

# **Svensk Telemarknad första halvåret 2015**



## **Svensk Telemarknad första halvåret 2015**

### **Rapportnummer**

### **Diarienummer**

15-7398

### **ISSN**

1650-9862

### **Författare**

Karin Fransén och Andreas Wigren

### **Post- och telestyrelsen**

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

[pts@pts.se](mailto:pts@pts.se)

[www.pts.se](http://www.pts.se)

# Innehåll

<b>Sammanfattning</b>	<b>5</b>
<b>Summary</b>	<b>9</b>
<b>1 Syfte och metod</b>	<b>15</b>
1.1 Upplägg och genomförande	15
1.2 Avvikelser och uppdatering av data	16
1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar	16
1.4 Definitioner	17
<b>2 Marknadsutveckling – abonnemang</b>	<b>19</b>
2.1 Mobila samtals- och datatjänster	19
2.2 M2M-tjänster	21
2.3 Nummerporteringar	22
2.4 Internettjänster	23
2.5 Fasta samtalstjänster	30
2.6 Tv-tjänster	34
2.7 Sampaketerade tjänster	38
<b>3 Användning – trafik</b>	<b>40</b>
3.1 Samtalstrafik	40
3.2 Meddelandetjänster	41
3.3 Mobil datatrafik	42
<b>4 Intäkter på marknaden</b>	<b>44</b>
4.1 Mobila samtals- och datatjänster	44
4.2 M2M	45
<b>5 Marknadsandelar</b>	<b>46</b>
5.1 Mobila samtals- och datatjänster	46
5.2 Bredband	47
5.3 Fasta samtalstjänster	50
5.4 Tv-tjänster	51
<b>BILAGOR</b>	<b>53</b>
<b>1. Deltagarförteckning</b>	<b>53</b>
<b>2. Ändringar i statistiken</b>	<b>56</b>
<b>3. Rapporttabeller</b>	<b>57</b>
<b>4. Kvalitetsdeklaration</b>	<b>58</b>

## Figurer

Figur 1	Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster .....	19
Figur 2	Antal abonnemang som använt 4G (LTE) .....	21
Figur 3	Antal abonnemang på M2M-tjänster .....	22
Figur 4	Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer .....	23
Figur 5	Antal internetabonnemang .....	24
Figur 6	Utveckling av abonnemang på bredband .....	25
Figur 7	Andel fast bredbandabonnemang per teknik .....	26
Figur 8	Fördelning av hastighet för nedladdning av data - fast bredband .....	28
Figur 9	Fördelning av hastighet för uppladdning av data - fast bredband .....	29
Figur 10	Antal abonnemang på fast telefoni .....	31
Figur 11	Antal tv-abonnemang per distributionsplattform .....	35
Figur 12	Andel tv-abonnemang per distributionsplattform .....	37
Figur 13	Antal sampaketerade abonnemang .....	39
Figur 14	Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang .....	40
Figur 15	Utveckling av antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad .....	42
Figur 16	Mängd överförd mobil data .....	43
Figur 17	Intäkter från mobila samtals- och datatjänster .....	44
Figur 18	Mobila intäkter uppdelade på fasta och rörliga avgifter .....	45
Figur 20	Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster .....	46
Figur 21	Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt .....	47
Figur 22	Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband .....	48
Figur 23	Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband .....	49
Figur 24	Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtalstjänster .....	50
Figur 25	Andelar – abonnemang på tv-tjänster .....	51
Figur 26	Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster .....	52

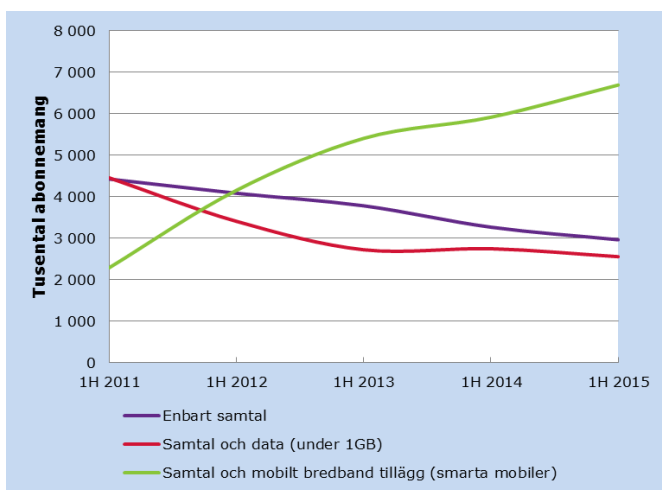
## Sammanfattning

De marknadsdata som Post- och telestyrelsen samlar in från operatörer och andra aktörer visar en fortsatt snabb utveckling inom området elektronisk kommunikation. Alla jämförelser avser 30 juni 2015 jämfört med samma tidpunkt 2014. I figurer betyder 1H2015 det första halvåret 2015. Denna sammanfattning är uppdaterad den 1 december 2015.

**Antal miljoner abonnemang i Sverige första halvåret 2015** (förändring jämfört med första halvåret 2014 inom parentes):



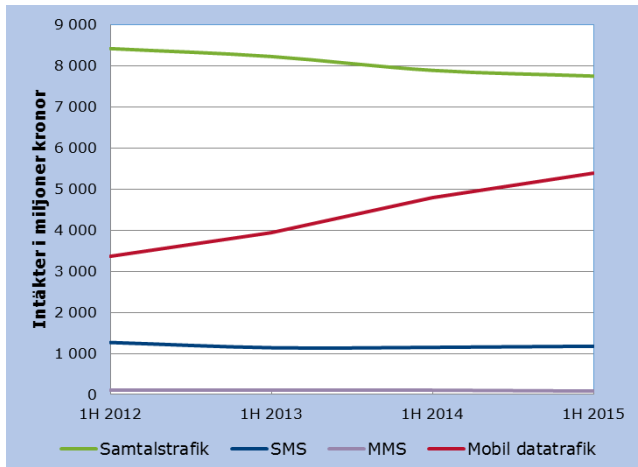
## Mobila samtal med och utan data



Antalet abonnemang på mobila samtal med och utan data ökade med 2 procent till 12,2 miljoner. Det är antalet abonnemang med över 1 Gbyte data, (mestadels smarta mobiler) som ökar med 13 procent medan abonnemang utan data och med lite data fortsätter att minska.

Antalet sms från mobiltelefoner ökar med 1 procent efter att ha minskat under flera år. Det är sms via företagsabonnemang som ökar. En trolig förklaring till ökningen är att allt fler abonnemang innehåller sms i det fasta priset.

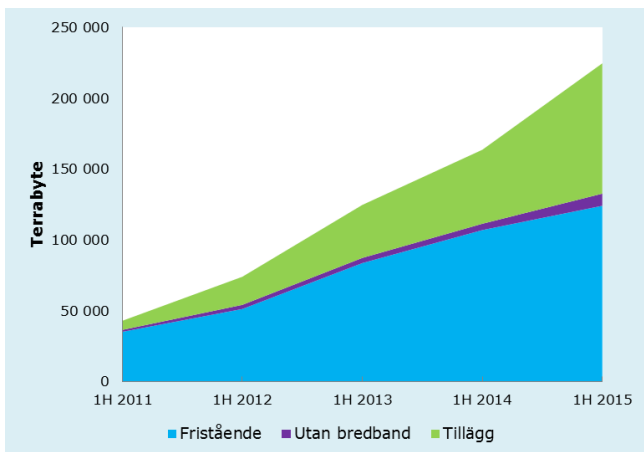
## Mobila intäkter



Intäkterna från mobila samtals- och datatjänster steg med 4 procent och uppgick till 15,1 miljarder kronor. Ökningen beror främst på växande intäkter från mobil datatrafik.

En allt större andel av intäkterna, drygt 70 procent, kom från fasta avgifter. Detta beror på att allt fler abonnemang har ett fast pris där samtal, sms och en viss mängd data ingår.

## Mobil datamängd



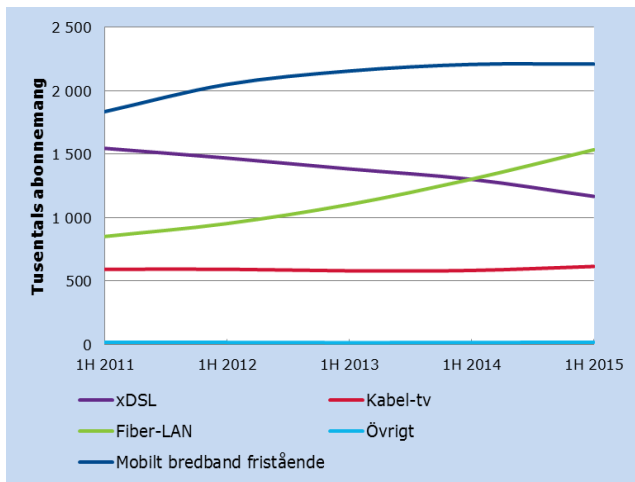
Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst (dongel eller router) vilket är på samma nivå som föregående år.

Mängden överförd data i mobilnäten fortsatte att växa och uppgick till 225 000 Tbyte. Det är en ökning med 37 procent, vilket är en större än föregående period. Här

ingår mobildata från både mobila samtals- och datatjänster via smarta mobiler (tillägg) och via mobilt bredband via router eller dongel (fristående). En allt större andel av trafiken genererades av smarta mobiler, vilka stod för 41 procent av den mobila datatrafiken.

Det totala antalet fasta bredbandsabonnemang via fiber, kabel-tv och xDSL ökade sammantaget med 4 procent till knappt 3,4 miljoner. Antalet bredbandsabonnemang via fiber fortsatte att öka (18 procent) och uppgick till 1,5 miljoner.

## Bredband

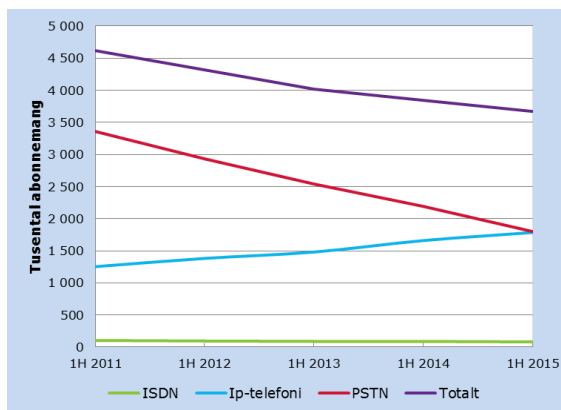


Gruppanslutningar där internetabonnemang ingick uppskattas till knappt 562 000, vilket motsvarar 18 procent av totala antalet privata fasta bredbandsabonnemang. Med gruppanslutningar avses internetabonnemang som operatörer har tecknat med t.ex. hyresvärdar, bostadsrättsföreningar, samfälligheter eller byalag

istället för direkt med slutkunderna. Ett syfte med gruppanslutningar är att erbjuda lägre priser till slutkunder, och i många fall kan priserna vid gruppanslutningar bli mindre än hälften av priset för samma tjänst genom ett enskilt avtal. Två nackdelar med gruppanslutningar är att många i gruppen måste ansluta sig och att avtalen ofta har relativt långa bindningstider.

**Bredbandsabonnemang med höga hastigheter nedströms fortsatte att öka och uppgick till 1,38 miljoner** för abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer vilket är en ökning med 29 procent. Även abonnemang med höga uppströmshastigheter fortsatte att öka och det fanns 573 000 abonnemang med 100 Mbit/s eller mer uppströms.

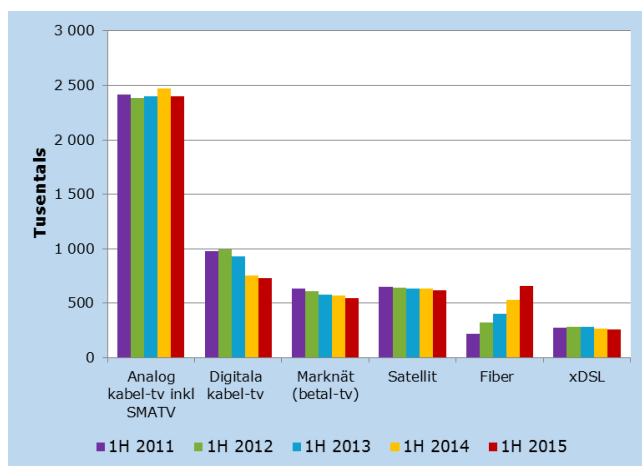
### Fast telefoni



**Fast telefoni fortsätter att minska.** Det fanns 3,7 miljoner samtals-abonnemang den sista juni 2015, en minskning med 5 procent. Av dessa var 1,8 miljoner ip-telefoni abonnemang, vilka ökade med 8 procent. Antalet abonnemang över traditionell telefoni (PSTN och ISDN) minskade med 14 procent, till 1,4 miljoner.

**Andelen abonnemang på ip-telefoni som var aktiva uppskattades till 74 procent.** Andelen sampaketerade abonnemang där ip-telefoni ingår, motsvarade 83 procent av ip-telefoniabonnemangen. Av dessa uppskattas 69 procent vara aktiva. Av de inaktiva ip-telefoniabonnemangen var så gott som alla sampaketerade.

### Traditionell tv



**Antalet ip-tv abonnemang via fiber ökade med 15 procent till 655 000 och övriga tv-former minskar.** Totala antalet tv-abonnemang låg kvar på 5,2 miljoner.

### Vill Du veta mer?

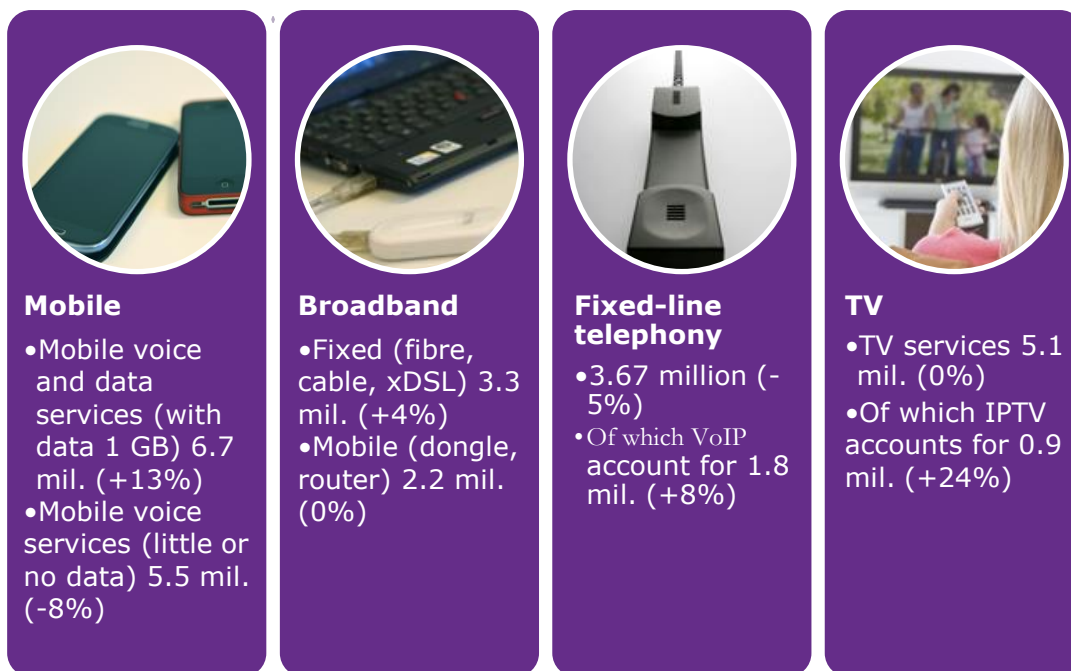
På PTS statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se)) kan du söka och sortera statistik på de olika områdena. Där finns även data för enskilda aktörer är tillgänglig.



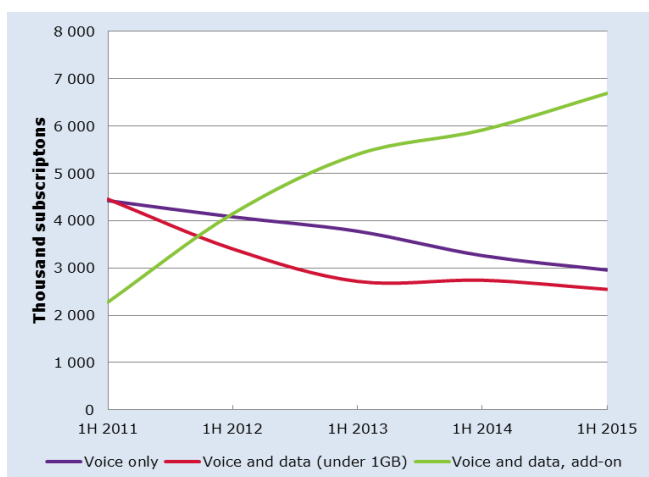
## Summary

Market data collected from operators and other actors by the Swedish Post and Telecom Authority shows a continued rapid development within the field of electronic communication. All comparisons refer to 30 June 2015 compared to the same juncture in 2014. Where present in figures, 1H2015 refers to the first half of 2015. This summary has been updated on December 1, 2015.

**Total number of subscriptions (in millions) in Sweden for the first half of 2015** (change compared with the first half of 2014 in brackets):



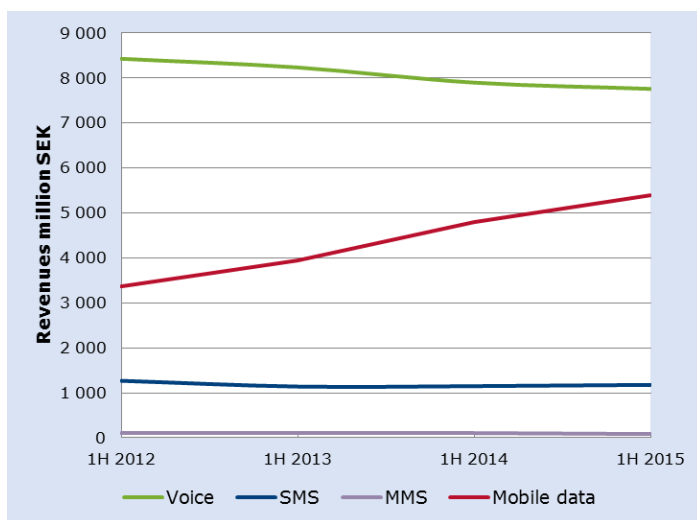
## Mobile voice services with and without data



**Number of subscriptions to mobile voice services with and without data increased by 2 % to 12.2 million.** The number of subscriptions with over 1 Gigabyte of data (mostly smartphones) is increasing by 13 %, whereas subscriptions with little or no data continue to decrease.

**The number of text messages sent from mobile phones is increasing by 1 per cent after having declined over many years.** Text messages sent through corporate subscriptions are those increasing in number. One probable explanation for the increase is that growing numbers of subscriptions include text messages in the fixed price.

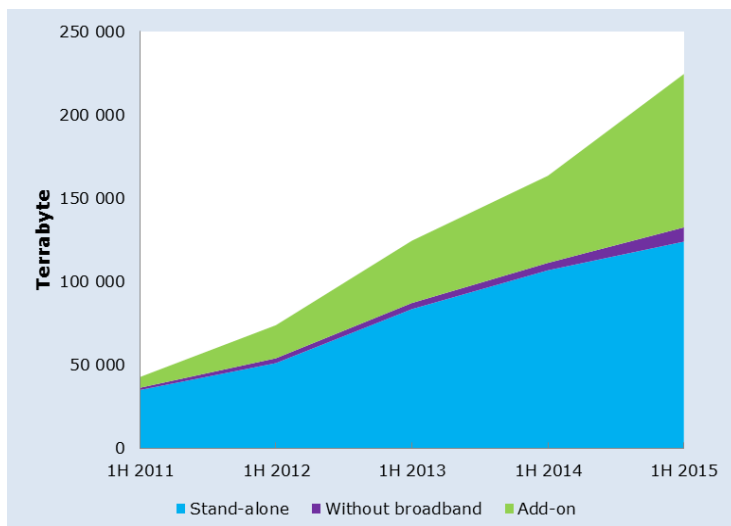
## Mobile revenues



**The revenues from mobile voice and data services increased by 4 per cent and reached SEK 15.1 billion.** The increase is primarily due to growing revenues from mobile data traffic.

An increasing portion of revenue, around 73 per cent, comes from fixed charges. This is due to the fact that more subscriptions offer a fixed price which covers voice services, text messaging and a certain amount of data.

## Mobile data amount

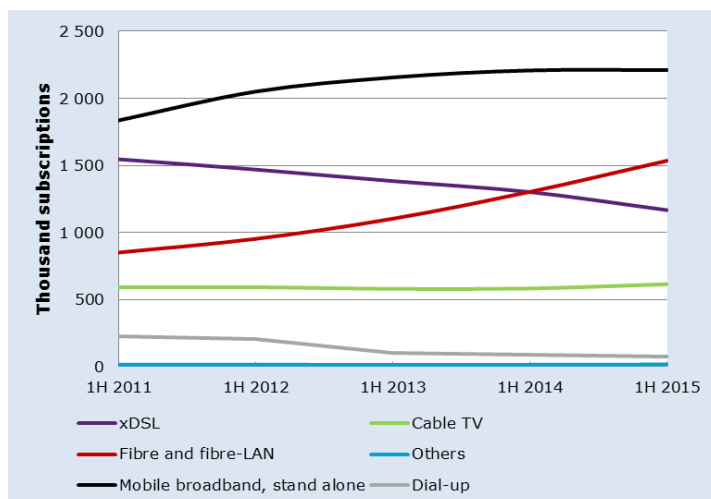


There were 2.2 million subscriptions for standalone mobile broadband services (dongle or router), which is the same as the previous year.

The amount of data transferred via mobile networks continued to grow and reached 225,000 TB. This is an increase of 37 per cent, which is larger than in the previous period. This

includes both mobile data from mobile voice and data services via smartphones (add-on) and via mobile broadband via router or dongle (separate). An increasingly large amount of traffic was generated by smartphones, making up 41 per cent of mobile data traffic.

## Broadband

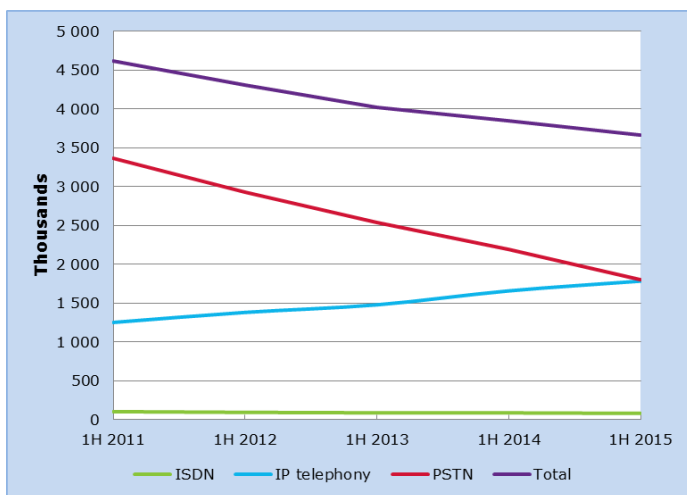


The total amount of fixed broadband subscriptions via fibre, cable TV and xDSL increased by a combined 4 per cent to almost 3.4 million. The number of broadband subscriptions via fibre continued to increase (18 per cent) and reached 1.5 million.

**Group connections – where internet subscriptions were included – are estimated at almost 562,000**, which is the equivalent of 18 per cent of the total amount of private fixed broadband subscriptions. Group connections refer to internet subscriptions that have been signed between the operator and, for example, landlords or housing cooperatives, rather than directly with the end users. One purpose of group connections is to offer the end user lower prices for the same service through an individual agreement. Disadvantages of group connections are that many within the group must join and it is often the case that the agreements have long contract periods.

**Broadband subscriptions offering high-speed downloads continued to increase and amounted to 1.38 million** for subscriptions with speeds of 100 Mbit/s or more. This is an increase of 29 per cent. Subscriptions offering high-speed uploads also continued to increase, with 573,000 subscriptions offering upload speeds of 100 Mbit/s or more.

### Fixed-line

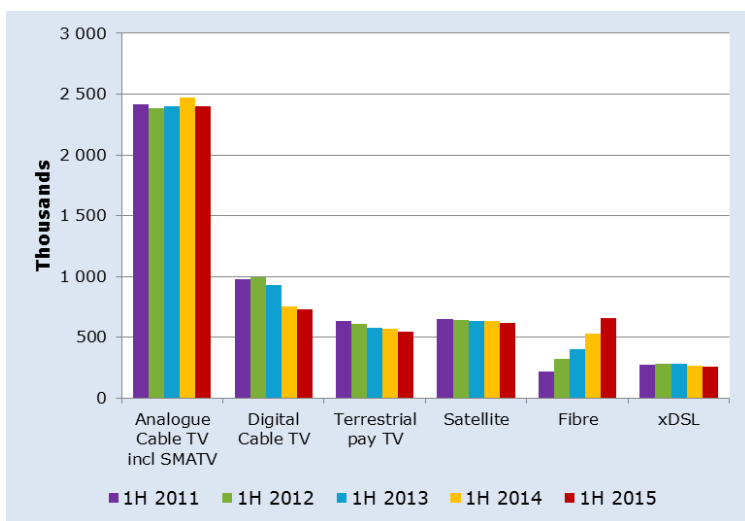


**Fixed-line telephony continues to decline.** On 30 June 2015, there were 3.7 million telephone voice service subscriptions, a decrease of 5 per cent. Of these, 1.8 million were VoIP subscriptions, which increased by 8 per cent. The total number of subscriptions to traditional telephony (PSTN and ISDN) decreased by 14 per cent, to 1.4 million.

**The proportion of active VoIP subscriptions** was estimated at

74 per cent. The proportion of combined subscriptions that include VoIP equated to 83 per cent of the VoIP subscriptions. Of these, an estimated 69 per cent were active. Of the inactive VoIP subscriptions, practically all of them were part of combined subscriptions.

### Traditional television



**The number of IPTV subscriptions via fibre increased by 15 per cent to 655,000, with a reduction in other forms of television.** The total number of television subscriptions remained at 5.2 million.

### Would you like to know more?

Via the PTS Statistics Portal ([www.statistik.pts.se/start\\_en](http://www.statistik.pts.se/start_en)) you can search for and assort statistics from the different areas. Data is also available for individual actors.

## Halvår 2015: Tabell 1 Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation

	1H 2015	1H 2014	Förändring
<b>Fasta samtalstjänster</b>			
<b>Abonnemang för fast telefoni (tusen)</b>	<b>3 667</b>	<b>3 850</b>	<b>-5%</b>
varav abonnemang på ip-baserad telefoni (tusen)	1 785	1 659	8%
<b>Utgående trafikminuter (miljoner)</b>	<b>5 339</b>	<b>6 103</b>	<b>-13%</b>
Privat	2 186	2 854	-23%
Företag	3 153	3 249	-3%
<b>Mobila samtals- och datatjänster</b>			
<b>Mobilabonnemang (tusen)</b>	<b>14 414</b>	<b>14 130</b>	<b>2%</b>
Privat	11 016	10 859	1%
Företag	3 398	3 270	4%
varav aktiva UMTS/CDMA 2000-abonnemang	11 302	11 319	0%
varav abonnemang som har använt 4G (LTE)	5 061	2 981	70%
varav mobilt bredband som fristående tjänst	2 211	2 208	0%
varav mobilt bredband som tilläggstjänst	6 694	5 917	13%
<b>Utgående trafikminuter (miljoner)</b>	<b>14 861</b>	<b>13 692</b>	<b>9%</b>
<b>Antal skickade SMS (miljoner)</b>	<b>6 516</b>	<b>6 437</b>	<b>1%</b>
<b>Antal skickade MMS (miljoner)</b>	<b>198</b>	<b>183</b>	<b>8%</b>
<b>Trafik för mobila datatjänster (Tbyte)</b>	<b>224 584</b>	<b>163 601</b>	<b>37%</b>
<b>Intäkter från mobilabonnemang, SMS, MMS och mobil datatrafik (mkr)</b>	<b>15 127</b>	<b>14 572</b>	<b>4%</b>
Privat	10 396	9 870	5%
Företag	4 731	4 702	1%
<b>M2M-abonnemang</b>	<b>6 464</b>	<b>5 580</b>	<b>16%</b>
<b>Internettjänster</b>			
<b>Internetabonnemang (tusen)</b>	<b>12 312</b>	<b>11 415</b>	<b>8%</b>
Abonnemang på uppringd anslutning	72	86	-17%
Abonnemang på fast bredbandsanslutning	3 335	3 203	4%
via kabel-tv	615	583	5%
via fiber och fiber-LAN	1 535	1 303	18%
via xDSL	1 168	1 302	-10%
Abonnemang på mobil bredbandsanslutning	8 905	8 125	10%
via mobilt bredband som fristående tjänst	2 211	2 208	0%
via mobilt bredband som tilläggstjänst	6 694	5 917	13%
<b>Tv-tjänster</b>			
<b>Antal tv-abonnemang per distributionsplattform (tusen)</b>	<b>4 548</b>	<b>4 576</b>	<b>-1%</b>
via kabel-tv	2 266	2 346	-3%
via marknätet	547	569	-4%
via satellit	617	630	-2%
via iptv	910	799	14%
via fiber och fiber-LAN	655	529	24%
via xDSL	255	269	-5%
via SMATV	209	233	-11%
<b>Sampaketerade tjänster</b>			
<b>Antal sampaketerade abonnemang (tusen)</b>	<b>1 761</b>	<b>1 730</b>	<b>2%</b>

Källa: Post- och telestyrelsen, 23 november 2015.

## Korrigering i Svensk telemarknad första halvåret 2015 efter publicering

Efter publiceringen av Svensk Telemarknad första halvåret 2015 har Tele2 korrigerat några inrapporterade värden, vilket påverkar den totala utvecklingen. PTS har därför uppdaterat föreliggande rapport.

Ändringarna från Tele2 rör området mobila samtals- och datatjänster och innebär en ökning med drygt 263 000 mobila kontraktsabonnemang för första halvåret 2015. Tele2 har även korrigerat intäkter från mobila samtals- och datatjänster inom företagssegmentet. Korrigeringen innebär en minskning med ca 62,3 miljoner under första halvåret 2015.

Följande avsnitt av rapporten har uppdaterats men anledning av korrigeringarna:

- Sammanfattning
- Tabell Nyckeldata
- 2.1 Marknadsutvecklingen – abonnemang Mobila samtals- och datatjänster
- 2.4 Internettjänster
- 4.1 Intäkter på marknaden – Mobila samtals- och datatjänster
- 5.2 Marknadsandelar – Mobila samtals- och datatjänster
- 5.3 Marknadsandelar – Bredband

## **1 Syfte och metod**

Syftet med rapporten Svensk telemarknad första halvåret 2015 är att kartlägga utvecklingen på den svenska slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation.

Post- och telestyrelsen (PTS) har till uppdrag att dels följa utvecklingen på marknaden för elektronisk kommunikation, dels främja konkurrensen inom denna marknad. Som en del av det uppdraget arbetar PTS med insamling av marknadsdata och med marknadsanalyser. Utöver PTS interna behov av data är det viktigt att allmänheten, operatörer samt andra företag och organisationer får tillgång till statistik, vilket är ytterligare ett skäl till att PTS publicerar marknadsstatistik.

Statistiken för första halvåret 2015 har samlats in med hjälp av en webbaserad enkät. Uppgifterna om nummerporteringar kommer från Swedish Number Portability Administrative Center (SNPAC).

### **1.1 Upplägg och genomförande**

Datainsamlingen som ligger till grund för Svensk telemarknad omfattats av svarsplikt och har så gjort sedan 2003.

Insamlingen för första halvåret 2015 gjordes via ett webbaserat frågeformulär som skickades ut till sammanlagt 54 aktörer den 1 juli 2015. Datainsamlingen pågick under perioden juli-september 2015, och det initiala utskicket följdes upp med påminnelser via e-post. Några företag som inte svarat påmindes även via telefon. I oktober hade svar kommit in från samtliga aktörer (dvs. en svarsfrekvens på 100 procent). Insamling och justering av operatörsdata fortsätter dock även efter att rapporten Svensk telemarknad har publicerats, vilket gör att PTS databas för operatörsstatistik kontinuerligt uppdateras.

De medverkande aktörerna angav i frågeformuläret inom vilka områden de bedrivit verksamhet under första halvåret 2015. Antalet aktörer inom de olika verksamhetsområdena framgår av sammanställningen nedan. Observera att en operatör kan vara verksam inom flera områden.

Område	1H 2015
Fasta samtalstjänster	36
Mobila samtals- och datatjänster	23
Internettjänster	38
Tv-tjänster	23
Sampaketerade tjänster	16
<b>Totalt antal tillfrågade</b>	<b>54</b>

För en komplett lista över vilka operatörer som har svarat inom vilka områden, se den bilagda deltagarlistan.

## 1.2 Avvikelser och uppdatering av data

Under datainsamlingen uppstår mätfel, vilket kan bero på ett antal felkällor. Till exempel:

- De tillfrågade svarar inte på alla frågor i enkäten
- Alla operatörer på marknaden har inte besvarat enkäten
- Svaren har blivit missvisande på grund av att något exakt värde inte gått att få fram ur företagets redovisning, instruktioner har missförstått, varit bristfälliga eller felaktiga uppgifter har lämnats in

Mätfelen bedöms inte vara stora och kan ofta kompenseras genom att utgå från tidigare insamlad data eller genom att göra uppskattningar utifrån relaterade frågor i enkäten.

Eftersom uppgifter som redovisas i procent avrundas blir summan av delarna inte alltid 100 procent.

Den historiska statistiken revideras i takt med att PTS får in korrigeringar och ytterligare information. Av den anledningen kan statistiken för ett och samma år skilja sig åt i olika årgångar av rapporten. Den senast uppdaterade databasen finns på PTS webbaserade statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se)).

För en mer utförlig beskrivning av mätfel och bortfall, se bilaga 3.

## 1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar

Marknadsutvecklingen redovisas med statistik som i några fall sträcker sig tillbaka till 1992. Från och med 2006 publicerar PTS även marknadsandelar för variabler på slutkundsnivå för varje insamlingsperiod. I rapporten finns



marknadsandelar för ett antal olika variabler, men betydligt fler uppgifter publiceras på den webbaserade statistikportalen. De variabler som bedöms som bristfälliga eller är missvisande på något annat sätt publiceras inte på statistikportalen.

## 1.4 Definitioner

I frågeformuläret används definitioner som ligger till grund för rapporterna, och dessa definitioner revideras kontinuerligt så att de är i fas med utvecklingen på marknaden. Även indelningen av de enskilda delmarknaderna kan ändras från år till år. Sedan 2003 tas även hänsyn till PTS behov av uppgifter för att genomföra marknadsanalyser och besluta om någon operatör har betydande marknadsinflytande. Trots dessa förändringar går det fortfarande i stor utsträckning att jämföra statistiken med den i tidigare rapporter.

### Typer av internetanslutningar

När det gäller delmarknaden internetjänster är det vanligt att blanda ihop uttryck som fast anslutning, bredbandsanslutning, trådlös anslutning, mobil anslutning, bredband m.fl. eftersom det inte finns allmänt vedertagna definitioner av dessa begrepp. I Svensk telemarknad definieras termerna enligt uppställningen nedan.

<b>Uppringd anslutning</b>	PSTN, ISDN
<b>Fast anslutning</b>	Anslutning via det fasta telenätet (PSTN, ISDN, xDSL), fast radio, satellit, kabel-tv-nät, fiber och fiber-LAN.
<b>Mobil anslutning</b>	Anslutning via mobilnäten (GPRS, EDGE, CDMA2000, UMTS, LTE) inklusive fast bredband via mobilnäten.
<b>Trådlös anslutning</b>	Mobil anslutning, satellit eller fast radio (radio länk)
<b>Trådbunden anslutning</b>	Anslutning via det fasta telenätet (PSTN, ISDN, xDSL), kabel-tv-nät, fiber och fiber-LAN.
<b>Bredbandstjänst</b>	Internetanslutning med hög hastighet. Innefattar digital anslutning via fast radio, satellit och kabel-tv-nät, telenät (xDSL), fiber, fiber-LAN samt mobilt bredband.
<b>Mobilt bredband</b>	Internetanslutning med hög hastighet som använder mobilnäten. Innefattar de tekniska standarderna CDMA2000, UMTS HSPA och LTE. Om inget annat anges så avser mobilt bredband i denna rapport mobilt bredband som fristående tjänst såväl som tilläggstjänst.

**Mobilt bredband som fristående tjänst**



Abonnemang som uteslutande används för mobilt bredband och där data-accessen använts minst en gång under det senaste kvartalet i perioden, eller där abonnemangsavgift betalats under senaste kvartalet i perioden. Abonnemanget ska inte ha genererat några trafikminuter för tal under senaste kvartalet i perioden. Anslutningen kan ske via ett USB-modem (dongel) eller en router.

**Mobilt bredband som tilläggstjänst**



Avser ett abonnemang där abonnenten köper en tjänst med minst 1 Gbyte datatrafik per månad till ett abonnemang som används för taltjänster. Oftast köps data och röst tillsammans. I praktiken används dessa abonnemang mest för smarta mobiltelefoner.

**Begreppen privatkund och företagskund**

I åtskilliga fall redovisas statistiken fördelad på privatkunder respektive företagskunder. Definitionerna av privat- respektive företagskund baseras på vem som betalar för tjänsten, inte vem som är användare. Kriteriet för att den betalande parten ska betecknas som en företagskund (inklusive de organisationer som inte är företag) är att den har ett organisationsnummer. De övriga betecknas som privatkunder. Detta gör dock att företag och organisationer som är registrerade med personnummer räknas till kategorin privatkunder.

**Hushåll**

Från och med 2013 har Statistiska centralbyrån (SCB) ändrat sin metod för insamling av hushållsstatistiken, vilken nu helt baseras på uppgifter från register. PTS använder från och med 2013 de registerbaserade uppgifterna om hushåll.<sup>1</sup> Detta innebär att statistik relaterad till antalet hushåll i denna rapport inte är helt jämförbar med motsvarande statistik som publicerades i Svensk telemarknad före 2013.

---

<sup>1</sup> Innan 2013 använde PTS hushållsuppgifter som baserades på svar från enskilda personer och fastighetsägare.

## 2 Marknadsutveckling – abonnemang

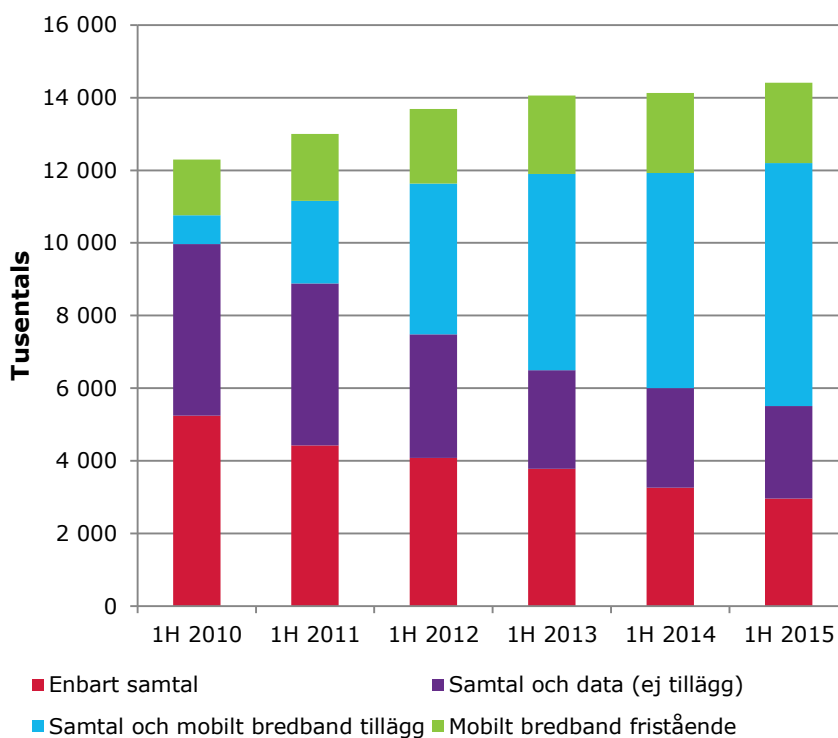
Alla jämförelser avser 30 juni 2015 jämfört med samma tidpunkt 2014. I figurerna betyder 1H2015 det första halvåret 2015.

### 2.1 Mobila samtals- och datatjänster

Den sista juni 2015 fanns det 14,4 miljoner aktiva abonnemang på mobila samtals- och datatjänster i Sverige, vilket är en ökning med 2 procent jämfört med ett år tidigare..

Därutöver fanns knappt 6,5 miljoner machine-to-machine (M2M)-abonnemang som inte är inkluderade i siffran ovan. Dessa redovisas i ett separat avsnitt nedan.

**Figur 1 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster**



Av det totala antalet mobilabonnemang i slutet av juni 2015 var 10,6 miljoner kontraktsabonnemang och 3,8 miljoner kontantkort. Andelen kontantkort har sjunkit trendmässigt under det senaste decenniet och utgjorde 26 procent av

alla abonnemang i juni 2015. Motsvarande andel var 57 procent för tio år sedan.

### **Abonnemang utan mobilt bredband**

Antalet mobilabonnemang som användes för enbart samtalstjänster var knappt 3,0 miljoner den sista juni 2015. Detta är en nedgång på 283 000 abonnemang jämfört med ett år tidigare och motsvarar en årlig minskning med 10 procent.

Antalet mobilabonnemang på både samtal och data, men som inte inkluderade tilläggsabonnemang på mobilt bredband (minst 1 Gbyte) var 2,6 miljoner den sista juni 2015. Detta innebär en minskning med 7 procent jämfört med samma tidpunkt ett år.

### **Abonnemang på mobilt bredband**

Antalet abonnemang på mobilt bredband har ökat med 9 procent och uppgick till drygt 8,9 miljoner i slutet av juni 2015.



Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst<sup>2</sup> den 30 juni 2015 vilket är på samma nivå som föregående år. Mobilt bredband som fristående tjänst har sedan 2007 årligen minskat i tillväxttakt.



Antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst<sup>3</sup> uppgick till 6,7 miljoner den sista juni 2015, vilket är en ökning på 13 procent.

### **Abonnemang som har använt 4G (LTE)**

Den sista juni 2015 fanns drygt 5 miljoner abonnemang som hade använt tjänster i 4G (LTE)-nätet, vilket är en ökning med 70 procent jämfört med samma datum förra året.<sup>4</sup>

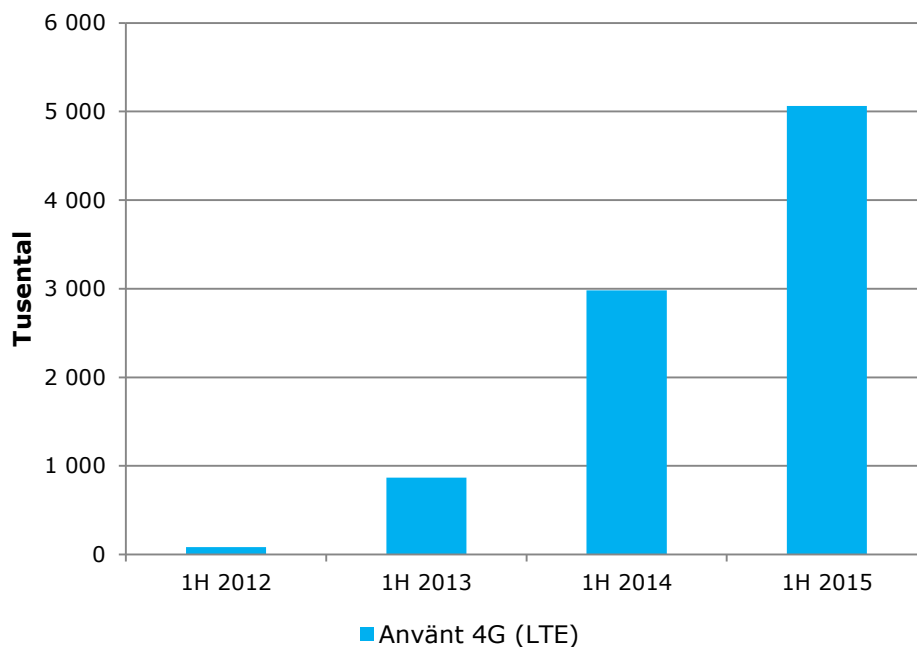
---

<sup>2</sup> Abonnemang som enbart har använts för mobil paketdata, och inte genererat någon samtalstrafik under det senaste kvartalet i perioden.

<sup>3</sup> Abonnemang där minst 1 Gbyte data per månad inkluderats eller köpts som tilläggstjänst.

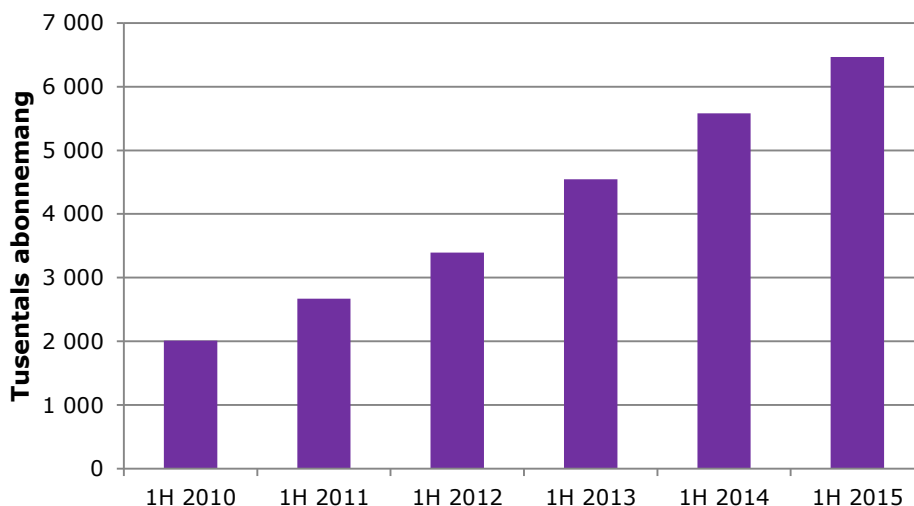
<sup>4</sup> För att kunna använda sig av 4G-nätet måste en användare både ha ett SIM-kort och en terminal som klarar av 4G. Utöver detta måste man också abonnera på tjänsten för att få tillgång till nätet.

**Figur 2 Antal abonnemang som använt 4G (LTE)**



## 2.2 M2M-tjänster

Abonnemang på tjänster för machine-to-machine (M2M), dvs. kommunikation mellan maskiner, är inte inkluderade i de abonnemangssiffror som redovisats tidigare i detta avsnitt.

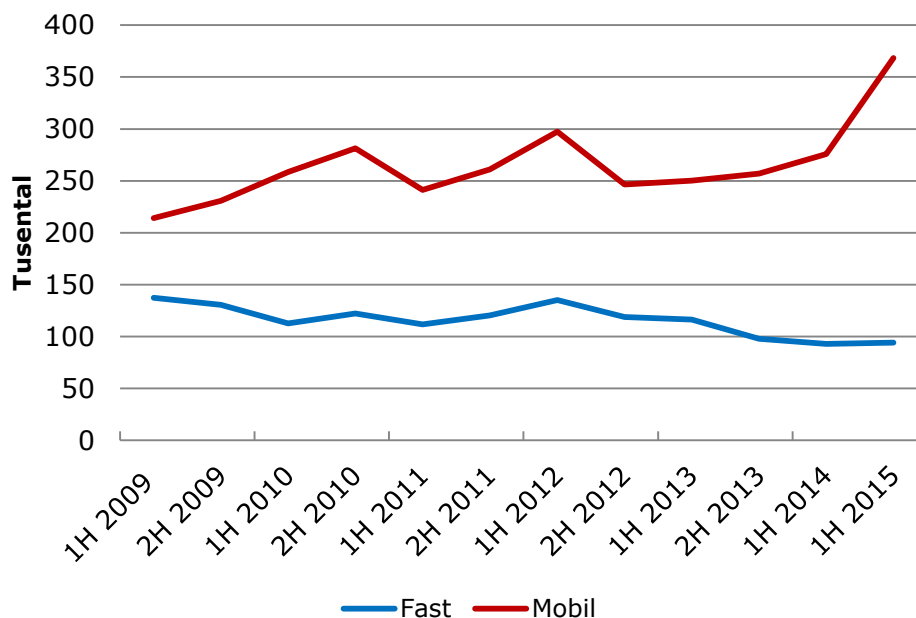
**Figur 3 Antal abonnemang på M2M-tjänster**

Antalet M2M-abonnemang uppgick den sista juni 2015 till 6,5 miljoner, vilket innebär en ökning med 16 procent jämfört med samma datum föregående år, då de uppgick till knappt 5,6 miljoner. Telenor Connexion hade nästan 78 procent av M2M-abonnemangen den sista juni 2015.

### 2.3 Nummerporteringar

Nummerportering är när telefonnummer flyttas från en operatör till en annan. Swedish Number Portability Administrative Center, SNPAC<sup>5</sup>, samlar in och publicerar statistik över antalet porteringar i Sverige. Följande avsnitt baseras på data från SNPAC. Antalet mobila telefonnummer som porterats uppgick till 407 000 vilket är en ökning med 30 procent. Antalet porterade fasta telefonnummer ingår inte i SNPACs statistik. Därför redovisas nedan antalet porteringstillfällen, som ligger lägre än antalet porterade telefonnummer.

<sup>5</sup> [www.snpac.se](http://www.snpac.se)

**Figur 4 Antal porteringar<sup>6</sup> av fasta och mobila telefonnummer**

Under första halvåret 2015 uppgick antalet porteringstillfällen till 463 000 i Sverige. Av dessa var 94 000 fasta och 368 000 mobila. Antalet fasta porteringstillfällen minskade med 4 procent. De mobila ökade med 34 procent jämfört med föregående period och är den högsta nivån sedan 2002.

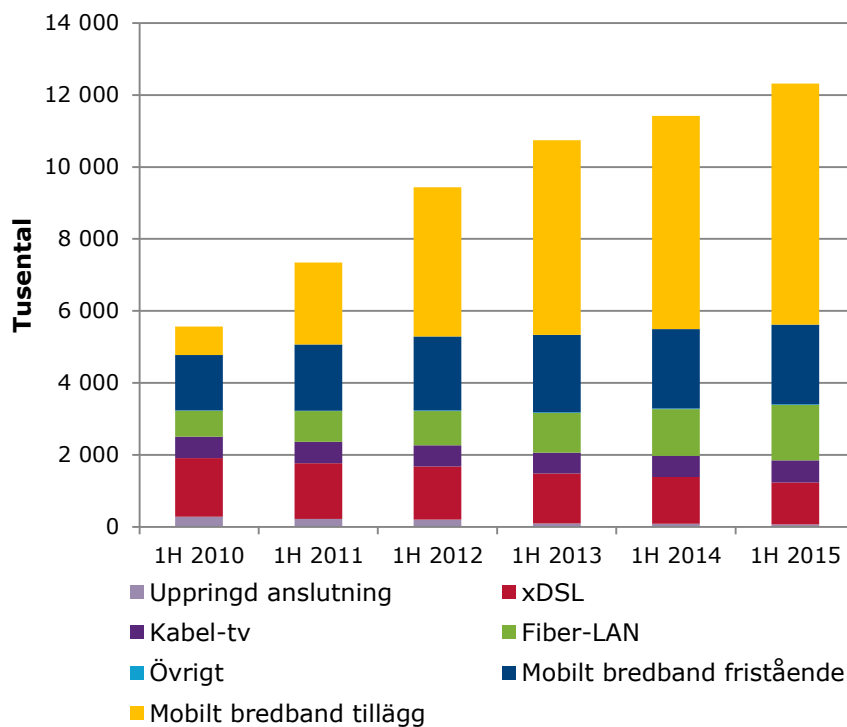
De fasta porteringstillfällena utgjorde 2,6 procent av det totala antalet abonnemang på fast telefoni under första halvåret 2015. De mobila porteringstillfällena utgjorde under samma period 2,6 procent av det totala antalet mobila abonnemang (exklusive mobilt bredband som fristående tjänst och M2M).

Andelen fasta porteringstillfällen av det totala antalet porteringstillfällen har ökat de senaste tio åren från 18 procent till 20 procent första halvåret 2015. Andelen mobila porteringstillfällen har under samma tidsperiod sjunkit från 82 procent till 80 procent.

## 2.4 Internettjänster

Den sista juni 2015 var det totala antalet abonnemang på internettjänster 12,3 miljoner, vilket är en ökning med knappt 900 000 abonnemang.

<sup>6</sup> I figuren redovisas antal porteringstillfällen. Antalet porterade nummer kan vara högre än antalet porteringstillfällen.

**Figur 5 Antal internetabonnemang**

Antalet abonnemang på uppringt internet var 72 000 den sista juni 2015, vilket är en minskning med 17 procent sedan samma datum förra året. TeliaSonera hade 94 procent av dessa abonnemang. Uppringt internet utgör en halv procent av det totala antalet abonnemang på internettjänster.

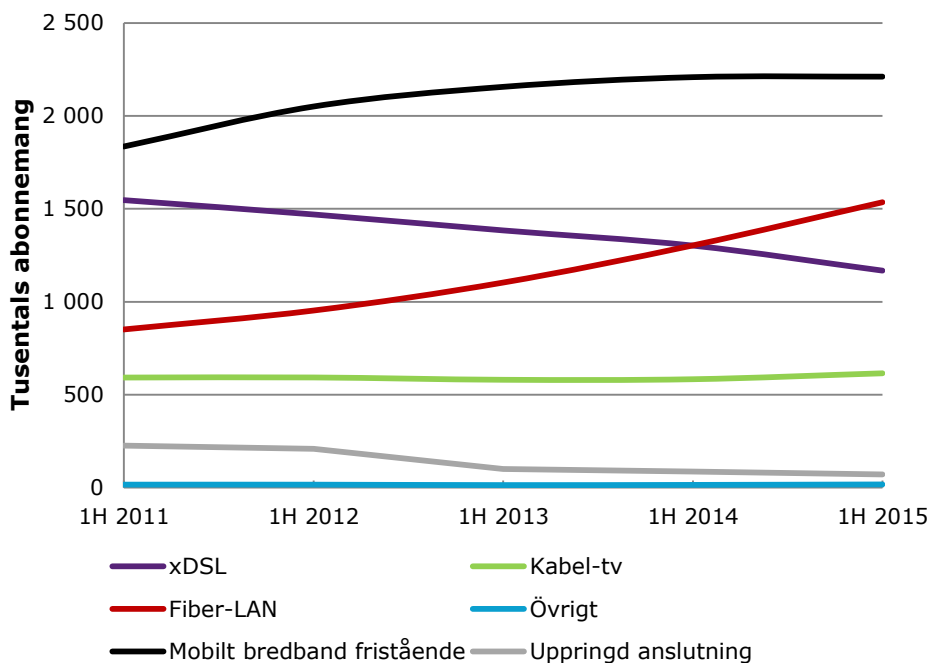
De resterande abonnemangen på internettjänst var bredbandsabonnemang<sup>7</sup>.

#### Abonnemang på fast internetanslutning

Den sista juni 2015 var antalet abonnemang på fast bredband 3,3 miljoner, vilket är 132 000 fler än vid samma datum ett år tidigare.

<sup>7</sup> För definition av bredband, se avsnitt 1.4.



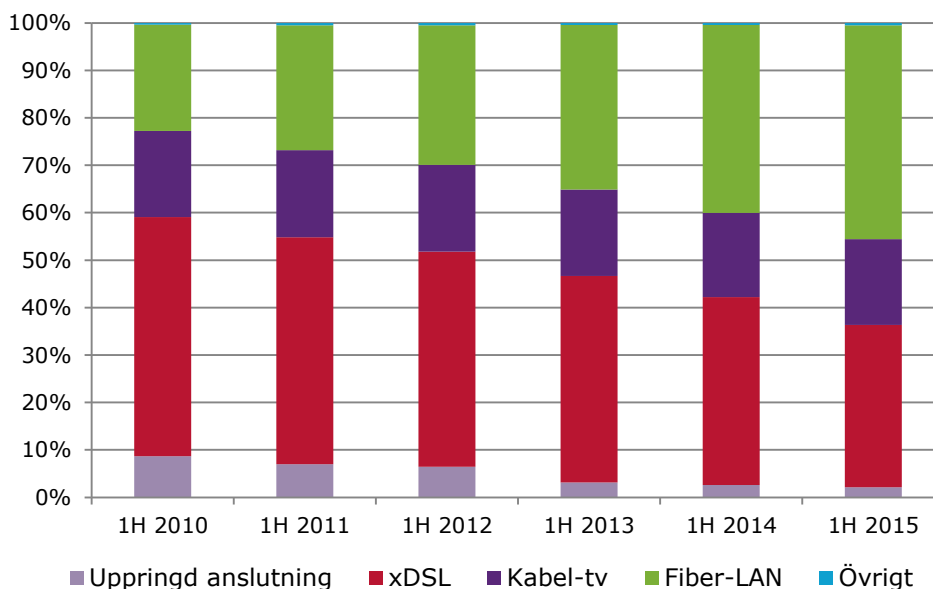
**Figur 6 Utveckling av abonnemang på bredband**

De senaste åren är det fiber (inklusive fiber-LAN) som stått för det mesta av tillväxten av abonnemangen på fast bredband. Antalet abonnemang via fiber ökade med 232 000, eller 18 procent, och uppgick till 1,5 miljoner i slutet av juni 2015. Fiberabonnemang med en nedladdningshastighet av 100 Mbit/s eller mer uppgick till 1,1 miljon (en ökning med 25 procent) medan bredbandsabonnemangen via kabel-tv med samma hastighet uppgick till 285 000 (en ökning med 45 procent).

Antalet abonnemang på övrig fast bredbandsanslutning<sup>8</sup> var 11 000 i slutet av juni 2015, vilket är på samma nivå som året innan.

Andelen bredbandsabonnemang via fiber respektive via xDSL uppgick till 41 procent av samtliga fasta (trådbundna) bredbandsabonnemang sista juni 2014, se figur 7. Ett år senare har andelen abonnemang via fiber ökat till 46 procent medan andel xDSL har sjunkit motsvarande till 35 procent.

<sup>8</sup> I övrig fast bredbandsanslutning ingår bl.a. fast radio och satellit.

**Figur 7 Andel fast bredbandabonnemang per teknik****Antalet gruppanslutningar på fastbroadbandsabonnemang**

Knappt 562 000 bredbandsabonnemang uppgavs vara gruppanslutningar den sista juni 2015, vilket motsvarar 18 procent av totala antalet privata fasta bredbandsabonnemang. Med gruppanslutningar avses aktiva, privata internetabonnemang som är tecknade med t ex. hyresvärdar, bostadsrättsföreningar, samfälligheter eller byalag istället för direkt med slutkunden. Av dessa gruppanslutningar var 93 procent abonnemang från Com Hem, TeliaSonera och Telenor. 26 procent av de privata bredbandsabonnemangen via kabel-tv var gruppanslutningar, 22 procent av -abonnemangen och 7 procent av xDSL-abonnemangen. Drygt hälften av gruppanslutningarna var smpaketerade<sup>9</sup>. Ett syfte med gruppanslutningar är att erbjuda lägre priser till slutkunder, och i många fall kan priserna vid gruppanslutningar bli mindre än hälften av priset för samma tjänst genom ett enskilt avtal. Två nackdelar med gruppanslutningar är att många i gruppen måste ansluta sig och att avtalen ofta har relativt långa bindningstider.

**Abonnemang på mobilt bredband**

Antalet abonnemang på mobilt bredband uppgick till drygt 8,9 miljoner det första halvåret 2015, vilket är en ökning med 10 procent.

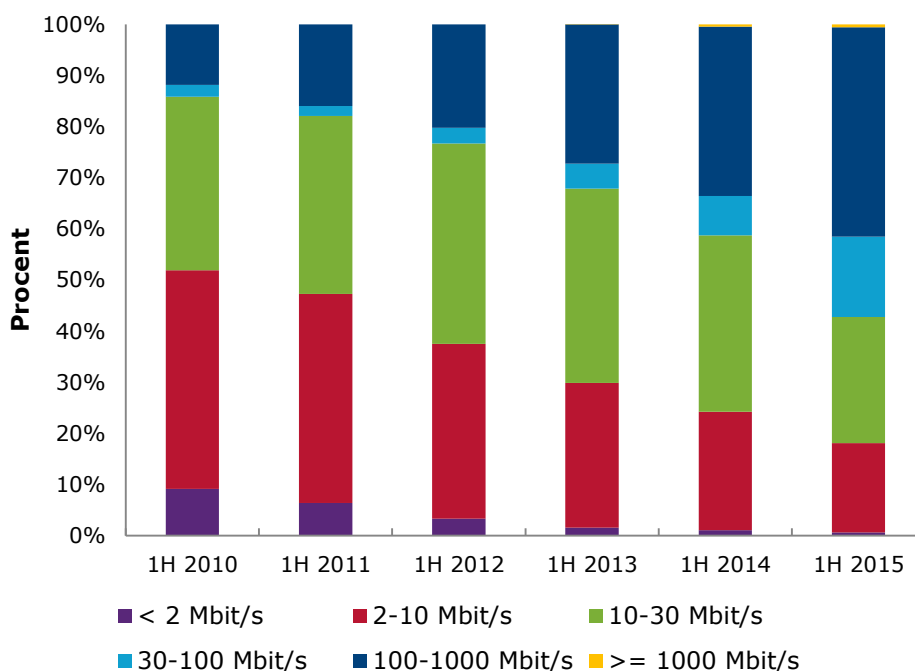
<sup>9</sup> 54 procent av de som besvarade frågan om gruppanslutningar var smpaketerade dock kunde Com Hem inte besvara denna fråga.

Jämfört med föregående år ökade antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst med 13 procent och uppgick till 6,7 miljoner abonnemang den sista juni 2015.

Mobilt bredband som fristående tjänst uppgick till 2,2 miljoner abonnemang vilket är på samma nivå som föregående år.

### **Överföringskapacitet för abonnemang på bredband**

Internet- och bredbandstjänster är oftast asymmetriska, dvs. de har inte samma överföringshastighet för nedladdad data som för uppladdad data. Detta gäller framförallt tjänster som levereras med xDSL- eller kabel tv-teknik. För fibernät är symmetriska tjänster vanligare. Operatörerna erbjuder oftast högre hastighet för nedladdad data än för uppladdad. I dagsläget är det abonnemang på bredband via fiber och kabel-tv-nät uppgraderade till Docsis 3.0 som har den tekniska möjligheten att klara hastigheter nedströms på minst 100 Mbit/s. Det kan dock vara stor skillnad på den hastighet en teknik klarar av, den hastighet som en konsument abonnerar på hos sin bredbandsleverantör, och den hastighet en konsument i praktiken kan erhålla. I denna rapport avses hastigheten som kunden abonnerar på. Den praktiska hastigheten som erhålls av konsumenten kan vara lägre, speciellt när det gäller bredbandstjänster i mobilnäten.

**Figur 8 Fördelning av hastighet<sup>10</sup> för nedladdning av data - fast bredband****Nedladdningshastigheter fast bredband**

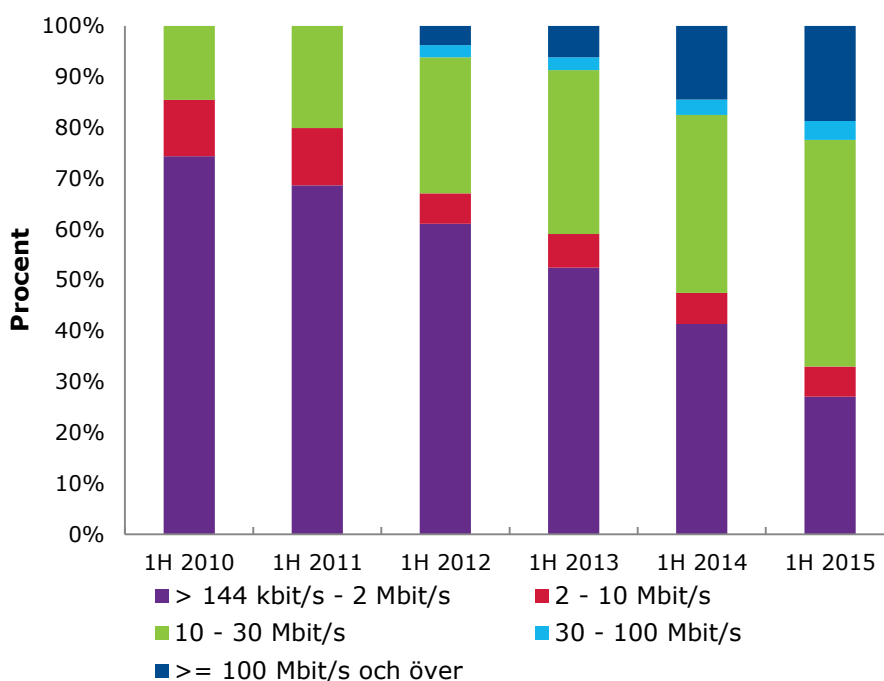
Antalet abonnemang med högre överföringskapacitet fortsätter att öka medan de med lägre hastigheter minskar. I juni 2015 fanns knappt 1,3 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer, vilket är en ökning på 29 procent. Detta hastighetsintervall är nu det vanligaste och utgör drygt 40 procent av samtliga abonnemang. Fiberabonnemangen med en nedladdningshastighet av 100 Mbit/s eller mer uppgick till 1,1 miljon (ökning med 25 procent) och kabel-tv till 285 000 (ökning med 45 procent) abonnemang.

Abonnemang med 1000 Mbit/s ökad med 41 procent uppgick den sista juni 2015 till 20 000. Den sista juni 2015 fanns 524 000 fasta bredbandsabonnemang med hastigheter på 30 till 100 Mbit/s, en ökning med 111 procent jämfört med samma tidpunkt året innan. Abonnemangen med hastigheter på 10 till 30 Mbit/s var 824 000 till antalet, vilket är en minskning med 25 procent.

<sup>10</sup> Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

Abonnemang med hastigheter på 2 till 10 Mbit/s minskade samtidigt med 22 procent. För den största minskningen stod abonnemang med hastigheter över 144 kbit/s och under 2 Mbit/s. I juni 2015 uppgick dessa till 20 000, vilket är en minskning med 37 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

**Figur 9 Fördelning av hastighet<sup>11</sup> för uppladdning av data - fast bredband**



Av de totalt 1,5 miljonerna abonnemang på fast bredband via fiber hade 70 procent en hastighet på 100 Mbit/s eller mer i slutet av juni 2015. Samtidigt hade 46 procent av bredbandsabonnemangen via kabel-tv hastigheter på 100 Mbit/s eller mer.

#### Uppladdningshastigheter – fast bredband

Antalet fasta bredbandsabonnemang med en uppladdningshastighet på 100 Mbit/s eller mer ökade med 38 procent till 623 000 abonnemang den sista juni 2015.

Abonnemangen på fast bredband med uppladdningshastighet mellan 30 och 100 Mbit/s ökade med 31 procent och var 125 000. Den sista juni 2015 fanns

<sup>11</sup> Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

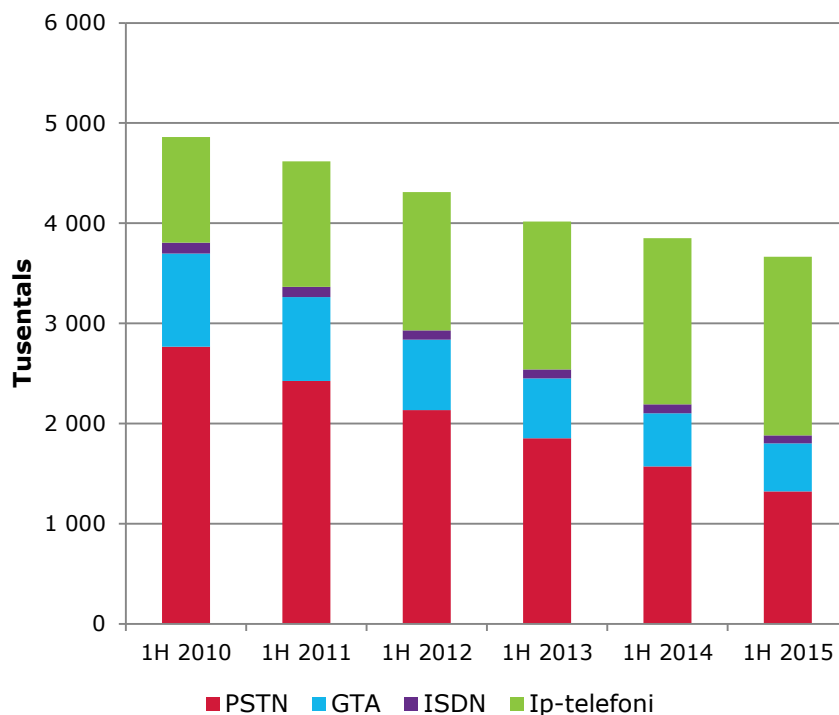
1,5 miljoner abonnemang med en uppladdningshastighet på 10 till 30 Mbit/s, en ökning med 36 procent sedan samma tidpunkt föregående år. Detta intervall utgör nu den största andelen, 43 procent, av alla abonnemang på fast bredband.

900 000 fasta bredbandsabonnemang hade en uppladdningshastighet på 144 kbit/s till 2 Mbit/s. Dessa abonnemang har minskat med 30 procent.

Allt fler abonnemang marknadsförs med symmetriska överföringshastigheter uppströms och nerströms. Detta som en konsekvens av att andelen fiberabonnemang ökar. Den stora skillnaden i andelen abonnemang med höga överföringshastigheter uppströms och nedströms kan bero på att abonnemang med symmetriska hastigheter oftast är dyrare än de med asymmetriska hastigheter. En annan trolig förklaring är att det inte är möjligt eller mycket ovanligt att kunna leverera symmetriska hastigheter med xDSL-teknik och i kabel tv-nät.

## **2.5 Fasta samtalstjänster**

Den sista juni 2015 fanns det knappt 3,7 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med 3,8 miljoner abonnemang ett år tidigare. Det är en minskning med 5 procent på ett år.

**Figur 10 Antal abonnemang på fast telefoni**

Av de fasta abonnemangen var drygt 2,7 miljoner privata, vilket om de relateras till de drygt 4,2 miljoner<sup>12</sup> hushållen i Sverige, innebär att ungefär 64 procent av hushållen hade ett fast telefoniabonnemang i slutet av juni 2015.

Antalet abonnemang på fast telefoni via PSTN<sup>13</sup> och ISDN<sup>14</sup> fortsatte att minska medan antalet abonnemang på ip-telefoni fortsatte att öka och utgjorde 49 procent av alla fasta telefoniabonnemang den sista juni 2015.

#### Abonnemang via PSTN

Det fanns 1,8 miljoner abonnemang på fast telefoni via PSTN den 30 juni 2015 vilket är en minskning med 14 procent. Av dessa fanns 480 000 hos annan

<sup>12</sup> Enligt SCB fanns 4,27 miljoner hushåll i Sverige den 31 december 2014. Observera att denna siffra inte är helt jämförbar med de uppgifter om antal hushåll som använts i Svensk telemarknad första halvåret 2013 och tidigare rapporter. För mer information, se avsnitt 1.4.

<sup>13</sup> Public Switched Telephone Network (PSTN) är det traditionella, kretskopplade publika telenätet.

<sup>14</sup> Integrated Services Digital Network (ISDN) är en standard för digital telefoni, vilken innebar en uppgradering av det traditionella kopparnätet som gav två kanaler per abonnentlinje.

aktör än TeliaSonera via grossistprodukten GTA<sup>15</sup>. Antalet abonnemang via GTA minskade med 9 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år. Den största aktören av GTA-abonnemangen var Tele2 med 44 procent.

Möjligheten att välja annan operatör än TeliaSonera för debitering av telefonsamtal, så kallat förval<sup>16</sup>, infördes 1999 och var som störst år 2003 då det fanns över 2 miljoner abonnemang på förval. Antalet har minskat kraftigt sedan dess. I slutet av juni 2015 var antalet 81 000 abonnemang, vilket är en ökning med 20 000 abonnemang. Hela denna ökning beror dock på att Tele2 förändrat sina rapporteringsrutiner.<sup>17</sup>

### **Abonnemang via ISDN**

I slutet av juni 2015 fanns det fler än 81 000 abonnemang på ISDN vilket är en minskning med 8 procent. ISDN-anlutningar kan ha upp till 30 samtidiga användare på samma anslutning. Med sina 13 000 abonnemang hade TeliaSonera 17 procent av alla ISDN-abonnemang.

### **Abonnemang på ip-telefoni**

Förutom traditionell, fast kretskopplad telefoni erbjuder operatörer voip (Voice over IP, även kallat bredbandstelefoni) som tjänst. Detta görs genom anslutning över det ip-nät som operatören själv har kontroll över, till skillnad från anslutning över internet. Sådan ip-telefoni har tjänster och kvalitet som motsvarar den traditionella kretskopplade tekniken.

Det fanns knappt 1,8 miljoner abonnemang på ip-telefoni den sista juni 2015, vilket är en ökning med 8 procent. Antalet ip-baserade abonnemang har ökat stadigt under de senaste åren men tillväxttakten har nu börjat avta. De utgjorde 49 procent av alla abonnemang på fast telefoni i juni 2015. Ip-telefoni stod för mer än hälften (54%) av alla privata fasta telefoniabonnemang och 32 procent av företagsabonnemangen.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via xDSL uppgick till 625 000 i slutet av juni 2015, vilket är en ökning med 2 procent sedan samma datum ett år

---

<sup>15</sup> GTA är en förkortning av grossistprodukt för telefoniabonnemang. GTA innebär att abonnenten kan betala såväl abonnemangs- som samtalsavgifterna till en annan operatör än Telia. Innan GTA infördes 2004 betalade många abonnenter en abonnemangsavgift till Telia och en trafikfaktura till en annan aktör (s.k. förvalstelefoni)

<sup>16</sup> Avser aktiva förvalskunder där kunden är indirekt ansluten. Med aktiv avses att kunden har ringt minst ett samtal under det sista kvartalet i mätperioden. Observera att om en kund har olika förval för nationella samtal och internationella samtal så motsvarar detta endast en kund. Motsvarar engelskans Carrier PreSelect (CPS). Avser förval för både PSTN och ISDN.

<sup>17</sup> Tele2 rapporterar nu abonnemang som förvalsabonnemang istället som tidigare prefix abonnemang eftersom alla kunder är indirekt anslutna.



tidigare. Samtidigt var antalet abonnemangen på ip-telefoni via kabel-tv oförändrat kvar på 342 000 den sista juni 2015.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via fiber eller fiber-LAN var 541 000 i slutet av juni 2015, vilket är en ökning med 17 000 eller 3 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Antalet abonnemang via ”annan ip-baserad access”<sup>18</sup> ökade med 98 000 abonnemang eller 54 procent och uppgick till 277 000 den sista juni 2015.

Com Hem, TeliaSonera och Telenor (inklusive Glocalnet och Bredbandsbolaget) är de största aktörerna inom ip-telefoni och har tillsammans 73 procent av alla abonnenter.

### **Aktiva och inaktiva ip-telefoniabonnemang**

Andelen aktiva abonnemang på ip-telefoni (xDSL, kabel-tv, LAN-nät eller annan ip-baserad access) uppgick den sista juni 2015 till 74 procent. Med aktiva abonnemang avses de som har genererat trafik (ingående eller utgående samtal) under den senaste 3-månadersperioden. Det kan finnas andra definitioner på ett aktivt abonnemang så som att det är betalat. Denna fråga ställdes första gången inom Svensk telemarknad första halvåret 2015 och 91 procent av aktörerna kunde besvara frågan. Andelen är beräknad baserad på antalet som besvarat frågan. Några operatörer har estimerat svaret på denna fråga, till exempel TeliaSonera anger att andelen aktiva är uppskattade till 60 procent och att alla VoIP är sampaketerade. Antalet aktiva ip-telefoni uppgick till 1,118 miljoner abonnemang den sista juni 2015.<sup>19</sup> Skillnaden mellan privata och företagsabonnemang var relativt stor, andelen aktiva privata ip-telefoni abonnemang var 72 procent medan företagsabonnemang var 98 procent.

Andelen inaktiva ip-telefoniabonnemang var således 26 procent vilket motsvarar runt 395 000 abonnemang. Av dessa var 99 procent av abonnemangen från Telia och Telenor.

Antalet sampaketerade abonnemang där ip-telefoni ingår, uppgick till 868 000 abonnemang. Detta motsvarar 83 procent av ip-telefoniabonnemangen. Av dessa sampaketerade abonnemang där ip-telefoni ingår så var 69 procent aktiva. Det motsvarar 31 procent eller runt 388 000 inaktiva sampaketerade ip-telefoniabonnemang.

---

<sup>18</sup> Operatörerna uppger i kommentar vad som avses. Här följer de beskrivnings som angetts av de tre som motsvarar ca 60 procent av dessa abonnemang: ”VoI Over The Top och vi kan inte avgöra accessform”, ” fasta anknötningar Managed Voice” och ” Internet, Internet Pro och IP-VPN”

<sup>19</sup> Denna fråga ställdes första gången inom Svensk telemarknad första halvåret 2015 och 91 procent av aktörerna kunde besvara frågan. Därför kan det totala antalet aktiva vara något högre. Andelen är beräknad baserad på antalet som besvarat frågan.

## 2.6 Tv-tjänster

### Traditionell tv

Detta avsnitt behandlar utvecklingen av antalet abonnemang på traditionell, linjär tv som följer en fastlagd tablå. Tv-kanaler som exempelvis SVT1, TV3 och Eurosport paketeras för att erbjudas till slutkunderna i form av olika abonnemang. För att innehållet i kanalerna ska nå slutkunden krävs en programutsändningstjänst som distribueras av en nätoperatör. Traditionell tv distribueras till konsumenterna via av olika distributionsplattformar så som kabel, satellit, marknät eller bredband. Tv via bredband sker via fiber, fiber-LAN och xDSL.

Tittarsiffrorna för traditionell tv under första halvåret 2015 låg på samma nivå som ett år tidigare, enligt mätföretaget MMS. Andelen som har tittat minst 5 sammanhängande minuter på tv under en genomsnittlig dag var för första halvåret 2015 67 procent jämfört med 67,7 procent förra året. Antalet minuter som man i genomsnitt har tittat på tv låg också oförändrat på 161 minuter per dygn (jämfört med 160 ett år tidigare).<sup>20</sup> Sett över en längre period så har tittartiden på traditionell tv sjunkit kraftigt till följd av att allt fler använder streamingtjänster.<sup>21</sup> Mer om streamingtjänster finns under avsnitt ”Andra sätt att se på tv eller rörlig bild”.

I PTS statistik fortsätter antalet traditionella tv-abonnemang att minska. TV-abonnemangen uppgick den sista juni 2015 till knappt 5,2 miljoner, vilket är en minskning med 21 000 abonnemang jämfört med samma tidpunkt föregående år. Sedan 2012 har antalet tv-abonnemang minskat årligen.

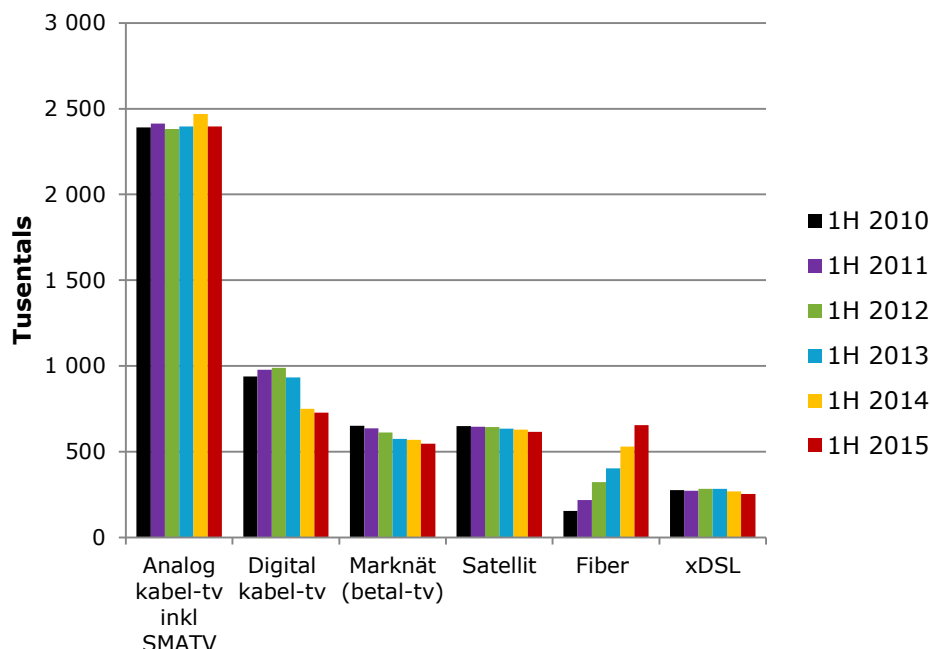
Mer än hälften (54 procent) av tv-abonnemangen distribueras via digitala tekniker såsom marknätet, digital kabel-tv, satellit och iptv (fiber, fiber-LAN eller xDSL) och resterande (46 procent) via analog kabel-tv. Denna fördelning har varit relativt konstant sedan 2009.

Antalet abonnemang på tv-tjänster är fler än antalet hushåll eftersom några hushåll har fler än ett abonnemang. Flera hushåll har t.ex. två eller tre kabel-tv abonnemang och några hushåll har ett analogt kabel-tv abonnemang och ett iptv abonnemang för att se digital-tv. Figur 10 visar utvecklingen av antalet abonnemang.

---

<sup>20</sup> MMS Tv-tittande, Halvårsrapport 2014 och 2015

<sup>21</sup> Streamingtjänster ersätter tablå-tv:n, SVT, 3 juni, 2014

**Figur 11 Antal tv-abonnemang per distributionsplattform****Abonnemang på tv via bredband (iptv) fortsätter att öka**

Tv via bredband, så kallad iptv består av dels tv-distribution via fiber, dels via xDSL. Antalet abonnemang på iptv fortsatte att öka under första halvåret 2015 och är sedan ett år tillbaka den största digitala distributionsplattformen. Antalet iptv-abonnemang uppgick den sista juni 2015 till 910 000, vilket är en ökning med 14 procent. Orsaken till att iptv-abonnemangen ökar beror på att iptv via fiber växer. Antalet abonnemang på iptv via fiber var 655 000 den sista juni 2015 och det är en ökning med 126 000 abonnemang eller 24 procent, jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Det är den största ökningen i antalet abonnemang sedan mätningen startade. Antalet abonnemang på tv via xDSL fortsatte att minska och uppgick till 255 000 den sista juni 2015.

**Abonnemang på kabel-tv minskar**

*Digital kabel-tv:* Antalet digitala kabel-tv-abonnemang uppgick till 727 000 den sista juni 2015, vilket är en minskning med 24 000 abonnemang, eller 3 procent, jämfört med föregående år. Digitala kabel-tv-abonnemang har minskat kontinuerligt sedan 2012. Det finns ett hopp mellan 2013 och 2014 då abonnemangen minskar kraftigt vilket kan härledas till Telenors förvärv av

Tele2:s kundbas för kabel-tv-abonnemang.<sup>22</sup> De flesta (89 procent) av de digitala kabel-tv-abonnemangen är via avtal med slutkunden och resterade 11 procent är via avtal med fastighetsägare. Detta är en förändring mot föregående år då 85 procent var via avtal med slutkund.

*Analog kabel-tv inklusive SMATV:* Det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang inklusive SMATV<sup>23</sup> har legat relativt oförändrat på 2,4 miljoner abonnemang sedan 2006 men har minskat med 3 procent (73 000 abonnemang) och uppgick till knappt 2,4 miljoner abonnemang juni 2015.

En del av det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang är abonnemang via stora tv-operatörer som Com Hem, Canal Digital Kabel, Sappa, TeliaSonera och Telenor. Denna typ av abonnemang uppgick till knappt 2,2 miljoner den sista juni 2015, vilket är en minskning med 2 procent. Resterande 209 000 abonnemang har uppskattats på basis av antalet hushåll som har abonnemang via SMATV-nät. Även abonnemangen via SMATV-nät minskade och var 11 procent färre jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Av de analoga kabel-tv-abonnemangen var samtliga tecknade indirekt via avtal med fastighetsägare, en fördelning som varit oförändrad sedan mätningarna påbörjades år 2009.

PTS beräknar att antalet hushåll som har ett eller flera abonnemang på kabel-tv-tjänster (exklusive SMATV) var ungefär 2,27 miljoner, vilket är 3 procent färre än föregående år.

### **Abonnemang på tv via satellit och marknätet fortsätter att minska**

Antalet abonnemang på tv via satellit fortsätter att minska något och uppgick till 617 000 i slutet av juni 2015. Det är en minskning med 2 procent på ett år.

I marknätet finns både traditionell tv som betal-tv och så kallad fri-tv. Det fanns 547 000 abonnemang på betal-tv i det digitala marknätet den 30 juni 2015 vilket är en minskning med 4 procent. Sedan 2008 har antalet betal-tv-abonnemang i marknätet minskat varje år.

Med fri-tv avser PTS tv som kan tas emot okrypterat och kostnadsfritt av slutkunden utan krav på abonnemang eller motsvarande. Fri-tv förekommer endast på marknadsplattformen där programbolagen köper utsändningstjänsten

---

<sup>22</sup> Efter förvärvet av Tele2:s kabel-tv-abonnemang redovisar Telenor ca 140 000 digitala kabel-tv-abonnemang via fastighetsägare. Tele2 redovisade för 2013 ca 215 000 abonnemang. För runt 75 000 abonnemang har affärsmodellen ändrats.

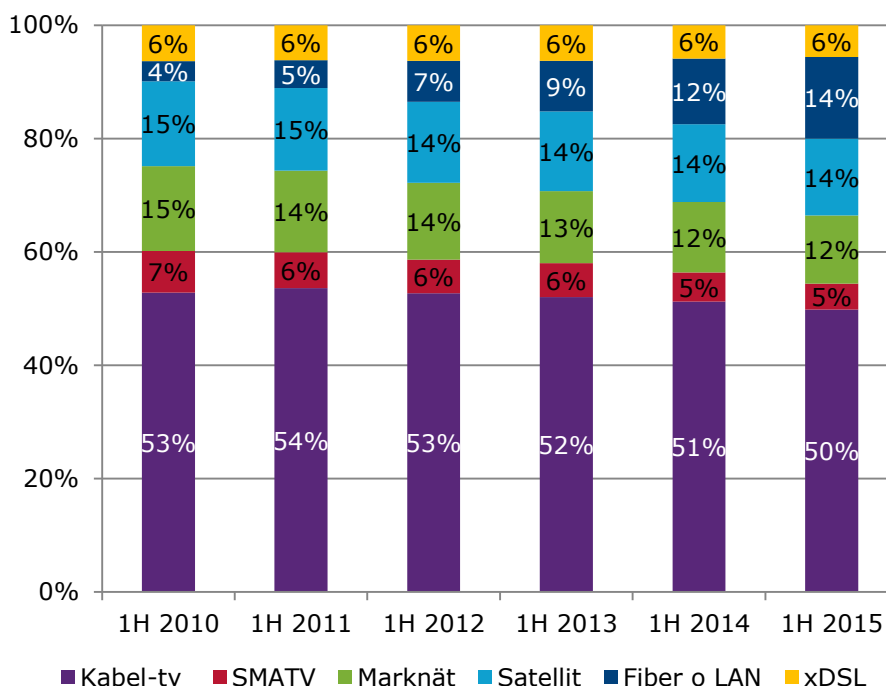
<sup>23</sup> Satellite Master Antenna Television (SMATV) är ett fristående kabel-tv-nät där flera hushåll delar en mottagare.

direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat. Eftersom fri-tv-tittarna inte tecknar abonnemangsavtal för att ta del av fri-tv är det oklart exakt hur många hushåll som endast tar emot fri-tv och inte abonnerar på betal-tv.

De hushåll som endast tar emot fri-tv via det digitala marknätet inkluderas inte i statistiken. Eftersom fri-tv-tittarna inte tecknar abonnemangsavtal för att ta del av tjänsten så är det oklart exakt hur många hushåll som använder fri-tv. Enligt en undersökning som Sweco utfört på uppdrag av PTS<sup>24</sup> har cirka 8 procent av hushållen fri-tv som enda mottagningsätt för tv i sitt permanentboende. Detta är på samma nivå som 2011-2012 och motsvarar ungefär 334 000 hushåll.

Figur 11 visar utvecklingen av andelen tv-abonnemang per distributionsplattform och där räknas hushållens abonnemang inom samma plattform endast en gång för att visa utvecklingen av distributionsplattformarna.

**Figur 12 Andel tv-abonnemang per distributionsplattform**



<sup>24</sup> På uppdrag av PTS utförde Sweco en undersökning av hushållens användning av fri-tv 2013. Tidigare undersökningar 2011 och 2012 utfördes av TNS SIFO.

För att beräkna kabel-tv-plattformens storlek gör PTS följande redovisning för att undvika att abonnemang dubbelräknas: I det fall hushållet har dubbla kabel-tv-abonnemang på ett grundpaket där det ena tecknats indirekt via fastighetsägaren och det andra tecknats direkt med hushållet ingår endast det analoga abonnemanget via fastighetsägaren. I det fall hushållet har dubbla kabel-tv-abonnemang på grundpaket, där båda tecknats indirekt via fastighetsägaren, där det ena är ett digitalt kabel-tv-abonnemang på ett grundpaket och det andra ett analogt kabel-tv-abonnemang på ett grundpaket så redovisas endast det digitala kabel-tv-abonnemanget på ett grundpaket via fastighetsägare. I dessa fall redovisas inte det analoga kabel-tv-abonnemanget via fastighetsägare eftersom det då blir dubbelräkning. Denna affärsmodell förekom hos Tele2 t.o.m. 2013 och hos Telenor fr.o.m. första halvåret 2014 (efter förvärvet av Tele2:s kunder).

#### **Andra sätt att se på tv eller rörlig bild**

Förutom traditionell tv finns det även andra sätt att se på tv eller rörlig bild och dessa har ökat mycket de senaste åren, delvis på bekostnad av traditionellt tv-tittande. En rad nya tv-tjänster har lanserats på den svenska marknaden det senaste året, såväl via OTT-tjänster<sup>25</sup> som tjänster som samlar tv-utbud från olika sändande bolag på ett och samma ställe. Flest tittare vänder sig till internationella OTT leverantörer så som Youtube, Facebook och Netflix. Störst av tjänsteleverantörerna där konsumenten betalar ett abonnemang var liksom föregående år Netflix som hade 685 000 kunder den 30 juni 2015 vilket är en ökning från ca 640 000 ett år tidigare enligt Mediavision.<sup>26 27</sup>

## **2.7 Sampaketerade tjänster**

Med sampaketering avses här abonnemang som innehåller flera tjänster som erbjuds och marknadsförs i samma erbjudande eller med en gemensam prislista. De vanligaste erbjudandena på marknaden inkluderar olika kombinationer av telefoni, tv och fast bredband.

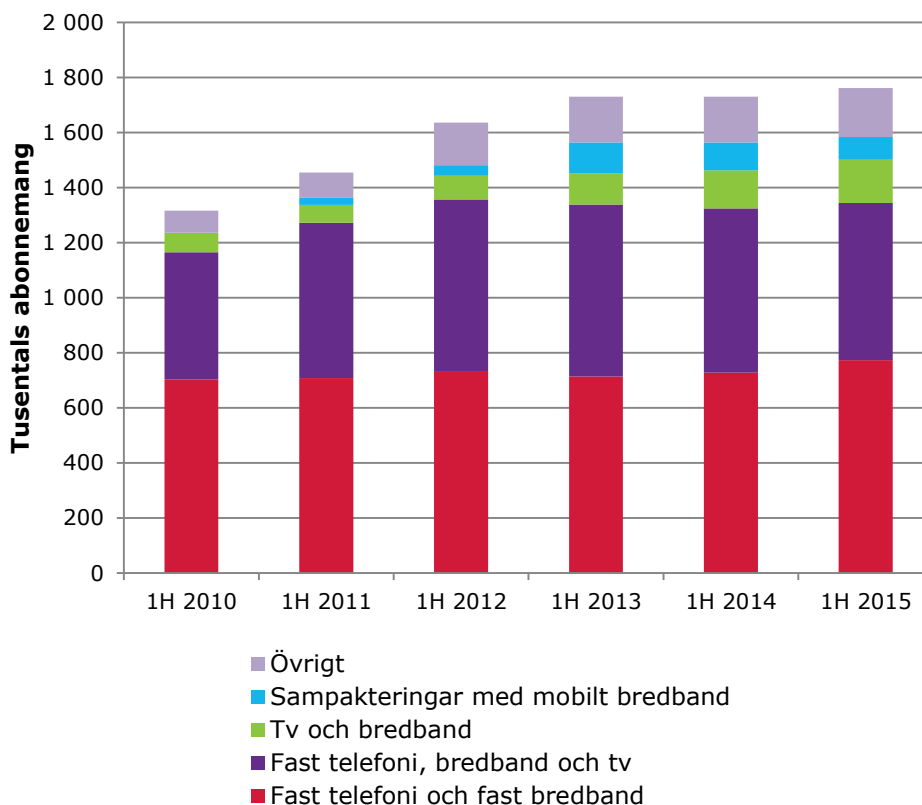
Antalet sampaketerade abonnemang var 1,76 miljoner den sista juni 2015, vilket är på samma nivå som vid samma tidpunkt föregående år. TeliaSonera hade flest abonnemang följt av Com Hem och Telenor. Tillsammans hade dessa tre operatörer 86 procent av de sampaketerade abonnemangen. Fast bredband ingick i omkring 1,6 miljoner sampaketerade abonnemang, vilket var 48 procent av alla fasta bredbandsabonnemang den 30 juni 2015.

---

<sup>25</sup> Programägare eller innehållsbolag skickar sina tjänster direkt till konsumenterna över internet.

<sup>26</sup> Mediavision, Internationella jättar dominerar den nordiska OTT-marknaden, 2015-06-02.

<sup>27</sup> Mediavision, Trendbrott - Netflix utan tillväxt i Q2, pressrelease 140825.

**Figur 13 Antal smpaketerade abonnemang**

*Double play*, smpakteringar med två tjänster, ökade med 6. Den vanligaste double play-tjänsten, fast telefoni och fast bredband, ökade med 6 procent till 773 000 abonnemang. Kombinationen stod för 44 procent av det totala antalet smpakterade abonnemang i juni 2015. Smpakteringar med tv och fast bredband ökade samtidigt med 14 procent till 158 000 abonnemang.

*Triple play*, dvs. smpakteringar med tre tjänster, minskade med 5 procent mellan juni 2014 och juni 2015. Den vanligaste triple play-tjänsten, med 571 000 abonnemang, var fast telefoni, fast bredband och tv. Denna smpaktering minskade med 4 procent och stod för 32 procent av alla smpakterade abonnemang vid slutet av första halvåret 2015.

Smpakteringar med fyra tjänster, s.k. *quadruple play*, är relativt ovanliga och låg på samma nivå, 13 000 abonnemang, som vid samma tid föregående år. Den vanligaste kombinationen, som låg oförändrad på 8 000 abonnemang, var fast telefoni, fast bredband, tv och mobiltelefoni.

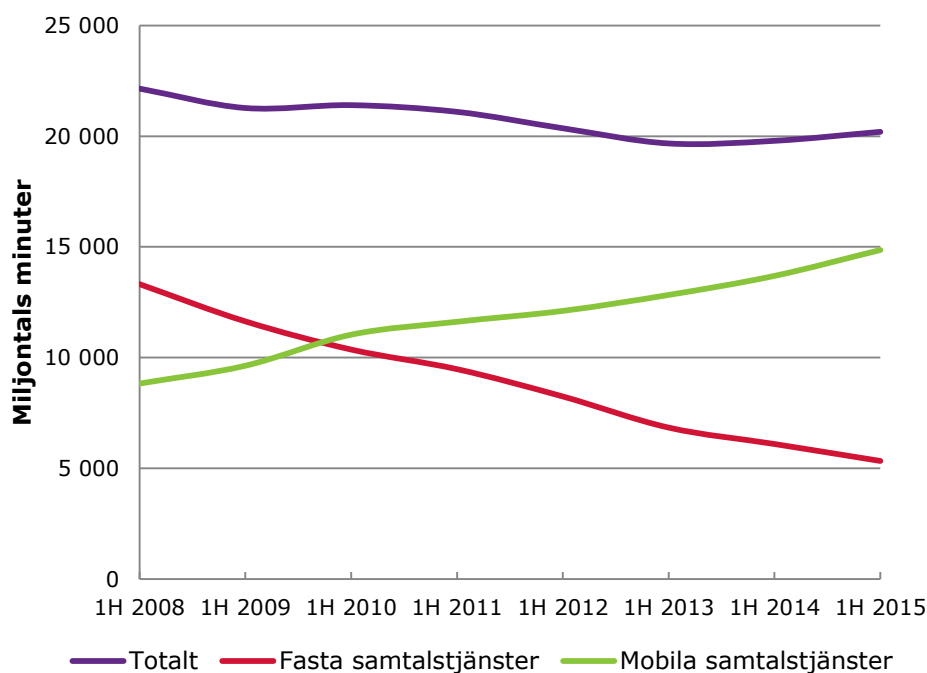
### 3 Användning – trafik

Alla jämförelser avser första halvåret 2015 jämfört med samma period 2014, om inte anges. I figurer betyder 1H2015 det första halvåret 2015.

#### 3.1 Samtalstrafik

Under första halvåret 2015 stod samtalsminuter från mobilabonnemang för nära 74 procent av all utgående samtalstrafik, vilket kan jämföras med 69 procent under samma period ett år tidigare. Det totala antalet utgående samtalsminuter ökade något, från 19,8 miljarder till 20,2 miljarder.

**Figur 14 Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang**



#### Fast samtalstrafik

Antalet utgående samtalsminuter från fasta abonnemang minskade med 13 procent till 5,3 miljarder under första halvåret 2015.



Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per samtalsabonnemang och månad sjönk också till 239 minuter per månad under första halvåret 2015, vilket är en minskning med 23 minuter.<sup>28</sup> Även antalet utgående samtalsminuter från ip-telefoniabonnemang minskade med 7 procent till 1,3 miljarder.

Samtalen från fastnätsabbonnenter minskade också till knappt 1,5 miljarder under första halvåret 2015 jämfört med motsvarande period föregående år.

Under första halvåret 2015 var den genomsnittliga längden på samtal från fasta abonnemang 3,5 minuter, en nedgång från 3,6 minuter.

### **Mobil samtalstrafik**

Det totala antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefoner ökade med 9 procent till 14,9 miljarder under första halvåret 2015.

Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per mobilabonnemang ökade till 204 minuter per månad under första halvåret 2015 från 189 minuter per månad samma period ett år tidigare.

Från mobilabonnemang ringdes 5,0 miljarder samtal under första halvåret 2015, vilket är en ökning med 145 miljoner samtal. Längden på samtal från mobila abonnemang låg på 3,0 minuter i genomsnitt vilket är en ökning från 2,8 minuter ett år tidigare.

## **3.2 Meddelandetjänster**

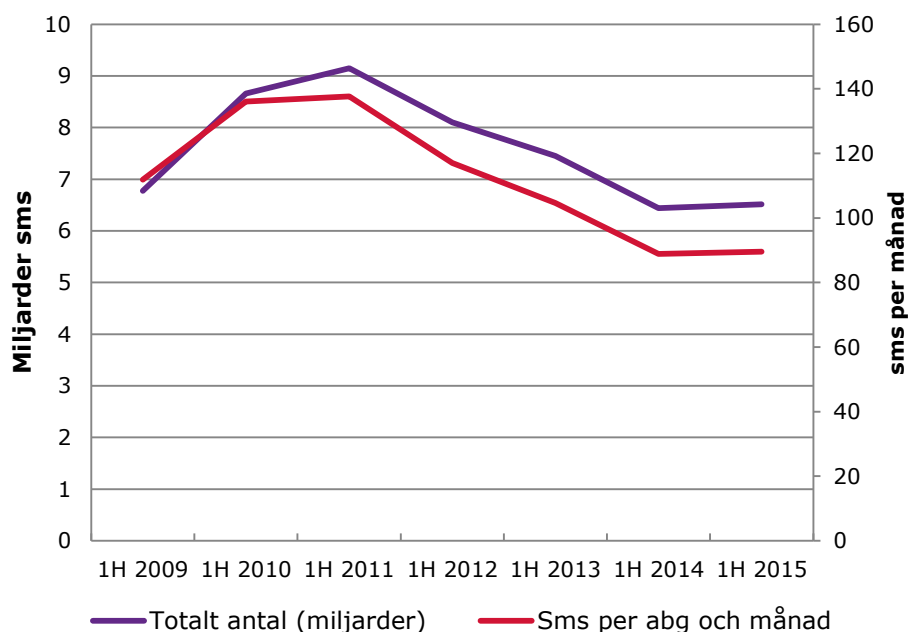
### **Sms**

Det skickades drygt 6,5 miljarder sms från mobiltelefoner under första halvåret 2015, vilket är en ökning med 1 procent. Det är första gången antalet sms har ökat sedan 2011. Ökningen kommer fram för allt från sms från företagsabonnemang som ökade med 8 procent till 757 miljoner. Det skickades 5,8 miljarder sms från privata mobilabonnemang under första halvåret 2015 vilket är lika många som ett år tidigare.

Ökningen av sms kan bero på att allt fler abonnemang har en fast mängd sms som ingår i abonnemanget. Den tidigare minskningen av sms-volymer som noterats under senare år beror sannolikt på att det nu finns ett flertal andra meddelandetjänster som kan fungera som substitut för sms, så som iMessage och WhatsApp.

---

<sup>28</sup> Från och med Svensk telemarknad första halvåret 2015 ingår inte SIP-trunkar antalet företagsabonnemang. Några operatörer har inte kunnat ta bort trafik (minuter och antal samtal) från SIP-trunkar i deras redovisning. Detta påverkar trafiken och genomsnittliga minuter per samtal.

**Figur 15 Utveckling av antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad**

Även det genomsnittliga antalet sms som skickades per abonnemang och månad ökade under första halvåret 2015. I genomsnitt skickades det 90 sms per abonnemang och månad, vilket kan jämföras med 89 samma period ett år tidigare. Även antalet sms från M2M-abonnemang, dvs. sms från maskiner till maskiner, ökade. Det skickades 41 miljoner sms från M2M-abonnemang under första halvåret 2015, vilket är en minskning på 39 procent jämfört med motsvarande period ett år tidigare.

### Mms

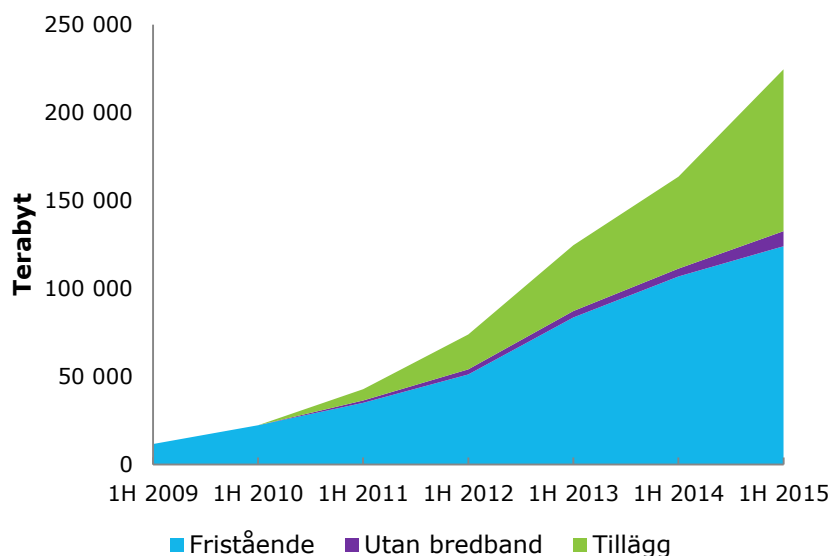
Antalet skickade mms ökade till 198 miljoner under första halvåret 2015 jämfört med 183 miljoner samma period ett år tidigare. Detta motsvarar en årlig ökning på 8 procent. Det genomsnittliga antalet skickade mms per abonnemang och månad ökade till 2,7 per månad under första halvåret 2015 från 2,5 per månad under samma period ett år tidigare.

### 3.3 Mobil datatrafik

Datatrafiken i mobilnäten fortsätter att öka. Mängden överförd data fortsatte att öka, från 164 000 Tbyte under första halvåret 2014 till 225 000 Tbyte under första halvåret 2015. Det är en ökning på 37 procent vilket är en högre

tillväxttakt än mellan första halvåret 2013 och 2014, då ökningen var 31 procent.

**Figur 16** Mängd överförd mobil data



Den mobila datatrafiken kan fördelas på de olika abonnemangstyper som finns för mobil data. Abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst förde över störst mängd data, 124 000 Tbyte, under första halvåret 2015 vilket är en ökning med 16 procent jämfört med samma period föregående år.

Abonnemang på fristående mobilt bredband stod därmed för 55 procent av all överförd data i mobilnäten. Under samma period överförde abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst 92 000 Tbyte, vilket var en ökning med 76 procent. Denna typ av abonnemang genererade 41 procent av all mobil datatrafik.

Genomsnittsanvändningen per månad för de olika abonnemangstyperna på mobila datatjänster fördelade sig enligt nedan:

Abonnemangsform	Datamängd per månad Privat	Datamängd per månad Företag	Datamängd per månad Genomsnitt
<b>Mobilt bredband som fristående tjänst</b>	11,2 Gbyte	5,4 Gbyte	9,3 Gbyte
<b>Mobilt bredband som tilläggstjänst</b>	2,9 Gbyte	1,2 Gbyte	1,5 Gbyte
<b>Abonnemang på både tal och data, men utan tilläggstjänst för bredband</b>	0,6 Gbyte	0,4 Gbyte	0,6 Gbyte

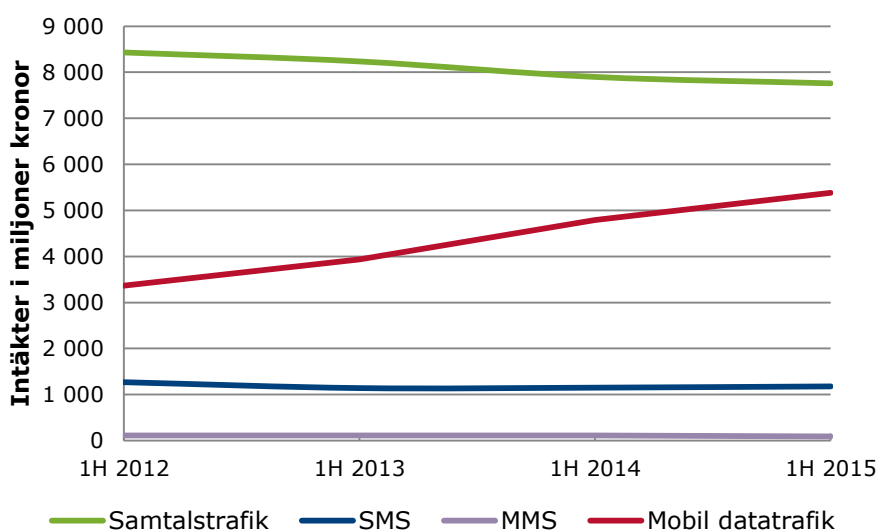
## 4 Intäkter på marknaden

Från och med första halvåret 2012 har PTS samlat in uppgifter om slutkundsintäkter från mobila samtals- och datatjänster på halvårsbasis inom ramen för Svensk telemarknad. Alla jämförelser avser 30 juni 2015 jämfört med samma tidpunkt 2014.

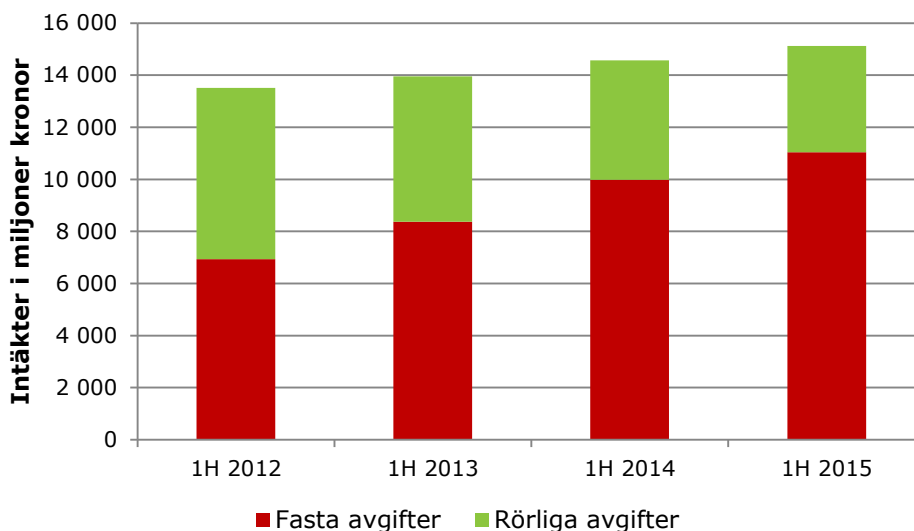
### 4.1 Mobila samtals- och datatjänster

Under första halvåret 2015 var de totala slutkundsintäkterna från mobila samtals- och datatjänster drygt 15,2 miljarder kronor, en ökning med 4 procent. Intäkter från M2M och roaming är inte inkluderade i dessa siffror.

**Figur 17 Intäkter från mobila samtals- och datatjänster**



Intäkterna från samtalstjänster var 7,7 miljarder kronor under första halvåret, en minskning med 2 procent. Samtal stod för 51 procent av de totala intäkterna, vilket kan jämföras med samma tid ett år tidigare, då samtalstjänsternas andel var 54 procent. Intäkter från mobil datatrafik ökade med 12 procent till 5,4 miljarder kronor första halvåret 2015. Det motsvarar 35 procent av de totala intäkterna. Under motsvarande tidsperiod året innan genererade datatrafik 33 procent av de totala mobilintäkterna. Intäkterna från sms ökade och uppgick till drygt 1,2 miljarder kronor medan intäkterna från mms minskade med 16 procent till 93 miljoner kronor. Övriga intäkter uppgick till 711 miljoner kronor, upp från 624 miljoner kronor. Denna post inkluderar bl.a. intäkter från anslutnings-, fakturerings- och påminnelseavgifter.

**Figur 18 Mobila intäkter uppdelade på fasta och rörliga avgifter**

Fasta avgifter (för samtal, data, sms osv.) stod för 73 procent av de totala intäkterna från mobila samtals- och datatjänster under första halvåret 2015. Detta kan jämföras med 69 procent under samma period föregående år. Intäkterna från fasta avgifter uppgick till 11,0 miljarder kronor, en ökning med 11 procent. De rörliga avgifterna genererade 4,1 miljarder kronor i intäkter, vilket är en minskning med 11 procent.

Som nämnts i tidigare rapporter hänger denna intäktsutveckling hänger samman med övergången till databaserade affärsmodeller. Konsumenternas efterfrågan och betalningsvilja för traditionella rösttjänster minskar medan efterfrågan på data ökar. Detta har lett till att operatörerna gått över från abonnemang med rörliga avgifter för samtal, data, sms och mms till abonnemang som differentieras utifrån datamängden och där kunden betalar ett fast pris för tjänsterna upp till ett visst tak.

#### 4.2 M2M

Intäkterna från M2M-tjänster uppgick till 447 miljoner kronor under första halvåret 2015, vilket är en ökning med 11 procent. Den genomsnittliga intäkten per abonnemang och månad under första halvåret 2015 var 12 kronor, vilket är på samma nivå som ett år tidigare.

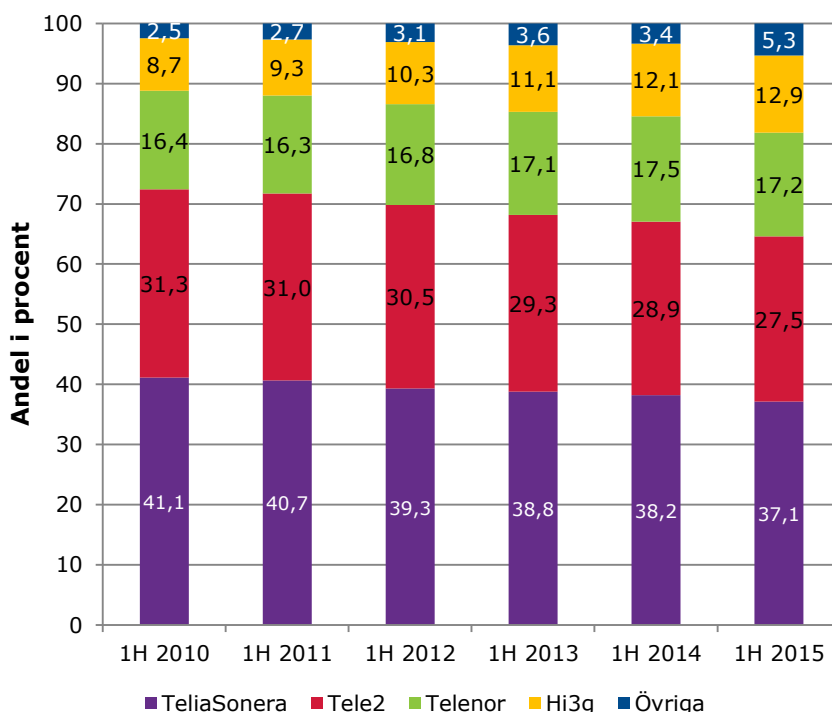
## 5 Marknadsandelar

På PTS statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se)), under fliken ”Svensk telemarknad”, finns marknadsandelar för samtliga tillfrågade aktörer. För helåren 2006-2013 finns marknadsandelar beräknade för intäkter, trafik och abonnemang. För halvåren 2006-2015 finns endast marknadsandelar för trafik och abonnemang beräknade. Marknadsandelarna i detta kapitel baseras på antal abonnemang den 30 juni respektive år, om inget annat anges. I figurer betyder 1H2015 det första halvåret 2015.

### 5.1 Mobila samtals- och datatjänster

Marknadsandelarna på mobila samtals- och datatjänster inkluderar samtliga abonnemang på mobila samtals- och datatjänster, men inte M2M-abbonemang. De fyra största aktörerna, TeliaSonera, Tele2, Telenor och Hi3G (Tre), hade sammanlagt 94,7 procent av mobilabonnemangen den 30 juni 2015.

**Figur 19 Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster**



Hi3G fortsatte att öka sin marknadsandel och gick från 12,1 procent sista juni 2014 till 12,9 procent sista juni 2015.

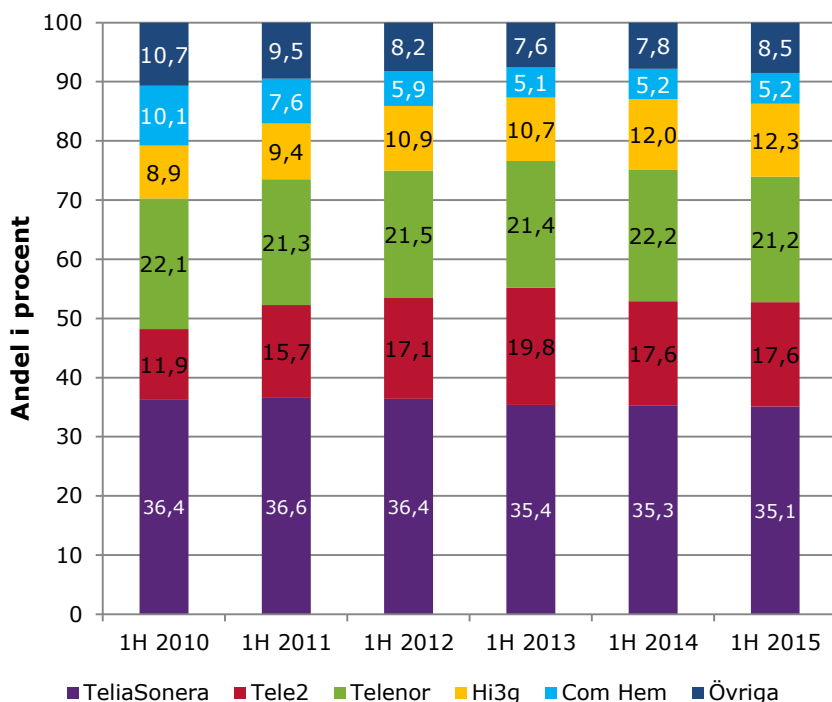
Telenors andel minskade från 17,5 till 17,2 procent, TeliaSonera minskade från 38,2 till 37,1 procent. Tele2 minskade sina marknadsandelar från 28,9 till 27,5 procent under samma period.

De övriga operatörernas samlade marknadsandel ökade från 3,4 till 5,3 procent mellan den sista juni 2014 och sista juni 2015. Med knappt 2 procent av abonnemangen var Lycamobile den största av dessa aktörer.

## 5.2 Bredband

Marknadsandelar för bredband presenteras dels totalt, dels uppdelat på fasta och mobila bredbandsabonnemang. De fem största operatörerna hade tillsammans 91,3 procent av samtliga bredbandsabonnemang den sista juni 2015.

**Figur 20 Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt**



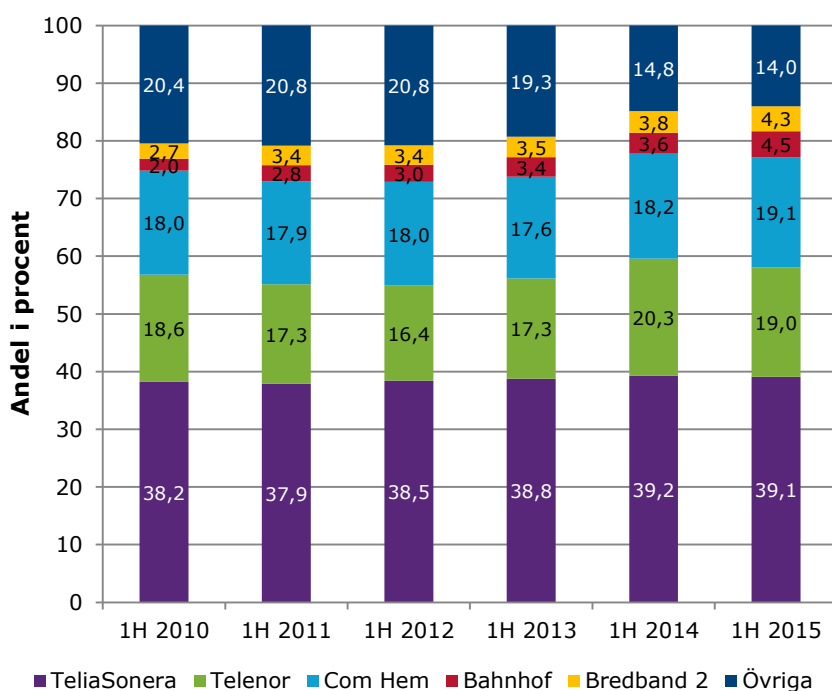
Marknadsandelen för TeliaSonera, som är den största aktören sett till det totala antalet abonnemang, ökade från 35,3 till 35,1 procent den sista juni 2015. Telenors marknadsandel minskade samtidigt från 22,2 till 21,2 procent.

Tele2 marknadsandel låg på 17,6 procent den sista juni 2014 vilket är oförändrat jämfört med ett år. Hi3G:s marknadsandel ökade från 12,0 till 12,3 procent medan Com Hems andel låg kvar på 5,2 procent. Gruppen övriga ökade till 8,5 procent.

### Fast bredband

De tre största operatörerna, TeliaSonera, Telenor och Com Hem stod tillsammans för 77,2 procent av abonnemangen på fast bredband den sista juni 2015.

**Figur 21 Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband**



Com Hems marknadsandel ökade från 18,2 i juni 2014 till 19,1 procent i juni 2015. TeliaSoneras marknadsandel låg så gott som oförändrad på 39,1 procent under perioden.



Aktörerna Bahnhof och Bredband 2 har ökat sina marknadsandelar. Bahnhof<sup>29</sup> ökade sin andel från 3,8 till 4,5 procent och Bredband 2 ökade från 3,8 till 4,3 procent.

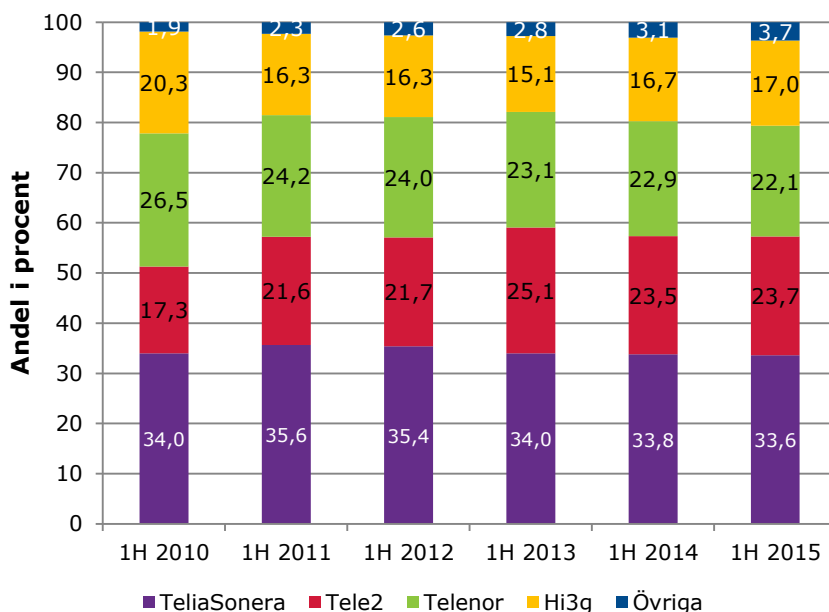
De övriga operatörernas samlade marknadsandel minskade från 14,8 till 14,0 procent. Störst av dessa var AllTele, som med 3,3 procent av abonnemangen var den femte största aktören på marknaden. I övriga aktörer ingår även Tele2 som hade 1,4 procent marknadsandel den sista juni 2015.

### Mobilt bredband

Marknadsandelarna för mobilt bredband baseras på det sammanlagda antalet abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst och mobilt bredband som tilläggstjänst.

De fyra största aktörerna, TeliaSonera, Tele2, Telenor och Hi3G svarade tillsammans för 96 procent av abonnemangen den 30 juni 2015.

**Figur 22 Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband**



Hi3G ökade sin marknadsandel från 16,7 till 17,0 procent mellan sista juni 2014 och sista juni 2015. TeliaSoneras marknadsandel minskade något från

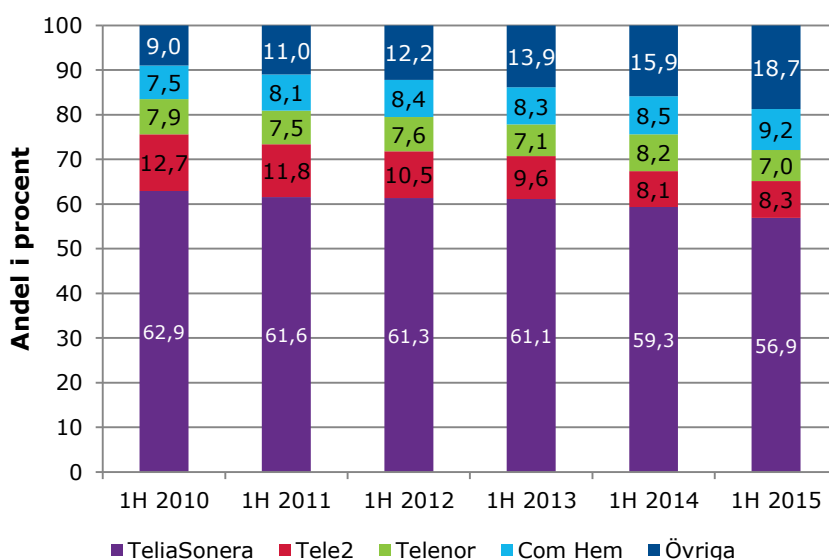
<sup>29</sup> Till Bahnhof's marknadsandel tillkommer även 0,85% från Tyfon som rapporterat själva i denna rapport.

33,8 till 33,6. Tele2 ökade något från 23,5 till 23,7 procent medan Telenor minskade från 22,9 till 22,1 procent. De övriga operatörernas samlade marknadsandel ökade från 3,1 till 3,7 procent. Störst av de övriga aktörerna var Net1 med 0,9 procent av marknaden.

### 5.3 Fasta samtalstjänster

Marknadsandelar för fasta samtalstjänster inkluderar alla abonnemang på fasta samtalstjänster utom förvals- och prefixabonnemang.

**Figur 23 Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtals-tjänster**



De fyra största aktörerna TeliaSonera, Com Hem<sup>30</sup>, Tele2 och Telenor, hade en samlad marknadsandel på 81,4 procent den sista juni 2015. Marknadsandelarna för Com Hem<sup>31</sup> och Tele2 ökade med mindre än en procent till 9,2 respektive 8,3 procent medan TeliaSonera och Telenor minskade med 0,6 respektive 1,2 procent till 56,9 respektive 7,0.

Den största förändringen av marknadsandelar på fasta samtalsabonnemang är att ”övriga” aktörer fortsätter att växa och uppgick den sista juni 2015 till 18,7 procent vilket är en ökning från 15,9 procent jämfört ett år tidigare. Övriga ökar främst inom ip-telefoni. Av ”övriga” aktörer var AllTele störst med 3,4 procent av abonnemangen.

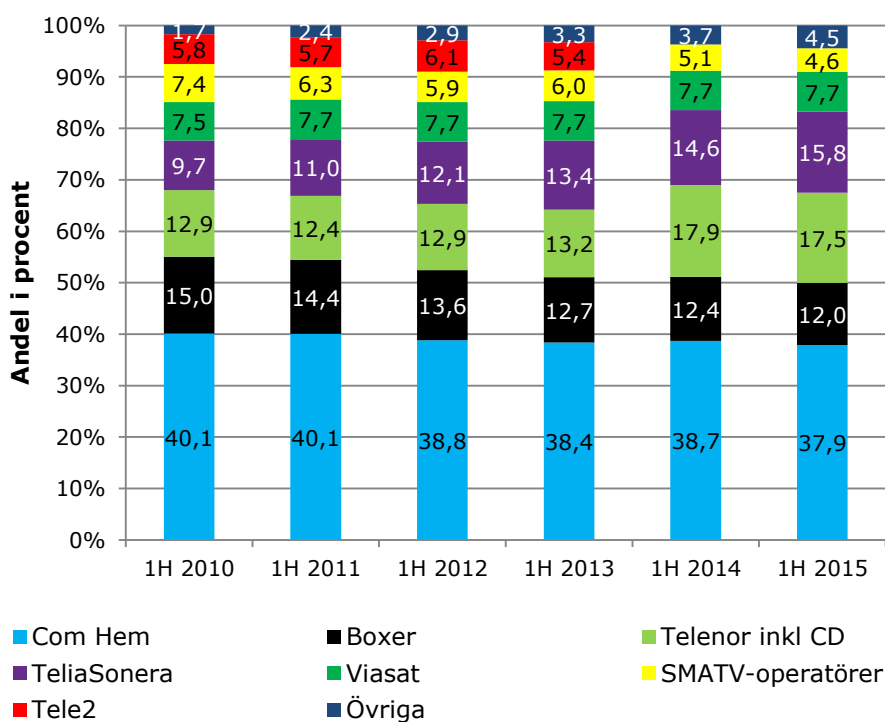
<sup>31</sup> ComHem har köpt upp Phonera som rapporterat själva och som har en marknadsandel på 2%

## 5.4 Tv-tjänster

### Analoga och digitala tv-tjänster

För att ta fram andelar på traditionella analoga och digitala tv-tjänster använder PTS inte det totala antalet traditionella tv-abonnemang som uppgick till 5,2 miljoner som bas. Istället baseras andelarna för analoga och digitala tv-tjänster på antalet abonnemang fördelat på distributionssätt där hushåll med två eller fler abonnemang på kabel-tv-tjänster endast räknas en gång, vilket uppgick till 4,5 miljoner abonnemang. Detta för att aktörer som har affärsmodeller där ett hushåll tecknar två eller tre abonnemang för tv-tjänst inte ska få för hög andel.

**Figur 24 Andelar – abonnemang på tv-tjänster**



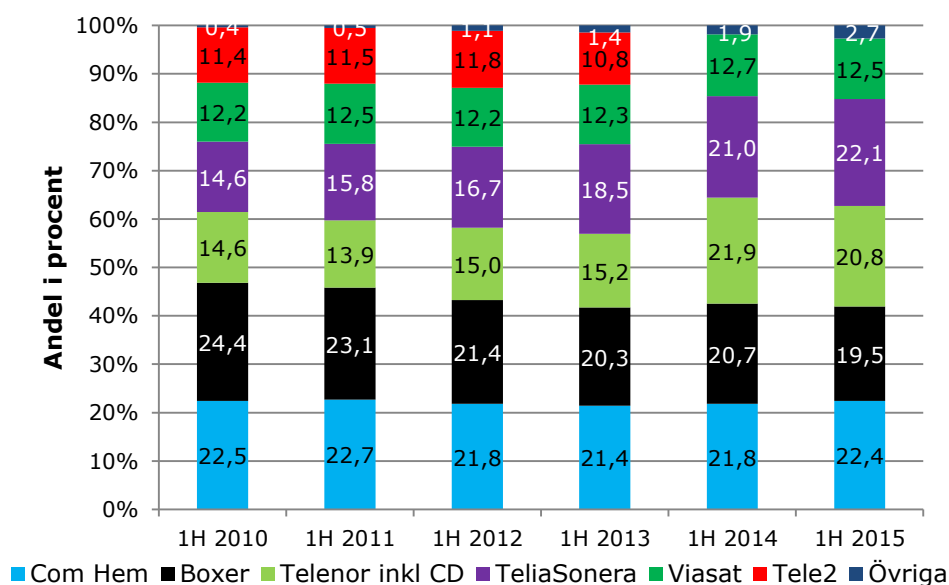
De fem största aktörerna, Com Hem, Telenor, TeliaSonera, Boxer och Viasat svarade tillsammans för 91 procent av abonnemangen den 30 juni 2015, vilket är oförändrat jämfört med föregående år. TeliaSonera ökade sin andel, från 14,6 till 15,8 procent främst tack vare fler abonnemang via fiber. Boxer minskade sin andel något från 12,4 till 12,0 procent och Com Hem minskade från 38,7 procent den sista juni 2014 till 37,9 procent ett år senare. Det innebär att Com Hem fortsatt var den största aktören följt av Telenor och TeliaSonera. Viasats andel låg oförändrat kvar på 7,7 procent. SMATV (kabel-tv) minskade

från 5,1 till 4,6 medan gruppen övriga<sup>32</sup> ökade sin andel från 3,7 till 4,5 procent under samma period. Störst av de övriga aktörerna var Sappa med 3,7 procent av marknaden.

### Digitala tv-tjänster

Andelarna för digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på digitala distributionssätt. De fem största aktörerna, Com Hem, Telenor, TeliaSonera, Boxer och Viasat svarade tillsammans för 97,3 procent av abonnemangen den 30 juni 2015, vilket är på samma nivå jämfört med föregående år. TeliaSonera ökade sin andel, från 21,0 till 22,1 procent främst tack vare fler abonnemang via fiber. Boxer minskade sin andel från 20,7 till 19,5 procent och Com Hem ökade något från 21,8 procent den sista juni 2014 till 22,4 procent ett år senare. Det innebär att Com Hem fortsatt var den största aktören följt av TeliaSonera och därefter Telenor. Viasat andel låg så gott som oförändrat kvar på 12,5 procent. Gruppen övriga<sup>33</sup> består främst av flera leverantörer av iptv och deras samlade andel ökade från 1,9 till 2,7 under samma period.

**Figur 25 Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster**



<sup>32</sup> I "övriga" ingår Sappa och mindre iptv-operatörer. Sedan 2012 ingår inte längre abonnemang från "mindre kabel-tv-nät och fastighetsägare" i posten "övriga" eftersom dessa även ingår i posten "SMATV-operatörer".

<sup>33</sup> I "övriga" ingår Sappa och mindre iptv-operatörer. Sedan 2012 ingår inte längre abonnemang från "mindre kabel-tv-nät och fastighetsägare" i posten "övriga" eftersom dessa även ingår i posten "SMATV-operatörer".

## **BILAGOR**

### **1. Deltagarförteckning**

- AB Sappa
- ACN Communications Sweden AB
- Advoco Software AB
- AllTele Sverige AB
- AllTele Privat
- AT&T Global Network Services Sweden AB
- Bahnhof AB
- Bjäre Kraft Bredband
- BoreNet AB
- Boxer TV Access AB
- Bredband 2 AB
- Bålsta Kabel TV
- Canal Digital Sverige AB
- Cellip AB
- Com Hem AB
- Devicom AB
- DGC Access AB
- Eftel AB
- Fastbit AB
- Gothia Telekom AB
- Gävle Energi AB
- Götalandsnätet AB
- HI3G Access AB
- IP-Only Telecommunications AB
- Köpings Kabel-TV AB
- Lidén Data Internetwork AB
- Ljusnet AB
- Lulebo AB
- Lycamobile Sweden Limited
- Net at Once Sweden AB
- Netett Sverige AB
- Olofströms Kabel-TV
- Orange Business Sweden AB
- Phonera AB
- Qall Telecom AB
- Sandviken Energi
- SAVMAN AB
- Stockholms Stadsnät AB
- Söderhamn Nära AB
- TDC Sverige AB

- TelaVox AB
- Tele2 Sverige AB
- Tele2 AB
- Tele-Man AB
- Telecom3 Sverige AB
- Telenor Connexion AB
- Telenor Sverige AB
- Teleservice Bredband Skåne AB
- TeliaSonera AB
- Tyfon Svenska AB
- Verizon Sweden AB
- Viasat AB
- Voxbone
- Wireless Maingate Nordic AB
- WX3 Telecom AB
- Värnamo Energi AB



## 2. Ändringar i statistiken

Se även sidan 14 ”Korrigerings i Svensk telemarknad första halvåret 2015 efter publicering”.

Följande ändringar i rapportering har noterats under första halvåret 2015.

### Uppköp

Transit och Riksnet (Rätt internetkapacitet i Sverige) är uppköpt av TeliaSonera och ingår i TeliaSoneras rapportering från 1H2015

Bahnhof har köpt upp Tyfon under 2015. Tyfoningår inte med i Bahnhofs rapportering ännu utan rapporterar själva 1H2015.

Teknikbyrån och Availo har blivit uppköpta av IP-Only och ingår i IP-Onlys rapportering 1H2015.

Perspektiv bredband är uppköpt av T3 och ingår i deras rapportering för 1H2015.

Phonera är uppköpt av ComHem (dec 2013) men de rapportera själva 1H2015.

### Namnbyte:

AllTele Privat AB, tidigare Alltele LDA

AllTele Sverige AB, tidigare AllTele Allmänna Svenska Telefonaktiebolaget

### Ny data

Gothia telecom AB har rapporterat in fast telefoni för första gången, även historik.

Tele2 AB har rapporterat in data avseende M2M för första gången, även historik.

### Ändringar efter publicering

Insamlingen av operatörsdata fortsätter även efter det att rapporten ”Svensk telemarknad” publicerats vilket gör att PTS databas för operatörsstatistik kontinuerligt förbättras och svarsfrekvensen ökar. Se [statistik.pts.se](http://statistik.pts.se) och [www.pts.se](http://www.pts.se)). För den absolut senaste statistiken hänvisas av den anledningen till statistikportalen on-line.



### **3. Rapporttabeller**

Finns i separat dokument

## 4. Kvalitetsdeklaration

### B.0 Inledning

Svensk telemarknad är en datainsamling som genomförs två gånger per år. Resultaten presenteras på en statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se)) samt i sammanfattad form i en rapport.

### B.1 Innehåll

#### 1.1 Statistiska målstorheter

Insamlingen omfattar uppgifter om antal abonnemang fördelat på abonnemangstyper, trafik fördelat på trafikslag och intäkter från slutkundsmarknaden för mobila samtals- och datatjänster. Uppgifterna redovisas i vissa fall uppdelat på privat respektive företag.

#### 1.2 Objekt och population

Målpopulationen består av ett urval av de företag som har bedrivit verksamhet inom marknaden för elektronisk kommunikation. Rampopulationen består av de företag som anmält att de avser att bedriva televerksamhet till PTS enligt Lagen om elektronisk kommunikation, LEK, 2 kap 1 §. Anmälningspliktiga företag tillhandahålls av PTS i ett register. Utöver detta tillkommer även ett antal företag inom marknaden för broadcasting samt ett antal offentliga aktörer.

#### 1.3 Variabler

Datainsamlingen genomförs som en webbenkät. I insamlingen ingår variabler avseende:

- Abonnemang (antal samt typ)
- Trafikvolymer (antal minuter, samtal, byte, sms och mms)
- Intäkter (kronor)
- Marknadsandelar (baserat på antal abonnemang)

#### 1.4 Statistiska mått

Insamlad data redovisas i antal, SEK, byte, bit/s, som ett genomsnitt per hushåll, antal per minut och som antal per 1000 invånare.

## 1.7 Redovisningsgrupper

Data presenteras i fem grupper: fasta samtalstjänster, mobila samtals- och datatjänster, internetjänster, tv-tjänster och sampaketerade tjänster. Redovisning fördelat på privat respektive företag förekommer.

## 1.6 Referenstider

Datainsamlingen avser första halvan av kalenderåret 2015.

## 1.7 Fullständighet

Datainsamlingen Svensk telemarknad är en fristående undersökning men PTS samlar årligen också in data om bredbandsaccesser.

## B.2 Tillförlitlighet

### 2.2 Tillförlitlighet totalt

Svensk telemarknad är på halvåret en urvalsundersökning. Urvalet görs från den målpopulation som beskrivs i 1.2 och baseras på undersökningsobjektens marknadsandel sett till antalet abonnemang de redovisat i helårsinsamlingen. Till detta tillkommer att rampopulationen kan vara mindre än målpopulationen, en osäkerhet som bedöms som liten då PTS registerkvalitet generellt bedöms som god.

Urvalet inkluderar de största företagen inom varje delmarknad och representerar mellan 98 och 100 procent av marknaden för de olika redovisningsgrupperna i 1.7. Datainsamlingen har en hög svarsfrekvens, 100 procent för insamlingen första halvåret 2015, vilket gör att det inte föreligger något objektsbortfall.

Partiellt bortfall reduceras delvis av att det i webbenkäten finns svar från tidigare år inlagda för att hjälpa respondenten att fylla i enkäten samt att vissa spärrar är inlagda i enkäten, vilket gör att respondenten för att komma vidare måste ange orsak till alltför stor avvikelse från tidigare års angivna svar. Systematiska fel förekommer, men reduceras delvis genom att data för olika storheter kontrolleras mot varandra i syfte att hitta avvikande uppgifter.

## **2.3 Osäkerhetskällor**

Förutom osäkerheten som beror på att undersökningen är en urvalsundersökning så kan resultatet påverkas av ytterligare felkällor, t.ex. partiellt bortfall, under- och övertäckning samt olika typer av mätfel.

### **1. Skattning**

Skattning görs vid den halvårsvisa datainsamlingen genom att svaren från helårsundersökningen för de aktörer som inte inkluderas i insamlingens urval läggs till totalen. Det innebär att ingen hänsyn tas till eventuella förändringar i form av ökning eller minskningar inom den gruppen och att de ökning eller minskningar som ses för urvalet är underskattade.

Utöver detta förekommer även skattning för fördelning inom enstaka frågor för enstaka aktörer. Skattningen görs då som en fördelning utifrån svarsobjektets tidigare inlämnade svar och kvalitetssäkras genom att uppgifterna skickas tillbaka till aktören för godkännande.

### **2. Mätfel**

Mätfel uppstår när ett företag svarar på enkäten men inte uppger det sanna värdet. Detta kan bero på slarv, bristfälliga eller missförstådda instruktioner, eller att det exakta värdet inte går att ta fram ur företagets redovisning. Flera företag har exempelvis inte haft tillgång till tillförlitligt underlag för redovisningen av volymuppgifter.

### **3. Bearbetning**

Insamlade uppgifter har genomgått bearbetning och vid behov korrigerat, ibland efter kompletterande uppgifter från företag.

## **B.3 Aktualitet**

### **3.1 Frekvens**

Datainsamlingen genomförs två gånger per år, halvårsvis och helårsvis. För halvårsinsamlingen sker insamlingen med färre insamlingsvariabler och baserat på ett urval av målpopulationen.

### **3.2 Framställningstid**

Fyra månader, publicering sker ca en månad efter att datainsamling avslutats.

### **3.3 Punktlighet**

Enligt plan sex månader efter undersökningsperiodens utgång

## **B.4 Jämförbarhet och sam användbarhet**

### **4.1 Jämförbarhet över tiden**

För detaljerad information om brott i tidsserier, omformulerade intervaller osv. se tabeller publicerade på PTS statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se))

### **4.2 Jämförbarhet mellan grupper**

Vissa variabler i dataframställningen ingår även i annan statistik:

- Hushåll. Statistiska Centralbyrån (SCB) publicerar årligen statistik över antalet hushåll i Sverige
- Befolkning i Sverige. SCB publicerar även årlig statistik över befolkningen i Sverige

### **4.3 Sam användbarhet med annan statistik**

Post- och telestyrelsen redovisar i rapportserien *Svensk telemarknad* årligen resultaten från helårsenkäten. Från 2003 bearbetar PTS och SCB statistiken för helårsinsamlingen gemensamt, vilket gör att statistik redovisad av både PTS och Trafikanalys kan sam användas från 2003. För tidigare år kan vissa skillnader till följd av separata statistikbearbetningar förekomma. Ingen motsvarighet finns för den halvårsvisa datainsamlingen.

### **4.4 Tillgänglighet och förståelighet**

Datainsamlingsresultatet presenteras på en statistikportal i form av tabeller. Resultatet sammanställs även i en rapport, Svensk telemarknad första halvåret 2014.

### **4.5 Spridningsformer**

Både statistikportalen och rapporten finns tillgänglig på webben. All information publiceras även på engelska.

#### **4.6 Dokumentation**

Detta dokument representerar den kvalitetsdokumentation som görs.

#### **4.7 Tillgång till primärmaterial**

Allt material presenteras i tabellform på PTS statistikportal. Data i form av råmaterial kan oftast lämnas ut till allmänheten efter förfrågan.

#### **4.8 Upplysningar lämnas av**

- Karin Fransén, PTS, Telefon 08-678 57 00, e-post: [karin.fransen@pts.se](mailto:karin.fransen@pts.se)
- Andreas Wigren, PTS, telefon 08-678 57 00, e-post: [andreas.wigren@pts.se](mailto:andreas.wigren@pts.se), eller