

MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

MELLOM

EVINY AS

OG

MER NORWAY AS / MER SWEDEN AB / MER GERMANY PUBLIC GMBH

1. september 2026

Inneholder forretningshemmeligheter

INNHOILDSFORTEGNELSE

1	INNLEDNING OG OPPSUMMERING	4
2	KONTAKTINFORMASJON	6
2.1	Melder	6
2.2	Øvrig involvert foretak	6
3	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	6
4	SÆRSKILT OPPLYSNINGSPLIKT FOR EVINY ELEKTRIFISERING	7
5	BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN	7
5.1	Eviny AS	7
5.1.1	Eviny-konsernet	7
5.1.2	Eviny Elektrifisering AS	8
5.2	Statkraft	8
6	OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR	9
7	BESKRIVELSE AV RELEVANTE MARKEDER	9
7.1	Innledning og beskrivelse av markedsstruktur	9
7.2	Markedsavgrensning	13
7.2.1	Produktmarked	13
7.2.2	Geografisk marked	17
8	FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN VIL IKKE I BETYDELIG GRAD HINDRE EFFEKTIV KONKURRANSE	20
8.1	Ingen konkurransebekymring i et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere	20
8.1.1	Totalmarked og markedsandeler	20
8.1.2	Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere	22
8.1.3	Oppsummering	28
8.2	Ingen konkurransebekymring i lokale markeder – Eviny har ikke incentiv til lokal prissetting	28
8.2.1	Innledning og metodisk tilnærming	28
8.2.2	Utgangspunktet: Eviny flekser ikke lokalt før Foretakssammenslutningen	29
8.2.3	Foretakssammenslutningen endrer ikke incentivene til å begynne med lokal fleksing	29
8.2.4	Foretakssammenslutningen gir ikke incentiv til å svekke det nasjonale tilbudet	30
8.2.5	Oppsummering	30
8.3	Ingen konkurransebekymring i eventuelle lokale markeder	30
8.3.1	Innledning	30
8.3.2	Screeninganalyse av mulige lokale markeder	31
8.3.3	Nærmere analyse av enkeltmarkeder	31

8.3.4	Gjennomgang av de 18 identifiserte markedsområdene.....	33
8.3.5	Samlet konklusjon	42
8.4	Ingen konkurransebekymring i et hypotetisk marked for AC-ladere opptil og med 22 kW.....	43
9	OPPSTRØMSMARKEDET – KONKURRANSEN OM LOKASJONER.....	45
9.1	Innledning.....	45
9.2	Markedsavgrensning.....	45
9.3	Konkurransedynamikken – foretakssammenslutningen vil ikke hindre konkurransen.....	45
9.4	Oppsummering.....	47
10	INGEN VERTIKALE KONKURRANSEBEKYMNINGER.....	47
10.1	Nettvirksomhet	47
10.2	E-mobility SIM (eMSP)	48
11	PARTENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER.....	48
11.1	Partenes viktigste avtaler.....	49
12	EFFEKTIVITETSGEVINSTER – FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS BETYDNING FOR VIDERE UTBYGGING AV LADEINFRASTRUKTUR.....	49
13	TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER	50
14	AVTALEN OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN MED BILAG	50
15	ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP	50
16	KONFIDENSIALITET	50
17	AVSLUTTENDE BEMERKNINGER.....	51

1 INNLEDNING OG OPPSUMMERING

Foretakssammenslutningen gjelder Eviny AS' overtakelse av enekontroll over Statkrafts elbilladevirksomhet ("Mer"), herunder selskapene Mer Norway AS, Mer Sweden AB og den tyske elbilladevirksomheten (Mer Germany). Eviny og Mer omtales heretter som "Partene", jf. konkurranseloven (krrl.) § 18, jf. § 17.

Partene konkurrerer i markedet for offentlig tilgjengelig hurtig- og lynlading, samt lavhastighetslading av elektriske personbiler i Norge.

Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. krrl. § 16, men gi

[REDACTED] Dette vil gi sluttbruker tilgang til flere ladelokasjoner og et bedre ladenettverk med de fordeler dette innebærer for enklere lading, færre apper, større nettverk og konkurransedyktige priser. Foretakssammenslutningen vil ha positive miljøeffekter ved at det bidrar til videre utbygging av ladeinfrastruktur i et dynamisk marked i sterk vekst, til fordel for forbrukere, samfunnet og miljøet.

Markedet for etablering og drift av ladelokasjoner for elbiler har en nasjonal og en lokal dimensjon, hvor den nasjonale dimensjonen i hovedsak er styrende for konkurransen. De sentrale konkurranseparameterne fastsettes i hovedsak nasjonalt (pris, ladetilbud, teknologivalg, kundeopplevelse/servicestandard, markedsføring og merkevarebygging og konkurransen om de viktigste lokasjonene og rammeavtalene).

Partenes samlede markedsandel i et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere er [REDACTED] %, basert på antall konnektorer, hvorav Eviny Elektrifisering har en markedsandel på [REDACTED] % og Mer en markedsandel på [REDACTED] %. Den sammenslåtte enheten vil dermed ha en moderat markedsandel nasjonalt etter foretakssammenslutningen. Markedet for elbillading i Norge er preget av sterk konkurranse fra en rekke nasjonale aktører. Tesla har en markedsandel på [REDACTED] %, Recharge [REDACTED] %, og Kople har [REDACTED] %. I tillegg har drivstoffaktørene etablert seg med tyngde i lademarkedet, og både Circle K ([REDACTED] %), St1 og Uno-X er sterke nasjonale konkurrenter. Andre nasjonale konkurrenter er bilprodusentene, herunder IONITY, som er et fellesforetak mellom bilprodusentene BMW Group, Ford Motor Company, Hyundai Motor Group, Kia, Mercedes Benz AG og Volkswagen Group med Audi og Porsche.

Ladeinfrastrukturmarkedet er dynamisk og i rask utvikling i takt med en stadig økende elektrisk bilpark. Antallet hurtigladere har mer enn doblet seg fra ca. 4 100 ved inngangen til 2022 til over 10 670 ved utgangen av 2025. Elbilparken og ladeinfrastrukturmarkedet er forventet å vokse markant også i årene som kommer. Antallet tilgjengelige ladesteder er betydelig og vil ikke hindre en slik vekst (dagligvarebutikker, fastfood-utsalg, kjøpesentre, energistasjoner mv.).

Hurtig- og lynladere møter også konkurransepress fra lavhastighetsladere hjemme, på arbeidsplassen og andre sentrale steder (flyplasser, havner, sykehus, offentlige bygg, mv.). Kommisjonens markedsundersøkelser i tidligere saker støtter at lavhastighetsladere som er halvoffentlige utøver et reelt konkurransepress, og ikke kan skilles i et eget marked (dvs. ladesteder på privat eiendom, men som er åpne på ikke-diskriminerende vilkår, f.eks. knyttet til åpningstider). For elbileiere med tilgang til hjemmeladere (9 av 10 elbileiere) manifesterer dette konkurransepresset seg ved at det finnes en øvre grense for hvilken pris bileier er villig til å betale for å lade offentlig – med unntak for de situasjoner hvor hjemmelading ikke er et alternativ (reiser over lengre avstander). Dette tilsier at Partene ikke kan utøve markedsrett etter transaksjonen.

Selv om etterspørselen skjer lokalt, har dette begrenset betydning siden de styrende konkurranseparameterne fastsettes nasjonalt. En endring i markedsforhold lokalt gir uansett ikke insentiv til å bytte til lokalprising, og vil således ikke innebære at Partene kan utøve markedsrett lokalt etter transaksjonen. Partene har gjennomført en screening av samtlige markeder hvor begge parter er aktive basert på data om ladelokasjoner i Norge, og lokale dekningsområder basert på 10, 15 og 20 minutter kjøretid som etter Partenes syn bekrefter dette. Selv med en konservativ tilnærming viser screeningen at 92,7 % av markedene uansett ikke vil påvirkes negativt av foretakssammenslutningen, enten fordi foretakssammenslutningen ikke fører til en endring av markedsforholdene overhodet, eller fordi Partene vil ha en samlet markedsandel under 40 %, eller fordi det er minimum tre aktører i dekningsområdet etter foretakssammenslutningen – eller en kombinasjon av disse. Det er dermed svært få potensielt berørte markeder og disse er uansett for få og for små til å endre insentivene i Evyns forretningsmodell og pricing etter gjennomføring av transaksjonen.

En helhetlig kvantitativ og kvalitativ gjennomgang av de flaggede 18 identifiserte lokale markedsområdene viser liten effekt på konkurransen lokalt. Konkurransenærheten mellom Partene er i flere av lokalmarkedene begrenset, og Partene vil fortsatt møte sterk konkurranse fra andre aktører – enten i, like utenfor eller med mulighet til å etablere seg i – det lokale dekningsområdet.

Foretakssammenslutningen vil på bakgrunn av dette ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i strid med konkurranselovens formål, og det er dermed ikke grunnlag for å gripe inn mot den, jf. krrl. § 16.

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Melder

Navn: Eviny AS
Organisasjonsnummer: 880 309 102
Adresse: Solheimsgaten 5, 5058 Bergen
Postadresse: Postboks 7050, 5020 Bergen
Kontaktpersoner for melder: Advokatfirmaet Thommessen AS
v/advokatene Svein Terje Tveit og Kamran Afzal
Adresse: Ruseløkkveien 38, 0251 Oslo
Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo
Telefonnummer: +47 950 62 685 | +47 986 75 049
E-postadresse: stt@thommessen.no | kaf@thommessen.no

2.2 Øvrig involvert foretak

Navn: Mer Norway AS, Mer Sweden AB og Mer Germany Public GmbH
Organisasjonsnummer: 994 768 832
Adresse: Lilleakerveien 6 A, 0283 Oslo
Kontaktpersoner: Advokatfirmaet Wiersholm AS
v/advokatene Edvard Hamer Rojahn, Elisabeth Lian Haugsdal og Harald Nordhus
Adresse: Dokkveien 1, 0250 Oslo
Postadresse: Postboks 1400 Vika, 0115 Oslo
Telefonnummer: +47 [911 58 501](tel:91158501) | +47 930 07 101 | +47 [452 91 935](tel:45291935)
E-postadresse: edro@wiersholm.no | elha@wiersholm.no | hnor@wiersholm.no

3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Denne meldingen inngis til Konkurransetilsynet i medhold av krrl. § 18, jf. § 17 på vegne av Eviny AS ("**Eviny**") og Eviny Elektrifisering AS ("**Eviny Elektrifisering**").

Foretakssammenslutningen innebærer at Eviny Elektrifisering erverver alle aksjene i Mer Norway AS, Mer Sweden AB og det selskapet som etter den avtalte omorganiseringen skal videreføre den relevante tyske hurtigladevirksomheten ("**Mer**" eller "**Målvirksomheten**"). Aksjene skal overføres fra de relevante selskapene i Statkraft-konsernet ("**Statkraft**"). Som vederlag vil Statkraft Asset Holding AS motta aksjer i Eviny Elektrifisering AS. Etter gjennomføringen vil Eviny AS eie 57 prosent og Statkraft Asset Holding AS eie 43 prosent av Eviny Elektrifisering AS, som fortsatt vil være kontrollert av Eviny AS. Foretakssammenslutningen innebærer dermed at den samlede elbilladevirksomheten til Partene organiseres under Eviny Elektrifisering.

Foretakssammenslutningen er meldepliktig i henhold til krrl. § 18 jf. § 17, og gjennomføring av Foretakssammenslutningen planlegges gjennomført når godkjenning foreligger.

For ytterligere informasjon om Foretakssammenslutningen, se pressemelding 9. juli 2026.

4 SÆRSKILT OPPLYSNINGSPLIKT FOR EVINY ELEKTRIFISERING

Vi viser til Konkurransetilsynets pålegg om opplysningsplikt om foretakssammenslutninger og minoritetserverv datert 8. desember 2025 for Eviny Elektrifisering. Partene orienterte Konkurransetilsynet om Foretakssammenslutningen per e-post 9. juli 2026, innen fristen på tre virkedager etter signering. Denne meldingen gir nærmere opplysninger om Foretakssammenslutningen.

5 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

5.1 Eviny AS

5.1.1 Eviny-konsernet

Eviny AS eies av Statkraft Industrial Holding AS (43,44 %), Bergen kommune (37,75 %), Tysnes Kraftlag AS (1,70 %) og flere vestlandskommuner som har mindre eierandeler (til sammen 13,44 %).¹ Samlet sett eies Eviny av 17 vestlandskommuner, Statkraft og to lokale kraftlag.

Statkraft har ikke kontrollerende innflytelse i Eviny (pga. eierandel og at aksjene i all hovedsak er B-aksjer), men har fire av 12 (åtte aksjonærvalgte) styremedlemmer [REDACTED]. Siden Statkraft er største eier i Eviny før Transaksjonen gjennomføres, vil ikke Statkrafts minoritetselskap i Eviny EV etter Transaksjonen innebære en konkurransemessig relevant endring ettersom Statkraft allerede er indirekte minoritets-eier i Eviny Elektrifisering.²

Eviny's hovedaktivitet er strømproduksjon og drift av strømmnett gjennom eierskap i BKK AS. I tillegg har Eviny aktiviteter innen elektrifisering, fjernvarme, fiber og entreprenørtjenester mv. Eviny har ca. 1 124 ansatte og har hovedkontor i Bergen.

Eviny eier 100 % av aksjene i Plug AS, som igjen eier henholdsvis 100 og 65 % av aksjene i Plug Utland AS og Plug Eidfjord AS, samt 8,7 % av aksjene i Elaway AS som ble fusjonert med Aneo Mobility i 2026.³ I tillegg eier Eviny 33,3 % av Aneo Build som blant annet driver med utslippsfri byggeplass.

¹ Alver kommune (3,4 %), Øygarden kommune (3,4 %), Askøy kommune (2,5 %), Sunnfjord kommune (2,3 %), Kvinnherad kommune (0,9 %), Kvam herad (0,9 %).

² Sml. Sector Alarm/Nokas (V2019-17), hvor tilsynet påpekte at minoritetselskap etter omstendighetene i prinsippet kan gi mulighet og insentiver å påvirke Nokas til å opptre mindre aggressivt, lette informasjonsflyten minoritets-eier og målselskap og gi svakere insentiver til å bryte ut av en eventuell koordinering

³ Se: <https://konkurransetilsynet.no/fusjoner/aneo-mobility-as-elaway-as/>. Det fusjonerte selskapet heter Joulia AS.

En nærmere oversikt over Eviny-konsernets eierstruktur og selskapsoversikt, samt deres virksomhetsområder fremgår av vedlegg 1 og 2. Foretakene med relevant virksomhet for denne meldingens formål beskrives nærmere i punkt 5.1.2.

Vedlegg 1: Eierstruktur og selskapsoversikt Eviny AS

Vedlegg 2: Beskrivelse av virksomhetsområdene og foretakene som inngår i Eviny-konsernet

5.1.2 Eviny Elektrifisering AS

Eviny Elektrifisering AS eies av Eviny AS. Selskapet eier tre Bilkraft-selskaper i Danmark, Sverige og Tyskland.⁴

Eviny investerer i og/eller bygger, eier og drifter infrastruktur for nullutslippsløsninger, herunder ulike typer ladeløsninger. Mens Eviny Elektrifisering er rettet mot lading for bil, tilbyr Eviny selskapet Plug AS⁵ i første rekke lading mot båt og landstrøm for cruiseskip og havbruksnæringen, og kun unntaksvis også billading.⁶

Eviny Elektrifiserings ladestasjoner for bil er spredt over hele Norge og i Sverige, Danmark og Tyskland og stasjonene tilbyr både hurtiglading/lynloading og normallading. I Norge har Eviny omkring ■■■ DC-ladere/hurtigladdere og ■■■ AC-ladere. Enkelte ladere har både CCS-plugg og CHAdeMO, men bare én kan brukes om gangen.⁷

Eviny Elektrifisering er medlem av Drivkraft Norge som organiserer de fleste ladeoperatørene i Norge.⁸

Mer informasjon om Evinys ladetjenester finnes på blant annet <https://hurtiglading.eviny.no/> og <https://www.eviny.no/mer-fornybar-energi/eviny-satser-pa-elektrifisering>.

5.2 Statkraft

Statkraft AS eier 100 % av aksjene i Mer AS.

Mer AS er holdingselskapet for Statkrafts virksomhet innen elbillading (hurtig- og lynloading).

Mer AS eier 100 % av eierandelene i Mer Norway AS (som opererer ca. ■■■ konnektorer for hurtig- og lynloading i Norge), 100 % av eierandelene i Mer Sweden AB (som opererer ladepunkter i Sverige)

⁴ Eviny Elektrifisering AS hadde en eierandel i Ayond AS, men Ayond ble solgt til BEKAS Gruppen AS før selskapet gikk konkurs i mai 2026.

⁵ Enkelte av Plugs ladelokasjoner er deleid med lokale myndigheter eller kraftlag. Dette gjelder lokasjonen Plug Bergen AS (Holbergkaien) som er deleid med Bergen Havn AS (50 %); Plug Ålesund AS som er deleid med Ålesundregionens Havnevesen IKS (50 %); Plug Florø AS som er deleid med Sogn og Fjordane Energi AS (SFE), Plug Stamsund og Ramberg er eid gjennom Plug Lofoten AS som er deleid med Lofotkraft AS (50 %).

⁶ <https://www.plugport.no/maritime-charging-locations>

⁷ Proxy på unike ladeplasser som kan brukes samtidig er å telle antall CCS-plugg. EU har definert CCS som standardplugg for hurtiglading, og det ikke selges nye biler med CHAdeMO. CHAdeMO ladepunkt brukes i all hovedsak av Nissan Leaf i Norge.

⁸ <https://www.drivkraftnorge.no/om-oss/vare-medlemmer>.

samt Mers ladevirksomhet i Tyskland og Østerrike. Mer hadde tidligere ladevirksomhet i Storbritannia, men denne virksomheten er nå solgt. Mer har i dag kun et holdingselskap i Storbritannia, Mer UK Holding Ltd.

Foretakssammenslutningen gjelder Mer Norway AS, Mer Sweden AB og hele eller deler av Mer-konsernet sin virksomhet i Tyskland.

Mer er medlem av Drivkraft Norge.

Ytterligere informasjon om Mer finnes på <https://no.mer.eco/>.

6 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR

Navn	Omsetning (i NOK 1000)	Driftsresultat (i NOK 1000)
Eviny AS		
Eviny Elektrifisering AS		
Mer AS		
Mer Norway AS		

7 BESKRIVELSE AV RELEVANTE MARKEDER

7.1 Innledning og beskrivelse av markedsstruktur

Både Eviny Elektrifisering og Mer tilbyr lading til personbiler på offentlig tilgjengelige steder i Norge. Kun Eviny tilbyr dedikerte ladestasjoner for tungbil. Utover dette tilbyr Eviny-selskapet Plug enkelte ladepunkter for elbil, men hovedvirksomheten er rettet mot ladestasjoner til båter og større fartøy.

Eviny Elektrifisering er til stede ved 281 lokasjoner med [REDACTED] konnektorer (ca. 17 % hurtigladere med 50–149 kW, mens de resterende er lynladere med over 150 kW), og Mer er til stede ved 255 lokasjoner⁹ med [REDACTED] konnektorer (ca. 20 % hurtigladere, resten lynladere).¹⁰ Partene har også en begrenset overlapp innen lavhastighetsladere (AC-ladere opptil og med 22 kW). Eviny har [REDACTED] ladepunkter

⁹ Vi gjør også oppmerksom på at antall lokasjoner vil kunne variere avhengig av hvordan en lokasjon defineres. [REDACTED]

¹⁰ Antall ladere vil i noen grad endre seg fra dag til dag, ettersom Partene åpner opp og legger ned lokasjoner og/eller ladere. Disse dataene er basert på markedsdata fra Eco-Movement (Eviny) og Frigg/PBI (Mer).

klassifisert som lavhastighet, mens Mer har omkring ■■■ AC bays/ladepunkter (60 lokasjoner) som kun er med lavhastighetsladere.¹¹

Markedet for elbillading i Norge har vært i rask utvikling, drevet av høy elbiletthet og ambisiøse politiske mål. Over 95 % av nybilsalget er elbiler, og ladeinfrastrukturen er i kontinuerlig vekst.¹² Den samlede infrastrukturen for elbillading betjener en stadig større brukergruppe, hvor elbilparken i 2025 utgjorde 32,2 prosent av den totale personbilparken.¹³ Denne veksten er forventet å fortsette etter hvert som utviklingen mot en elektrifisert bilbestand fortsetter.

Elbillading kan deles inn i ulike kategorier som lading hjemme og på arbeidsplassen, lading ved reisestasjoner (langs veien-lading) og lading ved tilgjengelige ladestasjoner (destinasjonslading).¹⁴ Mens lading hjemme og på arbeidsplassen i hovedsak er med lavere ladehastighet, er offentlig lading i hovedsak med høyere ladehastigheter. Unntak gjelder enkelte offentlige bygg og institusjoner (sykehus, havner, flyplasser og offentlige bygg), halvoftentlige steder (privat eiet eiendom som er åpent for publikum på ikke-diskriminerende vilkår, f. eks. knyttet til åpningstider), hvor det regelmessig kan være utplassert lavhastighetsladere.

Om lag 90 % av norske elbileiere kan lade hjemme.¹⁵ Interne anslag basert på bilpark, kjørelengde og energi levert til hurtiglading viser at kun om lag 20 prosent av elbilenes energiforbruk i 2025 ble dekket av offentlig hurtiglading.¹⁶ Hjemmelading er det primære ladealternativet for ni av ti elbilister. Det regulatoriske rammeverket i Norge legger også opp til at man skal kunne lade hjemme (borettslagsloven § 5-11a og eierseksjonsloven § 25 a). Selv om hjemmelading skulle tilhøre et separat marked fra offentlig lading, vil hjemmelading derfor sette viktige rammer for konkurransen både hva gjelder pris og tilgjengelighet/lokasjon og derved begrense muligheten til å utøve markedsrett etter gjennomføringen av Foretakssammenslutningen. Kunder som opplever høye priser på offentlige ladere, vil typisk lade mer hjemme om mulig. Vi viser nærmere til merknader under punkt 7.2.1.2.

¹¹ Vi gjør generelt oppmerksom på at tall på ladelokasjoner og ladepunkter er et øyeblikksbilde, og at dette er et marked i rask utvikling hvor lokasjoner og ladepunkter vil kunne variere over tid som følge av åpning av nye stasjoner, utvidelser, oppgraderinger, midlertidig utilgjengelighet og avvikling av eksisterende ladere eller lokasjoner.

¹² Se: <https://ofv.no/bilsalget/bilsalget-i-desember-2025> og International Energy Agency, Global EV Outlook 2026, side 22: "Norway remains the world's leading electric car market [...] with about 97% of new car sales being electric in 2025".

¹³ I 2025 var det 945 182 elektriske personbiler i Norge. En oppgang på 19,8 prosent sammenlignet med året før. Dette var første året det var flere elbiler enn bensinbiler og dieslbiler registrert i Norge, dvs. 32,2 prosent av den totale personbilparken. Til sammenligning var det i 2016 registrert 97 532 elektriske personbiler, en andel på 3,7 prosent av alle personbiler.

¹⁴ Se blant annet Miljødirektoratets og Statens Vegvesens rapport fra 2022: Kunnskapsgrunnlag om hurtigladeinfrastruktur for veitransport, side 40 og Transportøkonomisk institutt: Lademarkedet – Komplekst og dysfunksjonelt eller fremtidsrettet, 1867/2022, side 8.

¹⁵ International Energy Agency, Global EV Outlook 2026, side 22: "Norway remains the world's leading electric car market [...] with about 97% of new car sales being electric in 2025" og side 104: "around 90% of EV owners can charge at home".

¹⁶ SSB beregner strømforbruk i veitrafikken basert på kjørelengder og antatt forbruk på 0,2 kWh/km for personbiler og 0,23 kWh/km for lette gods-biler (Ladestistikk, Drivkraft Norge). Med en elbilpark på omtrent 950 000 biler og en gjennomsnittlig årlig kjørelengde, gir dette et totalt energiforbruk i størrelsesorden 2 000–2 400 GWh. 473 GWh (Drivkraft Norge beregning av levert energi fra hurtigladelokasjoner i 2025) utgjør da omtrent 20 prosent av dette.

Når det gjelder ladehastighet/leveringskapasitet i Norge, skilles det mellom vekselstrøm (Alternating current – AC, opptil og med 22 kW) og likestrøm (Direct current – DC) med effekt mer enn 22 kW – hvor lynladere omfatter ladere fra og med 150 kW. Bransjen har beveget seg mot høyere effekt, og gullstandarden for nye installasjoner er lynladere på 400 kW, samtidig som flere tilbyr opptil 600 kW.¹⁷ Det installeres i dag i liten grad nye hurtigladere med 22–150 kW i Norge. Majoriteten av eksisterende hurtigladere med lavere effekt ble installert for ti år siden. Utviklingen skiller seg fra andre europeiske markeder, hvor typisk 50 kW-ladere fortsatt installeres i større grad. Samtidig kan deler av bilparken fortsatt ikke lade med den effekten de nye og kraftige laderne tilbyr.^{18 19} Laderne som hovedsakelig installeres i Norge nå har dermed en kapasitet som først fremtidens bilpark vil kunne utnytte fullt ut.

Ved inngangen til 2022 var det ca. 4 100 hurtigladere, mens det ved utgangen av 2025 var 10 670 – en mer enn dobling på tre år.²⁰ Statens vegvesen og Miljødirektoratet har indikert behov for opptil 14 000 hurtigladere mot 2030.²¹ Veksten drives av politiske mål om reduserte klimagassutslipp/nullutslipp, en stadig økende elbilpark og behovet for en landsdekkende, robust og pålitelig ladeinfrastruktur.²² Samtidig har bilenes gjennomsnittlig rekkevidde økt til over 500 km,²³ noe som i utgangspunktet reduserer behovet for lading underveis og øker fleksibiliteten i valg av ladested (dekningsområde) og dermed skjerper konkurransen ytterligere.

Under følger en oversikt over antall Mer ladere i Norge innen henholdsvis hurtig- og lynlading, samt når de ble satt i drift, som illustrerer at nye ladere generelt har effekt over 150 kW.²⁴ Dette mønsteret er representativt også for flere andre aktører.

Maks effekt	År (lader satt i drift)	Totalt
>149 kW	<13.01.2015	
	2015	
	2016	
	2017	
	2018	
	2019	
	2020	
	2021	
	2022	

¹⁷ Se IONITYs hjemmesider: <https://www.ionity.eu/no/ionity/om-oss>. Eviny tilbyr 600 kW på Rudshøgda ladelokasjon.

¹⁸ Se eksempelvis: <https://www.naf.no/elbil/elprix-nytt/gjennomsnittlig-ladeeffekt-el-prix-vinter-2024>

¹⁹ Se eksempelvis: <https://www.naf.no/elbil/elprix-nytt/gjennomsnittlig-ladeeffekt-el-prix-vinter-2024>

²⁰ Se: <https://elbil.no/mindre-utbygging-men-likevel-rekordmange-hurtigladere/>.

²¹ Kunnskapsgrunnlag om hurtigladeinfrastruktur for veitransport, 1. mars 2022, Statens vegvesen og Miljødirektoratet på oppdrag fra Samferdselsdepartementet og Klima- og miljødepartementet.

²² Elbilparken i Norge utgjør over 35 % av total bilpark, se International Energy Agency, Global EV Outlook 2026, side 103.

²³ Se: <https://www.tek.no/nyheter/nyhet/i/KM0Bgo/rekkevidden-har-bare-oekt-og-oekt-naa-er-snittet-over-500-km?srsId=AfmBOoo6lqK1ghpWqrtYBB-48SUNK5zAxa6EPbriEugraORYnneZ3kQF>.

²⁴ Oversikten baserer seg på data eksportert fra tredjepartsleverandøren Frigg 02.07.26.

	2023	
	2024	
	2025	
	2026	
>149 kW totalt		
150 kW+	2019	
	2020	
	2021	
	2022	
	2023	
	2024	
	2025	
	2026	
150 kW+ totalt		
Totalsum		25

Vi viser for øvrig til merknader under punkt 7.2.1.4.

Aktørbildet er sammensatt og preget av sterk konkurranse. Kraftprodusenter og energiselskaper som har etablert seg i lademarkedet omfatter blant annet Eviny, Mer, og Kople.^{26 27} Drivstoffkjeder som Circle K²⁸, Uno-X²⁹ og St1³⁰ har, dels på relativt kort tid, etablert et mer eller mindre landsdekkende ladetilbud på eksisterende stasjoner og/eller ved dagligvarebutikker. Bilprodusenter med eget ladenettverk inkluderer foreløpig Tesla (Supercharger),³¹ IONITY³² (fellesforetak mellom BMW, Daimler AG, Ford og Volkswagen), NIO (tradisjonelle ladere og batteribyttestasjoner),³³ BYD Auto³⁴ og

25

²⁶ Mer informasjon er tilgjengelig her: <https://www.kople.no/>.

²⁷ I tillegg var Recharge tidligere eid av Fortum og del av Fortum Charge and Drive. Deleted.

²⁸ Mer informasjon er tilgjengelig her:

https://www.circlek.no/lading?gad_source=1&gad_campaignid=23883813062&gbraid=0AAAAABDhaASyTtTlvk_8DOb19bGRx_3Vlt&gclid=Cj0KCQjwi8nRBhDhARIsAHZf_pY0ln7mA5S5Zkt2aaEXQL-yzMimm9UIFnEE4G7q8el-6Cxyqv8BoKEaAhZgEALw_wcB.

²⁹ Mer informasjon er tilgjengelig her: <https://unox.no/lading/>.

³⁰ Mer informasjon er tilgjengelig her: <https://st1.no/privat/produkter/lading>.

³¹ Mer informasjon er tilgjengelig her: https://www.tesla.com/no_no/supercharger.

³² Mer informasjon er tilgjengelig her: <https://www.ionity.eu/no>.

³³ Mer informasjon er tilgjengelig her: https://www.nio.com/no_NO/nio-power?gad_source=1&gad_campaignid=17611428375&gbraid=0AAAAAovrS3EXTQw-eF5CyzCHpnNeu9-Uz&gclid=Cj0KCQjwi8nRBhDhARIsAHZf_pZgruYMDax-iNAovUc20Dd0zFflxEnvmlSw1cVgxZMyvXqROarwxuAaAtZMEALw_wcB.

³⁴ Se bl.a. <https://www.elbil24.no/nyheter/na-kommer-superladeren-til-norge/84357714> og <https://www.tv2.no/broom/til-norge-lader-pa-fem-minutter/18651851/>.

Porsche³⁵. Bilprodusentene ekspanderer og har kommunisert ambisiøse vekstplan.³⁶ I tillegg finnes nyere aktører og en rekke mindre operatører, samt flere potensielle aktører.³⁷

7.2 Markedsavgrensning

7.2.1 Produktmarked

7.2.1.1 Overordnet

Partene er ikke kjent med at Konkurransetilsynet tidligere har definert et eget marked for elbillading. Konkurransetilsynet har derimot indikert et marked for hurtiglading (lading med en effekt på minst 50 kW) i tidligere pålegg om opplysningsplikt.³⁸

Kommisjonen har i tidligere praksis vurdert ulike segmenteringer av markedet for elbillading. Kommisjonen har blant annet ansett at installasjon, drift og vedlikehold av offentlige ladestasjoner og hjemmeladere utgjør separate produktmarkeder.³⁹ Delvis offentlig tilgjengelige ladestasjoner har blitt ansett for å være en del av produktmarkedet for offentlige ladestasjoner, så lenge tilgang gis på objektive og ikke-diskriminerende vilkår.⁴⁰ Dette kommenteres nærmere under punkt 7.2.1.2.

Når det gjelder produktmarkedet for offentlige ladestasjoner, har Kommisjonen i tillegg vurdert ytterligere segmenteringer basert på (i) ladehastighet (alminnelig, hurtiglading og lynlading) og (ii) type lokasjon (av eller på motorvei), uten å ta endelig stilling til markedsavgrensningen.⁴¹ Alminnelig ladehastighet ble i denne sammenhengen definert som effekt under 22 kW, hurtiglading mellom 22 og 100 eller 150 kW, mens lynlading ble ansett for å ha effekt over 100 eller 150 kW, uten at Kommisjonen tok endelig stilling til disse grensene.⁴²

I M.11128 *Iberdrola/BP (2023)* tok Kommisjonen opp spørsmålet om lading "på veien" og ved destinasjon utgjorde egne segmenter, men viste til sprikende markedsundersøkelser og konkluderte med at det ikke var nødvendig å segmentere produktmarkedet ytterligere.⁴³ Dette kommenteres nærmere under punkt 7.2.1.3 og 7.2.1.4.

7.2.1.2 Offentlige vs. private ladestasjoner

Partene har i meldingen tatt høyde for at offentlige og private ladestasjoner kan utgjøre separate produktmarkeder, i tråd med Konkurransetilsynets pålegg om opplysningsplikt og Kommisjonspraksis.

³⁵ <https://www.porsche.com/norway/no/aboutporsche/e-performance/charging-and-range/charging/charging-on-the-go/destination-charging/>

³⁶ BYD har planer om å bygge 100 ladestasjoner i Norge i første fase: <https://elbil.no/stor-flash-charging-satsing/>

³⁷ Se: <https://www.elbil24.no/nyheter/disser-norges-storste-ladeoperatorer/84660216>

³⁸ Se blant annet påleggene til Eviny Elektrifisering, Tesla Norway AS, Recharge AS, Mer Norway AS og Circle K Norge AS.

³⁹ M.8870 – E.ON/Innogy (vedtak 17. september 2019), avsnitt 20 mv9.

⁴⁰ M.11128 *Iberdrola/BP* avsnitt 30 og 44-45.

⁴¹ M.11128 *Iberdrola/BP* avsnitt 31 og 49 og M.8870 *E.ON/Innogy*, avsnitt 182 og 190.

⁴² M.11128 *Iberdrola/BP* avsnitt 46-47.

⁴³ M.11128 *Iberdrola/BP* avsnitt 50.

Private ladestasjoner omfatter ulike typer hjemmelading i hus og borettslag mv., lukkede arbeidsplasser og andre steder som ikke er tilgjengelige for offentligheten. Ladeløsningene har ulike investeringskostnader, drifts- og vedlikeholdsbehov og prisbilde sammenholdt med offentlige ladestasjoner/hurtigladdere. Private ladestasjoner utøver likevel et konkurransepress mot offentlige ladere, gitt svært høy tilgjengelighet, stabilt lave priser og bilparkens økende batterikapasitet og rekkevidde. Norgespris som garanterer en fast og forutsigbar strømpris på 50 øre/kWh inkl. mva. har forsterket dette konkurransepresset.

Partene mener videre at (delvis) offentlig tilgjengelige ladestasjoner inngår i samme produktmarked som rene offentlige ladestasjoner langs veien, i tråd med Kommisjonens tilnærming. En stor andel ladepunkter for allmennheten er etablert ved fasiliteter som kjøpesentre, dagligvarebutikker, hoteller, fastfoodrestauranter, energistasjoner og parkeringsplasser, og tilbudene er tilgjengelige på ikke-diskriminerende vilkår. Hvilke fasiliteter ladelokasjon tilbyr er en sentral konkurranseparameter i hurtigladedemarkedet.⁴⁴

7.2.1.3 Alminnelig ladehastighet vs. hurtig- og lynlading

Kommisjonen har antydnet at det kan være grunn til å skille mellom etter type strøm, slik at det avgrenses et eget marked for ladere med lav hastighet som bruker AC (opptil 22 kW) atskilt fra hurtig- og lynladere som benytter DC med betydelig høyere effekt. Tilsvarende er påpekt av tilsynet i tidligere pålegg om opplysningsplikt. Partene legger dette til grunn i det følgende. Et eventuelt skille bør som utgangspunkt følge strømmypen (AC/DC), ettersom installasjonskostnadene og kravene til nettilknytning mv. er ulike. Hvorvidt skillet settes til 22 kW (Kommisjonen) eller 50 kW (Konkurransetilsynet i brev om opplysningsplikt), har i praksis likevel liten betydning, da det er svært få ladere mellom 22 kW og 50 kW.⁴⁵ Som Partene vil komme tilbake til, utøver likevel ladere med hastighet (AC) opptil 22 kW et viktig konkurransepress på hurtig- og lynladere.

Markedet for AC-lading er omtalt under punkt 8.4. Partenes reelle markedsandel nasjonalt anslås å være under 20 %, samtidig som etableringshindringene er lave. Markedet og aktørene beveger seg mot høyere hastigheter, og Partene vil av disse grunner i det følgende primært fokusere på markedet for hurtig- og lynlading.

Partene mener at hurtig- og lynladere inngår i samme produktmarked selv om installasjonskostnadene er ulike.⁴⁶ En stor andel av hurtigladdere (fra 50 kW) i Norge er 10–15 år gamle og reflekterer ikke den seneste utviklingen, hvor det i hovedsak installeres ladere med opptil 400 kW.

⁴⁴ Se blant annet Elbilforeningens undersøkelser 2024-2026: <https://elbil.no/slik-velger-elbilister-ladestopp/>

⁴⁵ NOBIL-dataene i M2232-rapporten fra Miljødirektoratet og Statens Vegvesen (Kunnskapsgrunnlag om hurtigladeinfrastruktur for veitransport), viser kun 2 DC-ladepunkter under 50 kW i Norge, se side 15. Den teknologiske forklaringen – at AC topper ved 22 kW og DC typisk starter ved 50 kW – gjør at "gapet" mellom 22 og 50 kW er nærmest tomt.

⁴⁶ En ny 50 kW-lader koster etter Partenes erfaring ca. [redacted] kroner, mens en 400 kW-lader koster [redacted] kroner.

Fra etterspørselssiden konkurrerer hurtig- og lynladere. De dekker samme behov, og kunden styres i stor grad av tilgjengelighet og lokasjon mer enn hastighet. Dette støttes av Elbilforeningens undersøkelse blant elbileiere, hvor kundene rangerer "maksimal ladehastighet" som nummer 5 på viktighetslisten over hvordan de velger lokasjoner,⁴⁷ Dersom den hurtigste laderen er opptatt, vil bilkunden videre ta den nest hurtigste. I tillegg vil hastighetene ved samme lokasjon kunne variere, og den reelle ladetiden avhenger av både bilmodell, effekten til bilens innebygde lader, hvor tomt batteriet er, batteriets temperatur, klima og energitap. Den raske utviklingen i Norge og dagens bilparks (manglende) kapasitet til å ta imot lynlading gjør at Kommisjonens tidligere differensiering mellom hurtig- og lynladere har mindre relevans for norske forhold. Lynladere på 400 kW er utviklet for fremtidens behov, og de færreste biler i dagens marked kan utnytte den fulle effekten.

Nedenfor følger en oversikt over de femten mest registrerte elbilmodellene i Norge per desember 2025 og deres maksimale ladeeffekt.⁴⁸ Samtidig er det viktig å være klar over at maksimal ladeeffekt stort sett ikke oppnås mer enn kun en svært kort periode og at gjennomsnittlig ladefart ligger langt under maksimum for de fleste biler.

Tabell 1: Oversikt over elbilmodeller og deres maksimale ladeeffekt

#	Bilmodell	Maksimal DC-ladeeffekt
1	Tesla Model Y	250 kW
2	Volkswagen ID.4	175 kW
3	Toyota bZ4X	150 kW
4	Volkswagen ID.7	200 kW
5	Tesla Model 3	250 kW
6	Volkswagen ID.3	183 kW
7	Volvo EX40	205 kW
8	Volvo EX30	153 kW
9	Skoda Enyaq	175 kW
10	Nissan Ariya	130 kW
11	BYD Sealion 7	230 kW
12	Ford Explorer EV	185 kW
13	Skoda Elroq	175 kW
14	BMW iX1	130 kW
15	Audi Q6 / Q6 e-tron	270 kW

⁴⁷ <https://elbil.no/slik-velger-elbilister-ladestopp/>.

⁴⁸ <https://ofv.no/registreringsstatistikk>.

Det er ingen eller kun små prisforskjeller mellom hurtig- og lynladere⁴⁹, noe som innebærer at ladehastighetene konkurrerer fullt ut med hverandre prismessig. Dette skyldes blant annet at strømkostnaden utgjør den største kostnaden og er like ens, uavhengig av ladehastighet, og at operatørene ønsker å tilby et enkelt og forståelig pristilbud til kundene. Hurtig- og lynladere er dermed konkurrerende produkter/løsninger, og ladehastigheten innen vekselstrøm/DC-segmentet ikke er den viktigste konkurranseparameteren.

7.2.1.4 Et produktmarked for alle typer ladelokasjoner

Partene anfører at det ikke er grunnlag for å segmentere produktmarkedet for offentlige ladestasjoner basert på lokasjonstype, for eksempel "langs veien" og "på destinasjon". Dette har støtte i Kommisjonens tidligere markedsundersøkelser og vurderinger,⁵⁰ og fremstår av flere grunner enda mindre hensiktsmessig i Norge.

For det første har Norge i svært liten grad store og lukkede motorveisystemer slik som landene som var gjenstand for Kommisjonens vedtak, herunder Spania, Portugal og Tyskland. Hovedveiene i Norge går i stor grad gjennom eller i nærheten av tettsteder, og ladestasjoner i tettsteder vil derfor ofte være et ladealternativ for bilister på gjennomreise – og omvendt. Dette gjelder blant annet de store kjøpesentrene. Andre konkrete eksempler er Geilo, Telemarksporten (Porsgrunn) og Tuven Senteret (Notodden), der ladestasjonene besøkes av både kunder som oppholder seg på stedet og av kunder på gjennomreise. Det foreligger dermed etterspørselssubstitusjon mellom ladepunkter langs hovedveiene og ladepunkter ved destinasjoner, slik at kundene i praksis kan velge mellom begge typer ladepunkter.

For det andre vil destinasjonslading ofte konkurrere mot hjemmelading og lading på jobb, for eksempel ved sentrale shoppinglokasjoner, hvor det kan være enklere å lade mens kunden likevel foretar et annet ærend. Utbredelsen av hjemmeladere i Norge gjør at den norske markedsdynamikken skiller seg vesentlig fra utlandet, der destinasjonslading er viktigere fordi mange ikke har hjemmeladere. I Norge fører utbredelsen av hjemmeladere i praksis til at det ikke foreligger et reelt destinasjonsmarked – behovet for lynladere oppstår først og fremst når hjemmelading ikke er et alternativ, typisk ved lengre reiser. Ifølge Kjørevaneundersøkelsen er majoriteten av reiser korte (<20 minutter)⁵¹, slik at det ofte ikke vil være nødvendig å lade på destinasjonen. Tilgjengeligheten av ladelokasjoner, hjemmeladere og andelen som lader hjemme understøtter denne virkningen – og dette skiller Norge fra andre europeiske land, jf. punkt 7.1 over.

⁴⁹ Eviny har lik pris for 50 kW og 400 kW.

⁵⁰ M.11128 Iberdrola/BP.

⁵¹ Se blant annet SVVs Nasjonale reisevaneundersøkelse, 26. februar 2026, punkt 3.2.4, tilgjengelig her:

<https://www.vegvesen.no/globalassets/vegprosjekter/nasjonal-transportplan-ntp/reisevaner/2025/nasjonal-reisevaneundersokelse---nokkeltallsrapport-2025-pr-27.2.2026---opinion-for-statens-vegvesen.pdf?v=4931ca>

7.2.2 Geografisk marked

7.2.2.1 Overordnet

Et relevant geografisk marked avgrenses med utgangspunkt i etterspørernes og tilbydernes substitusjonsmuligheter, og utstrekningen avhenger også av hvilket nivå konkurranseparameterne fastsettes på. Kommisjonens meddelelse om markedsavgrensning (2024) fremhever at et bredt geografisk marked kan avgrenses der konkurransevilkårene er tilstrekkelig homogene, selv ved en viss grad av differensiering.⁵²

Konkurransetilsynet har indikert at markedet for hurtig- og lynlading kan bestå av en rekke lokale markeder med flere nasjonale aktører.⁵³ Kommisjonen har i tidligere praksis vurdert markedet som nasjonalt med elementer av lokal konkurranse (M.11128 Iberdrola/BP) eller avgrenset lokale markeder med ulik utstrekning. I M.8870 *E.ON/Innogy* la Kommisjonen til grunn lokale markeder med utstrekning på 50 km for ladestasjoner langs motorveier og i M.11128 *Iberdrola/BP* vurderte Kommisjonen utstrekninger på 30, 40 og 50 km utenfor motorvei og 2,5, 5 og 20 km på motorvei.⁵⁴

Det er melders oppfatning at det relevante geografiske markedet for offentlig tilgjengelig hurtig- og lynlading har både en nasjonal og en lokal dimensjon, hvor den nasjonale dimensjonen er sterkest.

7.2.2.2 De sentrale konkurranseparameterne fastsettes nasjonalt

Ladeoperatørene i det norske hurtiglademarkedet fastsetter i hovedsak sine priser på nasjonalt nivå, uten differensiering mellom individuelle ladestasjoner.⁵⁵ Markedet er i dag preget av tett priskonkurranse mellom de store operatørene som benchmarker seg mot hverandre på nasjonalt nivå. Tidligere hadde markedet i større grad en todelt prisstruktur med blant annet minuttbaserte og sesjonsbaserte elementer, men aktørene har i hovedsak gått over til ren kWh-basert prising. Det finnes enkelte forskjeller i rabattstrukturer, særlig mot B2B-kunder, men listeprisen er den samme – også nasjonal.

Eviny opererer en nasjonal prisstruktur der prisen er den samme uavhengig av ladestasjon, med kun historiske unntak knyttet til regionsvise strømprisforskjeller (Nord/Sør-Norge under strømkrisen).⁵⁶

[REDACTED]

[REDACTED] ⁵⁷ [REDACTED]

[REDACTED]

⁵² Kommisjonens meddelelse om avgrensning av det relevante marked (C/2024/1645) 8. februar 2024, avsnitt 38 samt fotnote 63, hvor Kommisjonen vurderer "sufficiently homogeneous – as opposed to identical – conditions of competition". Se også sak T-229/94, Deutsche Bahn AG v. Kommisjonen, avsnitt 92 med videre henvisninger.

⁵³ Senest i brev 8. desember 2025 i sak 2022/0045-5.

⁵⁴ M.11128 *Iberdrola/BP* avsnitt 57-62.

⁵⁵ Dette inkluderer drivstoffaktørene som til sammenligning har dynamiske priser på bensin/diesel.

⁵⁶ I 2022 ble det eksempelvis innført høyere priser i Sør-Norge enn Nord-Norge på grunn av høye strømpriser, se <https://www.eviny.no/nyheter/innforer-nye-priser-for-hurtiglading>.

⁵⁷ [REDACTED]

De øvrige konkurranseparametere: ladetilbud, kundeopplevelse og tilgjengelighet defineres på tilsvarende måte sentralt og uniformt for hele det nasjonale nettverket.

Lokalprissetting benyttes i hovedsak heller ikke av Mer eller øvrige aktører. Uno-X har, basert på offentlig tilgjengelige priser, noe variasjon, men benytter primært lavere priser på nyere stasjoner for å tiltrekke brukere, før prisene løftes til nasjonal standardpris. I en periode under korona hadde man prisområdevariasjon som følge av store prisforskjeller mellom prisområdene. Utover dette har aktørene begrensede insentiver til lokale prisforhøyelser –

. Nasjonal prissetting er dermed en bransjenorm for store ladeoperatører i de fleste land, inkludert Norge, herunder blant annet Recharge, Circle K og IONITY.⁵⁸

Et unntak er Tesla, som for enkelte lokasjoner anvender dynamisk prissetting per stasjon basert på popularitet (stort sett fire prispunkter i løpet av døgnet), men innenfor et nasjonalt rammeverk.⁵⁹ Slik melder oppfatter det, vil Teslas priser for lokasjoner med lavere trafikk være høyere og jevnere gjennom døgnet enn storbylokasjoner hvor prisene vil variere i større grad gjennom døgnet avhengig av trafikk. De høye prisene i de travle stundene er sannsynligvis ment å flytte forbruk fra travle til mindre travle tidspunkt. Teslas prismodell er etter Partenes erfaring dermed først og fremst knyttet til optimalisering mellom egne brukslokasjoner.

Ladetilbud, teknologivalg og innretning av kundeopplevelse og servicestandard skjer også i hovedsak nasjonalt. Tilsvarende gjelder merkevarebygging og markedsføring som i stor grad skjer på nettet og gjennom andre digitale flater, selv om transaksjonen skjer lokalt. Situasjonen skiller seg fra enkelte andre saker med både nasjonal og lokal dimensjon, hvor de sentrale konkurranseparametere i større grad fastsettes lokalt (f.eks. COOP/ICA,⁶⁰ Umoe Restaurants/Dolly Dimple's⁶¹ og Gjelsten Holding AS/Gresvig Retail Group 1⁶²).

⁵⁸ Se også oversikt over priser hos elbilforeningen: <https://elbil.no/dette-koster-hurtiglading/>.

⁵⁹ Se https://www.tesla.com/no_no/support/charging/supercharging#tou-pricing, hvor det på spørsmål om brukstidsprissetting (TOU = time-of-use) heter: "På visse Supercharger-stasjoner er kostnadene for Supercharging forskjellige til ulike tider på dagen. På disse Supercharger-stasjonene vil kostnadene for Supercharging være høyere i rushtiden enn når det er liten trafikk. Priser og tider for høy belastning vises begge i navigasjonsappen på bilens berørings skjerm og i Tesla-appen".

⁶⁰ V2015-24 - Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS, avsnitt 67-87.

⁶¹ Se V2016-6 Umoe/Dolly, avsnitt 201.

⁶² Se 70-dagers varsel 21. august 2020, avsnitt 333.

Oppsummert mener Partene at de sentrale konkurranseparameterne i lademarkedet, som pris, merkevare, tilbud/service og tilgjengelighet/lokasjon i hovedsak defineres nasjonalt, slik at den nasjonale dimensjonen er viktigere enn den lokale.

7.2.2.3 Lokal dimensjon – screening av mulige lokale markeder

Partene har undersøkt om Foretakssammenslutningen kan påvirke konkurransen i lokale markedsområder. Oslo Economics har bistått Partene med en screeninganalyse basert på fastsatte dekningsområder rundt Partenes ladestasjoner.

Utgangspunktet for screeningen er kjent fusjonskontrollmetodikk: Først filtreres markeder basert på kvantitative kriterier, herunder overlapp, markedsandel og antall gjenstående aktører, og deretter foretas en nærmere analyse av markedene som ikke filtreres bort. Dekningsområdene er basert på 10, 15 og 20 minutters kjøretid, i tråd med praksis fra Konkurransetilsynet, Kommisjonen, andre og veiledning fra CMA.⁶³

De få analysene som er gjennomført knyttet til lading konkret viser variasjon i hvilke avstander som legges til grunn. I *M.8870 E.ON/Innogy* la Kommisjonen til grunn lokale markeder med utstrekning på 50 km for ladestasjoner langs motorveier og i *M.11128 Iberdrola/BP* vurderte Kommisjonen utstrekninger på 30, 40 og 50 km på motorvei og 2,5, 5 og 20 km utenfor motorvei.⁶⁴ I kjøretid vil dette tilsvare mellom 5 og 30 minutter avhengig av hastighet.

Til tross for begrenset praksis fra lademarkedet, finnes det betydelig veiledning fra andre retailmarkeder i norsk fusjonskontroll som understøtter screeningen som er gjort i denne saken. I Coop/ICA-saken (V2015-24) gjennomførte Konkurransetilsynet en systematisk screening av ca. 1 350 lokale markeder med utgangspunkt i kjøretidsbaserte dekningsområder (isokroner) rundt hver enkelt butikk. Tilsynet differensierte kjøretidene mellom urbane og rurale områder basert på SSBs definisjoner for tettsteder og kommunesentralitet, og la til grunn en kjøretidsmatrise med intervaller fra fem minutter i store tettsteder i sentrale kommuner til 20 minutter i ikke-tettsteder i mindre sentrale kommuner, jf. vedtaket avsnitt 88–94.⁶⁵ Den metodiske tilnærmingen (bruk av isokroner, kvantitativ screening etterfulgt av kvalitativ vurdering av de gjenværende markedene) er sammenlignbar med metoden benyttet i foreliggende analyse. Filtreringskriteriene i Coop/ICA-saken var tilsvarende de som benyttes av Partene: markedsandel over 40 prosent, antall gjenstående aktører (tre eller færre paraplykjeder) og endring i markedsandel, jf. vedtaket avsnitt 218–222.

⁶³ Se også fra andre markeder bl.a. COOP/ICA, V2015-24, avsnitt 90, NorgesGruppen/McKesson og melding av 31. august 2025, hvor melder i hovedsak benytter kjøretid på 10-15 min., Ahold/Superdiplo som gjaldt forbruksvarer (M.2161) hvor det ble benyttet 10-30 min, *M.10438 MOL/OMV Slovenia*, samt den spanske konkurransemyndigheten i C/1151/20 — Memora / Rekalde / Irache (begravelsestjenester), hvor det ble avgrenset 15-minutters isokroner i lokalmarkedsanalysen.

⁶⁴ *M.11128 Iberdrola/BP* avsnitt 57-62.

⁶⁵ Sml. melding 31. august 2025 NorgesGruppen ASA/McKesson Norway Holding/Norsk Medisinaldepot, hvor filtrering ble gjort basert på kjøretider på 5, 10 og 15 min, jf. avsnitt 127.

Ytterligere støtte kan finnes i praksis fra bensinmarkedet. Partene anser at bensinmarkedet dels er sammenlignbart med markedet for elbillading i den forstand at kundene vil vurdere kostnader forbundet med reisetid på samme måte i markedet for bensin som i markedet for lading av elbil. Samtidig vil flere momenter trekke i retning av større geografiske markeder for elbillading enn hva gjelder bensinmarkedene, ettersom 9 av 10 elbileiere kan lade hjemme.

Også i bensinmarkedet er det variasjon i hvilke avstander som er lagt til grunn. De fleste analysene ser imidlertid ut til å benytte avstander mellom 10 og 20 minutters kjøretid. Dette gjelder blant annet Kommisjonen, som benyttet 15 minutter i *M.10438 MOL/OMV Slovenia*⁶⁶, og CMA som i flere saker har benyttet 10 til 20 minutter.⁶⁷ Det vises også til at i Konkurransetilsynets rapport "*Drivstoffmarkedet i Norge*", vurderte Konkurransetilsynet selv konkurransen i en radius på ti minutters kjøretid regnet fra den enkelte stasjon.⁶⁸ Tilsvarende ble det i Shell/YX-saken fra 2008 benyttet en kjøreavstand på 18 km fra Egersund som geografisk radius for å definere det relevante markedet.⁶⁹ Det finnes også praksis fra andre dels sammenlignbare markeder, hvor liknende kjøretidsavstander er lagt til grunn.⁷⁰

På denne bakgrunn benytter Partene reisetidsavstandene 10, 15 og 20 minutter i screeningen av eventuelle lokale markeder.

8 FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN VIL IKKE I BETYDELIG GRAD HINDRE EFFEKTIV KONKURRANSE

8.1 Ingen konkurransebekymring i et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere

8.1.1 Totalmarked og markedsandeler

I et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere vil Partene etter Foretakssammenslutningen ha en samlet markedsandel på ■■■ %, hvor Eviny Elektrifisering har en markedsandel på ■■■ % og Mer en markedsandel på ■■■ % (basert på antall konnektorer). Den sammenslåtte enheten vil dermed ha en moderat markedsandel etter Foretakssammenslutningen.⁷¹

Selv om det har skjedd en betydelig utvikling i markedet de senere årene, er melderens oppfatning at markedet ikke er ferdig utviklet. Melder forventer at markedet fortsatt skal vokse, særlig når det gjelder lynladere. De nye laderne som installeres er videre lynladere (i hovedsak 400 kW). Det er dermed et

⁶⁶ Undersøkelse til B2C-kunder, avs. 86.

⁶⁷ ME/6471-14 Motor Fuel/Murco og ME/5139/11 Rontec Investments LLP.

⁶⁸ Konkurransetilsynets rapport "*Drivstoffmarkedet i Norge*", pkt. 6.2 tredje avsnitt. Ifølge fotnote 68 innebærer dette at alle bensinstasjoner som ligger innenfor ti minutters kjøretid fra utgangsstasjonen inkluderes i markedet.

⁶⁹ Se Konkurransetilsynets vedtak V2008 – 3 – AS Norske Shell – spesifiserte eiendeler fra YX Energi Norge AS, side 9.

⁷⁰ Se fra andre markeder bl.a. NorgesGruppen/McKesson og melding av 31. august 2025, hvor melder i hovedsak benytter kjøretid på 10-15 min., Ahold/Superdiplo som gjaldt forbruksvarer (M.2161) hvor det ble benyttet 10-30 min, *M.10438 MOL/OMV Slovenia*, samt den spanske konkurransemyndigheten i C/1151/20 — Memora / Rekalde / Irache (begravelsestjenester), hvor det ble avgrenset 15-minutters isokroner i lokalmarkedsanalysen.

⁷¹ Merk at antall ladeplasser vil endre seg fra dag til dag ettersom lokasjoner åpner, oppgraderes, nedgraderes og stenger, slik at tallene vil kunne variere noe avhengig av kilde og tidspunkt.

uutnyttet potensial. Dette underbygges som nevnt av at blant annet Samferdselsdepartementet har indikert et behov for opptil 14 000 hurtigladere frem mot 2030.⁷²

Nedenfor gis en oversikt over markedsandelene⁷³ til operatører av hurtig- og lynladere i Norge, basert på antall konnektorer og lokasjoner. Med "konnektorer" menes antall kabler (DC-CCS), noe som gir et mer presist bilde av kapasiteten enn antall ladepunkter, ettersom ett ladepunkt kan ha flere konnektorer. Aktørene tilbyr i all hovedsak lading for alle typer biler.⁷⁴

Tabell 2: Oversikt over ladeoperatører i Norge og deres markedsandeler

Ladeoperatør	Antall konnektorer	Markedsandel konnektorer ⁷⁵	Antall ladestasjoner	Markedsandel ladestasjoner
Eviny Elektrifisering		%		%
Mer		%		%
Eviny Elektrifisering + Mer		%		%
Tesla Supercharger		%		%
Recharge		%		%
Kople		%		%
Circle K		%		%
Uno-X		%		%
IONITY		%		%
St1		%		%
Andre aktører		%		%
Totalmarked		100 %		100 %

Partene bemerker at markedsandeler basert på antall ladestasjoner kan gi et ufullstendig bilde av den faktiske konkurransesituasjonen. Det er vesentlig forskjell på en ladestasjon med to konnektorer og en stasjon med 16 konnektorer, både når det gjelder kapasitet, servicenivå og konkurransemessig betydning. En stor stasjon kan betjene betydelig flere kunder samtidig, reduserer ventetid og utgjør et langt sterkere konkurransealternativ enn en liten stasjon. Markedsandeler basert på antall konnektorer er derfor en mer treffsikker indikator for den reelle kapasiteten og konkurranseevnen til den enkelte aktør, og det er tilsvarende tilnærmingen Kommisjonen la til grunn i M.11128 *Iberdrola/BP*

⁷² Samferdselsdepartementet, Nasjonal ladestrategi, 2022, side 17.

⁷³ Markedsandelene er basert på markedsdata fra Eco-Movement, og estimerer markedsandeler ved å telle antall CCS-punkter per operatør.

⁷⁴ Det eneste unntaket Melder kjenner til er biler med CHAdeMO-plug. Det er imidlertid flere aktører som tilbyr slike ladere blant annet Partene, Recharge, samt Kople og Circle K i noen grad. Det er svært få dedikerte CHAdeMO-ladere i Norge, men stort sett vanlige ladere hvor aktørene bestiller tilleggsutstyr slik at laderne skal være utstyrt med CHAdeMO ladekabel i tillegg til CCS-kabel.

⁷⁵ Merk at det er en relevant forskjell på en ladestasjon med to ladepunkt kontra 16, som tallene isolert sett ikke tar høyde for.

hvor Kommisjonen beregnet markedsandeler basert på ladepunkter. Partene legger derfor primært til grunn markedsandeler basert på antall konnektorer i den videre analysen, men viser for fullstendighetens skyld også til andeler basert på antall ladestasjoner i tabellen over.

For ordens skyld har Partene også inkludert markedsdata for hypotetisk snevrere segmenter, hvor hurtig- og lynladere allokeres til separate produktsegmenter. Markedsandelene i tabellen nedenfor er beregnet basert på antall DC-CCS-konnektorer innenfor hvert effektsegment.

Tabell 3: Oversikt over markedsandeler (basert på antall konnektorer) hvis hurtig- og lynladere vurderes hver for seg

Ladeoperatør	50-149 kW	150-299 kW	150-349 kW	300+ kW	350+ kW
Eviny Elektrifisering	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Mer	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Eviny Elektrifisering + Mer	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Tesla	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Recharge	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Kople	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Circle K	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Uno-X	-	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
IONITY	-	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
St1	-	-	██████ %	██████ %	██████ %
Andre aktører	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %	██████ %
Totalmarked	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Som nevnt mener Partene at det ikke eksisterer et eget marked for lynladere. I tillegg vil lokasjonene ofte ha ulike ladehastigheter, og lokasjonskonkurransen er således ofte ikke knyttet til en bestemt ladehastighet, men til det samlede tilbudet. Uavhengig av om markedet for hurtigladdere avgrenses mot lynladere, vil Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. punkt 8.1.2 under.

8.1.2 *Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i et nasjonalt marked for hurtig- og lynladere*

8.1.2.1 Overordnet

Foretakssammenslutningen innebærer en sammenslåing av to aktører innen hurtig- og lading i Norge med en samlet moderat markedsandel på ██████ %. Uavhengig av markedsavgrensningen er det sterk konkurranse i markedet, og Partene vil fortsette å møte betydelig konkurranse fra en rekke nasjonale aktører. Den sammenslåtte enheten vil dermed være forhindret fra å utøve markedsrett.

8.1.2.2 Partene møter sterk konkurranse fra en rekke aktører

Melder vil møte konkurranse fra en rekke sterke ladeaktører i det norske markedet.

Tesla er det største elbilmerket, og har en global samlet årlig omsetning på 94,8 milliarder⁷⁶, og er samtidig et av de raskest voksende ladeselskapene i Norge og Europa. Elbilladenettverket er tett integrert med Teslas egne biler, og Teslas ladelokasjoner har en unik merkevare overfor Tesla bileiere.⁷⁷ Teslas ladelokasjoner er samtidig åpnet for andre elbiler med CCS-kontakt (de fleste elbiler kommer i dag med CCS), og Teslas app kan fritt lastes ned av andre bileiere. Ladenettverket er godt utbygd i byer, tettsteder, langs vei og på restauranter, kjøpesentre med mer og Tesla er en sterk konkurrent i hurtiglademarkedet.

Recharge er Nordens største ladenettverk og opererer over 4 250 ladepunkter på mer enn 700 lokasjoner i Norge, Sverige, Finland og Danmark.⁷⁸ I Norge har Recharge ca. [REDACTED] konnektorer fordelt på over 300 ladestasjoner. Selskapet ble opprinnelig skilt ut fra Fortum som en ren CPO (Charge Point Operator) og har satset tungt på e-roaming, slik at laderne er tilgjengelige gjennom en rekke mobiltjenesteleverandører og plattformer som Plugsurfing, EasyPark, Elbilforeningen og flere bilprodusenters apper. Recharge eies av Infracapital (del av M&G Plc, børsnotert på London Stock Exchange), noe som gir betydelig finansiell ryggrad. Recharge har partneravtaler med blant annet NorgesGruppen, McDonalds, Esso, YX, Ikea og en rekke kommuner, fylkeskommuner og lokale grunneiere.⁷⁹

Circle K markedsfører seg som Norges raskest voksende ladenettverk og opererer nå over [REDACTED] konnektorer i Norge.⁸⁰ Ifølge Norsk elbilforening har Circle K [REDACTED] konnektorer på rundt 143 ladestasjoner. Selskapet har hatt en svært ekspansiv strategi, med 47 % vekst fra 2023 til 2024 i antall lynladepunkter. Selskapet har et uttalt mål om å øke til 2030 ladere innen 2030.⁸¹ Circle K har investert tungt i 300/400 kW lynladere og har bygget seg en sterk posisjon i det øvre effektsegmentet, med en markedsandel på ca. [REDACTED] % basert på konnektorer. Selskapet har en unik forretningsmodell som integrert aktør: de eier ladelokasjonen koblet med butikk, kiosk, bilvask og lojalitetsprogrammet Circle K EXTRA.

Markedsposisjonen i drivstoffmarkedet gir Circle K tilgang til et stort antall etablerte bensinstasjonslokasjoner med gode kjøremønstre og mulighet for rask utbygging/konvertering til ladelokasjoner etter hvert som bilparken i økende grad konverteres til elektrisk.

⁷⁶ Tesla, Form 10K til US Securities and Trade Commission 2025.

⁷⁷ Tesla har blant annet introdusert prefabrikkert "Folding Unit"-teknologi som reduserer installasjonskostnader med over 20 % og halverer installasjonstiden. <https://thedriven.io/2026/06/13/teslas-first-foldable-superchargers-heads-to-europe-for-more-rapid-deployment/>.

⁷⁸ <https://nuu.no/recharge>.

⁷⁹ <https://rechargeinfra.com/no/lokasjonspartnere/>.

⁸⁰ www.circlek-no/lading.

⁸¹ <https://www.circlek.no/ladenytt/gull-lader-okern>.

St1 (tidligere Shell-stasjonene i Norge) er en relativt ny, men raskt voksende aktør i det norske lademarkedet. Selskapet droppet det tidligere samarbeidet med Recharge og bygger nå sitt eget ladenettverk under merkevaren "St1 Lading", lansert i mars 2024.⁸² I Norge har St1 ca. [REDACTED] konnektorer fordelt på ca. 30 stasjoner. Som en stor nordisk drivstoffkjede med ca. 1 250 stasjoner i Norden har St1 tilgang til et stort antall lokasjoner med etablert kundetraffikk.

Olav Thon Gruppen bygger gjennom sitt parkeringsselskap TimePark sitt eget ladenettverk og fremstår som en voksende aktør i markedet. Gruppen har tilgang til et stort antall kjøpesenterlokasjoner med betydelig kundetraffikk, noe som gir et godt utgangspunkt for etablering av ladeinfrastruktur.⁸³

Uno-X er en del av Reitan Retail-konsernet og åpnet sin første lynlader i Norge i november 2022 ved Rema 1000 på Gulsbogen i Drammen. Siden da har selskapet vokst betydelig og raskt. Uno-X har nå ca. [REDACTED] konnektorer fordelt på 92 stasjoner og satser utelukkende på lynlading med minimum 300 kW. Strategien er tett knyttet til Reitan-konsernets øvrige merkevarer: Uno-X bygger ladestasjoner ved Rema 1000-butikker, egne YX/Uno-X-stasjoner og 7-Eleven-lokasjoner. I november 2025 kjøpte Uno-X Mobility ladeappen Elton, Nordens mest populære roaming-ladeapp, for å styrke sin digitale posisjon og gi kundene en sømløs ladeopplevelse på tvers av operatører.⁸⁴ I august 2026 kjøpte Uno-X E.ON Drive & Clever sitt ladenettverk i Norge, noe som ytterligere styrker selskapets posisjon i det norske markedet.⁸⁵ Uno-X posisjonerer seg dermed som en fremoverlent aktør med sterk konsernstøtte, et tydelig fokus på de raskeste laderne og en ambisjon om å dekke hele verdikjeden fra person- til tungtransport.

Kople ble etablert i 2021 som en utskilling fra Ringerikskraft og har vokst svært raskt til å bli en av Norges største ladeoperatører, med over 7 000 ladepunkter (inkludert normalladepunkter driftet for partnere) fordelt på ladestasjoner over hele landet.⁸⁶ For hurtiglading spesifikt drifter Kople ca. [REDACTED] konnektorer på rundt 265 stasjoner. Kople har etablert et konsept, der kinesiske Starcharge-ladere leases av lokasjonseier, og Kople mottar 20 % av omsetningen for drift. I januar 2022 kjøpte Cube Infrastructure Fund III en majoritetsandel i Kople og kjøpt inn MNOK 390 for å støtte vekst og geografisk ekspansjon, med ambisjonen om å skape en ledende nordisk operatør innen fem år og ha minst 2 000 egne ladere.⁸⁷ Kople tilbyr en helhetlig "end-to-end"-ladeløsning fra planlegging,

⁸² <https://st1.no/takk>.

⁸³ <https://timepark.no/>.

⁸⁴ <https://www.reitanretail.no/pressemeldinger/uno-x-overtar-ladeappen-elton-styrker-satsingen-pa-enkel-lading>.

⁸⁵ <https://www.reitanretail.no/pressemeldinger/uno-x-kjoper-ladeinfrastruktur-og-styrker-ladenettverket>.

⁸⁶ <https://www.mynewsdesk.com/no/kople-as/pressreleases/investeringsfondet-cube-kommer-inn-paa-eiersiden-i-kople-3174228#:~:text=I%202021%20ble%20Kople%20AS%20etablert%20som%20eget%20selskap%20i%20konsernet%2C%20og%20har%20siden%20da%20tatt%20stadig%20st%C3%B8rre%20markedsandeler%2C%20og%20har%20i%20dag%202000%20ladere%20i%20sin%20portef%C3%B8lje>.

⁸⁷ <https://www.cubeinfrastructure.com/news/cube-infrastructure-fund-iii-invests-in-kople/#:~:text=Our%20objective%20is%20to%20have%20more%20than%202%2C000%20Kople%20chargers%20within%205%20years%2C%20and%20many%20more%20under%20operation%20on%20behalf%20of%20our%20public%20and%20private%20partners>.

installasjon, til drift av lyn-, hurtig- og normallading, og betjener et bredt spekter av kunder inkludert kommuner, nettselskaper og private partnere.

Aktørene har som det fremgår ulike profiler og omfatter energiselskaper, drivstoffkjeder, bilprodusenter, internasjonale fellesforetak og teknologiselskaper. Parkeringsselskaper (OnePark, kommunale parkeringsselskaper, TimePark, Aimo, Park Nordic, Apcoa mv.) og bilselskaper (IONITY, Porsche, BYD⁸⁸, NIO mv.⁸⁹) etablerer også ladelokasjoner, samt en rekke lokale aktører som Lad Opp, Ishavsveien og Lyse.⁹⁰ I tillegg finnes flere utenlandske aktører med betydelig finansiell styrke som kan vurdere inntreden i Norge.⁹¹ Disse kan vokse basert på greenfield-lokasjoner eller etablerte lokasjoner knyttet til dagligvarebutikker, kjøpesentre, fast-food, restauranter, mv.

8.1.2.3 Konkurransen disiplineres av at markedet er dynamisk og i vekst

Over 95 % av nybilsalget er elbiler, og etterspørselen etter ladetilbud er økende.⁹² Kommisjonen uttalte i M.11128 Iberdrola/BP at lademarkedet i Europa er "*nascent and fast evolving*" og at nåværende posisjoner ikke nødvendigvis reflekterer fremtidige konkurranseforhold.⁹³ For aktører som ønsker drift i fremtiden, herunder drivstoffaktørene, vil det være nødvendig å bygge ut ladevirksomheten også på lokasjoner som i dag bare tilbyr drivstoff.

Antall hurtigladere i Norge har mer enn doblet seg på tre år (fra ca. 4 100 i 2022 til 10 670 ved utgangen av 2025 ifølge NOBIL-databasen), noe som illustrerer at markedet ikke møter vesentlige etableringshindringer. Dette underbygges, som nevnt over, av at Samferdselsdepartementet har indikert et behov for opptil 14 000 hurtigladere frem mot 2030. Denne vedvarende utbyggingstakten illustrerer at markedet ikke møter vesentlige etableringshindringer som bremser ekspansjon.

⁸⁸ BYD er i ferd med å etablere tusenvis av "5-minutters"-ladere i Europa. Se <https://itavisen.no/2026/06/10/byd-flash-lading-naermer-seg-norge/>. Selskapet har uttalt et mål om å bygge 100 lokasjoner; se <https://elbil.no/stor-flash-charging-satsing/>

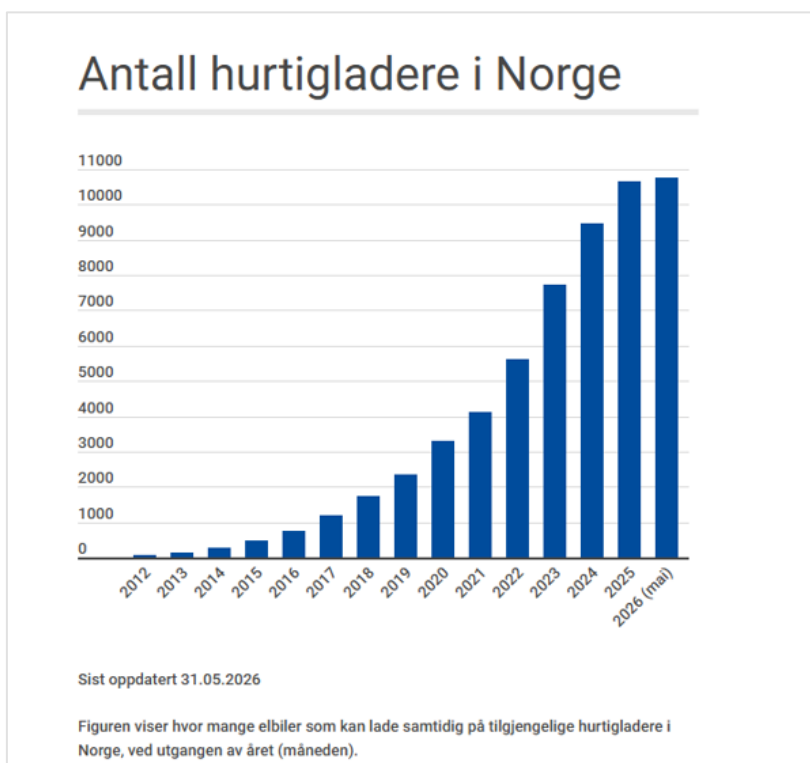
⁸⁹ NIO har 20 batteribyttestasjoner i Norge med fullstendig batteribytte på under fem minutter – https://www.nio.com/no_NO/blog/norgesmestfleksibleladosning.

⁹⁰ Lyses ladenettverk ble kjøpt opp av Kople juni 2026. Se: <https://www.kople.no/lyse-hurtiglading-er-blitt-kople/>.

⁹¹ <https://www.elbil24.no/nyheter/disse-er-norges-storste-ladeoperatorer/84660216>.

⁹² International Energy Agency (IEA), Global EV Outlook 2026, side 22.

⁹³ M.11128 Iberdrola/BP avsnitt 128.

Figur 1: Antall hurtigladere i Norge ⁹⁴

Kundeundersøkelser viser videre at fasiliteter/tilbud i nærheten av lokasjonen er en viktig konkurranseparameter. Det finnes dermed en rekke steder det kan være rasjonelt for grunneier å etablere lading for å gjøre destinasjonen mer attraktiv. Partene forventer derfor fortsatt fremvekst av et godt ladetilbud og hard konkurranse, noe som reflekteres i utbyggingsstrategiene til ladeaktørene.

Eviny Elektrifisering, Mer, Kople og Recharge har etablert ladestasjoner ved kjøpesentre, dagligvarebutikker og andre hverdagsdestinasjoner. Circle K, Uno-X og St1 er typisk på egne bensinstasjoner og tidvis også i tilknytning til dagligvarekjeder (Uno-X / Rema). Felles for de fleste er strategien om å etablere infrastruktur der folk allerede oppholder seg, slik at lading kan skje som del av hverdagsrutinen og reisen. Betalingsterminaler rulles samtidig ut i stor skala, og gjør det enklere for kundene å betale direkte med bankkort og skifte mellom aktører uten å måtte laste ned en app eller inngå et særskilt kundeforhold. Dette styrker substitusjonsmulighetene mellom ladeoperatørene og reduserer betydingen av eventuelle historiske innelåsningseffekter.

Offentlige støtteordninger reduserer i tillegg etableringshindringene i områder med begrenset trafikkgrunnlag og mulig markedssvikt. Enova støttet etablering av over 300 ladestasjoner med

⁹⁴ <https://elbil.no/om-elbil/elbilstatistikk/ladestasjoner/>.

250 millioner kroner mellom 2015 og 2022.⁹⁵ Dette var i utgangspunktet 50kW ladere og støtten ble gitt med driftsplikt på tre til fem år og under forutsetning om etablering av flere lokasjoner innenfor definerte strekninger. I tillegg finnes regionale ordninger, som Vestland fylkeskommune støtteordning som er meldt ESA under gruppefritaksforordningen⁹⁶, Trøndelag fylkeskommunes støtte på 5 millioner kroner for hurtiglader i distriktene.⁹⁷ Støtteordningene er konkurransebaserte og tilgjengelige for alle aktører på like vilkår, noe som sikrer at også lokale markedsposisjoner vil kunne bli utfordret over tid.

I et dynamisk marked i vekst vil nasjonale aktører utøve et sterkt konkurransepress, også i lokalområder hvor disse foreløpig ikke er tilstede.

8.1.2.4 Ingen konkurransebekymring i snevrere markeder for henholdsvis hurtiglader og lynladere

Foretakssammenslutningen vil ikke hindre effektiv konkurranse i et eventuelt marked for lynladere, hvor Partene, især Mer, har lavere markedsandel og økningen er mindre enn for hurtiglader. For hurtiglader er markedet mer modent, men lynladere utøver et effektivt konkurransepress – de tilbyr samme tjeneste med høyere kvalitet. Segmentet utfordres også av rask teknologisk utvikling med økende ladeevne i bilene, økt kapasitet i laderne og fallende kostnader.

8.1.2.5 Konkurransepress fra hjemmelading og offentlige ladere med alminnelig ladehastighet

Offentlige hurtig- og lynladere møter også et konkurransepress fra hjemmelading, samt fra offentlige AC-ladere. Kun om lag 20 prosent av elbilenes energiforbruk i 2025 ble dekket av offentlig hurtiglading, noe som understreker at annen lading er primæralternativet for de fleste elbileiere. Tilgjengelige kilder viser at nesten alle elbilister lader hjemme,⁹⁸ og at om lag 90 % av elbileiere har egen ladestasjon hjemme.⁹⁹ Hurtiglading er dermed andrevalget for brorparten av elbilister og er først og fremst aktuelt ved lange reiser eller ved et akutt behov for strøm. Dette innebærer at det ikke er forretningsmessig grunnlag for offentlig ladelokasjoner på en del steder i Norge med tilstrekkelig dekning av hjemmeladere (markedssvikt).

Med Norgespris og spotprisavtaler kan elbileiere lade hjemme til betydelig lavere kostnader enn ved offentlige stasjoner, med fleksibilitet til å lade når prisene er lavest. I motsetning til drivstoffmarkedet, hvor "hjemmefylling" ikke er et reelt alternativ, innebærer hjemmelading at kundens valg av når og hvor vedkommende benytter en offentlig ladestasjon fremstår mer tilfeldig og situasjonsbetinget.

⁹⁵ Se M2232-rapporten fra Miljødirektoratet og Statens Vegvesen (Kunnskapsgrunnlag om hurtigladeinfrastruktur for veitransport), punkt 2.1.6 (for tall 2015-2021) og Samferdselsdepartementet, Nasjonal Ladestrategi 2022, side 36.

⁹⁶ 2026: Ikke avgjort. 2025: [8,4 millioner til ladetilbud for personbilar og tungtransport](#) 2024: [Fem millioner til videre utbygging av hurtiglader](#) 2023: [– No sikrer vi lading ved sjukehus og for el-lastebilar](#) 2022: [4,9 millioner til utbygging av hurtigladetilbud](#) 2021: Møteprotokoll fra Hovudutval næring 24. juni. Kartfortelling over våre støtta stasjonar fram til 2021 [På ladestolpejakt i Vestland](#).

⁹⁷ Se <https://www.trondelagfylke.no/globalassets/bilder/samferdsel/loyveforvaltning/stotteordning/okonomisk-stotteordning-for-etablering-av-hurtiglader-for-elbil-i-trondelag---2025.pdf>.

⁹⁸ Se: <https://bil24.no/nesten-alle-elbilister-lader-hjemme>.

⁹⁹ Se: InsideEVs, 2024; IEA, Global EV Outlook 2026 (<https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2026>).

Hjemmelading setter samtidig et prisanker som begrenser operatørenes mulighet til å ta vilkårlige eller urimelig høye priser, selv om hjemmelading skulle utgjøre et annet produktmarked enn offentlig hurtiglading. For de bileierne som har tilgang til hjemmelading, vil det være et pristak – en øvre grense for hvilken pris bileier er villig til å akseptere for å lade offentlig – som disiplinere offentlige ladeaktører. Jo kortere kjøretid/reise, desto sterkere antar Partene dette konkurransepresset vil kunne være.

For lengre reiser (langs-veien) vil hjemmelading ikke nødvendigvis være et alternativ. I disse tilfellene er det rimelig å anta at dekningsområder/lokalmarkedet som bileier er villig til å kjøre innenfor for å dekke ladebehovet er større enn de dekningsområdene Partene har benyttet i screeningen.

8.1.3 Oppsummering

Den sammenslåtte enheten vil etter Foretakssammenslutningen fortsatt møte betydelig konkurranse fra en rekke andre aktører og disiplineres av lave til moderate ekspansjons- og etableringshindringer. Foretakssammenslutningen vil følgelig ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse og det er dermed ikke grunnlag for å gripe inn mot den, jf. krrl. § 16.

8.2 Ingen konkurransebekymring i lokale markeder – Eviny har ikke incentiv til lokal prissetting

8.2.1 Innledning og metodisk tilnærming

Ved vurderingen av foretakssammenslutningens lokale dimensjon, er det melderens oppfatning at tilsynet må hensynta det samlede nasjonale konkurransepresset, den aggregerte konkurransen, ved vurderingen av det enkelte lokalmarked – og ikke utelukkende se på de lokale markedskarakteristikkene isolert.

CMAs retningslinjer fra 2021 (MAG) tydeliggjør til illustrasjon at der foretak setter tilbudet uniformt, bør vurderingen som utgangspunkt foretas, slik at myndigheten hensyntar det aggregerte konkurransepresset.¹⁰⁰ CMA presiserer at de normalt bare vurderer om en fusjon kan endre Partenes insentiver til å gå bort fra uniform prising der det foreligger bevis for at Partene vurderer å endre tilnærming, at andre foretak allerede tar en annen tilnærming¹⁰¹, eller at foretak har endret tilnærming over tid.¹⁰² Denne tilnærmingen ble innledet med Poundland/99p Stores (2015) og videreutviklet i Sainsbury's/Asda (2019)¹⁰³, hvor CMAs konkurransebekymringer på nasjonalt nivå oppsto basert på

¹⁰⁰ CMAs MAGs (2021) avsnitt 4.26 flg. angir tre typiske tilnærminger: (a) foretak setter tilbudet uniformt nasjonalt, (b) foretak "flekser" lokalt, eller (c) blandet tilnærming. CMA understreker at der foretak hovedsakelig ("mainly") konkurrerer uniformt på nasjonalt nivå, skal vurderingen foretas på aggregert nivå, som reflekterer det samlede tapet av konkurransepress på tvers av lokale områder. CMA presiserer videre at selv ved en viss variasjon kan vurderingen foretas aggregert, dersom variasjonen drives av forskjeller i lokal etterspørsel, ikke konkurranseforhold.

¹⁰¹ Tesla har som nevnt på enkelte lokasjoner tidsdifferensiert prising, med høyere priser i perioder med høy belastning.

¹⁰² MAGs, avsnitt 4.26, siste ledd. Se også fotnote 98: "The CMA considered the incentive of firms to move from nationally uniform offering to a varied local offering in Poundland Group plc/99p stores Limited".

¹⁰³ J Sainsbury PLC / Asda Group Ltd (2019).

aggregeringen av lokale virkninger – og ikke de lokale virkningene i hvert marked for seg.¹⁰⁴ MAGs kodifiserte deretter denne tilnærmingen. Andre myndigheter har i enkeltsaker lagt til grunn samme tilnærming.¹⁰⁵

Teslas tidvise dynamiske prising (som styres av etterspørsel og grensekostnad per solgte kWh – ikke konkurrentbenchmarking) endrer ikke at de sentrale konkurranseparameterne for Eviny og de øvrige markedsaktørene i hovedsak fastsettes nasjonalt. En tilnærming som nevnt over støttes også av at bilparkens økende rekkevidde, i kombinasjon med sterk utbygging de siste årene, som øker kundens valgmuligheter og gjør at lokalmarkedene/dekningsområdene i stor grad vil overlappe med hverandre.¹⁰⁶

Spørsmålet er dermed todelt: (i) om Foretakssammenslutningen vil gi Eviny incentiv (og mulighet) til lokal prissetting ("lokal fleksing"), og (ii) om den vil gi incentiv (og mulighet) til å heve prisene nasjonalt. Melder vil redegjøre for hvorfor Foretakssammenslutningen ikke gir Eviny et slikt incentiv.

8.2.2 *Utgangspunktet: Eviny flekser ikke lokalt før Foretakssammenslutningen*

Som redegjort for ovenfor, setter Eviny samtlige sentrale konkurranseparametere nasjonalt og uniformt, uten variasjon i respons på lokale konkurranseforhold. Det samme gjelder Mer og, basert på historiske priser og så langt Eviny bekjent, øvrige store ladeoperatører med unntak av Tesla.

8.2.3 *Foretakssammenslutningen endrer ikke incentivene til å begynne med lokal fleksing*

Endring i markedsforhold lokalt gir ikke insentiv til å bytte til lokalprising. Det er kun en liten andel av Partenes lokasjoner som flagges i lokalmarkedsanalysen (7,3 %), og screeningen viser at for de fleste lokasjonene vil transaksjonen uansett ikke føre til en merkbar endring i konkurransen (92,7 %). En hypotetisk gevinst ved lokal prisøkning ville uansett være begrenset, fordi lokasjonene i stor grad er lokalisert på mindre trafikkerte områder og står for en svært liten andel av den samlede trafikken til melder lokasjoner.

Lokal prissetting vil kreve (i) investeringer i programvare og systemer for differensiert prising per stasjon, som innebærer en fundamental endring i IT-infrastruktur og driftsmodell, og (ii) økt arbeidsinnsats i form av løpende overvåking av lokale konkurranseforhold og manuell prisstyring. I tillegg vil lokal prissetting

¹⁰⁴ Jf. Haydock og Smith, "No magic dust: The relationship between the national and local assessments in Sainsbury's/Asda", Journal of Competition Law & Economics, Vol. 15, No. 4, desember 2019, side 538–558.

¹⁰⁵ Se blant annet Festi/Lyfja, sak 32/2024 fra Island. Fusjonen førte til høy lokal konsentrasjon i visse områder, for eksempel en samlet markedsandel på 60–65 % i Øst-Island, men ble godkjent uten vilkår. Begge selskap opererte med en nasjonal prispolitikk – og de lokale virkningene var begrensende sett i sammenheng med transaksjonens samlede omfang (proporsjonalitet).

¹⁰⁶ Se til illustrasjon det spanske konkurransetilsynet i sak C/1154/20 — Carrefour / Supersol, hvor tilsynsmyndigheten understreket at en begrensning av vurderingen til lokale markeder ikke i tilstrekkelig grad kunne gjenspeile konkurransevirkningene av en konsentrasjon, når markedene overlapper hverandre og dekker et bredere område uten "hull", noe som kan danne en isokron med rekkevidde på provinsnivå, på nivået av en autonom region eller til og med på nasjonalt nivå, og dermed ikke lenger utgjøre et lokalt marked.

[REDACTED] CMA anerkjente i Poundland/99p Stores at lokale prisvariasjoner ville medføre "customer resentment and adverse publicity".¹⁰⁷

Trusselen om nyetablering og ekspansjon virker også disiplinerende. Etableringsbarrierene er lave, og høyere priser ved enkeltstasjoner vil gjøre disse lokasjonene mer attraktive for konkurrenters ekspansjon. CMA fant tilsvarende at konkurrenters ekspansjonsplaner "*could affect the incentive for Poundland to move away from setting policies at a national level*".¹⁰⁸

8.2.4 Foretakssammenslutningen gir ikke incentiv til å svekke det nasjonale tilbudet

Foretakssammenslutningen gir heller ikke incentiv til å heve prisene nasjonalt, jf. punkt 8.1.2 over. Det aggregerte tapet av konkurransepress er begrenset, ettersom Mers ladestasjoner utgjør en beskjeden andel av det samlede tilbudet Eviny kunder møter nasjonalt.

8.2.5 Oppsummering

Samlet viser gjennomgangen at Eviny ikke har incentiv til lokal prissetting som følge av Foretakssammenslutningen. Ved vurderingen av den lokale dimensjonen, må tilsynet hensynta den samlede konkurransevirkningen (det samlede konkurransepresset), ettersom konkurransen fra nasjonale aktører i praksis vil disiplinere utøvelse av lokal markedsrett. Denne tilnærmingen har støtte i CMAs praksis og fusjonskontrollretningslinjer. Isolerte lokale markedsandeler overvurderer den faktiske konkurransesituasjonen så lenge Eviny opererer en nasjonal forretningsmodell, og det ikke foreligger grunnlag for at dette vil endre seg. Den kommersielle realiteten er at de nasjonale aktørene bygger et nasjonalt nettverk, og kan etablere seg i alle lokalmarkeder hvor det finnes en fortjenestemulighet. Det er på denne bakgrunn melders oppfatning at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.

8.3 Ingen konkurransebekymring i eventuelle lokale markeder

8.3.1 Innledning

Partene fastholder at de sentrale konkurranseparameterne fastsettes nasjonalt, slik at lokale markedsforhold ikke kan vurderes isolert fra den nasjonale konkurransesituasjonen, jf. punkt 7.2.2 og 8.2 over. Partene har samtidig gjennomført en screeninganalyse av mulige lokale markedsområder. Metoden og resultatene er beskrevet i punkt 7.2.2 og 8.3.2. Screeninga etterfølges av en nærmere vurdering av de identifiserte markedsområdene, hvor blant annet inkrement, konkurransenærhet, ladestasjonenes egenskaper, geografiske forhold og muligheter for nyetablering inngår. Hjemmeladingens betydning, den nasjonale prisfastsettelsen og de lave til moderate etableringshindringene i markedet, inngår som overordnede konkurranseforhold i vurderingen.

¹⁰⁷ Poundland/99p Stores, avsnitt 6.103.

¹⁰⁸ Poundland/99p Stores, avsnitt 6.125.

8.3.2 Screeninganalyse av mulige lokale markeder

Oslo Economics har foretatt en screening basert på fastsatte dekningsområder rundt hver av Partenes ladestasjoner. Dekningsområdene er beregnet med utgangspunkt i 10, 15 og 20 minutters kjøretid, slik at ladepunkter innenfor de samme dekningsområdene vurderes samlet uavhengig av om lokasjonen har karakter av destinasjonslading eller lading langs veien.

Dette er etter Partenes syn konservativt, gitt at dagens biler normalt har over 500km i rekkevidde og 9 av 10 elbileiere har tilgang til hjemmelading, som indikerer et konkurransepress langt utover 20 minutters kjøretid.

Datagrunnlaget er hentet fra Eco-Movement (Eviny). Markedsandelene er beregnet basert på antall DC-konnektorer, i tråd med Kommisjonens tilnærming i M.11128 Iberdrola/BP.

Filtreringskriteriene er fastsatt i tråd med tilnærminger fra Kommisjonen og CMA. For det første filtreres ladestasjoner bort dersom Foretakssammenslutningen ikke fører til noen endring i markedsforholdene innenfor dekningsområdet, det vil si at det ikke finnes en ladestasjon fra den andre Parten i dekningsområdet. For det andre filtreres ladestasjoner bort dersom Partenes samlede markedsandel innenfor dekningsområdet er under 40 %. For det tredje filtreres ladestasjoner bort dersom det er minst tre aktører igjen etter Foretakssammenslutningen.

En ladestasjon filtreres kun bort dersom kriteriene ovenfor gjelder for alle tre dekningsområdestørrelsene. Dette er en konservativ tilnærming som tar høyde for usikkerheten knyttet til den geografiske avgrensningen.

Av Evinys 281 lokasjoner flagges 21 lokasjoner (7,5 %), mens 18 av Mers 255 lokasjoner flagges (7,1 %). Totalt flagges 39 lokasjoner (7,3 %). Overlapp i dekningsområdene til de 39 lokasjonene betyr at disse kan grupperes i 18 lokale markedsområder.

Vedlegg 3: Oslo Economics analyse av 18 lokalk markeder

Vedlegg 4: Replikasjonspakke – Oslo Economics¹⁰⁹

8.3.3 Nærmere analyse av enkeltmarkeder

For de markedene som ikke er filtrert ut, må det gjennomføres en nærmere analyse av hvert enkelt marked for å belyse de sannsynlige konkurranseeffektene av Foretakssammenslutningen. Lokale effekter må også sees i lys av hvordan endringer i konkurransen er egnet til å påvirke fastsettelse av nasjonale konkurranseparameter. Analysen baseres på en helhetlig vurdering av ytterligere etablerte kriterier for graden av konkurranse.

¹⁰⁹ Replikasjonspakken består av en PDF og et ZIP-arkiv og er lastet opp i mappe "replikasjonspakke" i datarommet Konkurransetilsynet har fått tilgang til.

Et sentralt kriterium er konkurransenærhet. I markeder med differensierte produkter tilsier konkurranseøkonomisk innsikt at den potensielle konkurransebegrensende effekten er større desto nærmere Partene er hverandre og jo lengre avstanden er til øvrige konkurrenter. Hovedfokuset er derfor den geografiske dimensjonen, herunder reiseavstanden mellom Partenes ladestasjoner og avstanden til nærmeste konkurrent. I tillegg til avstand vil ladestasjonenes karakteristika, særlig type (hastighet ved konnektoren), antall ladepunkter, og andre faktorer som destinasjonstilknytning, plassering i kjørenettet (eks. etablering i motsatt kjøreretning) og nærhet til hovedvei, ha betydning.

Et liknende kriterium som har vært benyttet i tilsvarende saker er den inkrementelle endringen i markedsandeler. Generell konkurranseøkonomisk innsikt tilsier at en foretakssammenslutning ikke vil lede til merkbare konkurransebegrensninger dersom endringen i markedsandelen er liten, selv om den samlede markedsandelen etter foretakssammenslutningen er høyere.

Etableringsmuligheter vil også kunne ha betydning for hvilke effekter som kan forventes å oppstå. Konkrete planer om etablering og generelt lave hindringer for slik etablering vil bidra til å hindre utøvelse av markedsrett i lokale markeder. Offentlige informasjonskilder kan gi indikasjoner på planlagt utbygging. Dette kan eksempelvis være byggesaker, reguleringsprosesser, offentlig tilgjengelige opplysninger om nettilknytning og konsesjonsbehandling, samt pressemeldinger og annonserte samarbeid mellom ladeoperatører og lokasjonseiere.¹¹⁰ Tilsvarende vil dagligvarebutikker eller bensinstasjoner uten ladetilbud kunne indikere en etableringsmulighet.¹¹¹

I denne saken vil mulighetene for etablering av nye ladestasjoner være særlig relevant siden markedet fremdeles er i en betydelig vekstfase, samtidig som det eksisterer ulike offentlige tilskuddsordninger for etablering.

Flere av ladestasjonene som flagges i den første screeningen ligger langs hovedveier på steder med spredt bebyggelse. Sammenholdt med utviklingen i retning av stadig større rekkevidde på nye elbiler,

¹¹⁰

¹¹¹ Se Kommisjonens vedtak i Iberdrola, hvor Kommisjonen vurderte markedsandeler både ut fra et "operasjonelt" (nåværende) og et "pipeline"-scenario (fremtidsrettet, to-tre år frem i tid, dvs. frem til 2026). Pipeline-scenariet tok utgangspunkt i Partenes egne data for planlagte ladepunkter, samt Eco-Movement-databasen, justert for forventet markedsutvikling (avsnitt 108). Metodisk la Partene til grunn en konservativ antakelse om at kun bensinstasjoner ville installere ladepunkter (dvs. at andre egnede lokasjoner som parkeringsplasser, kjøpesentre og restauranter ble holdt utenfor), og at alle bensinstasjoner ville ha minst tre ladepunkter ("3 CP-antakelsen"). Kommisjonen anerkjente at dette var konservativt og sannsynligvis overvurderte Partenes fremtidige markedsandeler, ettersom det utelukket en lang rekke andre potensielle lokasjonstyper (avsnitt 109, fotnote 126 og avsnitt 189). Et stort flertall av respondentene oppga at det fra beslutning om installasjon av en ladestasjon typisk tar mellom ett-tre år før stasjonen er fullt operativ, dvs. innenfor Kommisjonens vurderingshorisont til 2026 (avsnitt 147). Kommisjonen konkluderte dermed med at ekspansjon fra eksisterende konkurrenter og/eller inntreden av nye ladeoperatører i de berørte områdene var tilstrekkelig sannsynlig og rettidig (avsnitt 147).

tilsier dette at dekningsområdene kan være større enn 20 minutter. Følgelig vil også ladestasjoner som ligger like utenfor kunne utøve et vesentlig konkurransepress på stasjonene i dekningsområdet.

Markedsgrunnlaget i enkelte lokalområder vil kunne ha betydning for hvilken effekt transaksjonen vil kunne ha på konkurransen. Flere ladepunkter er etablert med ulike støtteordninger på et tidligere tidspunkt der bilene i større grad hadde begrenset rekkevidde. Når etterspørselen nå er mer begrenset vil det både være rom for få aktører (slik at faste kostnader dekkes) og det vil være vanskelig for eksisterende aktører å utvide sin nåværende kapasitet. I denne saken er dette viktig i flere enkeltmarkeder hvor Partene i utgangspunktet er sterkt differensiert blant annet på antall ladepunkter og ladehastighet. I tillegg vil markedsgrunnlaget og størrelsen på de lokale markedene som berøres ha betydning for hvilken effekt transaksjonen kan ha nasjonalt. Flere lokalmarkeder har lav omsetning målt i nasjonal målestokk, og vil derfor i liten grad påvirke nasjonale konkurranseparametere.

8.3.4 Gjennomgang av de 18 identifiserte markedsområdene

Gjennomgangen nedenfor gjelder de 18 identifiserte markedsområdene.

8.3.4.1 Sauda

I Sauda er Partene de eneste aktørene innenfor betydelig avstand og de vil ha 100 % markedsandel etter Foretakssammenslutningen. Partenes stasjoner ligger kun 1,2 minutters reisetid fra hverandre. Eviny har 6 ladepunkter på 50-150 kW, mens Mer kun har 1 ladepunkt på 50 kW.

Selv om Partene er lokalisert nære hverandre, utøver Mer i begrenset grad et konkurransepress mot Eviny i Sauda med sin ene lader på 50 kW.

Sauda er et lite marked utenfor hovedveiene og Partene opplyser at ladepunktene ble etablert med kommunal støtte, samt at det har vært vanskelig for kommunen å få til ytterligere etablering.¹¹² Dette tilsier at det er begrenset mulighetsrom for nye aktører, samt utvidelse av kapasiteten hos eksisterende aktører.

Dersom det skulle være aktuelt for andre aktører å etablere seg på et senere tidspunkt, fordi etterspørselen i markedet øker over tid, er det nærliggende å peke på at Esso sin bensinstasjon i Sauda vil være en etableringsmulighet for Recharge som har et lokasjonssamarbeid med Esso.

Siden Mer i utgangspunktet utgjør et begrenset konkurransepress på Eviny i Sauda (med sin ene lader på 50kW) og markedet er lite, vil ikke endringene i dette markedet kunne påvirke fastsettelsen av

¹¹² Kommunen har nylig tilbudt en støtteordning med to konkrete lokasjoner, men ingen nye ladeoperatører fant det attraktivt å etablere seg i Sauda. Se <https://www.sauda.kommune.no/aktuelt/tilskuddsordning-etablering-av-hurtigladdestasjon.87717.aspx>

nasjonale konkurranseparameter. Dersom etterspørselsgrunnlaget øker vesentlig, kan eksisterende bensinstasjonsareal og eventuelle støtteordninger gi mulighet for senere etablering.

8.3.4.2 Etne

I Etne ligger Partenes ladestasjoner tett på hverandre langs E134. Det er to Eviny stasjoner og én Mer-stasjon. Eviny Etne har 6 ladepunkter på 50-150 kW, Eviny Etne Senter har 6 ladepunkter på 300-400 kW og Mer har ett ladepunkt på 50 kW. I tillegg er det en Tesla ladestasjon mellom de to stasjonene til Eviny. Denne ladestasjonen har 8 ladepunkter med kapasitet på 250 kW. I praksis ligger alle disse stasjonene på samme sted i området rundt kjøpesenteret Etne Senter, med avstander på i underkant av, eller tilsvarende 0,3 minutter.

Markedet flagges kun med kjøretid på 10 minutter. Samlet markedsandel for Partene er på █ %.

Andelen øker med mindre enn █ prosentpoeng etter transaksjonen ved kjøretid på 10 minutter – som skyldes det ene ladepunktet fra Mer. Konkurransen i dette området foregår i utgangspunktet først og fremst mellom Eviny og Tesla. Den ene laderen på 50kW som Mer har i området utgjør et lite konkurransepress mot de to andre aktørene. █

█

Ved 15 og 20 minutter er markedsandelen henholdsvis █ % og █ % og det er henholdsvis tre og fire aktører igjen etter fusjonen. Legges disse lengre kjøretidene til grunn omfatter markedet også Ølen. Mer har en lokasjon ved Extra Ølen med 3 DC-ladepunkter – også disse er kun på 50 kW. Her finnes det imidlertid også flere andre konkurrerende lokasjoner. Haugaland Kraft har et ladetilbud i Ølen med 2 konnektorer av 200 kW. Videre har Circle K 4 ladepunkter med 400 kW. Disse ligger litt vest for Ølen og en kjøretur på om lag 19 minutter fra Eviny Etne Senter.

I Etne flagges kun Partenes ladestasjoner ved 10 minutters kjøretid og konkurransen her foregår først og fremst mellom Eviny og Tesla. Mer spiller en liten rolle for det samlede konkurranstrykket i dette området. Transaksjonen vil derfor ikke ha noen merkbar effekt på konkurransen lokalt.

8.3.4.3 Austevoll

Austevoll er en øy uten veiforbindelse til fastlandet og markedet er av begrenset størrelse. Partene er de eneste aktørene på øyen slik at Foretakssammenslutningen fører til 100 % markedsandel. Eviny stasjonen opereres av Plug som er et datterselskap til Eviny AS og er ikke en del av det nye selskapet som etableres etter Foretakssammenslutningen. Plug fokuserer på ladestruktur for båter og ved havneanlegg – █. Plug har imidlertid 6 ladepunkter for elbil med 400 kW på Austevoll, og Mer 1 ladepunkt med inntil 50 kW.¹¹³

¹¹³ Mer opplyser at ladepunktet har effekt på 50 kW, mens datagrunnlaget for analysen viser 25 kW.

Markedsgrunnlaget for ladepunkter på Austevoll er også lite.

Stasjonene som flagges ligger langs E39 nord for Åsane i Bergen. Lokaliseringen tilsier at en stor del av trafikkgrunnlaget til de flaggede stasjonene består av kunder på gjennomreise. Dette er kunder som kan velge mellom ladestasjoner over en lengre strekning. Sørøver mot Åsane og Bergen ligger det flere konkurrenter like utenfor 20 minutters reisetid. Gitt lokaliseringen på E39 vil disse konkurrerende ladestasjonene utøve et konkurransepress på de stasjonene som er flagget på Lindåshalvøya.

Dersom det skulle være aktuelt for andre aktører å etablere seg på et senere tidspunkt for å betjene trafikk langs E39 finnes det flere egnede lokasjoner. For eksempel finnes det både en YX (Best) og en Circle K bensinstasjon i nærheten av Mer Eikangervåg som i dag ikke tilbyr lading.

Selv om markedsandelene isolert sett er høye, utgjør Mer et begrenset konkurransepress i markedet før transaksjonen. De flaggede stasjonene betjener trafikk langs E39 og det er flere konkurrenter sørøver som vil utøve konkurransepress. Når det gjelder etableringsmuligheter for å betjene gjennomgangstrafikk finnes det også flere egnede lokasjoner i området for konkurrerende aktører. Når dette hensyntas, vil Foretakssammenslutningen derfor ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurranse verken lokalt eller nasjonalt.

8.3.4.6 Manger

Partenes ladestasjoner er de eneste innenfor betydelig avstand, slik at markedsandelen etter Foretakssammenslutningen er 100 % ved 10, 15 og 20 minutters kjøretid. Eviny har 3 ladepunkter på 50 til 200 kW og Mer har ett ladepunkt på inntil 50 kW.¹¹⁴

Med sitt ene ladepunkt på inntil 50 kW utgjør Mer før oppkjøpet et begrenset konkurransepress mot Eviny i området.

Mer vil derfor utgjøre en begrenset konkurransefaktor også fremover.

Markedsgrunnlaget tilsier i utgangspunktet at det er lite sannsynlig med nyetableringer i området, men dersom dette skulle endre seg, fordi etterspørselen i markedet øker over tid, er det nærliggende å peke på YX bensinstasjonen i Manger som en mulig lokasjon for et konkurrerende alternativ.

Selv om Partene i dag er de eneste konkurrentene i området, vil transaksjonen ha begrenset betydning for konkurransen både lokalt og nasjonalt. Mer utgjør en begrenset konkurransefaktor før transaksjonen og det er et lite marked som ikke påvirker konkurransen nasjonalt.

8.3.4.7 Florø

Fire av Partenes lokasjoner er flagget (Eviny Eurospar Krokane, Eviny Rema 1000 Evja, Florø Kolkaia og Mer Norway AMFI Florø). Den samlede markedsandelen er % ved alle tre dekningsområdene. Nærmeste og eneste konkurrent i området ligger bare 0,4–3,4 minutters reisetid unna. Partenes stasjoner har til sammen 11 ladepunkter på 50 til 400 kW.

¹¹⁴ Mer opplyser at ladepunktet har effekt 50 kW, mens datagrunnlaget for analysen viser den med 25 kW.

Den eneste konkurrenten i markedet er Circle K med fire konnektorer på 400 kW. Circle K ligger ved siden av Eviny Eurospar Krokane inn mot Florø. Circle K må regnes som en vesentlig konkurransefaktor i Florø. Circle K har ladepunkter med høy effekt på egen lokasjon. Dette er i tillegg en landsdekkende aktør som vil ha gode muligheter for å utvide sin kapasitet dersom markedssituasjonen skulle tilsi dette.

Det er betydelig trafikkgrunnlag i Florø, og området har også mange gode lokasjoner hvor andre konkurrenter kan etablere seg. Kiwi Florø har etter det Partene kjenner til signalisert at de ønsker at noen etablerer en ladelokasjon der, noe som illustrerer konkrete muligheter for nyetablering.

Selv om den samlede markedsandelen til Partene i området er høy, vil tilstedeværelsen av Circle K i markedet virke sterkt disiplinerende på Partene etter transaksjonen – både på kort og lengre sikt. Florø er også et marked hvor det er flere lokasjoner hvor konkurrenter kan etablere seg. Transaksjonen vil derfor ha begrenset betydning for konkurransen lokalt og dette vil uansett ikke kunne påvirke de sentrale konkurranseparameterne som fastsettes nasjonalt.

8.3.4.8 Naustdal

Mer Naustdal har to ladepunkter på 50 kW. Det ligger ingen andre stasjoner innenfor 10 minutter kjøretid. Ved lengre kjøretid inkluderes Førde i markedet hvor det er en Tesla stasjon med 16 ladepunkter på 250 kW.¹¹⁵ Når Førde inkluderes i markedet er Tesla derfor en viktig konkurransekraft.

Mer sine ladepunkter i Naustdal utenfor Førde må antas å utgjøre en begrenset konkurransefaktor for de ladestasjonene som er lokalisert i Førde, både på grunn av avstand og fordi lokasjonen består av to ladepunkter på 50 kW. På samme måte som i flere andre lokale områder er dette en ladestasjon tilpasset en annen situasjon med mye kortere rekkevidde og hvor det kommersielle grunnlaget har falt bort. Lokalt vil ikke ladestasjonene i Førde i særlig grad ta hensyn til Mer sine ladepunkter i Naustdal. Konkurransen der bestemmes først og fremst av konkurransen mellom Eviny og Tesla. Denne konkurransen påvirkes ikke av transaksjonen.

Konkurransen i området bestemmes først og fremst av konkurransen mellom Eviny og Tesla i Førde sentrum. Lokaliseringen av Mer i Naustdal med to konnektorer på 50 kW tilsier at Mer har liten betydning for konkurransen i markedet. Transaksjonen vil derfor ikke påvirke konkurransen vesentlig verken lokalt eller nasjonalt.

¹¹⁵ I Førde ligger også en 24 kW lader knyttet til en Bilforhandler som trolig utøver lite konkurransepress.

8.3.4.9 Slemmestad

I Slemmestad flagges to lokasjoner (Eviny Rortunet Senter og Mer Norway Extra Slemmestad Ankertunet). De to lokasjonene ligger svært tett og inngår dermed i samme marked, uavhengig av hvilken radius som anvendes.

Innenfor en radius på 10 minutter, er det i dag ingen andre tilbydere av offentlig lading. Dersom radiusen utvides til 15 eller 20 minutter inkluderes imidlertid et stort antall lokasjoner rundt langs E39 ved Asker i nord, samt to lokasjoner langs E18 ved Hurum i sør.

Det er sannsynlig at en stor del av de som vurderer å lade i Slemmestad enten kommer sør- eller nordfra. Det er dermed naturlig å legge til grunn at stasjonene på Slemmestad inngår i et større marked for offentlig lading i Asker kommune. Innenfor en radius på 20 minutter (fra Mer ved Extra Slemmestad) vil det etter fusjonen eksempelvis være ni ulike tilbydere og Partene vil ha en markedsandel på 16 prosent.

Den nærmeste lokasjonen mot nord er Recharge Kiwi Foliefabrikken – deretter følger St1 Lading Asker, Recharge McDonald's Asker og Circle K Asker. Mot sør er de nærmeste lokasjonene Hurum Kraft Røykenbadet og SmartCharge Spikkestadveien, som begge ligger i umiddelbar nærhet til hverandre.

Gitt det eksisterende konkurransepresset nærliggende lokasjoner utøver på Partenes lokasjoner i Slemmestad, vil ikke Foretakssammenslutningen kunne hindre effektiv konkurranse. Dette underbygges både av det store antallet konkurrenter og at Partene vil møte konkurranse "på begge sider" av Slemmestad. Det finnes også en rekke lokasjoner som er egnet for å etablere ladevirksomhet i Slemmestad – herunder har Automat1, Circle K og Uno-X alle stasjoner i Slemmestad.

8.3.4.10 Horten

Inne i Horten finnes det tre ladestasjoner som ligger et par minutters kjøring fra hverandre. Dette er Eviny Sjøsidan med seks ladepunkter på 240 kW, Mer Burger King Horten med fem ladepunkter på 150 kW og en Recharge stasjon med to ladepunkter med 225 kW knyttet til en Rema 1000 butikk.

De nærmeste ladestasjonene utenfor Horten er Recharge Esso Borre (6,8 minutter sør for Mer sin ladestasjon) og Circle K E18 Horten (15,1 minutter vest for Eviny Sjøsidan). Innenfor en radius på 20 minutter fra Partenes ladestasjoner i Horten ligger også NIO Power Charger langs E18 og Recharge St1 Grøstad.

Selv om det ved 10 minutters kjøretid er kun én konkurrent (Recharge) har denne god kapasitet og utøver et konkurransepress; også fordi Recharge er nærmeste konkurrent til Eviny. Mange av de som vurderer å lade i Horten, bruker trolig også E18 og vil dermed ha flere alternativer langs denne veien, herunder nevnte Circle K og NIO.

Uavhengig av om man fokuserer på Horten som destinasjon eller utvider til et større geografisk marked, vil dermed Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurranse.

8.3.4.11 Fredrikstad øst

I Fredrikstad øst – mellom Fredrikstad og Sarpsborg – ligger en Mer-stasjon som flagges ved 10 minutters radius. Gjennom Foretakssammenslutningen reduseres antallet aktører innenfor radiusen fra 3 til 2, men Partenes samlede markedsandel blir ikke høyere enn █%. I alle retninger ligger det imidlertid flere konkurrerende ladestasjoner. Etter Foretakssammenslutningen vil det eksempelvis være fire konkurrenter – fordelt på mange ladestasjoner – innen en radius på 15 minutter og Partenes markedsandel vil være █%. Innenfor en radius på 20 minutter vil det være åtte konkurrenter, fordelt på veldig mange ladestasjoner – og Partenes markedsandel vil være █%.

Gitt strukturen med mange konkurrenter, fordelt over et enda større antall ladestasjoner, vil Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurranse i området øst for Fredrikstad.

8.3.4.12 Tynset

Partene har hver sin ladestasjon på Tynset. Mer sin stasjon ligger ved Extra Tynset og har 4 ladepunkter på inntil 75 kW¹¹⁶, Eviny sin stasjon ligger ved Alti Tynset og har fire ladepunkter på 180-200 kW. I umiddelbar nærhet til Partenes ladestasjoner finnes et enkelt ladepunkt på 150 kW knyttet til Bilforhandleren Møller Bil. Dette er eneste konkurrent innenfor en radius på 20 minutter.

Det er rimelig å legge til grunn at de som bor i Tynset, i likhet med de øvrige flaggede lokasjonene, primært lader hjemme, slik at de aktuelle etterspørrene i stor grad beveger seg over et større område. Dermed vil Partenes virksomhet på Tynset oppleve konkurranse fra flere konkurrenter, herunder aktører ved Alvdaal ca. 25 minutter unna. I Alvdaal tilbyr både Circle K og St1 lading. I retning nordøst er neste konkurrent Recharge med to ladepunkter med 50 kW som ligger 43 minutter unna. Nordøst er nærmeste konkurrent Kople i Røros med tre ladepunkter på 75-150 kW om lag 21 minutter unna.

På Tynset har både Uno-X og Circle K salg av fossilt drivstoff, og over tid vil det også kunne komme flere konkurrenter lokalt på Tynset. Tynset er også et lite sted med et begrenset lokalt marked. Det fremstår dermed usannsynlig at økt konsentrasjon her vil kunne ha en merkbar virkning på fastsettelsen av nasjonale konkurranseparametere.

Gitt at lokasjonene på Tynset i realiteten konkurrerer om etterspørre som beveger seg over større geografiske områder, vil Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurranse i området.

¹¹⁶ Laderen har to plugger som maksimalt kan lade 150kW hver for seg, men ikke samtidig.

8.3.4.13 Lesja og Bjorli

Mer har en stasjon ved Lesjaverk med to ladepunkter på 50 kW. Dersom man benytter en reisetid på 10 og 15 minutter er det ingen overlapp. På Bjorli, 19 minutters kjøretid unna Lesja, har imidlertid Eviny og Tesla stasjoner, med henholdsvis åtte ladepunkter på 200-350 kW og 12 ladepunkter på 250 kW.

Mer Lesja flagges dermed kun dersom man benytter en kjøretid på 20 minutter. Kjører man ca. 36 minutter nordover fra Bjorli på E136 er nærmeste alternativ IONITY (seks ladepunkter på 350 kW), og sørover fra Lesja er det flere alternativer (bl.a. IONITY og Tesla).

Mer utøver et begrenset konkurransepress i dette markedet med to ladepunkter på 50 kW.

Det virker rimelig å anta at de flaggede stasjonene er en del av ladenettet langs veien og at Mer utøver begrenset konkurranse med to ladepunkter på 50 kW. For kortere reiseavstander enn 20 minutter er det uansett ikke overlapp i dekningsområdene. Det er derfor rimelig å legge til grunn at fusjonen ikke merkbart vil hindre effektiv konkurranse langs den aktuelle strekningen på E136.

8.3.4.14 Ørsta

I Ørsta er det 2 flaggede Eviny stasjoner, én med fem ladepunkter på 50-200 kW og én med åtte ladepunkter på 200 kW. Mer Norway Extra Volda (to ladepunkter på 150 kW) er nærmeste konkurrent om lag syv minutter unna Eviny Rema 1000 Ørsta.

Innenfor 10 minutter er det kun Mer og Eviny som konkurrerer. Lengre sør ligger det stasjoner fra Recharge (seks ladepunkter på 300-400 kW) og Tesla (12 ladepunkter på 250 kW) med god kapasitet innenfor 16 minutter kjøreavstand fra den fjernere Eviny stasjonen i Ørsta. Ved lengre kjøretid enn 10 minutter er det dermed to sterke konkurrenter i markedet. Partenes markedsandel er ■■■ % ved 15 minutters kjøretid og ved 20 minutters kjøretid er markedsandelen ■■■ % og inkrementet på ■■■ prosentpoeng.

Ørsta ligger for øvrig i Sunnmøre-regionen langs E39 som tilsier at det er et marked for lading langs vei. Planlagte veiprosjekter på E39 ved Volda og Voldatunnelen vil etter Partenes vurdering utvide det relevante markedet.¹¹⁷

Gitt at lokasjonene i realiteten konkurrerer om etterspørrere som beveger seg over større geografiske områder er inkrementet i Partenes markedsandel gjennom fusjonen bare ■■■ % og det er da to sterke konkurrenter igjen i markedet. Det forventes dermed at konkurransen ikke reduseres merkbart etter fusjonen.

¹¹⁷ <https://www.vegvesen.no/nn/vegprosjekt/europaveg/e39volda/> / <https://www.voldatunnelen.no/>

I Vestnes ligger Eviny Alti Vestnes med 8 ladepunkter på 300-350 kW og Mer Norway Vestnes med to ladepunkter på 75 kW¹¹⁸. Eneste konkurrent i markedet innenfor 10 og 15 minutter kjøretid er Tesla med åtte konnektorer på 250 kW. Alle tre stasjonene ligger innenfor to minutter kjøretid. Partenes markedsandel er █ % og inkrementet er █ prosentpoeng. Ved 20 minutter kjøretid ligger det en Tesla stasjon til med 12 ladepunkter på 150 kW og Partenes markedsandel blir █ %.

Markedsandelen på under █ % ved 10 til 15 minutter kjøretid og under █ % ved 20 minutter, begrenset inkrement, relativt svak konkurranse fra Mer og sterk konkurranse fra Tesla, tilsier at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse.

Mer Vinjeøra ligger ved E39 mens Eviny ligger nordover på Kyrksæterøra ved shoppingsenteret Alti Heim. Mer Vinjeøra har to ladepunkter på 50 kW. Stasjonen ligger 15,5 minutter fra Eviny Alti Heim med åtte konnektorer på 180-200 kW. Med 10 og 15 minutter er det derfor ingen overlapp. Med 20 minutter er Partene de eneste aktørene i markedet.

Begrenset konkurransepress fra Mer og begrenset betydning for markedet nasjonalt tilsier at endringene i dette markedet ikke vil kunne påvirke fastsettelsen av nasjonale konkurranseparameter.

Partene er de eneste aktørene i Meråker innenfor 20 minutter kjøretid. Eviny har fem ladepunkter på 50-200 kW og Mer har ett ladepunkt på 50 kW.

Meråker ligger langs E14 mellom Stjørdal og Sverige. Det isolerte markedet og det begrensede trafikkgrunnlaget gjør at området vanskelig kan bære mer enn én eller to operatører på kommersielt grunnlag. Både i Stjørdalområdet, om lag 50 minutter unna, og i Storlien rett over grensen til Sverige, om lag 22 minutter unna, er det flere konkurrenter.

22855668/3

Mer utøver et begrenset konkurransepress med sitt ene 50 kW ladepunkt. [REDACTED]

Gitt at markedet betjener bilister på gjennomkjøring inngår Meråker i et større geografisk marked med flere sterke konkurrenter og hvor Mer utøver begrenset konkurransepress med ett enkelt 50 kW ladepunkt. Det forventes derfor at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse i Meråker.

8.3.4.18 Hammerfest

Mers Hammerfest Lufthavn-lokasjon har fire ladepunkter på inntil 200 kW. Eviny har fire ladepunkter i Hammerfest-området på 350-400 kW. Eneste konkurrent i markedet er Kople med to stasjoner med henholdsvis fire ladepunkter på 200-240 kW og to ladepunkter på 50-175 kW. Partenes Markedsandel er [REDACTED] %.

Partenes lokasjoner er differensierte ved at Eviny ligger på veien inn mot Hammerfest, mens Mer ligger nord på Lufthavnen. Kople ligger i midten og er nærmeste konkurrent til begge Parter.

Partenes differensiering og tilstedeværelse av en sterk konkurrent som ligger nærmest Partene tilsier at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse i Hammerfest. Begrenset betydning av markedet nasjonalt tilsier uansett at endringene i dette markedet ikke vil kunne påvirke fastsettelsen av nasjonale konkurranseparametere.

8.3.5 Samlet konklusjon

Samlet viser gjennomgangen av de screenede lokalkarkedene at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse i de 18 identifiserte lokale markedsområdene selv om man skulle vurdere markedsområdene isolert (noe Partene mener ikke er riktig).

Flere av Mer sine lokasjoner har avtaler som er utløpt eller utløper i nær fremtid, flere er utstyrt med eldre 50 kW-ladere og har lave volumer, og [REDACTED]

[REDACTED]. Dette understreker at Mers faktiske konkurransemessige betydning i de lokale markedene er begrenset. Til sammenligning har ellers aktører, særlig Tesla og drivstoffaktørene, som det fremgår av Tabell 3 (Markedsandeler hvis hurtig- og lynlading vurderes for seg), i vesentlig større grad ladere med høy effekt enn de øvrige spesialiserte ladeaktørene. Dette viser at blant annet drivstoffaktørene har hatt betydelig vekst de siste årene, hvor ladere med høyere hastigheter er blitt installert. Mer har til sammenligning i langt mindre grad oppgradert nettverket med høyere hastigheter.

Dette dreier seg også om markeder med liten omsetning og dermed liten betydning for fastsettelse av nasjonale konkurranseparametere. Foretakssammenslutningen vil derfor ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurranse i strid med krl. § 16.

8.4 Ingen konkurransebekymring i et hypotetisk marked for AC-ladere opptil og med 22 kW

For fullstendighetens skyld behandler Partene også et hypotetisk separat marked for lavhastighetsladere (AC-ladere med effekt opptil og med 22 kW), selv om Partene mener at dette segmentet inngår i et bredere marked for elbillading og møter konkurranse fra raskere ladere – og hvor det offentlige lademarkedet fremover først og fremst handler om hurtigladdere

Som redegjort for i punkt 7.1 har Partene et begrenset overlapp i AC-segmentet: Eviny har [REDACTED] ladepunkter klassifisert som lavhastighet, mens Mer har omkring [REDACTED] AC bays/ladepunkter (60 lokasjoner) som kun er med lavhastighetsladere.¹¹⁹

Partene har ikke tilgang til et fullstendig og kvalitetssikret datasett som gjør det mulig å beregne markedsandeler i et eventuelt nasjonalt marked for offentlige og halv-offentlige AC-ladere med tilstrekkelig presisjon. Så langt Partene kjenner til finnes det heller ingen offentlig tilgjengelig kilde som gir en komplett oversikt over samtlige offentlige og halv-offentlige AC-ladepunkter fordelt på operatør.

[REDACTED]

Ifølge Drivkraft Norges oversikt var det totalt 9 542 ladepunkter for normalladere under 50 kW blant Drivkraft Norges medlemmer i 2025.¹²⁰ Basert på Drivkraft Norges tall vil Eviny ([REDACTED] ladepunkter) ha en markedsandel på ca. [REDACTED] % og Mer (ca. [REDACTED] AC-ladepunkter) ha en markedsandel på ca. [REDACTED] %. Partenes samlede markedsandel i dette segmentet er dermed ca. [REDACTED] %. Drivkrafts tall omfatter imidlertid kun medlemmenes ladepunkter, og inkluderer ikke enkelte betydelige aktører og ladeiere som Tesla og Oslo kommune. Partenes reelle markedsandel antas å være under 20%, men kan ikke beregnes presist på tilgjengelig datagrunnlag.

Partene mener uansett at et eventuelt separat marked for lavhastighetsladere ikke reiser konkurransebekymringer.

For det første vil melder i tillegg til de nasjonale hurtigladeaktørene møte en rekke andre konkurrenter. Etter Foretakssammenslutningen vil den sammenslåtte enheten fortsatt møte betydelig konkurranse fra disse aktørene.

¹¹⁹ Vi gjør generelt oppmerksom på at tall på ladelokasjoner og ladepunkter er et øyeblikksbilde, og at dette er et marked i rask utvikling hvor lokasjoner og ladepunkter vil kunne variere over tid som følge av åpning av nye stasjoner, utvidelser, oppgraderinger, midlertidig utilgjengelighet og avvikling av eksisterende ladere eller lokasjoner. Det vises f.eks. til at enkelte av Evinys AC ladere står i borettslag og er for deres beboere, noen står på f.eks. PostNord sine private områder og noen står offentlig f.eks. på kjøpesenter.

¹²⁰ <https://www.drivkraftnorge.no/Tall-og-fakta/ladestatistikk/>. Det bemerkes at Drivkrafts oversikt gjelder normalladere under 50 kW, mens det relevante segmentet for denne analysen er AC-ladere med effekt opptil 22 kW. Som omtalt under punkt 7.1, er imidlertid omfanget av ladere i segmentet mellom 22 kW og 50 kW begrenset.

For det andre møter AC-ladere sterk konkurranse fra hjemmeladere. Hjemmeladere har typisk tilsvarende effekt som offentlige AC-ladere (3,6–22 kW), og utfører samme funksjon, dvs. langsom lading over tid, typisk over natten eller i løpet av arbeidsdagen. Kunder som vurderer offentlige lavhastighetsladere har dermed et nært substitutt i hjemmelading, noe som begrenser mulighet for å utøve markedsrett i dette segmentet. Vi viser til hva som er sagt over om andel elbileiere som kan lade hjemme, og andelen hjemmelading.

For det tredje vil det være anbudsbaserte konkurranser om lokasjoner. AC-ladere plasseres typisk på flyplasser, offentlige parkeringsplasser, arbeidsplasser og beboerlokasjoner. I disse segmentene skjer konkurransen primært om lokasjonen, gjennom anbud eller avtaler med lokasjonseiere, og ikke mellom lokasjonene etter at laderne er installert. Etterspørselen styres i hovedsak av hvilket parkeringsbehov kunden har (parkering ved arbeidsplass, bolig eller flyplass), og valget av ladeoperatør er sekundært til valget av destinasjon.

For det fjerde er det lave etablerings- og ekspansjonshindringer i dette segmentet. Etablering av AC-ladere har vesentlig lavere kostnader enn hurtig- og lynladere. Mens en 300–400 kW lynlader koster ca. [REDACTED] kroner å installere, er investeringskostnaden for en AC-lader betydelig lavere (ca. [REDACTED]). Den primære etableringshindringer er tilgang til relevant lokasjon, ikke kapitalkrav eller teknisk kompleksitet. De lave kostnadene innebærer at potensielle nye aktører kan etablere seg raskt og at eksisterende aktører enkelt kan ekspandere, noe som disiplinere den sammenslåtte enhetens atferd.

Samlet er det Partenes oppfatning at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i et eventuelt separat marked for lavhastighetsladere. Overlappet mellom Partene er minimalt, segmentet møter konkurransepress fra hjemmelading, konkurransen skjer primært om lokasjoner gjennom anbud, det er mange aktører i markedet, og etablerings- og ekspansjonshindringene er lave.

Partene har ikke oppgitt konkurrenter, kunder og leverandører spesifikt for dette hypotetiske segmentet, eller foretatt en vurdering av eventuelle lokale markeder for AC-ladere. Som nevnt, anser ikke Partene dette som et eget relevant marked, og Partenes overlapp i AC-segmentet er begrenset – fokuset i Partenes virksomhet er på hurtig- og lynladere. Partene har heller ikke oversikt over eller tilgjengelige data som gjør det mulig å beregne markedsandeler for konkurrenter i dette segmentet, som også omfatter offentlige aktører. Kundene vil primært være privatpersoner, og leverandørene er de samme som på nasjonalt nivå. Det er i stor grad de samme aktørene som er oppgitt på nasjonalt nivå innen hurtig- og lynlading som også er aktive innen lavhastighet, og følgelig kan de konkurrentene som er oppgitt i vedlegg 4 og 5 anses representative for dette hypotetiske segmentet.

9 OPPSTRØMSMARKEDET – KONKURRANSEN OM LOKASJONER

9.1 Innledning

Partene kan etablere ladetilbud på egne lokasjoner, gjennom greenfield-utbygging eller gjennom avtaler med eiere av eksisterende destinasjoner mv.. Ladeaktørene konkurrerer dermed om tilgang til attraktive lokasjoner for etablering av ladeinfrastruktur. Konkurransen om lokasjoner utgjør et mulig oppstrømsmarked som er nært knyttet til markedet for etablering, drift og vedlikehold av offentlig tilgjengelige hurtig- og lynladestasjoner.

9.2 Markedsavgrensning

Konkurransen om lokasjoner skjer også i hovedsak nasjonalt, gjennom fire kanaler: (i) anbud, (ii) rammeavtaler med større grunneiere, (iii) direkte kontakt med enkeltgrunneiere, og (iv) greenfield-utbygging – ikke minst gjelder dette for de store og/eller viktige kontraktene hos dagligvarekjedene, kjøpesenteraktørene mv. hvor det ofte inngås parallelle nasjonale rammeavtaler. Disse aktørene foretrekker ofte å ha flere ladeoperatører tilknyttet seg, og få avtaler inneholder eksklusivitet. Ved anbud konkurrerer aktørene om høyest leie (), og leverandør står for kostnadene knyttet til investeringen og er ansvarlig for utbygging, drift og vedlikehold. Det er normalt ikke nødvendig å være lokalt til stede for å levere et konkurransedyktig tilbud.

Det geografiske markedet for oppstrømskonkurransen er nasjonalt for større og viktige kontrakter og rammeavtaler, ettersom de sentrale aktørene opererer nasjonalt og det ikke er nødvendig å være lokalt til stede for å levere et konkurransedyktig tilbud. For mindre lokasjoner og lokasjonseiere kan markedet være regionalt eller lokalt, og vil i hovedsak reflektere konkurranseforholdene i de lokale lademarkedene, slik dette er nærmere analysert i punkt 8.3.4.

9.3 Konkurransedynamikken – foretakssammenslutningen vil ikke hindre konkurransen

Partene har ikke tilgang til egne markedsandelsdata for et eventuelt atskilt oppstrømsmarkedet, men legger til grunn at Partenes markedsandel i et oppstrømsmarked for etablering av lokasjoner vil være begrenset. Det vises til markedsandelene i nedstrømsmarkedet, jf. punkt 8.1.1 over.

Tilgang til lokasjon er etter Partenes oppfatning ikke et etableringshinder. Antallet tilgjengelige lokasjoner er betydelig. Det finnes et stort antall dagligvarebutikker, hoteller, kjøpesentre, fastfood-utsalg, energistasjoner og andre fasiliteter som egner seg for etablering av ladeinfrastruktur. I tillegg kommer som nevnt mulighetene for greenfield-utbygging, som i en rekke områder er tilnærmet ubegrenset. Antallet hurtigladdere har mer enn doblet seg fra ca. 4 100 ved inngangen til 2022 til over 10 670 ved utgangen av 2025, noe som illustrerer at tilgangen til lokasjoner ikke utgjør en vesentlig etableringshindring.

Tabellen nedenfor viser hvilke lokasjonseiere som primært samarbeider med ulike ladeoperatører, og illustrerer at et bredt spekter av aktører konkurrerer om de sentrale lokasjonene.¹²¹

Kategori	Lokasjonseier	Primære ladeoperatører
Bensinstasjoner	Uno-X	Uno-X
	Circle K	Circle K
	St1	St1
	Esso	Recharge, Tesla m.fl.
	YX (selveier)	Recharge, Uno-X, Tesla
Dagligvare	NorgesGruppen	Kople, Recharge, Eviny
	Coop	Mer
	Rema 1000	Uno-X ¹²²
	Bunnpris	Flere aktører
Kjøpesenter	Alti	Eviny
	Scala	Eviny / Tesla
	Thon ¹²³	TimePark (Thon sitt eget selskap)
	CityCon	Eviny, Tesla
Øvrige	Avinor	Mer
	Div. kommuner/fylker	Alle, spesielt Tesla, IONITY, Recharge, Kople, Eviny, Mer
	Lokale grunneiere	Alle, spesielt Tesla, IONITY, Recharge, Kople, Eviny, Mer

Eviny har i liten grad møtt Mer i slike konkurranser. Det siste tilfellet var Avinor-anbudet (ca. 2024), der Eviny [REDACTED]. Mer har i hovedsak hatt fokus på utbygging hos Coop og Avinor som sine store utbyggingspartnere de siste årene.

Lokasjonseiere har typisk kjøpermakt ved at de kontrollerer flere og/eller større lokasjoner og har alternative muligheter for utnyttelse av lokasjonene. Disse aktørene foretrekker ofte å ha flere ladeoperatører tilknyttet seg, og få avtaler inneholder eksklusivitet.

Drivstoffaktørene – Circle K, St1, Uno-X mv. – har et konkurransefortrinn ved at de allerede har tilgang til en rekke lokasjoner med veletablert kundegrunnlag. Disse aktørene kan bygge på egne lokasjoner eller greenfield (tomtekjøp eller feste), og er i mindre grad avhengig av å konkurrere om andres lokasjoner. Circle K har ca. 1 000 stasjoner i Norden, mens St1 har ca. 1 250 stasjoner i Norden, noe

¹²¹ Kilde: Evinys egne data.

¹²² Eviny har historisk bygget på Uno-X ladelokasjoner før Reitan entret strategi og satset på lading.

¹²³ [REDACTED]

som gir dem tilgang til et stort antall lokasjoner med etablert kundetrafikk. Drivstoffkjedeposisjonen gir derfor aktørene mulighet for rask utbygging og konvertering til ladelokasjoner, og flere av drivstoffaktørene har etablert seg hurtig og vokst raskt i lademarkedet.

9.4 Oppsummering

Oppsummert er det Partenes oppfatning at Foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse om lokasjoner. Partene møter sterk konkurranse fra en rekke nasjonale aktører, og Eviny og Mer har i liten eller ingen grad møtt hverandre i konkrete anbudskonkurranser. Lokasjonseiere har videre kjøpermakt og foretrekker ofte å ha flere ladeoperatører tilknyttet seg. Drivstoffaktørenes etablerte lokasjonsportefølje og greenfield-muligheter styrker det samlede konkurransepresset ytterligere.

10 INGEN VERTIKALE KONKURRANSEBEKYMNINGER

10.1 Nettvirksomhet

Eviny driver nettvirksomhet gjennom BKK AS, som eier og drifter over 22 500 km nettinfrastruktur og betjener over 270 000 nettkunder i 19 kommuner på Vestlandet. Det foreligger en vertikal relasjon mellom BKKs nettvirksomhet (oppstrøms) og Partenes ladevirksomhet (nedstrøms), begrenset til BKKs konsesjonsområde. Denne relasjonen har ikke konkurransemessig betydning.

Drift av strømnnett utgjør et eget produktmarked, jf. Kommisjonspraksis.¹²⁴ Det geografiske markedet tilsvarer det enkelte nettets dekningsområde, da strømnnett utgjør naturlige monopoler innenfor sitt konsesjonsområde.¹²⁵ BKK har 100 % markedsandel i sitt konsesjonsområde. På nedstrømsnivå har Partene som nevnt en samlet markedsandel på under 30 % i et nasjonalt marked for hurtig- og lynlading.

Foretakssammenslutningen gir verken mulighet eller incentiv til noen konkurransebegrensende innsatsfaktorutestengelse. Det sentrale er at nettselskapene har tilknytnings- og leveringsplikt, er underlagt inntektsrammeregulering og plikter å likebehandle nettkunder på objektive og ikke-diskriminerende vilkår. Energilovgivningen krever selskapsmessig og funksjonelt skille mellom nettvirksomhet og konkurranseutsatt virksomhet. BKK kan dermed ikke gi Eviny/Mer bedre vilkår for nettilknytning, kapasitet, anleggsbidrag eller tariff enn andre ladeoperatører. Eventuelle utfordringer knyttet til nettkapasitet eller saksbehandlingstid gjelder alle aktører likt og endres ikke av Foretakssammenslutningen.

¹²⁴ Se COMP/M.3696 (E.ON/MOL) avsnitt 210, COMP/M.3268 (Sydkraft/Grønting) avsnitt 72–74, COMP/M.5793 (Dalkia CZ/NWR Energy), avsnitt 34 flg.

¹²⁵ Se COMP/M.3268 (Sydkraft/Grønting) avsnitt 75, COMP/M.3696 (E.ON/MOL) avsnitt 253–254, COMP/M.5793 (Dalkia CZ/NWR Energy) avsnitt 35.

Det foreligger heller ikke risiko for kundeutestengelse, da BKK forblir forpliktet til å levere netttjenester til samtlige nettkunder uavhengig av konserntilknytning. Foretakssammenslutningen vil derfor ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i noe vertikalt marked.

10.2 E-mobilitetstjenester (eMSP)

Kommisjonen har i sin praksis avgrenset et eget marked for tilbud av e-mobilitetstjenester, adskilt fra markedet for installasjon, drift og vedlikehold av offentlige ladestasjoner. Kommisjonen har vurdert at det geografiske markedet for e-mobilitetstjenester er nasjonalt.¹²⁶ Dette bygger på at eMSP-er (e-mobility service providers) typisk tilbyr et enhetlig landsdekkende tilbud og at de sentrale konkurranseparameterne settes nasjonalt (priser), samt at tjenestene tilbys gjennom digitale applikasjoner som er tilgjengelige i hele landet.

Begge Parter tilbyr e-mobilitetstjenester gjennom sine respektive ladeplattformer. Mer tilbyr e-mobilitetstjenester gjennom "Mer Connect Norge"-appen¹²⁷, der kunder kan finne, starte og betale for lading ved Mers ladestasjoner. Eviny tilbyr tilsvarende tjenester gjennom "Eviny Bilkraft"-appen¹²⁸ for sine ladestasjoner.

Plattformene er imidlertid lukkede systemer – Eviny Bilkraft gir kun tilgang til Eviny-lading, mens Mer Connect kun gir tilgang til Mer-lading. Partenes e-mobilitetstjenester konkurrerer dermed ikke direkte med hverandre, ettersom de er knyttet til hvert sitt ladenettverk – utover at ladetilbudet generelt konkurrerer. Uavhengig av dette har ingen av Partene en markedsandel som overstiger 30 % i et nasjonalt marked for e-mobilitetstjenester i Norge. Det foreligger følgelig ikke noe berørt marked.

Verken innsatsfaktorutestengelse eller kundeutestengelse er relevant for e-mobilitetstjenestene. I tråd med Kommisjonens vurdering i Iberdrola/BP vil det sammenslåtte foretaket mangle tilstrekkelig markedsrett til å gjennomføre utestengelsesstrategier på nasjonalt nivå, gitt Partenes begrensede markedsposisjon i et nasjonalt marked, tilstedeværelsen av sterke nasjonale konkurrenter som Circle K, Recharge, Kople, Tesla og IONITY, samt lave til moderate etableringshindringer i markedet. Foretakssammenslutningen vil derfor ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse gjennom vertikale virkninger knyttet til e-mobilitetstjenester.

11 PARTENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

Informasjon om Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et nasjonalt marked for hurtig- og lynlading fremgår av vedlegg 4 og 5.

Vedlegg 5: Oversikt over Mers viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

¹²⁶ Se M11128 Iberdrola/BP/JV, avsnitt 72 med videre henvisninger og 77.

¹²⁷ <https://no.mer.eco/ladeguide/>

¹²⁸ <https://hurtiglading.eviny.no/>

Vedlegg 6: Oversikt over Evinys viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen negativ virkning for verken Eviny Elektrifiserings eller Mers konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for hurtig- og lynladere.

12 PARTENES VIKTIGSTE AVTALER

En oversikt over Partenes viktigste avtaler er inntatt nedenfor i tabell 4 og 5.

Tabell 4: Eviny Elektrifiserings viktigste avtaler

Avtale	Varighet

Tabell 5: Mers viktigste avtaler

Avtale	Varighet

13 EFFEKTIVITETSGEVINSTER – FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS BETYDNING FOR VIDERE UTBYGGING AV LADEINFRASTRUKTUR

--

Som påpekt ovenfor er det ikke grunnlag for å anta at Transaksjonen vil kunne føre til en vesentlig svekkelse av konkurransen, og det er dermed ikke nødvendig å dokumentere effektivitetsgevinster som skulle oppveie en eventuell konkurranseskade. Partene vil imidlertid komme tilbake til spørsmålet om mulige effektivitetsgevinster om det blir nødvendig for Konkurransetilsynets vurdering.

14 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen er ikke underlagt krav om tilsyn fra andre konkurransemyndigheter.

Foretakssammenslutningen krever ikke lisenser eller andre tillatelser etter norsk lov.

15 AVTALEN OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN MED BILAG

Vedlegg 7: Transaksjonsavtalen

Transaksjonsavtalen er å betrakte som forretningshemmeligheter.

16 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Vedlagt meldingen følger årsregnskap og årsrapporter for siste regnskapsår:

Vedlegg 8: Eviny AS – årsregnskap og årsrapport (2025)

Vedlegg 9: Mer AS – årsregnskap og årsrapport (2025)

Vedlegg 10: Mer Sweden AB – årsregnskap og årsrapport (2025)

Vedlegg 11: Mer Germany Public GmbH – årsregnskap og årsrapport (2024) ¹²⁹

Årsregnskap 2025 for Mer Norway AS og Eviny Elektrifisering AS er tilgjengelig på Brønnøysundregistrene.¹³⁰

17 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter jf. krrl. § 18 b. Forslag til offentlig versjon av meldingen og begrunnelse er vedlagt meldingen.

¹²⁹ Årsregnskap for 2025 er ikke klart på nåværende tidspunkt.

¹³⁰ Se: <https://virksomhet.brreg.no/nb/oppslag/enheter/994768832> og <https://virksomhet.brreg.no/nb/oppslag/enheter/974332582>

Vedlegg 12: Utkast til offentlig versjon av meldingen

Vedlegg 13: Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet

18 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Vi ber om å bli kontaktet dersom det skulle være spørsmål til meldingen.

I den grad meldingen eller andre dokumenter i saken ikke er publisert på Konkurransetilsynets nettside, ber vi om å bli underrettet dersom Konkurransetilsynet mottar innsynsbegjæringer i meldingen eller andre dokumenter i saken.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet Thommessen AS



Svein Terje Tveit
Advokat

VEDLEGG 2 – BESKRIVELSE AV FORETAKENE SOM INNGÅR I EVINY-KONSERNET

1 EVINY AS

Eviny's virksomhet kan deles inn i følgende forretningsområder: Fornybar, Strømnett, Elektrifisering & Teknologi, Ny Energi & Industrielt partnerskap og Konserneierskap. Ny Energi & Industrielt partnerskap og Konserneierskap er hjemmehørende i konsernspissen, mens øvrig virksomhet skjer i hovedsak i datterselskapene/tilknyttede selskap. I det følgende gis en nærmere redegjørelse for hvert av virksomhetsområdene i Eviny-konsernet.

Fornybar: Forretningsområdet "Fornybar" består av det heleide datterselskapet Eviny Fornybar AS. Selskapet produserer og omsetter fornybar energi i grossistmarkedet fra 48 vannkraftverk fordelt på flere vassdrag på Vestlandet, samt utvikler ny og eksisterende produksjonskapasitet innen vannkraft. Omsetningen til Eviny Fornybar for 2025 var omtrent NOK 4,6 milliarder.

Strømnett: Forretningsområdet "Strømnett" består av det heleide datterselskapet BKK AS. BKK eier og drifter eget strømnett med over 22 500 km nettinfrastruktur. Selskapet har over 270 000 nettkunder i 19 kommuner og betjener ca. 450 000 vestlendinger. Eierskap og drift av strømnett er en monopolvirksomhet som er regulert av NVE. NVE fastsetter rammene for nettselskapenes virksomhet, herunder hvor mye selskapene kan ta inn i nettleie. Omsetningen til BKK for 2025 var NOK 2,8 milliarder.

Elektrifisering & Teknologi:¹ Forretningsområdet Elektrifisering & Teknologi har ansvar for konsernets virksomhet knyttet til elektrifisering, entreprenørtjenester, fiber og digitale tjenester. Forretningsområdet omfatter også innovasjonssatsingen Eviny Ventures AS (100 %), som er et ventureselskap som investerer i oppstartsselskap som utvikler teknologi og nye forretningsmodeller. Forretningsområdet består for øvrig av følgende selskaper:

- Eviny Fiber AS (tidligere Eviny Digital AS) er leverandør av fiberinfrastruktur og telekommunikasjonsløsninger, primært i Hordaland.²
- Eviny Elektrifisering AS investerer i og/eller bygger, eier og drifter infrastruktur for nullutslippsløsninger, herunder ulike typer ladeløsninger. Se nærmere beskrivelse direkte i meldingen.
- Plug AS (100 %): bygger, eier og drifter infrastruktur for landstrøm til kommersiell maritim transport. Selskapet eier i SPV-er med ulik eierstruktur.
- Eviny Marked AS (100 %): leverer tjenester til og håndterer kunder på vegne av selskap i Eviny-konsernet.
- Veilys AS (100 %): eier veilysanlegg i kommuner på Vestlandet. I henhold til avtale mellom Veilys AS og Bergen kommune av 16. mars 2026 skal veilysanlegget innenfor Bergen kommune, bestående av ca. 28 332 lyspunkter ("**Bergen Veilysanlegget**"), overdras til Bergen kommune 1. juni 2026.

¹ Eviny Solutions AS (nå AF Elkraft AS) ble i juni 2025 solgt til AF Gruppen, som ervervet 80 % av aksjene. Eviny beholder en minoritetsandel på 20 %. Selskapet er dermed ikke lenger konsolidert i Eviny-konsernet. Eviny Elsikkerhet AS ble solgt i 2024 og er ikke lenger en del av konsernet.

² Eviny Fiber AS ble restrukturert i 2024, da Bergen Fiber AS og Altibox Bedrift ble overført til Lyse som heleid virksomhet, mens Eviny Fiber ble videreført som et rent infrastrukturselskap.

Overdragelsen er betinget av blant annet bystyrevedtak. Ved overtakelse skal driftsavtalen med AF Elkraft AS termineres for den del som gjelder Bergen Veilysanlegget. Veilys AS eier også veilysanlegg i andre kommuner på Vestlandet, hvor det er lagt opp til trinnvis overdragelse til de aktuelle veieiere.³

- Volte AS (50 %): Selskapet hadde som formål å tilby kraft til sluttbrukere (bedrifts- og storkunder). Selskapet er felleskontrollert av Eviny AS og Hafslund Vekst AS med 50 % hver. Driften i selskapet er i praksis avviklet etter at eierne besluttet å overføre Voltes kunder til Smart Energi, som del av Yve-konsernet, jf. forenklet melding av 7. juni 2024.
- AF Elkraft AS (tidligere Eviny Solutions AS) eies av Eviny med 20 %. De resterende 80 % av aksjene ble solgt til AF-gruppen i juni 2025. Selskapet er aktiv innen entreprenørtjenester, samt drift/vedlikehold/vakt/beredskap, rettet mot strømnnett, samferdselssektoren, og fiber-/telekomsektoren.

Ny Energi & Industrielt partnerskap: Forretningsområdet Ny Energi & Industrielt Partnerskap ligger i konsernspissen, og arbeider med ulike former for ny fornybar energi, herunder i partnerskap med andre. Alle ansatte i forretningsområdet er ansatt i Eviny AS. Eviny AS eier 100 % av aksjene i Eviny Vind AS, som fungerer som holdingselskap for konsernets vindkraftvirksomhet som omfatter fire vindkraftverk. Forretningsområdet består for øvrig av følgende selskaper:

- Tellenes Vindpark AS (100 %, eid gjennom Eviny Vind AS): vindkraftproduksjon.
- Guleslettene Vindkraft AS (100 %, eid gjennom Eviny Vind AS): vindkraftproduksjon.
- Eviny Utvikling AS (tidligere Eviny Havvind 1 AS)⁸, som har til formål å eie utvikle, forvalte og drive næringseiendom, herunder infrastruktur for datasentre og annen kraftkrevende industri. Selskapet kan også delta i andre selskaper med tilsvarende virksomhet, samt yte tjenester og utføre aktiviteter som står i naturlig sammenheng med selskapets formål.
- Moldalsknuten Vindkraft AS (50 %, eid gjennom Eviny Vind AS): utviklingsselskap som har søkt om konsesjon for et vindkraftverk ved Tellenes.
- Eviny Termo AS, som eies av Eviny (51 %) og renovasjonsselskapet BIR AS (49 %). Selskapet leverer fjernvarme innenfor konsesjonsområdet i Bergen, basert på varmeenergi fra BIRs avfallsforbrenningsanlegg i Rådalen.
- Hyfe Wind 2 AS (100 %, eid gjennom Eviny Vind AS): eier Norsk Vind Skinansfjellet AS og eier og driver Skinansfjellet vindkraftverk og Gravdal vindkraftverk
- Hyfe Vind 4 AS (100 %, eid gjennom Eviny Vind AS): eier Bjerkreim Vind AS som eier og driver Bjerkreim vindkraftverk.

³ Avtale om salg av veilys mellom Bergen kommune og Veilys AS av 16. mars 2026 er tilgjengelig her <https://www.bergen.kommune.no/politikk/saker/267187> (lest 29. april 2026).

Konserneierskap: Forretningsområdet konserneierskap har ansvaret for konsernøkonomi, strategi og bærekraft, kommunikasjon, porteføljestyring, M&A og andre transaksjoner. Videre har konserneierskap ansvaret for forvaltning av Evinys eierinteresser i selskap ut over selskapene som inngår i Evinys forretningsområder. Disse eierinteressene er som følger (med Evinys eierandel angitt i parentes):

- Mongstad Vekst AS (50 %): Har til formål å utvikle og selge egen fast eiendom, samt tilby konsulenttjenester knyttet til bygg og anlegg.
- Sognekraft AS (44,45 %): Kraftkonsern med hovedkontor i Vik i Sogn. For mer informasjon se www.sognekraft.no.
- Tafjord Kraft AS (43,12 %): Kraftkonsern med hovedkontor i Ålesund. For mer informasjon se www.tafjord.no.
- Sunnhordaland kraftlag AS (38,18 %): Kraftkonsern med hovedkontor på Stord. For mer informasjon se www.skl.no.
- Sogn og Fjordane Energi AS (36,8 %): Kraftkonsern med hovedkontor i Sandane. For mer informasjon se www.sfe.no/konsern.
- Sarsia Seed AS (11,60 %): Investeringsselskap (såkorn) aktiv innenfor life science og clean tech energi og teknologi. For mer informasjon se <https://sarsiaseed.com/>.
- Framtidsfylket AS (2,78 %): Selskapet har som formål å drifte og utvikle en felles trainee-ordning for offentlige og private virksomheter i Sogn og Fjordane og annet rekrutteringsarbeid i regionen.
- Modalen Næringsbygg AS (6,38 %): Selskap er aktiv innenfor utleie av egen eller leid fast eiendom ellers.
- NO-UK Com Holding AS (6,50 %): Selskapet har som formål å prosjektere, bygge og drifte fiberkabel mellom Norge og Storbritannia.

De ovennevnte kraftkonsernene er delvis aktive innenfor de samme virksomhetsområdene som Eviny Fornybar AS. Eviny har verken enekontroll eller felleskontroll over de aktuelle selskapene, og er heller ikke gitt vetorettigheter eller lignende som gir avgjørende innflytelse over selskapenes kommersielle strategiske beslutninger. Det redegjøres derfor ikke nærmere for disse selskapenes virksomhet i denne meldingen.

For ytterligere informasjon om Eviny-konsernet vises til <https://www.evinyn.no/>.

Konkurransetilsynet

v/ Ingvild Nordtveit

Kun sendt per e-post til: inno@kt.no; mask@kt.no; post@kt.no

Vår referanse: 22900955/1
Ansvarlig advokat: Svein Terje Tveit

Oslo, 6. september 2026

VEDR. MELDING OM FORETAKSAMMENSLUTNING MELLOM EVINY AS OG MER NORWAY AS MV. DATERT 1 SEPTEMBER 2026

1 INNLEDNING

Partene viser til telefonsamtale og e-post fra Konkurransetilsynet fredag 4. september 2026 og besvarer med dette spørsmålene fra Konkurransetilsynet innen fristen tirsdag 8. september 2026.

Tilsynets spørsmål om Partenes screening av lokale overlappsområder er besvart under punkt 2, og Konkurransetilsynets spørsmål knyttet til tunge ladekjøretøy er besvart under punkt 3. Ytterligere opplysninger om et hypotetisk marked for AC-ladere, lokasjoner og anbud, Mers virksomhetsområder, tidsplan for gjennomføring og strategisk og økonomisk begrunnelse, er inntatt nedenfor under punkt 4 til 8. Hva gjelder vedlegg 2 til meldingen av 1. september 2026 og spørsmålet om forretningshemmeligheter, bekreftes det at vedlegget ikke inneholder forretningshemmeligheter.

Konkurransetilsynet skriver videre i e-posten av 4. september 2026 at det arbeides med å vurdere om meldingen oppfyller kravene i konkurranseloven (krll.) § 18 e, slik at meldingen kan anses komplett.

Konkurranseloven oppstiller ikke spesifikke formkrav til meldingen, og meldingen omfatter oversendelsesbrevet og samtlige vedlegg (samlet omtalt som "Meldingen"). Meldingen inngitt 1. september 2026 oppfyller minimumskravene, slik disse fremgår av krll. § 18 e. Som nærmere redegjort for under punkt 9, følger det av forarbeidene til krll. at innholdskravene til melding etter § 18 a utgjør minstekrav som ikke skal forstås for strengt, og det forvaltningsrettslige forholdsmessighetsprinsippet setter grenser for hvor langt informasjonskravet kan strekkes. Eventuelle behov for supplerende opplysninger kan håndteres ved informasjonspålegg til Partene etter krll. § 24, eventuelt med korte svarfrister, uten at dette forskyver friststarten. Vi vil allerede nå likevel påpeke følgende til Konkurransetilsynets merknader i e-posten:

- Meldingen legger til grunn at markedet har både en nasjonal og en lokal dimensjon, men at den nasjonale dimensjonen er viktigst fordi de sentrale konkurranseparameterne fastsettes

nasjonalt. Markedet skal dermed etter Partenes oppfatning analyseres nasjonalt. Subsidiært mener Partene at lokalk markeder ikke kan vurderes isolert fra det samlede nasjonale konkurransepresset, men må vurderes samlet. Partene har til tross for disse utgangspunktene gjort en subsidiær kvalitativ gjennomgang av 18 utvalgte markeder, samt vedlagt data for alle overlappsmarked.

- Partenes viktigste konkurrenter i et hypotetisk marked for AC-lading, fremgår av vedlegg 5 og 6, jf. merknad i brevet på side 44 (nederst). Som nevnt vil AC-ladelokasjoner møte effektiv konkurranse fra hurtigladelokasjoner.
- En oversikt over Partenes viktigste konkurrenter i et oppstrømsmarked (innkjøpsmarked) for lokasjoner fremgår av tabell på side 46 i brevet, uten at Partene kan se at dette er et berørt marked iht. krrl. § 18e og tilsynets retningslinjer. I et innkjøpsmarked vil det være de samme konkurrentene som er innkjøpere. De samme aktørene vil kunne delta i ulike fremtidige anbudskonkurranser om å etablere og drive ladelokasjoner på dedikerte steder. Som det fremgår av Meldingen, møtes imidlertid Partene i liten grad i slike anbudskonkurranser.
- I oppstrømsmarkedet vil Partene være innkjøpere/kunder og lokasjonseiere leverandører. Dette er nærmere beskrevet i Meldingen punkt 9.3 med vedlegg.
- Etableringshindringer for tilgang til lokasjoner er nærmere beskrevet i Meldingen, andre avsnitt under punkt 9.3. Etableringshindringer for å etablere seg i lademarkedet generelt (hvor lokasjon er en innsatsfaktor), er nærmere beskrevet i Meldingen, punkt 8.1.2.3.
- Meldingen inneholder en rekke vedlegg, og replikasjonsdatapakke, herunder en oversikt over samtlige aktører med ladelokasjon, antall konnektorer, effekt og koordinater i samtlige lokalområder (excel), jf. krrl. § 18 bokstav e.
- Som det fremgår av Meldingen mener Partene at verken AC-lademarkedet, oppstrøms/innkjøpsmarkedet for ladelokasjoner eller lademarkedet for tunge kjøretøy er *berørte markeder*, jf. krrl. § 18e. Informasjon er inngitt frivillig for det tilfellet at Konkurransetilsynet skulle legge til grunn en annen markedsavgrensning enn Partene.

Suppleringene i dette brevet inntas for å bistå Konkurransetilsynet i saksbehandlingen uten at Partene frafaller standpunktet om at Meldingen, inngitt 1. september 2026 i medhold av krrl. § 18, jf. § 17, var fullstendig ved inngivelsen, og at 25-virkedagersfristen løper fra 2. september 2026.

For det tilfelle at Konkurransetilsynet fastholder at Meldingen ikke oppfyller minstekravene, ber Partene om lempning av kravene, slik at Meldingen anses fullstendig fra 1. september 2026, jf. § 18 a tredje ledd.

Vi ber for øvrig om at alle vedlegg til dette brevet unntas offentlighet i sin helhet. Forretningshemmeligheter i dette brevet er markert på samme måte som i Meldingen.

2 SCREENING AV LOKALE OVERLAPPSOMRÅDER

Spørsmål 1: Når det gjelder et mulig produktmarked for hurtig- og lynlading har vi forstått det slik at dere basert på en screening har beskrevet lokale markeder der partene etter

foretakssammenslutningen enten får en samlet markedsandel på 40 % eller mer eller det etter foretakssammenslutningen er minst tre aktører tilstede i det lokale markedet, jf. meldingen side 31. Dette innebærer, slik vi har forstått, at lokale markeder der partene har en samlet markedsandel på mellom 20 og 40 prosent ikke er beskrevet i meldingen, og videre at markeder der partene har over 40 prosent markedsandel, men det er minst to andre aktører tilstede etter foretakssammenslutningen, heller ikke er beskrevet. Det er fint om dere kan gi en tilbakemelding på hvorvidt dette stemmer. Vi viser i den forbindelse til kravene til melding etter § 18 e), om at alle horisontalt berørte markeder skal redegjøres for i meldingen.

Svar: Melder har beskrevet lokale markeder der Partene etter foretakssammenslutningen får en samlet markedsandel på 40 % eller mer og det etter foretakssammenslutningen er maksimalt to aktører tilstede i det lokale markedet. Områder med samlet markedsandel mellom 20 og 40 prosent, samt områder over 40 prosent der minst to andre aktører var til stede etter transaksjonen, fikk ikke særskilt kvalitativ omtale i hovedbrevet, men relevante konkurrentdata er levert i vedlegg til Meldingen – og kunder/leverandører er beskrevet i Meldingen. Den manglende kvalitative beskrivelsen av disse markedene tilsier derfor ikke at Meldingen ikke oppfylle kravene i konkurranseloven § 18a.

Meldingen legger til grunn at markedet har både en nasjonal og en lokal dimensjon, men at den nasjonale dimensjonen er viktigst fordi de sentrale konkurranseparameterne fastsettes nasjonalt. Markedet skal dermed etter Partenes oppfatning analyseres nasjonalt. Subsidiært, og i den grad en vurderer lokalk markeder, kan ikke disse vurderes isolert fra det samlede nasjonale konkurransepresset, men må vurderes samlet. Partene har for fullstendighetens skyld gjort en subsidiær kvalitativ gjennomgang av 18 utvalgte markeder.

Som støtte for melderens tilnærming til analysen, og screeningen, er det vist til blant annet CMAs Merger Assessment Guidelines 2021. Etter Meldingen ble inngitt, har disse retningslinjene blitt oppdatert. CMAs oppdaterte Merger Assessment Guidelines 2026 (3. september), bekrefter tilnærmingen fra MAG 2021, jf. MAG 2026, punkt 4.28, på side 34-35, hvor det heter¹:

"In practice, the CMA will seek to ensure that its assessment reflects the reality of how firms compete in a market or markets. Where firms mainly compete by improving aspects of their offer in a uniform way at the national level, the incentives of the firm to improve prices or non-price aspects of its competitive offer will depend on the aggregate conditions of competition across the geographic areas in which its stores are active. In such circumstances, the CMA will conduct its competitive assessment at the aggregate level, reflecting the aggregate effect of the loss in the competitive constraints on the merger firms across those different local areas."

Den lokale screeningen er ovennevnte grunner subsidiær og konservativ. Samtlige av Partenes 536 lokasjoner og relevante overlapp ble screenet med 10, 15 og 20 minutters kjøretid. Filtringen følger en praksisforankret metode: En lokasjon ble bare filtrert ut når kriteriene, blant annet ingen overlapp/ingen endring, samlet markedsandel på høyst 40 prosent eller minst tre aktører igjen etter transaksjonen, var oppfylt ved alle tre radier. Partene er ikke kjent med at en melding tidligere er ansett

¹ https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6a9839595a0c25165ae467fd/merger_assessment_guidelines.pdf

ufullstendig alene fordi en slik screening er brukt til å prioritere hvilke områder som fikk særskilt kvalitativ omtale i Meldingen.

Uansett anses informasjonskravene oppfylt også for områder med samlet markedsandel over 20 prosent. Meldingen og vedleggene inneholder et fullstendig og etterprøvbart datagrunnlag for samtlige aktuelle lokale overlapp, herunder Partenes og konkurrentenes geolokaliserte ladestasjoner, konnektorer, markedsandeler, antall aktører og identiteten til faktiske og potensielle konkurrenter. Grunnlagsdatasettet omfatter alle offentlig tilgjengelige ladestasjoner i Norge med DC-ladere med CCS-konnektor. Markedsstruktur og etablerings- og ekspansjonshindringer er beskrevet utførlig i Meldingens punkt 7.1 og punkt 8.1.2, og vil som redegjort for i Meldingen også være relevant for konkurransesituasjonen i den lokale dimensjonen.

Dette underbygges også av "Teknisk notat Lokalmarkedsanalyse 20260901", som er vedlagt Meldingen. Notatet dokumenterer dataene og kodene bak lokalmarkedsanalysen. Etter opplysningene i notatet omfatter grunnlagsdatasettet fra Eco-Movement, trukket ut 14. august 2026, alle offentlig tilgjengelige ladestasjoner i Norge for DC-ladere med CCS-konnektor. Konkurransetilsynet har mottatt rådata, behandlingsmarkører, kode, cachede kjøretider og output, slik at analysen kan etterprøves, reproduseres eller testes med alternative terskler. Det mangler derfor ikke faktiske markedsdata for områder med samlet markedsandel over 20 prosent.

Partene understreker at Konkurransetilsynet med dette datagrunnlaget selv kan generere en fullstendig oversikt over alle markeder med samlet markedsandel mellom 20 og 40 prosent, og terskelen for informasjonskravet i § 18 a bokstav e er dermed oppfylt. Informasjonen er levert, om enn i form av et fullstendig og etterprøvbart datasett fremfor en narrativ gjennomgang av hvert enkelt lokalkmarked.

For ordens skyld gis Konkurransetilsynet en separat Excel-oversikt over alle dekningsområder med overlapp og samlet markedsandel over 20 prosent. Oversikten er utarbeidet av Oslo Economics og viser at det i så tilfelle er i alt 81 berørte DC-markeder som omfatter til sammen ■■■ stasjoner. Av disse har Partene en samlet markedsandel på 40 prosent eller mer i ■■■ markeder, mens ytterligere ■■■ markeder har andeler mellom 30 og 40 prosent.

Vedlegg 1: Oversikt over berørte DC-markeder (Oslo Economics)

Utgangspunktet for analysen er Partenes ladestasjoner hvis dekningsområder på 20 minutter inneholder minst en ladestasjon fra motparten og Partene samlet har over (>) 20 % markedsandel målt etter antall DC/CCS-konnektorer innenfor dekningsområdet. Disse stasjonene grupperes til markeder som naturlig fremstår å betjene samme område er samlet i navngitte lokalkmarkeder. Konkret betyr det at vi setter sammen lokalkmarkeder av berørte ladestasjoner som alle ligger i hverandres dekningsområder.

Resultatet vises i arket *Berørte markeder DC*:

- Fanen *Markedene* viser for hvert lokalkmarked Partenes samlet markedsandel, markedsstørrelsen (dvs. antall konnektorer/ladepunkter i markedet), og en liste over Partenes stasjoner og konkurrentenes ladestasjoner.

- Fanen *Konsern* viser antall konnektorer, antall ladestasjoner og markedsandeler til Partene separat og for hver konkurrent innenfor hvert lokalk marked.
- Fanen *Ladestasjoner* gir supplerende informasjon fra perspektiv av hver ladestasjon. Dette viser altså informasjon for catchment area analysen for hvert enkelt ladestasjon før gruppering av disse til lokale markeder. Det vises blant annet ladestasjonens markedsandel i dekningsområdet, Partens markedsandel i dekningsområdet og Partenes markedsandel i dekningsområdet.

Merk at de de lokale markedene delvis vil være de samme som i analysen levert til Konkurransetilsynet med Meldingen, men delvis kan det også være avvik. Dette er en konsekvens av at sammensetning av de lokale markeder vil avhenge av de underliggende flaggede stasjonene som igjen er avhengig av kriteriene for screening som brukes. Når Konkurransetilsynet ønsker en screening for alle overlapsmarkeder med over 20 prosent markedsandel (og uten bruk av filter for antall aktører/fascia) vil det lede til noen avvik. Datagrunnlag og generell metodisk tilnærming i denne og analysen inngitt med Meldingen er imidlertid konsistent.

En deskriptiv gjennomgang av hvert av de 81 lokale DC-markedene vil tilføre begrenset merverdi. Markedsstrukturen, konkurranseforholdene og etableringshindringene som er beskrevet i Meldingen på nasjonalt nivå, vil være representative også for disse lokale markedene. Som det fremgår av Meldingen, preges det norske hurtig- og lynlademarkedet av fragmentert markedsstruktur med en rekke landsdekkende aktører, herunder Tesla, Recharge, Circle K, Uno-X, Kople og St1, som alle er til stede i en rekke av de lokale markedene som nå oversendes. Lokale variasjoner i markedsandeler og aktørsammensetning endrer ikke dette grunnbildet. Tilsynet har med den supplerende oversikten (vedlegg 1) nå mottatt en fullstendig kartlegging av alle 81 berørte lokale markeder. Oversikten viser for hvert lokalk marked: Partenes samlede markedsandel (basert på antall konnektorer), en komplett liste over Partenes ladestasjoner i markedet, en komplett liste over alle konkurrenters ladestasjoner i markedet, samt markedsandeler per konsern. Melder vedlegger likevel en slik deskriptiv gjennomgang.

Vedlegg 2: Deskriptiv gjennomgang av 81 lokale DC-markeder med overlapp

Vedlegg 3: Replikasjonspakke – Oslo Economics 6. september 2026

Slik gjennomgangen viser vil ikke foretakssammenslutningen i betydelig grad hindre konkurranse i noen lokale markeder.

Partene understreker avslutningsvis at den relevante analysen av lokale markeder etter Partenes syn er den som er vedlagt Meldingen, og som er godt forankret i EU-kommisjonens og CMAs praksis med hensyn til terskelverdier.

3 LADING FOR TUNGE KJØRETØY

Spørsmål 2: Vi har videre forstått det sånn at dere legger til grunn at ladestasjoner for tunge kjøretøy ikke inngår i samme produktmarked som hurtig-og lynlading eller, og som følge av at partene ikke har overlapp derfor ikke omtaler dette markedet videre. Hvis dette er riktig forstått ber vi om en tilbakemelding på [...].

Svar: Det er riktig forstått. Se svar nedenfor på Konkurransetilsynets oppfølgingsspørsmål.

Spørsmål 2a: Hvorvidt ladestasjoner for tunge kjøretøy er inkludert i screeningen eller ekskludert fra datagrunnlaget?

Svar: Screening er utført på grunnlag av data fra Eco-Movement fri for bearbeiding. Mer har ingen dedikerte ladestasjoner for tungtransport, men Partene må eventuelt komme tilbake til om andre aktørers dedikerte tungbillokasjoner inngår i det overordnede datasettet.

Spørsmål 2b: Hvorvidt Mer har deltatt i anbudskonkurranser/konkurranse om støtte fra Enova til etablering av slike ladestasjoner, jf. Snart kjører elektriske lastebiler mellom byene i Sør-Norge | Enova og Nå elektrifiseres tungtransporten! - Næringsliv Norge

Svar: Mer har ingen dedikerte ladestasjoner for tungtransport.

Mer har deltatt i Enovas støtteutlysninger for etablering av ladeinfrastruktur for tunge kjøretøy. I 2023 fikk Mer tilsagn knyttet til prosjektene Ladestasjon Svinesundparken døgnhvileplass (saksnr. 23/55173) og Ladestasjon tungbil Jessheim døgnhvileplass (saksnr. 23/55174).



Tilskuddsbrevene kan ettersendes, hvis nødvendig.

4 ET HYPOTETISK MARKED FOR AC-LADERE

Meldingen punkt 7.2.1.3 og 8.4 behandler et hypotetisk separat marked for AC-ladere opptil og med 22 kW, selv om partene AC-ladere møter konkurranse fra hurtig- og lynladere og inngår i et bredere marked. I denne sammenheng vises det også til at markedet fremover først og fremst handler om hurtigladdere, og at det finnes DC ladere på eller i nærheten av en rekke lokasjoner der AC ladere er installert. I tillegg har bilene stadig større rekkevidde slik at kundene i mindre grad er nødt til å lade akkurat der de er. Kundene kan derfor alltid bruke en lader med høyere effekt. I stedet for å lade sakte mens kjøretøyet står parkert, vil sjåføren kunne stoppe i 5 til 10 minutter ved en DC-lader – på samme måte som en bensinbil må stoppe ved en bensinstasjon for å fylle tanken.

AC-lading utgjør en mindre viktig del av Partenes virksomhet. Som redegjort for i Meldingens punkt 7.1 hadde Eviny et samlet volum i 2025 på [REDACTED] kWh og [REDACTED] i omsetning på AC, noe som kun utgjorde [REDACTED] av totalt volum og [REDACTED] av total omsetning. Partenes overlapp i AC-segmentet er begrenset, jf. Meldingens punkt 8.4, og fokuset i Partenes virksomhet er på hurtig- og lynladere.

Meldingen punkt 8.4 beskriver at AC-aktørene møter både de nasjonale hurtigladeaktørene og andre konkurrenter, og at Melder etter Foretakssammenslutningen fortsatt vil møte betydelig konkurranse fra disse aktørene. Offentlige aktører og andre tilbydere kommer i tillegg. Videre oppgis det i punkt 8.4 at vedlegg 5 og 6 som angir [REDACTED]

[REDACTED] Videre er kunder i hovedsak privatpersoner som man ikke har oversikt over. Dette er grunnen til at Meldingen ikke gjentok egne lister for det AC-segmentet: kundegruppen og leverandørbildet var i hovedsak allerede identifisert nasjonalt, mens det manglet et kvalitetssikret datagrunnlag for en selvstendig rangering.

For etableringshindringer viser Partene til Meldingen punkt 8.4:

"For det fjerde er det lave etablerings- og ekspansjonshindringer i dette segmentet. Etablering av AC-ladere har vesentlig lavere kostnader enn hurtig- og lynladere. Mens en 300–400 kW lynlader koster ca. [REDACTED] kroner å installere, er investeringskostnaden for en AC-lader betydelig lavere (ca. [REDACTED]). Den primære etableringshindringer er tilgang til relevant lokasjon, ikke kapitalkrav eller teknisk kompleksitet. De lave kostnadene innebærer at potensielle nye aktører kan etablere seg raskt og at eksisterende aktører enkelt kan ekspandere, noe som disiplinere den sammenslåtte enhetens atferd."

Avsnittet sitert over forklarer både kostnadsforskjeller, betydningen av lokasjonstilgang og at nye og eksisterende aktører kan etablere seg eller ekspandere raskt. Dette kan ikke anses som en mangelfull redegjørelse for etableringshindringer i det hypotetiske segmentet, men Partene er tilgjengelige for eventuelle oppfølgingsspørsmål som Konkurransetilsynet måtte ha.

Som redegjort for i Meldingen antas Partenes reelle markedsandel å være under 20 prosent på nasjonalt nivå, men kan ikke beregnes nøyaktig med datagrunnlaget som er tilgjengelig. Oslo Economics har likevel utarbeidet en supplerende analyse basert på datasettet fra Eco-Movement. Analysen viser at Partene på nasjonalt nivå har en samlet markedsandel på om lag [REDACTED] prosent målt etter antall konnektorer og om lag [REDACTED] prosent målt etter antall ladestasjoner. De største aktørene er Oslo kommune med [REDACTED] prosent og Kople med [REDACTED] prosent. Dermed er tallene usikre, men som nevnt i Meldingen og som beregningene under viser, antas Partenes markedsandel å være godt under 20%, og det foreligger således ikke et berørt marked.

Tabellen nedenfor viser nasjonale markedsandeler i det hypotetiske AC-segmentet:

Konsern	Antall konnektorer	Markedsandel konnektorer	Antall ladestasjoner	Markedsandel ladestasjoner
Mer	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Eviny	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Mer + Eviny	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Oslo kommune	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Kople	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Wattif	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Charge365	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Recharge	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
APCOA	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Lade i Norge	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Andre aktører				
Ukjent/uavhengig				

Partene er ikke kjent med praksis fra EU-kommisjonen eller Konkurransetilsynet der det er tatt stilling til den eksakte geografiske utstrekningen av et hypotetisk lokalt marked for AC-lading.

AC-lading er imidlertid et typisk destinasjonsmarked, og er mest aktuelt på spesielle steder som flyplasser eller parkeringsplasser ved destinasjoner for lengre opphold eller i urbane områder i nær tilknytning til leilighets- eller kontorbygg.

EU-kommisjonen har i flere avgjørelser om parkeringsmarkedet konkludert med at geografiske markeder er lokale, fordi kunder ønsker å parkere i nærheten av destinasjonen sin. I M.9367 – Mirova/Predica/Indigo (avsnitt 18–19) fastslo Kommisjonen at "*the consumer seeks parking in the vicinity of the destination of the trip*" og at det i praksis er en substitusjonsskjede mellom parkeringsanlegg i nærliggende områder, som ofte begrenser markedet til lokalt nivå. Tilsvarende resonnement er gjentatt i M.11818 – Interparking/Saba (avsnitt 19–20), der Kommisjonen la til grunn at parkeringsmarkedet er lokalt fordi "*consumers seek to park in the vicinity of their destinations*". I M.4613 – Eurazeo/Apcoa (avsnitt 19) bekreftet Kommisjonen at "*the location of the respective parking space is the most important factor*" fra etterspørselssiden.

Kommisjonen har imidlertid ikke fastsatt en spesifikk gangavstand i meter eller minutter i parkeringssakene. Formuleringene er kvalitative: "vicinity" og "neighbouring areas". Logikken er likevel overførbar til AC-lading: For en bilist som skal oppholde seg ved en destinasjon, er realistiske alternativer begrenset til AC-ladere innenfor gangavstand fra destinasjonen. En lader som ligger lengre unna enn det bilisten er villig til å gå, vil ikke være et reelt substitutt. Kommisjonens parkeringsavgjørelser bygger på samme prinsipp: kunden velger parkeringsplass ut fra nærhet til destinasjonen, og substitusjonsskjeden begrenses deretter.

Dersom Konkurransetilsynet ønsker å vurdere det hypotetiske AC-markedet på lokalt nivå, har Oslo Economics utarbeidet en supplerende lokalmarkedsanalyse basert på datasettet fra Eco-Movement. Det bemerkes at Oslo Economics ikke har hatt mulighet til i tilstrekkelig grad å kvalitetssikre datasettet av tidshensyn. Analysen legger til grunn dekningsområder på fem minutters gangtid, ettersom AC-lading betraktes som et destinasjonsmarked der bilister lader mens de oppholder seg på en destinasjon over tid. Metodisk bygger analysen på samme prinsipp som lokalmarkedsanalysen for DC-lading.

Vedlegg 4: Oslo Economics analyse av 4 lokalmarkeder - AC (excel)

Analysen viser at det kun er fire lokalmarkeder med overlappt der Partene har en samlet markedsandel over 20 prosent:

- **Sundalsøra:** I dette lokalmarkedet (■ konnektorer totalt) har både Eviny og Mer AC-konnektorer. Eviny har en markedsandel på ■ prosent (en konnektor) og Mer har en markedsandel på ■ prosent (to konnektorer), noe som gir en samlet markedsandel på ■ prosent. Wattif er den største aktøren i markedet med to ladestasjoner (Sunddal Energi

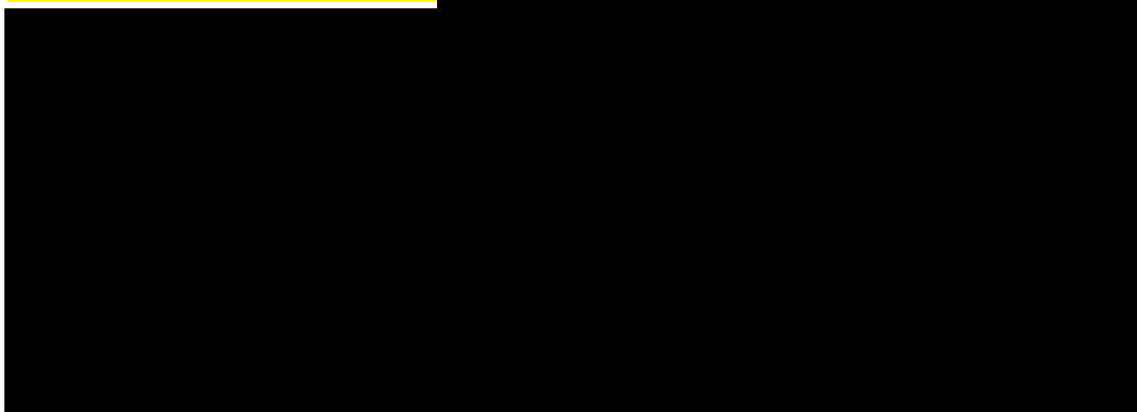
og Tinde Sparebank) og med [REDACTED] prosent markedsandel. For øvrig er det flere konkurrenter med DC-konnektorer som mulige substitutter i nærheten, herunder Tesla med 12 lynladere (500 m fra Eviny) og Circle K med 6 lynladere (450m fra Eviny).

- *Geilo:* I dette lokalk markedet ([REDACTED] konnektorer totalt) har Eviny en markedsandel på [REDACTED] prosent (en konnektor) og Mer har en markedsandel på [REDACTED] prosent (en konnektor), noe som gir en samlet markedsandel på [REDACTED] prosent. [REDACTED]. Aktørene har kun en konnektor hver som peker på et svært begrenset etterspørsel. For øvrig er det flere konkurrenter med DC-konnektorer som mulige substitutter i et større geografisk marked, herunder Radge med 8 lynladere og Circle K med 8 lynladere.
- *Digernes:* I dette lokalk markedet på Sunnmøre ([REDACTED] konnektorer totalt) har Eviny en markedsandel på [REDACTED] prosent ([REDACTED] konnektorer) og Mer har en markedsandel på [REDACTED] prosent (2 konnektorer), noe som gir en samlet markedsandel på [REDACTED] prosent. [REDACTED]. For øvrig er det flere konkurrenter med DC-konnektorer som mulige substitutter i et større geografisk marked, herunder IONITY med 10 lynladere og Circle K med 8 lynladere.
- *Manger:* I dette lokalk markedet i Nordhordland ([REDACTED] konnektorer totalt) har Eviny en markedsandel på [REDACTED] prosent (en konnektor) og Mer har en markedsandel på [REDACTED] prosent (2 konnektorer), noe som gir en samlet markedsandel på [REDACTED] prosent. [REDACTED].

Felles for alle fire lokalk markeder er at de er små og geografisk avgrensede destinasjonsmarkeder med begrenset volum. [REDACTED].

Disse markedenes begrensede størrelse og omsetning tilsier imidlertid at Foretakssammenslutningen ikke vil ha merkbar påvirkning på konkurransen verken lokalt eller nasjonalt. Videre møter offentlige AC-ladere et betydelig konkurransepress fra DC-lading. Kunder som vurderer offentlige lavhastighetsladere har dermed et nært substitutt i hurtig- eller lynlading, noe som begrenser muligheten for å utøve markedsrett i dette segmentet. De lave etableringshindringene for AC-lading innebærer også at potensielle konkurrenter raskt kan etablere seg dersom markedsforholdene tilsier det. I Sunndalsøra er Wattif allerede til stede som en sterk konkurrent med høyere markedsandel enn Partene samlet.

For de fire berørte AC-lokalk markedene



5 LOKASJONER OG ANBUD

I oppstrømsmarkedet vil Partene som nevnt innledningsvis være innkjøpere/kunder og lokasjonseiere leverandører. Dette er altså et innkjøpsmarked, hvor Partene konkurrerer med de samme konkurrentene – og er ikke et eget berørt marked etter krfl. § 18e. Markedsdynamikken er for øvrig nærmere beskrevet i Meldingen punkt 9.3 med vedlegg.

Oppstrømsmarkedet er også beskrevet av Kommisjonen i Iberdrola-saken, hvor Kommisjonen nettopp beskriver et oppstrømsmarked for eiendom som egner seg til EV-lading.² Lokasjoner er i denne sammenheng en innsatsfaktor som er nødvendig for å kunne installere, drifte og vedlikeholde EV stasjoner, på samme måte som strøm, jf. avsnitt 86:

"Based on the above, on balance, the Commission considers, for the purposes of this Decision, that the relevant product market is the market for the ownership or operation of land and sites suitable for EV charging stations, and that the question can be left open as to whether the market for the ownership or operation of land and sites suitable for EV charging stations should be further segmented by type of site (i.e., fuel station sites or non-fuel station sites), since the Transaction does not raise serious doubts as to its compatibility with the internal market under any plausible market definition."

Generelt finnes det en rekke eiendommer som egner seg for EV-lading, og Eviny vil ikke kunne utøve noen markedsrett i dette innkjøpsmarkedet etter gjennomføringen av transaksjonen. Melder viser også til Kommisjonens vedtak i Iberdrola, hvor Kommisjonen viser til at melder (BP) ikke hadde noen markedsrett på eiendomssiden av betydning for konkurransen, jf. avsnitt 84:

"The large majority of the JV's future competitors and customers who responded to the market investigation stated that, from a CPO's perspective, non-fuel station sites are viable alternatives for fuel stations as potential locations for the installation, operation, and maintenance of public EV charging stations."

Kommisjonen klargjør for øvrig at de aktørene som installerer og drifter EV stasjoner er kjøpere i eiendomsmarkedet oppstrøms, jf. avsnitt 19:

"CPOs typically enter into agreements with municipalities, public bodies and business customers to obtain access to specific locations for the installation of public EV charging stations. Once a location has been identified, CPOs are responsible for obtaining all necessary permits and contracting the different services required for the efficient functioning of the EV charging stations they operate, such as e-mobility services, supply of electricity, lease/acquisition of land, IT infrastructure to be installed, and maintenance services, among others."

² Se sak M.11128 - IBERDROLA / BP / JV, vedtak av 26. oktober 2023.

De aktørene som er aktive i markedet for installasjon, drift og vedlikehold av EV stasjoner inngår avtaler med kommuner, offentlige myndigheter og private aktører for å få tilgang til lokasjoner – de kjøper tilgang. Dette gjelder også Eviny og Mer, slik beskrevet i Meldingen:

"Konkurransen om lokasjoner skjer også i hovedsak nasjonalt, gjennom fire kanaler: (i) anbud, (ii) rammeavtaler med større grunneiere, (iii) direkte kontakt med enkeltgrunneiere, og (iv) greenfield-utbygging – ikke minst gjelder dette for de store og/eller viktige kontraktene hos dagligvarekjedene, kjøpesenteraktørene mv. hvor det ofte inngås parallelle nasjonale rammeavtaler. Disse aktørene foretrekker ofte å ha flere ladeoperatører tilknyttet seg, og få avtaler inneholder eksklusivitet. Ved anbud konkurrerer aktørene om høyest leie (), og leverandør står for kostnadene knyttet til investeringen og er ansvarlig for utbygging, drift og vedlikehold. Det er normalt ikke nødvendig å være lokalt til stede for å levere et konkurransedyktig tilbud."

Anbudene er dermed enkeltstående og heterogene konkurranser knyttet til en bestemt lokasjon, lokasjonseier, teknologi, kontraktsmodell og behov. Deltakerkretsen varierer fra konkurranse til konkurranse, og avhenge av hvilke kvalifikasjonskrav, kriterier, evalueringskrav, kontraktskrav eller liknende som den offentlige eller private lokasjonseieren måtte sette. De samme nasjonale ladeaktørene kan likevel i prinsippet delta i flere konkurranser, fordi lokal tilstedeværelse normalt ikke er nødvendig.

Det finnes derfor ikke én homogen konkurransearena hvor de samme konkurrentene, kundene og leverandørene møter hverandre på sammenlignbare vilkår. En aktør kan være relevant i én konkurranse, men ikke i en annen, avhengig av lokasjon, eier, teknologi, konkurransegrunnlag, kontraktsmodell og behov. Det finnes heller ikke en meningsfull og stabil totalomsetning eller en fast rangering av de fem viktigste konkurrentene for alle konkurransene samlet. Meldingen opplyser uttrykkelig at Partene ikke har egne markedsandelsdata for et eventuelt separat oppstrømsmarked, og det kan derfor heller ikke gis presise markedsandeler eller en forsvarlig fem-på-topp-liste for et samlet anbudsmarked. For større og viktige kontrakter er konkurransen i hovedsak nasjonal, mens mindre lokasjoner og lokasjonseiere kan ha regional eller lokal utstrekning.

Relevante leverandører er i hovedsak allerede identifisert nasjonalt og i punkt 11, vedlegg 5 og 6, samt i tabell 4 og 5 over Partenes viktigste avtaler.

Samlet sett anser melder at det må være tilstrekkelig å angi kanalene, aktørrollene, eksemplene og de konkrete konkurransene som er omtalt i Meldingen, heller enn å konstruere presise markedsandeler eller viktigste kunder, konkurrenter og leverandører for et samlet "anbudsmarked", dersom dette overhodet omfattes av opplysningsplikten etter krfl. § 18e.

6 MERS VIRKSOMHETSOMRÅDER

Utover beskrivelsen som allerede fremgår av Meldingen punkt 5.2, kan Statkraft/Mer legge til følgende:

I Norge bygger, eier og drifter Mer infrastruktur for offentlig lading av elektriske personbiler, herunder lavhastighetslading, hurtiglading og lynlading. Selskapet betjener både privat- og bedriftskunder. Som en del av virksomheten tilbyr Mer pakkelsen "Mer Bedrift", som er tilpasset bedriftskunder med regelmessig behov for hurtiglading, for eksempel drosjeselskaper og håndverksbedrifter. Tjenesten

omfatter blant annet faktureringstjenester, tilgang til den dedikerte bedriftsportalen Mer Hub samt en samlet oversikt over kostnader og ladehistorikk.

For fullstendighetens skyld nevnes at Mer historisk har hatt et bredere virksomhetsområde enn selskapet har i dag. Mer har tidligere tilbudt ulike ladeløsninger til borettslag, sameier og bedriftskunder, herunder etablering og drift av dedikerte ladeanlegg. Disse tjenestene er imidlertid avviklet og inngår ikke lenger i Mers produktportefølje.

7 TIDSPLAN FOR GJENNOMFØRING

[Redacted content]

[Redacted content]

[Redacted content]

8 STRATEGISK OG ØKONOMISK BEGRUNNELSE

Partene viser til at den strategiske og økonomiske begrunnelsen for transaksjonen er beskrevet i Meldingens innledning og utdypet i den vedlagte transaksjonsavtalen – og presentert av melder i prenotifikasjonsmøtet og oversendt presentasjon, samt til transaksjonsavtalen som er vedlagt Meldingen som vedlegg 1. Utover dette kan Melder legge til følgende om det strategiske og forretningsmessige grunnlaget for transaksjonen:

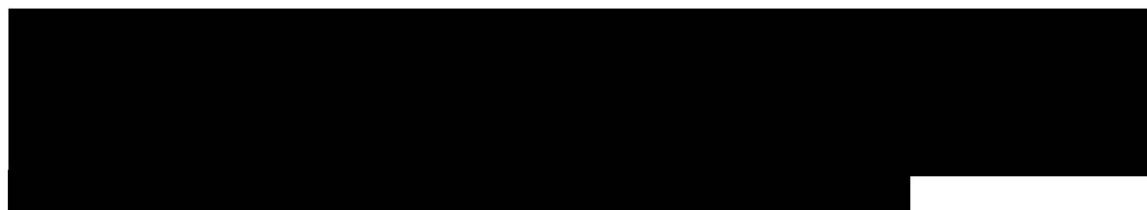
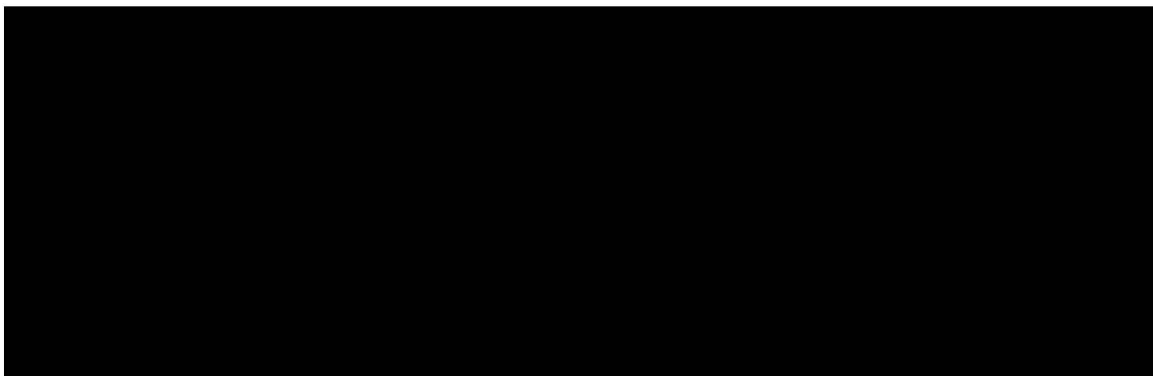
[Redacted content]

Markedet har over flere år vært preget av betydelig utbygging av ladeinfrastruktur.

[Redacted content]

[Redacted content]

[Redacted content]



9 NÆRMERE REDEGJØRELSE FOR HVORFOR MELDING INNGITT 1. SEPTEMBER 2026 OPPFYLTE MINIMUMSKRAVENE I KRRL. § 18

9.1 Kravene til melding

Krrl. § 18 bokstav e knesetter følgende innholdskrav til en melding for at den skal være komplett:

"redegjørelse for horisontalt og vertikalt berørte markeder. Et marked er horisontalt berørt dersom minst to av partene er aktive på det samme produktmarkedet og partenes samlede markedsandel overstiger 20 prosent. Vertikalt berørte markeder er de markeder der en part opererer i et forutgående eller etterfølgende ledd til et marked hvor en annen part opererer og deres samlede markedsandel overstiger 30 prosent på hvert av de respektive markedene. Redegjørelsen skal inkludere en beskrivelse av markedsstrukturen i de berørte markedene, beskrivelse av de involverte foretakenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i de berørte markedene, og beskrivelse av eventuelle etableringshindringer i de berørte markedene",

I NOU 2003:12 punkt 5.4.6.3.4 uttaler Konkurranselovutvalget at «[m]eldeplikten må ikke være uforholdsmessig byrdefull og omfattende for aktørene», og at "[d]et er heller ikke ønskelig for myndighetene å motta store mengder informasjon som ikke er relevant for konkurranseanalysen". Utvalget understreker at det bør være adgang til forhåndskonsultasjoner mellom Konkurransetilsynet og partene, nettopp for å «forhindre at meldeplikten blir unødig formalistisk». Departementet sluttet seg til dette i Ot.prp. nr. 6 (2003–2004) side 150, og uttalte at informasjonskravene skal avpasses til den enkelte sak og at det bør være adgang til forhåndsklarering med Konkurransetilsynet om hvilken informasjon som er nødvendig.

I etterarbeider, NOU 2025:11, punkt 8.5.4.1, bekreftes det at kravene de lege lata er mindre omfattende enn tilsvarende krav i nordiske naboland og EU:

«Konkurranseloven § 18 a første og andre ledd angir hvilken informasjon meldingen må inneholde. Kravene til innhold etter norsk rett er betydelig mindre omfattende enn de tilsvarende kravene for melding til EU-kommisjonen og svenske og danske konkurransemyndigheter. De lovpålagte kravene utgjør i praksis minstekrav. I større og komplekse saker vil det i de fleste tilfeller være behov for ytterligere informasjon.»

At utvalget i NOU 2025:11 foreslår å utvide innholdskravene – herunder krav om nærmere begrunnelse, dokumentasjon og utdyping – bekrefter at kravene de lege lata er mindre strenge, og at det ikke kan stilles krav til meldingen som først er foreslått innført ved en fremtidig lovendring.

Kravene kan dermed ikke forstås for strengt.

Det forvaltningsrettslige forholdsmessighetsprinsippet setter ytterligere grenser for hvor strengt komplettkravet kan praktiseres. Prinsippet innebærer at kravene til meldingens innhold må stå i rimelig forhold til meldingens funksjon, nemlig å gi Konkurransetilsynet partenenes syn og en innledende oversikt over berørte markeder, herunder markedsstruktur, konkurrenter, leverandører og kunder.

Å anse Meldingen som mangelfull alene fordi de samme generelle opplysningene om markedsstruktur, konkurrenter, kunder og etableringshindringer – som allerede er levert i Meldingen og vedleggene – ikke er repetert separat for hvert enkelt lokalmarked, er etter partenenes syn et uforholdsmessig krav som mangler forankring i lovens ordlyd og forarbeider.

Tilsynet har uansett adgang til å be om ytterligere opplysninger gjennom pålegg etter krrl. § 24, uten at dette forskyver friststarten. Denne mekanismen bekrefter at lovgiver har forutsatt at eventuelle informasjonsbehov ut over minstekravene skal håndteres som supplement til en allerede komplett melding, ikke som grunnlag for å utsette starten for Konkurransetilsynets fristberegning.

9.2 Meldingen

Partene vil innledningsvis presisere at Meldingen er brevet oversendt, samt vedlegg og data sendt med brevet – med andre ord det komplette grunnlaget. Det vises til datarommet som Konkurransetilsynet ble gitt tilgang til på samme tid som oversendelsesepost og brev den 1. september 2026.

Vi minner samtidig om at partene hadde prenotifikasjonsmøte uken før melding ble inngitt, hvor partens syn på markedsavgrensning ble presentert. Partene presenterte da et nasjonalt marked med en lokal dimensjon, hvor de sentrale konkurranseparameterne ble fastsatt nasjonalt, slik at analysen måtte gjøres nasjonalt. Partene presiserte samtidig at de hadde gjort en subsidiær screeninganalyse for det tilfellet at Konkurransetilsynet ikke skulle være enige i partenenes (prinsipale) markedsavgrensning. Screeningkriteriene ble grundig gjennomgått av Oslo Economics. Det kom ingen innvendinger til screeningkriteriene og resultatene av disse, samt hvordan Meldingen ville bli strukturert, i møtet.

Partene viser videre til at Konkurransetilsynet med datagrunnlaget som er vedlagt Meldingen og presentert over under punkt 2, selv kan generere en fullstendig oversikt over alle markeder med samlet markedsandel mellom 20 og 40 prosent, og terskelen for informasjonskravet i § 18 a bokstav e er

dermed oppfylt. Informasjonen er levert, om enn i form av et fullstendig og etterprøvbart datasett fremfor en narrativ gjennomgang av hvert enkelt lokalkmarked.

Melder mener videre at når faktagrunnlaget og de lovpålagte opplysningstypene allerede er levert, vil det være lite formålstjenlig og uforholdsmessig å anse Meldingen som mangelfull bare fordi de samme generelle opplysningene ikke er repetert område for område. Eventuelle avgrensede tilleggsbehov kan håndteres ved et målrettet opplysningskrav etter krrl. § 24, fremfor å forskyve friststarten. Partene fastholder at 25-virkedagersfristen løper fra 2. september 2026.

10 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Vi håper dette brevet med vedlegg besvarer Konkurransetilsynets spørsmål, og er tilgjengelige for ytterligere utdypning ved behov.

Med vennlig hilsen



Svein Terje Tveit
Advokat