

Svensk telemarknad första halvåret 2014



Svensk telemarknad första halvåret 2014

Rapportnummer

PTS-ER 2014:29

Diarienummer

14-6750

ISSN

1650-9862

Författare

Andreas Wigren, Karin Fransén

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Innehåll

Sammanfattning	5
Summary	6
1 Syfte och metod	10
1.1 Upplägg och genomförande	10
1.2 Avvikelser och uppdatering av data	11
1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar	12
1.4 Definitioner	12
2 Marknadsutveckling - abonnemang	14
2.1 Fasta samtalstjänster	14
2.2 Mobila samtals- och datatjänster	16
2.3 M2M-tjänster	18
2.4 Nummerporteringar	19
2.5 Internettjänster	20
2.6 Tv-tjänster	27
2.7 Sampaketerade tjänster	32
3 Användning – trafik	34
3.1 Samtalstrafik	34
3.2 Meddelandetjänster	35
3.3 Mobil datatrafik	37
4 Intäkter på marknaden	39
4.1 Mobila samtals- och datatjänster	39
4.2 M2M	40
5 Marknadsandelar	41
5.1 Fasta samtalstjänster	41
5.2 Mobila samtals- och datatjänster	42
5.3 Bredband	43
5.4 Tv-tjänster	45
Bilaga 1 Deltagarförteckning	48
Bilaga 2 Rapporttabeller	50
Bilaga 3 Kvalitetsdeklaration	52

Figurer

Figur 1	Antal abonnemang på fast telefoni	14
Figur 2	Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster	17
Figur 3	Antal abonnemang på M2M-tjänster	19
Figur 4	Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer	20
Figur 5	Antal internetabonnemang.....	21
Figur 6	Utveckling av abonnemang på fasta internetjänster	22
Figur 7	Fördelning av hastighet för nedladdning av data - fast bredband	23
Figur 8	Fördelning av hastighet för nedladdning av data - mobilt bredband.....	25
Figur 9	Fördelning av hastighet för uppladdning av data - fast bredband	26
Figur 10	Antal tv-abonnemang per distributionsplattform	28
Figur 11	Andel tv-abonnemang per distributionsplattform	29
Figur 12	Antal tv-abonnemang via bredband	31
Figur 13	Antal sampaketerade abonnemang	33
Figur 14	Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang	34
Figur 15	Utveckling av antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad	36
Figur 16	Mängd överförd mobil data	37
Figur 17	Intäkter från mobila samtals- och datatjänster	39
Figur 18	Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtalstjänster	41
Figur 19	Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster.....	42
Figur 20	Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt	43
Figur 21	Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband	44
Figur 22	Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband	45
Figur 23	Andelar – abonnemang på tv-tjänster	46
Figur 24	Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster.....	47

Sammanfattning

Det fanns drygt 3,8 miljoner abonnemang på fast telefoni den sista juni 2014, en minskning med 5 procent sedan samma datum 2013. Antalet abonnemang på mobila samtals- och datatjänster uppgick till 14,1 miljoner, en liten ökning sedan juni 2013. Jämfört med sista december 2013 är det dock en minskning med 0,5 procent. Abonnemang på enbart samtalstjänster minskade starkt medan övriga abonnemang fortsatte att öka. Nästan 3 miljoner mobilabonnemang hade använt tjänster i 4G-nät, vilket är en ökning med 2,1 miljoner jämfört med 30 juni 2013.

Antalet bredbandsabonnemang via fiber (inklusive fiber-LAN) ökade med 21 procent och uppgick till 1,3 miljoner den sista juni 2014. Fiber var därmed den vanligaste accesstekniken för fast bredband tillsammans med xDSL. Totalt ökade de fasta bredbandsabonnemangen med 4 procent till 3,2 miljoner.

Bredbandsabonnemang med höga hastigheter både nedströms och uppströms fortsatte att öka. Den sista juni 2014 fanns nästan 1,1 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer nedströms. Antalet abonnemang med 100 Mbit/s eller mer uppströms ökade kraftigt och uppgick till 608 000 vid samma tidpunkt.

Iptv via fiber var den enda plattform för traditionella tv-tjänster som ökade under perioden.

Under första halvåret 2014 överfördes 164 000 terabyte data i mobilnäten, vilket är 31 procent mer än under första halvåret 2013. Knappt en tredjedel av datatrafiken i mobilnäten genererades av smarta telefoner.

Det totala antalet trafikminuter ökade med 1 procent till 19,8 miljarder. Minuterna från mobilabonnemang ökade med 7 procent till 13,7 miljarder medan antalet trafikminuter från fasta abonnemang sjönk med 11 procent till 6,1 miljarder. Det skickades 6,5 miljarder sms från mobiltelefoner under första halvåret 2014, vilket är en minskning med 12 procent jämfört med samma period föregående år.

Under första halvåret 2014 var de totala intäkterna på slutkundsmarknaden för mobila samtals- och datatjänster drygt 14,6 miljarder kronor. Jämfört med första halvåret 2013 är det en ökning på 4 procent. Merparten, 54 procent, av de totala intäkterna kom från samtalstjänster, men andelen minskade samtidigt som andelen från mobila datatjänster ökade till 33 procent. Omkring två tredjedelar av slutkundsintäkterna på mobilmarknaden kom från fasta avgifter.

På PTS statistikportal (www.statistik.pts.se) finns statistiken från rapporten publicerad i tabeller, där även data för enskilda aktörer är tillgänglig.

Summary

There were just over 3.8 million subscriptions for fixed-line telephony on the last day of June 2014, a decrease by 5 per cent from the same date in 2013. The number of subscriptions for mobile voice and data services amounted to less than 14.1 million, a small increase since June 2013. However, compared to the last day of December 2013, this represents a drop of 0.5 per cent. Subscriptions without mobile data decreased strongly, while other subscriptions continued to increase. Nearly 3 million subscriptions had used services in 4G networks, which is an increase of 2.1 million compared to 30 June 2013.

The number of broadband subscriptions via fibre (including fibre LAN) increased by 21 per cent and amounted to 1.3 million at the end of June 2014. Consequently, fibre became the most common access technology for fixed broadband, together with xDSL. In total, fixed broadband subscriptions increased by 4 per cent to just over 3.2 million.

Broadband subscriptions with high speeds both downstream and upstream continued to increase. On the last day of June 2014, there were nearly 1.1 million subscriptions with downstream speeds of 100 Mbit/s or more. The number of subscriptions with upstream speeds of 100 Mbit/s or more increased sharply and amounted to 608,000 at the same point in time.

During the first half of 2014, 164,000 terabytes of data were transferred over the mobile networks, which is 31 per cent more than during the first half of 2013. Slightly less than one third of the data traffic in the mobile networks was generated by smartphones.

The total number of traffic minutes increased by 1 per cent to 19.8 billion. The minutes from mobile subscriptions increased by 7 per cent to 13.7 billion, while the number of traffic minutes from fixed subscriptions dropped by 11 per cent to 6.1 billion. There were 6.5 billion SMS messages sent from mobile telephones during the first half of 2014. This is a drop of 12 per cent compared with the same period last year.

During the first half of 2014, the total revenue of the retail market for mobile voice and data services was slightly more than SEK 14.6 billion. This is an increase of 4 per cent compared with the first half of 2013. The main part, 54 per cent, of the total revenue came from voice services, yet the share decreased while the share of mobile data services increased to 33 per cent. Approximately two-thirds of the revenues in the mobile market came from fixed charges.

On the statistics portal of the Swedish Post and Telecom Authority (PTS) (www.statistik.pts.se), statistics from the report are available in tables, in which data from individual operators is also made available.

Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation

	1H 2014	1H 2013	Förändring
Fasta samtalstjänster			
Abonnemang för fast telefoni (tusen)	3 837	4 018	-5%
varav abonnemang på ip-baserad telefoni (tusen)	1 663	1 480	12%
Utgående trafikminuter (miljoner)	6 102	6 852	-11%
Privat	2 853	3 657	-22%
Företag	3 249	3 196	2%
Mobila samtals- och datatjänster			
Mobilabonnemang (tusen)	14 130	14 057	1%
Privat	10 859	10 847	0%
Företag	3 270	3 210	2%
varav aktiva UMTS/CDMA 2000-abonnemang	11 319	9 614	18%
varav abonnemang som har använt 4G (LTE)	2 981	868	243%
varav mobilt bredband som fristående tjänst	2 208	2 156	2%
varav mobilt bredband som tilläggstjänst	5 912	5 400	9%
Utgående trafikminuter (miljoner)	13 692	12 832	7%
Antal skickade SMS (miljoner)	6 545	7 455	-12%
Antal skickade MMS (miljoner)	183	139	31%
Trafik för mobila datatjänster (Tbyte)	163 601	124 693	31%
Intäkter från mobilabonnemang, SMS, MMS och mobil datatrafik (mkr)	14 643	14 025	4%
Privat	9 935	9 282	7%
Företag	4 709	4 743	-1%
M2M-abonnemang	5 578	4 545	23%
Internettjänster			
Internetabonnemang (tusen)	11 408	10 738	6%
Abonnemang på uppringd anslutning	86	101	-14%
Abonnemang på fast bredbandsanslutning	3 201	3 081	4%

via kabel-tv	583	580	1%
via fiber och fiber-LAN	1 301	1 103	18%
via xDSL	1 302	1 384	-6%
Abonnemang på mobil bredbandsanslutning	8 120	7 557	7%
via mobilt bredband som fristående tjänst	2 208	2 156	2%
via mobilt bredband som tilläggstjänst	5 912	5 400	9%
<i>Tv-tjänster</i>			
Antal tv-abonnemang per distributionsplattform (tusen)	4 553	4 544	0%
via kabel-tv	2 349	2 394	-2%
via marknätet	569	574	-1%
via satellit	630	635	-1%
via iptv	772	670	15%
via fiber och fiber-LAN	503	387	30%
via xDSL	269	284	-5%
via SMATV	233	270	-14%
<i>Sampaketerade tjänster</i>			
Antal sampaketerade abonnemang (tusen)	1 730	1 730	0%

1 Syfte och metod

Syftet med rapporten Svensk telemarknad första halvåret 2014 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.

Svensk telemarknad ska främst ses som PTS rapport för statistik över marknaden för elektronisk kommunikation och fokus ligger därför på att redovisa marknadsbeskrivande statistik.

Statistiken för första halvåret 2014 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 2014 gjordes via ett webbaserat frågeformulär som skickades ut till sammanlagt 57 aktörer den 1 juli 2014. Datainsamlingen pågick under perioden juli-september 2014, 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 2014. Antalet aktörer inom de olika verksamhetsområdena framgår av sammanställningen nedan. Observera att en operatör kan vara verksam inom flera områden.

Område	1H 2014
Fasta samtalstjänster	32
Mobila samtals- och datatjänster	24
Internettjänster	38
Tv-tjänster	24
Sampaketerade tjänster	17
Totalt antal tillfrågade	57

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).

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 internettjänster 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.

Uppringd anslutning	PSTN, ISDN
Fast anslutning	Anslutning via det fasta telenätet (PSTN, ISDN, xDSL), fast radio, satellit, kabel-tv-nät, fiber och fiber-LAN.
Mobil anslutning	Anslutning via mobilnäten (EDGE, CDMA2000, UMTS, LTE).
Trådlös anslutning	Fast radio, satellit eller mobil anslutning
Trådbunden anslutning	Anslutning via det fasta telenätet (PSTN, ISDN, xDSL), kabel-tv-nät, fiber och fiber-LAN.
Bredbandstjänst	Internetanslutning med hög hastighet. Innefattar digital anslutning via fast radio, satellit och kabel-tv-nät, telenät (xDSL), fiber, fiber-LAN samt mobilt bredband.

Mobilt bredband

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 taltrafikminuter för tal under senaste kvartalet i perioden.

Mobilt bredband som tilläggstjänst



Avser "bundlingsprodukter" där abonnenten köper en tjänst med minst 1 Gbyte datatrafik per månad till ett abonnemang som används för taltjänster. I praktiken används dessa abonnemang 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

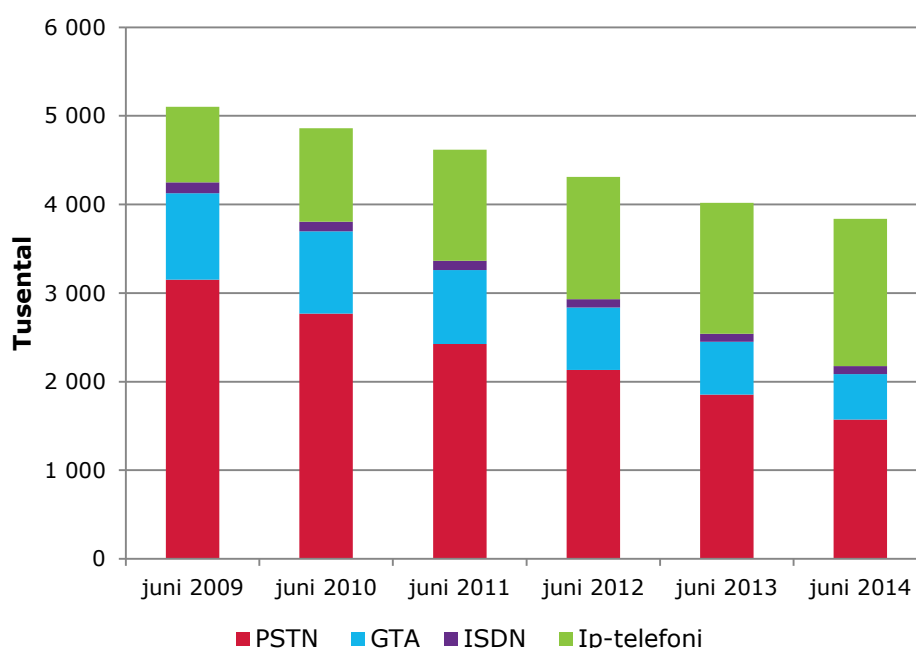
Från och med 2013 har Statistiska centralbyrån (SCB) ändrat sin metod för insamling av hushållsstatistiken, vilken nu helt baseras på uppgifter från register. Som en följd av detta har PTS från och med 2013 valt att använda de nya uppgifter om hushåll som finns tillgängliga. Det innebär att statistik relaterad till antalet hushåll i denna rapport inte är helt jämförbar med motsvarande statistik i tidigare årgångar av Svensk telemarknad, där uppgifterna om hushåll baserades på svar från enskilda personer och fastighetsägare.

2 Marknadsutveckling - abonnemang

2.1 Fasta samtalstjänster

Den sista juni 2014 fanns det knappt 3,8 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med 4,0 miljoner abonnemang ett år tidigare. Det motsvarar en minskning med 5 procent på ett år.

Figur 1 Antal abonnemang på fast telefoni



Av de fasta abonnemangen var drygt 2,8 miljoner privata, vilket om de relateras till de drygt 4,2 miljoner¹ hushållen i Sverige, innebär att ungefär 68 procent av hushållen hade ett fast telefoniabonnemang i slutet av juni 2014.

Antalet abonnemang på fast telefoni via PSTN² och ISDN³ fortsatte att minska medan antalet abonnemang på ip-telefoni fortsatte att öka och utgjorde 43 procent av alla fasta telefoniabonnemang den sista juni 2014.

¹ Enligt SCB fanns 4 210 000 hushåll i Sverige den 31 december 2013. Observera att denna siffra inte är helt jämförbar med de uppgifter om antal hushåll som använts i tidigare årgångar av Svensk telemarknad. För mer information, se avsnitt 1.4.

² Public Switched Telephone Network (PSTN) är det traditionella, kretskopplade publika telenätet.

³ 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.

Abonnemang via PSTN

Det fanns 2,1 miljoner abonnemang på fast telefoni via PSTN den 30 juni 2014. Av dessa fanns 513 000 hos annan aktör än TeliaSonera via grossistprodukten GTA⁴. Antalet abonnemang via GTA minskade med 14 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Möjligheten att välja annan operatör än TeliaSonera för debitering av telefonsamtal, så kallat förval, infördes 1999 och var som störst år 2003 då det fanns över 2 miljoner abonnemang på förval. Antalet har minskat kraftigt sedan dess och i slutet av juni 2014 var antalet 61 000, vilket är en halvering sedan juni 2013.

Abonnemang via ISDN

I slutet av juni 2014 fanns det 88 000 abonnemang på ISDN, dvs. i stort sett samma antal som den sista juni 2013. Med sina 36 000 abonnenter hade TeliaSonera 41 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 till det ip-nät som operatören själv har kontroll över, till skillnad från det vi kallar internet. Sådan ip-telefoni har tjänster och kvalitet som motsvarar den traditionella kretskopplade tekniken.

Det fanns knappt 1,7 miljoner abonnemang på ip-telefoni den sista juni 2014, vilket är en ökning med 12 procent sedan motsvarande tidpunkt 2013. Antalet ip-baserade abonnemang har ökat stadigt under de senaste åren och de utgjorde 43 procent av alla abonnemang på fast telefoni i juni 2014.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via xDSL uppgick till 613 000 i slutet av juni 2014, vilket är en ökning med 12 procent eller 63 000 sedan samma datum ett år tidigare. Samtidigt ökade abonnemangen på ip-telefoni via kabel-tv med 10 000, eller 3 procent, till 342 000 den sista juni 2014.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via fiber eller fiber-LAN var 534 000 i slutet av juni 2014, vilket är en ökning med 171 000 eller 47 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. En del av denna ökning förklaras dock av att fler operatörer än tidigare har kunnat precisera vilken teknik som används

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)

för abonnemangen. Följaktligen minskade antalet abonnemang via ”annan ip-baserad access” med 66 000 och uppgick till 174 000 den sista juni 2014.

Com Hem, TeliaSonera och Telenor (inklusive Glocalnet och Bredbandsbolaget) är de största aktörerna inom ip-telefoni och har tillsammans 77 procent av alla abonnenter.

Abonnemang på SIP-trunkar

För att etablera, modifiera och terminera ip-telefonisamtal används Session Initiation Protocol, SIP⁵. Det är vanligt att företag och organisationer, som använder sig av ip-telefoni i det interna nätverket, ansluter sin lokala ip-baserade abonnentväxel till det traditionella kretskopplade telefonnätet (PSTN) via en lokal gateway, som är placerad hos kunden. För detta krävs två olika anslutningar; förutom den ordinarie ip-baserade externa anslutningen till internet krävs även en särskild extern förbindelse som bygger på ISDN. Många tjänsteleverantörer erbjuder idag ett alternativ till detta, där *en och samma* externa ip-baserade anslutning används för såväl data som för röst via en s.k. SIP-trunk och där PSTN nås via en central operatörsplacerad gateway. För företaget innebär detta att de inte längre behöver vare sig lokal PSTN-gateway eller ISDN-anslutningar.

I slutet av juni 2014 fanns det 9 300 abonnemang på SIP-trunkar, vilket är en ökning med 12 procent sedan samma tidpunkt ett år tidigare, då det fanns 8 300. Antalet SIP-adresser, det vill säga aktiva användarkonton som användes för telefoni, ökade samtidigt med 12 procent och var 149 000 i slutet av juni 2014. Den största aktören, sett till antal SIP-adresser, var TelaVox med 83 000 abonnemang på aktiva adresser.

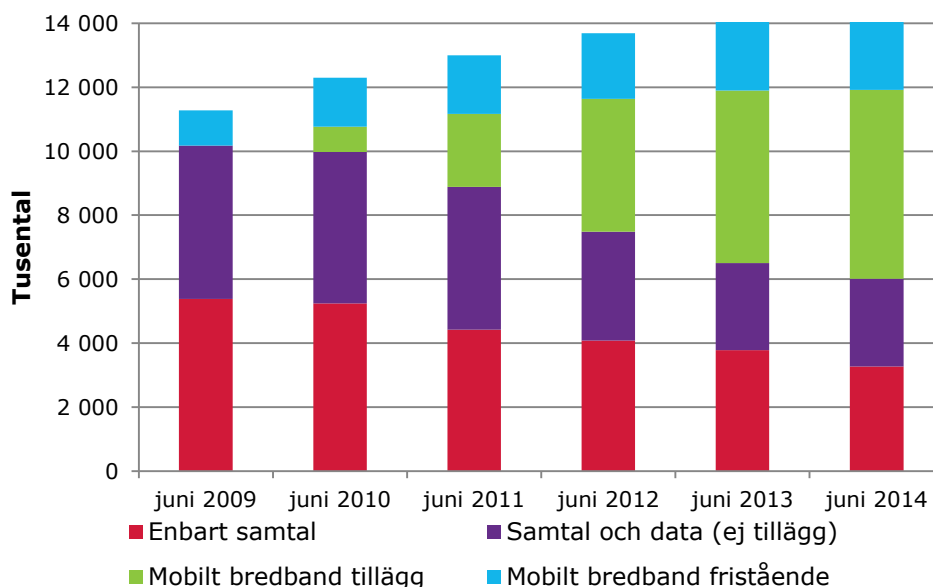
2.2 Mobila samtals- och datatjänster

Den sista juni 2014 fanns det 14,1 miljoner abonnemang på mobila samtals- och datatjänster i Sverige, vilket är en liten ökning jämfört med ett år tidigare. Jämfört med december 2013 är det dock en nedgång med 0,5 procent. Detta är första gången som PTS noterat en minskning av mobilabonnemangen.⁶

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

⁵ SIP är ett protokoll för peer-to-peer (punkt till punkt) utvecklat av IETF (RFC 3261) för multimedia och ip-telefoni. Denna procedur initieras genom anrop till en s.k. SIP-server.

⁶ En minskning av mobilabonnemangen noterades även i Svensk telemarknad 2004 till följd av att PTS infört nya aktivitetskriterier för kontantkort.

Figur 2 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster

Av det totala antalet mobilabonnemang i slutet av juni 2014 var 10,1 miljoner kontraktsabonnemang och knappt 4 miljoner kontantkort. Andelen kontantkort har sjunkit trendmässigt under det senaste decenniet och utgjorde 28 procent av alla abonnemang i juni 2014. Motsvarande andel var 57 procent för tio år sedan.

Abonnemang utan mobilt bredband

Antalet mobilabonnemang som användes för enbart samtalstjänster var drygt 3,2 miljoner den sista juni 2014. Detta är en nedgång på 516 000 abonnemang sedan samma datum ett år tidigare och motsvarar en årlig minskning med knappt 14 procent. Minskningen av abonnemang utan data var därmed dubbelt så stor som den mellan juni 2012 och juni 2013.

Antalet mobilabonnemang på både samtal och data, men som inte inkluderade tilläggsabonnemang på mobilt bredband (minst 1 Gbyte) var 2,7 miljoner den sista juni 2014. Det är en ökning med 9 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare.

Abonnemang på mobilt bredband



Antalet abonnemang på mobilt bredband har ökat med 7 procent sedan juni 2013 och uppgick till drygt 8,1 miljoner i slutet av juni 2014.

Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst⁷ den 30 juni 2014. Mellan juni 2013 och juni 2014 ökade de med 52 000, vilket motsvarar en årlig tillväxt på 2 procent.



Även antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst⁸ fortsatte att öka under första halvåret 2014. Den sista juni 2014 uppgick de till 5,9 miljoner, vilket är en ökning med 511 000, eller 9 procent, jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare.

Abonnemang som har använt 4G (LTE)

Den sista juni 2014 fanns nästan 3 miljoner abonnemang som hade använt tjänster i 4G (LTE)-nätet, vilket är en ökning med 2,1 miljoner jämfört med samma datum förra året. Av dessa abonnemang har drygt 1,4 miljoner tillkommit sedan årsskiftet. Antalet abonnemang som klarar av att använda tjänster i 4G-nätet uppgick till nära 5,9 miljoner den sista juni 2014.⁹

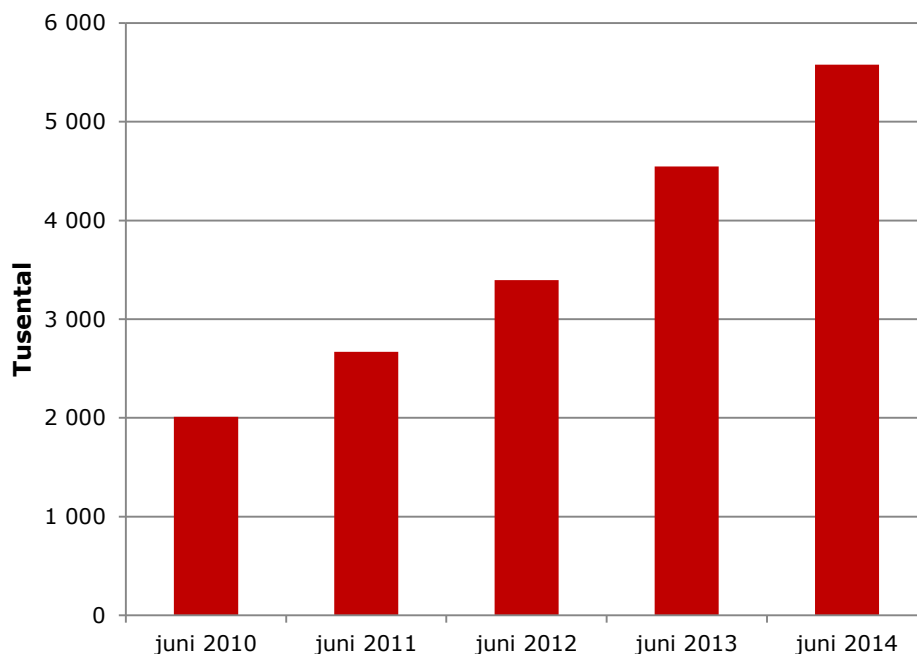
2.3 M2M-tjänster

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

⁷ Abonnemang som enbart har använts för mobil paketdata, och inte genererat någon samtalstrafik under det senaste kvartalet i perioden.

⁸ Abonnemang där minst 1 Gbyte data per månad inkluderats eller köpts som tilläggstjänst.

⁹ 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.

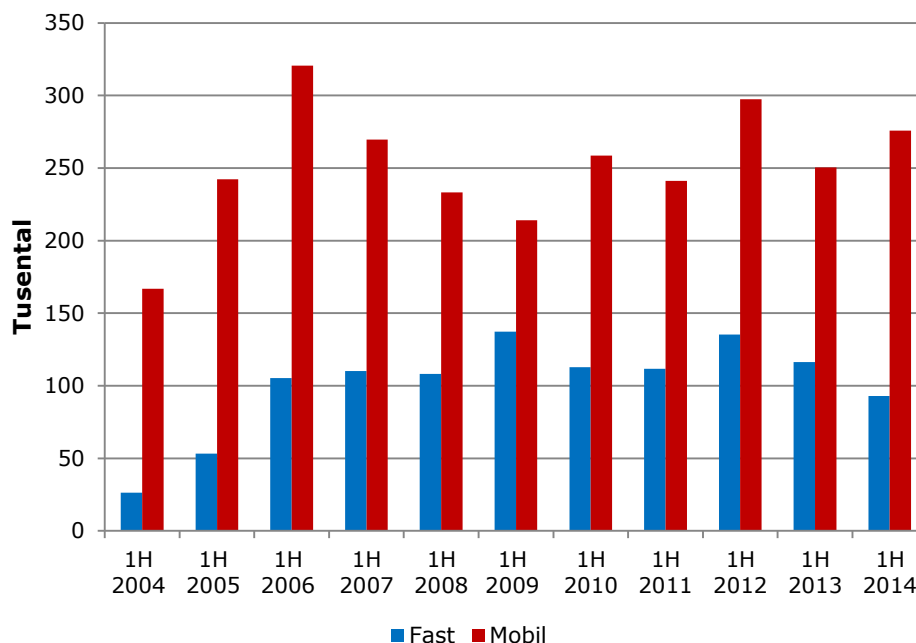
Figur 3 Antal abonnemang på M2M-tjänster

Antalet M2M-abonnemang uppgick den sista juni 2014 till 5,6 miljoner, vilket innebär en ökning med 25 procent jämfört med samma datum föregående år, då de uppgick till drygt 4,5 miljoner. Telenor Connexion hade nästan 77 procent av M2M-abonnemangen den sista juni 2014.

2.4 Nummerporteringar

Nummerportering är när telefonnummer flyttas från en operatör till en annan. Swedish Number Portability Administrative Center, SNPAC¹⁰, samlar in och publicerar statistik över antalet porteringar i Sverige. Följande avsnitt baseras på data från SNPAC.

¹⁰ www.snpac.se

Figur 4 Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer

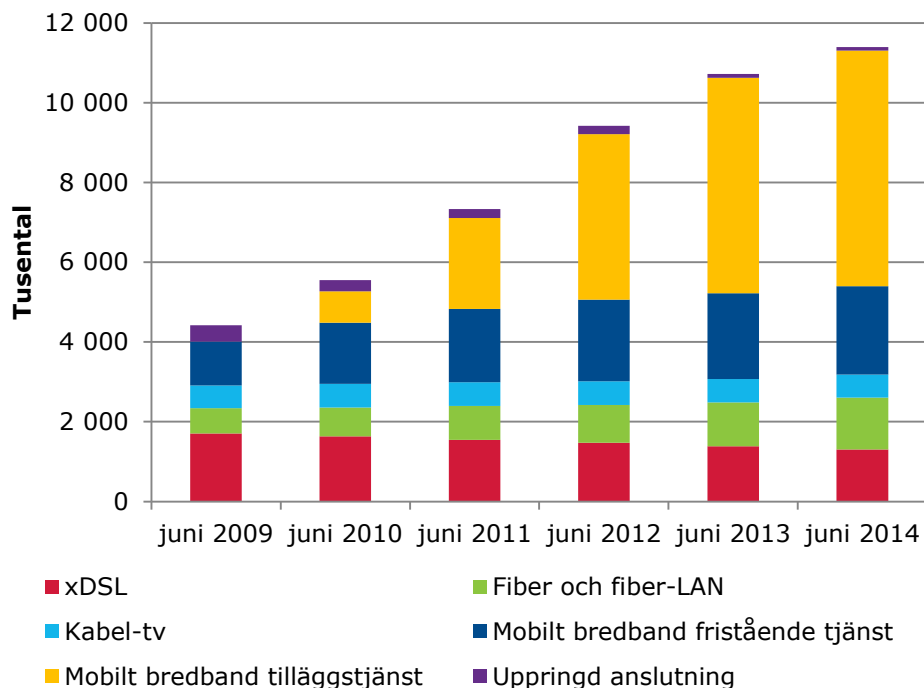
Under första halvåret 2014 hade knappt 369 000 telefonnummer, varav 93 000 fasta och 276 000 mobila, porterats i Sverige. Jämfört med första halvåret 2013 är det en ökning med drygt 2 000 nummer. Antalet porterade fasta telefonnummer minskade med 20 procent medan de porterade mobila telefonnumren ökade med 10 procent.

De porterade fasta numren utgjorde 2,4 procent av det totala antalet abonnemang på fast telefoni under första halvåret 2014. De porterade mobila numren utgjorde under samma period 2,3 procent av det totala antalet mobila abonnemang (exklusive mobilt bredband som fristående tjänst och M2M).

Andelen porterade fasta nummer av det totala antalet porterade nummer har fördubblats de senaste tio åren och uppgick till 25 procent första halvåret 2014. Andelen porterade mobila nummer har under samma tidsperiod sjunkit från 86 procent till 75 procent.

2.5 Internettjänster

Den sista juni 2014 var det totala antalet abonnemang på internettjänster 11,4 miljoner. Det är en ökning med 700 000 sedan första halvåret 2013, då de var drygt 10,7 miljoner.

Figur 5 Antal internetabonnemang

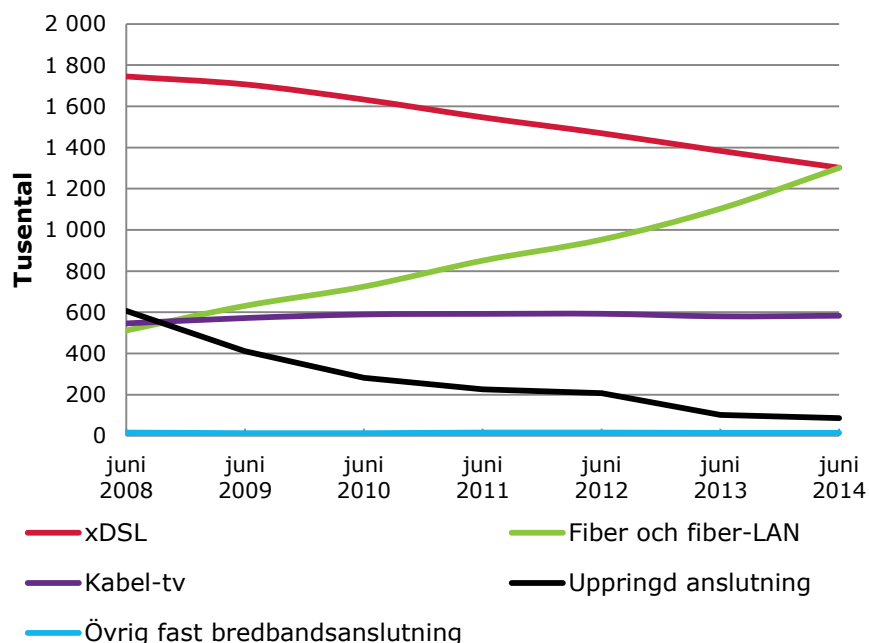
Antalet abonnemang på uppringt internet var 86 000 den sista juni 2014, vilket är en minskning med 14 procent sedan samma datum förra året. Uppringt internet utgör knappt en procent av det totala antalet abonnemang på internettjänster. TeliaSonera hade 94 procent av abonnemangen i slutet av juni 2014.

De resterande abonnemangen på internettjänst var bredbandsabonnemang¹¹.

Abonnemang på fast internetanslutning

Den sista juni 2014 var antalet abonnemang på fast bredband 3,2 miljoner, vilket är 120 000 fler än vid samma datum ett år tidigare.

¹¹ För definition av bredband, se avsnitt 1.4.

Figur 6 Utveckling av abonnemang på fasta internettjänster

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 198 000, eller 18 procent, sedan juni 2013 och uppgick till 1,3 miljoner i slutet av juni 2014. Fiber var därmed den vanligaste accesstekniken för fast bredband tillsammans med xDSL.

Abonnemangen via xDSL har minskat ända sedan 2008 och den sista juni 2014 fanns 1,3 miljoner sådana abonnemang. Det är en nedgång med 82 000 sedan juni 2013, vilket motsvarar en årlig minskning på 6 procent.

Det fanns 583 000 abonnemang på bredband via kabel-tv den sista juni 2014 och det är 3 000 fler än vid samma tidpunkt 2013.

Antalet abonnemang på övrig fast bredbandsanslutning¹² var 15 000 i slutet av juni 2014, en uppgång med 8 procent jämfört med året innan.

Abonnemang på mobilt bredband

Antalet abonnemang på mobilt bredband uppgick till drygt 8,1 miljoner det första halvåret 2014, vilket är en ökning med 7 procent eller 564 000 abonnemang, sedan första halvåret 2013. Av de abonnemangen var 27 procent

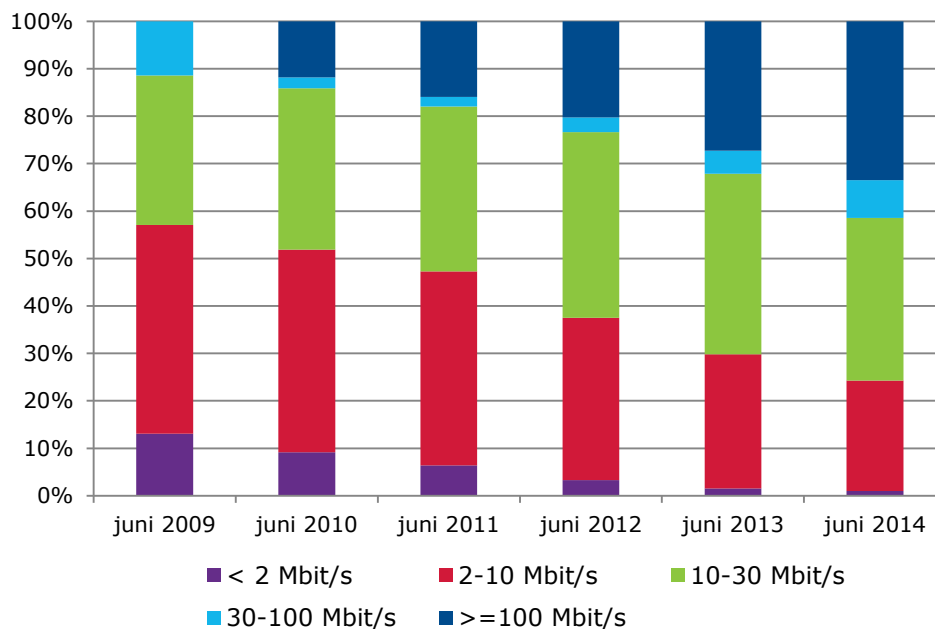
¹² I övrig fast bredbandsanslutning ingår bl.a. fast radio och satellit.

på mobilt bredband som fristående tjänst och 73 procent på mobilt bredband som tilläggstjänst. Jämfört med första halvåret 2013 ökade antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst med 9 procent medan de på mobilt bredband som fristående tjänst ökade med drygt 2 procent.

Överföringskapacitet för abonnemang på bredband

Internet- och bredbandstjänster är oftast asymmetriska, dvs. de har inte samma överföringshastighet för nedladdad data som för uppladdad data. 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 7 Fördelning av hastighet¹³ för nedladdning av data - fast bredband



¹³ Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

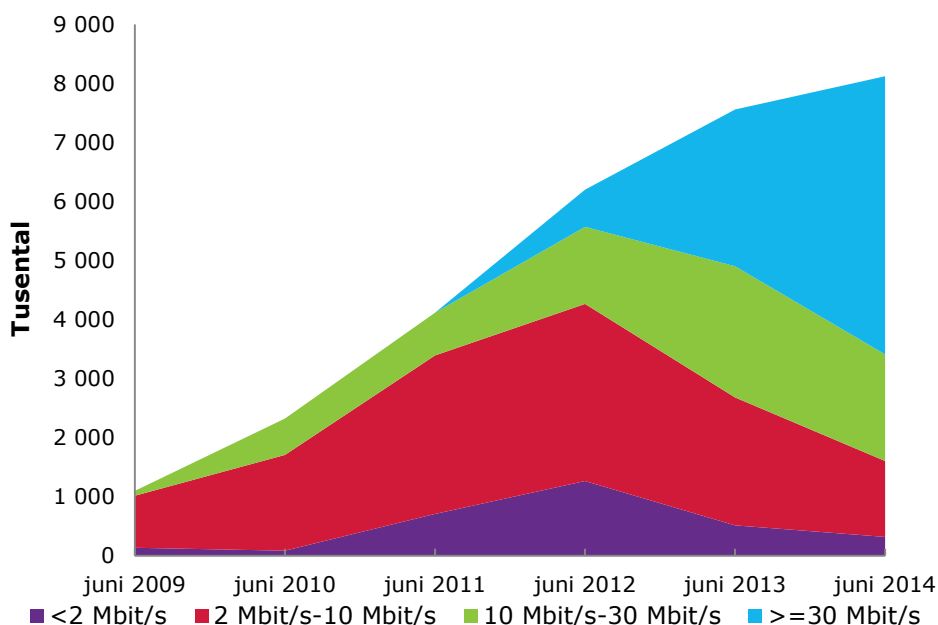
Nedladdningshastigheter

Antalet abonnemang med högre överföringskapacitet fortsätter att öka medan de med lägre hastigheter minskar. I juni 2014 fanns knappt 1,1 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer, vilket är en ökning på 28 procent eller 235 000 abonnemang.

Den sista juni 2014 fanns 257 000 fasta bredbandsabonnemang med hastigheter på 30 till 100 Mbit/s, en ökning med 70 procent jämfört med samma tidpunkt året innan. Abonnemangen med hastigheter på 10 till 30 Mbit/s var knappt 1,1 miljon till antalet, vilket är en minskning med 6 procent jämfört med sista juni 2013. Detta hastighetsintervall är dock fortfarande det vanligaste och utgör en tredjedel av samtliga abonnemang.

Abonnemang med hastigheter på 2 till 10 Mbit/s minskade samtidigt med 14 procent. För den största minskningen stod abonnemang med hastigheter över 144 kbit/s och under 2 Mbit/s. I juni 2014 uppgick dessa till 33 000, vilket är en minskning med 31 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år, då de var 47 000.

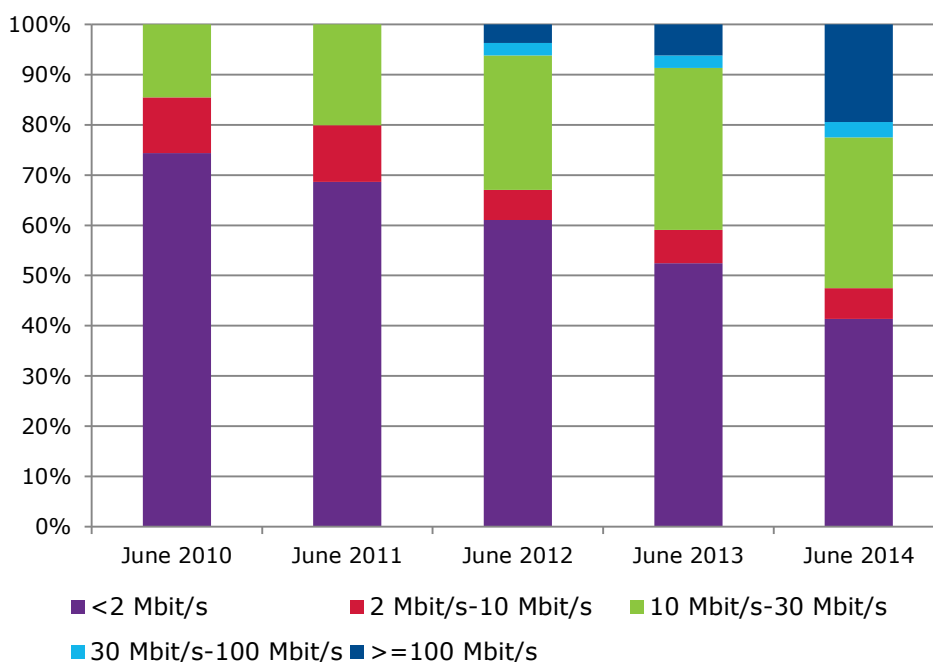
Av de totalt 1,3 miljonerna abonnemang på fast bredband via fiber hade två tredjedelar en hastighet på 100 Mbit/s eller mer i slutet av juni 2014. Samtidigt hade en tredjedel av bredbandsabonnemangen via kabel-tv hastigheter på 100 Mbit/s och över.

Figur 8 Fördelning av hastighet¹⁴ för nedladdning av data - mobilt bredband

I slutet av första halvåret 2014 hade 4,7 miljoner, eller 58 procent av alla abonnemang på mobilt bredband, en nedladdningshastighet på 30 Mbit/s eller mer. Det är en ökning med drygt 2 miljoner, eller 77 procent, jämfört med samma tidpunkt året innan. Ökningen kan förklaras dels av att 4G-abonnemang blir allt vanligare, dels av att abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst sällan marknadsförs med en viss hastighet och att operatörerna därför rapporterar abonnemangens teoretiska maxhastighet.

Mobilabonnemangen i alla andra hastighetsintervall minskade under samma period. Abonnemangen med 10 till 30 Mbit/s minskade från drygt 2,2 miljoner till 1,8 miljoner, medan de i intervallet 2 till 10 Mbit/s föll från drygt 2,1 miljoner till knappt 1,3 miljoner. Den sista juni 2014 fanns 319 000 mobilabonnemang med hastigheter mellan 144 kbit/s och 2 Mbit/s, vilket innebär att de minskat med 196 000, eller 38 procent, jämfört med ett år tidigare.

¹⁴ Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

Figur 9 Fördelning av hastighet¹⁵ för uppladdning av data - fast bredband**Uppladdningshastigheter**

Antalet fasta bredbandsabonnemang med en uppladdningshastighet på 100 Mbit/s eller mer ökade med 418 000 jämfört med första halvåret 2013. Den sista juni 2014 fanns 608 000 sådana abonnemang. En del av ökningen förklaras av att operatörer har rapporterat uppströmshastigheter för fler abonnemang än tidigare.

Abonnemangen på fast bredband med uppladdningshastighet mellan 30 och 100 Mbit/s ökade med 35 procent och var 96 000. Den sista juni 2014 fanns 937 000 abonnemang med en uppladdningshastighet på 10 till 30 Mbit/s, en ökning med 1 procent sedan samma tidpunkt föregående år.

Knappt 1,3 miljoner fasta bredbandsabonnemang hade en uppladdningshastighet på 144 kbit/s till 2 Mbit/s. Dessa abonnemang har minskat med 208 000 jämfört första halvåret 2013 men utgör alltjämt den största andelen, 40 procent, av alla abonnemang på fast bredband. Som jämförelse kan nämnas att detta hastighetsintervall för *nedladdning* av data bara utgör 1 procent av det totala antalet fasta bredbandabonnemang.

¹⁵ Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

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.

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.

Under första halvåret 2014 har tittarsiffrorna för traditionell tv, enligt mätföretaget MMS, sjunkit kraftigt till följd av att allt fler använder streamingtjänster.¹⁶ Mer om streamingtjänster finns under avsnitt ”Andra sätt att se på tv eller rörlig bild”. Andelen som har tittat minst 5 sammanhängande minuter på tv under en genomsnittlig dag har minskat. Den var under första halvåret 2014 67,7 % jämfört med 72,4 % förra året. Även antalet minuter som man i genomsnitt har tittat på tv har minskat till 160 minuter per dygn jämfört med förra året då tittartiden var 172 minuter en genomsnittlig dag.¹⁷

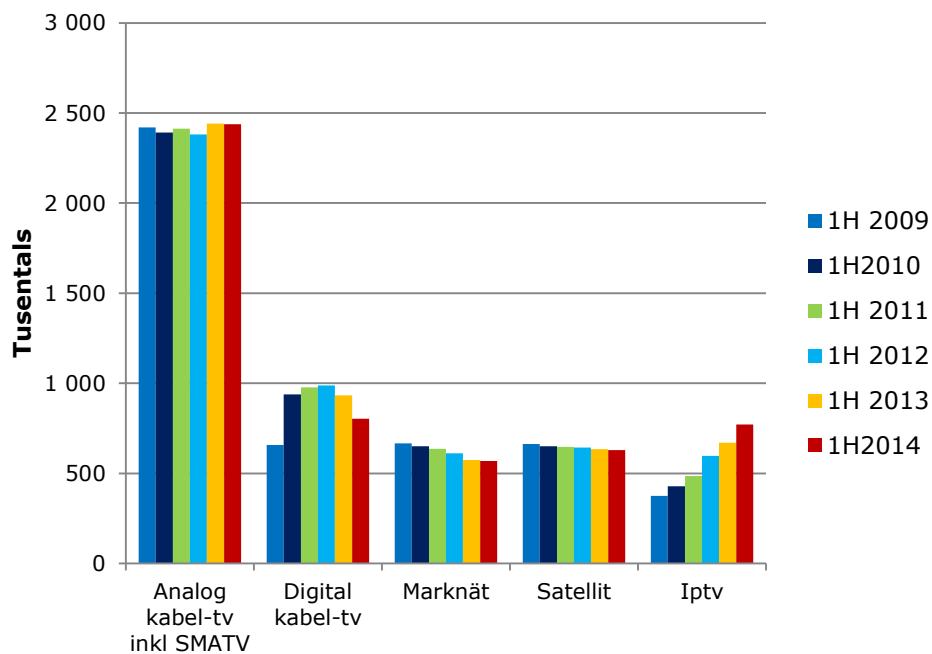
Att tittarsiffrorna för traditionell tv minskar märks även i PTS statistik över antalet abonnemang. Antalet tv-abbonemang uppgick den sista juni 2014 till 5,2 miljoner, vilket är en minskning med 42 000 abonnemang jämfört med samma tidpunkt föregående år. Förändringen är visserligen endast 1 procent men visar ändå en vikande tendens och det är den andra perioden som antalet tv-abbonemang minskar. Mer än hälften (53 procent) av tv-abbonemangen distribueras via digitala tekniker såsom marknätet, digital kabel-tv, satellit och iptv (fiber, fiber-LAN eller xDSL) och resterande (47 procent) via analog kabel-tv. Denna fördelning har varit relativt konstant sedan 2009.

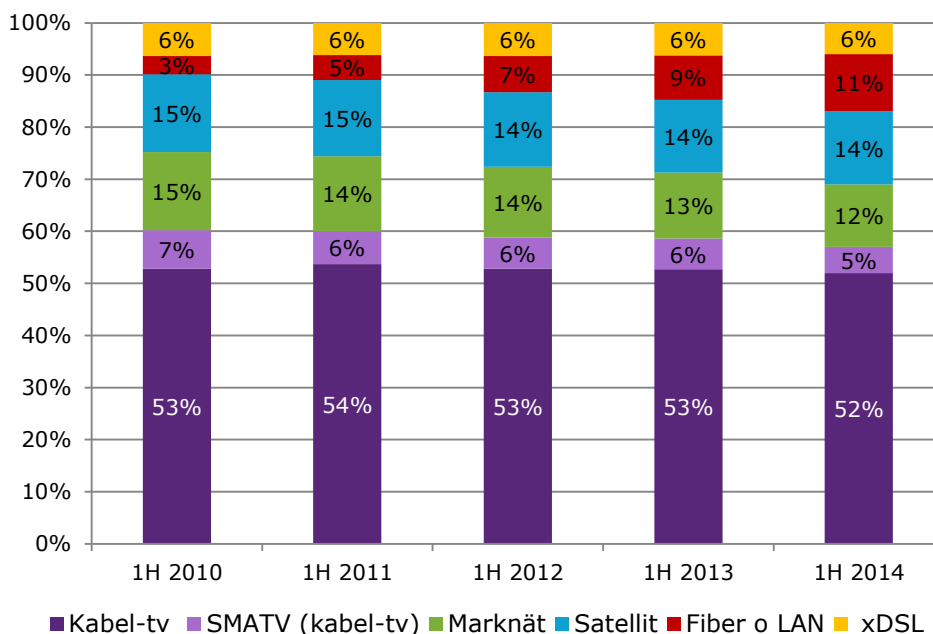
Antalet abonnemang på tv-tjänster är fler än antalet hushåll eftersom några hushåll har fler än ett abonnemang, antingen inom en (t.ex. kabel-tv) eller flera olika distributionsplattformar (t.ex. marknät och satellit). I figur 10 och 11 redovisas andelen abonnemang fördelat på distributionsplattform. Figur 10 visar utvecklingen av antalet abonnemang och figur 11 visar utvecklingen av andelen per distributionsplattform.

¹⁶ Streamingtjänster ersätter tablå-tv:n, SVT, 3 juni, 2014

¹⁷ MMS Tv-tittande, Halvårsrapport 2014

Figur 10 Antal tv-abonnemang per distributionsplattform



Figur 11 Andel tv-abonnemang per distributionsplattform**Kabel-tv**

Kabel-tv är det vanligaste distributionsplattformen för tv i Sverige. Antalet digitala kabel-tv-abonnemang uppgick den sista juni 2014 till 803 000, vilket är en minskning med 129 000 abonnemang, eller 14 procent, jämfört med samma tidpunkt 2013. Digitala kabel-tv-abonnemang har nu minskat tre perioder i rad och är den plattform som minskade mest både procentuellt och sett till antal abonnemang under perioden. En del av minskningen kan härledas till Telenors förvärv av Tele2:s kundbas för kabel-tv-abonnemang.¹⁸ De flesta (86 procent) av de digitala kabel-tv-abonnemangen är via avtal med slutkunden och resterade 14 procent är via avtal med fastighetsägare. Detta är en förändring mot föregående år då 74 procent var via avtal med slutkund. Detta kan till en del förklaras av Telenors förvärv av Tele2:s kundbas, se fotnot.

Det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang inklusive SMATV¹⁹ har legat relativt oförändrat på 2,4 miljoner abonnemang sedan 2006.

¹⁸ 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.

¹⁹ Satellite Master Antenna Television (SMATV) är ett fristående kabel-tv-nät där flera hushåll delar en mottagare.

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 2,2 miljoner, vilket är en ökning med cirka 33 000 abonnemang jämfört med den sista juni 2013. Resterande 233 000 abonnemang har uppskattats på basis av antalet hushåll som har abonnemang via SMATV-nät. Den största anledningen till ökningen av de analoga kabel-tv-abonnemangen beror på att SMATV-nät tagits över av kabel-tv-operatörer varefter de rapporteras in som analog kabel-tv istället för SMATV.

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 är ungefär 2,35 miljoner, vilket är 2 procent färre än föregående år. 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 förekommer hos Tele2 t.o.m. 2013 och hos Telenor fr.o.m. första halvåret 2014 (efter förvärvet av Tele2:s kunder).

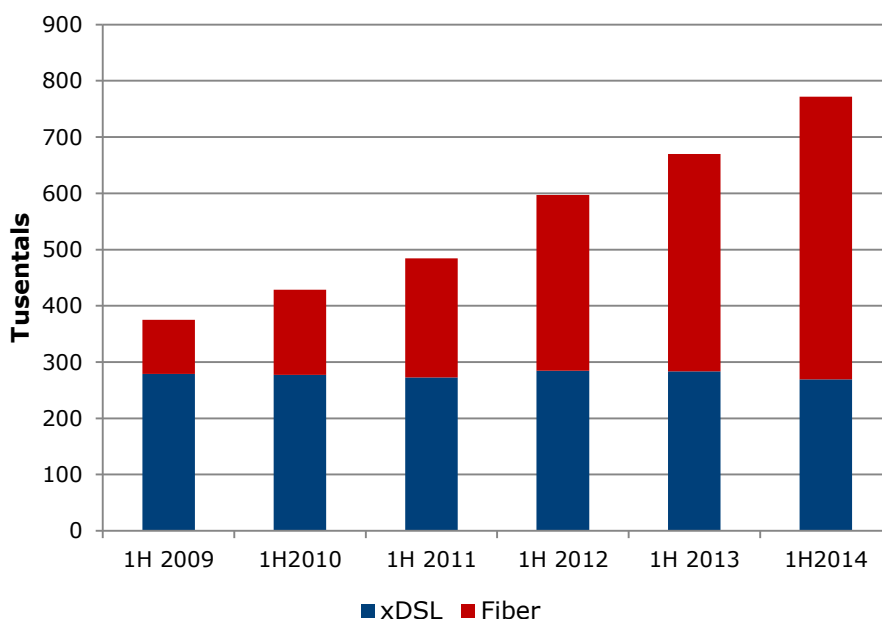
Abonnemang på tv via bredband

Tv via bredband, så kallad iptv, fortsatte att öka under första halvåret 2014 och var den enda plattform som ökat sedan sista juni 2013. Antalet abonnemang på iptv var 772 000 den sista juni 2014 och det är en ökning med 15 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Ökningen av antalet abonnemang via iptv beror på att antalet abonnemang via fiber och fiber-LAN blivit fler.

Antalet abonnemang på tv via fiber var 503 000 den sista juni 2014, vilket är en ökning med 30 procent (116 000 abonnemang) jämfört med ett år tidigare. Det är den största ökningen i antalet abonnemang sedan mätningen startade. Antalet abonnemang på tv via xDSL fortsatte att minska. Abonnemangen på tv

via xDSL minskade med 5 procent (14 000 abonnemang) till 269 000 abonnemang.

Figur 12 Antal tv-abonnemang via bredband



Abonnemang på tv via satellit och marknätet

Antalet abonnemang på tv via satellit fortsätter att minska något och uppgick till 630 000 i slutet av juni 2014. Det är en minskning med 5 000 abonnemang eller 1 procent på ett år.

Den 30 juni 2014 fanns det 569 000 abonnemang på tv-tjänster i det digitala marknätet, vilket är en minskning med 1 procent eller 6 000 abonnemang jämfört med ett år tidigare.

De hushåll som endast tar emot fri-tv²⁰ 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 tar emot fri-tv. Enligt en undersökning som Sweco utfört på uppdrag av PTS²¹ har cirka 8

²⁰ Med fri-tv kanaler avser PTS tv som kan tas emot okrypterat och kostnadsfritt av slutkunden utan krav på abonnemang eller motsvarande. Fri-tv förekommer endast på marknäsplattformen där programbolagen köper utsändningstjänsten direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat utan att gå via någon tv-distributör som paketerar kanaler.

²¹ På uppdrag av PTS utförde Sweco en undersökning av hushållens användning av fri-tv 2013. Tidigare undersökningar 2011 och 2012 utfördes av TNS SIFO.

procent av hushållen fri-tv som enda mottagningssätt för tv i sitt permanentboende. Detta är på samma nivå som 2011-2012 och motsvarar ungefär 334 000 hushåll. år.

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 det senaste året, delvis på bekostnad av traditionellt tv-tittande. En rad nya tv-tjänster har lanserats på den svenska marknaden det senaste åren, såväl via service and content providers²² som tjänster som samlar tv-utbud från olika sändande bolag på ett och samma ställe. Det finns *video-on-demand* och play-tjänster där konsumenten själv väljer vad som ska konsumeras och vid vilken tidpunkt. Antalet som i hemmet hade tillgång till s.k. *subscription video-on-demand*, ökade och uppgick under andra kvartalet 2014 till drygt 2 miljoner.²³ Drygt en miljon hade också tecknat ett abonnemang, vilket är en marginell ökning sedan början på året. Störst av tjänsteleverantörerna var liksom föregående år Netflix med ca 640 000 betalande kunder enligt Mediavision.²⁴

2.7 Sampaketerade tjänster

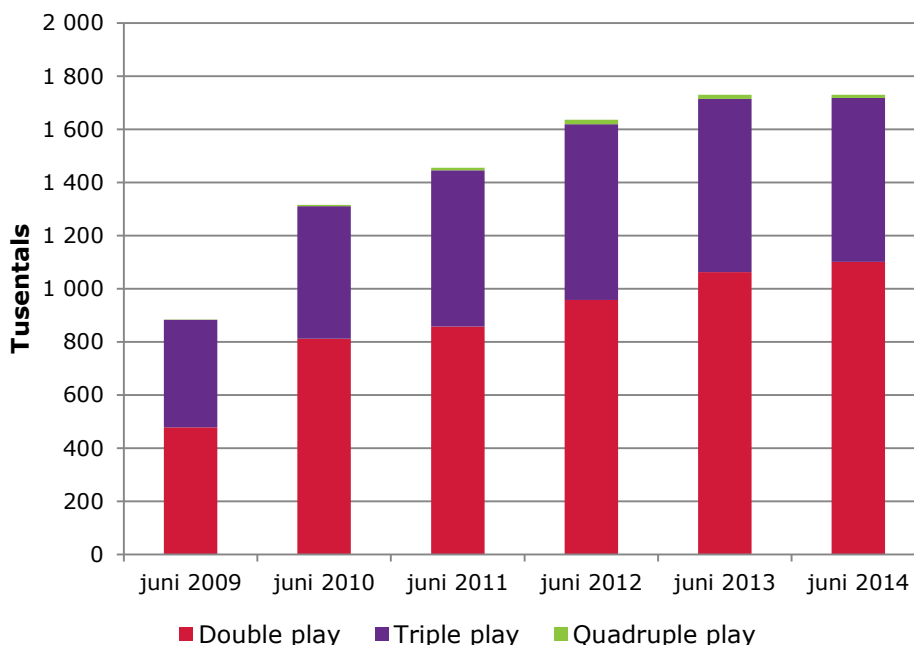
Med sampaketering avses här abonnemang som innehåller flera tjänster som erbjuds och marknadsförs i samma erbjudande eller med en gemensam prislista. De vanligaste erbjudandena på marknaden inkluderar olika kombinationer av telefoni, tv och fast bredband.

Antalet sampaketerade abonnemang var 1 730 000 den sista juni 2014, 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 82 procent av de sampaketerade abonnemangen. Fast bredband ingick i omkring 1,5 miljoner sampaketerade abonnemang, vilket var 47 procent av alla fasta bredbandsabonnemang den 30 juni 2014.

²² Programägare eller innehållsbolag skickar sina tjänster direkt till konsumenterna över internet.

²³ MMS: Två miljoner har SVOD-tjänst,

²⁴ Mediavision, Trendbrott - Netflix utan tillväxt i Q2, press release 140825

Figur 13 Antal smpaketerade abonnemang

Double play, smpaketeringar med två tjänster, ökade med 4 procent jämfört med juni 2013. Den vanligaste double play-tjänsten, fast telefoni och fast bredband, ökade med 2 procent till 728 000 abonnemang. Kombinationen stod för 42 procent av det totala antalet smpaketerade abonnemang i juni 2014. Smpaketeringar med tv och fast bredband ökade samtidigt med 21 procent till 138 000 och utgjorde därmed knappt 8 procent av alla smpaketerade abonnemang.

Triple play, dvs. smpaketeringar med tre tjänster, minskade med 5 procent mellan juni 2013 och juni 2014. Den vanligaste triple play-tjänsten, med 625 000 abonnemang, var fast telefoni, fast bredband och tv. Denna smpaketering minskade med knappt 5 procent och stod för 34 procent av alla smpaketerade abonnemang vid slutet av första halvåret 2014.

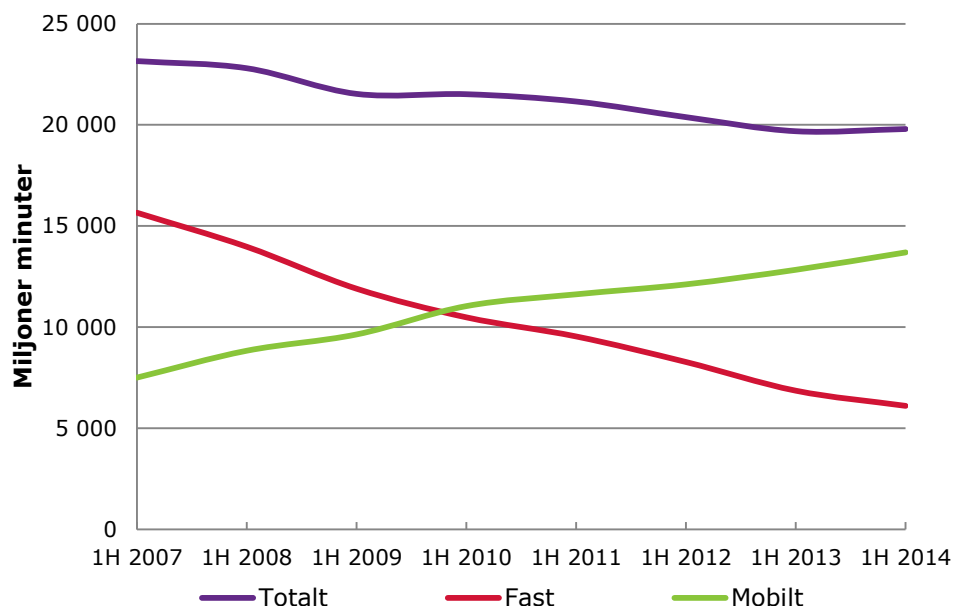
Smpaketeringar med fyra tjänster, s.k. *quadruple play*, är relativt ovanliga och minskade från 15 000 abonnemang i juni 2013 till 13 000 i juni 2014. Den vanligaste kombinationen, som låg oförändrad på 8 000 abonnemang, var fast telefoni, fast bredband, tv och mobiltelefoni.

3 Användning – trafik

3.1 Samtalstrafik

Under första halvåret 2014 utgjorde utgående samtalsminuter från mobilabonnemang nära 69 procent av all utgående samtalstrafik, vilket kan jämföras med 65 procent under första halvåret 2013. Det totala antalet utgående samtalsminuter ökade något, från 19,7 miljarder till 19,8 miljarder.

Figur 14 Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang



Det totala antalet samtal från fasta och mobila abonnemang under första halvåret 2013 var 6,4 miljarder, vilket är på samma nivå som första halvåret 2013. Samtal från mobilabonnemang utgjorde tre fjärdedelar av alla utgående samtal under första halvåret 2014.

Fast samtalstrafik

Antalet utgående samtalsminuter från fasta abonnemang minskade från knappt 6,9 miljarder under första halvåret 2013 till 6,1 miljarder under första halvåret 2014, vilket motsvarar en minskning med 11 procent.

Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per samtalsabonnemang och månad sjönk också, från 279 minuter per månad under första halvåret 2013 till 260

minuter per månad under första halvåret 2014. Det är en minskning med 18 minuter, eller knappt 7 procent. Dock ökade antalet utgående samtalsminuter från ip-telefoniabonnemang. Under första halvåret 2013 var de 1,3 miljarder och ett år senare 1,4 miljarder, vilket är en årlig ökning på 11 procent.

Samtalen från fastnätsabbonnenter minskade också, från 1,8 miljarder under första halvåret 2013 till knappt 1,7 miljarder under motsvarande period 2014. Under första halvåret 2014 var den genomsnittliga längden för samtal från fasta abonnemang 3,6 minuter, en nedgång från 3,8 minuter första halvåret 2013.

Mobil samtalstrafik

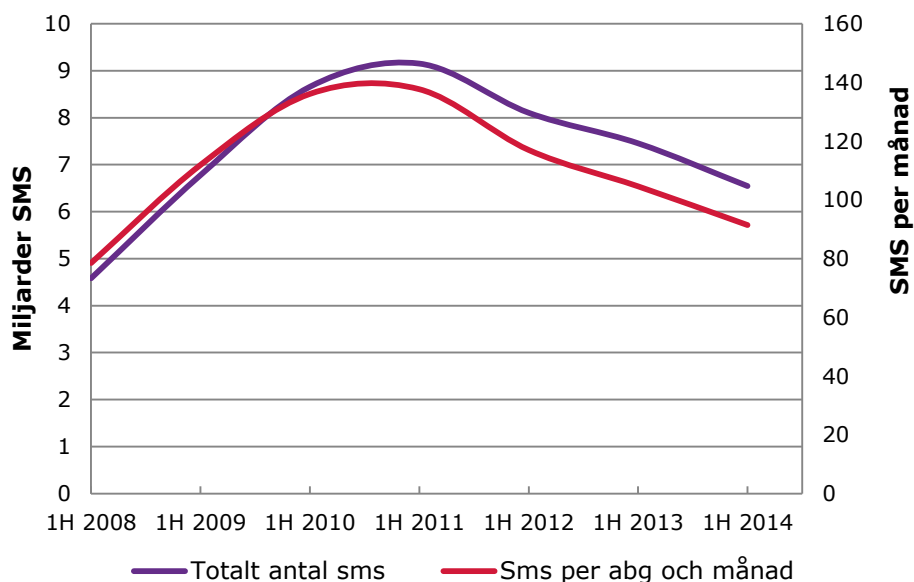
Det totala antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefoner ökade från 12,8 miljarder under första halvåret 2013 till 13,7 miljarder under första halvåret 2014. Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per mobilabonnemang ökade från 180 minuter per månad första halvåret 2013 till 191 minuter per månad under första halvåret 2014.

Från mobilabooemang ringdes 4,8 miljarder samtal under första halvåret 2014, vilket är en ökning med 181 miljoner samtal jämfört med samma period ett år tidigare. Längden på samtal från mobila abonnemang låg oförändrad på 2,8 minuter i genomsnitt.

3.2 Meddelandetjänster

Sms

Det skickades 6,5 miljarder sms från mobiltelefoner under första halvåret 2014, vilket är en minskning med 12 procent jämfört med första halvåret 2013, då det skickades drygt 7,4 miljarder sms. 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. PTS samlar dock inte in någon statistik om sådana tjänster.

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

Det genomsnittliga antalet sms som skickades per abonnemang och månad minskade under första halvåret 2014. I genomsnitt skickades det 91 sms per abonnemang och månad, vilket kan jämföras med 105 första halvåret 2013.

Även antalet sms från M2M-abonnemang, dvs. sms från maskiner till maskiner, ökade jämfört med första halvåret 2013. Det skickades 114 miljoner sms från M2M-abonnemang under första halvåret 2014, vilket är en ökning med 37 procent jämfört med motsvarande period ett år tidigare.

Mms

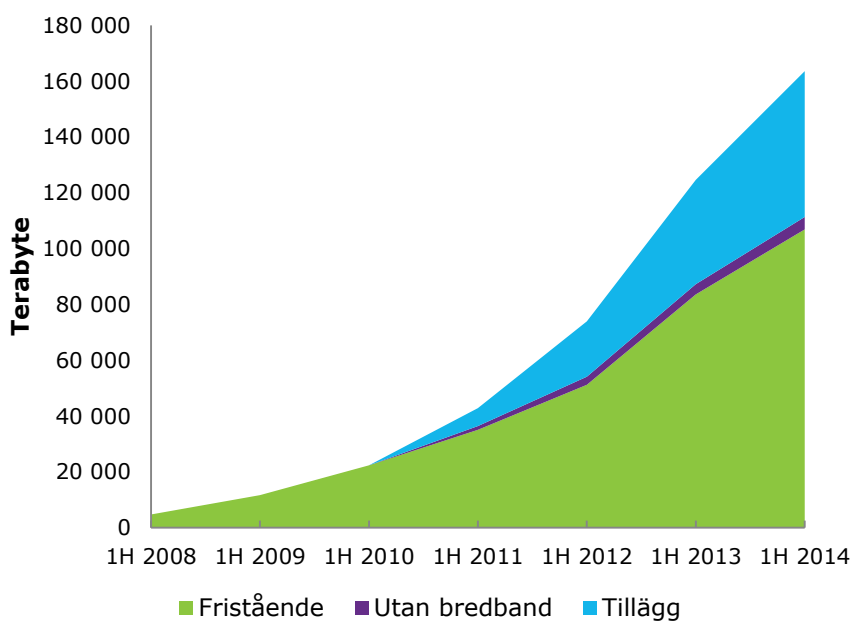
Antalet skickade mms ökade från 139 miljoner under första halvåret 2013 till 183 miljoner under första halvåret 2014. Detta motsvarar en årlig ökning på 31 procent.

Det genomsnittliga antalet skickade mms per abonnemang och månad ökade från 2,0 per månad under första halvåret 2013 till 2,6 per månad under första halvåret 2014.

3.3 Mobil datatrafik

Datatrafiken i mobilnäten fortsätter att öka. Mängden överförd data ökade med 31 procent, från 125 000 Tbyte under första halvåret 2013 till 164 000 Tbyte under första halvåret 2014.

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, 107 000 Tbyte, under första halvåret 2014. Det motsvarar 65 procent av all överförd data i mobilnäten. Under samma period överförde abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst 52 000 Tbyte, vilket var en ökning med 40 procent jämfört med första halvåret 2013. Denna typ av abonnemang genererade 32 procent av all mobil datatrafik.

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

Abonnemangsform	Datamängd per månad
Mobilt bredband som fristående tjänst	8,1 Gbyte
Mobilt bredband som tilläggstjänst	1,5 Gbyte
Abonnemang på både tal och data, men utan tilläggstjänst för bredband	0,3 Gbyte

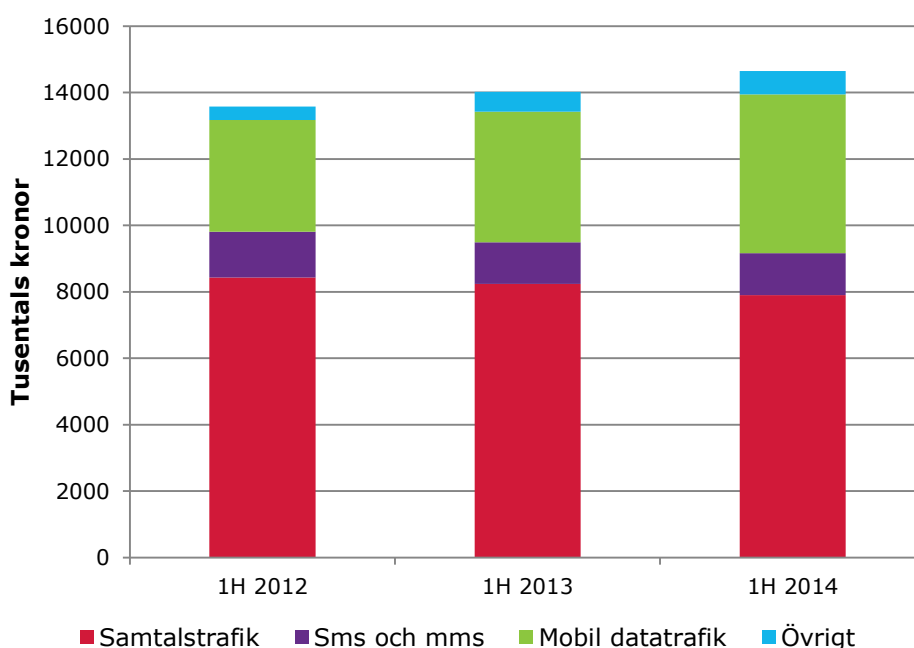
4 Intäkter på marknaden

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.

4.1 Mobila samtals- och datatjänster

Under första halvåret 2014 var de totala slutkundsintäkterna från mobila samtals- och datatjänster drygt 14,6 miljarder kronor, en ökning med 4 procent jämfört med första halvåret 2013. Intäkter från M2M och roaming är inte inkluderade i dessa siffror.

Figur 17 Intäkter från mobila samtals- och datatjänster



Intäkterna från samtalstjänster var 7,9 miljarder kronor under första halvåret, en minskning med 4 procent. Samtal stod för 54 procent av de totala intäkterna, vilket kan jämföras med första halvåret 2013, då samtalstjänsternas andel var 59 procent. Intäkter från mobil trafik ökade med 22 procent till 4,8 miljarder kronor första halvåret 2014. Det motsvarar en tredjedel av de totala intäkterna. Ett år tidigare genererade datatrafik 28 procent av de totala intäkterna. Intäkterna från sms ökade något och uppgick till drygt 1,1 miljarder

kronor medan intäkterna från mms minskade något, till 111 miljoner kronor. Dessa meddelandetjänsters andel av de totala intäkterna låg på ungefär samma nivå jämfört med första halvåret 2013. Övriga intäkter uppgick till 695 miljoner kronor första halvåret 2014. Denna post inkluderar bl.a. intäkter från anslutnings-, fakturerings- och påminnelseavgifter.

Intäkterna från abonnemangsavgifter uppgick till 9,6 miljarder kronor, en ökning med 19 procent jämfört med första halvåret 2013. Fasta avgifter (för samtal, data, sms osv.) stod för två tredjedelar av de totala intäkterna från mobila samtals- och datatjänster under första halvåret 2014, att jämföra med 58 procent under samma period året innan. De rörliga avgifterna genererade drygt 5 miljarder kronor i intäkter, vilket är en minskning med 16 procent.

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 395 miljoner kronor under första halvåret 2014, vilket är en ökning med 86 miljoner kronor, eller 28 procent, jämfört med första halvåret 2013. Den genomsnittliga intäkten per abonnemang och månad under första halvåret 2014 var 12 kronor, vilket är detsamma som genomsnittsintäkten ett år tidigare.

5 Marknadsandelar

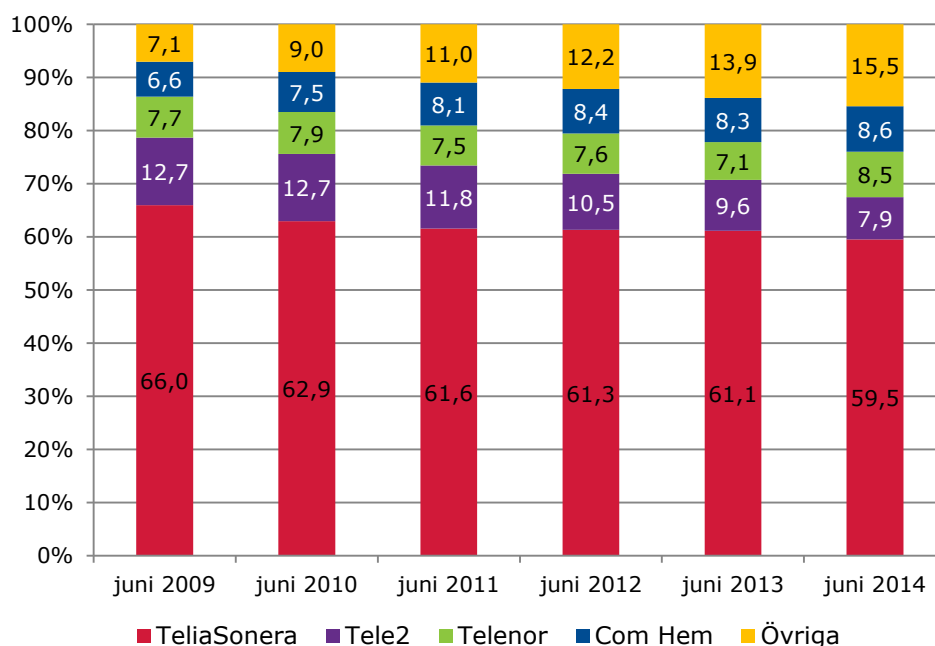
På PTS statistikportal (www.statistik.pts.se), under fliken ”Svensk telemarknad”, finns marknadsandelar för samtliga tillfrågade aktörer. För helåren 2006-2013 finns marknadsandelar beräknade för intäkter, trafik och abonnemang. För halvåren 2006-2014 finns endast marknadsandelar för trafik och abonnemang beräknade.

Marknadsandelarna i detta kapitel baseras på antal abonnemang den 30 juni respektive år, om inget annat anges.

5.1 Fasta samtalstjänster

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

Figur 18 Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtals-tjänster



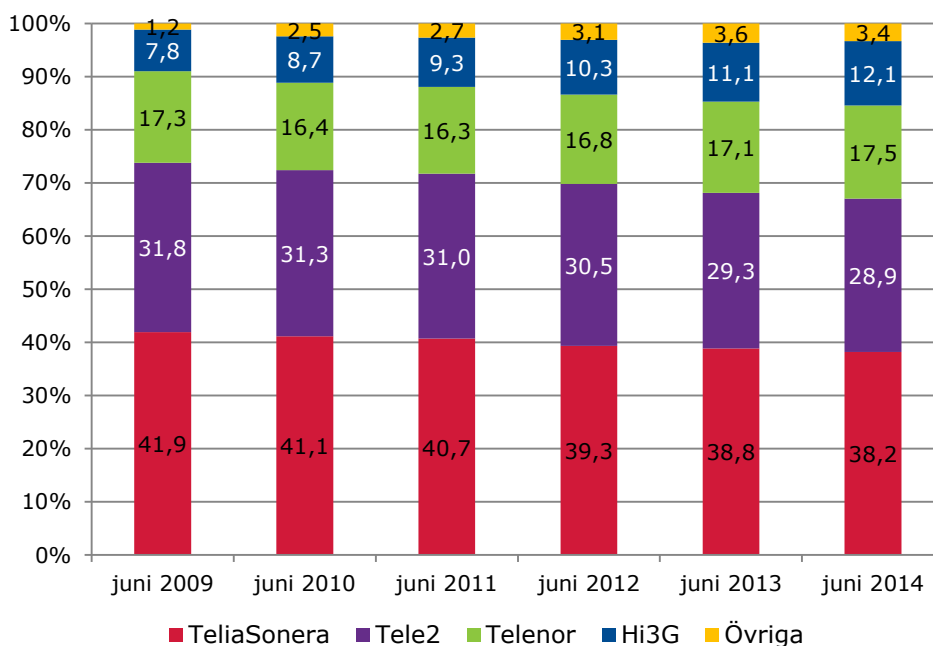
Marknadsandelarna för TeliaSonera och Tele2 minskade medan Com Hem och Telenor ökade sina andelar mellan sista juni 2013 och sista juni 2014. Com Hems marknadsandel inkluderar inte abonnemang hos Phoneria, vars telefoniverksamhet köptes av Com Hem i december 2013. En stor del av

Telenors ökning förklaras av de ip-telefoniabonnemang som operatören tog över från Tele2 den 1 januari 2014. Övriga aktörer ökade sin samlade marknadsandel, från 13,9 procent i slutet av juni 2013 till 15,5 procent i slutet av juni 2014. Av dessa var AllTele störst med 4,4 procent av abonnemangen.

5.2 Mobila samtals- och datatjänster

Marknadsandelarna på mobila samtals- och datatjänster inkluderar samtliga abonnemang på mobila samtals- och datatjänster, men inte M2M-abonnemang. De fyra största aktörerna, TeliaSonera, Tele2, Telenor och Hi3G, hade sammanlagt 96,6 procent av mobilabonnemangen den 30 juni 2014.

Figur 19 Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster



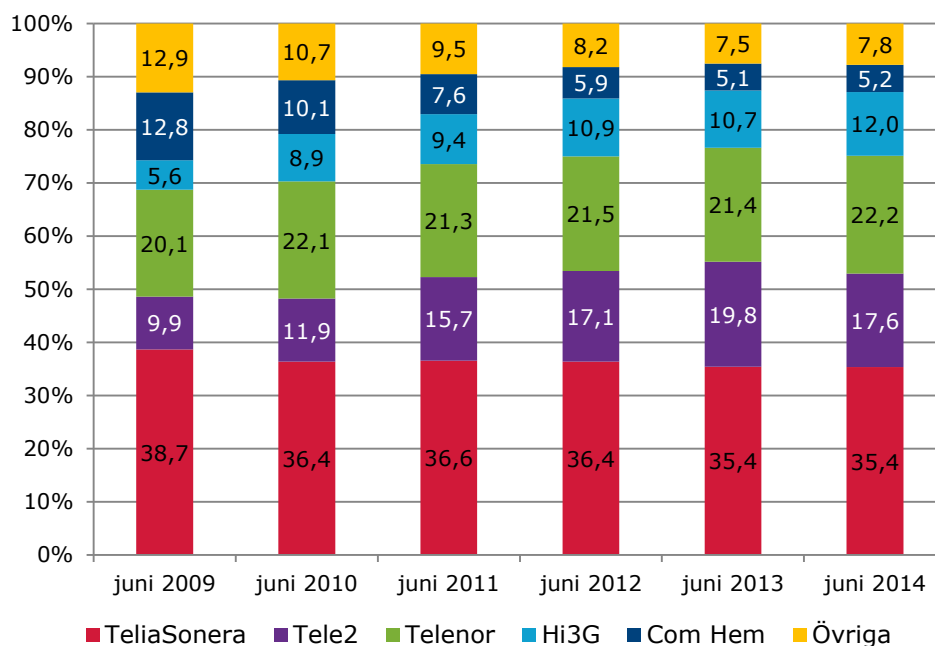
Hi3G fortsatte att öka sin marknadsandel och gick från 11,1 procent sista juni 2013 till 12,1 procent sista juni 2014. Även Telenors andel ökade, från 17,1 till 17,5 procent. De två största aktörerna, TeliaSonera och Tele2, minskade sina marknadsandelar till 38,2 respektive 28,9 procent under samma period.

De övriga operatörernas samlade marknadsandel minskade från 3,6 till 3,4 procent mellan den sista juni 2013 och sista juni 2014. Med knappt 1 procent av abonnemangen var Lycamobile den största av dessa aktörer.

5.3 Bredband

Marknadsandelar för bredband presenteras dels totalt, dels uppdelat på fasta och mobila bredbandsabonnemang. De fem största operatörerna hade tillsammans 92,2 procent av samtliga bredbandsabonnemang den sista juni 2014.

Figur 20 Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt

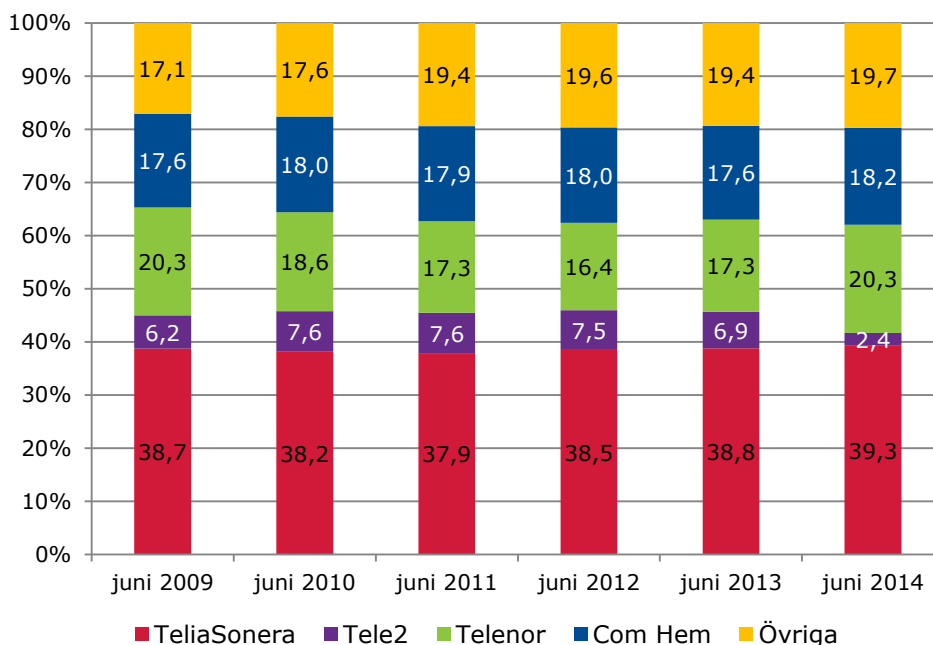


Marknadsandelen för TeliaSonera, som är den största aktören sett till det totala antalet abonnemang, låg oförändrad på 35,4 procent den sista juni 2014.

Telenors marknadsandel ökade samtidigt från 21,4 till 22,2 procent främst tack vare förvärvet av Tele2:s privata bredbandskunder. Följaktligen minskade Tele2:s andel, från 19,8 procent den sista juni 2013 till 17,6 procent den sista juni 2014. Hi3G:s marknadsandel ökade från 10,7 till 12,0 procent medan Com Hems andel ökade till 5,2 procent. Till skillnad från tidigare perioder ökade marknadsandelen för gruppen övriga.

Fast bredband

De tre största operatörerna, TeliaSonera, Telenor och Com Hem stod tillsammans för 77,8 procent av abonnemangen på fast bredband den sista juni 2014.

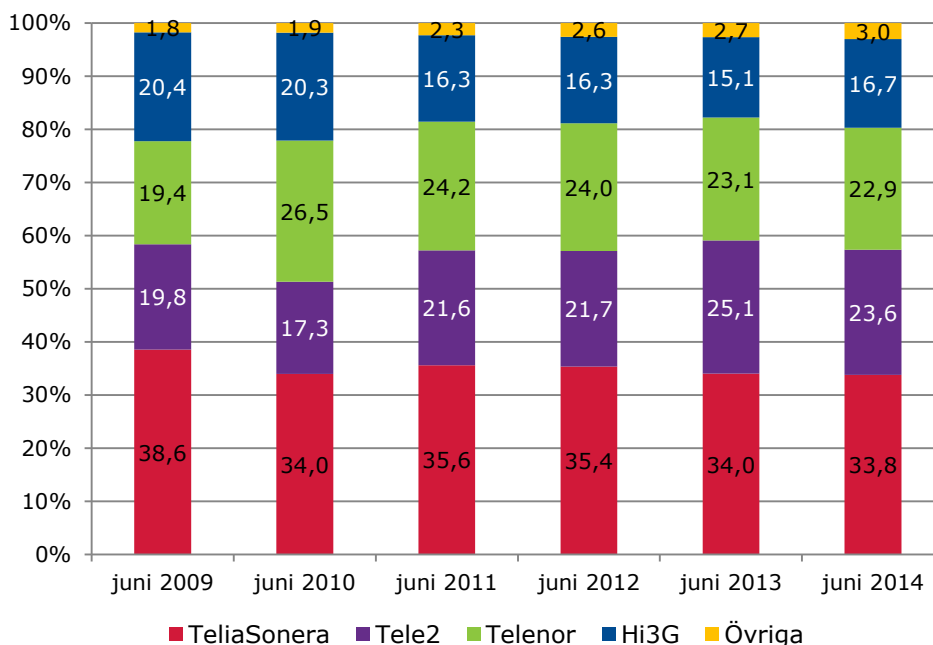
Figur 21 Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband

Förvärvet av Tele2:s privata bredbandskunder bidrog starkt till att Telenors marknadsandel ökade från 17,3 procent sista juni 2013 till 20,3 procent sista juni 2014. Därmed blev Telenor näst störst på marknaden. I och med affären sjönk också Tele2:s marknadsandel från 6,9 till 2,4 procent. Com Hems marknadsandel ökade från 17,6 procent i juni 2013 till 18,2 procent i juni 2014 medan TeliaSoneras marknadsandel ökade till 39,3 procent under perioden. De övriga operatörernas samlade marknadsandel ökade från 19,4 till 19,7 procent. Störst av dessa var AllTele, som med 3,9 procent av abonnemangen var den fjärde största aktören på marknaden. Även Bredband2 och Bahnhof, med 3,8 respektive 3,6 procent av abonnemangen, hade större marknadsandelar än Tele2 den sista juni 2014.

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 97 procent av abonnemangen den 30 juni 2014.

Figur 22 Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband

Hi3G:s ökade sin marknadsandel från 15,1 till 16,7 procent mellan sista juni 2013 och sista juni 2014. De tre största operatörerna minskade sina andelar under samma period: TeliaSoneras marknadsandel sjönk till 33,8 procent medan Tele2 och Telenor minskade till 23,6 respektive 22,9 procent. De övriga operatörernas samlade marknadsandel ökade från 2,7 till 3,0 procent. Störst av de övriga aktörerna var Netett med 0,9 procent av marknaden.

5.4 Tv-tjänster

Analog och digitala tv-tjänster

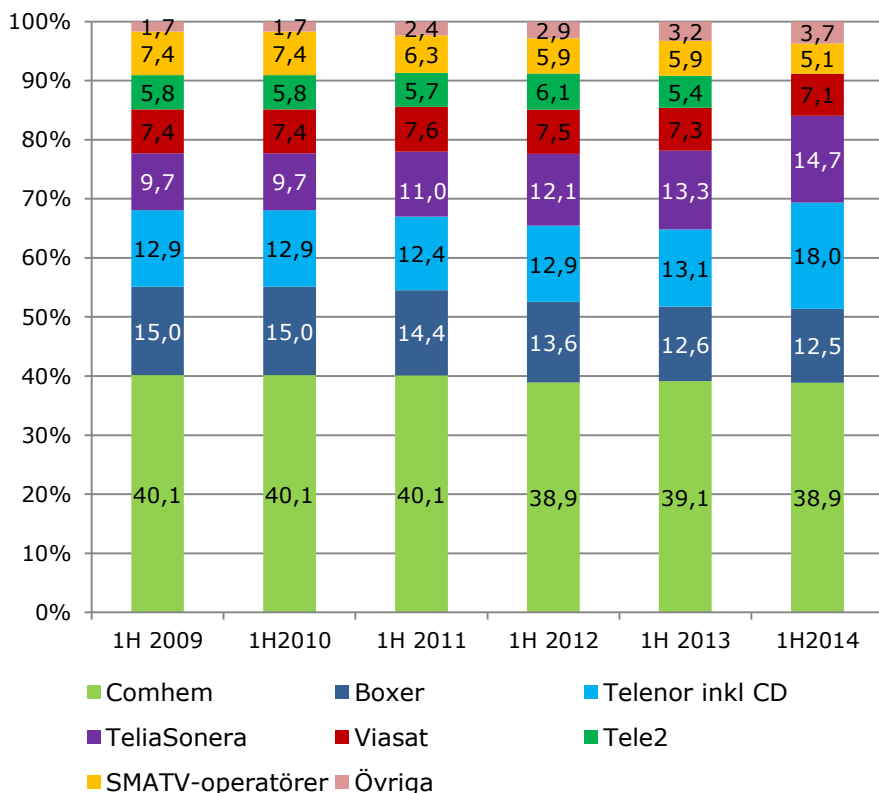
Andelarna för analog och digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på distributionssätt där hushåll med två eller fler abonnemang på kabel-tv-tjänster endast räknas en gång.

De största förändringarna i andelar var Telenors²⁵ och TeliaSoneras ökning. Förvärvet av Tele2:s kabel-tv och iptv-kunder bidrog starkt till att Telenors andel ökade från 13,1 procent sista juni 2013 till 18,0 procent sista juni 2014. Även TeliaSonera ökade sin andel, från 13,3 till 14,7 procent tack vare fler abonnemang via fiber. Boxer minskade sin andel något från 12,6 till 12,5 procent och Com Hem minskade från 39,1 procent den sista juni 2013 till 38,9

²⁵ Där Bredbandbolaget, Canal Digital Kabel, och Canal Digital (satellit) ingår.

procent ett år senare. Det innebär att Com Hem fortsatt var den största aktören följt av Telenor och TeliaSonera.

Figur 23 Andelar – abonnemang på tv-tjänster



Gruppen övriga²⁶ ökade sin andel från 3,3 till 3,7 procent medan Viasat minskade sin andel från 7,3 till 7,1 under samma period. SMATV (kabel-tv) minskade från 5,9 till 5,1 procent under samma period.

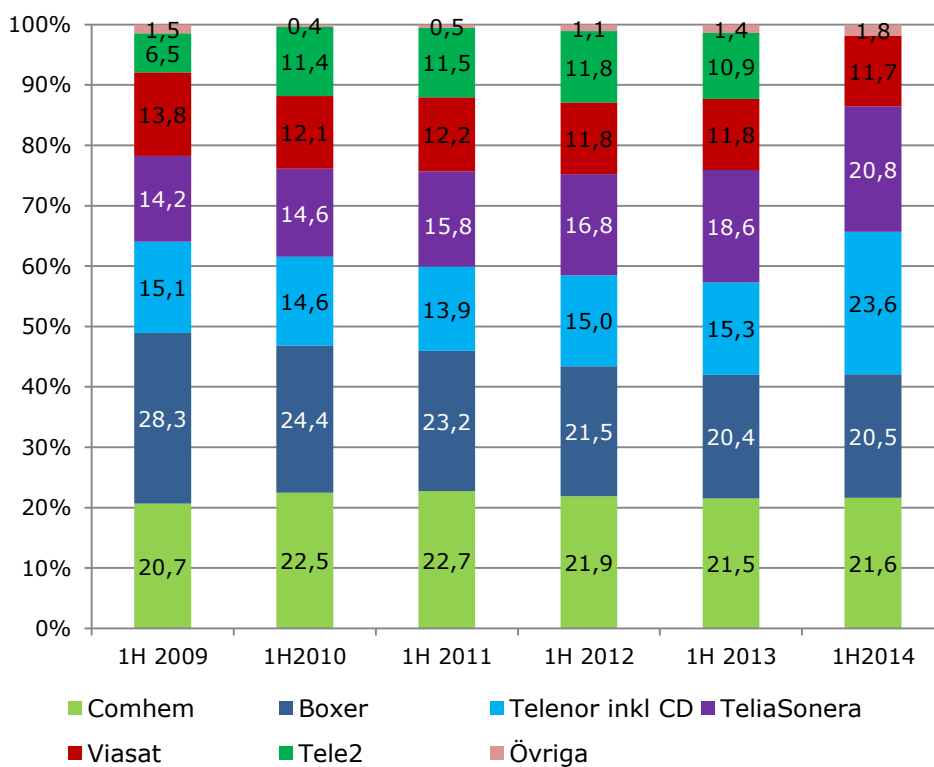
Digitala tv-tjänster

Andelarna för digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på digitala distributionssätt. De sex största aktörerna var den sista juni 2014 Com Hem, Boxer, TeliaSonera, Viasat och Telenor. Genom förvärvet av Tele2:s tv-abonnemang hade Telenor störst andel på 23,6 procent i slutet av juni 2014

²⁶ 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”.

följt av Com Hem, TeliaSonera och Boxer med vardera ca 21 procent. Viasat låg kvar på 11,7 procent.

Figur 24 Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster



Bilaga 1 Deltagarförteckning

- AB Sappa
- ACN Communications Sweden AB
- Advoco Software AB
- AllTele Allmänna Svenska Telefonaktiebolaget
- AllTele LDA
- AT&T Global Network Services Sweden AB
- Bahnhof LDA
- 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
- Efftel AB
- Fastbit AB
- First New Media Scandinavia AB
- Gävle Energi AB
- Götalandsnätet AB
- HI3G Access AB
- IP-Only Networks AB
- Köpings Kabel-TV AB
- Lidén Data Internetwork AB
- Ljusnet AB
- Lulebo AB
- Lycamobile Sweden Limited
- MKB Net AB
- Net at Once Sweden AB
- Netett Sverige AB
- Olofströms Kabel-TV
- Orange Business Sweden AB
- Phonera AB
- Qall Telecom AB
- Sandviken Energi
- SAVMAN AB
- Spring Mobil AB
- Stockholms Stadsnät AB
- Söderhamn Nära AB
- TDC Sverige AB
- Teknikbyrå i Sverige AB
- TelaVox AB
- Tele2 Sverige 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
- Wireless Maingate Nordic AB
- WX3 Telecom AB
- Värnamo Energi AB

Bilaga 2 Rapporttabeller

Finns i separat dokument

Bilaga 3 Kvalitetsdeklaration

B.0 Inledning

Svensk telemarknad är en datainsamling som genomförs två gånger per år. Resultaten presenteras på en statistikportal (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

Datansamlingen avser första halvan av kalenderåret 2014.

1.7 Fullständighet

Datansamlingen 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. Datansamlingen har en hög svarsfrekvens, 100 procent för insamlingen första halvåret 2014, 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)

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

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