

Svensk telemarknad första halvåret 2009

Statistik om marknaden



Svensk telemarknad första halvåret 2009

Statistik om marknaden

Rapportnummer

PTS-ER-2009:29

Diarienummer

09 - 7275

ISSN

1650-9862

Författare

Pamela Davidsson

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Innehåll

| | |
|---|-----------|
| Innehåll | 3 |
| Sammanfattning | 5 |
| Abstract | 6 |
| Nyckeldata | 7 |
| 1 Syfte och metod | 9 |
| 2 Marknadsutveckling - Abonnemang | 13 |
| 2.1 Fasta samtalstjänster | 13 |
| 2.2 Mobila samtalstjänster och mobil data | 13 |
| 2.3 Internettjänster | 14 |
| 2.4 TV-tjänster | 17 |
| 2.5 Sampaketerade abonnemang | 18 |
| 3 Användning - Trafik | 19 |
| 3.1 Samtalstrafik | 19 |
| 3.2 Meddelandetjänster | 20 |
| 3.3 Mobil data | 21 |
| 4 Marknadsandelar | 22 |
| Bilaga 1 – Deltagarlista | 25 |
| Bilaga 2 – Rapporttabeller | 26 |
| Bilaga 3 – Frågeformulär | 27 |

Tabell

| | | |
|----------|------------|---|
| Tabell 1 | Nyckeldata | 7 |
| Tabell 2 | Key data | 8 |

Figurer

| | | |
|----------|--|----|
| Figur 1 | Antal abonnemang för fast telefoni | 13 |
| Figur 2 | Antal abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data | 14 |
| Figur 3 | Antal Internetabonnemang | 15 |
| Figur 4 | Antal bredbandsabonnemang | 16 |
| Figur 5 | Fördelning av tv-abonnemang mellan olika distributionsplattformar | 17 |
| Figur 6 | Antal sampaketerade abonnemang | 18 |
| Figur 7 | Utgående trafikminuter från fasta och mobila telefoner | 19 |
| Figur 8 | Genomsnittligt antal skickade sms per kund och månad | 20 |
| Figur 9 | Genomsnittlig datatrafik i mobilnäten per abonnemang till mobilt bredband och månad | 21 |
| Figur 10 | Marknadsandelar – samtliga abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data | 22 |
| Figur 11 | Marknadsandelar – abonnemang för fasta samtalstjänster | 23 |
| Figur 12 | Marknadsandelar - bredbandsabonnemang | 24 |

Sammanfattning

Teknikskiftet på marknaden för elektronisk kommunikation fortsätter.

Ett tydligt exempel på teknikskiftet är det faktum att antalet bredbandsabonnemang som baseras på fiberteknik eller trådlös teknik fortsätter att växa, medan den teknik som tidigare drivit en stor del av tillväxten på bredbandsmarknaden (xDSL) nu står för en minskad andel av Internetmarknaden. Antalet aktiva kunder med bredband ökade från 3,4 miljoner till 4 miljoner mellan sista juni 2008 och sista juni 2009, vilket motsvarar en tillväxt på ungefär 17 procent. Mobilt bredband stod för en stor del av den ökningen. Efterfrågan på bredbandsaccesser med mer än 10 Mbit/s har fortsatt att öka och utgör nu 33 procent av samtliga bredbandsabonnemang. Den minskning i antal xDSL-abonnemang som inträffade andra halvåret 2008 fortsätter. Den sista juni 2009 fanns 1,7 miljoner abonnemang till bredband via xDSL, en minskning med två procent på ett år.

Det ska dock understrykas att xDSL spelar en betydelsefull roll för utvecklingen på telefonisegmentet av marknaden för elektronisk kommunikation. En tydlig trend på detta segment är förvisso att mobiltelefonin vinner mark, på bekostnad av traditionell fast telefoni, men att antalet abonnemang för fast ip-baserad telefoni ökar starkt. I detta sammanhang spelar xDSL en viktig roll - abonnemangen för ip-baserad telefoni via xDSL ökade med 51 procent under det gångna året, från 179 000 sista juni 2008 till 270 000 sista juni 2009.

Det konstateras ovan att mobila samtals- och bredbandstjänster vinner mark. Detta återspeglas bland annat i att antalet utgående samtalsminuter i mobilnäten fortsätter att öka och närma sig antalet utgående samtalsminuter i fasta nät. Det totala antalet mobilabonnemang fortsätter också att öka och har nu passerat över 11 miljoner. Ökningen baseras främst på ett ökat antal abonnemang för mobilt bredband. Antalet skickade sms från mobiltelefoner fortsätter också att öka. En genomsnittlig kund skickade 112 sms per månad, vilket är en ökning med 33 sms jämfört med de 79 som skickades under motsvarande period 2008. I PTS Individundersökning 2009¹ framgår att andelen individer som sänder sms inte ökar, men att de som använder sms (ständigt) skickar fler sms.

Antalet sampaketerade abonnemang har ökat med ca 20 procent sedan årsskiftet. Mest ökar paketen med de tre sampaketerade tjänsterna bredband, fast telefoni och tv. På PTS webbplats för prisjämförelse, Telepriskollen, kan man numera även jämföra priset på sampaketerade abonnemang.

¹ PTS individundersökning 2009, PTS-ER-2009:28

Abstract

The shift in technology in the electronic communications market is still continuing.

One clear indicator of this technology shift is the fact that the number of broadband subscriptions based on fibre or wireless technology continues to grow, while the technology that previously drove a large proportion of broadband growth (xDSL) now represents a smaller share of the Internet market. The number of active customers with broadband increased from 3.4 million to 4 million between 30 June 2008 and 30 June 2009, corresponding to growth of approximately 17 per cent. Mobile broadband represented a large part of this increase. The demand for broadband access lines with more than 10 Mbps has continued to rise and now comprises 33 per cent of all broadband subscriptions. The decline in the number of xDSL subscriptions that occurred during the last six months of 2008 is continuing. On 30 June 2009, there were 1.7 million subscriptions for broadband via xDSL, which represents a reduction of two per cent over one year.

However, it should be emphasised that xDSL plays a significant role in the development of the telephony segment of the electronic communications market. Although one clear trend in this segment is that mobile telephony is gaining ground, at the expense of traditional fixed telephony, the number of subscriptions for fixed IP-based telephony is showing strong growth. xDSL plays an important role in this context – subscriptions for IP-based telephony via xDSL increased by 45 per cent in the past year, from 179 000 on 30 June 2008 to 260 000 on 30 June 2009.

It can be observed from the above that mobile call and broadband services are gaining ground. This is reflected in, for example, the number of outgoing call minutes in the mobile networks continuing to increase and approaching the number of outgoing call minutes in the fixed networks. The total number of mobile subscriptions is also continuing to rise and there are now more than 11 million such subscriptions. This increase is primarily based on a rising number of mobile broadband subscriptions. The number of SMS sent from mobile telephones is also continuing to grow. The average customer sent 76 SMS per month, which represents an increase of 17 SMS compared with the 59 SMS sent during the corresponding period in 2008. The Survey of Individuals 2009 conducted by the Swedish Post and Telecom Agency (PTS) shows that there has not been any increase in the proportion of individuals who send SMS, but that those who use SMS (regularly) are sending more.

The number of bundled subscriptions has risen by approximately 20 per cent since the turn of the year. The most pronounced increase has been in triple-play services – broadband, fixed telephony and television.

Nyckeldata

Tabell 1 Nyckeldata

| Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation | | | |
|--|----------------------|----------------------|--------------|
| | 1:a halvåret 2009 | 1:a halvåret 2008 | Förändring |
| <i>Fasta samtalstjänster</i> | | | |
| Abonnemang för fast telefoni (tusen) | 5 244 | 5 397 | -3 % |
| varav abonnemang via GTA (tusen) | 972 | 1 009 | -4 % |
| Privat | 784 | 843 | -7 % |
| Företag | 189 | 166 | 14 % |
| varav abonnemang för IP-telefoni (tusen) | 865 | 656 | 32 % |
| Privat | 805 | 613 | 31 % |
| Företag | 59 | 44 | 36 % |
| Förvalskunder (tusen) | 317 | 433 | -27 % |
| Privat | 189 | 277 | -32 % |
| Företag | 128 | 156 | -18 % |
| <i>Mobila samtals- och datatjänster</i> | | | |
| Mobilabonnemang (tusen) | 11 250 | 10 421 | 8 % |
| Privat | 8 833 | 8 224 | 7 % |
| Företag | 2 417 | 2 197 | 10 % |
| varav aktiva UMTS-abonnemang | 4 155 | 2 825 | 47 % |
| varav abonnemang för enbart mobil paketdata | 1 090 | 604 | 81 % |
| Antal skickade SMS (miljoner) | 6 778 | 4 501 | 48 % |
| Antal skickade MMS (miljoner) | 67 | 64 | 4 % |
| Trafik för mobila datatjänster (Tbyte) | 11 664 | 4 729 | 147 % |
| <i>Internettjänster</i> | | | |
| Internetabonnemang (tusen) | 4 419 | 4 030 | 10 % |
| Abonnemang till uppringd anslutning | 411 | 607 | -32 % |
| Abonnemang till fast bredbandsanslutning | 2 918 | 2 818 | 4 % |
| Abonnemang till mobil bredbandsanslutning | 1 090 | 604 | 81 % |

Tabell 2 Key data

| Key data - the market for electronic communications | | | |
|--|----------------------|----------------------|--------------|
| | 1:a halvåret 2009 | 1:a halvåret 2008 | Förändring |
| Fixed call services | | | |
| Subscriptions for fixed telephony (thousands) | 5 244 | 5 397 | -3 % |
| of which via WLR (thousands) | 972 | 1 009 | -4 % |
| Private | 784 | 843 | -7 % |
| Business | 189 | 166 | 14 % |
| of which via IP-telephony (thousands) | 865 | 656 | 32 % |
| Private | 805 | 613 | 31 % |
| Business | 59 | 44 | 36 % |
| Pre-selection customers (thousands) | 317 | 433 | -27 % |
| Private | 189 | 277 | -32 % |
| Business | 128 | 156 | -18 % |
| Mobile call services and mobile data | | | |
| Mobile subscriptions (thousands) | 11 250 | 10 421 | 8 % |
| Privat | 8 833 | 8 224 | 7 % |
| Företag | 2 417 | 2 197 | 10 % |
| of which active UMTS subscriptions | 4 155 | 2 825 | 47 % |
| of which subscriptions for only mobile packet data | 1 090 | 604 | 81 % |
| Number of SMS sent (millions) | 6 778 | 4 501 | 48 % |
| Number of MMS sent (millions) | 67 | 64 | 4 % |
| Traffic for mobile data services (Tbyte) | 11 664 | 4 729 | 147 % |
| Internet services | | | |
| Internet subscriptions (thousands) | 4 419 | 4 030 | 10 % |
| Dial-up subscriptions | 411 | 607 | -32 % |
| Broadband subscriptions | 2 918 | 2 818 | 4 % |
| Mobile broadband subscriptions | 1 090 | 604 | 81 % |

1 Syfte och metod

Syftet med Svensk telemarknad första halvåret 2009 är att kartlägga utvecklingen för en stor del av den svenska marknaden för elektronisk kommunikation.

Kommunikationsmyndigheten PTS har till uppgift att dels följa marknadsutvecklingen för elektronisk kommunikation, dels främja konkurrensen inom området. Som ett led i detta arbete arbetar PTS med marknadsstatistik och marknadsanalyser. PTS arbete med att publicera marknadsstatistik ska också ses i ljuset av att det är viktigt att allmänheten, operatörer, samt andra företag och organisationer får tillgång till statistik och marknadsanalyser.

Rapporten Svensk telemarknad ska främst ses som PTS rapport för statistik om marknaden för elektronisk kommunikation. Fokus ligger därför på att redovisa statistik som inhämtats från operatörer som verkar på marknaden. Svensk telemarknad första halvåret 2009 innehåller inga fördjupningsavsnitt som mera utförligt diskuterar de bakomliggande faktorerna till den utveckling som sker på marknaden. Däremot inkluderas ett antal figurer och diagram som förtydligar siffermaterialet.

Insamlingen av helårsstatistik för åren 2000 till 2008 har skett i samarbete med Statens institut för kommunikationsanalys, SIKÅ,² och Statistiska centralbyrån, SCB. PTS insamling av halvårsstatistik sker dock endast i myndighetens egen regi. En viktig orsak till detta samarbete är att underlätta för uppgiftslämnarna genom att bland annat minska antalet frågeformulär. Statistiken för första halvåret 2009 har samlats in med en webbaserad enkät.³

Svarsplikt

I samband med 2003 års insamling av uppgifter infördes svarsplikt och svarsplikt har även införts för insamling av halvårsuppgifter. För information om vilka operatörer som har inkommit med svar, se den bilagda deltagarlistan.

Halvårsrapporten är mindre omfattande

Den statistik som presenteras i Svensk telemarknad ska ses som PTS presentation av marknaden och baseras på de data som kommer in från

² SIKÅ är den myndighet under Näringsdepartementet som ansvarar för den officiella statistiken om televerksamhet (se www.sika-institute.se).

³ Webbenkäten har utformats i samarbete med Action Dialog Partner AB, och uppgiftsinsamlingen har utförts av Action Dialog Partner AB.

operatörerna. Andra publika källor används också i viss utsträckning. Halvårsversionen av Svensk telemarknad genomgick 2008 några viktiga förändringar jämfört med tidigare halvårsrapporter. Färre aktörer tillfrågas numera i halvårsmätningen. Inför halvårsrapporten 2009 skickades frågeformuläret ut till de aktörer som i föregående halvårsmätning tillsammans svarade för minst 95 procent av marknaden på någon av delmarknaderna fasta samtalstjänster, mobila samtalstjänster och mobil datatrafik, Internettjänster eller tv-tjänster.⁴ Totalt innebar detta 54 aktörer. Vid rapportens publicering hade 53 svarat vilket motsvarar cirka 98 procent av de tillfrågade. Insamlingen av operatörsdata fortsätter dock även efter det att rapporten Svensk telemarknad har publicerats, vilket gör att PTS databas⁵ för operatörsstatistik kontinuerligt uppdateras och svarsfrekvensen ökar. Uppgifter om antal abonnemang och trafik för de som inte tillfrågats har skattats baserat på deras uppgifter i Svensk telemarknad 2008. En ytterligare förenkling är att intäktsuppgifter inte efterfrågas i frågeformuläret till Svensk telemarknad första halvåret 2009.⁶

Frågeformuläret till halvårsversionen av Svensk telemarknad 2009 kommer dock att omfatta samtliga aktörer på marknaden för elektronisk kommunikation samt inkludera frågor om intäkter för alla delmarknader.

Avvikelser, skattning och uppdatering av data

De uppgifter i rapporten som redovisas i procent är avrundade och därför blir summan av delarna inte alltid 100 procent.

Under insamlingsprocessen uppstår naturligtvis mätfel, dels eftersom det finns operatörer på marknaden som inte svarar på enkäten, dels eftersom skattningen av ej tillfrågade aktörer innehåller ett visst mått av osäkerhet. Detta gäller framför allt marknaden för bredbandsabonnemang via fiber och fiber-LAN, där antalet aktörer är stort. De operatörer som svarat står dock för en betydande del av marknaden för elektronisk kommunikation, och därför bör mätfelen inte vara särskilt stora. Mätfel kan även uppkomma om de tillfrågade inte har svarat på alla frågor i enkäten, om svaren blivit missvisande på grund av slarv, bristfälliga eller missförstådda instruktioner eller om något exakt värde inte går att få fram ur företagets redovisning. Sådana bortfall och eventuella brister i de inkomna svaren kan ofta kompenseras genom att utgå från data i tidigare insamlingar eller genom att göra uppskattningar utifrån relaterade svar i enkäten. Den historiska statistiken revideras kontinuerligt i takt med att PTS

⁴ En aktör som ingår bland de 95 procent största på minst en delmarknad får svara på samtliga frågor i frågeformuläret, oavsett om aktören har lägre marknadsandel på övriga delmarknader.

⁵ PTS databas finns tillgänglig på PTS statistikportal, www.svensktelemarknad.se

⁶ Med undantag för delmarknaden tv-tjänster där intäktsuppgifter samlas in även för första halvåret 2008.

får tillgång till ytterligare information, och av den anledningen kan statistiken för en och samma period skilja sig åt i olika rapporter. Det är därför viktigt att den som använder Svensk telemarknad har tillgång till den senast publicerade versionen. Den senast uppdaterade databasen finns alltid på PTS webbaserade statistikportal (statistik.pts.se).

Historiska uppgifter och marknadsandelar

Marknadsutvecklingen redovisas med statistik som i några fall sträcker sig tillbaka till 1992. Från och med Svensk telemarknad 2006 publicerar PTS även marknadsandelar för slutkundsmarknaderna för varje insamlingsperiod, fast inga historiska marknadsandelar som är äldre än helåret 2006. I rapporten finns marknadsandelar för ett antal olika variabler, men PTS publicerar betydligt fler uppgifter om marknadsandelar på den webbaserade statistikportalen. Portalen innehåller marknadsandelar för variabler på alla slutkundsmarknader från och med helåret 2006. De variabler som bedöms som bristfälliga eller är missvisande på något annat sätt publiceras inte i statistikportalen.

Om definitioner

I frågeformuläret används definitioner som också ligger till grund för rapporterna, och dessa definitioner revideras och förtydligas 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 privatkund 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 Internettjänster 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 dock termerna enligt uppställningen nedan.

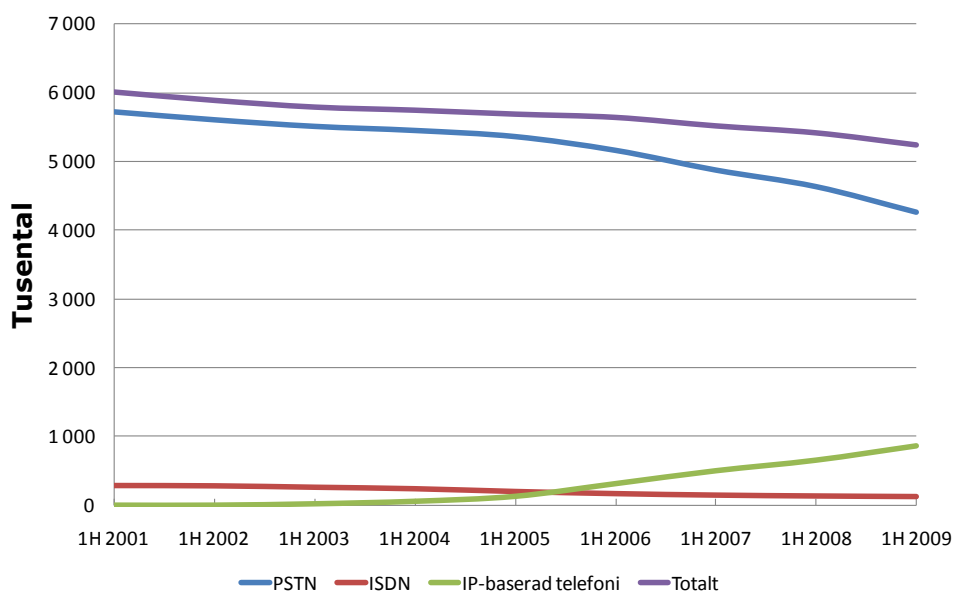
| | |
|------------------------------|---|
| Uppringd anslutning | PSTN, ISDN, GPRS |
| Fast anslutning | PSTN, ISDN, fast radio, satellit, xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN |
| Mobil anslutning | GPRS, HSPA, CDMA 2000, GPRS, UMTS, EDGE |
| Trådlös anslutning | GPRS, fast radio, satellit, HSPA, CDMA 2000, UMTS, EDGE |
| Trådbunden anslutning | PSTN, ISDN, xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN |
| Bredbandsanslutning | xDSL, kabel-tv, fiber, fiber-LAN, fast radio, satellit, HSPA, CDMA 2000 |

2 Marknadsutveckling - Abonnemang

2.1 Fasta samtalstjänster

Den sista juni 2009 fanns det 5 244 000 fasta telefonabonnemang i Sverige vilket kan jämföras med 5 397 000 ett år tidigare.

Figur 1 Antal abonnemang för fast telefoni

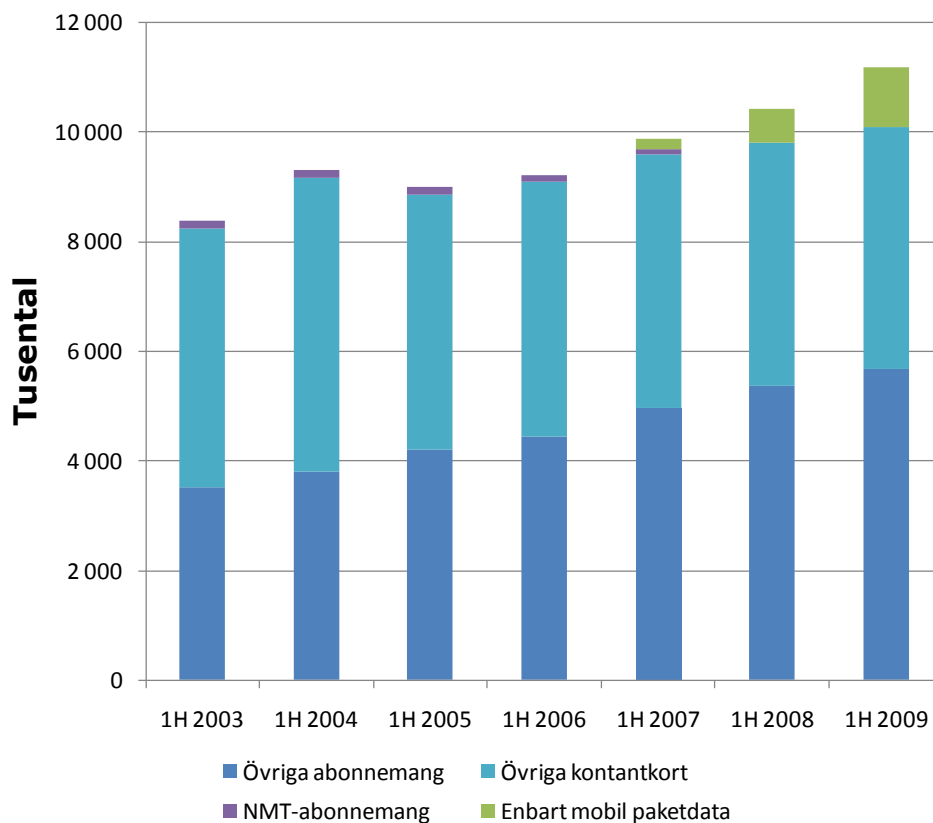


En tydlig trend är att antalet PSTN-abonnemang minskar samtidigt som antalet abonnemang för ip-baserad telefoni ökar. Mellan slutet av första halvåret 2008 och slutet av första halvåret 2009 minskade antalet PSTN-baserade abonnemang med ungefär 8 procent från drygt 4,6 miljoner till drygt 4,2 miljoner.

Under samma period ökade antalet ip-baserade abonnemang med 32 procent från 656 000 till 865 000. Abonnemangen på ip-baserad telefoni via xDSL ökade 51 procent, från 179 000 sista juni 2008 till 270 000 sista juni 2009.

2.2 Mobila samtalstjänster och mobil data

Marknaden för mobila samtalstjänster och mobil data har fortsatt att växa. Mellan sista juni 2008 och sista juni 2009 ökade antalet abonnemang och aktiva kontantkort från 10,4 miljoner till 11,2 miljoner. Det är framförallt abonnemang till mobilt bredband som står för ökningen.

Figur 2 Antal abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data

Antalet abonnemang och aktiva kontantkort för enbart mobil paketdata (mobilt bredband) ökade från cirka 604 000 i slutet av första halvåret 2008 till 1 090 000 i slutet av samma period 2009. Förändringen motsvarar en årlig tillväxt på 80 procent. Antalet privata abonnemang och kontantkort ökade med 86 procent och antalet företagsabonnemang med 71 procent.

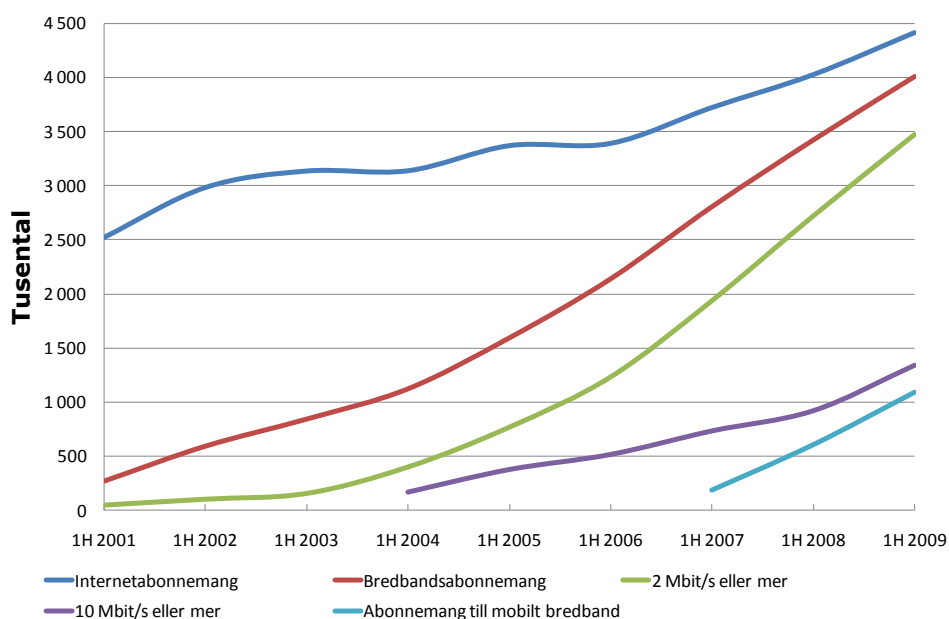
I slutet av juni 2009 fanns över 1,6 miljoner telematikabonnemang (maskin-till-maskin, M2M), vilket innebär en ökning med 6 procent mellan sista december 2008 och sista juni 2009. Telematikabonnemang är inte inkluderade i abonnemangssiffrorna ovan.

2.3 Internettjänster

Marknaden för Internetaccess har under ett antal år genomgått stora förändringar i samband med övergången från uppringd anslutning till

bredbandsanslutning. Genombrottet för mobilt bredband har inneburit att delmarknaden än en gång står inför stora förändringar.

Figur 3 Antal Internetabonnemang

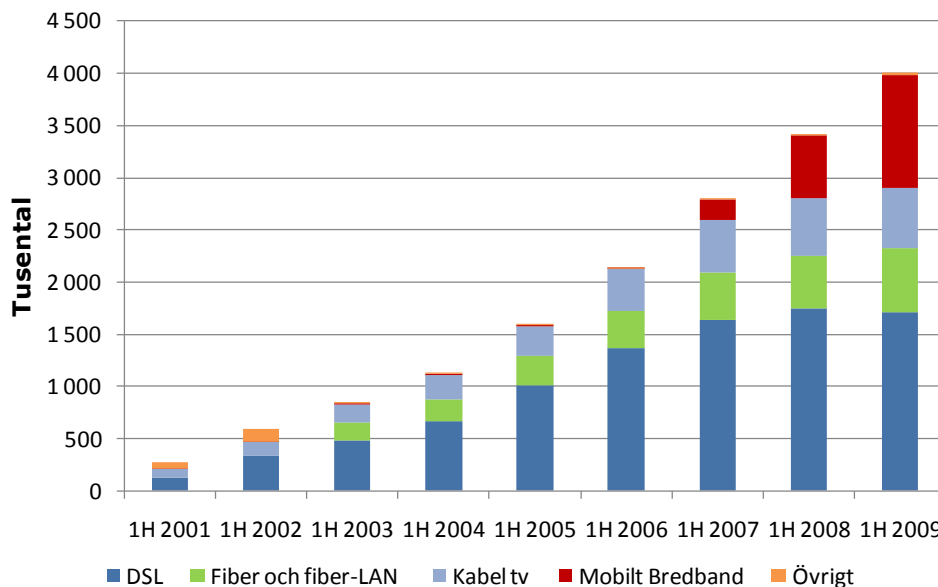


Antalet aktiva Internetabonnemang var 4,4 miljoner den sista juni 2009.

Antalet aktiva kunder med bredband med 2 Mbit/s eller mer i överföringshastighet var knappt 3,5 miljoner vid samma tidpunkt vilket motsvarade 87 procent av samtliga kunder med bredband. Motsvarande andel bredbandsabonnemang med 2 Mbit/s eller mer ett år tidigare var 80 procent.

Antalet aktiva kunder med bredband med 10 Mbit/s eller mer i överföringshastighet var drygt 1,3 miljoner den sista juni 2009 vilket motsvarade 33 procent av samtliga kunder med bredband. Motsvarande andel bredbandsabonnemang med 10 Mbit/s eller mer ett år tidigare var 27 procent.

Antalet abonnemang för uppringt Internet minskade mellan sista juni 2008 och sista juni 2009 med 32 procent, från 607 000 till 411 000 abonnemang.

Figur 4 Antal bredbandsabonnemang

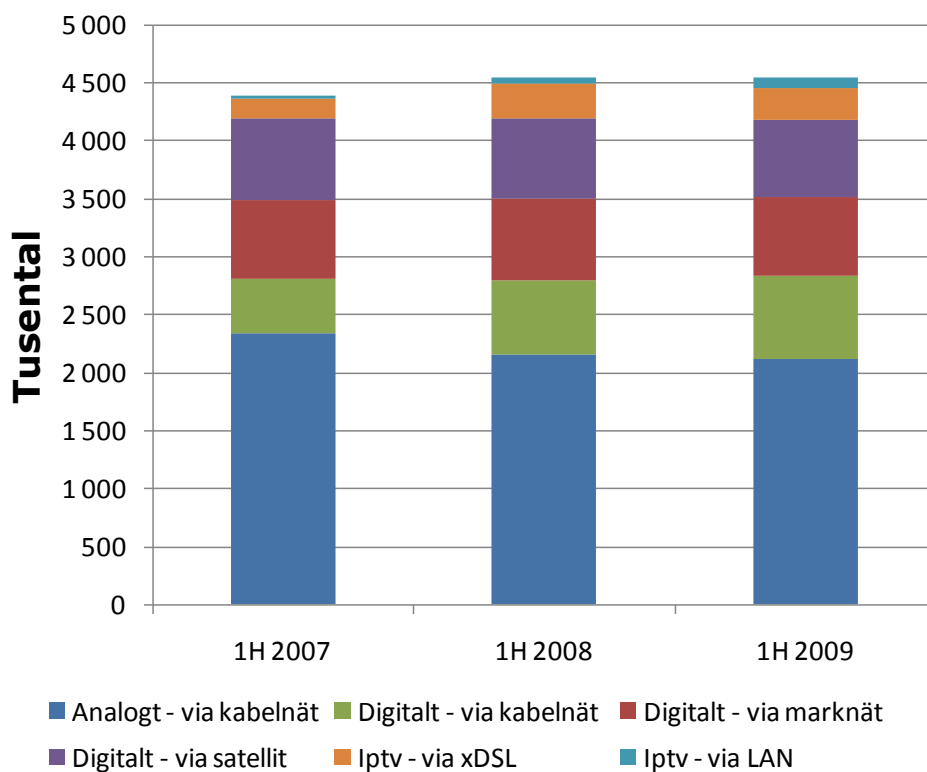
Antalet aktiva kunder med bredband ökade från 3,4 miljoner till 4,0 miljoner mellan sista juni 2008 och sista juni 2009 vilket motsvarar en tillväxt på ungefär 17 procent.

Mobilt bredband stod för en stor del av ökningen men även kabel-tv, fiber och fiber-LAN ökade. Den sista juni 2009 fanns 1,7 miljoner abonnemang till bredband via DSL. Det innebär att den minskning som inträffade andra halvåret 2008 nu även fortsatt under första halvåret 2009.

2.4 TV-tjänster

Den sista juni 2009 var det totala antalet tv-abonnemang på den svenska marknaden 4,5 miljoner, varav drygt 2,4 miljoner är digital-tv-abonnemang. Det är totalt sett ungefär lika många tv-abonnemang som ett år tidigare, men de digitala har ökat och de analoga minskar. Digital-tv via kabelnät står för en stor del av ökningen, från 638 000 abonnemang den sista juni 2008 till 718 000 abonnemang vid samma tidpunkt 2009, en ökning med drygt 15 procent på ett år. Även ip-tv via LAN-nät ökade under samma period, från 63 000 till 96 000 den sista juni 2009, vilket motsvarar en ökning med över 50 procent. Abonnemang via de övriga distributionsplattformarna minskade under året.

Figur 5 Fördelning av tv-abonnemang mellan olika distributionsplattformar

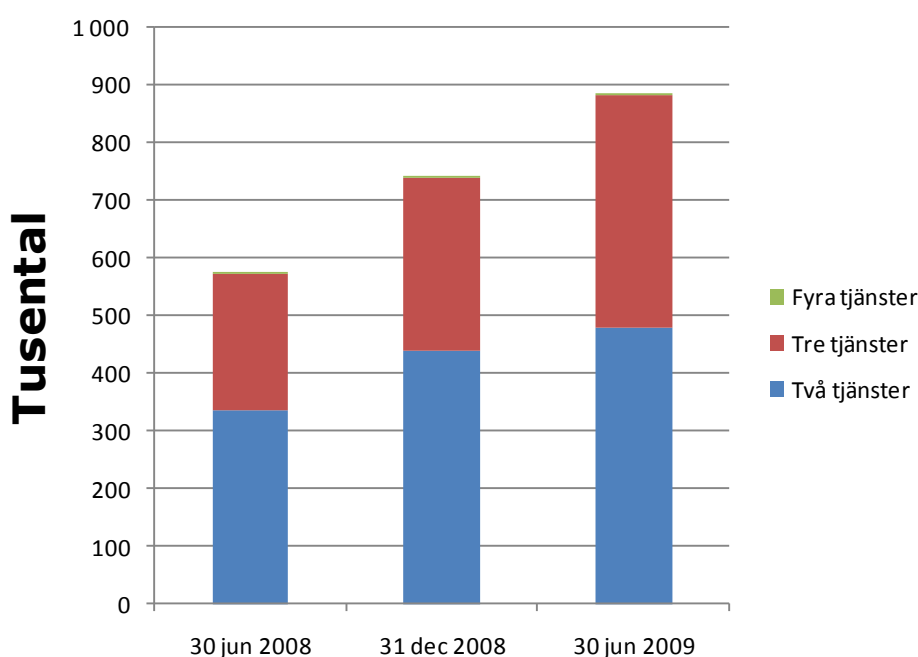


De hushåll som endast tar emot fri-tv via det digitala marknätet inkluderas inte i statistiken.

2.5 Sampaketerade abonnemang

Sampaketerade tjänster avser kombinationserbudanden som innehåller två eller flera tjänster, vilka erbjuds och marknadsförs som ett erbjudande eller med en prislista för de sampaketerade tjänsterna. De vanligaste erbjudandena på marknaden inkluderar olika kombinationer av telefoni (fast och/eller mobil), tv och Internetaccess.

Figur 6 Antal sampaketerade abonnemang



Sampaketerade abonnemang blir allt vanligare. Totalt sett fanns det 887 000 sampaketerade abonnemang den sista juni 2009. Av samtliga mobiltelefoni-, fasttelefoni, digital-tv och bredbandsabonnemang var åtta procent sampaketerade med andra abonnemang.

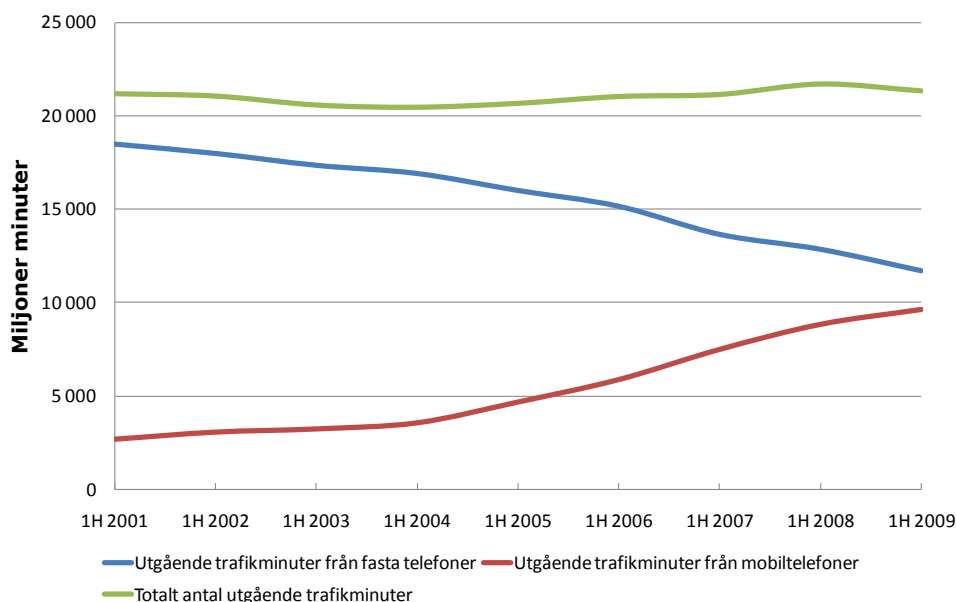
Den sampaketeringsform som ökat mest omfattar bredband, fast telefoni och tv, där antalet abonnemang uppgick till 357 000 i slutet av juni 2009. Därmed är denna form av kombinationserbudande nästan lika vanlig som de erbjudanden som inkluderar bredband och fast telefoni (dvs. exklusive tv), vilka uppgick till 370 000 abonnemang vid samma tidpunkt.

3 Användning - Trafik

3.1 Samtalstrafik

Antalet utgående samtalsminuter i mobilnät fortsatte att närma sig motsvarande antal minuter i fasta nät. Proportionen mellan utgående samtalsminuter i mobila respektive fasta nät uppgick det första halvåret 2009 till 84 procent, att jämföra med 66 procent det första halvåret 2008.

Figur 7 Utgående trafikminuter från fasta och mobila telefoner



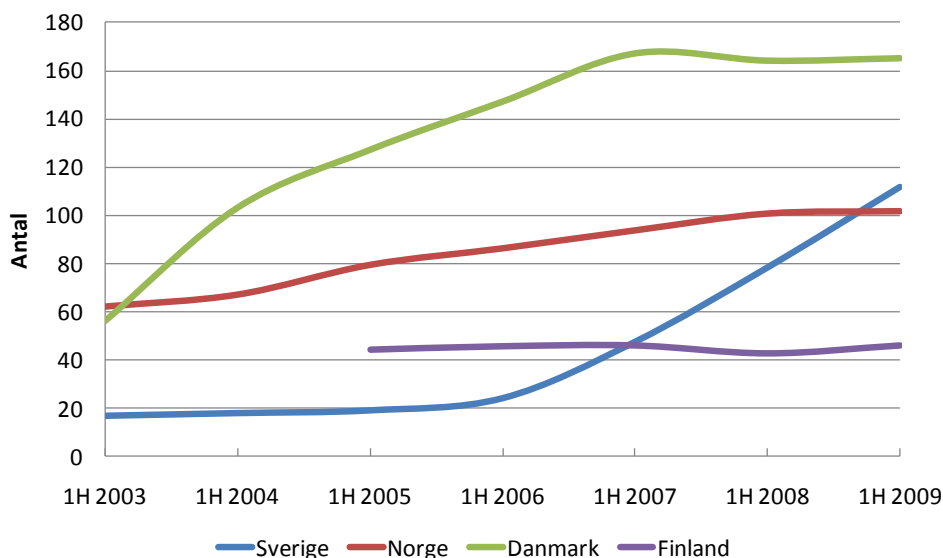
Antalet utgående trafikminuter för fasta samtalstjänster minskade från knappt 13,4 miljarder under första halvåret 2008 till knappt 11,5 miljarder under motsvarande tidsperiod 2009. Det innebär en årlig trafikminskning av antalet utgående minuter per abonnent och månad med 45 minuter, eller motsvarande 11 procent – från cirka 409 minuter per månad under första halvåret 2008 till cirka 362 minuter per månad under andra halvåret 2009.

Antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefoner ökade från 8,8 miljarder till 9,6 miljarder minuter mellan första halvåret 2008 och motsvarande period 2009. Ökningen innebär att antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefon för en genomsnittlig mobilkund ökade med cirka 6 procent per månad under perioden – från 150 minuter per månad till 159 minuter per månad.

3.2 Meddelandetjänster⁷

Under första halvåret 2009 skickades cirka 6,8 miljarder sms från mobiltelefoner vilket motsvarar en årlig ökning med 48 procent.

Figur 8 Genomsnittligt antal skickade sms per kund och månad



En genomsnittlig kund skickade 112 sms per månad, vilket är en ökning med 33 sms jämfört med motsvarande period 2008. I PTS Individundersökning 2009⁸ framgår att andelen individer som sänder sms inte ökar, men att de som väl använder sms skickar allt fler meddelanden.

Utöver de 6,8 miljarder sms som skickades från terminaler tillkommer sms genererade av telematikabonnemang. I genomsnitt skickades 8 sms per sådant abonnemang och månad under första halvåret 2009.

Under första halvåret 2009 sändes 67 miljoner mms. Det är 3 miljoner fler än under motsvarande period föregående år, men 6 miljoner färre än under andra halvåret 2008. I genomsnitt skickades drygt 1 mms per kund och månad under första halvåret 2009.

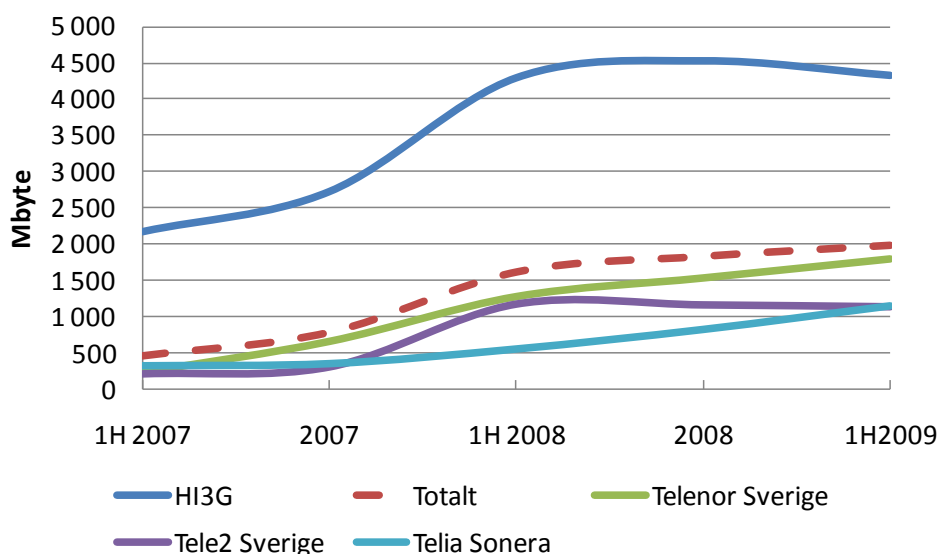
⁷ Tele2 har i samband med detta halvårs insamling reviderat sina tidigare siffror för antalet sända sms för tiden från första halvåret 2006 och fram till och med helåret 2008. Revideringen för bland annat med sig att genomsnittligt antal sända sms skiljer sig från det som redovisades i rapporten Svensk telemarknad 2008.

⁸ PTS individundersökning 2009, PTS-ER-2009:28

3.3 Mobil data

Trafiken för mobila datatjänster ökade från 4 729 Tbyte under första halvåret 2008 till 11 664 Tbyte under första halvåret 2009. Förändringen motsvarar en årlig tillväxt på 147 procent.

Figur 9 Genomsnittlig datatrafik i mobilnäten per abonnemang till mobilt bredband och månad



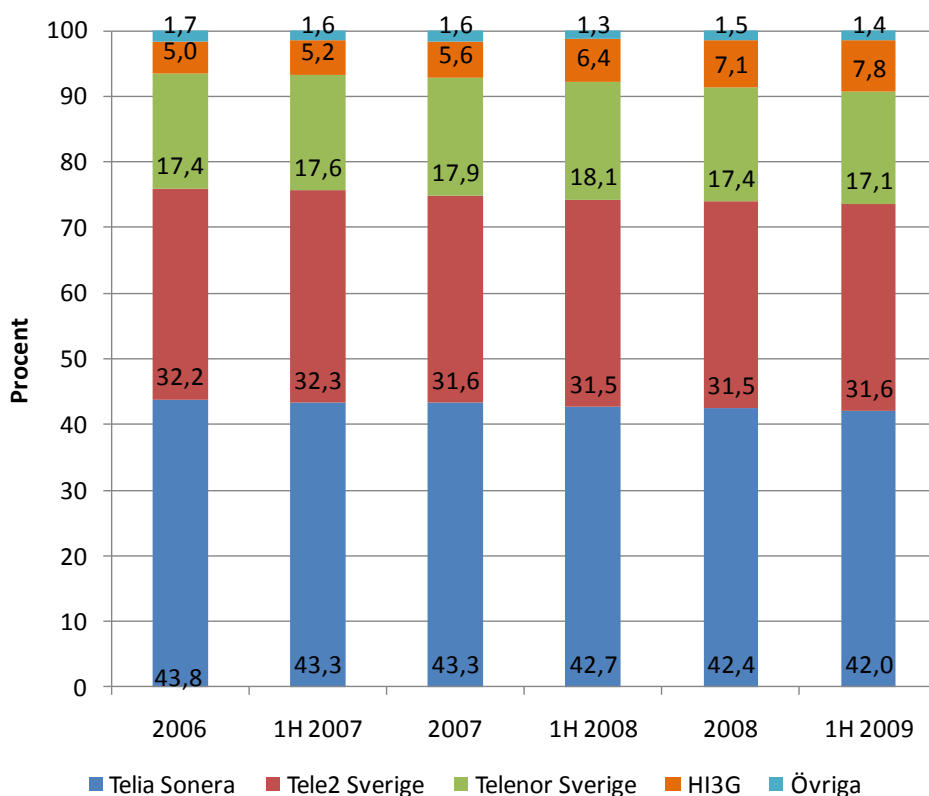
Den totala mängden genererad mobil paketdata⁹ per abonnemang på mobilt bredband och månad var knappt 2 Gbyte under första halvåret 2009. Det är 23 procent mer trafik per abonnemang på mobilt bredband och månad än under första halvåret 2008, men endast 8 procent mer än under andra halvåret 2008. En förklaring till att ökningen avtagit kan vara att IPRED-lagen trädde ikraft under våren 2009 och att nedladdningen av data minskade kraftigt under en period direkt efter det.

I figur 9 ovan framgår att det är stor skillnad mellan operatörerna vad gäller genomsnittlig mängd data per abonnemang på mobilt bredband och månad samt att ökningen avtar, och till och med minskar något, för enskilda operatörer.

⁹ Även abonnemang som klarar både mobil paketdata och samtal genererar mobil paketdata. PTS har dock fått indikationer på att denna andel är mycket liten i jämförelse med vad som genereras av abonnemang för enbart mobil paketdata

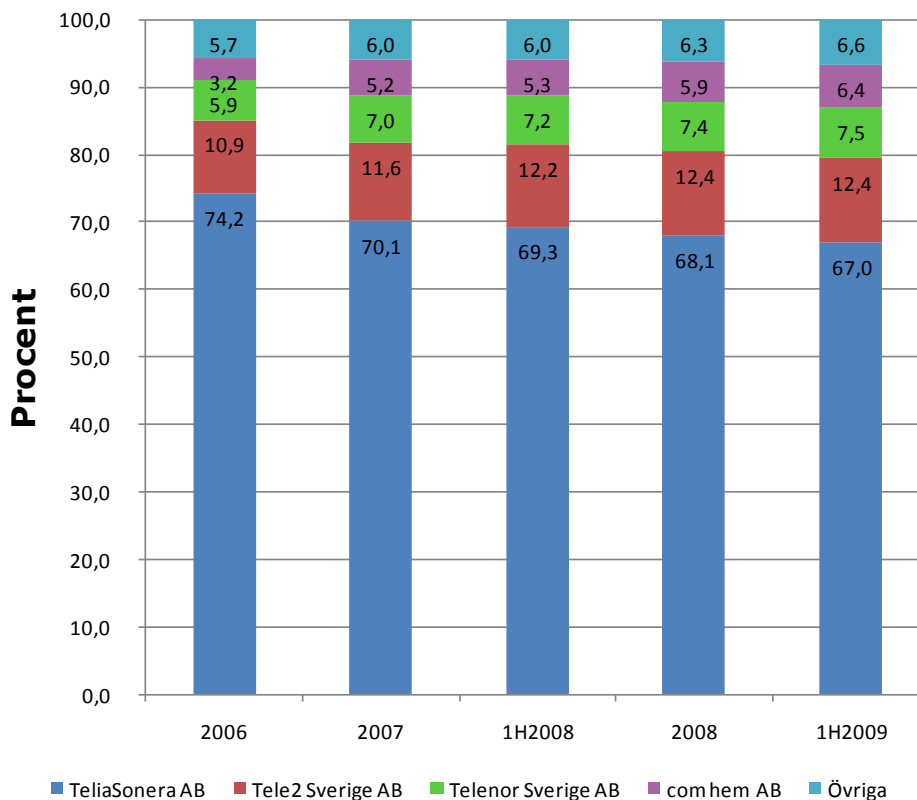
4 Marknadsandelar

Figur 10 Marknadsandelar – samtliga abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data



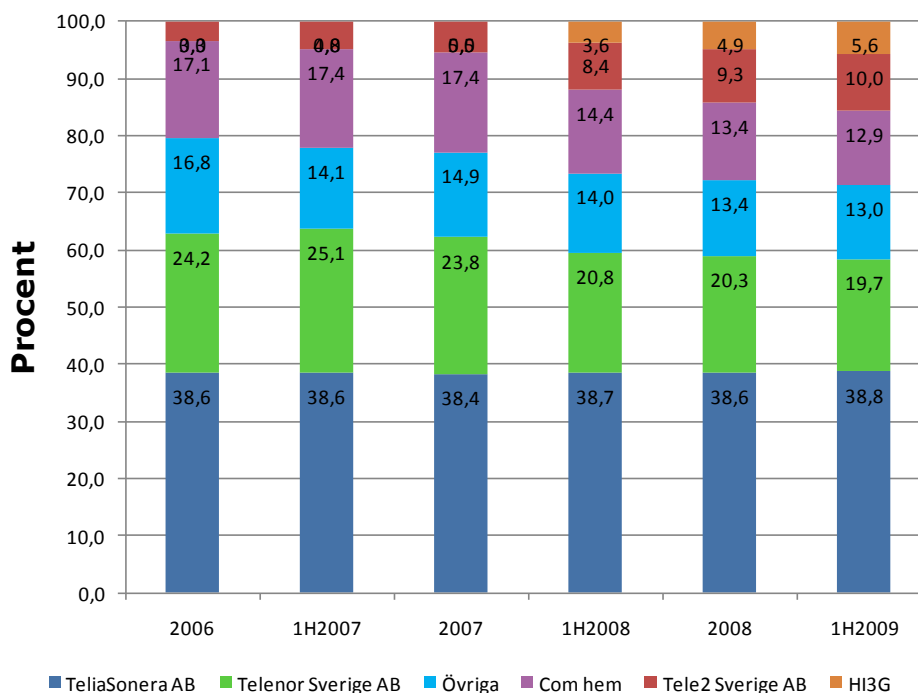
Figur 10 visar utvecklingen av marknadsandelarna¹⁰ för de stora nätägande operatörerna Telia Sonera, Tele2, HI3G och Telenor. Tele2 har legat på en oförändrad nivå våren 2009 jämfört med våren 2008 medan Telia Sonera och Telenor har minskat. HI3G har fortsatt att öka stadigt.– framförallt på grund en relativt stor andel abonnemang för mobilt bredband.

¹⁰ Mobilt bredband inkluderas både i figur 10 som visar andelen abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data, och figur 12 som visar andelen bredbandsabonnemang. I figuren har marknadsandelar för service providers som delägs av en nätoperatör till minst 50 procent, adderats till nätoperatörens marknadsandel.

Figur 11 Marknadsandelar – abonnemang för fasta samtalstjänster

Figur 11 visar utvecklingen av marknadsandelarna¹¹ av abonnemang för fasta samtalstjänster för operatörerna Telia Sonera, Tele2, Telenor-koncernen och Comhem. Tele2 och Telenor har legat på en oförändrad nivå våren 2009 jämfört med våren 2008 medan Telia Sonera och har minskat och com hem har att ökat.

¹¹ I figuren har marknadsandelar för service providers som delägs av en nätoperatör till minst 50 procent, adderats till nätoperatörens marknadsandel.

Figur 12 Marknadsandelar - bredbandsabonnemang

Figur 12 visar utvecklingen av marknadsandelarna¹² för operatörerna Telia Sonera, Tele2, Telenor-koncernen, HI3G och Comhem. TeliaSonera har legat på en oförändrad nivå på drygt 38 procent under ett flertal perioder. Tele2-koncernen och HI3G har ökat sina marknadsandelar våren 2009 jämfört med ett år tidigare, en ökning som till stor del har sin grund i antalet ökade abonnemang på mobilt bredband. Telenor-koncernen, Comhem och övriga aktörer har tappat marknadsandelar under de senaste åren.

¹² Mobilt bredband inkluderas både i figur 10 som visar andelen abonnemang och aktiva kontantkort för mobila samtalstjänster och mobil data, och figur 12 som visar andelen bredbandsabonnemang. I figuren har marknadsandelar för service providers som delägs av en nätoperatör till minst 50 procent, adderats till nätoperatörens marknadsandel.

Bilaga 1 – Deltagarlista

- ACN Communications Sweden AB
- AllTele Allmänna Svenska Telefonaktiebolaget
- AT&T Global Network Services Sweden AB
- B2 Bredband AB
- Bahnhof AB
- Blixtvik AB
- Boxer TV-Access AB
- Bredband i Gislaved Gnosjö AB
- Bredband2 AB
- Brinet AB
- BT Nordics Limited UK Filial
- Canal Digital Sverige AB
- Carrot Communications AB
- Comhem AB
- DGC Access AB
- Fast TV
- Fastbit AB
- Glocalnet Scandinavia AB
- Gävle Energi AB
- Gävlegårdarna
- Götalandsnätet AB
- Göteborg Energi GothNet AB
- HI3G Access AB
- IP-Only Telecommunication AB
- Karlskoga Bredband AB
- Kommuniera i Umeå AB
- Kungälv Energi AB
- Lidén Data Internetwork AB
- Lulebo AB
- Net at Once Sweden AB
- Nordisk Mobiltelefon Sweden AB
- Optimal Telecom Sverige AB
- Ownit Broadband AB
- Phoneria AB
- QuickNet AB
- Rätt Internetkapacitet i Sverige AB
- Sandviken Energi Elnät AB, SandNet
- SIHI Scandinavia AB
- Spring Mobil AB
- Sundsvall Elnät AB
- Svea Billing Systems AB
- Svensk programagentur (SPA)
- TDC Sverige AB
- Tele2 Sverige AB
- Telecom3 Networks AB
- Telenor Sverige AB
- Teleservice Bredband Skåne AB
- TeliaSonera AB
- Timepiece-Servicos De Consultoria Lda
- Tyfon Svenska AB
- Ventelo Sverige AB
- Verizon Sweden AB
- Viasat AB
- Wireless Maingate Nordic AB
- Värnamo Energi AB
- Vökby Bredband AB

Bilaga 2 – Rapporttabeller

| | | |
|---|-----------|--|
| Marknaden för elektronisk kommunikation | Tabell 1 | Nyckeldata |
| Marknaden för elektronisk kommunikation | Tabell 2 | Key data |
| Marknaden för elektronisk kommunikation | Tabell 3 | Trafikminuter |
| Fasta samtalstjänster | Tabell 4 | Abonnemang - antal |
| Fasta samtalstjänster | Tabell 5 | Trafikminuter - utgående |
| Fasta samtalstjänster | Tabell 6 | Samtal - antal |
| Fasta samtalstjänster | Tabell 7 | Samtal - genomsnitt |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 8 | Abonnemang - antal |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 9 | Abonnemang - fördelning |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 10 | Abonnemang - tillväxt |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 11 | Trafikminuter - utgående |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 12 | Samtal - antal |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 13 | Mobila datatjänster |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 14 | SMS |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 15 | MMS |
| Mobila samtals- och datatjänster | Tabell 16 | Telematik |
| Internettjänster | Tabell 17 | Abonnemang - antal |
| Internettjänster | Tabell 18 | Abonnemang - fördelning |
| Internettjänster | Tabell 19 | Abonnemang - bredband Tillväxt, penetration och genomsnittlig intäkt |
| Internettjänster | Tabell 20 | Abonnemang |
| tv-tjänster | Tabell 21 | Abonnemang |
| Sampaketerade abonnemang | Tabell 22 | Abonnemang |

Tabellerna finns i separata filer i pdf- och excel-format.

Bilaga 3 – Frågeformulär

Frågeformuläret är i en separat fil i pdf-format.