Tårnselskapet AS, i løpet av de neste årene vil kunne benytte FTB til å konkurrere i områder i Nordlige del av Trøndelag der NTE Telekom ikke finner det kommersielt attraktivt å bygge ut fiber.

881. Slik Nkom vurderer det, tilsier dette at potensiell konkurranse i dette markedet ikke vil bidra til å svekke NTE Telekoms markedsstilling i vesentlig grad. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

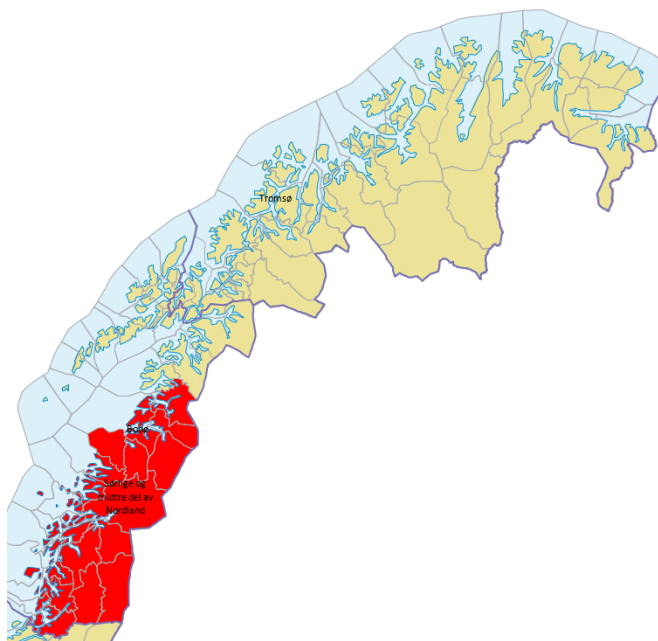
882. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøpermakt overfor NTE Telekom og ved å utnytte slik kjøpermakt kan oppnå tilgang til NTE Telekoms nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke NTE Telekoms markedsstilling i særlig grad.

883. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at NTE Telekom har sterk markedsstilling i Nordlige del av Trøndelag.

5.2.20 Sørilige og midtre del av Nordland

884. Det geografiske markedet **Sørilige og midtre del av Nordland** består av kommunene Alstahaug, Beiarn, Bindal, Bodø, Brønnøy, Dønna, Fauske, Gildeskål, Grane, Hattfjelldal, Hemnes, Herøy, Leirfjord, Lurøy, Meløy, Nesna, Rana, Rødøy, Saltdal, Sømna, Sørfold, Træna, Vefsn, Vega og Vevelstad.

885. Dette området omfatter ca. 75 000 husstander, og det bor ca. 156 000 personer i Sørilige og midtre del av Nordland.

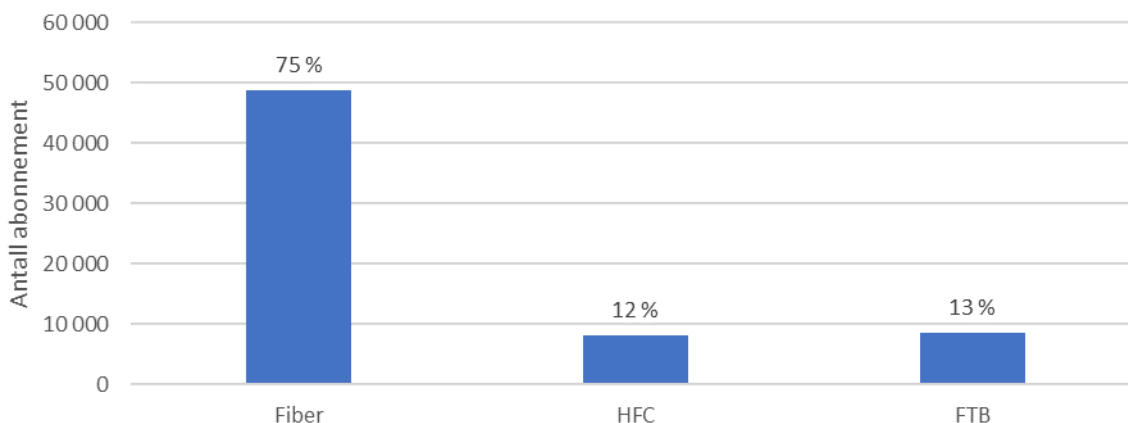


Figur 55: Kartillustrasjon av Sørilige og midtre del av Nordland

Analyse av sluttbrukermarkedet

886. Det er 21 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Sørilige og midtre del av Nordland.

887. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 66 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 56.



Figur 56: Antall abonnement fordelt på teknologier

888. Tabell 57 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Sørilige og midtre del av Nordland i 2021, 2022 og 2023. Signal Bredbånd er markedsleder i Sørilige og midtre del av Nordland med en markedsandel på 52 % i sluttbrukermarkedet. Alle Signal Bredbånds kunder i dette markedet er fiberkunder, og 69 % av fiberkundene i dette markedet er Signal Bredbånd-kunder.

889. Telenor er den nest største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 38 %. Telenor har både fiber-, HFC- og FTB-kunder i Sørlege og midtre del av Nordland. 45 % av Telenors kunder i dette markedet har fiberabonnement, 28 % har HFC-abonnement og 27 % har FTB-abonnement.

890. GlobalConnect er den tredje største tilbyderen i dette markedet med en markedsandel på 4 %. Alle GlobalConnects kunder i dette markedet er fiberkunder.

Tilbyder	2021	2022	2023
Signal bredbånd	49 %	53 %	52 %
Telenor Norge	38 %	39 %	38 %
Globalconnect	4 %	4 %	4 %
Øvrige	10 %	4 %	6 %

Tabell 57: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørlege og midtre del av Nordland i 2021, 2022 og 2023⁸⁹

891. Tabell 58 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Sørlege og midtre del av Nordland er det ca. 18 000 abonnement som inngår i kollektive avtaler, noe som utgjør ca. 28 % av alle abonnement. Markedsandelen til Signal Bredbånd reduseres med 4 prosentpoeng dersom abonnement i kollektive avtaler tas ut av beregningen av markedsandeler, men Signal Bredbånd er fortsatt den største tilbyderen i Sørlege og midtre del av Nordland med en markedsandel på 48 %.

Tilbyder	2022	2023
Signal bredbånd	50 %	48 %
Telenor Norge	39 %	39 %
Globalconnect	5 %	5 %
Øvrige	6 %	9 %

Tabell 58: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Sørlege og midtre del av Nordland i 2022 og 2023 – Uten kollektive avtaler

892. En HHI på 3825 uten kollektive avtaler (4138 med kollektive avtaler) tilsier at det er høy markedskonsentrasjon i Sørlege og midtre del av Nordland. De tre største tilbyderne står for 91 % av bredbåndsabonnementene. En HHI på over 2000 innebærer at Nkom går videre med en analyse av enkeltdominans på grossistnivå for Sørlege og midtre del av Nordland.

Analyse av grossistmarkedet

893. Tabell 59 viser markedsandeler på grossistnivå.

⁸⁹ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelene er noe misvisende for disse ærene, spesielt for kategorien «Øvrige».

Tilbyder	2022	2023
Signal bredbånd	50 %	48 %
Telenor Norge	40 %	40 %
Globalconnect	5 %	5 %
Øvrige	5 %	8 %

Tabell 59: Markedsandeler på grossistnivå

894. Signal Bredbånds markedsandel på 48 % ligger under terskelen på 50 % som gir en presumpsjon for sterk markedsstilling. Signal Bredbånds sluttbrukerabonnement er i enkelte området basert på leid infrastruktur med relativt kortsiktige leieforhold. Nkom legger til grunn at Signal Bredbånds markedsandel i dette grossistmarkedet er noe lavere enn 48 %.

895. Signal Bredbånd er et regionalt bredbåndsselskap som bygger og drifter fibernett og leverer bredbåndstjenester i Nordland, Troms og Finnmark. Selskapet ble etablert i 2002 som Salten Bredbånd og var opprinnelig et samarbeid mellom lokale kraftselskaper i Indre Salten. I dag er Signal Bredbånd heleid av Lyse, og selskapet er en del av Altibox-partnerskapet.

896. Signal bredbånd har rundt 100 ansatte, fordelt på kontorer i Bodø, Alta, Kirkenes, Finnsnes, Mo i Rana, Mosjøen, Tromsø, Narvik og Senja.

897. I 2022 kjøpte Lyse mobiloperatøren Ice, som bygger Norges tredje mobilnett. Signal Bredbånd er ett av 23 regionale og lokale bredbåndsselskaper i Altibox-partnerskapet som er partner i et felles tårnselskap. Tårnselskapet AS skal sørge for rask utbygging av Ice' 5G-nett, og Altibox har kommunisert planer om å tilby 5G FTB-abonnement. I følge Altibox har enkelte Altibox-partnere begynt å selge FTB i utvalgte områder, men produktet tilbys foreløpig kun i begrenset omfang.

898. Signal Bredbånd har en dekning for kablet bredbånd på 60 % av husstandene i Sørilige og midtre del av Nordland. Deknings- og abonnementsstall for bedriftsmarkedet viser at Signal Bredbånd også har den største kablede dekningen og flest bredbåndsabonnement i bedriftsmarkedet i Sørilige og midtre del av Nordland. Selskapets kablede infrastruktur dekker 58 % av virksomhetene i dette markedet.

899. Telenor er nest største tilbyder i Sørilige og midtre del av Nordland og har en dekning for kablet bredbånd på 53 % av husstandene. Telenor har den største kablede dekningen i folkerike kommuner som Bodø og Rana, men også i enkelte mindre kommuner som Beiarn og Dønna. I noen kommuner har Telenors nesten ingen kablet dekning. Telenor har god FTB-dekning i hele området. I bedriftsmarkedet i Sørilige og midtre del av Nordland er Telenor den nest største tilbyderen og har kablet dekning for 51 % av virksomhetene.

900. Telenor er den klart største tilbyderen i et samlet norsk ekommarked, og har vært det over tid. Telenor er en nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har det bredeste tjenestesortimentet av tilbyderne i Norge. Telenor har omfattende fiber- og HFC--baserte aksessnett i mange geografiske områder. Telenor har også passiv infrastruktur (rør, stolper og master) i noen områder, og denne infrastrukturen vil i mange tilfeller kunne benyttes til videre utbygging av bredbåndsnett. I tillegg har

Telenor et landsdekkende mobilnett med tilbud om FTB i store områder, landsdekkende transportnett og landsdekkende kringkastingsnett.

901. Noen av Telenors konkurrenter er avhengige av Telenor for å levere bredbåndstjenester i sluttbrukermarkedet. Dette gjør Telenor til en viktig grossistleverandør og er egnet til å gi Telenor en fordel i forhandlinger med sine tilgangskjøpere. Telenor har et etablert apparat for grossistsalg, både for fiber- og FTB-basert bredbånd, for mobiltjenester og for mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester.

902. GlobalConnect er tredje største tilbyder i Sørlige og midtre del av Nordland og har en dekning for kablet bredbånd på 10 % av husstandene. GlobalConnect er en stor nasjonal tilbyder av ekomnett og ekomtjenester og har omfattende fiberbaserte aksessnett i mange geografiske områder. I tillegg har GlobalConnect et landsdekkende transportnett og leverer bl.a. mørk fiber, bølgelengder og andre transporttjenester til virksomheter og andre ekomtilbydere. I bedriftsmarkedet har GlobalConnect den tredje høyeste kablede dekningen Sørlige og midtre del av Nordland med 15 % av virksomhetene, og er den tredje største tilbyderen.

903. Signal Bredbånd har et omfattende fibernett i Sørlige og midtre del av Nordland med god dekning i både tettbygde og spredtbygde områder. Det vil kreve betydelige investeringer for andre tilbydere å etablere et like omfattende fiberaksessnett i Sørlige og midtre del av Nordland som det Signal Bredbånd har bygd ut. Sørlige og midtre del av Nordland har varierende grad av befolknings- tetthet, med noen tett befolkede områder i byene, og spredtbygde områder på øyer langs kysten og på fastlandet. Signal Bredbånd har den høyeste kablede dekningen, men Telenors kablede dekning er totalt sett bare 7 prosentpoeng lavere enn Signal Bredbånd's dekning. I tillegg har Telenor god FTB-dekning. Telenor er en sterk konkurrent i mange områder og har gode forutsetninger for videre nettutbygging. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som bare i begrenset grad styrker Signal Bredbånd's stilling i dette markedet.

904. Signal Bredbånd tilbyr både fiberaksess og Altibox-tjenester til sine bredbåndskunder. Signal Bredbånd's sterke posisjon i aksessmarkedet i Sørlige og midtre del av Nordland understøttes av Altibox' posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet. Dette kan i utgangspunktet gi Signal Bredbånd en konkurransefordel i aksessmarkedet og kan begrense vekstmulighetene for Signal Bredbånd's konkurrenter i Sørlige og midtre del av Nordland. Samtidig har Telenor en tilsvarende bredde i sitt innholds- og tjenestetilbud. Ettersom Telenor er en etablert konkurrent til Signal Bredbånd i Sørlige og midtre del av Nordland, kan dette ikke sies å være et moment som bidrar til å styrke Signal Bredbånd's markedsstilling i dette markedet.

905. Prisutvikling over tid kan si noe om graden av konkurranse, eventuelt graden av potensiell konkurranse, i et marked. Nkom har i kapittel 5.1.2 gitt en generell beskrivelse av prisutviklingen for bredbåndsaksess de senere årene. Denne beskrivelsen tilsier at prisutvikling i utgangspunktet er en indikator som verken styrker eller svekker en hypotest om at en tilbyder har sterk markedsstilling.

Nkom har ikke informasjon som tilsier at den generelle prisutviklingen i Sørlige og midtre del av Nordland er vesentlig annerledes enn det som fremgår av Nkoms generelle beskrivelse i kapittel 5.1.2. Lyse har imidlertid vist til at inflasjonsjustert ARPU er fallende for Signal Bredebånd, og at selskapet har en reell prisnedgang på sine tjenester. Nkom mener den aktuelle prisnedgangen i seg selv ikke alene tilsier at Signal Bredebånd ikke har sterk markedsstilling, men prisutvikling anses heller ikke å være en indikator som styrker en hypotese om at Signal Bredebånd har sterk markedsstilling i Sørlige og midtre del av Nordland.

906. Lyse viser i sine høringskommentarer til at Signal Bredebånd har opplevd økt kundemobilitet de siste årene, og har oppgitt prosenttall for kundeavgang. Kundeavgangen vises også ved at Signal Bredebånd taper markedsandeler i Sørlige og midtre del av Nordland. Økningen i kundeavgang, i kombinasjon med redusert markedsandel, tilsier at Signal Bredebånds markedsstilling i Sørlige og midtre del av Nordland er noe svekket de siste årene. Samtidig vil Nkom bemerke at kundeavgangen fortsatt er forholdsvis beskjeden, til tross for økningen.

907. Potensiell konkurranse kan skape markedsdynamikk og ha en disiplinerende effekt på muligheten for etablerte aktører til å utøve markedsrett. Nkom har vurdert om potensiell konkurranse i Sørlige og midtre del av Nordland vil kunne bidra til å svekke Signal Bredebånds markedsstilling i kommende reguleringsperiode.

908. Basert på tall for «homes passed»-dekning (HP-dekning) hadde ca. 86 % av husstandene i Sørlige og midtre del av Nordland fiber- eller HFC-dekning ved utgangen av 1. halvår 2023. Dekningen øker til nær 100 % dersom FTB-dekningen inkluderes. Graden av parallell kablet dekning (dvs. andel av husstandene med HP-dekning fra to eller flere tilbydere av fiber- eller HFC-nett) er på 41 % i Sørlige og midtre del av Nordland. Dette er i øvre del av mellomsjiktet blant de geografiske markedene Nkom har definert.

909. Dekningsgraden for kablet bredebåndsaksess (fiber og HFC) er lav i Sørlige og midtre del av Nordland sammenlignet med de andre geografiske markedene Nkom har definert. Det kan ikke utelukkes en viss grad av overbygging av kablede nett i årene fremover, og potensialet for videre utbygging av fiber kan bidra til økt konkurranse. Samtidig har områdene som per i dag ikke har fiberdekning, i stor grad spredt bosetning og vil være kostbare å bygge ut. Det er Nkoms vurdering at Signal Bredebånd er godt posisjonert til å stå for en betydelig andel av den videre utbyggingen av fiber. Det samme er imidlertid også Telenor, som er en sterk utfordrer og har gode forutsetninger for videre nettutbygging. Det er derfor ikke åpenbart av den videre fiberutbyggingen i Sørlige og midtre del av Nordland vil styrke Signal Bredebånds markedsstilling.

910. Potensiell konkurranse fra FTB kan begrense muligheten til å utøve markedsrett. Høy og økende FTB-dekning kan trekke i retning av at FTB-tilbud fra Telenor, Telia og deres grossistkunder vil representere potensiell konkurranse til Signal Bredebånd i Sørlige og midtre del av Nordland, noe som kan svekke Signal Bredebånds markedsstilling i årene fremover. FTB, særlig fra Telenor, har fått et visst

fofeste i Sørlige og midtre del av Nordland, med 13 % andel av bredbåndskundene. Dette indikerer at FTB potensielt kan utgjøre en stadig viktigere konkurransefaktor i dette markedet. Dersom den konkurransemessige betydningen av FTB skulle øke ytterligere i dette markedet i årene fremover, vil Signal Bredbånd imidlertid være godt posisjonert til å konkurrere om nye FTB-kunder gjennom partnerskapet i Altibox og Tårnselskapet AS. Nkom vil samtidig understreke at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i dette markedet. Denne usikkerheten fremgår også av Nkoms substituerbarhetsvurderinger i kapittel 3.3.7.4.

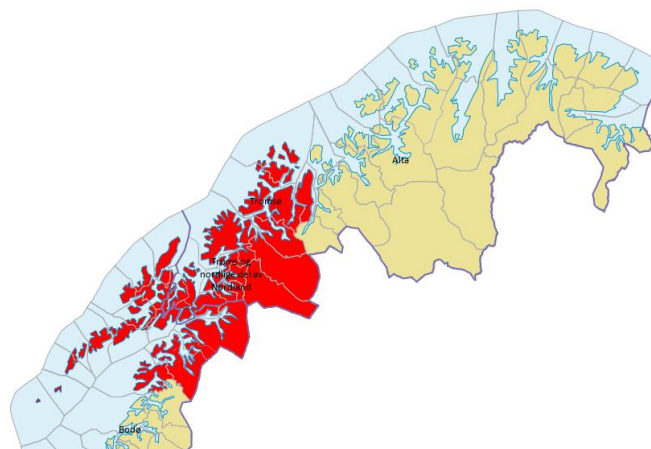
911. Samlet mener Nkom at det er en viss grad av potensiell konkurranse i dette markedet, både fra Telenor som en sterk utfordrer med gode forutsetninger for videre nettutbygging, fra andre nasjonale og lokale tilbydere av kablet bredbånd, og til dels fra FTB.

912. Forhandlingsstyrke på etterspørselssiden kan disiplinere en tilbyders markedsadferd. Spørsmålet i denne sammenheng blir om andre tilbydere av bredbåndstjenester kan ha kjøpermakt overfor Signal Bredbånd og ved å utnytte slik kjøpermakt kan oppnå tilgang til Signal Bredbånds nett og eventuelt gode betingelser for slik tilgang. Det er Nkoms vurdering at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette grossistmarkedet som bidrar til å svekke Signal Bredbånds markedsstilling i særlig grad.

913. På bakgrunn av dette har Nkom konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Sørlige og midtre del av Nordland. Nkom har lagt spesiell vekt på at markedsandelen til største tilbyder, Signal Bredbånd, har gått ned det siste året og at den er under terskelen på 50 % som gir presumpsjon for sterk markedsstilling. Samtidig har Telenors markedsandel vært nokså stabil. Telenor er en sterk utfordrer med gode forutsetninger for videre nettutbygging, og en viss grad av potensiell konkurranse bidrar til å svekke Signal Bredbånds markedsstilling i Sørlige og midtre del av Nordland.

5.2.21 Troms og nordlige del av Nordland

914. Det geografiske markedet **Troms og nordlige del av Nordland** består av kommunene Andøy, Bardu, Bø, Balsfjord, Dyrøy, Evenes, Flakstad, Gratangen, Hadsel, Hamarøy, Harstad, Ibestad, Karlsøy, Kvæfjord, Lavangen, Lyngen, Lødingen, Moskenes, Målselv, Narvik, Røst, Salangen, Senja, Skjervøy, Sortland, Steigen, Sørreisa, Tjeldsund, Tromsø, Vestvågøy, Værøy, Vågan og Øksnes.



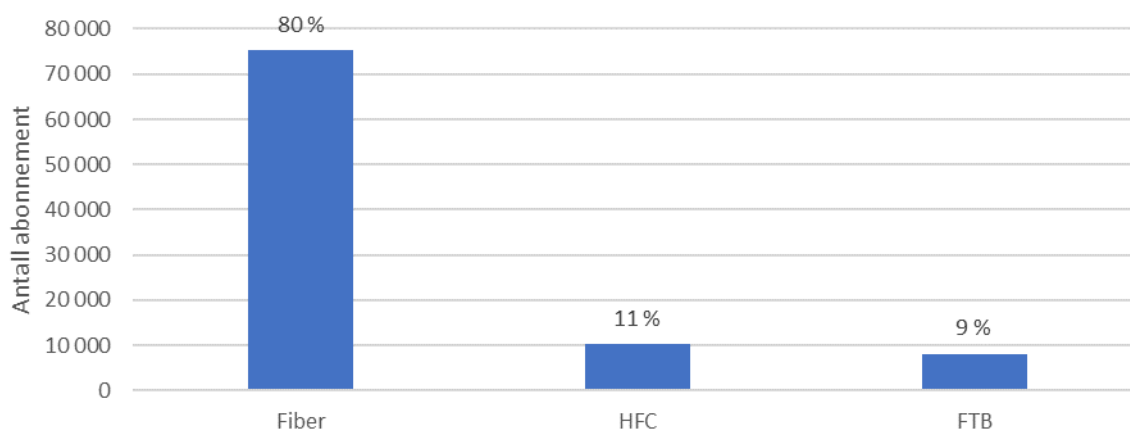
Figur 57: Kartillustrasjon av Troms og nordlige del av Nordland

915. Dette området omfatter ca. 116 000 husstander, og det bor ca. 243 000 personer i Troms og nordlige del av Nordland.

Analyse av sluttbrukermarkedet

916. Det er 23 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Troms og nordlige del av Nordland.

917. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 94 000 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 58.



Figur 58: Antall abonnement fordelt på teknologier

918. Andelen fiberabonnement i dette området er 80 %, mens andelen HFC-abonnement er 11 %, og andelen FTB-abonnement er 9 %.

919. Tabell 60 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Troms og nordlige del av Nordland i 2021, 2022 og 2023. Telenor har den høyeste markedsandelen i privatmarkedet målt i antall aksesser med 38 %, etterfulgt av GlobalConnect med 16 %. Trollfjord Bredbånd har 9 % markedsandel, og de øvrige har til sammen en markedsandel på 36 %. Alle GlobalConnects og Trollfjord Bredbånd

kunder har fiberabonnement. For Telenor fordeler kundene seg på fiberabonnement (57 %), HFC-abonnement (27 %) og FTB-abonnement (16 %).

Tilbyder	2021	2022	2023
Telenor Norge	40 %	38 %	38 %
Globalconnect	16 %	16 %	16 %
Trollfjord bredbånd	9 %	8 %	9 %
Øvrige	34 %	37 %	36 %

Tabell 60: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Troms og nordlige del av Nordland i 2021 og 2022

920. Tabell 61 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. I Troms og nordlige del av Nordland er det ca. 14 000 kollektive avtaler (ca. 15 % av alle abonnement). Det er primært Telenor og GlobalConnect som har kollektive avtaler i dette området. Dette innvirker noe på markedsandelene, men endrer ikke rekkefølgen av tilbydere. Telenors markedsandel reduseres med 7 prosentpoeng til 31 %, og GlobalConnects markedsandel reduseres med 3 prosentpoeng til 13 %. Øvrige tilbydere øker sine markedsandeler.

Tilbyder	2022	2023
Telenor Norge	33 %	31 %
Globalconnect	13 %	13 %
Trollfjord bredbånd	9 %	11 %
Øvrige	44 %	46 %

Tabell 61: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Troms og nordlige del av Nordland i 2022 – Uten kollektive avtaler

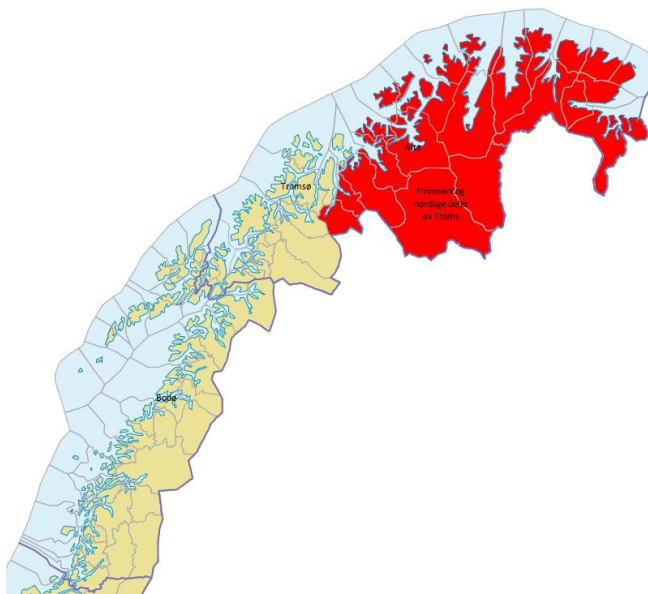
921. Uten kollektive avtaler har Troms og nordlige del av Nordland en HHI på 1229 (1817 med kollektive avtaler), og de tre største tilbydere står for 54 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon, mener Nkom at konkurransen i sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende. Nkom går derfor ikke videre med en analyse av grossistmarkedet.

922. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbydere med sterk markedsstilling i Troms og nordlige del av Nordland.

5.2.22 Finnmark og nordlige del av Troms

923. Det geografiske markedet **Finnmark og nordlige del av Troms** består av kommunene Alta, Berlevåg, Båtsfjord, Gamvik, Hammerfest, Hasvik, Karasjok, Kautokeino, Kvænangen, Kåfjord, Lebesby, Loppa, Måsøy, Nesseby, Nordkapp, Nordreisa, Porsanger, Storfjord, Sør-Varanger, Tana, Vadsø og Vardø.

924. Dette området omfatter ca. 39 000 husstander, og det bor ca. 84 000 personer i Finnmark og nordlige del av Troms.

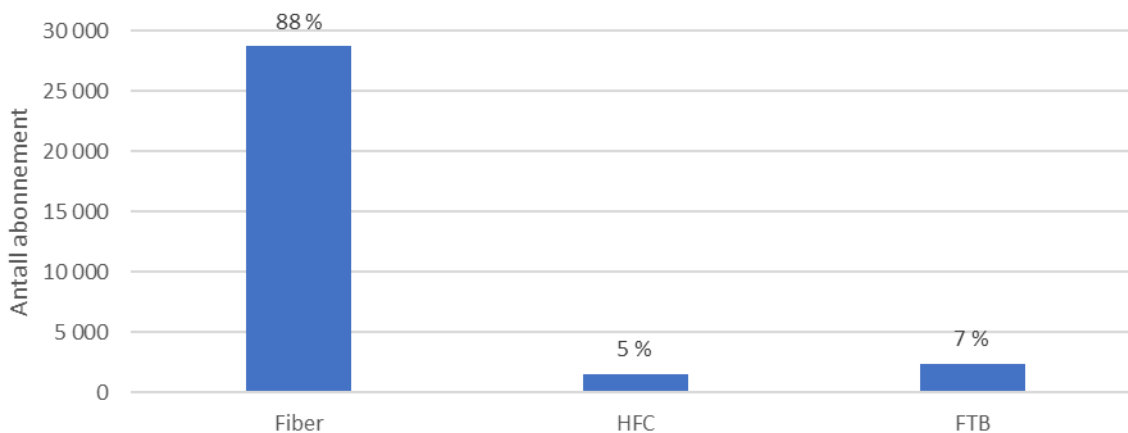


Figur 59: Kartillustrasjon av Finnmark og nordlige del av Troms

Analyse av sluttbrukermarkedet

925. Det er 20 tilbydere av bredbåndsaksess i privatmarkedet i Finnmark og nordlige del av Troms.

926. Ved utgangen av 1. halvår 2023 var det ca. 32 500 fiber-, HFC- og FTB-abonnement i dette sluttbrukermarkedet. Fordeling per teknologi er vist i Figur 60.



Figur 60: Antall abonnement fordelt på teknologier

927. Tabell 62 viser fordelingen av markedsandeler i sluttbrukermarkedet i Finnmark og nordlige del av Troms i 2021, 2022 og 2023. AKSA Hjem, Varanger Kraftfiber og Signal Bredbånd er de tre største tilbyderne i Finnmark og nordlige del av Troms, med markedsandeler på henholdsvis 20 %, 19 % og 14 %, hvor alle kundene har fiberaksesser. De øvrige 10 selskapene har til sammen en markedsandel på 47 %.

Tilbyder	2021	2022	2023
AKSA hjem	27 %	20 %	20 %
Varanger kraftfiber	26 %	19 %	19 %
Signal bredbånd	17 %	14 %	14 %
Øvrige	30 %	47 %	47 %

Tabell 62: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Finnmark og nordlige del av Troms i 2021, 2022 og 2023⁹⁰

928. Tabell 63 viser markedsandeler når abonnement som inngår i kollektive avtaler, utelates. Det er totalt ca. 1 300 kollektive avtaler i markedet (4 %). Av de tre største aktørene i markedet er det bare Signal som har kollektive avtaler. Dette gjør at markedsandelene for Signal går ned med ett prosentpoeng, mens AKSA og Varanger Kraftfiber øker markedsandelen med ett prosentpoeng.

Tilbyder	2022	2023
AKSA Hjem	21 %	21 %
Varanger kraftfiber	19 %	20 %
Signal bredbånd	13 %	13 %
Øvrige	47 %	46 %

Tabell 63: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Finnmark og nordlige del av Troms i 2022 – Uten kollektive avtaler

929. Finnmark og nordlige del av Troms har en HHI på 989, og de tre største tilbyderne står for 54 % av bredbåndsabonnementene i dette markedet. Basert på at det er en lav grad av markedskonsentrasjon, mener Nkom at konkurransen i sluttbrukermarkedet er tilstrekkelig fungerende og at det ikke er behov for ytterligere analyse av grossistmarkedet.

930. Nkom har på denne bakgrunn konkludert med at det ikke er grunnlag for å utpeke tilbyder med sterk markedsstilling i Finnmark og nordlige del av Troms.

⁹⁰ Manglende data eller ikke tilstrekkelig datakvalitet fra enkelte mindre tilbydere i 2021 og 2022 innebærer at markedsandelene er noe misvisende for disse årene, spesielt for kategorien «Øvrige».