

gå, hvad de involverede parter opfatter som det relevante marked. Den erhvervsdrivendes egen vurdering kan blandt andet komme til udtryk gennem markedsføringen – hvilke kundegrupper denne henvender sig til, hvilke anvendelsesmuligheder produktet har, og hvilke andre produkter dette kan sammenlignes med.

I den danske samtrafikregulering anvendes i modsætning til i konkurrencereguleringen en afgrænset række på forhånd fastlagte delmarkeder, som er defineret og afgrænset i en bekendtgørelse udstedt af forskningsministeren (samtrafikbekendtgørelsen). Der er i lighed med markedsbegrebet inden for konkurrencelovgivningen tale om en række produktspecifikke delmarkeder, her fastlagt med udgangspunkt i de enkelte samtrafikprodukter og disses karakteristika. De anvendte markedsbegreber har herudover i et vist omfang en geografisk dimension.

Der er grundlæggende tale om to markant forskellige markedsdefinitioner afhængigt af, om der er tale om på den ene side henholdsvis samtrafikprodukterne udveksling af trafik (§ 40, stk. 1), tjenesteudbyderadgang (§ 40, stk. 3) og samhusning m.v. i tilknytning til disse to hovedkategorier af samtrafik (§ 40, stk. 4), eller på den anden side om samtrafikprodukterne leje af forskellige former for infrastrukturkapacitet (§ 40, stk. 2) og samhusning (§ 40, stk. 4) i tilknytning her til.

Med hensyn til de førstnævnte former for samtrafik fastslår den gældende samtrafiklovgivning med tilhørende bekendtgørelser, at det marked, der skal tages udgangspunkt i, når det vurderes, om en udbyder har en stærk markedspostion i relation til disse samtrafikprodukter, er »det samlede marked for fastnet- og mobilkommunikationstjenester«, henholdsvis markedet for »fastnettjenester« og »mobiltjenester« betragtet hver for sig. Der er tale om en række markedsdefinitioner, som retter sig imod den slutbrugerrelaterede del af selskabernes aktiviteter. Disse markeders størrelse har således været beregnet på grundlag af den omsætning, som udbyderne på markedet har haft i forbindelse med deres samlede, slutbrugerrelaterede tjenesteudbud.

Markedsdefinitionerne i den gældende lov og bekendtgørelser er fastlagt efter konsultation med Kommissionen, som en »oversættelse« af det i samtrafikdirektivet anvendte begreb »det nationale marked for samtrafik«.

Indtil videre er alene Tele Danmark efter disse regler blevet anset for at have en stærk markedspostion på henholdsvis »det samlede marked for fastnet- og mobilkommunikationstjenester«, og »markedet for fastnettjenester«. Derudover er både Tele Danmark og

Sonofon blevet anset for at have en stærk markedspostion på »markedet for mobiltjenester«.

Den gældende bekendtgørelsesregulering af, hvilke delmarkeder der skal udgøre grundlaget for afgørelsen af, om en udbyder anses for at have en stærk markedspostion, vil blive videreført. Det indebærer, at det enkelte delmarkeds størrelse, i lighed med i dag, vil skulle opgøres på grundlag af omsætningen med hensyn til slutbrugerprodukter på det pågældende delmarked.

Når det gælder samtrafikprodukterne udveksling af trafik (§ 40, stk. 1), tjenesteudbyderadgang (§ 40, stk. 3) og samhusning m.v. i tilknytning til disse to hovedkategorier af samtrafik (§ 40, stk. 4), vil bedømmelsen, af om en udbyder har en stærk markedspostion i den kommende bekendtgørelsesregulering således tage udgangspunkt i følgende tre markedsdefinitioner:

- I. Det samlede marked for fastnet- og mobilkommunikationstjenester, målt som summen af følgende elementer:
 - Alle fastnetudbyderes samlede omsætning på slutbrugermarkedet.
 - Alle mobiludbyderes samlede omsætning på slutbrugermarkedet.
- II. Markedet for fastnettjenester, målt som summen af følgende elementer:
 - Alle fastnetudbyderes omsætning på slutbrugermarkedet.
- III. Markedet for mobilkommunikationstjenester, målt som summen af følgende elementer:
 - Alle mobiludbyderes omsætning på slutbrugermarkedet.

Se også nedenfor i bemærkningerne til § 54 om sammenhængen mellem de herved fastlagte delmarkeder og den forudsatte prisregulering af samtrafikforpligtede udbydere, hvoraf fremgår, at der ikke vil blive fastsat regler om prisregulering af det under punkt III nævnte delmarked.

Med hensyn til den geografiske udstrækning af de ovenfor nævnte markeder, vil der som udgangspunkt være tale om en samlet opgørelse af det nationale marked, jf. dog § 44, hvorefter en udbyder af telenet eller teletjenester eller ejere af telenet, der kontrollerer den eneste eksisterende adgang til en eller flere slutbrugere, kan blive pålagt samme forpligtelser som udbydere med en stærk markedspostion. I denne situation vil den geografiske udstrækning af markedet være mindre end det nationale marked.

De ovenfor beskrevne definitioner, som vil indgå i bekendtgørelsesreguleringen, afviger fra den anbefalede EU-definition. Kommissionens vejledning anbefaler således, at der fremfor det ovenfor nævnte mar-