

fisk stærkt begrænsede områder. Som eksempler herpå kan nævnes udbydere, der udbyder telenet inden for en enkelt eller nogle få boligblokke, mindre fællesantenneanlæg eller lignende. Bestemmelsen finder som nævnt ovenfor endvidere anvendelse på ejere af telenet eller teletjenester, uanset at disse net ikke af de pågældende anvendes til kommercielt at udbyde tjenester.

For det andet udvides bestemmelsen til ikke kun at finde anvendelse på aftaler om udveksling af trafik mellem udbydere af telenet eller teletjenester samt på tjenesteudbyderadgang, men på alle de former for samtrafikprodukter, der er omfattet af §§ 39 og 40.

Bestemmelsen vil således eksempelvis også kunne anvendes i forbindelse med, at en udbyder ønsker at få adgang til at leje den eneste ubestykkede infrastrukturstrækning, som forbinder den pågældende slutbruger med det øvrige telenet. Bestemmelsen vil i den forbindelse også kunne anvendes til at sikre forsyningspligtudbyderen adgang til slutbrugere, der anmoder om et forsyningspligt-abonnement.

Bestemmelsens sigte (at give adgang til den eneste eksisterende, relevante adgangsvej) gør, at denne definatorisk alene omfatter infrastrukturstrækninger i de kabelbaserede telenet. Da der allerede i dag er etableret en række mobilnet, vil adgang til en mobilkunde således til enhver tid kunne etableres via flere net, såfremt kunden er interesseret heri (kunden vil i givet fald kunne skifte udbyder og eventuelt SIM-kort).

Bortset herfra er bestemmelsen teknologineutral i den forstand, at vurderingen af, om der er tale om, at en udbyder kontrollerer den eneste eksisterende adgangsvej, omfatter alle teknologier, der kan anvendes som grundlag for levering af den omhandlede form for slutbrugerprodukt.

Til § 45

Til stk. 1 og 2

Udgangspunktet for, hvad der forstås ved en stærk markedsposition, er defineret i stk. 1. Med bestemmelsen i stk. 2 gives forskningsministeren hjemmel til at fastsætte nærmere regler om afgrænsningen af det eller de relevante delmarkeder, der udgør grundlaget for fastlæggelsen af en udbyders markedsandel, og dermed af, om denne udbyder anses for at have en stærk markedsposition efter reglen i stk. 1.

Med bestemmelsen videreføres den gældende bestemmelse i samtrafikloven, der samtidig udgør gennemførelsen af samtrafikdirektivets bestemmelser om, hvornår udbydere af telenet eller teletjenester anses for at have en stærk markedsposition.

I det 99-Review af EU-reguleringen på teleområdet, som Kommissionen for nylig har fremlagt, foreslår Kommissionen, at man overvejer at ændre samtrafikdirektivet, sådan at teleselskaberne alene undergives prisregulering, hvis de har »en dominerende stilling« på et givet marked, sådan som dette begreb fortolkes i konkurrencelovgivningen. Der er ikke i konkurrencelovgivningen specifikke tal for, hvor stor en markedsandel en udbyder skal have for at have en dominerende stilling, men en almindelig »tommelfinger-regel« er, at et selskab skal have ca. 50 % af et givet marked. Det er ikke klart, hvordan man i givet fald vil foretage selve afgrænsningen af det relevante marked.

Der har indtil nu kun været helt indledende meningsudvekslinger om 99-Review'et. Heraf fremgår, at der blandt medlemslandene er stærkt delte meninger om Kommissionens forslag. Tidshorizonten for en evt. gennemførelse af et nyt samtrafikdirektiv er formentlig 2002-2003.

Der er for indeværende en sådan uklarhed m.h.t. hvad der kan blive resultatet af den kommende revision af EU-reglerne, at det ikke er muligt i denne lov at tage højde herfor.

Udgangspunktet for reguleringen er således fortsat, at en udbyder har en stærk markedsposition, hvis markedsandelen i de geografiske områder, som vedkommende opererer i, udgør mere end 25 procent af en bestemt kommunikationsaktivitet - som er omfattet af samtrafikreglerne - på et nærmere bestemt delmarked.

Markedsandelens størrelse er imidlertid ikke det eneste kriterium for, om der er tale om en stærk markedsposition, jf. også bemærkningerne til stk. 4, som fastslår, at der i vurderingen heraf også skal indgå en række andre faktorer.

Den anvendte definition af, hvad der forstås ved en stærk markedsposition, betyder, at det er af afgørende betydning, hvilket markedsbegreb der lægges til grund for anvendelsen af de pågældende regler.

Det generelle konkurrenceretlige udgangspunkt, som anvendes i forbindelse med fastlæggelsen af, om en part kan anses for at have en dominerende markedsposition på et givet marked (jf. konkurrencelovens anvendelse af dette begreb), tager udgangspunkt i en efterspørgselsbetingsbetings vurdering af, om der er tale om produkter, der indbyrdes kan substituere hinanden i samme geografiske marked. Den endelige afgrænsning af, hvilke produkter der indbyrdes kan substituere hinanden, og som derfor må vurderes som et samlet marked, er dynamisk og vil løbende skulle justeres. Der må således i forbindelse med anvendelse af konkurrenceloven ske en sag-til-sag vurdering af, hvilken markedsafgrænsning der er relevant. Heri vil også ind-