

Vår referens: Dnr: 25-18006

Beslut avseende grossistmarknaderna för programutsändningstjänster för distribution via marknät av fri-tv respektive analog ljudradio till slutanvändare i hela Sverige

Part

Teracom AB, org.nr 556441-5098
Box 301 50
104 25 Stockholm

Saken

Marknadsanalys enligt 5 kap. 5 § lagen (2022:482) om elektronisk kommunikation (LEK) och upphävande av skyldigheter enligt 5 kap. 34 § LEK.

Post- och telestyrelsens avgörande

Post- och telestyrelsen (PTS) upphäver tidigare beslut från den 10 september 2019 avseende marknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare (dnr 18-1759) respektive marknaden för programutsändningstjänster för distribution av analog ljudradio via marknät till slutanvändare som når hela Sverige (dnr 18-1760).

Beslutet gäller omedelbart i enlighet med 15 kap. 5 § LEK. För tillhandahållande av tillträden som sker fram till den 1 januari 2026 ska dock skyldigheterna i besluten med dnr 18-1759 och 18-1760 fortsatt gälla.

Detta beslut ska delges genom kungörelsedelgivning enligt 47 och 49 §§ delgivningslagen (2010:1932).

Innehåll

Post- och telestyrelsens avgörande.....	1
1. Reglering för ökad konkurrens och harmonisering.....	5
1.1 Inledning.....	5
1.2 Begrepp som används i beslutet.....	8
1.3 PTS sektorsspecifika reglering i dess sammanhang.....	10
1.3.1 Rekommendationen om relevanta marknader.....	11
1.3.2 Befogenheter för kommissionen och Berec.....	12
1.3.3 PTS tidigare beslut och skälen för reglering.....	13
1.3.4 Kommissionens synpunkter.....	14
2. Förändringar av betydelse vid ny marknadsanalys.....	15
2.1 Medieutvecklingen i korthet.....	15
2.2 Användningen av marknätet minskar.....	16
2.2.1 Marknätets betydelse vid kris och krig.....	17
2.2.2 Ökade kostnader som en konsekvens av minskad efterfrågan.....	18
2.3 Det finns stor tillgång till bredbandsinfrastruktur.....	18
2.4 Teracom har inriktat verksamheten mot samhällsviktiga aktörer.....	19
2.5 Ny reglering av public service.....	20
2.6 Distributionsutredningen 2024.....	21
2.6.1 Översyn av Teracoms samhällsuppdrag samt av organisationen för marknäten och dess finansiering.....	22
3. Den svenska marknaden för tjänster för distribution av tv-program.....	24
3.1 Slutanvändarnas behov och användning av tjänster.....	24
3.1.1 Olika typer av plattformar för leverans av tjänster.....	25

3.2	Avgränsning av relevant slutkundsmarknad för tjänster som ger tillgång till tv-program.....	29
3.2.1	<i>Utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	31
3.2.2	<i>Sammanfattning när det gäller PTS bedömning av utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	32
3.2.3	<i>Utbytbart från utbudssidan.....</i>	32
3.2.4	<i>Geografisk marknadsavgränsning.....</i>	33
3.3	Avgränsning av relevant grossistmarknad.....	33
3.3.1	<i>Tidigare marknadsavgränsning.....</i>	33
3.3.2	<i>Grossistkundernas behov och användning av tjänster.....</i>	34
3.3.3	<i>Utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	34
3.3.4	<i>Utbytbart från utbudssidan.....</i>	35
3.3.5	<i>Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden.....</i>	36
4.	Den svenska marknaden för tjänster för distribution av radioprogram.....	37
4.1	Slutanvändarnas behov och användning av tjänster som ger tillgång till radioprogram.....	37
4.1.1	<i>Olika typer av plattformar för leverans av tjänster.....</i>	37
4.2	Avgränsning av relevant slutkundsmarknad för tjänster som ger tillgång till radioprogram.....	41
4.2.1	<i>Utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	41
4.2.2	<i>Sammanfattning när det gäller PTS bedömning av utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	43
4.2.3	<i>Utbytbart från utbudssidan.....</i>	43
4.2.4	<i>Geografisk marknadsavgränsning.....</i>	44
4.3	Avgränsning av relevant grossistmarknad.....	44
4.3.1	<i>Grossistkundernas behov och användning av tjänster.....</i>	44
4.3.2	<i>Utbytbart från efterfrågesidan.....</i>	45
4.3.3	<i>Utbytbart från utbudssidan.....</i>	46
4.3.4	<i>Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden.....</i>	46

5.	Analys av regleringsbehovet på rundradiomarknaderna.....	47
5.1	Hinder för marknadsinträde.....	47
5.2	Utveckling mot effektiv konkurrens.....	48
5.3	Tillämpning av den allmänna konkurrensrätten.....	49
5.4	PTS bedömer att trekriterietestet inte är uppfyllt.....	49
5.4.1	<i>Det föreligger hinder för marknadsinträde.....</i>	<i>49</i>
5.4.2	<i>Marknaderna utvecklas mot effektiv konkurrens.....</i>	<i>50</i>
5.4.3	<i>Tillämpning av den allmänna konkurrensrätten är tillräcklig.....</i>	<i>52</i>
6.	Upphävande av skyldigheter och övergångsbestämmelser.....	53
6.1	Regleringen av grossistmarknaderna för utsändningstjänster för distribution av fri-tv och analog ljudradio via marknät till slutanvändare bör upphöra.....	53
6.2	Skyldigheterna bör gälla fram till slutet av innevarande sändningstillståndsperiod54	
6.3	Hur beslutet ska gälla.....	55
7.	Underrättelse om överklagande.....	56

1. Reglering för ökad konkurrens och harmonisering

1.1 Inledning

Lagen (2022:482) om elektronisk kommunikation (LEK) ger PTS möjlighet att besluta om ramar och regler avseende marknaderna för elektronisk kommunikation. Lagen syftar dels till att enskilda och myndigheter ska få tillgång till säkra och effektiva elektroniska kommunikationer, dels till att alla ska få största möjliga utbyte av elektroniska kommunikationstjänster sett till urval samt till pris, kvalitet och kapacitet. Syftet ska uppnås främst genom att konkurrens, innovation och internationell harmonisering på området främjas, samtidigt som säkerheten i nät och tjänster upprätthålls.

En elektronisk kommunikationstjänst är en tjänst som vanligen tillhandahålls mot ersättning via elektroniska kommunikationsnät. Det kan t.ex. vara en tjänst för utsändning i marknät av ljudradio- eller tv-program. Tjänster i form av tillhandahållande av innehåll som överförs med hjälp av elektroniska kommunikationsnät och elektroniska kommunikationstjänster samt tjänster som innebär utövande av redaktionellt ansvar över sådant innehåll är inte elektroniska kommunikationstjänster enligt LEK.¹ Den som endast tillhandahåller en programtjänst med sändningsinnehåll i form av ljudradio eller tv-program till tittare eller lyssnare tillhandahåller alltså inte en elektronisk kommunikationstjänst. Att det görs åtskillnad mellan reglering av elektronisk kommunikation och reglering av sändningsinnehåll påverkar inte möjligheten att beakta sambanden mellan dem, särskilt för att garantera mediemångfald, kulturell mångfald och konsumentskydd. PTS bör därför inom sitt behörighetsområde bidra till att säkerställa genomförandet av sådan politik som syftar till att främja dessa mål.²

Ett medel för att främja uppkomsten och utvecklingen av konkurrens på marknaderna för elektronisk kommunikation är reglering som gör det möjligt för fler aktörer att använda befintlig infrastruktur som de behöver tillträde till för att kunna erbjuda tjänster till slutanvändare. Det kan exempelvis behövas om ägaren av ett elektroniskt

¹ Jfr 1 kap. 7 § och 1 kap. 7 § p. 3 LEK.

² Jfr skäl 7 i Europaparlaments och rådets direktiv (EU) 2018/1972 av den 11 december 2018 om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation (nedan kallad "kodexen").

kommunikationsnät kan stänga ute andra operatörer från sina nät, eller sätta så höga priser för utnyttjandet av näten att andra operatörer får svårt att träda in på marknaden. Marknader där en eller flera nätägare har en sådan marknadsmakt kan då behöva regleras för att en effektiv konkurrens på slutkundsmarknaderna ska kunna uppstå.

Det framgår av 5 kap. 5 § första stycket LEK att PTS fortlöpande ska fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att ålägga någon skyldigheter i syfte att motverka konkurrensproblem.

Om det behövs för att skapa effektiv konkurrens till förmån för slutanvändarna kan PTS besluta om att en operatör med betydande inflytande på en marknad, som myndigheten fastställt som relevant för reglering, ska åläggas vissa skyldigheter.³ För rena grossistföretag gäller som utgångspunkt att sådana företag endast kan åläggas skyldigheter att uppfylla rimliga krav på tillträde till och användning av nät och tillhörande faciliteter, att tillämpa icke-diskriminerande villkor samt att tillämpa rättvis och skälig prissättning.⁴

PTS har i beslut den 10 september 2019 fastställt att den nationella grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare⁵ respektive grossistmarknaden för programutsändningstjänster för analog ljudradio via marknät till slutanvändare som når hela Sverige⁶ har sådana särdrag att reglering kan vara motiverad. I det följande refererar PTS till dessa båda marknader som "rundradiomarknaderna".

De aktörer som köper grossistprodukter på de reglerade rundradiomarknaderna är Sveriges Television AB (SVT), TV4 AB (fram till den 1 januari 2026)⁷ och Sveriges Radio AB (SR).

Den rikstäckande infrastruktur som utgör basen för marknäten ägs av Teracom Group AB. Teracom Group AB är ett helstatligt ägt bolag som äger samtliga aktier i Teracom AB. PTS beslut är riktade mot Teracom AB (nedan Teracom) som i allt väsentligt bedriver verksamheten i grossistledet av rundradiomarknaderna. Teracom har som samhällsuppdrag beslutat av riksdagen att bedriva utsändning och överföring av radio- och tv-program. Samhällsuppdraget innefattar att bolaget ska erbjuda en grundläggande infrastruktur som möjliggör för programföretagen att sända eller överföra program i marknät med den räckvidd

³ 5 kap. 8 § första stycket LEK.

⁴ 5 kap. 11 § LEK; art. 80.2 i kodexen.

⁵ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759.

⁶ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1760. Att sända till hela Sverige innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen kan ta emot marknätssändningarna.

⁷ <https://www.tv4.se/artikel/bEz0jCkXr1iiSGYtyMYTE/tv4-slutar-sa-enda-i-marknaetet-blir-inte-laengre-en-gratiskanal> (besökt 2025-10-28).

som krävs enligt programföretagens sändningstillstånd. Teracom ska erbjuda programföretagen utsändnings- och överföringstjänster på likvärdiga villkor i Sverige. Utifrån dessa utgångspunkter och de regulativa förutsättningarna ska bolaget agera uteslutande affärsmässigt.⁸

Teracom bedriver ingen verksamhet i slutkundsledet av grossistmarknaden för sändnings- och överföringstjänster för distribution av sändningsinnehåll till slutanvändare. Det tidigare dotterbolaget Boxer TV-Access, som var verksamt inom digital-tv i slutkundsledet, avyttrades 2016.

Marknäten består av 54 högmast och över 600 mindre sändarstationer. Teracom är ensam i landet om att tillhandahålla tjänster för utsändning av radio- och tv-program genom marknät med möjlighet att nå hela landet och har av PTS identifierats som ett företag med betydande inflytande på rundradiomarknaderna och ålagts skyldigheter om att ge tillträde till grossistprodukterna.⁹ Teracom har utöver tillträdesskyldigheten även ålagts skyldigheter om att tillämpa vissa generella villkor för tillträdet, kostnadsorienterad prissättning utifrån en viss beräkningsmetod samt krav på redovisning som gör det möjligt för PTS att kontrollera att skyldigheterna avseende kostnadsorienterad prissättning efterlevs. PTS reglering av rundradiomarknaderna har syftat till att förhindra överprissättning som ökar programföretagens distributionskostnader, något som har bedömts kunna resultera i mindre resurser för programverksamhet till nackdel för slutanvändare på de relevanta slutkundsmarknaderna.¹⁰

Marknadsanalys med ny bedömning av marknadsdefinition och av betydande inflytande på marknaden ska göras med jämna mellanrum. När det är motiverat med hänsyn till syftet med beslutet ska regleringsmyndigheten upphäva eller ändra skyldigheter och villkor som myndigheten beslutat om.¹¹

⁸ Prop. 1991/92:140 om den avgiftsfinansierade radio- och TV-verksamheten 1993–1996 m.m., s. 85 f, bet. 1991/92/KrU28, rskr. 1991/92:329. Se även 3 § i Teracoms bolagsordning antagen vid bolagsstämma den 10 augusti 2020.

⁹ Se PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759 och dnr 18-1760.

¹⁰ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759 och dnr 18-1760, s. 12 f. i respektive beslut.

¹¹ 5 kap. 34 § första stycket LEK.

Inom fem år från det senaste beslutet som rör marknaden i fråga eller inom den längre tid om högst ytterligare ett år som Europeiska kommissionen (kommissionen) dessförinnan har godkänt ska ett motiverat förslag till beslut efter marknadsanalys överlämnas till behöriga myndigheter i övriga medlemsstater, Berec¹² och kommissionen för samråd.¹³

I en skrivelse den 10 maj 2024 lämnade PTS förslag till kommissionen om ett års förlängd tid för notifiering av nya beslut i enlighet med artikel 67.5 a) i kodexen, mot bakgrund av att en framtidsinriktad marknadsanalys bör avvakta bl.a. förslag om public service-uppdraget för perioden 2026–2033. Kommissionen invände inte mot förslaget, som därmed godkändes (jfr. 5 kap. 39 § LEK).

Med anledning av att samma bolag, Teracom, är reglerat och att de båda rundradiomarknaderna uppvisar gemensamma drag i väsentliga delar fattas ett gemensamt beslut för marknaderna. Detta beslut inleds med en beskrivning av regleringen och PTS tidigare beslut (avsnitt 1). Därefter följer ett avsnitt om förändringar som har betydelse för PTS nya marknadsanalys (avsnitt 2), en avgränsning av marknaderna för tjänster för distribution av tv-program (avsnitt 3) respektive tjänster för distribution av radioprogram (avsnitt 4) följt av PTS analys av behovet av reglering på rundradiomarknaderna (avsnitt 5) och PTS bedömning i fråga om upphävande av skyldigheter och övergångsbestämmelser (avsnitt 6). Sist i beslutet finns underrättelse om överklagande (avsnitt 7).

1.2 Begrepp som används i beslutet

I beslutet använder PTS följande begrepp.

”DAB-sändningar”: linjära sändningar av radioprogram i det digitala marknätet (eng. *Digital Audio Broadcasting*)

”FM-sändningar”: linjära sändningar av radioprogram i det analoga marknätet i frekvensbandet 87,5–108 MHz

”Linjära sändningar”: sändningar av programtjänster via marknät, satellit, kabel-tv-nät, ip-tv-nät eller internet som följer en tablå och som publiken tar del av samtidigt

”Marksändningar”: linjära sändningar av programtjänster via marknätet

¹² Berec är en förkortning av Organet för europeiska regleringsmyndigheter för elektronisk kommunikation (eng. *Body of European Regulators for Electronic Communications*). Organisationen har till uppgift att främja samarbete och koordinering mellan nationella regleringsmyndigheten och kommissionen.

¹³ 5 kap. 39 § LEK.

"Plattform": samlingsbegrepp för olika publiceringsytor

"Play-tjänst": en form av strömningstjänst där en stor del av programmen också sänds eller har sänts i en linjär ljudradio- eller tv-sändning. SVT Play och SR Play är exempel på play-tjänster

"Podcast" eller *"podd"*: en ljudfil med program som kan strömmas eller laddas ner för avlyssning vid den tidpunkt lyssnaren väljer

"Programtjänst": ett samlat utbud av radio- eller tv-program som sänds under en gemensam beteckning

"Radiomottagare": apparat/enhet som kan användas för att ta emot och spela upp radioprogram

"Radioprogram": ljudinnehåll (audio), oavsett om det tillhandahålls genom linjära sändningar eller icke-linjärt vid den tidpunkt lyssnaren väljer

"Rundradio": distribution av eterburna signaler för radio- och tv-program som sänds linjärt

"Rundradiomarknaderna": PTS gemensamma beteckning för de i dag reglerade grossistmarknaderna för programutsändningstjänster för distribution via marknät av fri-tv respektive analog ljudradio till slutanvändare i hela Sverige

"Smart-tv": en tv-mottagare som är uppkopplad till internet och har ett operativsystem som gör det möjligt att både titta på tv-sändningar enligt tablå och på strömmade tv-program

"Strömningstjänst": en tjänst där radio- och tv-program levereras direkt till slutanvändaren via internet, exempelvis SVT Play, SR Play, Netflix och YouTube

"Tv-mottagare": apparat/enhet som kan användas för att ta emot och spela upp tv-program

"Tv-program": audiovisuellt innehåll (rörlig bild, video) oavsett om det tillhandahålls genom linjära sändningar eller icke-linjärt vid den tidpunkt tittaren väljer

"Videodelningsplattform": en tjänst där allmänheten kan ta del av tv-program eller användargenererade videor som användare laddar upp på plattformen, exempelvis YouTube

1.3 PTS sektorsspecifika reglering i dess sammanhang

LEK trädde i kraft den 3 juni 2022 och ersatte då den tidigare lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation (äldre LEK). LEK bygger liksom äldre LEK på harmoniserad EU-rätt och genomför kodexen för elektronisk kommunikation.¹⁴ Kodexen har som uttalat mål att stimulera till konkurrens och ökade investeringar i 5G och nät med mycket hög kapacitet, så att varje medborgare och företag inom EU kan åtnjuta högkvalitativ konnektivitet, en hög konsumentskyddsnivå och ökad valfrihet när det gäller innovativa digitala tjänster.¹⁵

I likhet med tidigare gällande direktiv fastställer kodexen uppgifter för nationella regleringsmyndigheter och en rad förfaranden för att säkerställa en harmoniserad tillämpning inom hela gemenskapen. De nationella regleringsmyndigheternas sektorsspecifika reglering utifrån kodexen omfattar att:

- fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa sektorsspecifik reglering
- identifiera företag med betydande inflytande på fastställda marknader
- meddela beslut om skyldigheter¹⁶

Ett av kodexens syften är att successivt minska den sektorsspecifika förhandsregleringen i takt med att konkurrensen utvecklas på slutkundsmarknaderna och på sikt säkerställa att marknaderna för elektronisk kommunikation regleras enbart genom konkurrensrätt. Med tanke på att marknaderna för elektronisk kommunikation har visat en stark konkurrensdynamik under de senaste åren har det bedömts vara av väsentlig betydelse att skyldigheter i form av förhandsreglering endast införs där konkurrensen på de berörda marknaderna inte är effektiv och hållbar.¹⁷

¹⁴ Kodexen antogs i december 2018 och ersätter det tidigare gällande EU-rättsliga ramverket som bestod av det s.k. ramdirektivet med tillhörande tillträdes- och auktorisationsdirektiv samt direktivet om samhällsomfattande tjänster.

¹⁵ Se artikel 3 och skäl 23–24 i kodexen.

¹⁶ 5 kap. 5 § LEK; artikel 64.3 och 67.1 i kodexen.

¹⁷ Skäl 29 i kodexen.

1.3.1 Rekommendationen om relevanta marknader

Kommissionen har sedan 2003 utfärdat rekommendationer om vilka relevanta produkt- och tjänstemarknader som rekommenderas för analys av om förhandsreglering behövs. Kommissionens rekommendation från 2020¹⁸ (nedan kallad rekommendationen om relevanta marknader) ska beaktas av regleringsmyndigheterna. Med anledning av utvecklingen mot en effektiv konkurrens har antalet rekommenderade marknader minskat med åren. I den första rekommendationen, som gällde fram till 2007, upptogs grossistledet för sändnings- och överföringstjänster av sändningsinnehåll till slutanvändare som en marknad för vilken analys rekommenderades (marknad 18). Marknaden togs bort från rekommendationen eftersom framväxten av nya digitala sändningsteknologier minskat kapacitetsbegränsningarna och nya sändningsplattformar skapat en konkurrensdynamik. Marknadsstrukturen ansågs därmed utvecklas mot effektiv konkurrens genom ökad plattformskonkurrens med anledning av framväxten av fler distributionsplattformar, särskilt digital-tv och internet-tv.¹⁹

Den nu gällande rekommendationen om relevanta marknader innehåller endast två marknader.²⁰

En medlemsstats regleringsmyndighet får reglera en marknad även om kommissionen inte rekommenderar den för reglering, men måste då kunna visa inför kommissionen och övriga medlemsstater genom Berec att det utifrån nationella marknadsförhållanden är motiverat med reglering till följd av att:

1. det finns stora och bestående hinder för inträde på marknaden i fråga,
2. marknadsstrukturen är sådan att den inte utvecklas mot effektiv konkurrens, och
3. marknadsmisslyckandena inte kan åtgärdas med stöd av den allmänna konkurrensrätten.²¹

De tre kriterierna ovan utgör det s.k. trekriterietestet. Samtliga tre kriterier måste vara uppfyllda för att en marknad ska kunna regleras.

¹⁸ Kommissionens rekommendation (EU) 2020/2245 av den 18 december 2020 om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation vilka kan komma i fråga för förhandsreglering enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1972 om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation.

¹⁹ Commission staff working document – Accompanying document to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on market reviews under the EU Regulatory Framework (3rd Report) – Further Steps towards the consolidation of the internal market for electronic communications, {COM(2010) 271 final}, s. 33–34.

²⁰ De rekommenderade marknaderna är marknad 1 – lokalt tillträde i grossistledet via en fast anslutningspunkt, och marknad 2 – dedikerad kapacitet i grossistledet, se bilaga till rekommendationen om relevanta marknader.

²¹ 5 kap. 6 § LEK.

De marknader som rekommenderas för reglering är grossistmarknader. Analysen utgår däremot från konkurrenssituationen på den underliggande slutkundsmarknaden. Regleringsmyndigheterna ska i analysen av konkurrenssituationen på relevanta slutkundsmarknader ta hänsyn till befintliga marknadsförhållanden samt förväntad eller förutsägbar marknadsutveckling under nästa översynsperiod i avsaknad av reglering baserad på betydande marknadsinflytande (så kallad modifierad Greenfield-strategi).²²

Samtidigt ska analysen beakta effekterna av andra typer av (sektorsspecifika) regleringar, beslut eller lagar som är tillämpliga på relevanta slutkunds- och grossistmarknader under den berörda perioden. Om underliggande slutkundsmarknad (en eller flera) är potentiellt konkurrensutsatt enligt den modifierade Greenfield-strategin ska den nationella regleringsmyndigheten fastställa att reglering inte längre behövs i grossistledet.²³

1.3.2 Befogenheter för kommissionen och Berec

Nationella regleringsmyndigheter har en skyldighet att samarbeta med kommissionen och Berec när det gäller åtgärder som vidtas enligt kodexen, inklusive sådana som rör marknadsanalys och åläggande av skyldigheter. Syftet med detta är att säkerställa uppfyllandet av målen i kodexen och en enhetlig rättstillämpning.²⁴ Innan en regleringsmyndighet får anta ett beslut om att avgränsa relevanta nationella marknader och eventuellt införa skyldigheter för företag ska kommissionen, Berec och övriga regleringsmyndigheter ges möjlighet att yttra sig över förslaget till beslut och dessa yttranden ska i största möjliga utsträckning beaktas av regleringsmyndigheten.²⁵

Förslag till beslut om sådana åtgärder ska därför anmälas till kommissionen. Därefter kan kommissionen inom en viss tidsperiod meddela om den anser att det föreslagna beslutet skulle utgöra ett hinder för den inre marknaden, eller att kommissionen har allvarliga tvivel i fråga om åtgärden är förenlig med unionsrätten.²⁶ Då inleds en utredningsfas (fas 2) under vilken regleringsmyndigheten, Berec och andra marknadsaktörer ges möjlighet att yttra sig angående den föreslagna åtgärdens förenlighet med regelverket.

När den nationella regleringsmyndigheten avser att fatta beslut som innebär en marknadsavgränsning som avviker från rekommendationen om relevanta marknader, eller

²² Kommissionens riktlinjer för marknadsanalyser och bedömning av betydande marknadsinflytande inom ramen för EU:s regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (2018/C 159/01) (nedan kallade "SMP-riktlinjerna"), p. 17.

²³ SMP-riktlinjerna, p. 17–18.

²⁴ Jfr artikel 32.2, 33, 64.1 och 38 i kodexen.

²⁵ 5 kap. 38 § LEK; artikel 32 i kodexen.

²⁶ 5 kap. 40 § LEK; artikel 32 i kodexen.

när den avser att fastställa att ett företag har ett betydande inflytande på marknaden, har kommissionen en särskilt stark roll. Ytterst har kommissionen befogenhet att inom angivna tidsramar och med beaktande av yttrande från Berec, besluta att den nationella regleringsmyndigheten måste dra tillbaka sitt föreslagna beslut (s.k. veto). Ett vetobeslut förutsätter att kommissionen slutligt anser att det föreslagna beslutet skulle utgöra ett hinder för den inre marknaden, eller att kommissionen har allvarliga tvivel i fråga om åtgärden är förenlig med unionsrätten.²⁷

I fråga om införande, ändring eller upphävande av skyldigheter är processen likartad, men kommissionen har formellt inte någon vetorätt i frågan. I stället får kommissionen slutligt utfärda en rekommendation om att myndigheten ska dra tillbaka sitt förslag. Om den nationella regleringsmyndigheten inte ändrar eller drar tillbaka förslaget måste myndigheten ge en motiverad förklaring.²⁸

1.3.3 PTS tidigare beslut och skälen för reglering

PTS har i fem beslutsomgångar sedan 2005, med stöd av äldre LEK, fastställt rundradiomarknaderna som relevanta för reglering samt identifierat Teracom som ett företag med betydande inflytande på dessa marknader.²⁹ Nu gällande beslut fattades den 10 september 2019, se avsnitt 1.1.³⁰

²⁷ 5 kap. 40 §; artikel 32.3 i kodexen.

²⁸ Artikel 33 i kodexen.

²⁹ Se PTS beslut med dnr 04-13521/05-8674 (analog tv), 04-6953/05-8675 (digital-tv), 04-6954/05-8677 (analog ljudradio), 08-12046 (fri-tv), 09-9697 (analog ljudradio), 11-9384 (fri-tv), 12-170 (analog ljudradio), 15-9776 (fri-tv), 15-9777 (analog ljudradio), 18-1759 (fri-tv) och 18-1760 (analog ljudradio).

³⁰ Se även PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759 och dnr 18-1760.

Teracom är ensamt om att tillhandahålla grossistprodukten på de båda grossistmarknaderna som fastställts i besluten och PTS har därmed funnit att bolaget har monopolställning på de aktuella marknaderna. På samma gång har programföretagen SVT och SR med uppdrag att bedriva tv- respektive ljudradioverksamhet i allmänhetens tjänst (public service) varit skyldiga att uppfylla villkor om att sända ett bestämt antal programtjänster för radio och tv i marknät med möjlighet för minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen att ta emot sändningarna.³¹ SVT och SR har därigenom inte kunnat välja bort marknätet som distributionskanal. PTS har konstaterat att monopolföretag, i likhet med andra företag, har incitament att ge ägarna så stor vinst som möjligt och att de till följd av sitt monopol kan sätta högre priser än vad som hade gällt om marknaden varit konkurrensutsatt, s.k. monopolprissättning. En sådan överprissättning skulle leda till att kostnaderna ökade hos de bolag som köper tillträde, vilket i sin tur skulle kunna resultera i att mindre ekonomiska resurser finns tillgängliga för programverksamhet, till nackdel för slutanvändarna.³² PTS har mot denna bakgrund ansett att en reglering med det huvudsakliga syftet att förhindra överprissättning varit en nödvändig och proportionerlig åtgärd.

1.3.4 Kommissionens synpunkter

PTS beslut om att fortsatt reglera rundradiomarknaderna har medfört kommentarer från kommissionen. I beslut den 28 juni 2019 angående det svenska förslaget om reglering av rundradiomarknaderna anförde kommissionen följande.³³

“Kommissionen konstaterar att det licenssystemet som Sverige valt utgör ett rättsligt hinder för marknadstillträde och förankrar Teracoms monopolställning, inte bara genom kravet på 99,8 % nättäckning, som teoretiskt sett skulle kunna fullgöras via satellit eller genom användning av olika plattformar som tillsammans täcker 99,8 %, utan också genom kravet att marknätet ska användas. Kommissionen vill understryka att ett sådant licenssystem, som faller under den svenska regeringens ansvar, gör det svårt för den nationella regleringsmyndigheten att främja konkurrens i tillhandahållandet av elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster enligt artikel 8.2 i ramdirektivet, och att det i onödan kan förlänga förhandsregleringen av den relevanta marknaden.”

³¹ Public service-företaget Sveriges Utbildningsradio AB (UR) bedriver sina sändningar med utnyttjande av SVT:s och SR:s sändningsutrymme och har inte villkor i sitt sändningstillstånd om befolkningstäckning eller sändning av ett visst antal programtjänster.

³² PTS beslut i ärende med dnr 18-1759 och 18-1760, s. 12–13 i respektive beslut.

³³ Kommissionens beslut i ärende SE/2019/2178, C(2019) 5057 slutlig, s. 8–9.

2. Förändringar av betydelse vid ny marknadsanalys

2.1 Medieutvecklingen i korthet

Under lång tid förekom radio- och tv-program bara i linjära sändningar där programföretaget bestämde i vilken ordning programmen skulle sändas och de som tittade eller lyssnade på programmen tog del av innehållet samtidigt. Längre skedde också programdistributionen enbart via marknät. Kabel-tv och satellit-tv kom på 1980-talet, DAB-sändningar i mitten av 1990-talet och ip-tv i slutet av 1990-talet. SR:s poddradio introducerades 2005³⁴, SVT Play 2006³⁵, Spotify 2008³⁶ och TV4 Play 2009³⁷. Netflix lanserades i Sverige 2012³⁸.

Digitaliseringen och utvecklingen av nya tjänster för mediekonsumtion medförde att publiken fick möjlighet att välja själva vilket utbud de ska ta del av och när de ska ta del av det. Medieinnehåll paketeras, distribueras och konsumeras numera på nya sätt. I takt med att medielandskapet förändrats har tillgången till internet blivit allt viktigare. I dag är det betydligt fler som har ett abonnemang på en strömningstjänst för tv-program (75 procent) än som har abonnemang på ett betal-tv-paket för mottagning av linjära sändningar via kabel-, satellit- eller ip-tv (52 procent).³⁹ På ljudmarknaden är det på internet som marknaden för abonnemangstjänster finns. 70 procent av befolkningen hade tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för musik eller podcast 2024.⁴⁰ År 2025 har 97 procent av svenskarna tillgång till internet och den dagliga användningen når 93 procent.⁴¹ Nästan alla svenskar har därmed möjlighet att ta del av radio- och tv-program som är tillgängliga via internet utan villkor om särskild betalning.

³⁴ <https://www.sverigesradio.se/artikel/sveriges-radios-historia-ar-for-ar> (besökt 2025-08-28).

³⁵ SVT:s public service-redovisning 2006, s 21.

³⁶ <https://investors.spotify.com/about/default.aspx> (besökt 2025-08-28).

³⁷ <https://tv4media.se/page/tv4-s-historia> (besökt 2025-08-28).

³⁸ <https://internetmuseum.se/tidslinjen/netflix-lanserar-i-sverige/> (besökt 2025-08-28).

³⁹ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 112.

⁴⁰ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 7.

⁴¹ Internetstiftelsen, Svenskarna och internet 2025, s. 7.

2.2 Användningen av marknätet minskar

Ökad konsumtion av digitala medier och strömningstjänster har medfört minskad användning av de traditionella medieplattformarna. Radio och tv konsumeras alltmer via andra distributionsformer än marknätet, vilket har lett till minskad efterfrågan på utsändningstjänster i marknätet.

Den 2 januari 2025 upphörde sändningarna av betal-tv-kanaler i marknätet, som en konsekvens av att antalet abonnenter av betal-tv via marknät minskat under lång tid. Betal-tv-operatören Boxer/Tele2 har förklarat sitt beslut att upphöra med sändningarna med att sättet att titta på rörligt innehåll förändrats under det senaste decenniet. Majoriteten av det slutanvändare tittar på i dag konsumeras med hjälp av någon form av internetuppkoppling. Av det skälet har Boxer/Tele2 valt att fokusera på den teknik som majoriteten av kunderna redan använder.⁴² Mediemyndigheten har återkallat sändningstillstånden för betal-tv-kanalerna i marknätet på begäran av tillståndshavarna.⁴³ Kvar i marknätet för tv finns nu bara SVT:s kanaler och fri-tv-kanalen TV4 samt TV Finland, som sänds regionalt.⁴⁴ TV4:s sändningar i marknätet kommer dock att upphöra vid årsskiftet.⁴⁵ Med hänsyn till tv-marknadens utveckling och framför allt avsaknaden av en betal-tv-operatör i marknätet bedömer Mediemyndigheten att intresset för att sända marksänd tv från 2026 kommer att vara lågt.⁴⁶

Enligt uppgifter som SVT redovisat i sina public service-redovisningar var det 20 procent av tittarna som enbart tog emot sin tv-signal [de linjära tv-sändningarna] via marknätet 2020. 2024 hade andelen minskat till 11 procent.⁴⁷ TV4:s undersökningar visar att endast fyra procent, färre än 200 000 tittar på tv via marknätet.⁴⁸

⁴² <https://www.tele2.com/sv/media/pressmeddelanden/2024/tele2-uppgraderar-boxers-tv-tjanster/> (besökt 2025-06-16).

⁴³ Mediemyndighetens dnr 24/04419, 24/04801, 24/04804 och 24/04805.

⁴⁴ Se nyhet på Teracom's hemsida:

<https://teracom.se/omteracom/aktuelltfranteracom/marknatetforfritvberoendeavuppkoppling.5.5d3b2456196f62e86592dc.html> (besökt 2025-06-26).

⁴⁵ <https://www.tv4.se/artikel/bEz0jCkXr1iiSGYtyMYTE/tv4-slutar-saenda-i-marknaetet-blir-inte-laengre-en-gratiskanal> (besökt 2025-08-29).

⁴⁶ Mediemyndigheten, Marksänd tv 2026: Information om tillstånd att sända tv för tillståndsperioden 1 januari 2026–31 december 2033, s. 12.

⁴⁷ SVT:s public service-redovisning 2020, s. 59; jfr SVT:s public service-redovisning 2024, s. 48.

⁴⁸ <https://www.tv4.se/artikel/4vsAOCKQ2vwjDAs6teg9sx/ilskan-bubblar-i-landet-efter-tv4-s-beslut-det-aer-foerjaevligt> (besökt 2025-08-28).

Ljudtjänster som förmedlas via internet har blivit en allt större konkurrent till den traditionella radion. Det är särskilt tydligt för den kommersiella radion⁴⁹, men även SR uppger i sin public service-redovisning att deras publik i större utsträckning lyssnar på olika typer av ljudformat, det vill säga tekniska lösningar för att lagra och överföra ljudinnehåll, och använder ett mycket stort antal terminaler.⁵⁰ Lyssnandet på SR:s marksända linjära radio minskar medan lyssnandet på poddar och nyhetsklipp via digitala plattformar ökar. Minskningen för marksänd linjär radio sker dock från mycket höga nivåer.⁵¹ 2019 lyssnade 6,4 miljoner personer på någon linjär radiokanal under ett genomsnittligt dygn, 2024 var siffran 5,8 miljoner.⁵²

2.2.1 Marknätets betydelse vid kris och krig

Regeringen bedömer i propositionen *En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033* (prop. 2024/25:166) att marksändningarna kommer att vara viktiga ur ett beredskaps- och säkerhetsperspektiv under hela nästa uppdragsperiod för public service, dvs. fram till 2034. Även om konsumtionsmönstren på mediemarknaden har förändrats sett till befolkningen som helhet finns det fortfarande de som enbart har tillgång till public service-företagens utbud via marknätet. Om samhället drabbas av kris eller krig är det centralt att public service kan nå ut med aktuell och relevant information till hela befolkningen. Vidare framhålls att infrastrukturen genom Teracoms ägande är under statlig kontroll och möjliggör en robust utsändning med få avbrott och störningar.⁵³

Samtidigt har initiativ tagits som ska förbättra möjligheterna att nå ut med samhällsviktig information på andra sätt. Regeringen har den 10 april 2024 beslutat att ge Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och PTS i uppdrag att införa SE Alert, ett varningssystem som utnyttjar cell broadcast-teknik, och gör det möjligt att skicka varningsmeddelanden till mobiltelefoner. Den nya tekniken kommer att komplettera det nuvarande varningssystemet med VMA (viktigt meddelande till allmänheten) i marksändningarna och göra det möjligt att nå ut med viktig information till fler personer samtidigt.⁵⁴ PTS har även fått regeringens uppdrag att utreda förutsättningarna för införande av ett statligt stöd för utbyggnad, förvaltning och drift av infrastruktur för mobila tjänster i områden där befintliga mobilnät

⁴⁹ <https://www.di.se/debatt/radion-maste-digitaliseras-annars-forsvinner-den/> (besökt 2025-08-28).

⁵⁰ SR:s public service-redovisning 2024, s. 30.

⁵¹ SR:s public service-redovisning 2024, s. 89.

⁵² SR:s public service-redovisning 2024 s. 30.

⁵³ Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 101 f.

⁵⁴ <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2025/04/regeringen-infor-nytt-system-for-effektivare-information-till-allmanheten-vid-kris-och-krig/> (besökt 2025-06-26).

inte erbjuder nödvändig täckning eller kapacitet och kommersiella förutsättningar för sådan utbyggnad saknas.⁵⁵

2.2.2 Ökade kostnader som en konsekvens av minskad efterfrågan

Att sändningarna av betal-tv-kanalerna i marknätet har upphört innebär att distributionskostnaderna för de aktörer som är kvar kommer att öka markant. Skulle fler kommersiella aktörer lämna, ökar kostnaderna ytterligare. Detta är dock inget som kan avhjälpas genom förhandsreglering med stöd av LEK, vars relevanta bestämmelser utgår från konkurrensrättsliga principer och där EU-harmonisering eftersträvas. Distributionsutredningen 2024 har fått i uppdrag att överväga om det finns behov av förändringar avseende marknätens organisation och finansiering, se avsnitt 2.6.1.

2.3 Det finns stor tillgång till bredbandsinfrastruktur

När det gäller mottagning av tv-program med högupplöst innehåll från SVT Play krävs, enligt teknisk information på SVT:s webbplats, tillgång till hastigheter på upp till 10 Mbit/s beroende på format och videokvalitet.⁵⁶ För mottagning av ljudradioprogram från SR räcker betydligt lägre hastigheter.

Andelen hushåll och företag som har tillgång till minst 30 Mbit/s eller till bredbandsinfrastruktur i absoluta närheten som medger en sådan bithastighet är 99,88 procent⁵⁷, vilket motsvarar kraven på täckning i marknätet. I oktober 2024 uppskattade PTS att det i drygt 95 procent av alla geografiska områden där människor normalt befinner sig finns tillgång till mobila bredbandstjänster av god kvalitet, enligt regeringens tidigare mobilsmål.⁵⁸ Den aggregerade yttäckningen för mobilnät som medger hastigheter om 10 Mbit/s beräknas uppgå till cirka 87,51 procent av landets yta.⁵⁹

⁵⁵ Regeringsbeslut 2025-02-13, Fi2025/00323.

⁵⁶ Se <https://www.svt.se/kontakt/teknisk-information-om-svt-play> (besökt 2024-06-16).

⁵⁷ PTS bredbandskartläggning 2024, PTS-ER-2025:7, s. 10.

⁵⁸ Mobiltäcknings- och bredbandskartläggningen 2024: Geografisk översikt av tillgången till bredband och mobiltelefoni i Sverige, PTS-ER-2025:7, s. 17. Regeringens tidigare bredbandsstrategi finns i Näringsdepartementet, Sverige helt uppkopplat 2025 – en bredbandsstrategi, dnr N2016/08008/D.

⁵⁹ PTS bredbandskartläggning 2024, PTS-ER-2025:7, s. 26.

I Sveriges digitaliseringsstrategi 2025–2030 är regeringens mål att alla hushåll och verksamhetsställen senast 2030 ska ha tillgång till infrastruktur som medger minst 1 Gbit/s där det bedöms samhällsekonomiskt motiverat.⁶⁰ Sverige har uppnått regeringens tidigare bredbandsmål om att 98 procent av hushållen och företagen ska ha möjlighet till 1 Gbit/s år 2025.⁶¹ Totalt hade 98,45 procent av alla hushåll och arbetsställen tillgång till 1 Gbit/s i sin absoluta närhet den 1 oktober 2024.⁶² 85,4 procent hade en faktisk fiberanslutning i byggnaden.⁶³

2.4 Teracom har inriktat verksamheten mot samhällsviktiga aktörer

I juni 2020 beslutade riksdagen att Teracom Group AB:s uppdrag skulle utvidgas till att med fokus på säkerhet, robusthet och tillgänglighet, aktivt utveckla, erbjuda och driva kommunikationslösningar till samhällsviktiga aktörer.⁶⁴ Sedan riksdagens beslut har Teracom renodlat sin verksamhet mot samhällsviktiga aktörers behov av kommunikationslösningar, vilket bl.a. inneburit att privatkunder med bredbandsabonnemang sagts upp.

I sin års- och hållbarhetsredovisning skriver Teracom att det för att vinna samhällsviktiga aktörers förtroende krävs att koncernen arbetar aktivt med hur bolaget gör affärer och vilka de gör affärer med, genom hela värdekedjan, både ur ett hållbarhets- och säkerhetsperspektiv. För Teracom som bolag är det också viktigt att säkerställa den långsiktiga överlevnaden genom att generera en sund och positiv avkastning över tid. Samtidigt innebär Teracom Groups affärsmix att bolaget inte alltid bör eftersträva att vinstmaximera.⁶⁵

Koncernens nuvarande formellt uttryckta ekonomiska mål, som bl.a. innebär en avkastning på lägst 17 procent, fastställdes av årsstämman 2009. De togs fram i en tid när Teracom Group AB ägde kommersiell betal-tv-verksamhet i både Sverige och Danmark samt marknätsverksamhet i Danmark. Utfallet 2024 var 3 procent (1 procent 2023). Enligt regeringen speglar det nuvarande avkastningsmålet inte bolagets verksamhet och ett nytt mål ska tas fram.⁶⁶ Den 20 februari 2025 beslutade regeringen om en ny policy för bolag med

⁶⁰ Finansdepartementet, Sveriges digitaliseringsstrategi 2025–2030.

⁶¹ PTS bredbandskartläggning 2024, PTS-ER-2025:7, s. 10.

⁶² Mobiltäcknings- och bredbandskartläggningen 2024: Geografisk översikt av tillgången till bredband och mobiltelefoni i Sverige, PTS-ER-2025:7, s. 10. Regeringens tidigare bredbandsstrategi finns i Näringsdepartementet, Sverige helt uppkopplat 2025 – en bredbandsstrategi, dnr N2016/08008/D.

⁶³ Mobiltäcknings- och bredbandskartläggningen 2024: Geografisk översikt av tillgången till bredband och mobiltelefoni i Sverige, PTS-ER-2025:7, s. 12.

⁶⁴ Prop. 2019/20:99, bet. 2019/20:FiU21, rskr. 2019/20:340.

⁶⁵ Teracoms års- och hållbarhetsredovisning 2024, s. 15.

⁶⁶ 2025 års redogörelse för företag med statligt ägande, Skr. 2024/25:140, s. 79.

statligt ägande, där det framgår att bolagets styrelse ska fastställa övergripande strategiska mål för hållbart skapande. Detta innebär att styrelsen med ägarens godkännande formellt ska besluta om de ekonomiska målen. Strategin gäller från bolagsstämman i april 2025.

Distributionsutredningen 2024 kommer att analysera om Teracoms samhällsuppdrag är ändamålsenligt utformat, behovet av förändringar av organisationen för och driften av marknäten samt finansieringen, se avsnitt 2.6.1.

2.5 Ny reglering av public service

Den 22 maj 2025 beslutade regeringen propositionen *En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033*.⁶⁷ I likhet med 2023 års parlamentariska public service-kommitté⁶⁸ föreslog regeringen en ny lag om public service som ger förutsättningar för en teknikneutral reglering för public service där villkoren för innehållet ska gälla oavsett hur det distribueras till allmänheten. Den 22 oktober beslutade riksdagen i enlighet med regeringens proposition.⁶⁹

Med stöd av lagen (2025:986) om public service, som trädde i kraft den 2 december 2025, beslutade regeringen den 4 december 2025 om public service-uppdrag för SVT och SR fr.o.m. den 1 januari 2026 t.o.m. den 31 december 2033.⁷⁰ Samma dag beslutade regeringen om programbolagens sändningstillstånd för perioden med stöd av radio- och tv-lagen.⁷¹ Från 1 januari 2026 kommer public service-uppdraget inte som tidigare att utgå från sändningstillstånden i marknätet. Det nuvarande kravet på att innehållsuppdraget i huvudsak ska uppfyllas i marknätet gäller inte längre. Public service-företagen får i stället i uppdrag att säkerställa att hela befolkningen har möjlighet att ta del av ett mångsidigt programutbud. De beslut om sändningstillstånd som regeringen beslutat innehåller endast villkor som är specifikt relaterade till sändningar i marknätet, exempelvis krav på antal programtjänster och på sändningarnas räckvidd. Krav på sändningar i marknät med 99,8 procents befolkningstäckning ska gälla fram till 2034, men SR och SVT får möjlighet att minska antalet programtjänster från dagens fyra till två.⁷²

⁶⁷ Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033.

⁶⁸ Ku 2023:01.

⁶⁹ Rskr 2025/26:15, 2025/26:KrU2.

⁷⁰ Ku2025/00057 (SVT) respektive Ku2025/00179 (SR).

⁷¹ Ku2025/01146 (SVT) respektive Ku2025/01150 (SR).

⁷² Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 102, se även 1 § i respektive programbolags sändningstillstånd.

Även beredskapsuppdraget blir teknikneutralt, vilket medför krav på att public service-företagens distribution, oavsett distributionsform, bör ske med så god säkerhet att eventuella avbrott eller andra störningar blir så kortvariga som möjligt.⁷³

2.6 Distributionsutredningen 2024

Regeringen har gett en särskild utredare i uppdrag att kartlägga distributionen av radio- och tv-program i marknätet och över internet samt vid behov lämna förslag för en väl fungerande distribution över internet. Syftet är att skapa bättre möjligheter för medieföretag att upprätthålla redaktionell kontroll och distribuera program säkert. Ett särskilt fokus ska läggas på distributionen och tillgängligheten till public service-företagens program.⁷⁴

I kommittédirektiven anger regeringen att sändningarna via marknätet fortsatt kommer att vara avgörande för att kunna upprätthålla en hög tillgänglighet till public service-företagens sändningar även under svåra förhållanden som kriser och vid höjd beredskap. Samtidigt beskriver regeringen hur de senaste årens teknikutveckling och ändrade efterfrågan från konsumenterna har påverkat distributionen av radio- och tv-program⁷⁵:

”Kapaciteten i både mobila och fasta distributionsnät för internet har ökat mycket snabbt under de senaste åren. Radio- och tv-program kan därför numera utan kapacitetsproblem distribueras över internet. För konsumenten innebär utvecklingen att samma mottagningsutrustning kan användas för olika typer av medietjänster, både linjära sändningar av radio- och tv-program och tjänster som tillhandahålls på begäran (playtjänster). Att ta emot program som distribueras över internet är i det avseendet mer flexibelt och upplevs som enklare av många i jämförelse med de traditionella distributionsplattformarna, vilka kräver specifik mottagningsutrustning och i huvudsak avser linjära utsändningar av radio och tv.

Distribution över internet innebär samtidigt nya utmaningar för medieföretagen. I jämförelse med tidigare plattformar utformade specifikt för radio- och tv-distribution, innebär distribution över internet längre och mer komplexa kedjor av aktörer. Detta kan öka sårbarheten genom att beroende och ansvarsförhållanden mellan de olika aktörerna i kedjan och medieföretagen blir mer komplicerade. För public service-företagen innebär utvecklingen särskilda utmaningar med hänsyn till deras uppdrag och särskilda finansiering, som ställer mycket höga krav på kvalitet och tillgänglighet. Samtidigt kan internettekniken också bidra till högre säkerhet och robusthet genom att beroendet av enskilda aktörer minskar.”

I dag ska det nuvarande kravet på 99,8 procents befolkningstäckning i marknätet, i kombination med en vidaresändningsplikt för det som SVT sänder i marknätet, fungera som en garanti för hela befolkningens tillgång till public service-företagens programutbud. I ett nytt medielandskap där distribution över internet blivit allt viktigare, kan nya mediepolitiska verktyg behövas för att alla ska garanteras enkel tillgång till public service. Det ingår i

⁷³ Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 86 f.

⁷⁴ Ku 2024:02, Distributionsutredningen 2024; Dir. 2024:74, Distribution av radio och tv i ett nytt medielandskap.

⁷⁵ Dir. 2024:74, Distribution av radio och tv i ett nytt medielandskap, s. 3 f.

distributionsutredningens uppdrag att lämna förslag på åtgärder för att öka upptäckbarheten av innehåll av allmänintresse vid distribution över internet. Utredningen ska redovisa sitt uppdrag i denna del senast den 15 december 2025.⁷⁶

2.6.1 Översyn av Teracoms samhällsuppdrag samt av organisationen för marknäten och dess finansiering

Den 3 juli 2025 beslutade regeringen genom tilläggsdirektiv om en utvidgning av uppdraget till Distributionsutredningen 2024.⁷⁷ I utredningens uppdrag ska även ingå att:

- analysera om Teracoms samhällsuppdrag är ändamålsenligt utformat och vid behov föreslå ändringar av detta,
- analysera och vid behov föreslå ändringar av hur infrastrukturen för och driften av marknäten för radio och tv organiseras,
- analysera och vid behov föreslå ändringar av hur infrastrukturen för och driften av marknäten finansieras, och
- lämna nödvändiga författningsförslag.

I kommittédirektiven anger regeringen bl.a. följande.

”Marknätet för tv omfattar sammanlagt sex sändarnät och har som mest innehållit ett femtiotal programtjänster. Den organisation som finns i dag innebär att Teracom som statligt ägt bolag med samhällsuppdrag erbjuder utsändningstjänster i marknäten och PTS beslutar om prisreglering. Modellen utformades då det fanns stor efterfrågan från medieföretag på utsändning i det digitala marknätet för tv. Sedan årsskiftet 2025 har den enda operatören för kommersiella betal-tv-tjänster, Boxer slutat att erbjuda betalabonnemang för kanaler distribuerade över marknät. Det innebär att ett stort antal kommersiella programtjänster har lämnat marknätet. Det återstår bara ett fåtal fri-tv-kanaler utöver SVT:s fyra kanaler och endast två av sex sändarnät är i bruk. Att färre tv-kanaler utnyttjar nätet innebär att kostnaderna ökar för de kvarvarande kanalerna. Eftersom marknäten för radio och tv till viss del utnyttjar samma infrastruktur och servicefunktioner ökar kostnaden också för radioföretagen i marknäten. Samtidigt har Teracoms breda verksamhet med kommunikationslösningar för samhällsviktiga aktörer inneburit en kostnadsavlastning för marknäten eftersom delar av infrastrukturen och bolagets resurser kan samutnyttjas.

I rapporten Teracom och marknäten – mediepolitik, monopol och krisberedskap (RiR 2016:18) från 2016 uppmanade Riksrevisionen regeringen att ta ställning både till vilket samhällsuppdrag Teracom skulle ha och vilka delar av bolagets verksamhet utöver kärnverksamheten med ett uttalat samhällsuppdrag, dvs. marknäten, som fortsatt behöver vara statligt ägda. Riksrevisionen uppmanade också regeringen att se över möjligheten att göra prisregleringen av marknätmarknaderna enligt LEK överflödig, t.ex. genom ägarstyrning. I en uppföljande skrivelse till riksdagen meddelade regeringen bland annat att man inte såg behov av att se över det statliga ägandet, men att det däremot fanns vissa behov av nya relevanta ekonomiska mål för koncernen som borde kompletteras med minst ett relevant uppdragsmål (Skr. 2016/17:74 s. 12-14). Sedan Riksrevisionens granskning har Teracom fått ett utökat uppdrag att aktivt utveckla, erbjuda och driva kommunikationslösningar till samhällsviktiga aktörer med fokus på

⁷⁶ Dir. 2024:74, Distribution av radio och tv i ett nytt medielandskap; jfr Dir. 2025:69, Tilläggsdirektiv till Distributionsutredningen 2024 (Ku 2024:02).

⁷⁷ Dir. 2025:69, Tilläggsdirektiv till Distributionsutredningen 2024 (Ku 2024:02).

säkerhet. Däremot har inga förändringar gjorts i samhällsuppdraget avseende att bedriva utsändning och överföring av tv-program. En översyn av de ekonomiska målen väntas genomföras under 2025.

Distributionsutredningen har i uppdrag att beskriva förutsättningarna för distribution av radio och tv i marknäten. Mot bakgrund av de förändringar som har skett i marknäten för radio och tv och framför allt det faktum att Boxer tillsammans med de kommersiella betal-tv-kanalerna sedan januari 2025 har lämnat marknätet för tv, finns det behov av en analys av om den modell som valts för marknäten fortfarande är ändamålsenlig och säkerställer ett effektivt utnyttjande av infrastrukturen.”

Uppdraget ska slutredovisas den 30 september 2026.

3. Den svenska marknaden för tjänster för distribution av tv-program

3.1 Slutanvändarnas behov och användning av tjänster

I detta avsnitt beskrivs hur slutanvändare tar del av tv-program och via vilka distributionsplattformar tv-program erbjuds. Syftet med detta avsnitt är att beskriva förhållandena på slutkundsmarknaden för att ge en bakgrund till vilka behov, användningsmönster och andra alternativ som finns inför den marknadsavgränsning som följer i efterkommande avsnitt (avsnitt 3.2). PTS vill betona att en sådan konkurrensrättslig analys görs utifrån normala konsumtionsförhållanden.

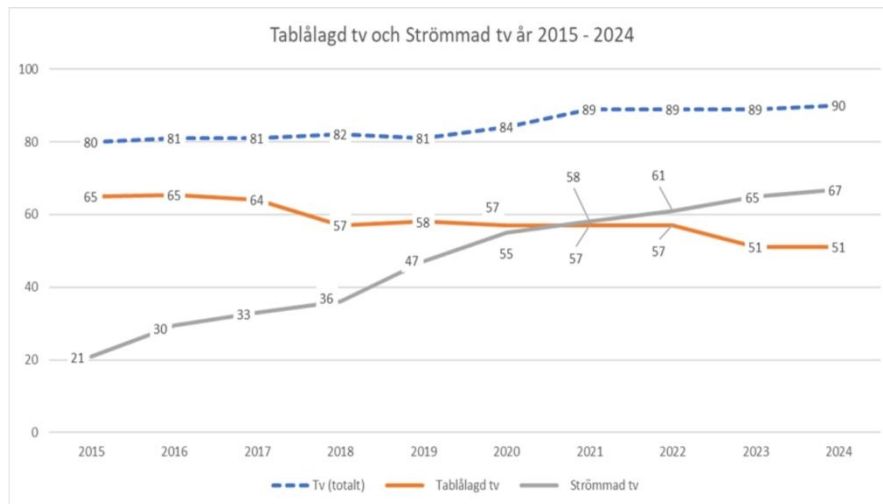
Digitalisering och utvecklingen av kommunikationsteknik har medfört att medieanvändare i dag har stora möjligheter när det kommer till val av tjänster för tillgång till tv-program. Det gäller inte bara i valet mellan tjänster för tillgång till tablålagda program, utan i mycket hög grad även för tjänster som ger tillgång till programinnehåll på begäran och som nås via internet genom olika strömningstjänster som exempelvis SVT Play eller Netflix, eller videodelningsplattformar som YouTube och TikTok. Via internet kan svenska slutanvändare även utan villkor om särskild betalning nå tv-program från exempelvis olika nyhetstjänster som Aftonbladet, Expressen, BBC och CNN.

Under en vanlig dag 2024 tittade i genomsnitt 96 procent av befolkningen i åldrarna 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. 90 procent tittade på tv-program, vilket inkluderar såväl tablålagd som strömmad tv samt annat rörligt innehåll online. 67 procent såg strömmad tv, medan 51 procent tittade på tablålagd tv.⁷⁸

⁷⁸ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 36.

Figuren nedan visar hur tittandet på rörlig bild en genomsnittlig dag har utvecklats under åren. Av figuren framgår att konsumtionen av strömmad tv gick om tablålagd tv under 2020.⁷⁹

Figur 1 Tittare på rörlig bild en genomsnittlig dag 2015–2024 (procent)⁸⁰



Källa: Nordicom, Tittare på rörlig bild 9–79 år en genomsnittlig dag 2015–2019 och 9–85 år 2020–2024 (procent)

Under 2024 var SVT Play den mest använda strömningstjänsten med en daglig räckvidd på 33 procent, tätt följd av Netflix med en räckvidd på 32 procent. Räckvidden för TV4 Play var 22 procent, för HBO Max 13 procent och för Viaplay 10 procent.⁸¹ 47 procent tittade på YouTube en vanlig dag och 27 procent tittade på annat rörligt innehåll online.⁸²

3.1.1 Olika typer av plattformar för leverans av tjänster

Programtjänster med tv-program kan distribueras via flera olika plattformar: marknät, satellit, ip-tv-nät, kabel-tv-nät och över internet. Via de olika plattformarna kan slutanvändarna välja att ta emot innehållstjänster som finansieras på olika sätt, genom abonnemangsavgift, reklam eller public service-avgift enligt lagen (2018:1893) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.⁸³ Plattformarna har olika geografisk

⁷⁹ Nordicom, Mediebarometern 2023, s. 34 och Mediebarometern 2024, s. 36.

⁸⁰ Nordicom, Sveriges Mediebarometer 2015–2024. Sedan 2019 bygger resultaten i Mediebarometern på svar insamlade via en kombinerad webb- och telefonundersökning.

⁸¹ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 46.

⁸² Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 6.

⁸³ Regeringen har föreslagit att lagen ska upphävas och ersättas med en lag om public service som trädde i kraft den 2 december 2025, se prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033.

täckning. Det är därför inte alltid möjligt för samtliga slutanvändare att välja innehåll från alla plattformar. Det kan också krävas att slutanvändarna har tillgång till olika typer av utrustning för att ha möjlighet att ta emot sändningarna på respektive plattform. Förutsättningarna beskrivs närmare nedan.

3.1.1.1 Tv via marknät

För att kunna ta emot tv-signaler via det marksända tv-nätet behöver slutanvändaren en antenn och en tv-mottagare som uppfyller DVB-T2 standarden. Inbyggda mottagare som följer DVB-T2 standarden finns i de allra flesta tv-mottagare tillverkade efter 2008.

Marksänd tv tas främst emot av hushåll i enfamiljshus via en antenn på taket. I flerfamiljshus används i regel andra alternativa mottagningssätt för tv-sändningar. För de slutanvändare som bor i flerfamiljshus och vill ta emot marksänd tv krävs i de flesta fall en egen bordsantenn, eftersom det är ovanligt med en centralantenn som försörjer flera lägenheter. Det kan också finnas begränsningar att ta emot signaler från marknätet i flerfamiljshus.

Efter den 2 januari 2025 distribueras inte längre några betal-tv-kanaler via marknätet. Det innebär att marknätet numera endast innehåller fri-tv-kanaler som kan tas emot utan villkor om särskild betalning, dvs. SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen, TV4 och TV Finland. SVT:s tv-kanaler är placerade i sändarnät 1 som täcker 99,8 procent av Sveriges fast bosatta befolkning, medan TV4 ligger i sändarnät 2, som har något lägre täckning. Av Teracoms frekvenstabell framgår var det finns stationer för sändarnäten.⁸⁴ TV Finland finns endast som fri-tv-kanal i marknätet i Stockholm, Uppsala och Mälardalen.⁸⁵ TV4:s sändningar i marknätet kommer att upphöra vid årsskiftet.⁸⁶

Eftersom marksänd fri-tv inte kräver abonnemang är det inte möjligt att få fram säkra uppgifter över hur många hushåll som endast tar emot fri-tv-kanalerna via marknätet.

⁸⁴ <https://driftstatus.teracom.se/privat/Support/frekvenstabeller-tv/> (besökt 2025-06-26).

⁸⁵ Se nyhet på Teracoms hemsida:

<https://teracom.se/omteracom/aktuelltfranteracom/marknatetforfritvberoendeavuppkoppling.5.5d3b2456196f62e86592dc.html> (besökt 2025-06-26).

⁸⁶ <https://www.tv4.se/artikel/bEz0jCkXr1iiSGYtyMYTE/tv4-slutar-saenda-i-marknaetet-blir-inte-laengre-en-gratiskanal> (besökt 2025-08-29).

Tidigare har förändringar av antalet betal-tv-abonnemang i marknätet utgjort en indikation för publikens rörelse mot andra plattformar. Antalet sådana abonnemang var som flest 2007 då de uppgick till 710 000.⁸⁷ Vid utgången av 2023 hade antalet marknätsabonnemang minskat till 175 000.⁸⁸ 2024 var det sista året som betal-tv via marknät sändes i Sverige. Det finns därmed inga abonnemang kvar.⁸⁹

3.1.1.2 Tv via kabel-tv-nät (koaxialkabel)

Antalet betal-tv-abonnemang via kabel-tv-nät uppgick 2024 till drygt 1,9 miljoner, varav nästan alla var digitala abonnemang (2019 uppgick antalet kabel-tv-abonnemang till 2,4 miljoner, varav 0,8 miljoner var digitala). Många hushåll i flerfamiljshus har ett digitalt abonnemang via fastighetsägaren, vilket ingår i hyran eller avgiften till bostadsrättsföreningen. Det förekommer även att hushåll dessutom har ett ytterligare digitalt kabel-tv-abonnemang med större kanalutbud.⁹⁰

3.1.1.3 Tv via satellit

För att kunna ta emot tv-signaler från en satellit krävs att slutanvändaren har en parabolantenn, ett mikrovågshuvud och en digital-tv-mottagare. Vidare krävs det oftast fri sikt mot satelliten. Den geografiska täckningen för satellit-tv-sändningar omfattar i princip hela Sverige. På vissa håll förekommer dock en så kallad satellitskugga, vilket förhindrar mottagning. Antalet satellit-tv-abonnemang uppgick till 287 000 under 2024, vilket innebär en minskning jämfört med tidigare år (486 000 under 2019).⁹¹

3.1.1.4 Ip-tv

För att kunna ta emot ip-tv krävs att slutanvändaren har en bredbandsanslutning. Vidare krävs en smart-tv med inbyggd nätverksport eller, för den som saknar en modernare tv, en digitalbox med nätverksport. Det krävs också att slutanvändaren tecknar ett abonnemang med en operatör som levererar ip-tv. Det totala antalet ip-tv-abonnemang uppgick till ca 1,9 miljoner 2024 (1,2 miljoner 2019).⁹²

⁸⁷ PTS rapport Svensk telekommarknad 2007, PTS-ER-2008:15, s. 52.

⁸⁸ PTS rapport Svensk telekommarknad 2023, PTS-ER-2024:18, s. 22.

⁸⁹ PTS rapport Svensk telekommarknad 2024, PTS-ER-2025:9, s. 22.

⁹⁰ PTS rapport Svensk telekommarknad 2023, PTS-ER-2024:18, s. 23. År 2023 hade vart fjärde av dessa hushåll ett digitalt kabel-tv-abonnemang med större kanalutbud.

⁹¹ Svensk telekommarknad 2024, tabell 28.

⁹² Svensk telekommarknad 2024, tabell 28.

3.1.1.5 Tv via internet

Det är möjligt för slutanvändare med tillgång till internet att ta del av tv-program som görs tillgängliga direkt över internet genom strömning via ett programföretags webbplats, en app som tillhandahålls via en appbutik eller en app som är förinstallerad vid köp av hårdvaran.

Vissa tv-tjänster som tillhandahålls via internet är kostnadsfria, exempelvis SVT Play. Av de kostnadsfria tjänsterna är vissa reklamfinansierade (*Advertising-based Video On Demand*, AVOD), exempelvis TV4 Plays gratistjänst. Andra kräver ett abonnemang (*Subscription Video On Demand*, SVOD), exempelvis Netflix. Det finns även abonnemang där slutanvändaren kan påverka priset genom att välja mellan reklamfritt innehåll eller att acceptera reklam (*Hybrid Video On Demand*, HVID). Som exempel kan nämnas att TV4 erbjuder strömningsabonnemang med film och sport till lägre priser om slutanvändaren accepterar reklam.⁹³

Under 2024 hade tre fjärdedelar av befolkningen (75 procent) tillgång till en abonnerad strömningstjänst för tv, vilket var betydligt fler än andelen med tillgång till ett traditionellt kanalpaket för tv via kabel-, satellit- eller ip-tv (52 procent).⁹⁴

Strömning över internet kräver en internetanslutning där överföringshastigheten är tillräcklig för att kvaliteten ska vara godtagbar. Som framgått i avsnitt 2 har 98,45 procent av de svenska hushållen tillgång till 1 Gbit/s i sin absoluta närhet. Dessutom har majoriteten av hushållen en fiberanslutning och/eller tillgång till 5G-nät. Det innebär att nästintill samtliga hushåll i Sverige täcks av accesstekniker som medger konsumtion av strömningstjänster. Det kan tilläggas att andelen hushåll och företag med tillgång till 30 Mbit/s, eller till bredbandsinfrastruktur i absoluta närheten som medger en sådan hastighet, uppgick till 99,88 procent 2024.⁹⁵

En del hushåll har inte tillgång till bredband via fasta eller mobila nät. För dessa kan bredband via satellit vara ett alternativ. Tillgången till sådana abonnemang har stigit och uppnådde nästan 4 000 hushåll och företag under 2024.⁹⁶

⁹³ Se <https://www.tv4play.se/paket> (besökt 2025-05-26).

⁹⁴ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 7.

⁹⁵ PTS mobiltäcknings- och bredbandskartläggning 2024, PTS-ER-2025:7, s. 10.

⁹⁶ PTS mobiltäcknings- och bredbandskartläggning 2024, PTS-ER-2025:7, s 14.

Vidare behöver slutanvändaren, för att ta del av innehåll över internet, någon typ av enhet såsom dator, surfplatta, smart mobil, smart-tv eller mediaspelare. Den svenska befolkningen är i dag välutrustad med avseende på tillgång till olika former av medieteknik. Tillgången till en smart mobil och tv-apparat var 2024 i det närmaste total i stora delar av befolkningen. Under 2024 hade 98 procent tillgång till en smart mobil och 95 procent hade tillgång till en tv-apparat. Tillgången till en bärbar dator låg på 87 procent. Tillgången till en mediaspelare som gör det möjligt att strömma och se innehåll på stor skärm, som till exempel Apple TV eller Chromecast, var 71 procent.⁹⁷

3.2 Avgränsning av relevant slutkundsmarknad för tjänster som ger tillgång till tv-program

Förhandsreglering inom sektorn för elektronisk kommunikation ska skapa fördelar för slutanvändarna genom att hållbar konkurrens uppnås på slutkundsmarknaderna. Utgångspunkten för identifieringen av de grossistmarknader som är relevanta för förhandsreglering är därför en avgränsning av slutkundsmarknaderna.⁹⁸ Avgränsningen av produktmarknader på såväl slutkunds- som grossistnivå ska ske i ett framåtblickande perspektiv, med vägledning av konkurrensrättsliga principer.

PTS har i avsnitt 3.1 beskrivit slutanvändarnas efterfrågan på tjänster som ger tillgång till tv-program och skillnader mellan dessa.

I det följande analyserar PTS vilka av dessa tjänster som är utbytbara för slutanvändarna utifrån egenskaper, användning och pris, och som därmed ska anses ingå på samma relevanta produktmarknad.

En produktmarknadsavgränsning utgår enligt allmänna konkurrensrättsliga principer i normalfallet från en *kärnprodukt*,⁹⁹ dvs. en produkt som är det huvudsakliga fokusområdet för en utredning. Detta gör det möjligt att utifrån kärnprodukten pröva utbytbarheten mot andra produkter för att eventuellt utvidga den relevanta marknaden.¹⁰⁰

⁹⁷ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 100.

⁹⁸ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 6.

⁹⁹ Eng. *focal product*. Till exempel, utgår en analys av den relevanta produktmarknaden i ärenden avseende missbruk av dominerande ställning från den produkt som det misstänkta missbruket avser.

¹⁰⁰ SMP-riktlinjerna, p. 30; Kommissionens tillkännagivande av den 22 februari 2024 om definitionen av relevant marknad i unionens konkurrenslagstiftning (C/2024/1645) (nedan kallat "tillkännagivandet om relevant marknad"), p. 28.

Utgångspunkten för avgränsningen ska vara den av kommissionen definierade grossistmarknaden i rekommendationen om relevanta marknader.¹⁰¹ Eftersom grossistmarknader för sändnings- och överföringstjänster för distribution av sändningsinnehåll till slutanvändare inte har varit rekommenderade sedan 2007 utgår avgränsningen istället från den tidigare fastställda grossistmarknaden.

Denna utgörs av grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare (kärnprodukten). Slutkundsmarknaden för dessa tjänster är fri-tv i marknät, det vill säga tablålagd tv som sänds utan villkor om särskild betalning i marknätet.

En relevant produktmarknad omfattar alla produkter respektive tjänster som i tillfredsställande mån är utbytbara sinsemellan, inte bara vad gäller objektiva egenskaper, priser eller avsedd användning – utan också vad gäller konkurrensvillkor och/eller tillgångs- och efterfrågestrukturen på den aktuella marknaden. Avgränsningen av produktmarknader på såväl slutkunds- som grossistnivå ska ske i ett framåtblickande perspektiv, med vägledning av konkurrensrättsliga principer.

PTS ska även avgränsa den geografiska omfattningen av relevanta produktmarknader.¹⁰² En relevant geografisk marknad omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna och konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade. Området ska kunna skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.¹⁰³

Av rekommendationen om relevanta marknader följer att särskild hänsyn ska tas till om den operatör som potentiellt anses ha betydande inflytande på marknaden agerar enhetligt i hela området eller om konkurrensvillkoren är så annorlunda att operatörens verksamhet är begränsad i vissa områden, men inte i andra. Regleringsmyndigheten ska endast definiera lokala eller regionala delmarknader om den kan identifiera märkbart och objektivt skilda konkurrensförhållanden i olika geografiska områden.¹⁰⁴ Grundprinciperna vid den geografiska avgränsningen är desamma som vid produktavgränsningen, nämligen principerna om efterfråge- och utbudssubstitution.¹⁰⁵

¹⁰¹ 5 kap. 5 § LEK; artikel 64.3 i kodexen.

¹⁰² Se 5 kap. 5 § LEK.

¹⁰³ Jfr SMP-riktlinjerna, p. 48. Se också prop. 2002/03:110, Lag om elektronisk kommunikation, m.m., s. 273.

¹⁰⁴ Jfr rekommendationen om relevanta marknader, skäl 35.

¹⁰⁵ Jfr SMP-riktlinjerna, p. 47.

3.2.1 Utbytbarhet från efterfrågesidan

3.2.1.1 *Utbytbarhet mellan fri-tv via marknät och betal-tv som sänds via kabel-tv, ip-tv eller satellit*

Betal-tv via kabel-tv, ip-tv och satellit skiljer sig inte vad gäller användning från fri-tv via marknät. Det finns däremot vissa skillnader vad gäller produkternas egenskaper eftersom slutanvändaren till viss del kan behöva olika typer av utrustning för att kunna ta del av betal-tv via kabel-tv, ip-tv eller satellit. Tillgängligheten är också betydligt mindre för kabel-tv och satellit eftersom näten inte har samma täckningsgrad.

Utöver dessa skillnader, karaktäriseras fri-tv via marknät av att innehållet kan tas emot utan villkor om särskild betalning. Betal-tv som tillhandahålls via kabel-tv, ip-tv eller satellit är däremot inte avgiftsfri. Det är en viktig skillnad. PTS bedömer därför i likhet med tidigare beslut att betal-tv via kabel-tv, ip-tv eller satellit inte är utbytbart mot fri-tv via marknät.

3.2.1.2 *Utbytbarhet mellan fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program via internet*

Utvecklingen har gått mot att allt fler hushåll i Sverige har tekniska möjligheter att titta på tv via internet i hemmet med tillräckligt god bildkvalitet. Det är ännu vanligare att hushåll har den tekniska utrustning som behövs för att se på tv över internet i form av till exempel mediaspelare för trådlös överföring mellan mobiltelefon eller surfplatta till tv-apparaten. Tillgång till internet ger också möjlighet att abonnera på en strömningstjänst och 75 procent av Sveriges befolkning har i dag tillgång till sådana tjänster. Genom tillgången till internet kan tittare också utan villkor om särskild betalning ta del av tv-program via olika videodelningsplattformar som exempelvis YouTube.

Fri-tv-kanalerna i marknätet går att nå via internet och kan strömmas i realtid enligt tv-tablån, eller ses i efterhand. Innehållet i SVT Play kan ses utan villkor om särskild betalning och utan inloggning. Programutbudet från UR, vars sändningar i marknätet sker med utnyttjande av SVT:s sändningskapacitet, finns tillgängligt i UR Play.

Eftersom analysen av utbytbarheten undersöker i vilken grad tjänster som ger tillgång till tv-program via internet är ett substitut till fri-tv via marknät minskar inte utbytbarheten genom möjligheten att via internet nå ett långt större programutbud, ofta utan villkor om särskild betalning.

Statistik för 2025 visar att 97 procent av alla svenskar använder internet, varav 93 procent dagligen. I princip alla som är födda på 1960-talet eller senare är på internet varje dag.¹⁰⁶

Kostnaden för den internetuppkoppling som krävs är inte endast hänförlig till konsumtionen av tv-program, utan är en kostnad som hushållen har för att ta del av alla typer av tjänster på internet, inklusive tjänster från myndigheter och samhällsinformation.¹⁰⁷ Kostnaden utgör därför ingen begränsning som hindrar utbytbarheten.

Det saknas dataunderlag som visar i vilken utsträckning hushåll som ser på fri-tv via marknät är villiga att i stället titta på motsvarande innehåll via internet. Det kan dock konstateras att konsumtionen av tv-program via strömningstjänster ökat kraftigt på senare år. Fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program över internet måste därför betraktas som utbytbara ur ett framtidsblickande perspektiv, i vart fall när innehållet på internet tillhandahålls utan villkor om särskild betalning. Däremot kan inte abonnemangstjänster som tillhandahålls mot villkor om särskild betalning anses vara ett substitut till att se på fri-tv via marknät.

3.2.2 Sammanfattning när det gäller PTS bedömning av utbytbarheten från efterfrågesidan

Mot bakgrund av slutanvändarnas användarmönster samt produkternas egenskaper, priser och ändamål finner PTS att den relevanta slutkundsmarknaden omfattar fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning.

3.2.3 Utbytbarhet från utbudssidan

En analys av utbudssubstitution mäter i vilken omfattning det finns producenter på närliggande marknader som vid prishöjningar omedelbart eller på kort sikt vore beredda att ställa om sin produktion och börja tillhandahålla den aktuella produkten eller tjänsten, med enbart obetydliga ytterligare icke-återvinningsbara kostnader eller risker.¹⁰⁸ Sådana producenter utövar ett konkurrenstryck på befintliga producenter och ska därför anses verksamma på den relevanta marknaden. Utbudssubstitutionen är enligt kommissionen bara

¹⁰⁶ Internetstiftelsen, Svenskarna och internet 2025, s. 7.

¹⁰⁷ Se bl.a. prop. 2012/13:164, Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, s 50–51.

¹⁰⁸ SMP-riktlinjerna, p. 41. Med detta avses att det inte får krävas en väsentlig tillpassning av befintliga tillgångar eller processer, nyinvesteringar, eller ta tid. Leverantörerna ska även ha incitament och ställa om produktionen så snart de relativa priserna eller efterfrågan förändras. De ska även faktiskt kunna saluföra alla produkter i sortimentet på kort sikt. Se tillkännagivandet om relevant marknad, p. 32–33.

relevant i vissa fall, nämligen när den är lika faktisk och omedelbar som substitutionen på efterfrågesidan och leder till lika konkurrensvillkor för alla berörda produkter.¹⁰⁹

PTS har konstaterat att fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning ingår i samma marknad.

Det finns inte någon närliggande marknad från vilken programbolag omedelbart eller på kort sikt skulle vara beredda att börja tillhandahålla sina tjänster i marknätet eller över internet, särskilt inte utan att erhålla särskild betalning från slutanvändarna. PTS bedömer därför att marknaden inte ska utökas med anledning av utbudssubstitution.

3.2.4 Geografisk marknadsavgränsning

De programföretag som sänder fri-tv till slutanvändare via marknät tillhandahåller dessa program nationellt. Även tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning kan nås oavsett var i Sverige slutanvändaren befinner sig. Konkurrensvillkoren på slutkundsmarknaden skiljer sig därmed inte i olika geografiska områden. PTS bedömer därför att slutkundsmarknaden alltså är nationell.

3.3 Avgränsning av relevant grossistmarknad

Med utgångspunkt i PTS analys av slutkundsmarknaderna följer i detta avsnitt PTS analys och avgränsning av grossistmarknaden. Metoden är densamma som för avgränsning av relevant produktmarknad på slutkundsnivå.

PTS har konstaterat att slutkundsmarknaden består av fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning, vilket är en utvidgning av slutkundsmarknaden i förhållande till beslutet från 2019.

3.3.1 Tidigare marknadsavgränsning

I beslutet från 2019 avgränsades den relevanta marknaden som grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare i hela landet.¹¹⁰

¹⁰⁹ Tillkännagivandet om relevant marknad, p. 23b.

¹¹⁰ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759, s. 31.

3.3.2 Grossistkundernas behov och användning av tjänster

För att kunna sända fri-tv via marknät behövs tillgång till utsändningstjänster i marknätet.

Av villkoren i SVT:s nuvarande sändningstillstånd för marknätet, som meddelats av regeringen, framgår bland annat att minst 99,8 procent av Sveriges fast bosatta befolkning ska kunna ta emot marksändningarna.¹¹¹ Detta krav ska finnas kvar fram till 2034 enligt riksdagens beslut om inriktningen för public service från 1 januari 2026.¹¹² För att kunna leverera sändningar i enlighet med sitt uppdrag behöver SVT ha tillgång till ett rikstäckande marknät som uppfyller de krav som ställs i sändningsvillkoren. Däremot ska enligt propositionen *En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033* (prop. 2024/25:166) villkoren för sändning i marknätet göras mer flexibla, med möjlighet för SVT att minska antalet programtjänster i marknätet.¹¹³

Marksändningar har bedömts vara av stor betydelse för att upprätthålla tillgänglighet till public service-företagens sändningar även under svåra förhållanden som kriser och höjd beredskap. Samtidigt sker mediekonsumtionen i allt större utsträckning via andra distributionsplattformar, vilket har minskat de kommersiella aktörernas efterfrågan på utsändningstjänster i marknät. Betal-tv-kanaler distribueras inte längre via marknätet sedan den 2 januari 2025.

För sändning av tv via internet finns det olika distributionssätt som i korthet handlar om olika sätt att lagra innehåll på servrar för vidare distribution till slutanvändare via kommersiella tjänster eller egen försorg.

3.3.3 Utbytbarhet från efterfrågesidan

Slutkundsmarknaden omfattar fri-tv via marknät och tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning. För den enda kvarvarande köparen av rikstäckande utsändningstjänster i marknätet, SVT, krävs att de bedriver sin verksamhet enligt de villkor som riksdagen och regeringen beslutat för bolaget. Som framgått i avsnitt 3.3.2 krävs att SVT har tillgång till ett rikstäckande marknät som uppfyller de krav som ställs i sändningstillståndet.

¹¹¹ Regeringens beslut den 12 december 2019 i ärende nr Ku/2019/02007/MD och Ku2019/02008/MD jämte bilagor.

¹¹² Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 86 f.

¹¹³ Se s. 102.

PTS konstaterade i beslutet från 2019 att konstruktionen innebar att SVT inte hade möjlighet att substituera programutsändningstjänster för distribution av nationell fri-tv via marknät som motsvarade de krav som ställdes i sändningstillstånden vad gäller täckning och robusthet mot andra grossisttjänster.

Regleringsstrukturen kring public service förändras inför den nya uppdragsperioden som inleds den 1 januari 2026. För SVT kommer det fortsatt inte vara möjligt att fullt ut substituera marknätet mot någon annan programutsändningstjänst för distribution av tv-program eftersom det skulle innebära att bolaget inte skulle uppfylla sitt public service-uppdrag. Det saknas därför utbytbarhet från efterfrågesidan för köparen av utsändningstjänster i marknätet. PTS bedömer därför att grossistmarknaden inte, till följd av efterfrågesubstitution, kan utvidgas till att omfatta fler tjänster, som till exempel distributionstjänster för tv-program som tillhandahålls över internet. Detta trots att även tjänster som ger tillgång till tv-program via internet utan villkor om särskild betalning ingår i den relevanta slutkundsmarknaden.

Det saknas enligt PTS bedömning skäl att avgränsa och vidare analysera en egen relevant marknad för distributionstjänster för tv-program som tillhandahålls över internet. Detta eftersom denna marknad inte tidigare varit rekommenderad eller reglerad. Marknaden präglas också av låga inträdeshinder och många aktörer, vilket tyder på god konkurrens.

3.3.4 Utbytbarhet från utbudssidan

För att ställa om sin produktion och börja tillhandahålla utbytbara produkter på grossistmarknaden för distribution av fri-tv via marknät måste ett företag ha tillgång till infrastruktur som motsvarar den som finns i Teracom's marknät.

Intresset för att sända tv via marknät är minskande i takt med att slutanvändarna går över till internetbaserad mediekonsumtion. Sedan sändningarna av betal-tv-kanaler upphört utnyttjas inte längre det frekvensutrymme som är avsatt för tv-sändningar fullt ut. Mediemyndigheten bedömer med hänsyn till tv-marknadens utveckling och framför allt avsaknaden av en betal-tv-operatör i marknätet, att intresset för att sända marksänd tv från 2026 kommer att vara lågt.¹¹⁴

Den tydliga utvecklingen mot internetbaserad mediekonsumtion innebär att det inte är sannolikt att en ny aktör skulle ha ett intresse att träda in på marknaden för distribution av

¹¹⁴ Mediemyndigheten, Marksänd tv 2026: Mediemyndighetens utgångspunkter för tillståndsprövningen 1 januari 2026–31 december 2033, s. 12.

tv-sändningar via marknät. Därmed saknas möjligheter till utbudssubstitution vad gäller fri-tv via marknät.

3.3.5 Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden

Som framgått i avsnitt 3.2 följer det av 5 kap. 5 § LEK att PTS ska avgränsa den geografiska omfattningen av relevanta produktmarknader.

3.3.5.1 Tidigare geografisk marknadsavgränsning

I föregående beslut fann PTS att den geografiska marknaden var nationell.¹¹⁵

3.3.5.2 Bedömning av den geografiska marknadsavgränsningen

Den relevanta grossistmarknaden omfattar utsändning av tv-program via marknät som når minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i Sverige.

Det rikstäckande marknätet har byggts för att möjliggöra tillhandahållande av tv-sändningar till praktiskt taget hela Sverige. Det finns inga klart avgränsade geografiska områden där konkurrensvillkoren är märkbart annorlunda. PTS finner mot denna bakgrund att den geografiska omfattningen av marknaden är nationell.

¹¹⁵ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1759, s. 32.

4. Den svenska marknaden för tjänster för distribution av radioprogram

4.1 Slutanvändarnas behov och användning av tjänster som ger tillgång till radioprogram

I detta avsnitt beskrivs hur slutanvändare tar del av radioprogram och via vilka distributionsplattformar radioprogram erbjuds. Syftet med detta avsnitt är att beskriva förhållandena på slutkundsmarknaden för att ge en bakgrund till vilka behov, användningsmönster och andra alternativ som finns inför den marknadsavgränsning som följer i efterkommande avsnitt (avsnitt 4.2). PTS vill betona att en sådan konkurrensrättslig analys görs utifrån normala konsumtionsförhållanden.

Digitalisering och utvecklingen av kommunikationsteknik har medfört att medieanvändare i dag har stora möjligheter när det kommer till val av tjänster som ger tillgång till radioprogram. Det gäller framför allt för tjänster som ger tillgång till radioprogram på begäran och som nås via internet i form av olika typer av strömningstjänster som exempelvis SR Play, RadioPlay, Podme, Acast och Spotify.

Under en vanlig dag 2024 lyssnade 78 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år på radio i någon form. Den allra största andelen, 54 procent, lyssnade på radio i bilen. 33 procent lyssnade på radio i traditionell radiomottagare (FM). 29 procent lyssnade på poddar eller radio i efterhand, medan 23 procent lyssnade på direktsänd radio över internet (webbradio).¹¹⁶

Sättet att lyssna och vad man lyssnar på är i hög grad beroende av ålder, där äldre i högre grad lyssnar på direktsänd radio via en traditionell radiomottagare, medan yngre i större utsträckning lyssnar på poddar och via mobilen.¹¹⁷

4.1.1 Olika typer av plattformar för leverans av tjänster

Programtjänster med radioprogram distribueras via marknät eller över internet. Slutanvändarna kan ta emot innehållstjänster som finansieras genom abonnemangavgift,

¹¹⁶ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 22.

¹¹⁷ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 22.

reklam eller genom public service-avgift enligt lagen (2018:1893) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst. Plattformarna har olika geografisk täckning. Det är därför inte alltid möjligt för samtliga slutanvändare att välja innehåll från alla plattformar. Det kan också krävas att slutanvändarna har tillgång till olika typer av utrustning för att ha möjlighet att ta emot sändningar på respektive plattform. Förutsättningarna beskrivs nedan.

4.1.1.1 Analog ljudradio via marknät

Mottagning av analog ljudradio via marknätet är kostnadsfri, bortsett från kostnaden för inköp av en radioapparat med FM-mottagare. FM-mottagare finns, förutom i radioapparater, till exempel även i bilar och i vissa mobiltelefoner. Färre uppger att de har tillgång till radiomottagare i dag, 62 procent 2024 jämfört med 88 procent 2010.¹¹⁸ FM-sändningarna når 99,8 procent av Sveriges befolkning.¹¹⁹

SR sänder samtidigt kanalerna P1, P2, P3 och P4 i FM-nätet. P4 bryts ner regionalt. Antalet tillstånd för analog kommersiell radio uppgår för närvarande till tre nationella och 35 regionala och lokala. Den kommersiella radiomarknaden, som finansieras med reklamintäkter, är liten med relativt få tillståndshavare som också bedriver omfattande samarbeten genom något av de stora nätverken Bauer Media eller Viaplay Group. Programbolagen får i begränsad utsträckning sända analog ljudradio med minst 70 procent befolkningstäckning, utrymme för tre nationella tillstånd finns. Viaplay Group sänder, liksom SR, i Teracoms marknät, medan Bauer Media har ett eget marknät med ca 43 procents befolkningstäckning och fokus på storstadsområdena.

Det finns även närradio-kanaler som slutanvändarna kan lyssna på, via sin FM-mottagare. Lyssnandet på närradio är dock inte särskilt utbrett och intresset att sända närradio har minskat kraftigt det senaste decenniet.

4.1.1.2 Digital ljudradio via marknät (DAB)

Drygt 40 procent av Sveriges befolkning kan ta del av DAB-radiosändningar utan villkor om särskild betalning om de har en DAB-mottagare.¹²⁰

SR erbjuder ett antal DAB-kanaler som når Stockholm, Uppsala, Göteborg, Malmö och Luleå. De kanaler som SR sänder i DAB-nätet är för närvarande P1, P2, P3, P3 Din Gata, Radioapans knattekanal, Sveriges Radio Finska samt respektive områdes lokala P4-kanal.

¹¹⁸ Nordicom, MedieSverige 2025, s. 40.

¹¹⁹ <https://teracom.se/vara-tjanster/medietjanster> (besökt 2025-09-01).

¹²⁰ Enligt uppgift från Mediemyndigheten, se skrivelse 2025-08-18, PTS dnr 23-18565-10.

Det ställs inga krav på SR att bolaget ska sända DAB. Inte heller under nästa uppdragsperiod, 2026–2033, kommer det att ställas sådana krav. Regeringen konstaterar att ett krav på utbyggnad av SR:s DAB-sändningar är förenat med ökade kostnader för SR under tillståndspanoden. SR måste därför enligt regeringen själva avgöra om och i vilken omfattning de ska bedriva DAB-sändningar.¹²¹

Mediemyndigheten har meddelat 31 tillstånd för digital kommersiell radio till sex olika tillståndshavare.¹²² Samtliga tillstånd löper ut den 30 juli 2026.

Riksdagen beslutade den 1 oktober 2025 om nya regler för tillstånd för kommersiell radio. Reglerna träder i kraft den 15 november 2025 och innebär att sändningstillstånd för såväl analog som digital ljudradio ska fördelas efter urvalsförfarande och en ny avgiftsmodell där sändningsavgiften för analog ljudradio kopplas till tillståndets marknadsvärde. Ändringarna förväntas medföra bättre ekonomiska förutsättningar för radioföretagen och möjliggöra för bl.a. utbyggnad av det digitala marknätet eller annan digitalisering.¹²³

4.1.1.3 Radioprogram via internet

Slutanvändare som har tillgång till internet kan via mobiltelefon, surfplatta, dator eller annan uppkopplad enhet som kan förmedla ljud genom strömning lyssna på linjära radiosändningar, poddar och musik. Åtkomst kan ske på olika sätt, t.ex. via en webbplats eller en applikation, eller genom kommandon till en röststyrd enhet om att spela upp ett visst program.

Statistik för 2025 visar att 97 procent av alla svenskar använder internet, varav 93 procent dagligen. I princip alla som är födda på 1960-talet eller senare är på internet varje dag.¹²⁴

År 2024 hade 87 procent av svenskarna tillgång till en bärbar dator. 98 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år hade tillgång till en smart mobil och 71 procent hade tillgång till en surfplatta.¹²⁵ Det blir också vanligare att nyare bilar är uppkopplade mot internet och erbjuder sina användare mängder av möjligheter till konsumtion av medier, musik och nöjen. Med hänvisning till denna utveckling uppger SR i sin public service-redovisning att programföretaget bedriver en rad arbeten för att säkerställa att lyssnare och användare ska kunna ta del av SR:s innehåll i bilar.¹²⁶

¹²¹ Prop. 2024/25:164, En långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet, s. 111, betänkande 2025/26:KU3.

¹²² Bauer Media Audio Filial, DB Media AB, Kilohertz AB, Mad Men Media AB, NRJ Sweden AB och Skärgårdsradion AB.

¹²³ Prop. 2024/25:164, En långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet, s. 45.

¹²⁴ Internetstiftelsen, Svenskarna och internet 2025, s. 7.

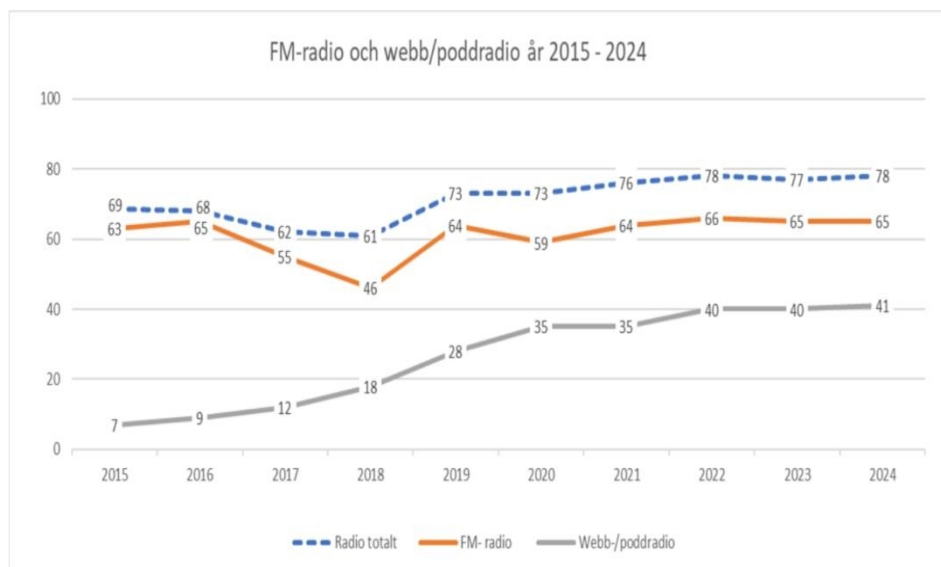
¹²⁵ Nordicom, Mediebarometern 2024, s. 101.

¹²⁶ SR:s public service-redovisning 2024, s. 78.

Genom att använda internet kan slutanvändaren få tillgång till ett mycket stort utbud av radiokanaler. Exempelvis är det möjligt att lyssna på samtliga av SR:s sändningar samt de flesta kommersiella radiokanaler. Det finns även ett nästintill obegränsat antal kanaler som endast tillhandahålls via internet. Variationen av innehåll är därför mycket stor. Det är också möjligt att ta del av innehållet via ett stort utbud av plattformar.

Utöver att lyssna på radioprogram i linjära sändningar finns det i dag ett oändligt utbud av poddar som kan avlyssnas vid den tidpunkt lyssnaren väljer. Såväl medieföretag, myndigheter och företag som organisationer producerar poddar. De distribueras både lokalt från egna webbplatser och via applikationer samt via aggregerade tjänster som exempelvis Apple Podcasts, Acast, Podme och Spotify. Vissa applikationer har prenumerationstjänster vilket innebär att de bara kan nås mot en kostnad. En del innehåll är också helt eller delvis reklamfinansierat.

Figur 2 Radiolyssnande en genomsnittlig dag (i procent)



Källa: Nordicom. Lyssnare för åldersgruppen 9–79 år för 2015–2019 och den utökade åldersgruppen 9–85 år för 2020–2024 (i procent)

Figuren visar hur utvecklingen för radiolyssnande sett ut över tid. Utifrån informationen kan man konstatera att framför allt lyssnandet på radiosändningar över internet (webbradio) och poddradio har ökat.

4.2 Avgränsning av relevant slutkundsmarknad för tjänster som ger tillgång till radioprogram

I detta avsnitt avgränsas den relevanta produktmarknaden på slutkundsnivå. Syftet med förhandsreglering enligt LEK är att åtgärda konkurrensproblem på slutkundsmarknaden. För att kunna bedöma behovet av reglering behöver den relevanta slutkundsmarknaden avgränsas. Som framgått i avsnitt 3.2 omfattar en relevant produktmarknad alla produkter respektive tjänster som i tillfredsställande mån är utbytbara sinsemellan, inte bara vad gäller objektiva egenskaper, priser eller avsedd användning – utan också vad gäller konkurrensvillkor och/eller tillgångs- och efterfrågestrukturen på den aktuella marknaden. Avgränsningen av produktmarknader på såväl slutkunds- som grossistnivå ska ske i ett framåtblickande perspektiv, med vägledning av konkurrensrättsliga principer.

Eftersom PTS har att analysera sedan tidigare reglerade marknader, utgår marknadsavgränsningen från den i dag reglerade grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av analog ljudradio via marknät till slutanvändare i hela landet.

PTS har i avsnitt 4.1 beskrivit utbudet av tjänster som ger tillgång till radioprogram och skillnader mellan dessa.

I det följande analyserar PTS vilka av dessa tjänster som är utbytbara för slutanvändarna utifrån egenskaper, användning och pris, och som därmed ska anses ingå på samma relevanta produktmarknad.

4.2.1 Utbytbart från efterfrågesidan

4.2.1.1 *Utbytbart mellan analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet*

I 2019 års beslut gjorde PTS bedömningen att ljudinnehåll via internet som tillhandahålls utan avgift var ett substitut till analog ljudradio via marknät.¹²⁷ Utvecklingen av teknik för att ta del av ljudinnehåll via internet och det ökade utbudet av ljudinnehåll på internetbaserade plattformar medför att resonemangen i 2019 års beslut även fortsättningsvis är giltiga.

Produkternas egenskaper är i stort sett samma. Samma innehåll som går att ta del av via analog ljudradio över marknätet finns även att ta del av på internet via SR:s webbplats, www.sverigesradio.se, och via SR Play samt via övriga aktörers hemsidor.¹²⁸ På internet finns

¹²⁷ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1789, s. 23 f.

¹²⁸ Se till exempel: <https://www.viplayradio.se/> (besökt 2025-08-22).

dessutom i många fall möjlighet att själv välja vilket innehåll man vill lyssna på och när, och där finns i vissa fall mer innehåll än i det analoga marknätet. Till exempel finns utöver SR:s kanaler även annat innehåll att ta del av över internet, som till exempel poddar och musik.¹²⁹ Eftersom analysen av utbytbarmheten undersöker i vilken grad tjänster som ger tillgång till ljudprogram över internet är ett substitut till analog radio, minskar inte utbytbarmheten från analog radio till motsvarande internettjänster genom att de senare tjänsterna erbjuder ett större programutbud.

Vid sidan av de radiokanaler som går att ta del av via analog ljudradio finns det också ytterligare radioprogram, poddar och annat ljudinnehåll som går att ta del av via olika typer av internetbaserade tjänster.

Det saknas dataunderlag som visar i vilken mån hushåll som lyssnar på analog radio är villiga att i stället ta del av radioprogram via internet. Däremot går utvecklingen mot att allt färre lyssnar linjärt, vilket borde tyda på en ökad utbytbarmhet.¹³⁰

En mycket stor del av Sveriges befolkning har tillgång till internet och tillgång till en terminal med internetuppkoppling, t.ex. en mobiltelefon, dator eller surfplatta. Det finns därmed inte några tekniska begränsningar som hindrar ett byte från att lyssna på analog ljudradio till att lyssna på radioprogram via internet.

Mottagning av analog ljudradio via marknätet är kostnadsfri, bortsett från kostnaden för inköp av en radioapparat med FM-mottagare. Samma sak gäller i många fall för lyssnande via internet som också är gratis utöver kostnaden för införskaffande av terminalutrustning. Kostnaden för internetuppkoppling är inte endast hänförlig till användande av internet för att lyssna på radioprogram, utan är en kostnad som hushållen har för att bl.a. ta del av allmän samhällsinformation, oavsett om de vill lyssna på radioprogram via internet eller inte. Det finns därmed inga stora kostnadsmässiga begränsningar som hindrar slutanvändaren att byta från analog ljudradio till att lyssna på radioprogram via internet som tillhandahålls utan villkor om särskild betalning.

PTS finner mot denna bakgrund att analog ljudradio via marknät och radioprogram via internet som tillhandahålls utan villkor om särskild betalning bör anses tillhöra samma slutkundsmarknad. Däremot kan inte abonnemangstjänster som kräver att användaren betalar för radioprogram via internet anses vara ett substitut till analog ljudradio via marknät.

¹²⁹ Se till exempel: <https://www.sverigesradio.se/poddar-program> (besökt 2025-08-22).

¹³⁰ Se till exempel <https://mediavision.se/article/press-release/10797> (besökt 2025-09-12).

4.2.1.2 Utbytbarhet mellan analog ljudradio via marknät eller tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet och DAB-sändningar

En potentiell utvidgning av produktmarknaden är att inkludera även digital radio via marknät (DAB-sändningar). I likhet med analog ljudradio går det att lyssna på DAB utan att ha ett abonnemang. För att kunna lyssna på DAB-sändningar behöver dock slutanvändaren en radio med DAB-mottagare. En radioapparat som kan ta emot digitala sändningar kostar vanligen mellan cirka 300 och 2 000 kronor beroende på olika egenskaper hos mottagarna.

Den största skillnaden mellan analog ljudradio via marknät eller tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning och DAB-sändningar är täckningen. Som framgår i avsnitt 4.1.1.2, nås en betydligt mindre del av befolkningen av DAB-sändningar. Det innebär att de inte är utbytbara tjänster för en stor del av befolkningen. PTS bedömer därför att DAB-sändningar inte är utbytbara mot analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning.

4.2.2 Sammanfattning när det gäller PTS bedömning av utbytbarheten från efterfrågesidan

Mot bakgrund av slutanvändarnas användarmönster samt produkternas egenskaper, priser och ändamål finner PTS att den relevanta slutkundsmarknaden omfattar analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning, då dessa tjänster får anses utbytbara.

4.2.3 Utbytbarhet från utbudssidan

Metoden för att bedöma utbytbarhet från utbudssidan framgår i avsnitt 3.2.3.

PTS har konstaterat att analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning ingår i samma marknad.

Det finns inte någon närliggande marknad från vilken leverantörer av radioprogram omedelbart eller på kort sikt skulle vara beredda att börja tillhandahålla sina tjänster i marknätet eller över internet, särskilt inte utan att erhålla särskild betalning från slutanvändarna. PTS bedömer därför att marknaden inte bör utökas med anledning av utbudssubstitution.

4.2.4 Geografisk marknadsavgränsning

Marknätet över vilket analog ljudradio sänds har en täckningsgrad på 99,8 procent av Sveriges fast bosatta befolkning. Större delen av den svenska befolkningen har internetaccess, från såväl fasta som mobila nät, som medger konsumtion av radioprogram. PTS bedömer därför att slutkundsmarknaden alltså är nationell.

4.3 Avgränsning av relevant grossistmarknad

Med utgångspunkt i PTS analys av slutkundsmarknaderna följer i detta avsnitt PTS analys och avgränsning av grossistmarknaden. Metoden är densamma som för avgränsning av relevant produktmarknad på slutkundsnivå.

PTS har konstaterat att slutkundsmarknaden består av analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning. Detta är utgångspunkten för avgränsningen av den relevanta grossistmarknaden.

4.3.1 Grossistkundernas behov och användning av tjänster

För att kunna sända radio via marknät behövs tillgång till utsändningstjänster i marknätet.

Av de nu gällande sändningsvillkoren i SR:s sändningstillstånd för marknätet, som meddelats av regeringen, framgår bland annat att minst 99,8 procent av Sveriges fast bosatta befolkning ska kunna ta emot marksändningarna.¹³¹ Detta krav ska finnas kvar fram till 2034 enligt den nya public service-regleringen.¹³² Däremot kommer det nu finnas möjlighet för SR att minska antalet programtjänster i marknätet.¹³³

För sändning av radioprogram via internet finns det olika distributionssätt som i korthet handlar om olika sätt att lagra innehåll på servrar för vidare distribution till slutanvändare via kommersiella tjänster eller egen försorg.

¹³¹ Regeringens beslut den 12 december 2019 i ärende nr Ku/2019/02007/MD och Ku/2019/02008/MD, jämte bilagor.

¹³² Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 86 f.

¹³³ Prop. 2024/25:166, En lag om public service och riktlinjer för verksamheten 2026–2033, s. 102.

4.3.2 Utbytbarhet från efterfrågesidan

Slutkundsmarknaden omfattar analog ljudradio via marknät och tjänster som ger tillgång till radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning. Den huvudsakliga grossistkunden för analog ljudradio via marknät är SR. SR:s verksamhet måste bedrivas enligt de villkor som riksdagen och regeringen beslutat för bolaget. För att kunna leverera sändningar i enlighet med villkoren i sändningstillstånden behöver SR ha tillgång till ett rikstäckande marknät som uppfyller de krav på täckning som ställs i sändningstillståndet.

PTS konstaterade i beslutet från 2019 att konstruktionen innebar att SR inte hade möjlighet att substituera programutsändningstjänster för distribution av analog ljudradio via marknät som motsvarade de krav som ställdes i sändningstillstånden vad gäller täckning och robusthet mot andra grossisttjänster. Därför ansåg PTS att den relevanta produktmarknaden på grossistnivå skulle anses vara programutsändningstjänster för distribution av analog ljudradio via marknät till slutanvändare som når hela Sverige.¹³⁴

Regleringsstrukturen kring public service förändras inför den nya uppdragsperioden som inleds den 1 januari 2026. För SR kommer det dock inte att vara möjligt att fullt ut substituera Teracoms marknät mot någon annan programutsändningstjänst för distribution av radio, eftersom det skulle innebära att bolaget inte skulle uppfylla sitt public service-uppdrag. Det saknas därför utbytbarhet från efterfrågesidan för den huvudsakliga grossistkunden på marknaden. Övriga grossistkunder är inte bundna av täckningskrav som endast kan uppfyllas genom Teracoms nät. Distribution enbart via internet kan dock i nuläget inte betraktas som ett alternativ för dessa aktörer. PTS bedömer därför att grossistmarknaden inte kan utvidgas till att omfatta fler tjänster, som till exempel distributionstjänster för radioprogram som tillhandahålls över internet.

Det saknas enligt PTS bedömning skäl att avgränsa och analysera en egen relevant produktmarknad för distributionstjänster för radioprogram som tillhandahålls över internet. Detta eftersom denna marknad inte tidigare varit rekommenderad eller reglerad. Marknaden präglas också av låga inträdeshinder och många aktörer, vilket tyder på god konkurrens.

¹³⁴ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1760, s. 30 f. Regeringens beslut om nu gällande tillståndsvillkor fattades den 5 december 2019, se Ku2019/02310/MD, Ku2019/07786/MD, Ku2019/02007/MD.

4.3.3 Utbytbarhet från utbudssidan

För att ställa om sin produktion och börja tillhandahålla utbytbara produkter på grossistmarknaden för distribution av analog ljudradio via marknät som når slutanvändare i hela Sverige måste ett företag ha tillgång till infrastruktur som motsvarar den som finns i Teracoms marknät.

PTS bedömer att det inte finns något företag som snabbt och utan avsevärda kostnader och kommersiella risker kan börja tillhandahålla en utsändningstjänst via marknät som uppfyller de villkor som regeringen ställer i sändningstillstånden. Därmed saknas utbytbarhet från utbudssidan som utövar konkurrenstryck.

4.3.4 Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden

Som framgått i avsnitt 3.2 följer det av 5 kap. 5 § LEK att PTS ska avgränsa den geografiska omfattningen av relevanta produktmarknader.

4.3.4.1 Tidigare geografisk marknadsavgränsning

I föregående beslut fann PTS att den geografiska marknaden var nationell.¹³⁵

4.3.4.2 Bedömning av den geografiska marknadsavgränsningen

Den relevanta produktmarknaden omfattar analog utsändning av ljudradio via marknät som täcker minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i Sverige.

Det rikstäckande marknätet har byggts för att möjliggöra tillhandahållande av ljudradiosändningar till praktiskt taget hela Sverige. Det finns inga klart avgränsade geografiska områden där konkurrensvillkoren är märkbart annorlunda. PTS finner mot denna bakgrund att den geografiska omfattningen av marknaden är nationell.

¹³⁵ PTS beslut den 10 september 2019, dnr 18-1760, s. 32.

5. Analys av regleringsbehovet på rundradiomarknaderna

Enligt 5 kap. 5 § LEK ska regleringsmyndigheten fortlöpande fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att ålägga någon skyldigheter i syfte att motverka konkurrensproblem. Enligt 5 kap. 6 § LEK kan det vid tillämpningen av 5 § anses motiverat att ålägga någon skyldigheter på en marknad om det s.k. trekriterietestet är uppfyllt. Trekriterietestet innebär att tre särskilda kriterier ska vara kumulativt uppfyllda för att förhandsreglering ska kunna bli aktuell. Om något kriterium inte anses vara uppfyllt kan marknaden inte komma i fråga för förhandsreglering. Kriterierna som ska vara uppfyllda är följande:

1. Det finns stora och bestående hinder för marknadsinträde
2. Marknadsstrukturen är sådan att den inte utvecklas mot effektiv konkurrens
3. Marknadsmisslyckandena kan inte åtgärdas med stöd av den allmänna konkurrensrätten¹³⁶

Nedan redogörs kort för vad som bör beaktas vid bedömningen av respektive kriterium.

5.1 Hinder för marknadsinträde

Vid bedömningen av höga och varaktiga inträdeshinder ska PTS beakta såväl strukturella som rättsliga eller regleringsbaserade hinder för konkurrenter att träda in eller expandera på de relevanta marknaderna.

Strukturella hinder leder typiskt sett till ojämna förhållanden mellan företag som redan är etablerade på marknaden och deras konkurrenter och inkluderar bl.a. stordriftsfördelar, nätkapacitetsbegränsningar och höga icke-återvinningsbara kostnader. På nätmarknader – till vilka marknader för utsändningstjänster för fri-tv och analog ljudradio i marknätet räknas – förekommer normalt sett strukturella hinder.¹³⁷

¹³⁶ 5 kap. 6 § LEK.

¹³⁷ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 9.

Rättsliga hinder består av föreskrifter och andra av det offentliga påkallade krav som hindrar eller försvårar för företag att träda in eller expandera på marknaden. Det kan t.ex. vara svårigheter att få bygglov för master. Hinder som kan komma att undanröjas under de kommande fem åren utgör normalt sett inte ett hinder som uppfyller det första kriteriet.¹³⁸

När regleringsmyndigheterna bedömer inträdeshinder inom ramen för trekriterietestet ska de bl.a. ta hänsyn till om det skett marknadsinträden som har varit, eller förväntas vara, tillräckligt omedelbara och bestående för att begränsa marknadsinflytandet av de företag som redan finns på marknaden.¹³⁹

5.2 Utveckling mot effektiv konkurrens

Även om det finns höga och bestående hinder mot inträde på en relevant marknad kan marknaden bakom inträdeshindren utvecklas mot en effektiv konkurrens. PTS ska därför ta ställning till om de relevanta marknadernas struktur är sådan att de, trots inträdeshinder, tenderar att inom den relevanta tidsperioden utvecklas i riktning mot effektiv konkurrens, dvs. om det finns en positiv marknadsdynamik.¹⁴⁰

Vid bedömningen ska PTS beakta det nuvarande läget och utsikterna för infrastrukturbaserad konkurrens och andra konkurrenskällor bakom hindren för marknadsinträde. Exempelvis kan konvergens av produkter som levereras via olika nättekniker ge upphov till konkurrenstryck från operatörer som är verksamma på olika produktmarknader och leda till marknadskonvergens.¹⁴¹

I rekommendationen om relevanta marknader klargörs att de nationella regleringsmyndigheterna under detta kriterium inte bara bör beakta marknadsdynamik som beror på inträde genom nyetablering av nät. Vid bedömningen av huruvida konkurrensen är tillräcklig, samt av behovet av regleringsåtgärder, bör de nationella regleringsmyndigheterna även beakta huruvida tillträde i grossistledet erbjuds intresserade företag till rimliga affärsvillkor som tillåter hållbara konkurrenskraftiga resultat för slutanvändarna på slutkundsmarknaden. Möjligheten, i frånvaro av reglering, för andra operatörer att på detta sätt framgångsrikt konkurrera på slutkunds- eller grossistmarknaden bör alltså beaktas.¹⁴²

¹³⁸ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 10.

¹³⁹ Rekommendationen om relevanta marknader, p. 14.

¹⁴⁰ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 13.

¹⁴¹ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 13.

¹⁴² Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 15. Se även kommissionens beslut den 1 december 2021 i ärende DK/2021/2346, s. 19.

5.3 Tillämpning av den allmänna konkurrensrätten

Förhandsreglering med stöd av LEK utgör ett komplement till den allmänna konkurrenslagstiftningen på området för elektronisk kommunikation. I den mån den allmänna konkurrenslagstiftningen är tillräcklig för att åtgärda konkurrensproblemen på marknaden ska reglerade förhandsskyldigheter därför inte införas.

Den allmänna konkurrenslagstiftningen kan i flera fall vara mindre effektiv än förhandsreglering enligt LEK när det handlar om att skapa bättre konkurrensförutsättningar på en marknad för elektronisk kommunikation som kännetecknas av strukturella problem. Om åtgärdandet av konkurrensproblemen medför omfattande krav på efterlevnad eller regelbundet ingripande, anses förhandsreglering vara ett lämpligt komplement till konkurrenslagstiftningen.¹⁴³ I vissa fall kan lämpliga skyldigheter inte åläggas med stöd av allmän konkurrenslagstiftning. Dessutom kan förhandsreglering skapa ökad förutsägbarhet på marknaden, vilket kan vara väsentligt för att skapa långsiktiga förutsättningar för en effektiv konkurrens.¹⁴⁴

5.4 PTS bedömer att trekriterietestet inte är uppfyllt

5.4.1 Det föreligger hinder för marknadsinträde

På de relevanta grossistmarknaderna tillhandahålls utsändningstjänster för nationell fri-tv och analog ljudradio i marknätet, där programföretag köper programutsändningstjänsten av Teracom. Teracom äger och driver marknätet som sträcker sig över nästintill hela Sverige.

Att etablera ett nytt alternativt marknät skulle vara mycket kostsamt. Utöver driftskostnader kräver det mycket stora investeringar för att bygga nya master i den omfattning som krävs för att täcka 99,8 procent av befolkningen. Såväl upprättandet av master som inköp av den sändarutrustning som behövs för sändning i nätet medför höga kostnader som inte kan återvinnas (s.k. *sunk costs*), vilket leder till en asymmetri mellan ett etablerat företag och ett nytillträdande företag. De tydligaste hindren för en aktör som överväger att etablera ett parallellt rikstäckande marknät är de omfattande investeringskostnaderna, förmodade svårigheter att få bygglov och att riktningen på nuvarande mottagarantennerna skulle behöva

¹⁴³ Rekommendationen om relevanta marknader, skäl 17.

¹⁴⁴ Commission staff working document (explanatory note) accompanying the document Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2018 establishing the European Electronic Communications Code, SWD(2020) 337 final, s. 14–15.

justeras. En låg efterfrågan på utsändningstjänster i marknätet gör också etableringen av ett nytt marknät mindre trolig.

5.4.2 Marknaderna utvecklas mot effektiv konkurrens

Andelen av befolkningen som tar del av radio- och tv-program via marknät har minskat under lång tid och fortsätter att minska, vilket märks tydligast på tv-sidan där allt färre användare har tillgång till marknätet i takt med att tv-antenner plockas ned.

Publikens närvaro på digitala plattformar som kräver internetuppkoppling har ökat kraftigt. 2025 har 97 procent av Sveriges befolkning tillgång till internet och 93 procent använder internet dagligen, med möjlighet att ta del av radio- och tv-program utan villkor om särskild betalning.¹⁴⁵ PTS analys av slutkundsmarknaderna i detta beslut visar att det finns alternativ till fri-tv och analog ljudradio i marknätet i form av tjänster som ger tillgång till tv- och radioprogram via internet utan villkor om särskild betalning. Dessa alternativ kan tillgodose slutanvändarnas behov av ett gott utbud och god kvalitet. PTS har inte funnit några indikationer på att detta skulle ändras till slutanvändarnas nackdel under den kommande regleringsperioden.

PTS bedömning är vidare att det, utifrån de regelverk som PTS har att beakta, inte finns några konkurrensproblem på de relevanta slutkundsmarknaderna som kan medföra risk för att slutanvändarna drabbas i form av minskat utbud eller försämrad valfrihet eller kvalitet. PTS ser heller inte några risker för att slutanvändarna kommer att drabbas av högre priser mot bakgrund av att public service-innehåll ska tillhandahållas utan villkor om särskild betalning.

De nya public service-uppdragen, med teknikneutrala innehållsvillkor och möjlighet för programföretagen att minska antalet programtjänster i marknätet, är anpassade till denna utveckling. Det kan förväntas leda till att dynamiken på de redan välfungerande slutkundsmarknaderna ökar ytterligare genom att en minskning av antalet programtjänster från public service också skulle kunna påverka publikens efterfrågan på programtjänster i marknätet.

På grossistmarknaderna för utsändningstjänster via marknät finns brister i dynamiken på så sätt att endast en leverantör, Teracom, erbjuder sådana tjänster och uppfyller de krav som regeringen ställer för SVT:s och SR:s sändningar i marknätet. Det medför att det finns kunder på grossistmarknaderna som är beroende av en leverantör för att kunna bedriva sina verksamheter. Slut användarnas ändrade beteende och de nya uppdragen för public service

¹⁴⁵ Internetstiftelsen, Svenskarna och internet 2025, s. 7.

innebär dock ett minskat beroende av Teracoms nät och därmed en ökad dynamik på marknaderna.

Teracom är helstatligt ägt och har i samhällsuppdrag att erbjuda programföretag utsändnings- och överföringstjänster på likvärdiga villkor i Sverige och att tillhandhålla den infrastruktur som krävs för att programföretagen ska kunna sända med den räckvidd som sändningstillstånden kräver. Bolaget driver ingen egen verksamhet i slutkundsledet och har heller inte något intresse i annans konkurrerande verksamhet i slutkundsledet. Risken för att Teracom skulle frånga sitt statliga uppdrag och vägra tillträde till marknätet för de programföretag som verkar i allmänhetens tjänst på statens uppdrag måste anses som i det närmaste obefintlig.¹⁴⁶ PTS kan inte heller se att Teracom skulle ha anledning att vägra andra programföretag tillträde. Med beaktande av att regeringen aviserat att ett nytt avkastningsmål ska tas fram för Teracom som tar hänsyn till minskad efterfrågan bedömer PTS även att incitamenten för eventuell överprissättning sannolikt kommer att minska.

Den nuvarande regleringens syfte är att förhindra överprissättning i grossistledet för utsändningstjänster av fri-tv och analog radio i marknät. En ökad kostnad för distributionen skulle i förlängningen kunna leda till försämringar i utbudet för tittare och lyssnare eftersom en större kostnad skulle gå till distributionen. Med den nya regleringen av public service ges SVT möjlighet att minska sin närvaro i marknätet, även om ett grundutbud fortfarande måste erbjudas. Eftersom en eventuell överprissättning från Teracoms sida sannolikt skulle påskynda förflyttningen mot andra plattformar bedömer PTS att riskerna för överprissättning minskat.

Det måste anses råda förutsägbarhet för marknads aktörer till följd av reglering i form av riksdagsbundna public service-uppdrag och lagar på området samt ägardirektiv. Sändningstillstånden löper nu dessutom på åtta år. Hittills har avtalsperioderna på reglerade marknaderna korresponderat med längden på sändningstillstånden, varför längre avtalsperioder kan förväntas.

Slutligen kan regeringens nya uppdrag till Distributionsutredningen 2024 att överväga om det finns behov av förändringar avseende marknätens organisation och finansiering komma att leda till omställningar på marknaderna som medför en ökad förutsebarhet vad gäller de ekonomiska förutsättningarna kopplade till uppdraget att bedriva sändningar i marknät.

¹⁴⁶ Teracoms uppdrag regleras i bolagsordning antagen vid bolagsstämma den 10 augusti 2020. Av 3 § bolagsordningen framgår att bolagets verksamhet bland annat innefattar att erbjuda programföretagen utsändnings- och överföringstjänster på likvärdiga villkor i Sverige.

Mot bakgrund av redovisade förhållanden gör PTS bedömningen att det andra kriteriet i trekriterietestet inte längre är uppfyllt, eftersom utvecklingen går mot en mer effektiv press på Teracom och en positiv marknadsdynamik.

5.4.3 Tillämpning av den allmänna konkurrensrätten är tillräcklig

Syftet med förhandsreglering enligt LEK ska vara att åtgärda konkurrensproblem som föreligger eller riskerar att uppstå på grund av marknadsmisslyckanden. Förhandsreglering ska uppfylla ett behov av anpassade skyldigheter och skapande av förutsägbara spelregler på marknaden när detta krävs för att ge förutsättningar för en effektiv konkurrens.

Kodexen syftar till att successivt minska den sektorsspecifika förhandsregleringen i takt med att konkurrensen utvecklas på marknaderna och på sikt säkerställa att elektronisk kommunikation ska regleras enbart genom konkurrensrätt.

Konkurrenslagens (2008:579) regler tillämpas i efterhand mot enskilda konstaterade beteenden och kan inte användas till att på förhand ställa upp skyldigheter för att komma till rätta med ett potentiellt konkurrensproblem. Ett ingripande med stöd av konkurrensreglerna förutsätter normalt att ett företag missbrukat sin dominerande ställning enligt 2 kap. 7 § konkurrenslagen.

PTS har i föregående avsnitt konstaterat att det inte finns några konkurrensproblem på de relevanta slutkundsmarknaderna utifrån de regelverk som PTS har att beakta. Slutanvändarna har ett gott utbud av radio- och tv-program via olika distributionsplattformar som erbjuds utan villkor om särskild betalning. Det saknas behov av och därmed också förutsättningar för förhandsreglering av marknaderna på denna grund.

När TV4 upphör med marksändningarna vid årsskiftet kommer de i dag reglerade marknaderna att karaktäriseras av att såväl säljare som köpare agerar på uppdrag av staten samt av att köparnas verksamhet finansieras uteslutande med offentliga medel.

Om konkurrensproblem i form av överprissättning skulle uppstå bör marknadsmisslyckandet kunna åtgärdas genom den allmänna konkurrensrätten. Risken för ett ingripande med stöd av allmän konkurrensrätt bör verka avskräckande för Teracom. Teracom är dessutom föremål för ägarstyrning av staten, varför potentiella konkurrensproblem som uppmärksammas även skulle kunna åtgärdas genom ägarstyrning i de fall konkurrensrätten inte är tillräcklig för att åtgärda dem.

Sammantaget bedömer PTS att den generella konkurrensrätten måste anses tillräcklig för att komma till rätta med eventuella konkurrensproblem som kan uppstå på marknaderna för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv och analog ljudradio via marknät. Det tredje kriteriet är därmed inte uppfyllt.

6. Upphävande av skyldigheter och övergångsbestämmelser

6.1 Regleringen av grossistmarknaderna för utsändningstjänster för distribution av fri-tv och analog ljudradio via marknät till slutanvändare bör upphöra

PTS bör inom ramen för sitt behörighetsområde bidra till att uppnå de mål av allmänt intresse som formuleras genom kultur- och mediepolitiken såsom stödandet av yttrandefrihet, mångfald och massmediernas oberoende.¹⁴⁷ Politiken formuleras av riksdagen och regeringen, som beslutar om uppdrag och ekonomiska förutsättningar för public service, liksom om de krav som ska gälla för helstatligt ägda Teracoms verksamhet.

Det bör inledningsvis klargöras att förhandsreglering med stöd av LEK, baserad på en framtidsorienterad marknadsanalys och med effektiv konkurrens i fokus, under inga omständigheter kan motverka kostnadsökningar som beror på att färre programföretag använder sig av marknätet för att nå ut till sin publik.

Regelverket kring förhandsreglering av telekommarknaderna har förändrats sedan det infördes som ett led i att liberalisera marknaderna och främja inträde på ett harmoniserat sätt inom EU. Kodexen syftar till att successivt minska den sektorsspecifika förhandsregleringen i takt med att konkurrensen utvecklas på marknaderna och på sikt säkerställa att elektronisk kommunikation ska regleras endast genom konkurrensrätt. Fokus är numera främjandet av nätutbyggnad för högkapacitetsnät för att öka konnektivitet och innovativa tjänster inom unionen. Det innebär att regelverket inte är särskilt väl anpassat för en reglering med syftet att motverka risk för försämringar i utbudet hos de programföretag som sänder i marknät. De marknader som är aktuella i detta beslut har heller inte varit rekommenderade för reglering av kommissionen sedan 2007.

¹⁴⁷ Skäl 7 i kodexen.

Reglering genom skyldigheter ska ske endast i den utsträckning som det är nödvändigt för att säkerställa fungerande konkurrens i slutanvändarnas intresse. Beslutade skyldigheter ska därför upphävas eller ändras om de inte längre är nödvändiga.¹⁴⁸

PTS har vid sin analys funnit dels att det inte föreligger risk för skada för slutanvändare i avsaknad av reglering i grossistleden, dels att trekriterietestet inte är uppfyllt för rundradiomarknaderna.

Regleringen bidrar inte längre till att säkerställa valfrihet för slutanvändarna och dess betydelse för konkurrensen på slutkundsmarknaderna är redan i nuläget obefintlig. Skyldigheterna är därmed enligt PTS bedömning inte längre nödvändiga eller ändamålsenliga, eftersom de inte längre uppfyller lagstiftningens eller tidigare besluts syfte.¹⁴⁹ PTS beslut med dnr 18-1759 och 18-1760 med skyldigheter för Teracom ska därför upphävas.

6.2 Skyldigheterna bör gälla fram till slutet av innevarande sändningstillståndsperiod

Enligt 5 kap. 34 § LEK får ett beslut om upphävande av skyldigheter som fattas efter en marknadsanalys enligt 5 kap. 5 § andra stycket LEK förenas med villkor för en övergångsperiod. Tidpunkten för upphävande eller ändring av en skyldighet ska bestämmas med hänsyn till berörda parter intressen. Nationella regleringsmyndigheter ska säkerställa att parter som berörs av ett sådant upphävande av skyldigheter ges en lämplig övergångsperiod, som fastställs genom en avvägning mellan behovet av att säkerställa en hållbar övergång för dem som drar nytta av dessa skyldigheter och för slutanvändare, behovet av att säkerställa slutanvändarnas valmöjligheter och behovet av att säkerställa att regleringen inte fortsätter längre än nödvändigt. Vid fastställandet av en sådan övergångsperiod får nationella regleringsmyndigheter fastställa särskilda villkor och övergångsperioder med hänsyn till befintliga tillträdesavtal.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Prop. 2021/22:136, Genomförande av direktivet om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation, s. 234 f.

¹⁴⁹ Jfr 5 kap. 34 § LEK.

¹⁵⁰ Artikel 67.3 andra stycket i kodexen.

De nya public service-uppdragen kommer att gälla från den 1 januari 2026 då också en ny avtalsperiod mellan Teracom och public service-uppdragen inleds. PTS bedömer därför att det är lämpligt att de skyldigheter som ålagts Teracom på rundradiomarknaderna upphör att gälla den 1 januari 2026.

6.3 Hur beslutet ska gälla

Av 15 kap. 5 § LEK framgår att ett beslut enligt LEK ska gälla omedelbart, om inte annat har bestämts. PTS har inte funnit skäl att bestämma annat än att detta beslut ska gälla omedelbart.

För tillhandahållande av tillträden som sker fram till den 1 januari 2026 ska dock skyldigheterna i besluten med dnr 18-1759 och 18-1760 fortsatt gälla.

7. Underrättelse om överklagande

Om ni vill överklaga detta beslut ska ni skriva till Förvaltningsrätten i Stockholm. Brevet ska dock sändas till Post- och telestyrelsen, Box 6101, 102 32 Stockholm, alternativt till pts@pts.se.

Tala om i brevet vilket beslut ni överklagar genom att ange beslutets nummer. Tala också om vilken ändring av beslutet ni vill ha.

Brevet med överklagandet ska innehålla: ert person-/organisationsnummer, postadress, e-postadress och telefonnummer. Adress och telefonnummer ska också anges samt eventuell annan adress där ni kan nås för delgivning. Om ni anlitar ett ombud, ska ombudets namn, postadress, e-postadress, telefonnummer till arbetsplatsen och mobiltelefonnummer anges.

PTS måste ha fått ert överklagande inom tre veckor från den dag ni fått del av beslutet. Annars kan överklagandet inte prövas.

Ni anses ha fått del av detta beslut när två veckor har förflutit från dagen för beslutet om kungörelsedelgivning den 11 december 2025 till följd av att detta beslut delges genom så kallad kungörelsedelgivning enligt 47–51 §§ delgivningslagen (2010:1932).

Ert överklagande ska således ha kommit in till myndigheten senast den 29 december 2025.

PTS håller under överklagandetiden beslutet tillgängligt på adressen Hälsingegatan 38 i Stockholm och på webbplatsen www.pts.se/smp.

Meddelande om beslutet införs av PTS i Post- och Inrikes Tidningar.

PTS sänder överklagandet vidare till Förvaltningsrätten i Stockholm för prövning.

Om något är oklart kan ni vända er till PTS.

Beslutet har fattats av PTS styrelse.

På styrelsens vägnar generaldirektören Dan Sjöblom.

Föredragande har varit juristen Lottie-Ann Lindström. I ärendets slutliga handläggning har även avdelningschefen Johan Holgersson och enhetschefen Emilie Fridensköld deltagit.

