

Svensk Telemarknad 2011



Svensk Telemarknad 2011

Rapportnummer

PTS-ER-2012:17

Diarienummer

11-10201

ISSN

1650-9862

Författare

Bianca Gustafsson Kojo, Pamela Davidsson och Karin Fransén

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Förord

Den utveckling som beskrivs i Svensk telemarknad 2011 bekräftar flera av de trender på marknaden som förekommit under de senaste åren.

Det handlar bland annat om att de mobila tjänsterna växer snabbt, i huvudsak när det gäller abonnemang, trafik och intäkter för mobilt bredband. Men det handlar också om att tillväxten inom de fasta näten sker genom fler ip-baserade telefoniabonnemang och fiberanslutningar.

Under 2011 har antalet bredbandsabonnemang för smarta mobiler haft en enorm tillväxt. Nästan två miljoner nya abonnemang har tillkommit. Utvecklingen inom mobilt bredband öppnar möjligheter för oss som konsumenter att ersätta mobila tjänster för röstsamtal och sms med tjänster via internet.

Vi kan chatta, prata och skicka meddelanden till varandra på många fler sätt i dag än för bara några år sedan. Trots det minskar inte det totala antalet mobila röstsamtal och sms. Ännu ser vi alltså inte i vår statistik att de nya sätten att kommunicera via mobilt bredband ersätter de traditionella tjänsterna.

Intäkterna för mobila bredbandstjänster ökar och utgjorde vid årsskiftet en femtedel av de totala slutkundsintäkterna för mobila tjänster. För bara fem år sedan fanns inte denna intäkt alls för operatörerna. De investeringar i mobila nät som operatörerna genomfört, och som även pågår nu, har varit framsynta och vi ser att intäkterna ökar snabbt.

Samtidigt ska vi inte glömma bort att Sverige också behöver en fortsatt fiberutbyggnad, både för att kunna transportera den ökade trafiken i mobilnäten men också för att på sikt klara av de ökade behoven av kapacitet hos oss slutanvändare. Ip-tv, allt mer avancerade internetjänster, ip-baserad telefoni och framtidsjänster som till exempel telemedicin kräver mycket av bredbandsanslutningen.

Därför är det glädjande att konstatera att de allra snabbaste bredbandsabonnemangen, med en hastighet på 100 Mbit/s, fortsätter att öka, och att allt fler av dem som har möjlighet att teckna ett sådant abonnemang också väljer att köpa ett sådant. Detta bådär gott för att målen i regeringens bredbandsstrategi, om att 90 procent av hushållen ska ha tillgång till bredband i världsklass år 2020.

Göran Marby

Generaldirektör, Post- och telestyrelsen

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	7
Abstract	8
1 Syfte och Metod	11
2 Marknadsutveckling - Abonnemang	15
2.1 Fasta samtalstjänster	15
2.2 Mobila samtals- och datatjänster	16
2.3 Nummerportabilitet	18
2.4 Internettjänster	19
2.5 Datakommunikation till slutkund	24
2.6 TV-tjänster	25
2.7 Sampaketering	27
3 Användning – Trafik	29
3.1 Samtalstrafik	29
3.2 Meddelandetjänster	30
3.3 Mobil datatrafik	32
4 Intäkter på marknaden	34
4.1 Fasta samtalstjänster	35
4.2 Mobila samtals och datatjänster	36
4.3 Intäkter från telematik och roaming	37
4.4 Samtrafik i fasta och mobila nät	37
4.5 Internettjänster	38
4.6 Datakommunikationstjänst	39
4.7 Intäkter från tv-tjänster	40
5 Marknadsandelar	42
5.1 Fasta samtalstjänster	42
5.2 Mobila samtalstjänster och mobil data	43
5.3 Bredbandsabonnemang	44
5.4 Digitala tv-tjänster	46
Bilaga 1 Rapporttabeller	48
Bilaga 2 Kvalitetsdeklaration	50

Figurer

Figur 1 Antal abonnemang på fasta samtalstjänster	15
Figur 2 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster.....	17
Figur 3 Antal porteringar av fasta och mobila nummer.....	19
Figur 4 Antal abonnemang på internetjänster	20
Figur 5 Utvecklingen av fast och mobilt bredband	21
Figur 6 Utvecklingen av överföringshastighet för abonnemang på fast bredband (nedströms).....	23
Figur 7 Utvecklingen av överföringshastighet för abonnemang på mobilt bredband (nedströms).....	24
Figur 8 Antal abonnemang på tv-tjänster	25
Figur 9 Sampaketerade abonnemang	27
Figur 10 Utgående samtalsminuter från fasta och mobila telefoner.....	29
Figur 11 Antal sända sms och antal sms per abonnemang och månad	31
Figur 12 utvecklingen av mobil datatrafik i Norden.....	33
Figur 13 Intäkter på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation	34
Figur 14 Intäkter från slutkunder för fasta samtalstjänster.....	35
Figur 15 Intäkter från slutkunder för mobila samtals- och datatjänster	36
Figur 16 Intäkter från slutkunder vid roaming utomlands.....	37
Figur 17 Intäkter från slutkunder för fasta internetjänster och mobil data	38
Figur 18 Intäkter från slutkunder för datakommunikationstjänster	39
Figur 19 Intäkter från tv-tjänster	40
Figur 20 Marknadsandelar – Abonnemang på fasta samtalstjänster	42
Figur 21 Marknadsandelar – Abonnemang på mobila samtals- och datatjänster	43
Figur 22 Marknadsandelar - Abonnemang på fast bredband	44
Figur 23 Marknadsandelar - Abonnemang på mobilt bredband	45

Figur 24 Marknadsandelar – Abonnemang på samtliga bredband	46
Figur 25 Marknadsandelar – abonnemang på digitala tv-tjänster.....	47

Sammanfattning

Det skifte från fasta till mobila tjänster på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation fortsätter med oförminskad styrka.

Under 2011 ökade intäkterna på slutkundsmarknaden för elektroniska kommunikation och uppgick till sammanlagt nästan 53 miljarder kronor. En stor del av intäktsökningen härrör från ökningen av intäkter från mobila datatjänster som har ökat med nära 40 procent. De mobila bredbandsabonnemangen var 5,2 miljoner i slutet av 2011 och var fler än de fasta bredbandsabonnemangen som i slutet av 2011 var 3 miljoner. Det är mobilt bredband som tilläggstjänst, i form av smartphones, som står för den stora ökningen och de var fler än både mobila bredband som fristående tjänst respektive fasta bredband.

Det skickades och togs emot 101 000 Terabyte data i mobilnäten under 2011, vilket är nära en fördubbling mot året innan. Även antalet sända mms ökade under 2011, liksom sms:andet som fortsatte att öka i antal, men som för första gången minskade i antalet skickade sms per abonnemang och månad. Antalet utgående samtalsminuter från de mobila näten ökade och blev 23,2 miljarder under 2011. Samtidigt minskade antalet trafikminuter från fasta nät under 2011, vilket gjorde att antalet utgående trafikminuter minskade totalt sett.

Antalet abonnemang på bredband via fiber har ökat med 13 procent under 2011 och var 906 000. Antalet abonnemang på bredband via kabel-tv har ökat med 3 procent, medan antalet abonnemang på bredband via xDSL minskade med 5 procent. Sammantaget gör detta att antalet abonnemang på fast bredband har ökat lite under 2011.

Efterfrågan på högre överföringshastigheter ökar och antalet fasta bredbandsabonnemang med en överföringshastighet på 100 Mbit/s eller mer var 535 000 i slutet av 2011.

Antalet abonnemang på ip-tv fortsatte att öka, och ip-tv via fiber är den plattform som ökade mest. De var 251 000 abonnemang i slutet av 2011, vilket motsvarar en ökning med nästan 36 procent.

Det totala antalet abonnemang på fast telefoni fortsatte att minska medan antalet abonnemang på ip-baserad telefoni fortsatte att öka. Ip-baserad telefoni utgjorde en tredjedel av samtliga fasta telefoni abonnemang i slutet av 2011.

På PTS statistikportal statistik.pts.se finns statistiken i tabeller där även de enskilda operatörernas data är tillgänglig.

Abstract

The shift from fixed to mobile services in the retail market for electronic communications, is continuing with undiminished strength.

Revenues in the retail market for electronic communications increased in 2011 and amounted in aggregate to almost SEK 53 billion. A large part of this increase in revenues originates from the increase in revenues from mobile data services, which have risen by nearly 40 per cent. There were almost 5.2 million mobile broadband subscriptions at the end of 2011 and these amount to more than fixed broadband subscriptions, which were 3 million at the end of 2011. It is mobile broadband as an add-on service, in the form of smartphones, which represents the great increase.

During 2011, 101 000 Terabytes of data were sent and received in mobile networks, which is almost a two-fold increase compared with the previous year. Similarly, SMS use also continued to increase in number, though for the first time there was a decrease in the number of SMS messages sent per subscription and month. The number of traffic minutes from the mobile networks increased and amounted to 23.2 billion during 2011. At the same time, the number of traffic minutes from fixed networks decreased during 2011, which meant that the number of outgoing traffic minutes reduced overall.

The number of subscriptions for broadband via fibre has increased by 13 per cent during 2011. The numbers of subscriptions for broadband via cable television has increased by 3 per cent, while the number of subscriptions for broadband via xDSL reduced by 5 per cent. This means that in total the number of subscriptions for fixed broadband has increased slightly during 2011.

The demand for higher transmission speeds is continuously increasing, and the number of fixed broadband subscriptions with a transmission speed of 100 Mbits per second or more where 535 000 at the end of 2011.

The numbers of subscriptions for IPTV have continued to increase, and IPTV via fibre is the platform that increased the most with an increase of almost 36 per cent.

The number of subscriptions for IP-based telephony continues to increase. IP-based telephony comprised one-third of all fixed telephony subscriptions at the end of 2011.

Statistics are available in Tables on PTS's statistics portal (statistik.pts.se), where the data of individual operators is also available.

Helår 2011: Tabell 1
Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation

	2011	2010	Förändring
Elektronisk kommunikation			
Totala slutkundsintäkter (mkr)	52 730	52 051	1%
Intäkt per månad från ett genomsnittshushåll (exklusive moms)	571	567	1%
Fasta samtalstjänster			
Antal abonnemang för fast telefoni (tusen)	4 482	4 735	-5%
varav abonnemang på ip-baserad telefoni (tusen)	1 316	1 160	13%
Privat	1 178	1 064	11%
Företag	137	96	43%
Antal utgående trafikminuter (miljoner)	17 842	20 106	-11%
Privat	10 387	12 203	-15%
Företag	7 455	7 903	-6%
Intäkter från fasta samtalstjänster (mkr)	13 017	14 442	-10%
Privat	7 873	8 897	-12%
Företag	5 145	5 545	-7%
Mobila samtals- och datatjänster			
Antal mobilabonnemang (tusen)	13 388	12 692	5%
Privat	10 344	9 923	4%
Företag	3 044	2 768	10%
varav mobilt bredband som fristående tjänst	1 934	1 699	14%
varav mobilt bredband som tilläggstjänst	3 221	1 398	130%
Antal utgående trafikminuter (miljoner)	23 194	22 194	5%
Privat	14 861	14 057	6%
Företag	8 333	8 137	2%
Antal skickade SMS (miljoner)	18 543	17 845	4%
Antal skickade MMS (miljoner)	193	168	15%
Trafik för mobila datatjänster (Tbyte)	100 806	53 110	90%

Helår 2011: Tabell 1
Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation

	2011	2010	Förändring
Intäkter från mobilabonnemang, SMS, MMS och mobil datatrafik (mkr)	26 218	24 261	8%
Privat	17 106	15 748	9%
Företag	9 112	8 513	7%
Datakommunikationstjänster			
Intäkter från datakommunikationstjänster till slutkund (mkr)	4 926	4 824	2%
Internettjänster			
Antal internetabonnemang (tusen)	8 422	6 338	33%
Abonnemang på uppringd anslutning	219	244	-10%
Abonnemang på fast bredbandsanslutning	3 049	2 997	2%
via kabel-tv	612	596	3%
via fiber och fiber-LAN	906	794	14%
via xDSL	1 515	1 591	-5%
Abonnemang på mobil bredbandsanslutning	5 154	3 097	66%
via mobilt bredband som fristående tjänst	1 934	1 699	14%
via mobilt bredband som tilläggstjänst	3 221	1 398	130%
Intäkter från fasta internetabonnemang (mkr)	8 579	8 549	0%
Privat	6 939	6 874	1%
Företag	1 640	1 676	-2%
Tv och sampaketering			
Antal sampaketerade abonnemang (tusen)	1 510	1 407	7%
Antal tv abonnemang (tusen)	5 136	5 129	0%
varav analog tv i kabelnät	2 368	2 408	-2%
varav digitala	2 769	2 721	2%

1 Syfte och Metod

Syftet med rapporten Svensk Telemarknad 2011 är att kartlägga utvecklingen av en stor del av den svenska marknaden för elektronisk kommunikation.

Post- och telestyrelsen, PTS, har till uppdrag att dels följa utvecklingen på marknaden för elektronisk kommunikation och dels främja konkurrensen inom samma marknad. Som en del av detta uppdrag arbetar PTS med insamlandet av marknadsdata och med marknadsanalyser. Utöver PTS interna behov av marknadsdata är det även viktigt att allmänheten, operatörer samt andra företag och organisationer får tillgång till statistik vilket utgör ytterligare ett incitament för PTS att publicera marknadsstatistik.

Rapporten Svensk Telemarknad fokuserar på att redovisa marknadsbeskrivande statistik och utgör PTS presentation av marknaden. Rapporten publiceras två gånger per år, där halvårsversion är mindre omfattande än helårsversionen.

Helårsstatistiken har för åren 2000-2011 samlats in i samarbete med SCB och Trafikanalys¹, vilket minskar antalet frågeformulär och underlättar för uppgiftslämnarna.

Svarsplikt

Datainsamlingen som ligger till grund för Svensk Telemarknad omfattats av svarsplikt och har så gjort sedan 2003. För information om vilka operatörer som har inkommit med svar, se den bilagda deltagarlistan.

Uppläggnings och genomförande

Under våren 2012 distribuerades en webbaserad enkät till samtliga företag som är anmälningspliktiga enligt LEK² 2kap 1§ och ytterligare ett antal offentliga aktörer. Datainsamlingen pågick under perioden januari- april 2012, och det initiala utskicket följdes upp med två påminnelser via e-post, och ett via postalt utskick. Efter detta skickades även en underrättelse enligt LEK. Viktiga företag (pga. att de är stora inom sitt verksamhetsområde) som inte svarat påmindes via telefon.

¹ Tidigare SIKÅ, Statens institut för kommunikationsanalys

² Lagen om elektronisk kommunikation

Svarsfrekvens

Frågeformuläret skickades ut till sammanlagt 514 operatörer och vid rapportens publicering hade 452 inkommit med svar. Detta motsvarar 88 procent av de tillfrågade. De operatörer som besvarat enkäten utgör tillsammans en betydande del av den totala marknaden för elektronisk kommunikation.

De medverkande aktörerna anger inom vilka områden man bedrivit verksamhet under 2011. Antalet aktörer som varit verksamma inom respektive område framgår av sammanställningen nedan. Observera att en aktör kan vara verksam inom flera delområden.

Antal aktiva operatörer inom respektive område	
Område	2011
Fasta samtalstjänster	108
Samtrafik i fastnät	33
Mobila samtals- och datatjänster samt mobilt bredband	54
Samtrafik i mobilnät	22
Internetabonnemang	157
Tv-tjänster	72
Sampaketerade abonnemang	36
Datakommunikationstjänster - till operatör	172
Datakommunikationstjänster - till slutkund	159
Bredbandsaccess - till operatör och slutkund	168

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

Avvikelser och uppdatering av data

Under processen med datainsamlingen uppstår av olika orsaker mätfel, vilket beror på ett antal felkällor som:

- 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 eller 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.

Då 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 (statistik.pts.se)

För en mer utförlig beskrivning av mätfel och bortfall, se den bilagda kvalitetsdeklarationen, bilaga 2.

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.

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 års frågeformulär 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 informationen med tidigare rapporter.

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 på personnummer räknas till kategorin privatkunder.

Typer av internetanslutningar

När det gäller delmarknaden internetjänster är det vanligt att blanda ihop uttryck som fast anslutning, bredbandsanslutning, trådlös anslutning, mobil anslutning, bredband med flera eftersom det inte finns någon gemensam definition. I Svensk Telemarknad definieras termerna enligt uppställningen nedan.

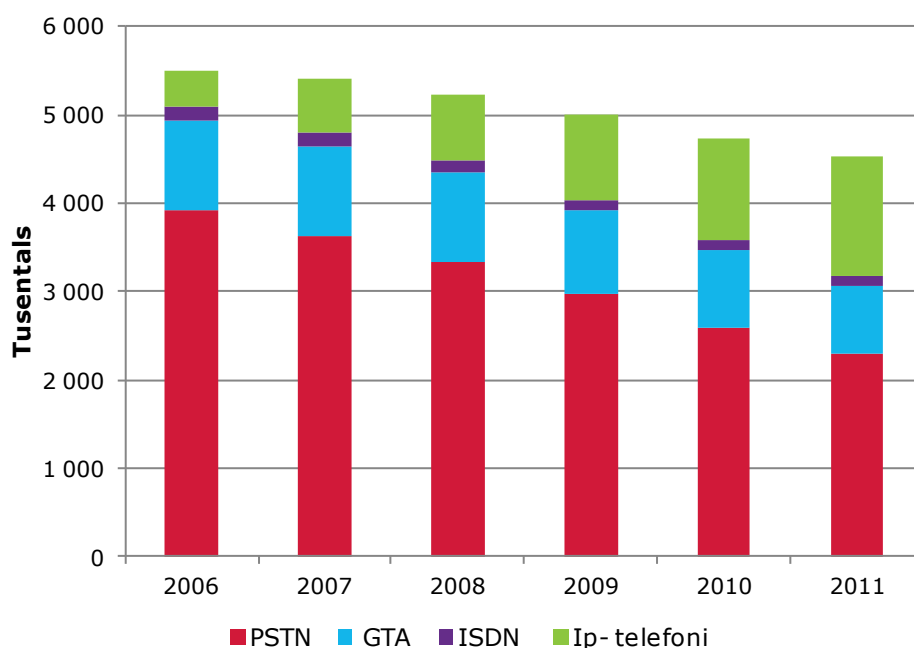
Uppringd anslutning	PSTN, ISDN
Fast anslutning	PSTN, ISDN, fast radio, satellit, xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN,
Mobil anslutning	LTE, HSPA, CDMA 2000, UMTS, EDGE
Trådlös anslutning	fast radio, satellit, LTE, HSPA, CDMA 2000, UMTS, EDGE
Trådbunden anslutning	PSTN, ISDN, xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN
Bredbandsanslutning	fast radio, satellit, xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN, LTE, HSPA, CDMA 2000
Mobilt bredband	Med mobilt bredband avses i denna rapport abonnemang på mobil paketdata när det köps som fristående tjänst såväl som tilläggstjänst
Mobilt bredband som fristående tjänst	Abonnemang som i huvudsak används för mobil paketdata 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 taltrafikminuter under senaste kvartalet i perioden.
Mobilt bredband som tilläggstjänst	Avser bundlingsprodukter där abonnenten köper minst 1 Gigabyte datatrafik per månad antingen via tilläggstjänst eller inkluderat i abonnemanget. I praktiken innebär det smartphones som används för både samtal och mobilt bredband.

2 Marknadsutveckling - Abonnemang

2.1 Fasta samtalstjänster

Den sista december 2011 fanns det 4,5 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med 4,7 miljoner ett år tidigare.

Figur 1 Antal abonnemang på fasta samtalstjänster



Av de fasta abonnemangen var drygt 3,4 miljoner privata, vilket om de relateras till de knappt 4,7 miljoner³ hushåll som finns i Sverige, innebär att 74 procent av hushållen hade ett fast abonnemang.

Liksom för tidigare år minskade antalet PSTN- och ISDN-abonnemang medan antalet ip-abonnemang ökade. Abonnemangen på ip-baserad telefoni utgjorde 30 procent av alla fasta telefoniabonnemang vid slutet av 2011.

Det fanns 1 316 000 abonnemang på ip-baserad telefoni den sista december 2011, vilket är en ökning med 13 procent, eller 155 000 abonnemang sedan året innan. Ökningen sker via accessteknikerna xDSL och fiber-LAN. Antalet abonnemang på ip-baserad telefoni via xDSL uppgick den sista december 2011

³ SCB: Antal kosthushåll per den sista december 2010: 4 660 000

till 452 000 vilket är 66 000 fler än vid motsvarande period året innan. Antalet abonnemang på ip-baserad telefoni via fiber-LAN, som den sista december 2011 uppgick till 355 000, ökade med 56 000 från den sista december 2010.

Antalet abonnemang via GTA⁴ fortsatte att minska och var 786 000 vid slutet av 2011 jämfört med 884 000 i slutet av 2010.

Antalet aktiva förvalskunder den sista december 2011 var 174 000, en minskning med 43 000 sedan året innan.

Fasta samtalstjänster i Norden

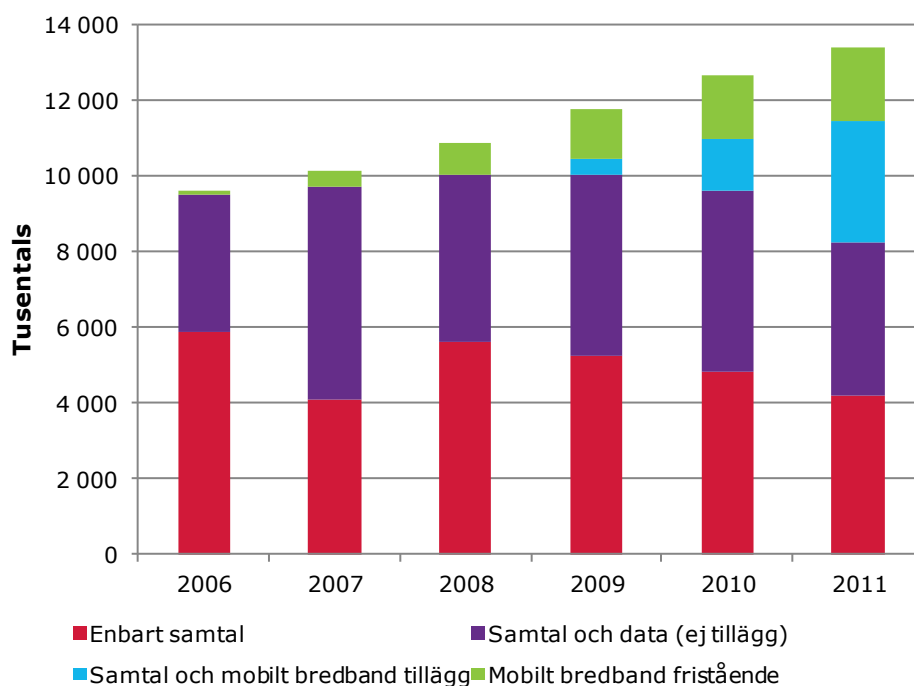
Utvecklingen av antalet abonnemang på fasta samtalstjänster ser likadan ut i Norden som i Sverige, med en fortgående minskning av antal abonnemang från år till år.

Utvecklingen av antalet abonnemang på ip-baserad telefoni ser olika ut i de olika nordiska länderna. För Danmark har abonnemang ökat på ett likartat sätt som i Sverige under 2011. I Norge har antalet abonnemang på ip-baserad telefoni ökat något under 2011, men ökningen mattades av redan 2006. I Finland har antalet abonnemang legat oförändrat under 2011 och andelen ip-baserade abonnemang har aldrig utgjort mer än 0,4 procent av det totala antalet abonnemang på fasta samtalstjänster. På Island har antalet ip-baserade abonnemang dubblerats under 2011, men fortfarande är antalet abonnemang på ip-baserad telefoni få.

2.2 Mobila samtals- och datatjänster

Marknaden för mobila samtals- och datatjänster fortsatte att växa. Den sista december 2011 fanns det 13,4 miljoner mobilabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med 12,7 miljoner året innan.

⁴ 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).

Figur 2 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster

Antalet abonnemang på mobila bredband fortsatte att öka, och var 5,2 miljoner i slutet av 2011, vilket är en ökning med 2,1 miljoner, eller 66 procent, från året innan. Dock verkar ökningen av abonnemang på fristående mobila bredband⁵ ha mattats av. Antalet abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst var 1 934 000 i slutet av 2011. Från slutet av 2010 till slutet av 2011 har abonnemangen ökat med 234 000. Sett till förändringen halvårsvis har dock antalet abonnemang under första halvåret (mellan sista december 2010 och sista juni 2011) ökat med 207 000 medan de under andra halvåret (mellan sista juni och sista december 2011), endast ökat med 27 000.

Den snabba ökningen av abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst⁶ som noterades redan under första halvåret 2011 fortsatte. Det fanns 3 221 000 abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst den sista december 2011. Det är en ökning med 1 823 000 sedan året innan. Av dessa tillkom 961 000 de

⁵ Abonnemang som enbart har använts för mobil paketdata, och inte genererat någon taltrafik under det senaste kvartalet i perioden. Vanligtvis en dongel, ett instickskort eller liknande.

⁶ Abonnemang där minst 1Gbyte data per månad inkluderats eller köpts som tilläggstjänst.

senaste sex månaderna, dvs. från den sista juni 2011 till den sista december 2011.

Det fanns 189 000 abonnemang på mobila samtals- och datatjänster som hade ett geografiskt nummer knutet till sig den sista december 2011. Detta är telefonnummer som traditionellt sett förknippas med fasttelefoni men som alltså går till mobiltelefoner.

I slutet av 2009 introducerades världens första 4G-nät i Stockholm. Antalet abonnemang som använde tjänster i 4G nätet det sista kvartalet 2011 var knappt 30 000.

Antalet abonnemang på telematiktjänster⁷ uppgick den sista december 2011 till 3 024 000, vilket innebar en ökning med ca 33 procent från samma period föregående år, då de uppgick till 2 275 000. Dessa abonnemang är inte inkluderade i de abonnemangssiffrorna som redovisats tidigare i detta avsnitt.

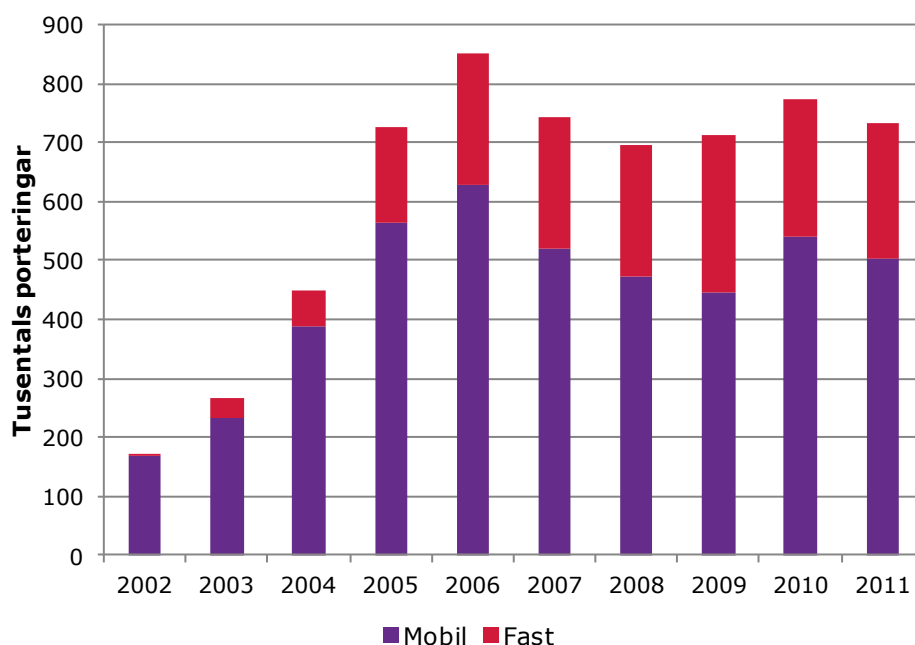
2.3 Nummerportabilitet

SNAPC⁸ samlar in och publicerar statistik över antalet nummerporteringar i Sverige. Följande avsnitt baseras på data från SNAPC.

Sedan 2002 har 6,1 miljoner nummer porterats i Sverige och av dessa är knappt 1,7 miljoner nummer för fast telefoni och nästan 4,5 miljoner nummer för mobil telefoni.

⁷ Så kallade ”maskin till maskin” abonnemang, avsedda för kommunikation mellan maskiner.

⁸ Swedish Number Portability Centre, www.snpac.se

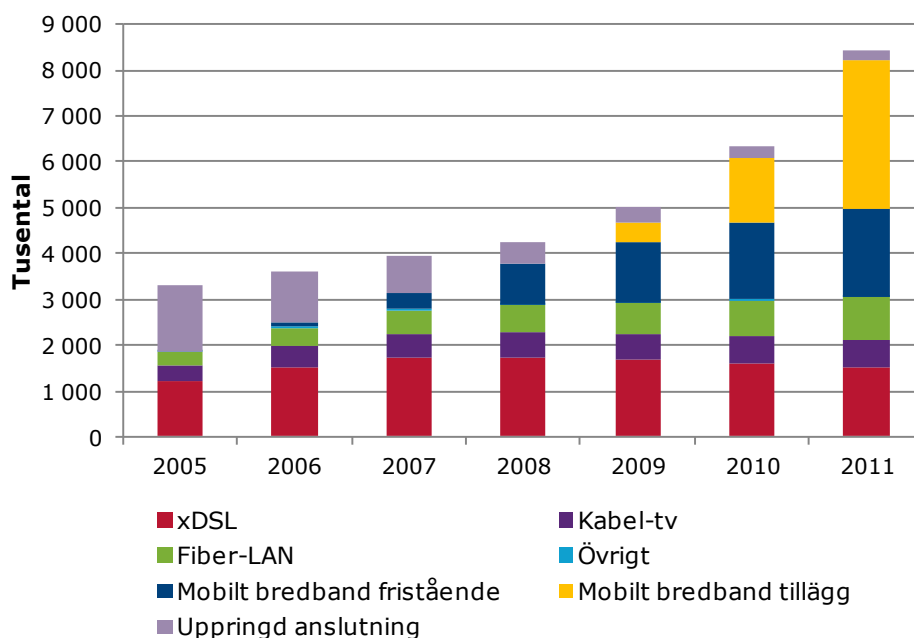
Figur 3 Antal porteringar av fasta och mobila nummer

Under 2011 har 232 000 fasta nummer och 502 000 mobila nummer porterats i Sverige. Jämfört med året innan är det en minskning med sju respektive en procent.

Antalet porterade fasta nummer utgör 5,1 procent av det totala antalet abonnemang på fast telefoni. De porterade mobila numren utgör 4,4 procent av det totala antalet mobilabonnemang (exklusive mobilt bredband).

2.4 Internettjänster

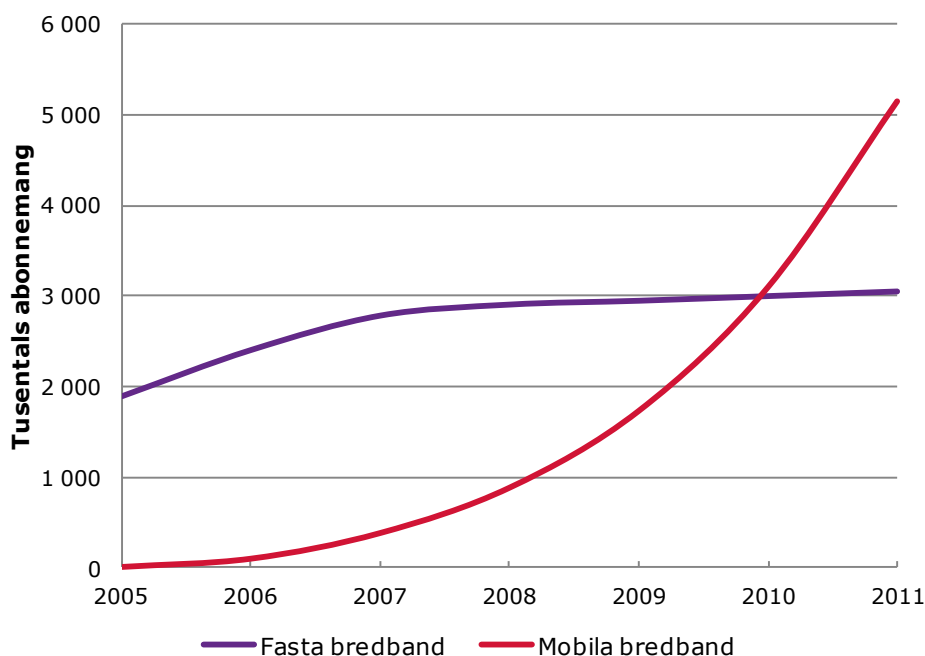
I slutet av 2011 var antalet abonnemang på internettjänst 8,4 miljoner, vilket är en ökning med 2 miljoner från slutet av 2010 då de var 6,4 miljoner.

Figur 4 Antal abonnemang på internetjänster

Uppringt internet minskade, liksom det har gjort kontinuerligt sedan 2001. I slutet av 2011 fanns det 219 000 abonnemang på uppringt internet, vilket utgör 3 procent av samtliga internetabonnemang i Sverige.

Bredband

I slutet av 2011 var 8,2 miljoner av 8,4 miljoner abonnemang på internetjänst bredbandsabonnemang. Detta motsvarar en ökning med nära 35 procent från året tidigare då antalet var 6,1 miljoner.

Figur 5 Utvecklingen av fast och mobilt bredband

Fast bredband

Antalet abonnemang på bredband via xDSL minskade, och var 1 515 000 i slutet av 2011 jämfört med 1 591 000 ett år innan. Abonnemangen på bredband via fiber-LAN ökade under samma period med 112 000 och var 906 000 i slutet av 2011.

Abonnemang på bredband via kabel-tv har ökat, och den lilla minskning av antal abonnemang som sågs under första halvåret 2011⁹ ses inte i slutet av 2011. I slutet av 2011 fanns det 612 000 abonnemang på bredband via kabel-tv, vilket motsvarar en ökning med knappt 3 procent, eller 17 000 abonnemang, från slutet av 2010.

Mobilt bredband

Antalet abonnemang på mobilt bredband uppgick till 5 154 000 i slutet av 2011, vilket är en ökning på 66 procent från året innan. Av de mobila bredbanden var 37 procent som fristående tjänst och 63 procent som tilläggstjänst. I slutet av 2010 var proportionerna 49 procent respektive 51

⁹ Se Svensk Telemarknad halvåret 2011, PTS-ER-2011:21

procent. Det är mobilt bredband som tilläggstjänst som stod för den stora ökningen av internet- och bredbandsabonnemang under 2011.

Fast/mobilt bredband i Norden

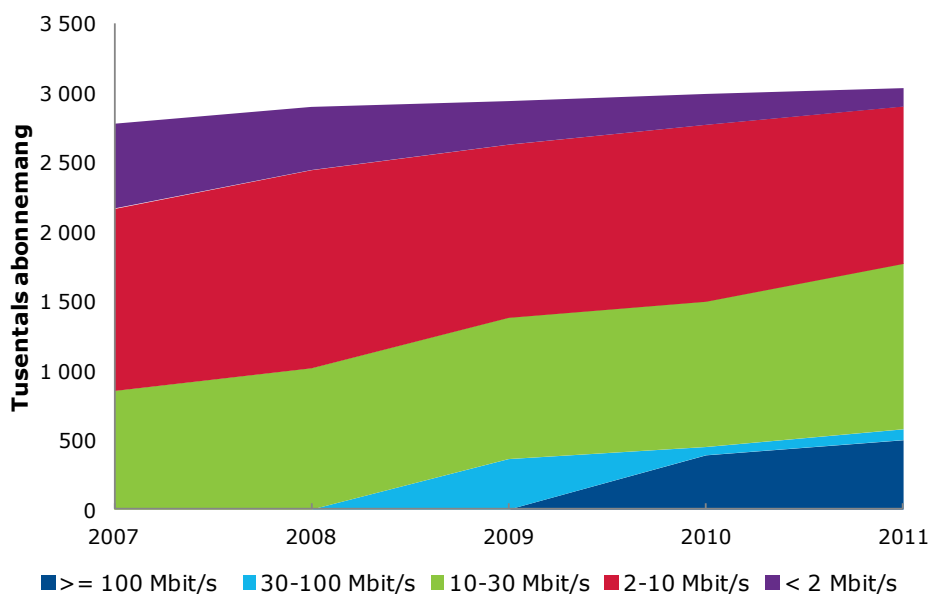
Utvecklingen av antalet abonnemang på fast bredband i Sverige såg likadan ut som för de övriga nordiska länderna under 2011, med en ökning av antalet abonnemang med 1-3 procent sedan året innan.

Utvecklingen av antalet abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst i Sverige såg likadan ut som utvecklingen i Danmark och Norge, med en ökning av antal abonnemang under 2011, men där ökningen har mattats av. I Finland såg utvecklingen annorlunda ut och antalet abonnemang ökade under 2011 från 1,6 till 3 miljoner.

Överföringskapacitet för abonnemang på bredband

Internet och bredbandstjänster är ofta så kallade asymmetriska, dvs. de har inte samma hastighet nedströms (för mottagen data) som uppströms (för skickad data). Operatörerna på marknaden erbjuder oftast högre hastighet för nedströms skickad data än för uppströms. Svensk Telemarknad har under ett antal år följt utvecklingen av överföringshastighet nedströms för tillhandahållna abonnemang på bredbandsanslutning.

Figur 6 Utvecklingen av överföringshastighet för abonnemang på fast bredband (nedströms)



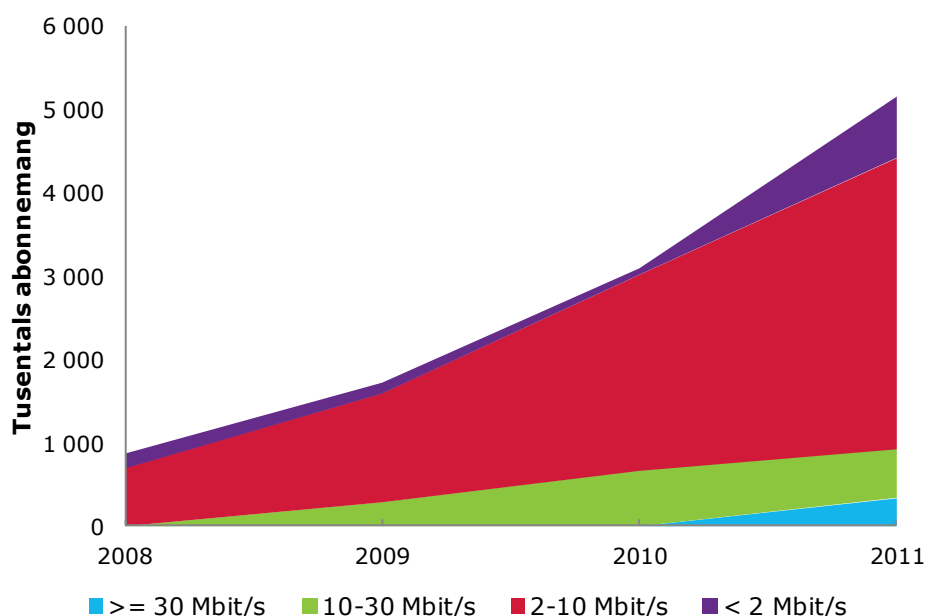
Abonnemang på fast bredband med högre överföringshastighet fortsatte att öka och i slutet av 2011 fanns det 1,8 miljoner abonnemang med en överföringskapacitet på 10 Mbit/s eller mer nedströms. Det innebar en ökning med 18 procent från året innan då de var 1,5 miljoner. Andelen abonnemang med en hastighet på 10 Mbit/s eller över var 58 procent av det totala antalet abonnemang på fast bredband.

Antalet abonnemang med en överföringskapacitet på 100 Mbit/s eller mer var 535 000 i slutet av 2011. Det är en ökning med 118 000 från året innan, då de var 417 000.

Av de 535 000 abonnemangen var 527 000 privata. Det innebär att drygt 23 procent av de drygt 2 273 000¹⁰ hushåll som i oktober 2011 hade möjlighet att få en överföringshastighet om minst 100 Mbit/s faktiskt även hade köpt ett bredbandsabonnemang med den hastigheten.

¹⁰ Bredbandskartläggningen 2011, PTS-ER-2012:11

Figur 7 Utvecklingen av överföringshastighet för abonnemang på mobilt bredband (nedströms)



I slutet av 2011 fanns det 924 000 abonnemang på mobilt bredband med en överföringshastighet på 10 Mbit/s eller mer. Det är en ökning med 259 000 från året innan, då de var 665 000. Antalet abonnemang med en hastighet på mellan 2 och 10 Mbit/s var vid samma tidpunkt 3,5 miljoner, vilket innebär att det är den klart vanligaste abonnemangsformen.

Under 2011 har även data om abonnemang med en uppströms överföringskapacitet om 100 Mbit/s samlats in för första gången och i slutet av 2011 var de 117 000.

2.5 Datakommunikation till slutkund¹¹

Antalet anslutningar och portar för datakommunikationstjänster till slutkund hade vid slutet av 2011 minskat med knappt 6 procent och uppgick till 343 000. Av dessa var 90 000 IP-VPN¹² och 211 000 kapacitetstjänst till slutkund.

¹¹ En datakommunikationstjänst avser en hyrd förbindelse som används av företag och som t.ex. kan förbinda kontor eller olika ip-baserad system med varandra.

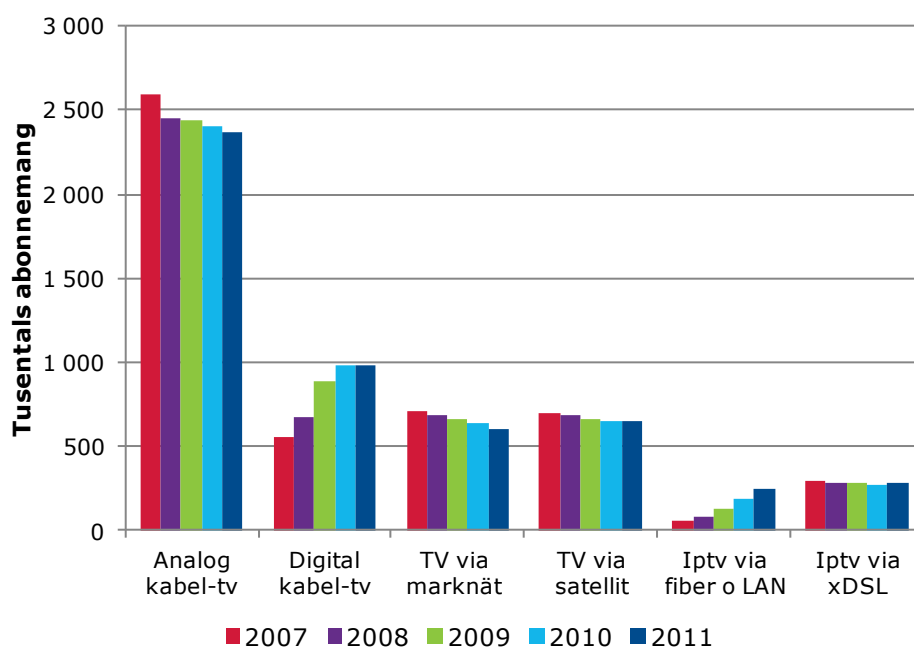
¹² Med IP-VPN avses följande standarder: IP Sec VPN, IP MPLS VPN, IP SSL VPN.

2.6 TV-tjänster

I slutet av 2011 var det totala antalet abonnemang på den svenska betal-tv-marknaden (inklusive SMATV¹³) drygt 5 miljoner, vilket är på samma nivå som föregående år.

Det finns fyra digitala distributionssätt för att ta emot tv i Sverige: via marknätet, via satellit, via kabel-tv-nät eller via bredband (ip-tv via fiber, fiber LAN eller xDSL). I slutet av 2011 fanns det 2,8 miljoner digitala abonnemang, vilket är på samma nivå som år 2010.

Figur 8 Antal abonnemang på tv-tjänster



Ip-tv plattformen fortsatte att öka och ip-tv via fiber¹⁴ är den plattform som har haft den största procentuella ökningen av antalet abonnenter mellan 2010 och 2011. Antalet abonnemang på ip-tv uppgick till 531 000 sista december 2011, vilket är en ökning med 77 000 abonnemang från samma tidpunkt ett år tidigare. Antalet abonnemang på ip-tv abonnemang via fiber har ökat med 66 000 abonnemang, från 185 000 den sista december 2010 till 251 000 den

¹³ SMATV är en förkortning av Satellite Master Antenna Television. Med ett SMATV-nät avses ett mindre kabel-tv-nät som matas med tv-kanaler via satellit.

¹⁴ Med ip-tv via fiber avses ip-tv via fiber eller fiber LAN

sista december 2011. Under samma period har även antalet abonnemang via xDSL ökat med 11 000 till 280 000.

Abonnemangen på ip-tv via fiber fördelat på boendetyper år 2011 var 86 procent till flerfamiljshus och resterande 14 procent av abonnemang till villor, radhus och parhus där avtalet är med hushållet.¹⁵

Kabel-tv-näten står för den största andelen av tv-abbonnemang. Antalet abonnemang på betal-tv via digital kabel-tv uppgick den sista december 2011 till 982 000.

Abonnemang på analoga tv-tjänster utgörs endast av kabel-tv och de uppgick till 2,4 miljoner abonnemang inklusive SMATV¹⁶ i slutet av 2011. De fortsatte därmed den nedåtgående trenden och minskade med 40 000 abonnemang jämfört med föregående år.

Ett hushåll som har kabel-tv har ofta ett analogt grundabbonnemang via sin fastighetsägare och sedan även tecknat ett individuellt digitalt abonnemang. För att beräkna antalet hushåll som använder kabel-tv kan därför inte antalet analoga och digitala kabel-tv abonnemang summeras. PTS estimerar dock antal hushåll som använder kabel-tv till 2,5 miljoner hushåll¹⁷.

Programagenturer säljer tv-kanaler vidare till t.ex. nät- och fastighetsägare och kabel-tv-operatörer (SMATV). Antalet hushåll som tar emot dessa tv-kanaler fortsatte den nedåtgående trenden och minskade med 18 000 hushåll till 270 000 hushåll¹⁸.

Den sista december 2011 fanns det 607 000 abonnemang på betal-tv i det digitala marknätet vilket är en minskning med 29 000 abonnemang från samma tidpunkt ett år tidigare då det fanns 636 000 abonnemang

Antalet abonnemang för digital-tv via satellit var 648 000 i slutet av 2011 och har minskat med 4 000 abonnemang på ett år.

¹⁵ Fördelning per boendeform mättes första gången 2011.

¹⁶ Med SMATV avses här SMATV inom agentverksamheten och i den mån de förekommer även inom operatörsverksamheten.

¹⁷ Antal hushåll med kabel-tv estimeras genom antal analoga kabel-tv abonnemang via fastighetsägare adderas med antal digitala kabel-tv abonnemang via fastighetsägaren.

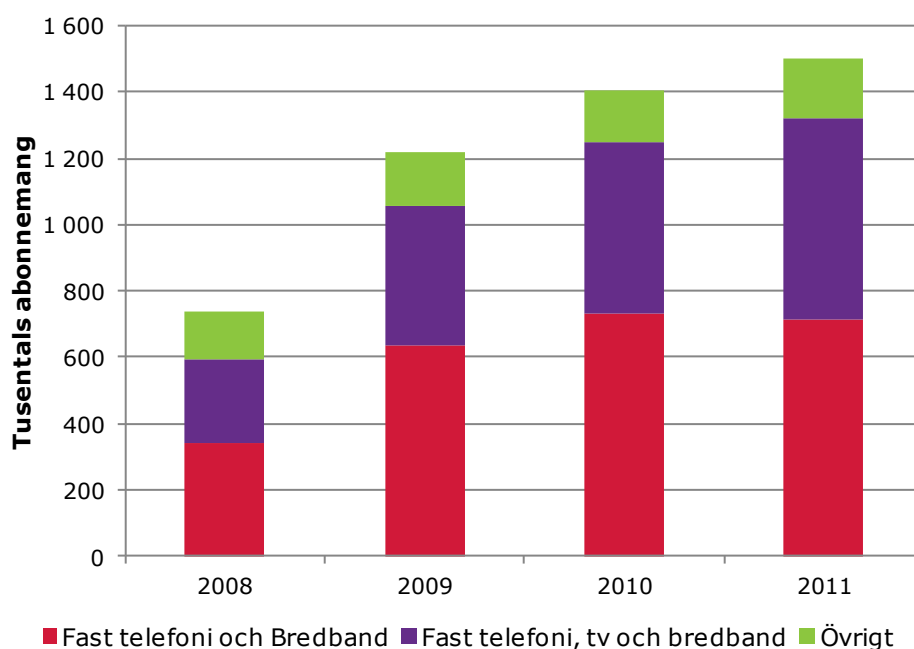
¹⁸ Agentverksamheten beräknas i antal hushåll, inte antal abonnemang eftersom ett hushåll kan ta emot flera tv-kanaler/paket från olika agenter.

De hushåll som endast tar emot fri-tv via det digitala marknätet inkluderas inte i statistiken. Enligt en annan undersökning PTS genomförd uppgick de år 2011 till cirka 342 000 hushåll.¹⁹

2.7 Sampaketering

Sampaketering avser erbjudanden som innehåller flera tjänster, vilka erbjuds och marknadsförs som ett erbjudande eller med en prislista. De vanligaste erbjudandena på marknaden inkluderar olika kombinationer av telefoni, tv och bredband.

Figur 9 Sampaketerade abonnemang



I slutet av 2011 var antalet sampaketerade abonnemang 1,5 miljoner, vilket motsvarar en ökning med sju procent sedan slutet av 2010 då de var 1,4 miljoner. Den vanligaste sampaketeringsformen var fast telefoni och bredband, som stod för 47 procent av samtliga sampaketerade abonnemang. Andelen har dock minskat sedan slutet av 2010 då den var 52 procent. Den näst vanligaste paketeringen var fast telefoni, tv och bredband, vilken utgjorde 40 procent av samtliga sampaketerade abonnemang och har ökat från slutet av 2010 då den

¹⁹ Hushållens användning av fri-tv utförd av TNS-Sifo på uppdrag av PTS.

var 37 procent. De övriga formerna av paketeringar²⁰ ökade från 155 000 i slutet av 2010 till 180 000 i slutet av 2011.

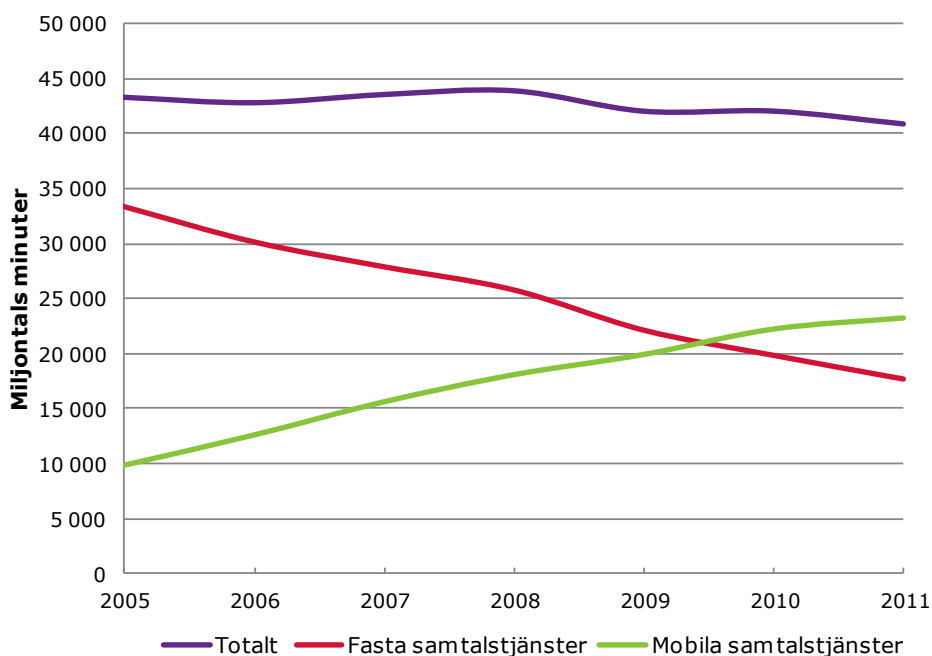
²⁰ Som t.ex. double- play; fast telefoni och tv, tv och bredband och triple- play: fast telefoni, bredband och mobiltelefoni.

3 Användning – Trafik

3.1 Samtalstrafik

Under 2011 utgjorde utgående samtalsminuter från mobilnäten 57 procent av all utgående samtalstrafik, vilket kan jämföras med 53 procent under 2010. Antalet utgående samtalsminuter minskade totalt sett under samma period från 42,0 miljarder till 40,9 miljarder.

Figur 10 Utgående samtalsminuter från fasta och mobila telefoner



Antalet utgående samtalsminuter från det fasta nätet minskade från 19,9 miljarder under 2010 till 17,7 miljarder under 2011. Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per samtalsabonnemang och månad sjönk också, från 344 minuter per månad under 2010 till 323 minuter per månad under 2011. Det motsvarar en minskning med sex procent, eller 21 minuter.

Antalet utgående samtalsminuter från ip-telefoni minskade också. I slutet av 2010 var de 2,9 miljarder och ett år senare 2,7 miljarder, vilket motsvarar en minskning med fyra procent.

Det totala antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefoner ökade från 22,2 miljarder under 2010 till 23,2 miljarder under 2011. Det genomsnittliga antalet samtalsminuter från ett mobilabonnemang minskade från 173 minuter per månad till 172 minuter per månad under 2011.

Det totala antalet samtal från fasta och mobila abonnemang minskade från 14,2 miljarder under 2010 till 13,8 miljarder under 2011. Antalet samtal från fastnätsabbonnenter minskade från 5,3 miljarder under 2010 till 4,8 miljarder under 2011. Från de mobila näten ringdes 9,1 miljarder samtal under 2011, vilket är en ökning med ca 200 miljoner samtal från ett år innan då det ringdes 8,9 miljarder samtal. Samtalen från de mobila näten utgjorde 65 procent av alla ringda samtal under 2011.

Under 2011 minskade genomsnittliga samtalslängden för samtal från fasta nät från 3,8 minuter 2010 till 3,7 minuter, medan samtalslängden från mobila nät ökade under samma period från 2,5 till 2,6 minuter.

Samtalstrafik vid internationell roaming

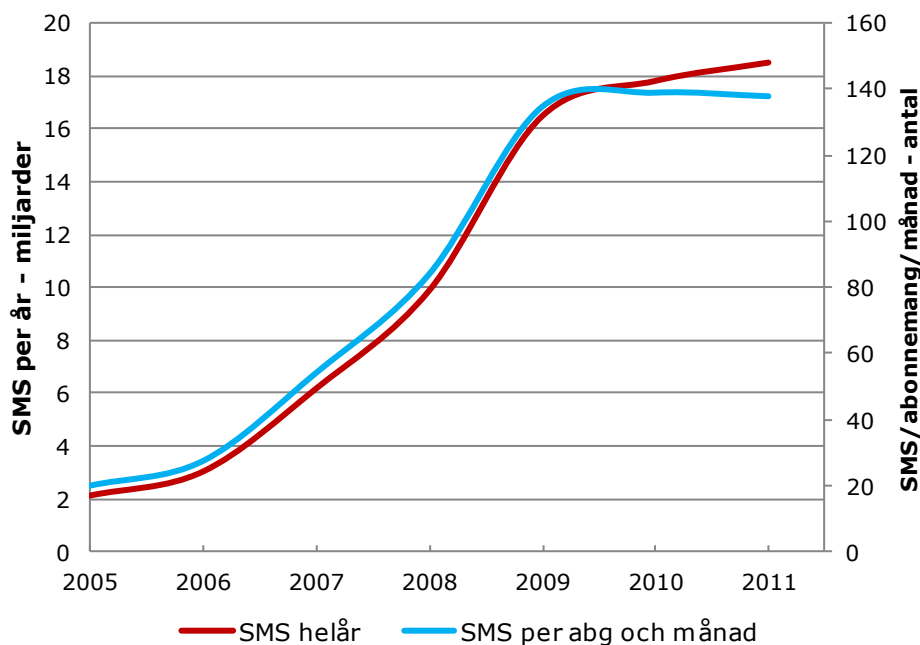
Under 2011 ringde svenska abonnenter som befunnit sig i utlandet 220 miljoner utgående samtalsminuter, varav 180 miljoner var inom EU/EEA. Detta är en minskning från 2010 då 226 miljoner samtalsminuter ringdes, varav 181 miljoner inom EU/EEA. Antalet mottagna samtalsminuter för abonnenter utomlands uppgick under 2011 till 153 miljoner, varav 133 miljoner inom EU/EEA. Detta är på samma nivå som under 2010 då det togs emot 153 miljoner samtalsminuter av svenska abonnenter utomlands, och av dessa var 130 miljoner inom EU/EEA.

Antalet ringda samtalsminuter från utländska abonnenter som ringt i Sverige uppgick under 2011 till 223 miljoner minuter, vilket är en minskning från 2010 då de var 228 miljoner.

3.2 Meddelandetjänster

Sms

Användningen av sms fortsätter att öka. Under 2011 skickades 18,5 miljarder sms från mobiltelefoner, vilket är en ökning från 2010 då det skickades 17,8 miljarder. Ökningen av sms har mattats av sedan 2009 och ligger nu på 4 procent.

Figur 11 Antal sända sms och antal sms per abonnemang och månad

Antalet sms per abonnemang och månad uppgick under 2011 till 138 stycken vilket är en minskning jämfört med 2010 då de var 139.

SMS i Norden

Om man jämför med de nordiska länderna, så är det i Sverige och Finland som totala antalet sända sms fortsatte att öka under 2011, medan antalet sända sms minskade redan 2010 för Danmark och Norge. På Island ökade antalet sända SMS något under 2011.

Under 2011 har en stor ökning skett av antalet skickade sms från datorsystem²¹. Dessa ingår inte i den redovisade sms statistiken ovan. Sista december 2010 uppgick dessa till 1,2 miljarder och sista december 2011 uppgick de till 2,8 miljarder vilket innebar en ökning på 1,5 miljarder.

Sms vid internationell roaming

²¹ Så kallad ”maskin till person”. Detta kan t.ex. vara påminnelse om tidsbokning, massutskick för reklam eller bekräftelse på biljettköp.

Under 2011 skickade svenska abonnenter 178 miljoner sms utomlands, varav 135 miljoner skickades från EU/EEA länder. Det är en ökning med 12 procent från 2010, då 159 miljoner sms skickades, varav 115 från EU/EEA länder. De utländska abonnenter som befann sig i Sverige skickade under 2011 181 miljoner sms och av dessa var 153 miljoner från abonnenter inom EU/EEA.

MMS

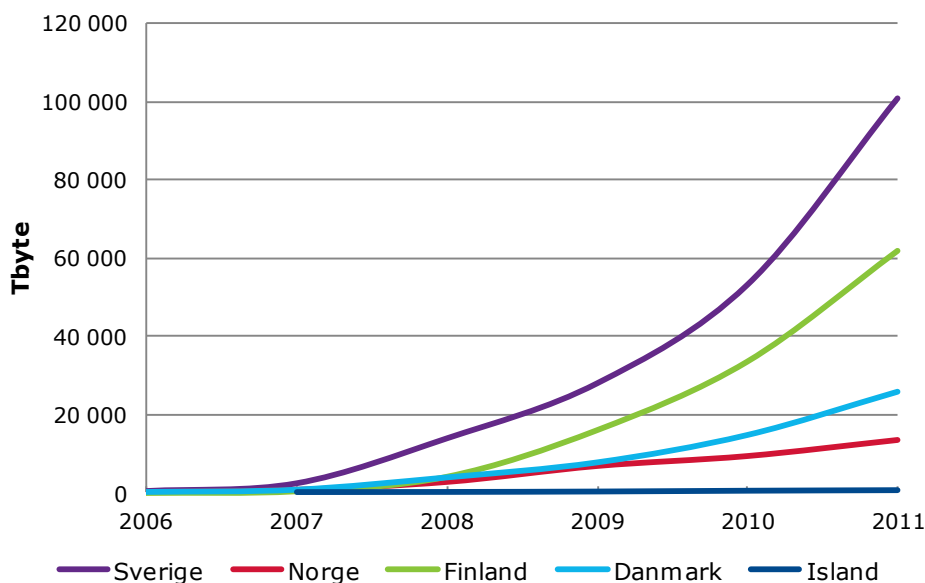
Antalet sända MMS i Sverige ökade från 168 miljoner under 2010 till 193 miljoner under 2011 vilket motsvarar en ökning på 15 procent. Det genomsnittliga antalet skickade mms per abonnemang ökade under året från 1,3 per månad 2010 till 1,4 per månad 2011.

3.3 Mobil datatrafik

Datatrafiken i de mobila näten fortsätter att öka. Mängden överförd data ökade med 90 procent, från 53 000 Terabyte under 2010 till 101 000 Terabyte under 2011. Genomsnittsanvändningen för de olika abonnemangstyperna fördelar sig enligt nedan:

Abonnemangsform	Datamängd per månad
Mobilt bredband som fristående tjänst	3,7 Gbyte
Mobilt bredband som tilläggstjänst	541 Mbyte
Abonnemang på både tal och data, men utan tillägg för bredband	85 Mbyte

Mobil datatrafik i Norden

Figur 12 Utvecklingen av mobil datatrafik i Norden

Datatrafiken i de mobila näten har ökat i samtliga nordiska länder under 2011. För Island och Norge var ökningen 41 respektive 44 procent under 2011. Mängden överförd data ökade med 76 procent i Danmark och 84 procent i Finland. I Sverige ökade mängden överförd data mest, med 90 procent.

Dataförbrukning vid internationell roaming

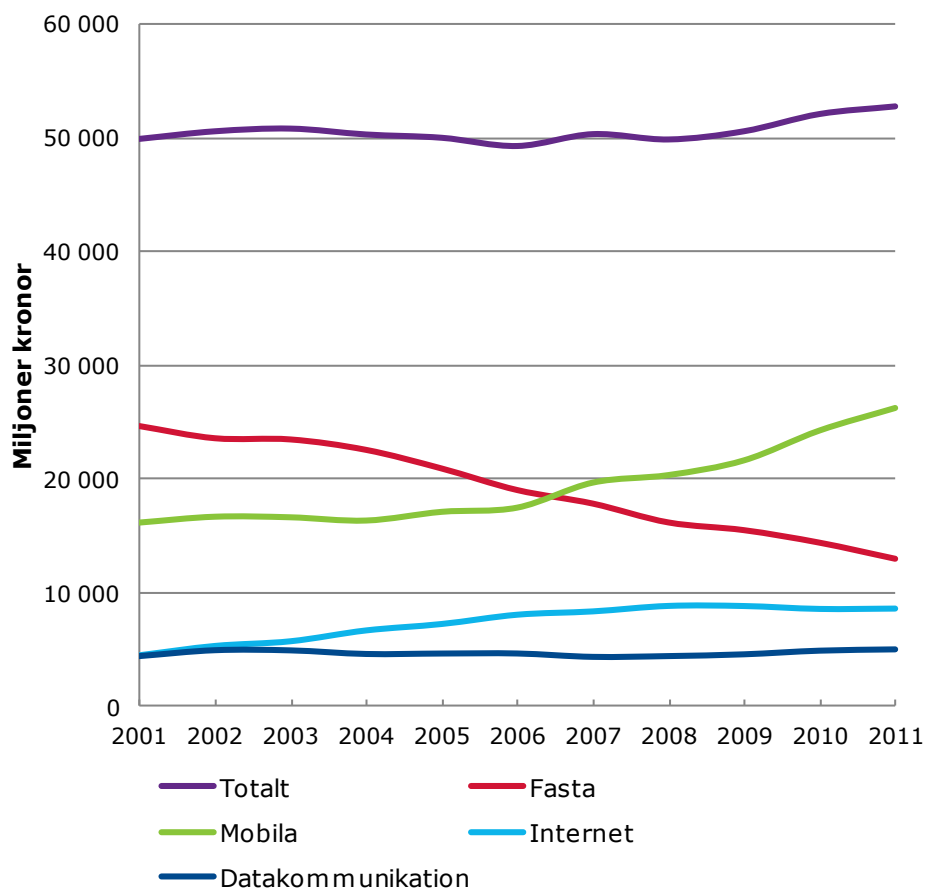
Under 2011 förbrukade svenska abonnenter 184 Terabyte när de befann sig utomlands och roamade. Det är en ökning med 140 procent sedan 2010 då de förbrukade 77 Terabyte. Nästan all dataroaming, 181 Terabyte, skedde inom EU/EEA länder. Av all dataroaming skedde 89 procent inom nät som ingick i den egna operatörens koncern.

De utländska abonnenter som befann sig i Sverige förbrukade 89 Terabyte under 2011, vilket är en ökning med 13 procent från 2010 då de förbrukade 78 Terabyte.

4 Intäkter på marknaden

Under 2011 ökade intäkterna på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation och årets intäkter blev 52,7 miljarder.

Figur 13 Intäkter på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation



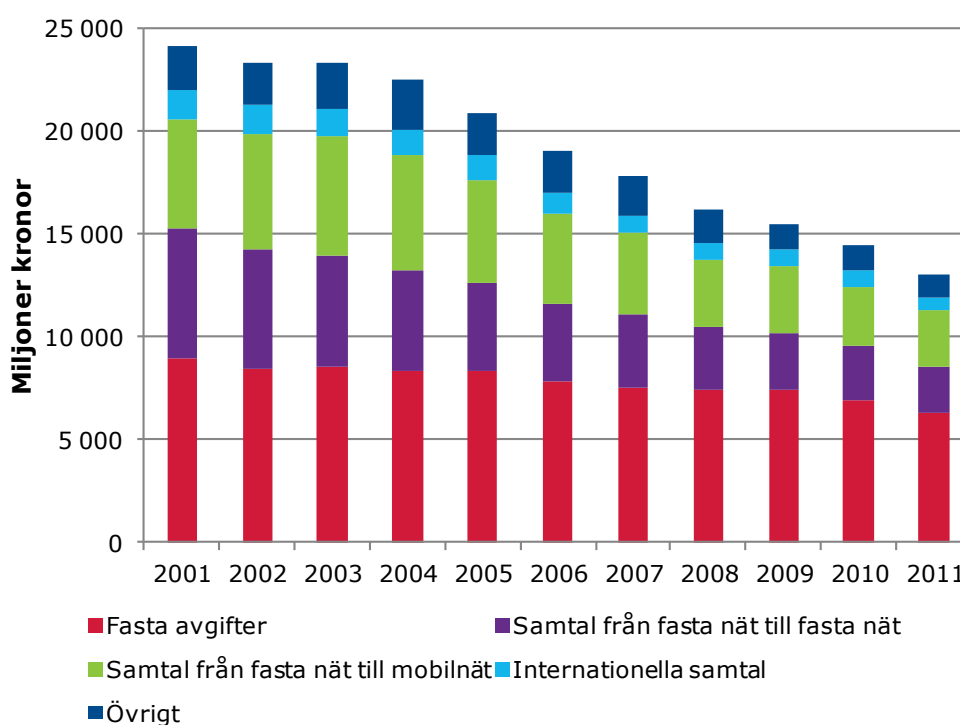
De totala intäkterna på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation har legat relativt stilla runt ca 50 miljarder sedan 2001 för att från och med 2009 öka något.

Den genomsnittliga intäkten som ett hushåll genererade under 2011 var 571 kronor per månad. Det är 4 kronor högre än under 2010²².

4.1 Fasta samtalstjänster

Den årliga intäkten för fasta samtalstjänster (exklusive intäkter från uppringd access till internet) sjönk från 14,4 miljarder 2010 till 13,0 miljarder 2011. Det motsvarar en minskning med 10 procent.

Figur 14 Intäkter från slutkunder för fasta samtalstjänster



Fördelningen av intäkter från de olika samtalsslagen är relativt oförändrad från 2010, och 48 procent av intäkterna kom liksom året innan från fasta avgifter. Det enda grupp av intäkter från fasta samtalstjänster som ökade är de från samtal via ip-telefoni som har ökat med 10 procent under 2011, från 1,4 år 2010 till 1,5 miljarder 2011.

Både antal abonnemang på ip-baserad telefoni och intäkter för detsamma ökade, medan samtalsminuterna genererade från ip-baserad telefon minskade under 2011. Totalt sett står abonnemang på ip-telefoni för 30 procent av alla

²² Beräkningen av genomsnittsintäkten är baserad på operatörernas intäkter från privata abonnemang och inkluderar inte moms.

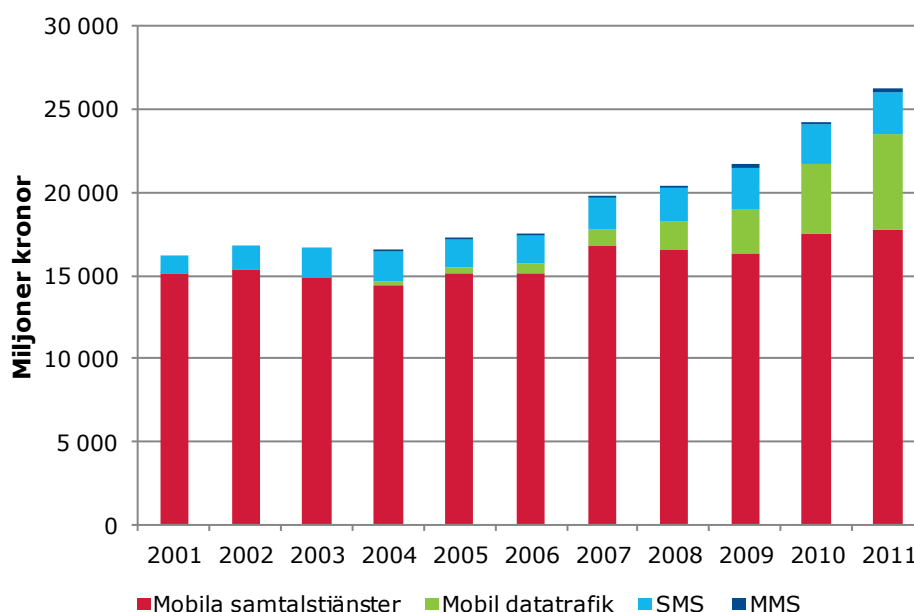
abonnemang på fasta samtalstjänster, medan intäkterna från ip-baserad telefoni endast utgjorde 12 procent av de totala intäkterna för fasta samtalstjänster.

Genomsnittsintäkten per månad under 2011 från ett abonnemang på fast samtalstjänst blev 235 kronor, vilket är en minskning med 12 kronor från 2010.

4.2 Mobila samtals och datatjänster

Intäkterna från mobila samtals- och datatjänster ökade med 8 procent under 2011 och årets intäkter blev 26,2 miljarder.

Figur 15 Intäkter från slutkunder för mobila samtals- och datatjänster



Intäkterna från mobil datatrafik ökade med 39 procent under 2011, från 4,2 till 5,8 miljarder, och intäkterna från mobil data står nu för 22 procent av de totala intäkterna på marknaden för mobila samtals- och datatjänster. Intäkterna från mobila samtalstjänster och sms ökade båda med 1 respektive knappt 3 procent under 2011. Intäkterna från mms, som utgör en liten del av de totala intäkterna för mobila samtals- och datatjänster, ökade med 13 procent under 2011.

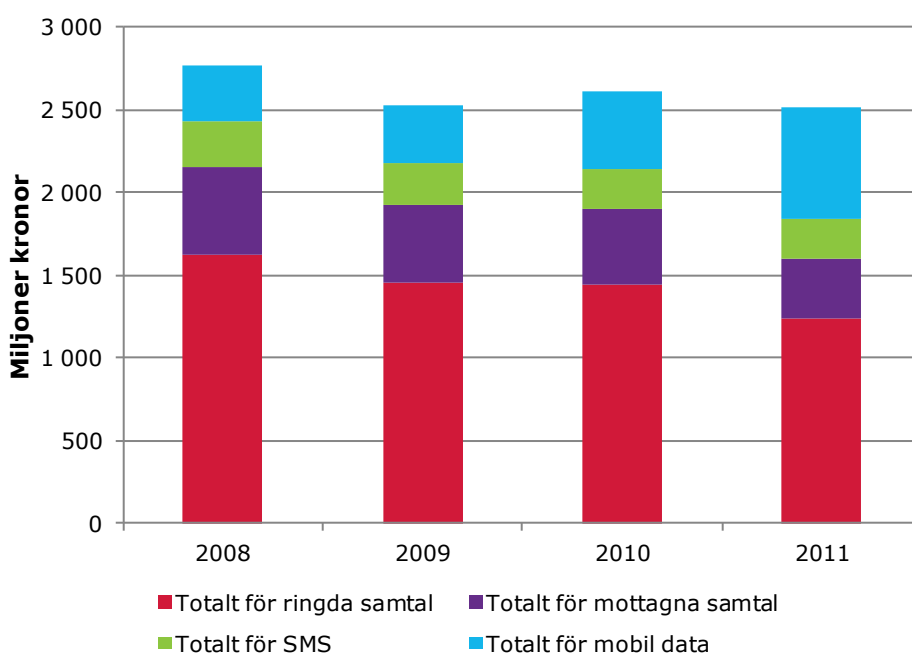
Den genomsnittliga intäkten per månad som ett abonnemang på mobil samtals- och datatjänst genererade ökade med 3 kronor under 2011 och blev 168 kronor.

4.3 Intäkter från telematik och roaming

Intäkter från telematikabonnemang ingår inte i de intäkter som tagits upp under avsnitt 4.1 och 4.2 ovan, utan redovisas separat. Under 2011 har intäkterna ökat med nästan 70 procent och blev 573 miljoner kronor.

De totala intäkterna från all mobil data, sms och samtalstrafik från svenska abonnenter i utlandet minskade från 2,6 miljarder 2010 till 2,5 miljarder 2011.

Figur 16 Intäkter från slutkunder vid roaming utomlands



Intäkterna från mobil data i utlandet ökade med nästan 40 procent under 2011, från 476 000 till 664 000. Det kan jämföras med trafiken vid dataroaming, som ökade med 140 procent under samma period.

4.4 Samtrafik i fasta och mobila nät

Samtrafik innebär att ett samtal rings från ett fast eller mobilt nät och sedan terminerar i ett annat fast eller mobilt nät. Samtal som rings inom ett och samma nät räknas inte som samtrafik. Av den anledningen är det totala antalet samtrafikminuter lägre än det totala antalet utgående trafikminuter.

Under 2011 terminerade 26,0 miljarder minuter i fasta nät, vilket är en minskning från 2010 då 28,8 miljarder minuter terminerades.

Samtrafikintäkterna från fast telefoni uppgick till 556 miljoner, en minskning med 166 miljoner kronor från 2010.

Den genomsnittliga intäkten per samtrafikminut för terminering av inkommande trafik från nationella operatörers nät var 3,0 öre 2011, en minskning med 0,4 öre från 2010 då den genomsnittliga intäkten per samtrafikminut var 3,4 öre.

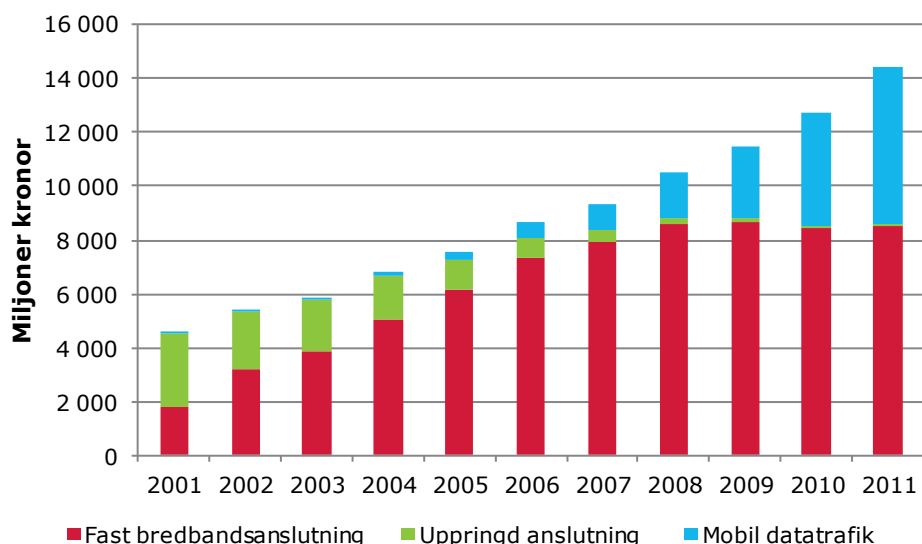
Under 2011 terminerade 10,42 miljarder minuter i mobila nät, vilket är en ökning med knappt 5 procent från 2010 då 9,7 miljarder minuter terminerades. Samtrafik intäkterna från mobil telefoni uppgick till 2,3 miljarder 2011, en minskning med 363 miljoner sedan 2010.

Den genomsnittliga intäkten per samtrafikminut för terminering av inkommande trafik från nationell operatörers nät var 22 öre, vilket är en minskning med 18 procent från 2010 då den genomsnittliga intäkten var 27 öre.

4.5 Internettjänster

I detta avsnitt redovisas huvudsakligen intäkter från fasta internettjänster, men intäkter från mobil data som redan redovisats i avsnitt 4.3, nämns även i detta avsnitt.

Figur 17 Intäkter från slutkunder för fasta internettjänster och mobil data



Intäkterna från internetabonnemang (exklusive mobil data) uppgick till knappt 8,58 miljarder under 2011, vilket var en marginell ökning från 2010 då de var drygt 8,55 miljarder.

Intäkterna från abonnemang på fast bredband ökade försumbart under 2011 och blev 8,52 miljarder. Intäkterna från uppringd anslutning sjönk under samma period med 9 procent, från 70 till 63 miljoner.

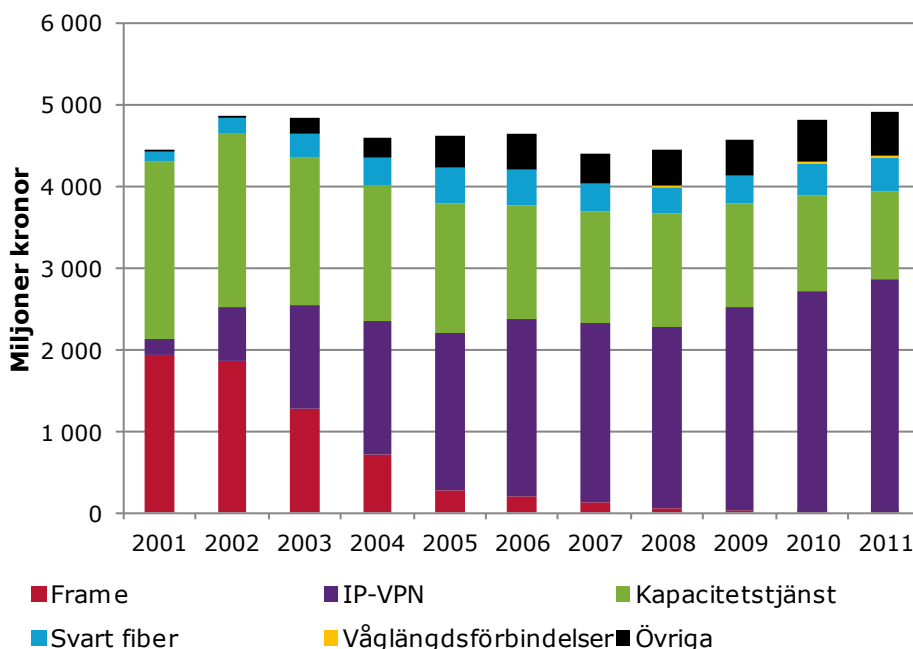
Intäkterna från abonnemang på mobilt bredband blev 5,83 miljarder 2011, en ökning med nära 39 procent från 2010.

Genomsnittsintäkten per månad som ett abonnemang på fast bredband genererade under 2011 blev 235 kronor. Det är en minskning med 3 kronor från 2010 då den var 238 kronor.

4.6 Datakommunikationstjänst

De totala intäkterna för marknaden för datakommunikation till slutkund ökade något under 2011 och årets intäkter blev 4,9 miljarder kronor.

Figur 18 Intäkter från slutkunder för datakommunikationstjänster

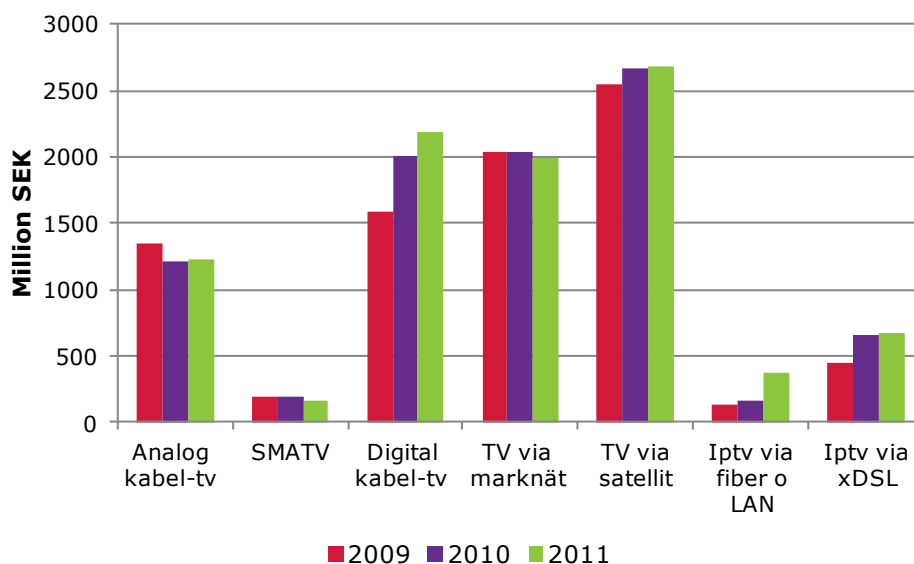


Intäkterna från IP-VPN, som utgjorde 58 procent av de totala intäkterna på marknaden, ökade med 6 procent under 2011 och blev 2,9 miljarder. Intäkterna från den näst största datakommunikationstjänsten, digitala och analoga kapacitetsförbindelser, minskade från 1,2 till 1,1 miljarder. Intäkterna från våglängdsförbindelser minskade från 38 till 32 miljoner, medan intäkterna från svart fiber ökade, från 379 till 393 miljoner.

4.7 Intäkter från tv-tjänster

Intäkterna för tv-tjänster avser intäkter för grund- och tilläggsabonnemang samt SMATV²³. I intäkterna ingår samtliga intäkter som är hänförliga till slutkundens köp av grundpaket eller tilläggspaket. Intäkter redovisas för åren 2009 till 2011.

Figur 19 Intäkter från tv-tjänster



Intäkterna från tv-tjänster uppgick till cirka 9,1 miljarder kronor under 2011 vilket är en ökning med 4 procent jämfört med 2010 då de var 8,8 miljarder kronor.

Den största ökningen i intäkter stod ip-tv via fiber för med 120 procent ökning till 375 miljoner kronor. Även intäkter från ip-tv via xDSL ökade något med 2 procent till 670 miljoner.

²³ Med SMATV avses här SMATV inom agentverksamheten, SMATV inom operatörsverksamheten ingår inte här.

Intäkterna för tv-abonnemang via marknätet minskade med 2 procent under året till 2 miljarder kronor år 2011. Under samma period var intäkterna för tv-tjänster via satellit på samma nivå som föregående år.

Intäkterna från analoga kabel-tv abonnemang låg på 1,2 miljarder kronor under 2011 vilket är på samma nivå som året innan. Under samma period ökade intäkterna från digital kabel-tv abonnemangen med 9 procent, från 2,0 miljarder till 2,2 miljarder kronor. Intäkterna från agentverksamheten (SMATV) minskade med 20 procent till 159 miljoner kronor under samma period.

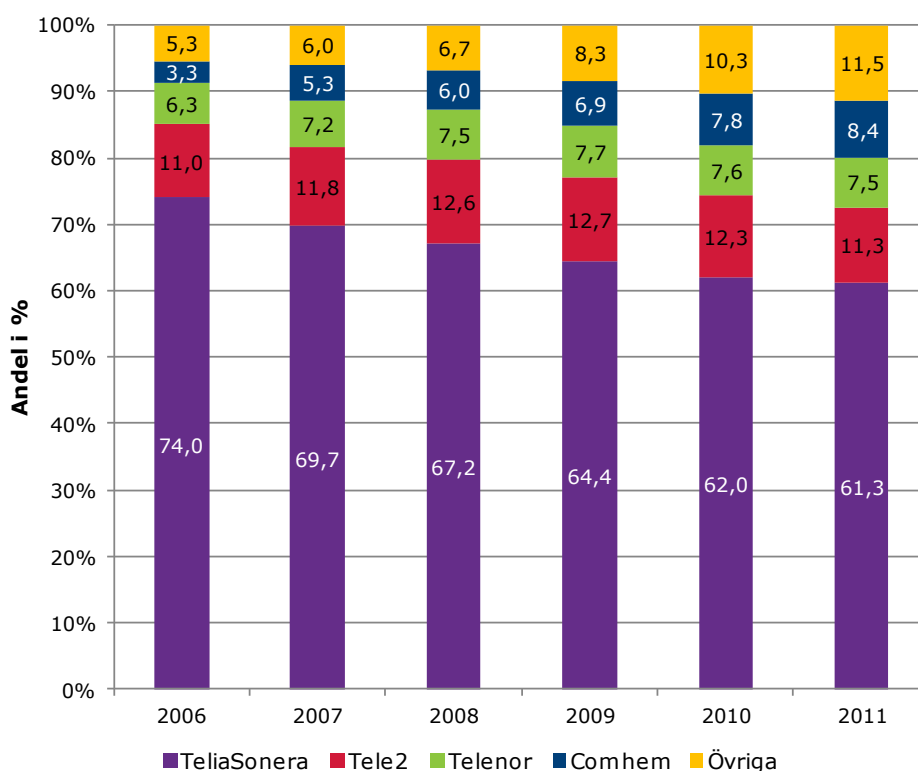
5 Marknadsandelar

På PTS statistikportal (statistik.pts.se), under fliken ”Svensk telemarknad”, finns marknadsandelar för samtliga tillfrågade aktörer. För helåren 2006-2011 finns marknadsandelar beräknade för intäkter, trafik och abonnemang. För halvåren under samma period finns endast marknadsandelar för trafik och abonnemang beräknade.

5.1 Fasta samtalstjänster

Marknadsandelar för fasta samtalstjänster inkluderar alla abonnemang för fasta samtalstjänster, men inte förvals- och prefixabonnemang.

Figur 20 Marknadsandelar – Abonnemang på fasta samtalstjänster



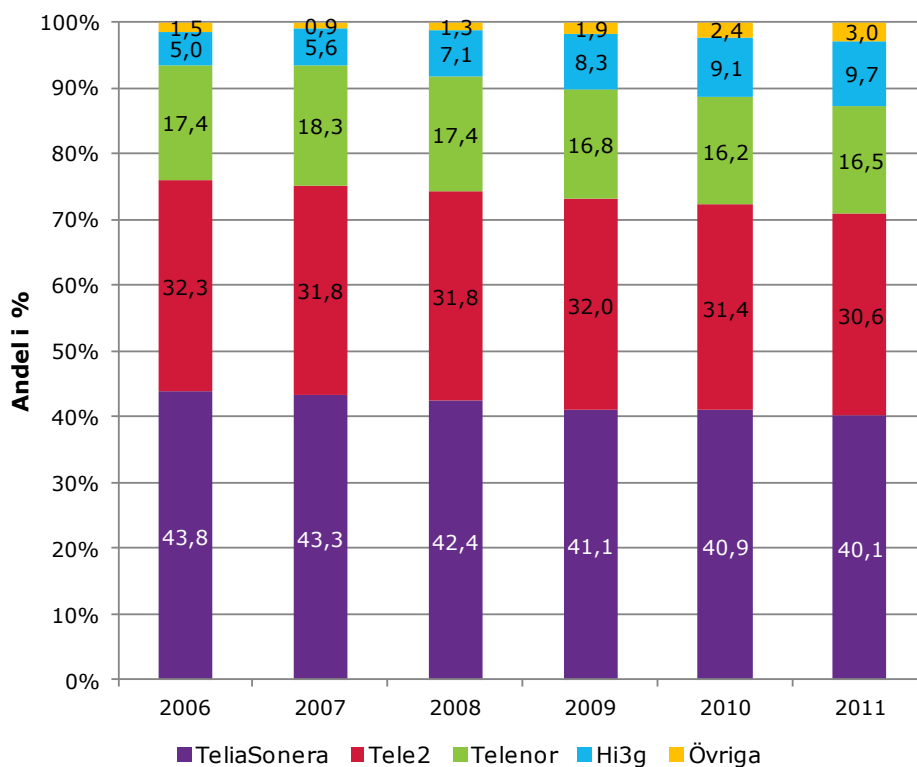
TeliaSoneras marknadsandel minskade från 62 procent till 61,3 procent under 2011. Tele2 och Telenors marknadsandelar har också minskat under samma period. Comhems marknadsandel ökade under 2011 från 7,8 till 8,4 procent.

De övriga aktörernas samlade marknadsdel ökade mest under 2011, från 10,3 procent i slutet av 2010 till 11,5 procent i slutet av 2011.

5.2 Mobila samtalstjänster och mobil data

Marknadsandelarna²⁴ på mobila samtals- och datatjänster inkluderar samtliga abonnemang på mobila samtals- och datatjänster, men inte abonnemang på telematik.

Figur 21 Marknadsandelar – Abonnemang på mobila samtals- och datatjänster



Operatören Hi3G har fortsatt att öka sin marknadsandel under 2011, vilket man har gjort varje år sedan 2006. Marknadsandelen har ökat från 9,1 till 9,7 procent mellan sista december 2010 och sista december 2011. Telenor ökade sin marknadsandel från 16,2 procent sista december 2010 till 16,5 procent sista

²⁴ I figuren ovan har marknadsandelar för serviceproviders som delägs av en nätoperatör till minst 50 procent adderats till nätoperatörens marknadsandel. Abonnemang på mobila bredband inkluderas både i figur 21 som visar andelen mobila samtals- och datatjänster och i figur 23 som visar andelen mobila bredband

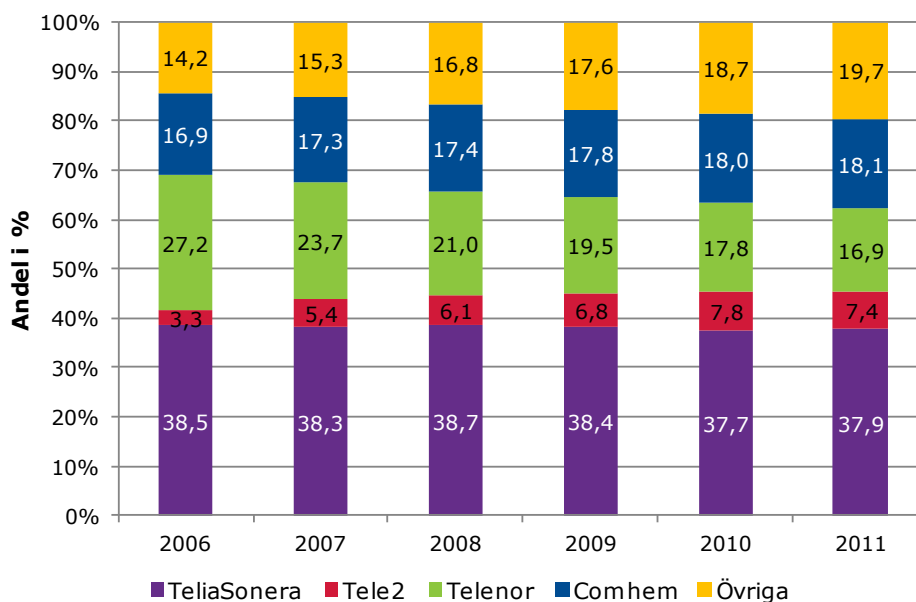
december 2011. Telia och Tele2 minskade sina marknadsandelar under samma period.

5.3 Bredbandsabonnemang

De fem största aktörerna på marknaden för fast och mobilt bredband var TeliaSonera, Tele2, Telenor, Hi3G och Comhem som tillsammans stod för nära 92 procent av marknaden.

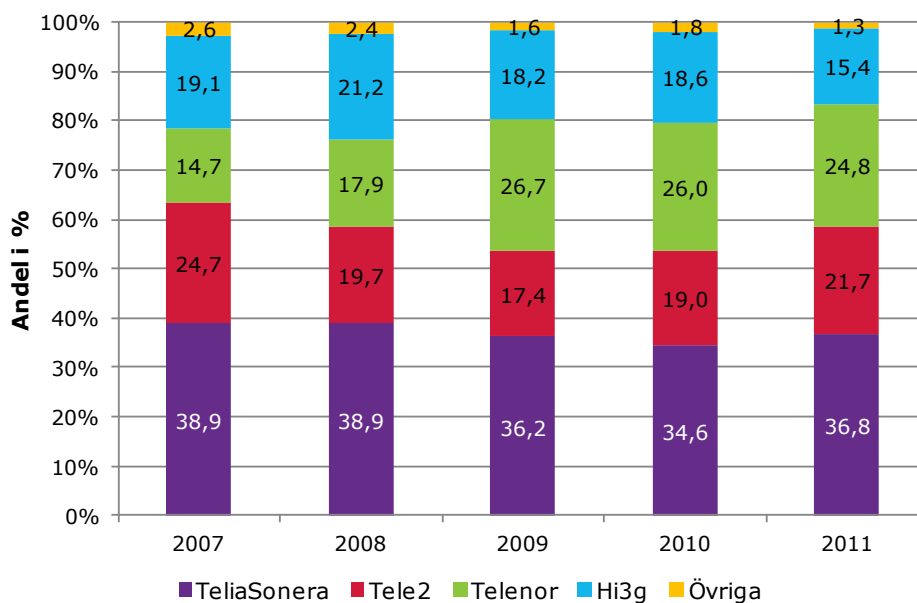
Fast bredband

Figur 22 Marknadsandelar - Abonnemang på fast bredband



Sett till antal abonnemang ökade den största operatören på marknaden, TeliaSonera, sin marknadsandel under 2011, från 37,7 till 37,9 procent. Telenors marknadsandelar minskade, från 17,8 till 16,9 procent. Tele2s marknadsandel minskade medan Comhems marknadsandel ökade. Störst ökning stod de övriga operatörernas samlade marknadsandel för, från 18,7 procent i slutet av 2010 till 19,7 procent i slutet av 2011.

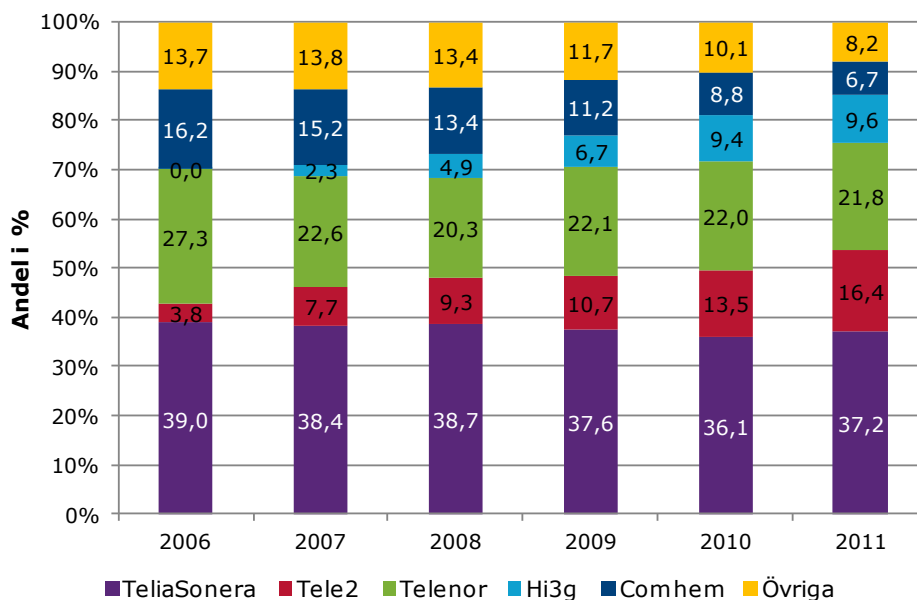
Mobilt bredband

Figur 23 Marknadsandelar - Abonnemang på mobilt bredband

TeliaSoneras marknadsandel ökade med 2,2 procentenheter från 34,6 procent sista december 2010 till 36,8 procent sista december 2011. Tele2s marknadsandel ökade under samma period från 19,0 till 21,7 procent. Både Hi3G och Telenors marknadsandelar minskade, Telenors från 26,0 till 24,8 procent och Hi3G från 18,6 till 15,4 procent. Marknadsandelar för mobila bredband visas för åren 2007 och 2008 baserat på mobilt bredband som fristående tjänst och för åren 2009-2011 som totalantalet för mobila bredband som fristående tjänst och mobila bredband som tilläggstjänst.

Samtliga bredband

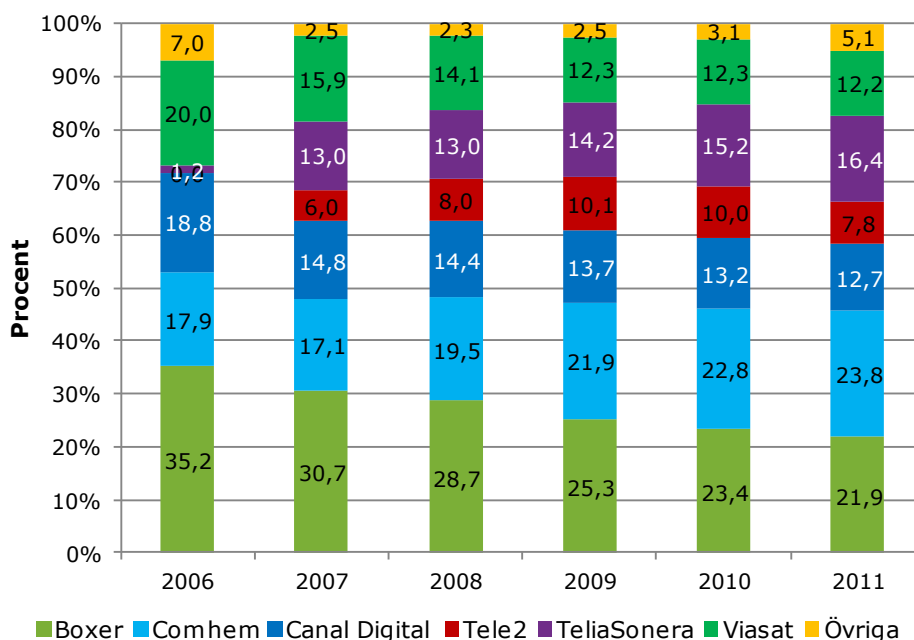
Figur 24 Marknadsandelar – Abonnemang på samtliga bredband



Sett till samtliga abonnemang var det TeliaSonera, Tele2 och Hi3G som ökade sina marknadsandelar mellan 2010 och 2011. Telia ökade sin marknadsandel från 36,1 till 37,2 procent, Tele2 från 13,5 till 16,45 procent och Hi3G från 9,4 till 9,6 procent. Telenors marknadsandelar minskade med 0,2 procent. Comhems marknadsandel minskade från 8,8 till 6,7 procent medan de övriga operatörernas samlade marknadsandel minskade från 10,1 procent 2010 till 8,2 procent 2011.

5.4 Digitala tv-tjänster

De sex största aktörerna på digitala betal-tv marknaden den sista december 2011 var Comhem, Boxer, Canal Digital, Viasat, TeliaSonera och Tele2. Tillsammans stod de för 95 procent av samtliga abonnemang på digitala betal-tv marknaden.

Figur 25 Marknadsandelar – Abonnemang på digitala tv-tjänster

Boxer, som är den enda aktören i det digitala marknätet, minskade sin andel från 23,4 procent i slutet av 2010 till 21,9 procent i slutet av 2011. Baserat på antalet abonnemang på digitala betal-tv marknaden ökade Comhem under samma period sin marknadsandel från 22,8 till 23,8 procent och är därmed den största aktören på digitala betal-tv marknaden. Canal Digitals marknadsandel minskade, från 13,2 till 12,7 procent. TeliaSoneras marknadsandel ökade från 15,2 procent i slutet av 2011 till 16,4 procent i slutet av 2010. Viasat, som erbjuder satellit-tv, minskade sin andel på marknaden för digital-tv något, från 12,3 till 12,2 procent. Tele2 minskade från 10,1 procent till 7,8 procent. Sammanställningen baseras enbart på de digitala kabel-tv abonnemangen, de analoga kabel-tv abonnemangen är inte inkluderade.

Bilaga 1 Rapporttabeller

Tabellnr

Marknaden för elektronisk kommunikation

- 1 Nyckeldata
- 2 Nyckeldata flera år
- 3 Slutkundsintäkter
- 4 Trafikminuter
- 5 Intäkter från ett genomsnittshushåll

Fasta samtalstjänster

- 6 Abonnemang - antal
- 7 Slutkundsintäkter - kronor
- 8 Trafikminuter - utgående
- 9 Abonnemangsintäkter - genomsnitt
- 10 Samtal - antal
- 11 Samtal - genomsnitt
- 12 Samtrafik i fasta nät

Mobila samtals- och datatjänster

- 13 Abonnemang - antal
- 14 Abonnemang - fördelning
- 15 Abonnemang - tillväxt
- 16 Slutkundsintäkter - kronor
- 17 Slutkundsintäkter - kronor
- 18 Trafikminuter - utgående
- 19 Samtal - antal
- 20 Mobila datatjänster
- 21 SMS
- 22 MMS
- 23 Telematik
- 24 Samtrafik i mobilnät

Datakommunikationstjänster till slutkund

- 25 Slutkundsintäkter
 - Antal installerade nationella hyrda
- 26 förbindelser

Datakommunikationstjänster till grossistkunder

- 27 Intäkter

Internettjänster

- 28 Abonnemang - antal
- 29 Abonnemang - fördelning
- 30 Abonnemang - bredband
- 31 Uppströmshastigheter
- 32 Abonnemang - hastigheter
- 33 Slutkundsintäkter - kronor
- 34 Penetration och genomsnittlig intäkt

tv-tjänster

- 35 Abonnemang
- 36 Intäkter

Sampaketerade abonnemang

- 37 Abonnemang

**Mobila samtalstjänster -
internationell roaming i utlandet**

- 38 Trafik
- 39 Intäkter (Euro)
- 40 Intäkter (kr)

**Mobila samtalstjänster -
internationell roaming i Sverige**

- 41 Trafik
- 42 Intäkter (Euro)
- 43 Intäkter (kr)

Nummerportabilitet

- 44 Nummerportabilitet

Bilaga 2 Kvalitetsdeklaration

B.0 Inledning

Svensk Telemarknad är en datainsamling som genomförs två gånger årligen. Resultaten presenteras på en statistikportal (www.statistik.pts.se) samt i sammanfattad form i en rapport.

B.1 Innehåll

1.1 Statistiska målstorheter

Insamlingen samlar in uppgifter om antal abonnemang fördelat på abonnemangstyper, trafik fördelat på trafikslag och intäkter från slutkunds- och grossistmarknaden avseende marknaden för elektronisk kommunikation. Uppgifterna redovisas i vissa fall uppdelat på privat respektive företag.

1.2 Objekt och population

Målpopulationen består av samtliga 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 §. Anmälningsspliktiga 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 webenkät. I insamlingen ingår variabler avseende:

- Abonnemang (antal samt typ)
- Trafikvolym (antal minuter och samtal fördelat på trafikslag)
- Intäkter (kronor och euro)
- Marknadsandelar (baserat på antal abonnemang)

1.4 Statistiska mått

Insamlad data redovisas i antal, i SEK, i Euro, i byte, i byte/s, som ett genomsnitt per kosthushåll, antal per minut och som antal per 1000 innevånare.

1.7 Redovisningsgrupper

Data presenteras i åtta grupper: fasta samtalstjänster, mobila samtals- och datatjänster, internetjänster, samtrafik i fasta respektive mobila nät, datakommunikationstjänster, roaming i Sverige och i utland, tv-tjänster och sampaketerade abonnemang. Redovisning fördelat på privat respektive företag förekommer, liksom fördelning på grossist respektive slutkundsmarknad.

1.6 Referenstider

Datainsamlingen avser kalenderår 2011.

1.7 Fullständighet

Datainsamlingen Svensk Telemarknad är en fristående undersökning men PTS samlar även årligen in data om bredbandsaccesser.

B.2 Tillförlitlighet

2.2 Tillförlitlighet totalt

Svensk Telemarknad är en totalundersökning som saknar osäkerhetsmått, osäkerhet förekommer dock, se 2.2. Datainsamlingen har en hög svarsfrekvens, 88 % i 2011 års insamling. Dock kan rampopulationen vara mindre än målpopulationen, en osäkerhet som bedöms som liten då PTS registerkvalitet generellt bedöms som god.

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

2.3 Osäkerhetskällor

Trots att marknaden är totalundersökt påverkas resultatet av ett antal felkällor, t.ex. bortfall, under- och övertäckning och olika typer av mätfel

Skattning

Ingen skattning sker för de aktörer vars svar saknas. Deras andel av marknaden bedöms dock inte utgöra mer än 3 procent av något verksamhetsområde.

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.

Bearbetning

Insamlade uppgifter genomgår bearbetning och vid behov korrigerings, ibland efter kompletterande uppgifter från företag.

B.3 Aktualitet

3.1 Frekvens

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

3.2 Framställningstid

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

3.3 Punktlighet

Enligt plan, 6 månader efter undersökningsårets utgång

B.4 Jämförbarhet och sam användbarhet

4.1 Jämförbarhet över tiden

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

4.2 Jämförbarhet mellan grupper

Vissa variabler i dataframställningen ingår även i annan statistik:

- Kosthushåll. Statistiska Centralbyrån SCB publicerar årligen statistik över antal kosthushåll i Sverige
- Befolkning i Sverige. SCB publicerar även årligen statistik över befolkningen i Sverige

4.3 Samanvändbarhet med annan statistik

Post- och Telestyrelsen redovisar i rapportserien ”Svensk Telemarknad” årligen resultaten från enkäten. Från 2003 bearbetar PTS och SCB statistiken gemensamt vilket leder till att statistik redovisad av både PTS och Trafikanalys kan sammanvändas från 2003. För tidigare årgångar kan vissa skillnader till följd av separata statistikbearbetningar förekomma.

4.4 Tillgänglighet och förståelighet

Datainsamlingsresultatet presenteras på en statistikportal i form av tabeller. Resultatet sammanställs även i en rapport, Svensk Telemarknad 2011.

4.5 Spridningsformer

Både statistikportalen och rapporten finns allmänt tillgängligt 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 forskare efter förfrågan.

4.8 Upplysningar lämnas av

- Pamela Davidsson, PTS, telefon 08-678 57 00, e-post: pamela.davidsson@pts.se, eller
- Bianca Gustafsson Kojo, PTS, Telefon 08-678 57 00, e-post: bianca.gustafssonkojo@pts.se