

# **Svensk Telekommarknad första halvåret 2016**



## **Svensk Telekommarknad första halvåret 2016**

**Rapportnummer**

PTS-ER-2016:30

**Diarienummer**

16-7428

**ISSN**

1650-9862

**Författare**

Karin Fransén

**Post- och telestyrelsen**

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

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

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

# Innehåll

<b>Sammanfattning av Svensk telekommunikationsmarknad första halvåret 2016</b>	<b>5</b>
<b>Summary of the Swedish Telecommunications Market, first half of 2016</b>	<b>9</b>
<b>1 Inledning och syfte</b>	<b>14</b>
<b>2 Mobila samtals- och datatjänster</b>	<b>15</b>
2.1 Abonnemang - Mobila samtals- och datatjänster	15
2.2 Abonnemang - M2M-tjänster	17
2.3 Samtalstrafik - Mobila samtalstjänster	17
2.4 Antal sms och mms	19
2.5 Datatrafik i mobilnäten	20
2.6 Intäkter för mobila samtals- och datatjänster	22
2.7 Intäkter för M2M	23
2.8 Marknadsandelar - Mobila samtals och datatjänster	23
2.9 Marknadsandelar - Mobilt bredband	24
2.10 Nummerporteringar - Mobila telefonnummer	26
<b>3 Internettjänster</b>	<b>27</b>
3.1 Abonnemang - Internettjänster	27
3.2 Överföringskapacitet - Fast bredband	29
3.3 Marknadsandelar - Bredband totalt	32
3.4 Marknadsandelar - Fast bredband	33
<b>4 Fasta samtalstjänster</b>	<b>34</b>
4.1 Abonnemang - Fasta samtalstjänster	34
4.2 Samtalstrafik - Fasta samtalstjänster	36
4.3 Marknadsandelar - Fasta samtalstjänster	37
4.4 Nummerporteringar - Fasta samtalstjänster	37
<b>5 Tv-tjänster</b>	<b>38</b>
5.1 Traditionella betal tv-tjänster	38
5.1.1 Abonnemang - Traditionella betal tv-tjänster	38
5.1.2 Marknadsandelar - Tv-tjänster	41
5.2 Fri-tv i marknätet	42
5.3 TV-tittarsiffror och andra sätt att se på rörlig bild	42
<b>6 Sampaketerade tjänster</b>	<b>43</b>
<b>BILAGOR</b>	<b>45</b>

## Figurer

Figur 1	Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster .....	15
Figur 2	Antal abonnemang som använt 4G (LTE) .....	17
Figur 3	Antal abonnemang på M2M-tjänster .....	17
Figur 4	Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang .....	18
Figur 5	Utveckling av antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad .....	19
Figur 6	Mängd överförd mobil data .....	20
Figur 7	Mobila intäkter uppdelade på fasta och rörliga avgifter .....	22
Figur 8	Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster .....	24
Figur 9	Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband .....	25
Figur 10	Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer .....	26
Figur 11	Antal internetabonnemang .....	27
Figur 12	Utveckling av abonnemang på fast bredband .....	28
Figur 13	Fördelning av hastighet för nedladdning av data - fast bredband .....	30
Figur 14	Fördelning av hastighet för uppladdning av data - fast bredband .....	31
Figur 15	Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt .....	32
Figur 16	Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband .....	33
Figur 17	Antal abonnemang på fast telefoni .....	34
Figur 18	Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtalstjänster .....	37
Figur 19	Antal tv-abonnemang per distributionsplattform .....	38
Figur 20	Andel tv-abonnemang per distributionsplattform .....	39
Figur 21	Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster .....	41
Figur 22	Antal sampaketerade abonnemang .....	43

# Sammanfattning av Svensk telekommarknad första halvåret 2016

Svensk telekommarknad är Sveriges viktigaste operatörsundersökning om abonnemang, intäkter, datatrafik med mera inom elektronisk kommunikation. Rapporten för första halvåret 2016 är baserad på Post- och telestyrelsens (PTS) egen primär-datainsamling som undersöker över 50 operatörers och andra aktörers utveckling. Alla jämförelser avser 30 juni 2016 med samma dag 2015.



## Mobilabonnemang

- Totalt mobilabonnemang: 14,5 milj. (+1%)
- Mobilabonnemang inkl 1Gbyte: 7,3milj (+9%)
- Mobildata trafik: 294 000 Tbyte (+31%)



## Bredbandsabonnemang

- Fast (fiber, kabel, xDSL): 3,5 milj.(+ 5%)
- Mobilt (router, dongel): 2,2 milj. (-2%)



## Fasta telefoniabonnemang

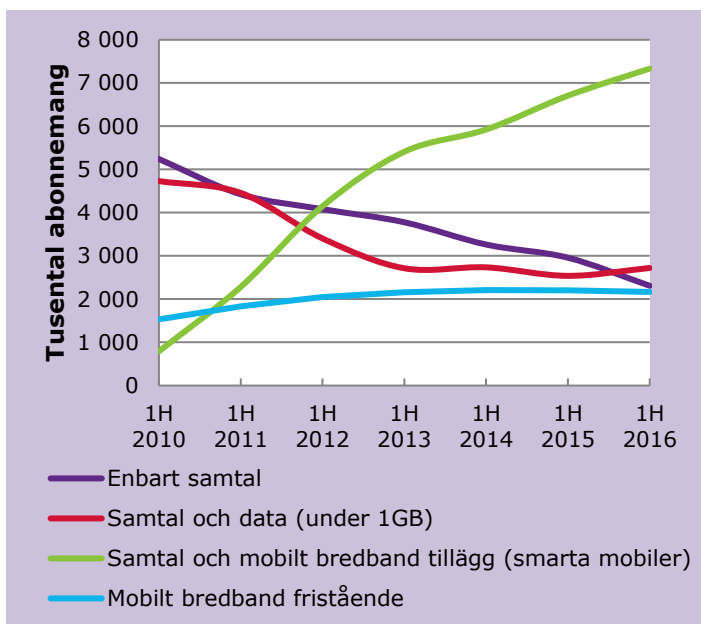
- Fast telefoni: 3,3 milj. (-7%)
- varav ip-baserad: 1,8 milj. (+2%)



## Traditionella betal-tv-abonnemang

- Abonnemang: 5,2 milj. (+1%)
- varav iptv: 1,0 milj. (+11%)

## Mobila samtals- och dataabonnemang ökar med 2 procent

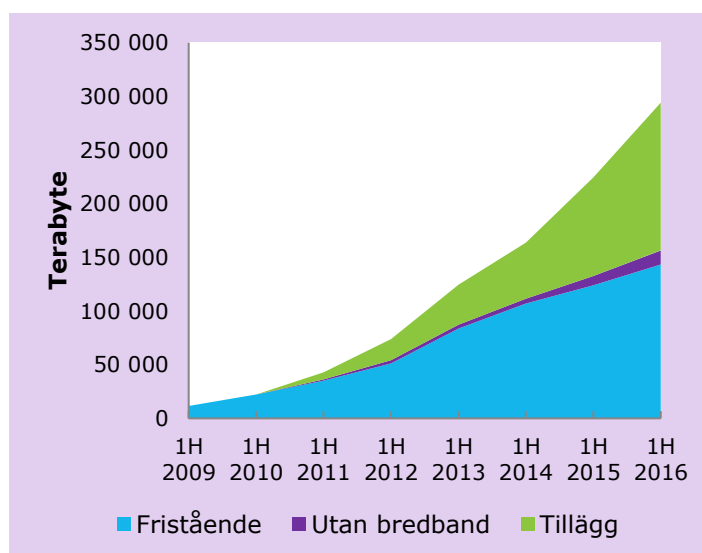


Det fanns totalt 14,5 miljoner mobilabonnemang i Sverige den 30 juni 2016. Det är en ökning med 1 % jämfört med samma dag 2015. Jämfört med 31 december 2015 är detta dock en minskning på 2 %. Den totala minskningen beror främst på att Lycamobiles abonnemang har minskat.

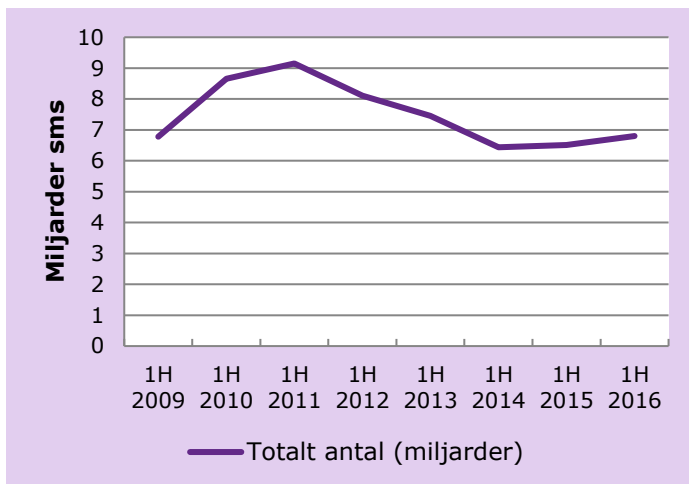
Antalet abonnemang med över 1 Gbyte data, (mestadels smarta mobiler) har ökat med 9 % till 7,3 miljoner. Abonnemang med enbart samtal (utan data) fortsätter att minska med 22 % till 2,3 miljoner och abonnemang med lite data (mindre än 1 Gbyte) ökar med 7 % till 2,7 miljoner. Antalet abonnemang med mobilt bredband som fristående tjänst uppgick till knappt 2,2 miljoner vilket innebär en fortsatt minskning med 2 %.

## Datatrafiken i mobilnäten fortsätter att öka kraftigt

Datatrafiken i mobilnäten fortsätter att öka. Mängden överförd data ökade till 294 000 Terabyte (Tbyte) under första halvåret 2016 och ökade med på 31 %. Ökningstakten har även tidigare år legat på över 30 %.



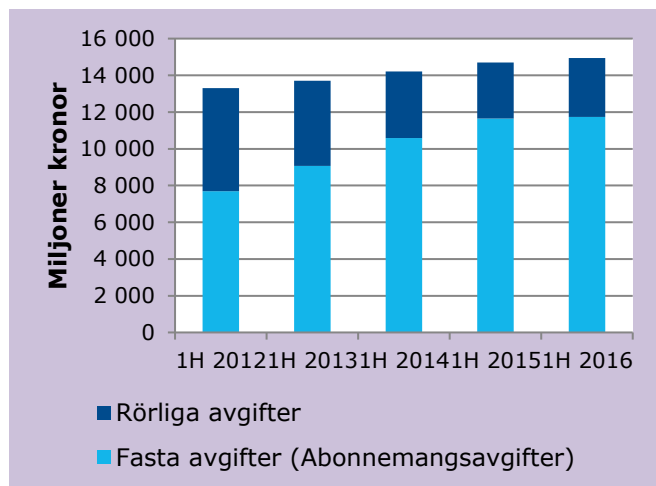
## Antalet sms ökar igen



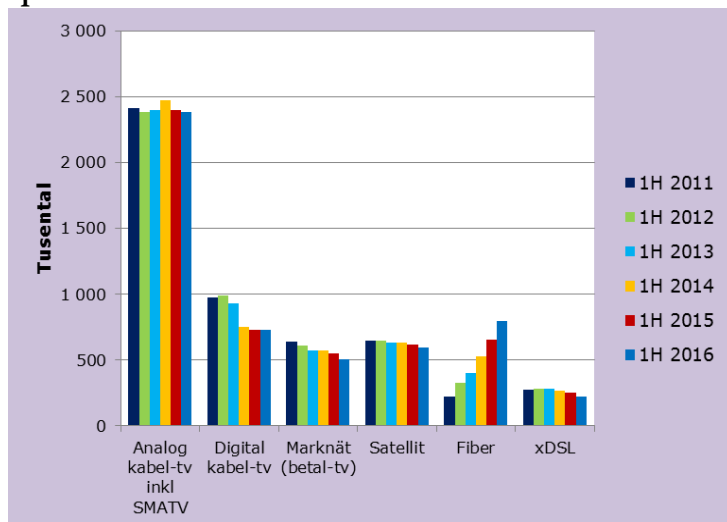
Första halvåret 2016 skickades drygt 6,8 miljarder sms från mobiltelefoner. Det är en ökning med 4 %. Ökningen av antalet sms kan bero på att allt fler abonnemang har en stor mängd sms som ingår i abonnemanget till ett fast pris.

## Mobila intäkter ökar med 2 procent

Under första halvåret 2016 var de totala slutkundsintäkterna från mobila samtals- och datatjänster drygt 14,9 miljarder kronor, en ökning med 2 %. Intäkterna från fasta avgifter uppgick till 11,7 miljarder kronor under första halvåret 2016, en ökning med 1 %. De rörliga avgifterna genererade 3,2 miljarder kronor i intäkter, vilket är en ökning med 5 %.

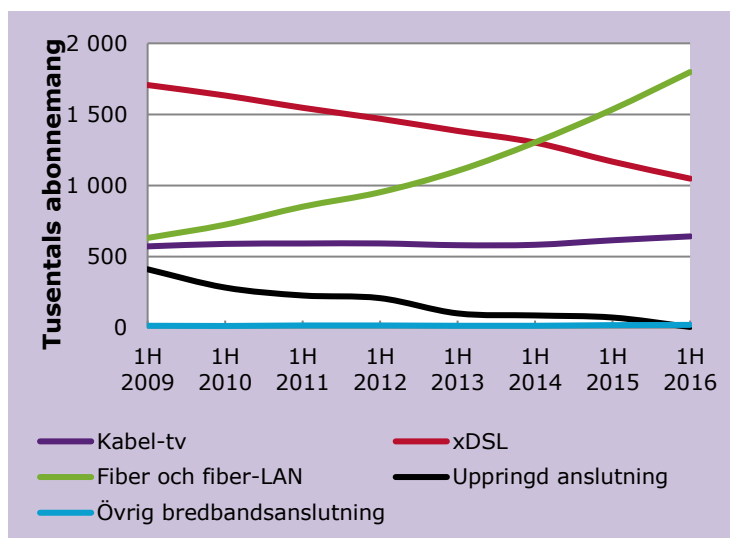


## Iptv via fiber ökar – marknätet minskar



Iptv via fiber är nu den största digitala tv-plattformen. Marknätet minskar mer än tidigare (-8 %).

## Fiberabonnemangen fortsätter att öka



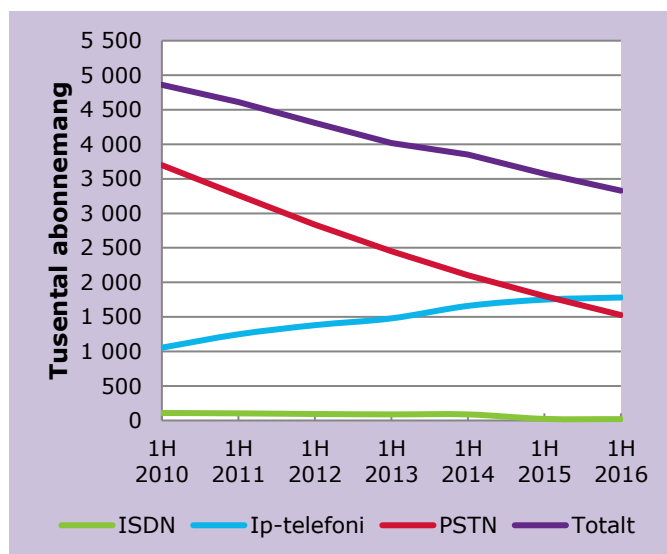
Det fanns 3,5 miljoner abonnenter på fast bredband, vilket motsvarar en årlig tillväxt på 5 %.

De senaste åren är det fiber (inklusive fiber-LAN) som stått för den största tillväxten av abonnemangen på fast bredband.

Antalet abonnemang via fiber ökade med 262 000, eller 17 %, och uppgick till 1,8 miljoner.

## Antalet ip-telefoniabonnemang minskar i tillväxt

Det fanns totalt 3,3 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige vilket var en minskning med 7 %. Ip-telefoniabonnemangen uppgick till 1,8 miljoner den 30 juni 2016 vilket var en ökning jämfört med ett år tidigare. Men jämfört med 31 december 2015 minskade Ip-telefoniabonnemangen med 3 %.



### Vill du veta mer?

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



## Summary of the Swedish Telecommunications Market, first half of 2016

The Swedish Telecom Market report is Sweden's most important survey of telecom operators' subscriptions, revenues, data traffic, etc., within electronic communications. The report is based on the Swedish Post and Telecom Authority's (PTS) own primary data collection which surveys the development of over 50 operators and other actors. All comparisons refer to 30 June 2016 compared to the same date in 2015.



### Mobile Subscriptions

- Total mobile subscriptions: 14.5 million (+1%)
- Mobile subscriptions incl.1GB: 7.3million (+9%)
- Mobile data traffic: 294 000 Tbyte (+31%)



### Broadband Subscriptions

- Fixed (fibre, cable, xDSL): 3.5 million (+5%)
- Mobile (router, dongle): 2.2 million (-2%)



### Fixed-line Telephony Subscriptions

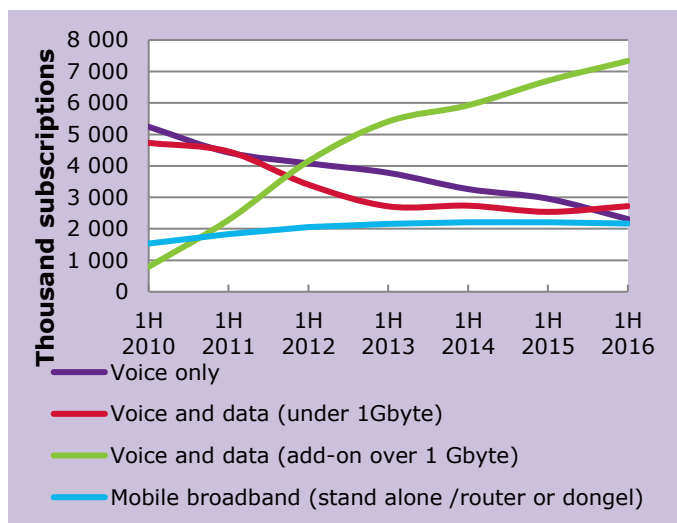
- Fixed telephony: 3.3 million (-7%)
- of which IP telephony: 1.8 million (+2%)



### Traditional pay-TV Subscriptions

- Subscriptions: 5.2 million (+1%)
- of which IPTV: 1.0 million (+11%)

### Mobile call and data subscriptions increase by 2 per cent

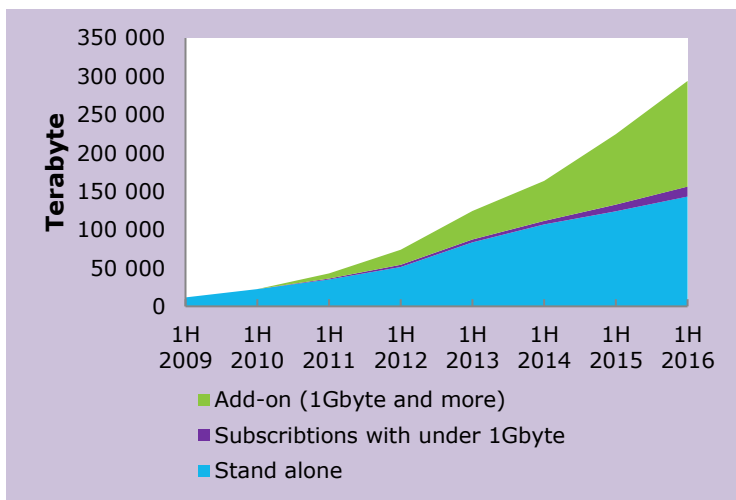


There were a total of 14.5 million mobile subscriptions in Sweden, which is an increase of 1%. However, compared with 31 December 2015, this is a downswing of 2%. The overall decrease is due to a reduction of Lycamobile subscriptions.

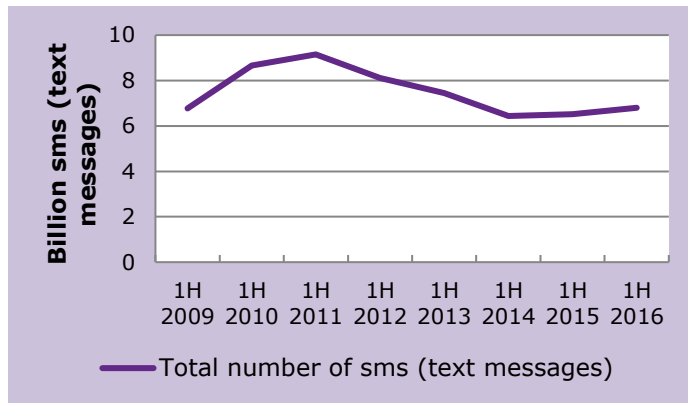
The number of subscriptions with over 1 Gbyte of data (mostly smartphones) has increased by 9% to 7.3 million while those without data continued to drop by 22% to 2.3 million and those with very little data (less than 1 Gbyte) increased by 7% to 2.7 million. The number of subscriptions for mobile broadband as a stand-alone service amounted to just under 2.2 million, which is a continued decrease of 2%.

### Data traffic in the mobile network continues to grow rapidly

Data traffic in the mobile network continues to increase. The quantity of transferred data grew to 294 000 Tbyte during the first six months of 2016, and has increased by 31%. In previous years, the rate of increase was also over 30%.



### Number of text messages on the increase again

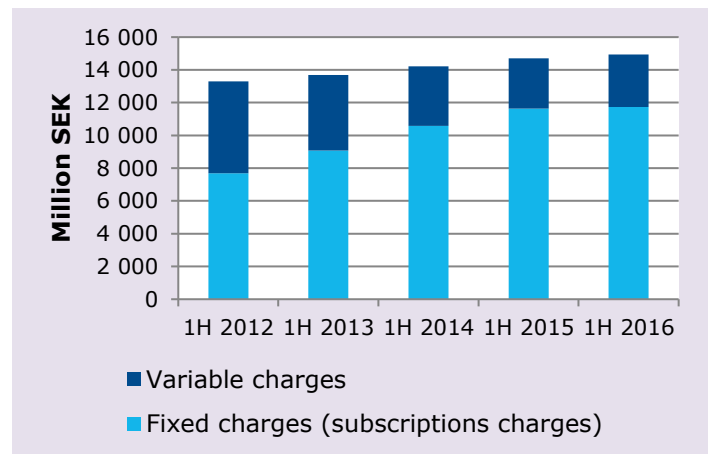


In the first half of 2016, just over 6.8 billion text messages were sent from mobile phones, which is an increase of 4%. This increase in SMS may be because more subscriptions have a large quantity of text messages that are

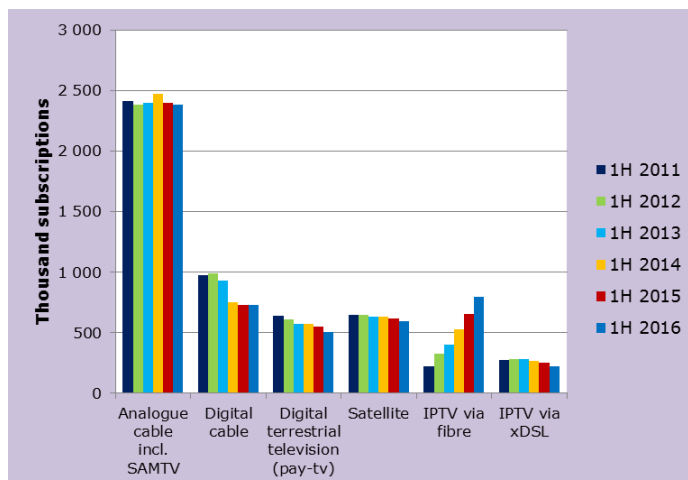
included in the subscription at a fixed price.

### Mobile revenue increase by 2 per cent

During the first half of 2016, the total end-user revenue from mobile call and data services was just over SEK 14.9 billion – an increase of 2%. The revenue from fixed call services amounted to SEK 11.7 billion during the first half of 2016, which is an increase of 1%. Mobile telephony charges generated SEK 3.2 billion in revenue, which is an increase of 5%.

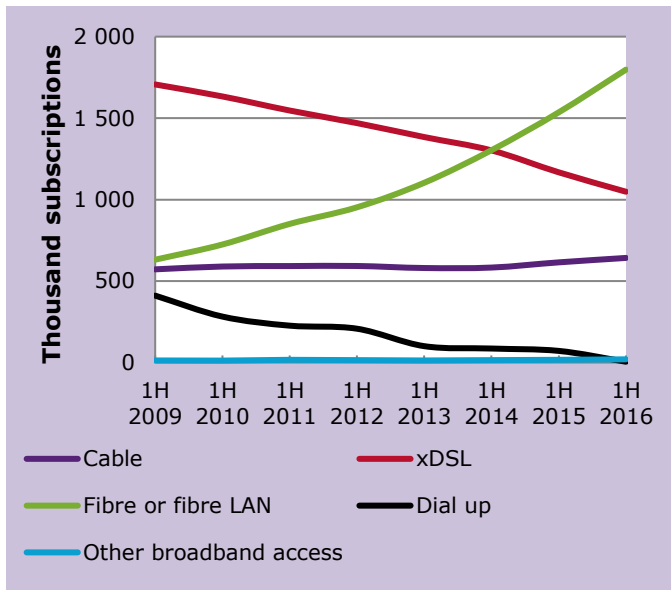


### IPTV by fibre on the increase while the terrestrial network decreases



IPTV by fibre is nowadays the largest TV platform. The rate at which the terrestrial network is decreasing in size is now higher than before (-8%).

## Fibre subscriptions continue to grow

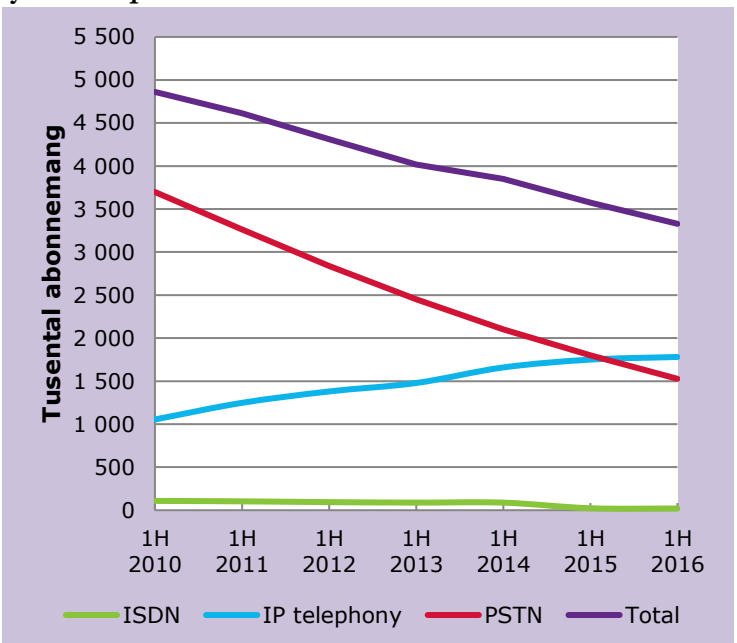


There were 3.5 million subscribers on fixed broadband, which is equivalent to an annual growth of 5%.

During recent years, it is fibre (including fibre LAN) that has accounted for the highest rate of growth in subscriptions on fixed broadband. The number of subscriptions on fibre increased by 262,000, or 17%, and amounted to 1.8 million.

## Growth in the number of IP telephony subscriptions decreases

There were a total of 3.3 million fixed telephony subscriptions in Sweden, which represented a decrease of 7%. IP telephony subscriptions increased by 2% and amounted to 1.8 million on 30 June 2016. However, IP telephony subscriptions decreased by 3% compared to 31 December 2015.



## Would you like to know more?

Via the PTS Statistics Portal

([www.statistik.pts.se/start\\_en](http://www.statistik.pts.se/start_en)) you

can search for and assort statistics from the different areas. Data and market shares are also available for individual actors.

**Tabell 1**  
**Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation**

	1H 2016	1H 2015	Förändring
<b>Mobila samtals- och datatjänster</b>			
<b>Mobilabonnemang (tusen)</b>	<b>14 527</b>	<b>14 407</b>	<b>1%</b>
Privat	11 023	11 009	0%
Företag	3 503	3 398	3%
varav abonnemang som har använt 4G (LTE)	6 788	5 061	34%
varav mobilt bredband som fristående tjänst	2 164	2 204	-2%
varav mobilt bredband som tilläggstjänst	7 333	6 706	9%
<b>Utgående trafikminuter (miljoner)</b>	<b>15 923</b>	<b>14 861</b>	<b>7%</b>
<b>Antal skickade SMS (miljoner)</b>	<b>6 802</b>	<b>6 516</b>	<b>4%</b>
<b>Antal skickade MMS (miljoner)</b>	<b>262</b>	<b>198</b>	<b>32%</b>
<b>Trafik för mobila datatjänster (Tbyte)</b>	<b>294 265</b>	<b>224 583</b>	<b>31%</b>
<b>Intäkter från mobilabonnemang, SMS, MMS och mobil datatrafik (mkr)</b>	<b>14 945</b>	<b>14 702</b>	<b>2%</b>
Privat	10 246	9 962	3%
Företag	4 699	4 740	-1%
<b>M2M-abonnemang</b>	<b>7 570</b>	<b>6 224</b>	<b>22%</b>
<b>Internettjänster</b>			
<b>Internetabonnemang (tusen)</b>	<b>13 011</b>	<b>12 318</b>	<b>6%</b>
Abonnemang på fast bredbandsanslutning	3 508	3 335	5%
via kabel-tv	642	615	4%
via fiber och fiber-LAN	1 798	1 535	17%
via xDSL	1 048	1 168	-10%
Abonnemang på uppringd anslutning [1]	5	72	-93%
Abonnemang på mobil bredbandsanslutning	9 498	8 911	7%
via mobilt bredband som fristående tjänst	2 164	2 204	-2%
via mobilt bredband som tilläggstjänst	7 333	6 706	9%
<b>Fasta samtalstjänster</b>			
<b>Abonnemang för fast telefoni (tusen)</b>	<b>3 328</b>	<b>3 574</b>	<b>-7%</b>
varav abonnemang på ip-telefoni (tusen)	1 781	1 750	2%
<b>Utgående trafikminuter (miljoner)</b>	<b>4 472</b>	<b>5 308</b>	<b>-16%</b>
Privat	1 694	2 186	-23%
Företag	2 778	3 122	-11%
<b>Tv-tjänster</b>			
<b>Totalt antal tv-abonnemang (tusen)</b>	<b>5 225</b>	<b>5 197</b>	<b>1%</b>
<b>Antal digitala tv-abonnemang</b>	<b>2 843</b>	<b>2 800</b>	<b>2%</b>
via digital kabel-tv	731	727	1%
via marknätet	502	547	-8%
via satellit	596	617	-3%
via iptv	1 014	910	11%
via fiber och fiber-LAN	793	655	21%
via xDSL	220	255	-14%
<b>Antal analoga tv-abonnemang</b>	<b>2 383</b>	<b>2 396</b>	<b>-1%</b>
via analog kabel-tv	2 179	2 188	0%
via SMATV (kabel-tv)	204	209	-2%
<b>Sampaketerade tjänster</b>			
<b>Antal sampaketerade abonnemang (tusen)</b>	<b>1 707</b>	<b>1 758</b>	<b>-3%</b>

Källa: Post- och telestyrelsen, 25 november 2016.

[1] Fr.o.m. 2015 ingår inte ISDN utan endast PSTN.

## 1 Inledning och syfte

Syftet med rapporten Svensk telekommarknad första halvåret 2016 är att kartlägga utvecklingen på den svenska slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation.

Post- och telestyrelsen (PTS) har till uppdrag dels att 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.

Rapporten Svensk telekommarknad ska främst se som PTS rapport för statistik om marknaden för elektronisk kommunikation och fokus ligger på att redovisa marknadsbeskrivande statistik och är främst deskriptiv.

Rapporten redovisar resultaten i avsnitt 2 mobila tjänster, 3 internet tjänster (bredband), 4 fasta samtalstjänster och 5 tv-tjänster. Följande bilagor finns: 1 metod och definitioner, 2 deltagarförteckning, 3 ändringar, 4 rapporttabeller och 5 kvalitetsdeklaration.

Alla sifferuppgifter nedan avser förhållandet per den 30 juni 2016, och jämförelser görs med samma tidpunkt 2015 om inget annat anges. I figurer betyder 1H2016 det första halvåret 2016.

Statistiken för första halvåret 2016 har samlats in med hjälp av en webbaserad enkät. Uppgifterna om nummerporteringar kommer från Swedish Number Portability Administrative Center (SNPAC).

På PTS statistikportal ([www.statistik.pts.se](http://www.statistik.pts.se)), under fliken ”Svensk telekommarknad”, finns marknadsandelar för samtliga tillfrågade aktörer. För helåren 2006-2013 finns marknadsandelar beräknade för intäkter, trafik och abonnemang. För halvåren 2006-2016 finns endast marknadsandelar för trafik och abonnemang beräknade.

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

## 2 Mobila samtals- och datatjänster

Alla sifferuppgifter nedan avser förhållandet per den 30 juni 2016, och jämförelser görs med samma tidpunkt 2015. I figurer betyder 1H2016 det första halvåret 2016.

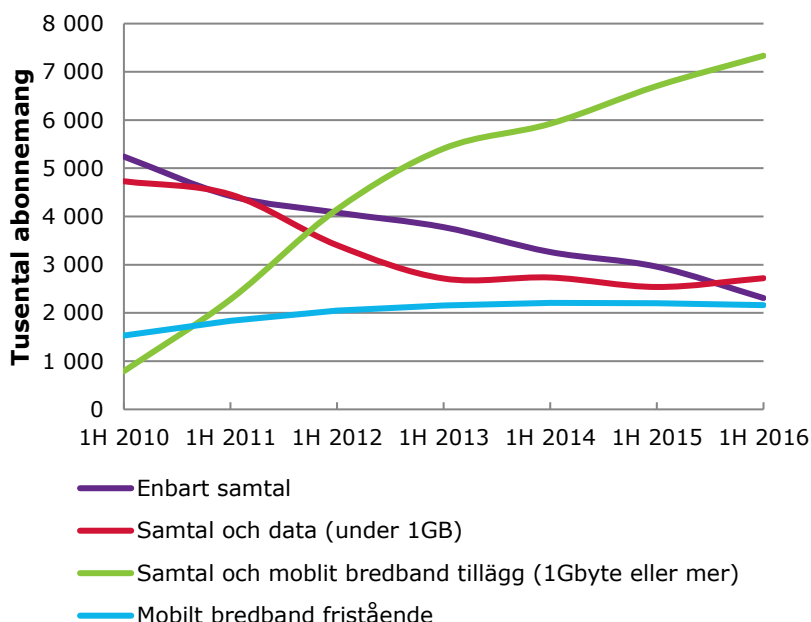
### 2.1 Abonnemang - Mobila samtals- och datatjänster

Den sista juni 2016 fanns det 14,5 miljoner aktiva abonnemang på mobila samtals- och datatjänster i Sverige, vilket är en ökning med 1 procent jämfört med ett år tidigare. Jämfört med 31 december 2015 är detta dock en minskning på 2 procent. Denna minskning beror nästan uteslutande på att Lycamobile redovisat 240 000 färre abonnemang.

Machine-to-machine (M2M)-abonnemang är inte inkluderade i detta avsnitt utan redovisas i ett separat avsnitt nedan.

Av det totala antalet mobilabonnemang var 10,8 miljoner kontraktsabonnemang och 3,7 miljoner kontantkort. Andelen kontantkort har sjunkit under det senaste decenniet och utgjorde 26 procent av alla abonnemang i juni 2016. Motsvarande andel var 57 procent för tio år sedan.

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



### **Mobiltelefoniabonnemang för enbart tal, utan data**

Antalet mobiltelefoniabonnemang som användes för enbart samtalstjänster var 2,3 miljoner vilket motsvarar en årlig minskning med 22 procent.

### **Mobiltelefoniabonnemang med lite data**

Antalet mobilabonnemang på både samtal och data, som inkluderade mindre än 1 Gbyte var 2,7 miljoner. Detta innebär en ökning med 7 procent.

### **Mobiltelefoniabonnemang som tilläggstjänst (1 Gbyte eller mer)**



Antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst<sup>1</sup> uppgick till 7,3 miljoner, vilket är en ökning på 9 procent.

### **Abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst**



Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst<sup>2</sup> vilket är en minskning med 2 procent.

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

Det fanns 6,8 miljoner abonnemang som hade använt tjänster i 4G (LTE)-nätet, vilket är en ökning med 34 procent.<sup>3</sup> Det utgör drygt 70 procent av alla abonnemang där data ingår. I dagsläget används 4G bara för mobildata.

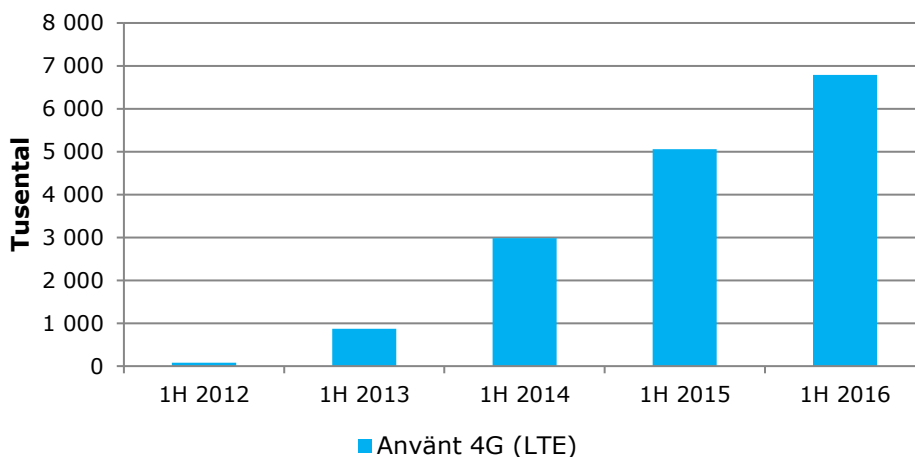
---

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

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

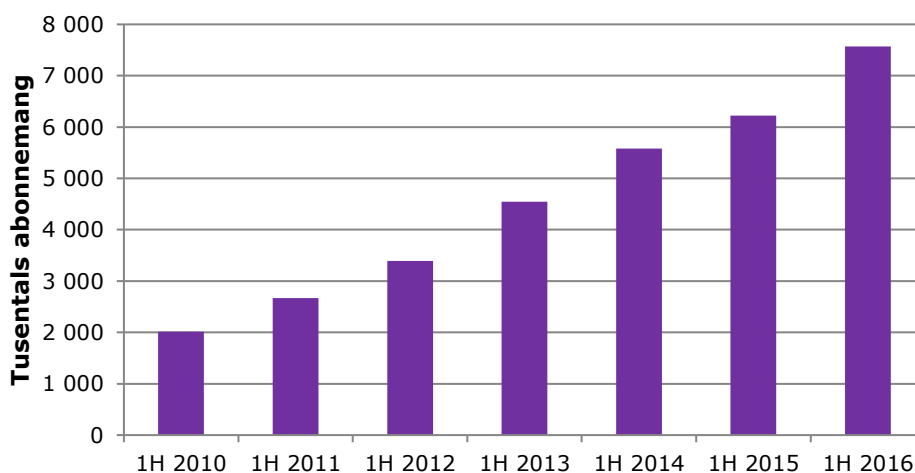
<sup>3</sup> För att kunna använda sig av 4G-nätet måste en användare både ha ett SIM-kort och en terminal som klarar av 4G. Utöver detta måste man också abonnera på tjänsten för att få tillgång till nätet.



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

## 2.2 Abonnemang - M2M-tjänster

Abonnemang på tjänster för machine-to-machine (M2M) redovisats i detta avsnitt. Antalet M2M-abonnemang uppgick till 7,6 miljoner, vilket innebär en ökning med 22 procent. Telenor Connexion och Telenor hade 80 procent av M2M-abonnemangen och Telia Company 10 procent.

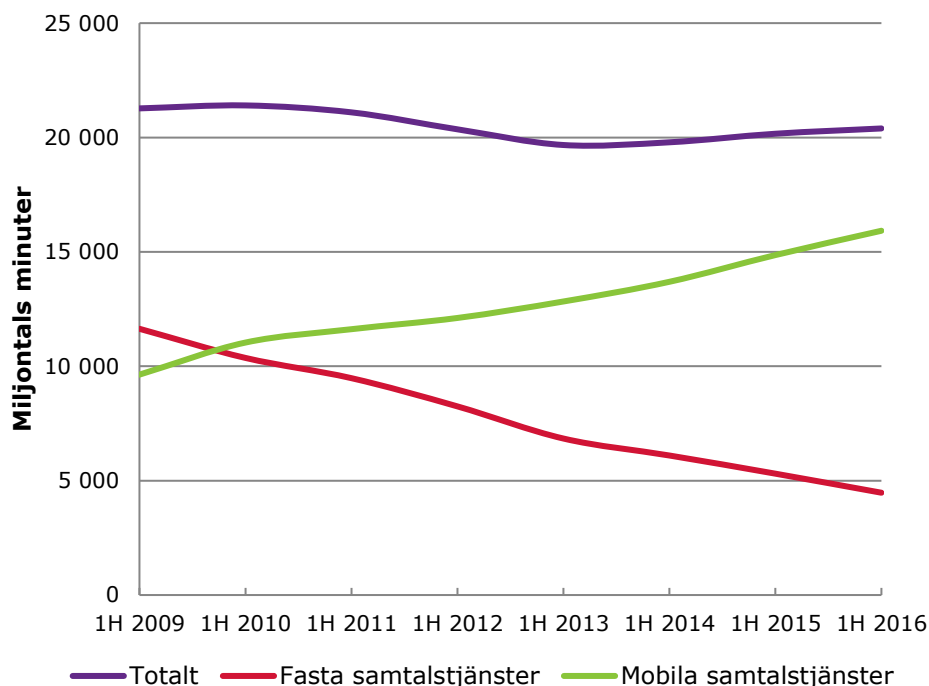
**Figur 3 Antal abonnemang på M2M-tjänster**

## 2.3 Samtalstrafik – Mobila samtalstjänster

Det totala antalet utgående taltrafikminuter under första halvåret 2016 var 20,4 miljarder, en ökning med 1 procent jämfört med föregående år. Samtalsminuter

från mobilabonnemang stod för 78 procent av all utgående samtalstrafik, vilket kan jämföras med 73 procent under samma period ett år tidigare.

**Figur 4 Utgående samtalsminuter från fasta och mobila abonnemang**



Det totala antalet utgående samtalsminuter från mobiltelefoner ökade med 7 procent till 15,9 miljarder.

Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per mobilabonnemang ökade från 202 minuter per månad till 212 minuter per månad.

Från mobilabonnemang ringdes 5,2 miljarder samtal vilket är en ökning med 238 miljoner samtal.

Längden på samtal från mobila privata abonnemang låg på 3,1 minuter i genomsnitt vilket är en ökning från 3,0 minuter ett år tidigare. Det genomsnittliga antalet ringda privata samtal ökade från 60 till 61 samtal per månad.

## 2.4 Antal sms och mms

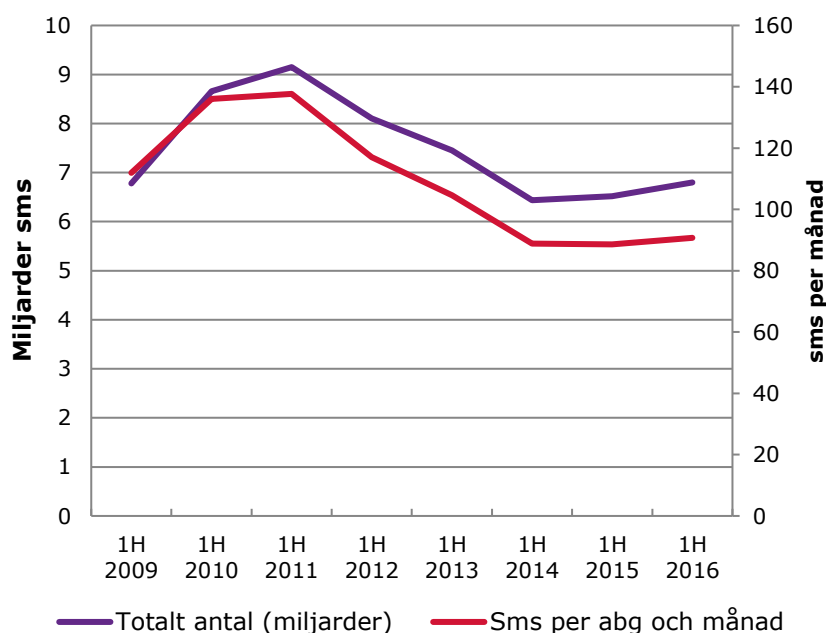
### Sms

Första halvåret 2016 skickades drygt 6,8 miljarder sms från mobiltelefoner, vilket är en ökning med 4 procent. Ökningen av sms kan bero på att allt fler abonnemang har en viss mängd sms som ingår i abonnemanget till ett fast pris. Den tidigare minskningen av sms-volymen som noterades 2011 – 2015 beror sannolikt på att andra meddelandetjänster, så som iMessage och WhatsApp, ökade i popularitet medan fastprisplaner ännu inte fått lika stor utbredning på marknaden som idag.

Det skickades 6,0 miljarder sms från privata mobilabonnemang vilket är en ökning med 4 procent.

Även det genomsnittliga antalet sms som skickades per abonnemang och månad ökade. I genomsnitt skickades det 91 sms per abonnemang och månad, vilket kan jämföras med 89 samma period ett år tidigare.

**Figur 5 Utveckling av antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad**



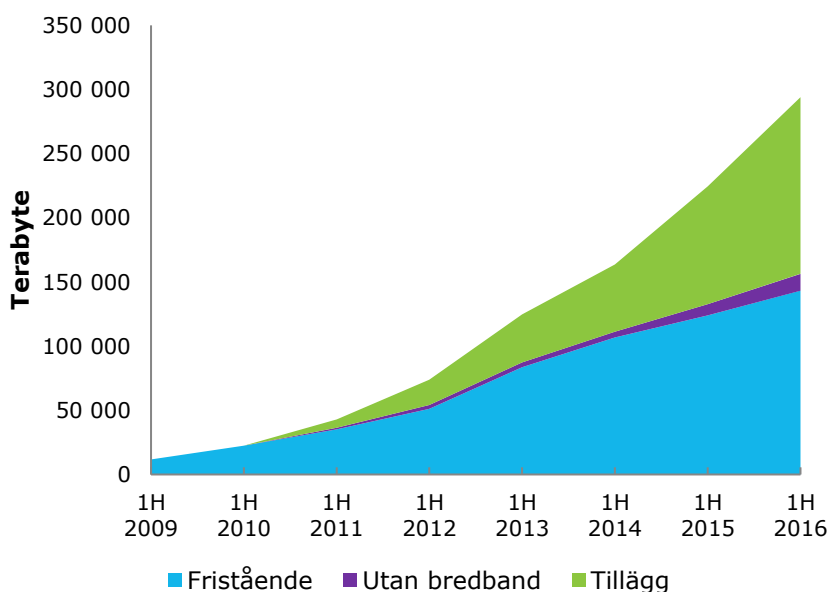
## Mms

Antalet skickade mms ökade till 262 miljoner. Detta motsvarar en årlig ökning på 32 procent. Det genomsnittliga antalet skickade mms per abonnemang och månad ökade till 3,5 per månad från 2,7 per månad.

## 2.5 Datatrafik i mobilnäten

Datatrafiken i mobilnäten fortsätter att öka. Mängden överförd data fortsatte att öka, från 225 000 Tbyte under första halvåret 2016 till 294 000 Tbyte under första halvåret 2016. Det är en ökning på 31 procent. Ökningstakten har även tidigare år legat på över 30 procent. De fyra största aktörerna står tillsammans för 96 procent av trafiken, Telenor (28 %), Tele2 (26 %), Hi3G (22 %) och Telia Company (20 %). Tele2 och Telia Company stod för den största ökningen med 25 respektive 22 Tbyte ökning.

**Figur 6 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 143 000 Tbyte data, vilket är en ökning med 16 procent. Abonnemang på fristående mobilt bredband stod därmed för knappt hälften (49 %) av all överförd data i mobilnäten.

- Abonnemang på samtals- och datatjänster med tilläggstjänst på 1 Gbyte eller mer uppgick till 138 000 Tbyte vilket är en ökning på 50 procent.
- Abonnemang på samtals- och datatjänster med en datamängd under 1 Gbyte (i figuren kallad utan bredband) uppgick till 13 000 Tbyte vilket är en ökning på 52 procent.

Sammantaget uppgick data från abonnemang på samtals- och datatjänster (med 1Gbyte eller mindre) till 151 000 Tbyte och står för första gången för mer data än abonnemangen på mobilt bredband som fristående tjänst.

Mobil datatrafik i 4G-nät uppgick till 200 000 Tbyte, vilket är två tredjedelar av den totala datatrafiken.

Genomsnittsanvändningen per månad för abonnemang på tal och mobilt bredband som tilläggstjänst på 1 Gbyte eller mer är knappt 4 Gbyte vilket var en ökning med 40 procent. Genomsnittsanvändningen per månad för de olika abonnemangstyperna på mobila datatjänster fördelade sig enligt nedan.

**Tabell 1 Genomsnittlig använd datamängd per abonnemangsform**

Abonnemangsform	Datamängd per månad	Ökning
Mobiltbredband som fristående tjänst	11,9	18%
Privat	13,0	16%
Företag	7,1	31%
Abonnemang på tal och mobilt bredband som tilläggstjänst på 1Gbyte eller mer	3,3	39%
Privat	3,9	40%
Företag	1,6	37%
Abonnemang på tal och data under 1GByte	0,8	39%
Privat	0,8	38%
Företag	0,6	41%

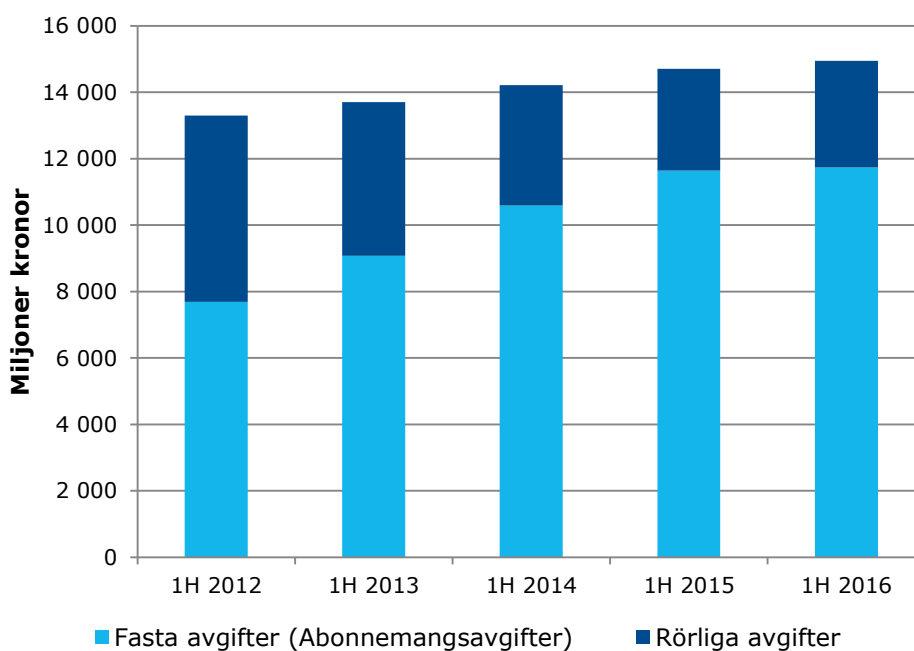
## 2.6 Intäkter för mobila samtals- och datatjänster

Från och med första halvåret 2012 har PTS samlat in uppgifter om slutkundsintäkter från mobila samtals- och datatjänster på halvårsbasis inom ramen för Svensk telekommarknad.

Under första halvåret 2016 var de totala slutkundsintäkterna från mobila samtals- och datatjänster drygt 14,9 miljarder kronor, en ökning med 2 procent. Intäkter från M2M och roaming är inte inkluderade i dessa siffror.

Telia Company (38 %), Tele2 (23 %), Telenor (19 %) och Hi3G (17 %) stod tillsammans för 96 procent av de mobila intäkterna. Hi3G stod för drygt hälften av ökningen på mobila intäkter medan Tele2 minskade sina intäkter.

**Figur 7 Mobila intäkter uppdelade på fasta och rörliga avgifter**



Intäkterna från fasta avgifter uppgick till 11,7 miljarder kronor under första halvåret 2016, en ökning med 1 procent. De rörliga avgifterna genererade 3,2 miljarder kronor i intäkter, vilket är en ökning med 5 procent.

Fasta avgifter (för samtal, data, sms osv.) står för en allt större andel och uppgick till 79 procent av de totala intäkterna från mobila samtals- och datatjänster. Denna utveckling 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.

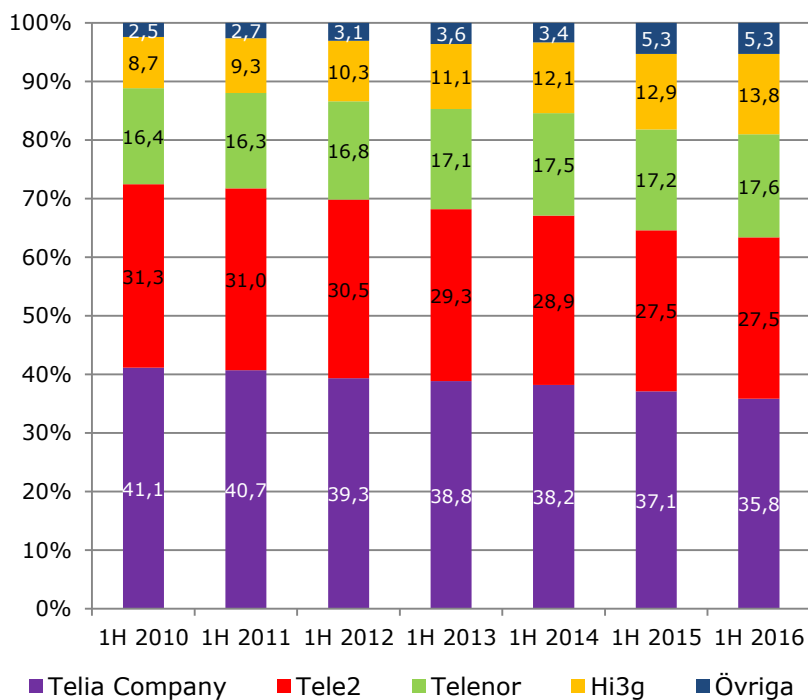
PTS samlar inte längre in uppgifter på uppdelning av intäkter på samtal, data, sms och mms för fasta avgifter eftersom operatörerna påtalat att de inte gör den uppdelningen och rapporteringen skulle därför inte bli rättvisande.

## **2.7 Intäkter för M2M**

Intäkterna från M2M-tjänster uppgick till 451 miljoner kronor, vilket är en ökning med 1 procent. Den genomsnittliga intäkten per abonnemang och månad var 10 kronor, vilket är 2 kronor mindre än ett år tidigare.

## **2.8 Marknadsandelar - 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, Telia Company, Tele2, Telenor och Hi3G (Tre), hade sammanlagt 94,7 procent av mobilabonnemangen.

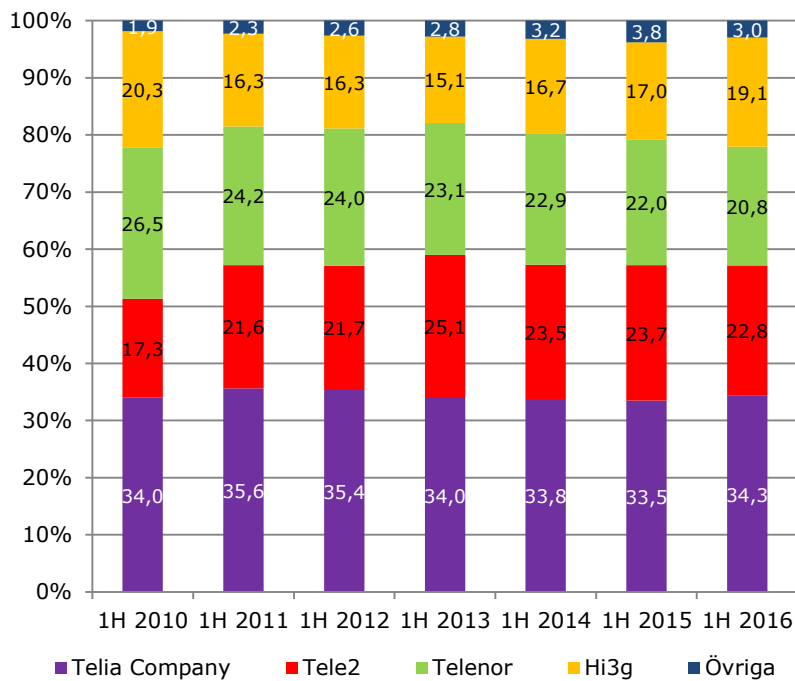
**Figur 8 Marknadsandelar – abonnemang på mobila samtals- och datatjänster**

Hi3G fortsatte att öka sin marknadsandel och gick från 12,9 procent till 13,8 procent medan Telia Company minskade från 37,1 till 35,8 procent. Med drygt 1 procent av abonnemangen var Lycamobile den största aktören i gruppen ”övriga” men minskade från ca 2 procent föregående år.

## 2.9 Marknadsandelar - 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, Telia Company, Tele2, Telenor och Hi3G svarade tillsammans för 97 procent av abonnemangen.



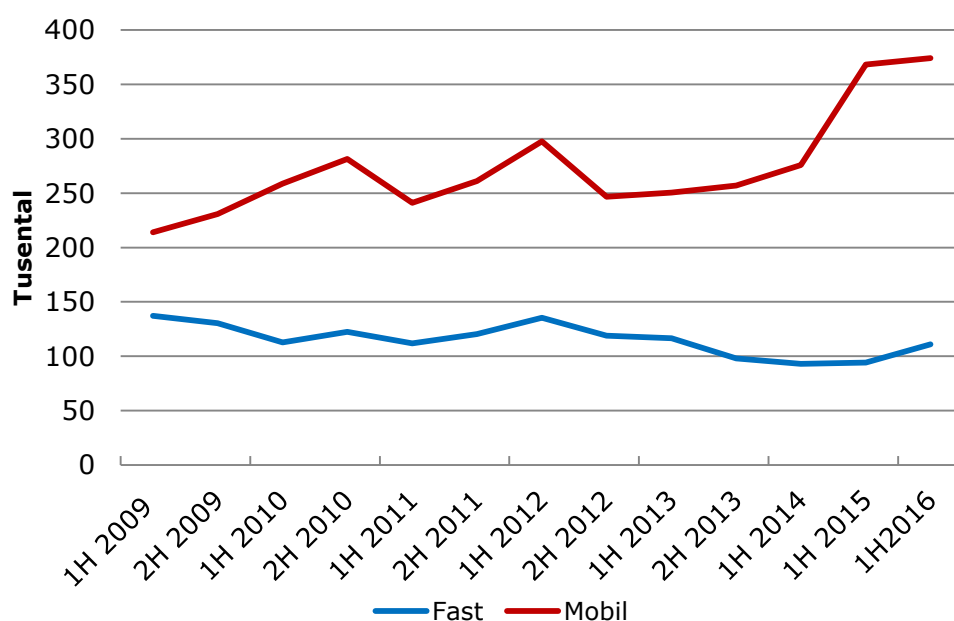
**Figur 9 Marknadsandelar – abonnemang på mobilt bredband**

Hi3G ökade sin marknadsandel från 17,0 procent till 19,1. Telia Companys marknadsandel ökade också något från 33,8 till 34,3 procent. Telenor minskade från 22,0 till 20,8 procent och Tele2 minskade också 23,7 till 22,8 procent. De övriga operatörernas samlade marknadsandel minskade från 3,8 till 3,0 procent. Störst av de övriga aktörerna var Net1 med knappt 1 procent av marknaden.

## 2.10 Nummerporteringar – Mobila telefonnummer

Nummerportering är när telefonnummer flyttas från en operatör till en annan. Swedish Number Portability Administrative Center, SNPAC<sup>4</sup>, samlar in och publicerar statistik över antalet porteringar i Sverige. Följande avsnitt baseras på data från SNPAC. Antalet mobila telefonnummer som porterats uppgick till 411 000 den sista juni 2016 vilket är en ökning med 1 procent. Antalet porterade fasta telefonnummer ingår inte i SNPACs statistik. Därför redovisas nedan antalet porteringstillfällen, som ligger lägre än antalet porterade telefonnummer.

**Figur 10 Antal porteringar<sup>5</sup> av fasta och mobila telefonnummer**



Antalet porteringstillfällen uppgick till totalt 485 000 i Sverige. Andelen fasta porteringstillfällen av det totala antalet porteringstillfällen 23 procent och andelen mobila var 77 procent.

De mobila porteringstillfällena uppgick till 374 000 vilket var en ökning med 2 procent. Det innebär att de ligger kvar på en hög nivå. De mobila porteringstillfällena utgjorde 2,6 procent av det totala antalet mobila abonnemang (exklusive mobilt bredband som fristående tjänst och M2M).

<sup>4</sup> [www.snpac.se](http://www.snpac.se)

<sup>5</sup> I figuren redovisas antal porteringstillfällen. Antalet porterade nummer kan vara högre än antalet porteringstillfällen.

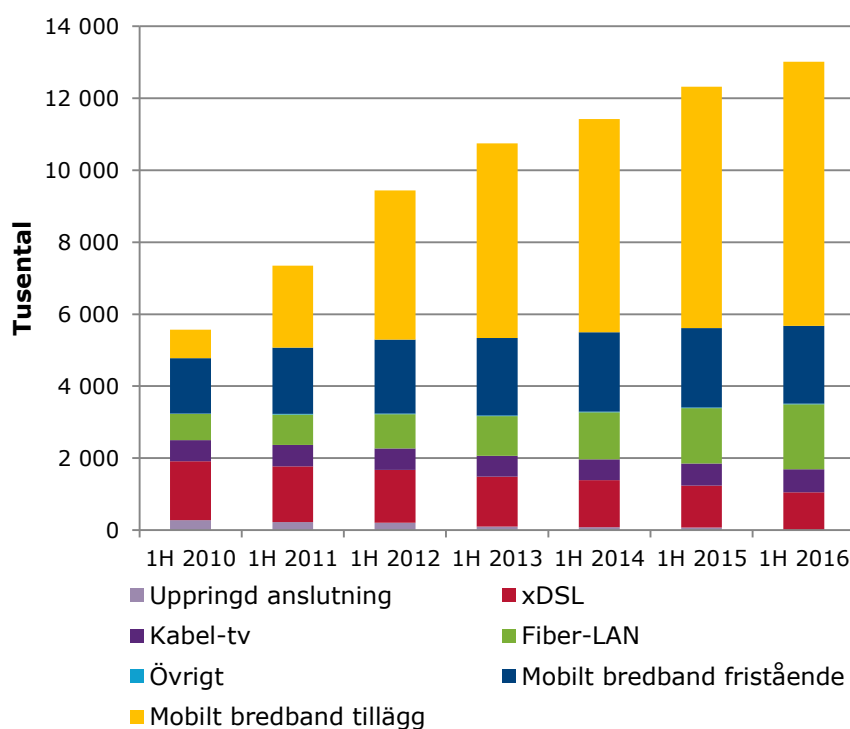
### 3 Internettjänster

Alla uppgifter nedan avser förhållandet per den 30 juni 2016, och jämförelser görs med samma tidpunkt 2015. I figurer betyder 1H2016 det första halvåret 2016.

#### 3.1 Abonnemang - Internettjänster

Den sista juni 2016 var det totala antalet abonnemang på internettjänster 13,0 miljoner, vilket är en ökning med 6 procent. I internettjänster ingår uppringd anslutning, fast bredband (via kabel-tv, fiber och fiber-LAN, xDSL och övrig fast anslutning), mobilt bredband som fristående tjänst och mobilt bredband som tilläggstjänst. Mobilt bredband redovisas i avsnitt 2.2.

**Figur 11 Antal internetabonnemang**



**Uppringt internet** Antalet abonnemang på uppringt internet minskade med 93 procent till 5 000. Fr.o.m. 2015 ingår inte uppringt internet via ISDN utan endast via PSTN.

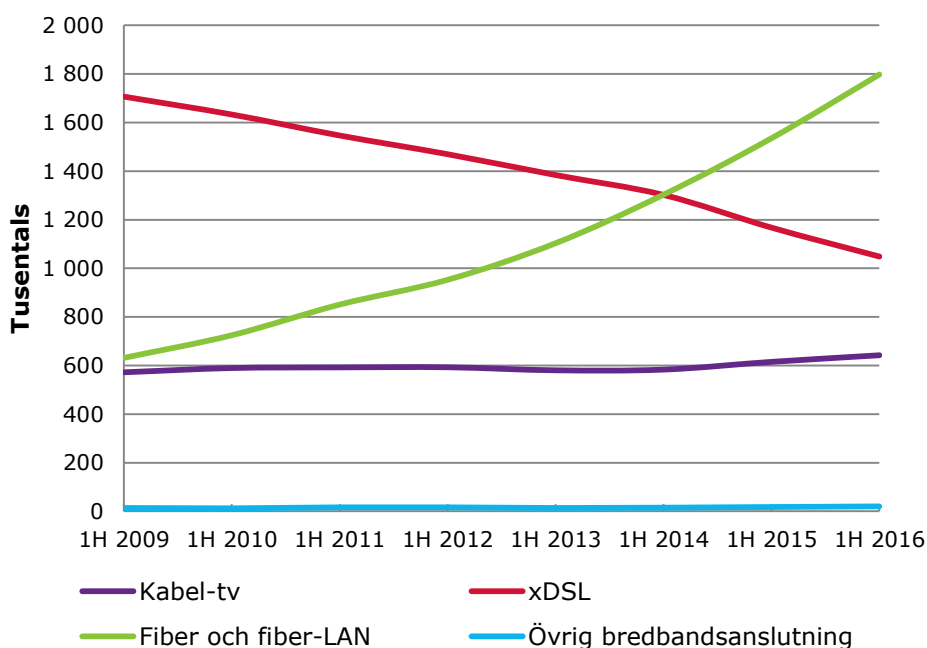
### Abonnemang på fast bredband

Det fanns 3,5 miljoner abonnenter på fast bredband, vilket motsvarar en årlig tillväxt på 5 procent.

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 262 000, eller 17 procent, och uppgick till 1,8 miljoner. De fyra största aktörerna är Telia Company, Telenor, Bredband2 och Bahnhof som tillsammans stod för 75 procent av abonnemangen.

Antalet abonnemang på bredband via kabel-tv-nät uppgick till 640 000, vilket var en ökning med 4 procent. Com Hem stod för 93 procent av dessa abonnemang. Antalet abonnemang på övrig fast bredbandsanslutning<sup>6</sup> var 20 000, vilket är en ökning med 17 procent.

**Figur 12 Utveckling av abonnemang på fast bredband**



### Antalet gruppanslutningar på fasta bredbandsabonnemang

Med gruppanslutningar avses aktiva, privata internetabonnemang som är tecknade med t.ex. hyresvärdar, bostadsrättsföreningar, samfälligheter eller

<sup>6</sup> I övrig fast bredbandsanslutning ingår bl.a. fast radio och satellit.

byalag istället för direkt med slutkunden. Knappt 490 000 bredbandsabonnemang uppgavs vara gruppanslutningar, vilket är en ökning på 21 procent. Det fanns 410 000 via fiber och fiber-LAN, varav 203 000 var sampaketerade. Det fanns 80 000 gruppanslutningar via kabel-tv varav 7000 var sampaketerade. Gruppanslutningarna motsvarar 21 procent av totala antalet privata bredbandsabonnemang via fiber och fiber-LAN samt kabel-tv. De tre största aktörerna med gruppanslutningar var Telenor (34 %), Telia Company (30 %) och Bredband2 (8 %).

Av gruppanslutningarna var 43 procent sampaketerade. Ett syfte med gruppanslutningar är att erbjuda lägre priser till slutkunder. Vid gruppanslutningar måste ofta många i gruppen ansluta sig och avtalen ofta har relativt långa bindningstider.

### **3.2 Överföringskapacitet - Fast bredband**

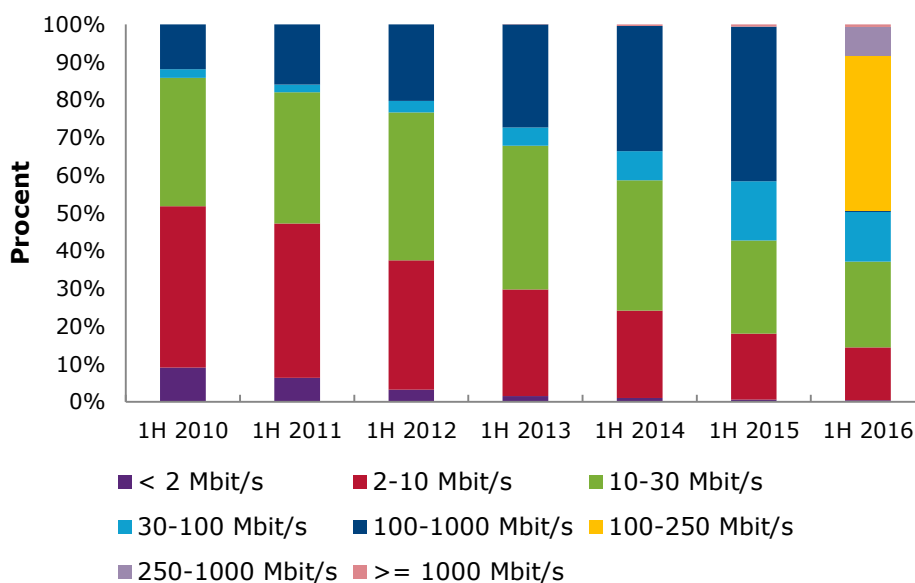
I denna rapport avses hastigheten som kunden abonnerar på. Den verkliga hastigheten som erhålls av konsumenten kan vara lägre, speciellt när det gäller bredbandstjänster i mobilnäten.

#### **Nedladdningshastigheter fast bredband**

Antalet abonnemang med högre överföringskapacitet fortsätter att öka medan de med lägre hastigheter minskar.

Det fanns 1,7 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer, vilket är en ökning på 25 procent. Detta hastighetsintervall har ökat och utgjorde hälften av samtliga abonnemang. Fiberabonnemangen med en nedladdningshastighet av 100 Mbit/s eller mer uppgick till 1,4 miljon (ökning med 25 procent) och kabel-tv till 370 000 (ökning med 30 procent) abonnemang. Antalet abonnemang med 1Gbit/s uppgick till 25 000. Det fanns 461 000 fasta bredbandsabonnemang med hastigheter på 30 till 100 Mbit/s, en minskning med 4 procent.

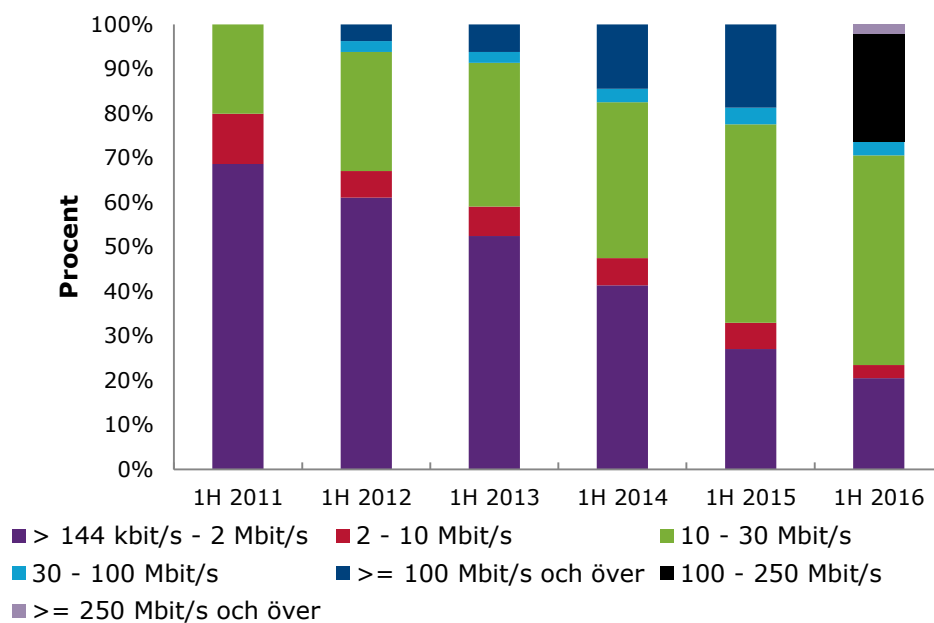
Av abonnemang på fast bredband via fiber hade 76 procent en hastighet på 100 Mbit/s eller mer. Samtidigt hade 58 procent av bredbandsabonnemangen via kabel-tv hastigheter på 100 Mbit/s eller mer.

**Figur 13 Fördelning av hastighet för nedladdning av data - fast bredband****Uppladdningshastigheter – fast bredband**

Antalet fasta bredbandsabonnemang med en uppladdningshastighet på 100 Mbit/s eller mer ökade med 48 procent till 925 000 abonnemang. Abonnemangen på fast bredband med uppladdningshastighet mellan 30 och 100 Mbit/s minskade med 14 procent och uppgick till 107 000. Det fanns 1,6 miljoner abonnemang med en uppladdningshastighet på 10 till 30 Mbit/s, en ökning med 11 procent. Detta intervall utgör den största andelen av alla abonnemang på fast bredband.

Allt fler abonnemang marknadsförs med symmetriska överföringshastigheter uppströms och nerströms. Detta bl.a. som en konsekvens av att andelen fiberabonnemang ökar.

**Figur 14 Fördelning av hastighet<sup>7</sup> för uppladdning av data - fast bredband**

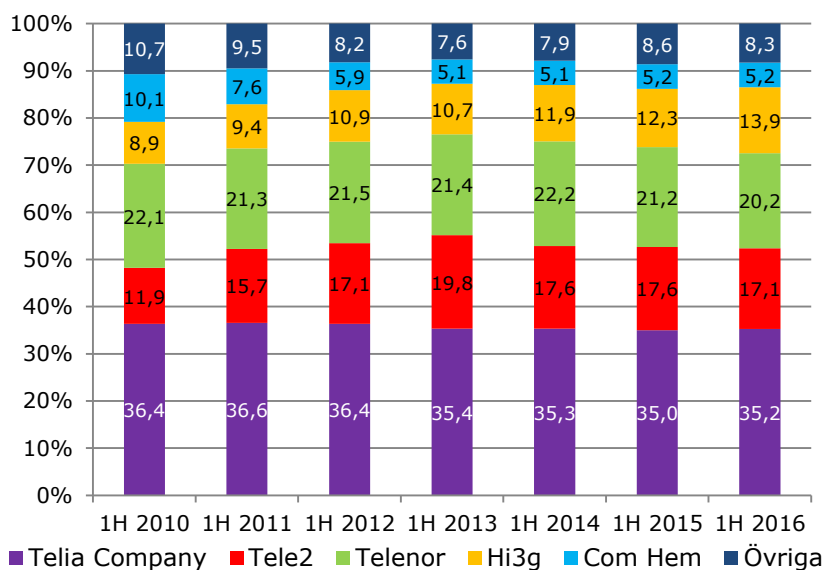


<sup>7</sup> Hastigheten avser den som man abonnerar på och inte den faktiskt uppmätta.

### 3.3 Marknadsandelar – Bredband totalt

Marknadsandelar för bredband presenteras dels totalt, dels uppdelat på fasta och mobila bredbandsabonnemang (se avsnitt 3.9).

**Figur 15 Marknadsandelar – abonnemang på bredband totalt**



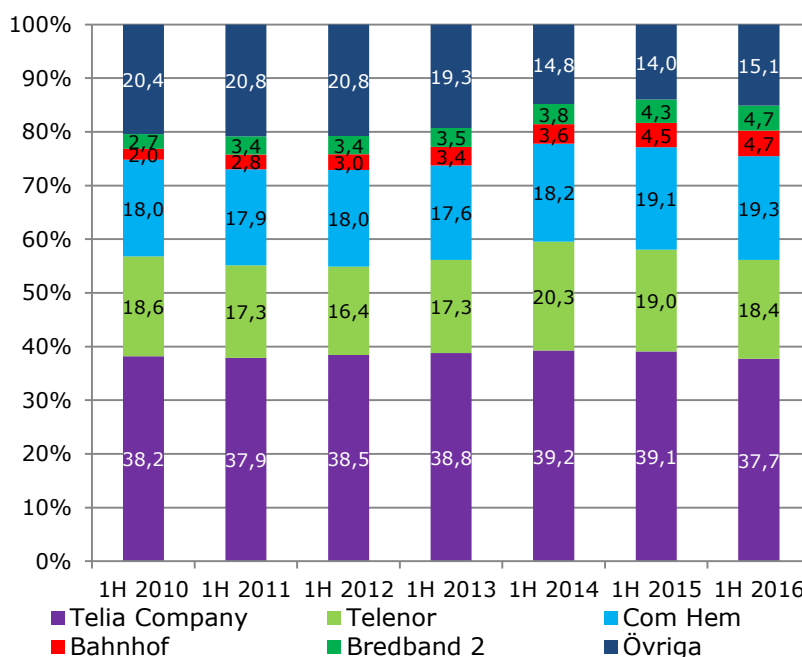
De fem största operatörerna hade tillsammans 91,6 procent av samtliga bredbandsabonnemang den sista juni 2016. Hi3G:s marknadsandel ökade från 12,3 till 13,9 procent medan Telenors minskade från 21,2 till 20,2 procent.



### 3.4 Marknadsandelar - Fast bredband

De tre största operatörerna, Telia Company, Telenor och Com Hem stod tillsammans för 75,4 procent av abonnemangen på fast bredband den sista juni 2016.

**Figur 16 Marknadsandelar – abonnemang på fast bredband**



Telia Companys marknadsandel minskade ca 1 procent medan ”övriga” ökade med motsvarande. Aktörerna Bahnhof och Bredband2 har ökat sina marknadsandelar och närmar sig 5 procent. Störst i gruppen ”övriga” var AllTele (privat och företag), med 3,3 procent av abonnemangen.

## 4 Fasta samtalstjänster

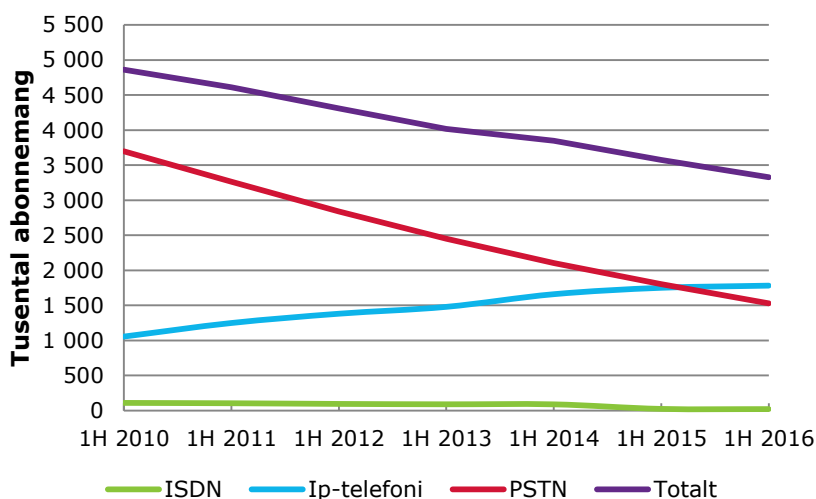
Alla sifferuppgifter nedan avser förhållandet per den 30 juni 2016 och jämförelser görs med samma tidpunkt 2015. I figurer betyder 1H2016 det första halvåret 2016.

### 4.1 Abonnemang - Fasta samtalstjänster

Den sista juni 2016 fanns 3,3 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med 3,6 miljoner abonnemang ett år tidigare. Det är en minskning med 7 procent på ett år. Av de fasta abonnemangen var drygt 2,5 miljoner privata, vilket om de relateras till de drygt 4,3 miljoner<sup>8</sup> hushållen i Sverige, innebär att ungefär 57 procent av hushållen hade ett fast telefoniabonnemang.

Ip-telefoni-abonnemangen ökade med 2 procent och uppgick till 1,8 miljoner. Detta är den lägsta ökningstakten sedan ip-telefoni infördes. Ip-telefoni-abonnemangen minskade med 3 procent jämfört med 31 december 2015. Ip-telefoniabonnemangen utgjorde 54 procent av alla fasta telefoniabonnemang. Fast telefoni via PSTN<sup>9</sup> och ISDN<sup>10</sup> fortsatte att minska.

**Figur 17 Antal abonnemang på fast telefoni**



<sup>8</sup> Enligt SCB fanns 4,33miljoner hushåll i Sverige den 31 december 2015. För mer information, se definitioner

<sup>9</sup> Public Switched Telephone Network (PSTN) är det traditionella, kretskopplade publika telenätet.

<sup>10</sup> Integrated Services Digital Network (ISDN) är en standard för digital telefoni

### **Abonnemang via PSTN**

Det fanns 1,5 miljoner abonnemang på fast telefoni via PSTN vilket är en minskning med 15 procent. Av dessa fanns 382 000 hos annan aktör än Telia Company via grossistprodukten GTA<sup>11</sup>. Antalet abonnemang via GTA minskade med 21 procent. Den största aktören av GTA-abonnemangen var Tele2 med 45 procent.

Möjligheten att välja annan operatör än Telia Company för debitering av telefonsamtal, så kallat förval<sup>12</sup> har minskat med 19 procent till 66 000 abonnemang.

### **Abonnemang via ISDN**

I slutet av juni 2016 fanns det 20 000 abonnemang på ISDN vilket är en minskning med 13 procent. ISDN är numera nästan uteslutande en företagstjänst. ISDN-anlutningar kan ha upp till 30 samtidiga användare på samma anslutning. Telia Company 47 hade procent av alla ISDN-anlutningar.

### **Abonnemang på ip-telefoni**

Förutom traditionell telefoni (PSTN, ISDN) erbjuder operatörer så kallad ip-telefoni (kallas även voip - Voice over IP eller bredbandstelefoni) som tjänst. Detta görs genom anslutning över det ip-nät som operatören själv har kontroll över, till skillnad från anslutning över internet.

Det fanns knappt 1,8 miljoner abonnemang på ip-telefoni den sista juni 2016, vilket är en ökning med 2 procent. Antalet ip-baserade abonnemang har ökat stadigt under de senaste åren men tillväxttakten har nu tydligt avtagit och jämfört med 31 december 2015 minskade Ip-telefoni-abonnemangen med 3 %.

Ip-telefoniabonnemangen utgjorde mer än hälften av alla fasta telefoniabonnemang (54 procent). Ip-telefoni stod för mer än hälften (58 procent) av alla privata fasta telefoniabonnemang och 42 procent av företagsabonnemangen.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via fiber eller fiber-LAN var 587 000, vilket är en ökning med 8 procent. Antalet abonnemang via ”annan ip-baserad

---

<sup>11</sup> GTA är en förkortning av grossistprodukt för telefoniabonnemang. GTA innebär att abonnenten kan betala såväl abonnemangs- som samtalsavgifterna till en annan operatör än Telia. Innan GTA infördes 2004 betalade många abonnenter en abonnemangsavgift till Telia och en trafikfaktura till en annan aktör (s.k. förvalstelefoni)

<sup>12</sup> Avser aktiva förvalskunder där kunden är indirekt ansluten. Med aktiv avses att kunden har ringt minst ett samtal under det sista kvartalet i mätperioden. Observera att om en kund har olika förval för nationella samtal och internationella samtal så motsvarar detta endast en kund. Motsvarar engelskans Carrier PreSelect (CPS). Avser förval för både PSTN och ISDN.

access<sup>13</sup> ökade med 18 procent och uppgick till 287 000. Antalet abonnemang på ip-telefoni via xDSL uppgick till 601 000, vilket är en minskning med 2 procent. Antalet abonnemang på ip-telefoni via kabel-tv uppgick till 306 000 vilket också var en minskning med 10 procent.

Com Hem, Telia Company och Telenor (inklusive Glocalnet och Bredbandsbolaget) är de största aktörerna inom ip-telefoni och har tillsammans 85 procent av alla abonnemang.

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

Andelen aktiva abonnemang på ip-telefoni (xDSL, kabel-tv, LAN-nät eller annan ip-baserad access) uppgick till runt två tredjedelar vilket motsvarar 1,2 miljoner abonnemang. Med aktiva abonnemang avses här de som har genererat trafik (ingående eller utgående samtal) under den senaste 3-månadersperioden. Andelen inaktiva ip-telefoniabonnemang var således runt en tredjedel. Av dessa var 70 procent av abonnemangen från Telia Company och Telenor. Några operatörer har inte kunnat ange exakt värde på denna fråga utan har estimerat svaret.

## **4.2 Samtalstrafik – Fast samtalstjänster**

Antalet utgående samtalsminuter från fasta abonnemang minskade med 16 procent till 4,5 miljarder. Se figur i avsnitt 2.3.

Av dessa minskade de privata med 23 procent till 1,7 miljarder. Antalet utgående samtalsminuter från ip-telefoniabonnemang (privat och företag) minskade med 15 procent till 1,1 miljarder.

Antalet samtal från fastnäsabonnenter minskade med 13 procent till 1,3 miljarder.

Den genomsnittliga längden på samtal från fasta privata abonnemang var 5,1 minuter, en nedgång från 5,3 minuter. Det genomsnittliga antalet samtal per privat fastnäsabonnemang och månad var 22 samtal, vilket är en minskning från 25 samtal.

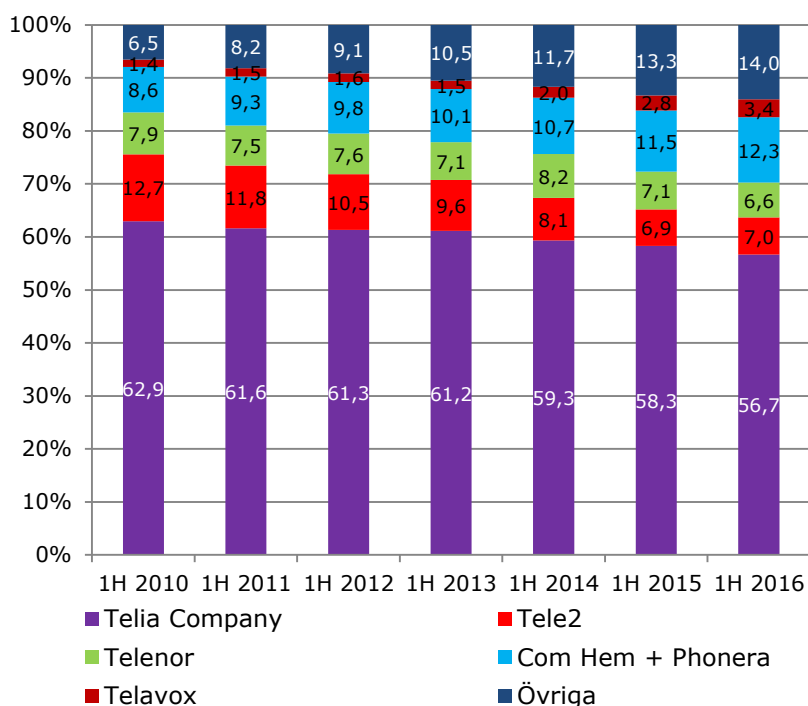
---

<sup>13</sup> Operatörerna uppger i kommentar vad som avses. Här följer de beskrivningar som angetts av de tre som motsvarar ca 60 procent av dessa abonnemang: ”VoI Over The Top och vi kan inte avgöra accessform”, ”fasta anknötningar Managed Voice” och ”Internet, Internet Pro och IP-VPN”

### 4.3 Marknadsandelar - Fasta samtalstjänster

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

**Figur 18 Marknadsandelar – abonnemang på fasta samtals-tjänster**



De fyra största aktörerna Telia Company, Com Hem (inklusive Phonera), Tele2 och Telenor, hade en samlad marknadsandel på 82,6 procent.

Marknadsandelarna för Com Hem (inklusive Phonera) och gruppen ”övriga” ökade med från 11,5 till 12,3 respektive 13,3 till 14,0 procent. Telavox har också ökat till 3,4 procent. Telia Company har minskat från 58,3 till 56,7 procent. Av övriga aktörer var AllTele störst med 3,6 procent av abonnemangen.

### 4.4 Nummerporteringar – Fasta samtalstjänster

Porteringstillfällen på fasta nummer uppgick till 111 000 vilket är en ökning med 18 procent. De fasta porteringstillfällena utgjorde 3,3 procent av det totala antalet abonnemang på fast telefoni. Se figur i avsnitt 3.10.

## 5 Tv-tjänster

Detta avsnitt behandlar utvecklingen av antalet abonnemang på traditionell, linjär tv som följer en fastlagd tablå. I avsnitt 5.1 redovisas statistik för betal-tv abonnemang, i avsnitt 5.2 redovisas undersökningar om fri-tv via det digitala marknätet och i avsnitt 5.3 redovisas kortfattat andra sätt att se på rörlig bild samt tittartid på traditionell tv.

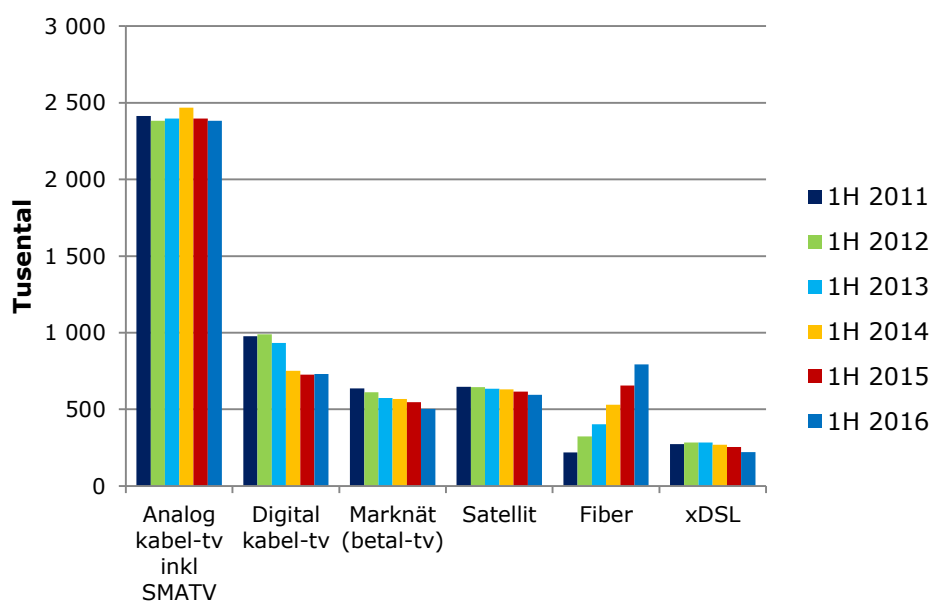
### 5.1 Traditionella betal tv-tjänster

#### 5.1.1 Abonnemang - Traditionella betal tv-tjänster

I juni 2016 fanns det 5,2 miljoner digitala och analoga betal-tv-abonnemang i Sverige. Sedan 2013 har antalet tv-abonnemang varit relativt oförändrat. Antalet abonnemang på tv-tjänster är fler än antalet hushåll i Sverige eftersom hushåll kan ha fler än ett abonnemang, ofta ett analogt abonnemang (kabel-tv) via fastighetsägaren och ett digitalt abonnemangen som konsumenten tecknat själv. Det fanns 2,8 miljoner digitala tv-abonnemang vilket var en ökning med 2 procent och 2,4 miljoner analoga tv-abonnemang (kabel-tv) vilket var en minskning med 1 procent. Traditionell tv distribueras till konsumenterna via olika distributionsplattformar så som kabel, satellit, marknät eller bredband. Tv via bredband sker via fiber, fiber-LAN och xDSL.

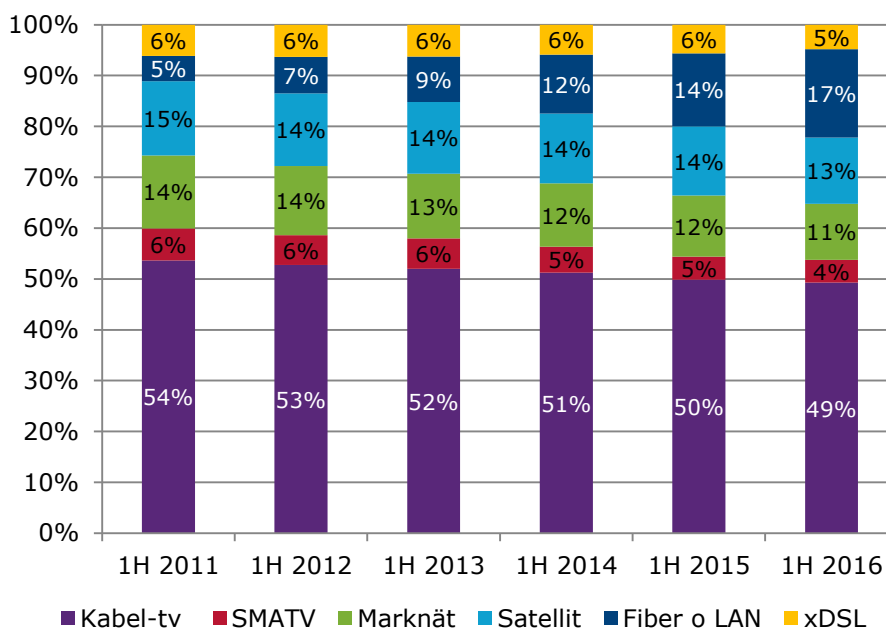
Figur 19 visar utvecklingen av antalet betal-tv-abonnemang.

**Figur 19 Antal tv-abonnemang per distributionsplattform**



Figur 20 visar utvecklingen av andelen tv-abonnemang per distributionsplattform och där räknas hushållens abonnemang inom samma plattform endast en gång för att visa utvecklingen av distributionsplattformarna. För att beräkna kabel-tv-plattformens storlek gör PTS en beräkning för att undvika att abonnemang dubbelräknas:

**Figur 20 Andel tv-abonnemang per distributionsplattform**



#### Abonnemang på tv via bredband (iptv) fortsätter att öka

Tv via bredband, så kallad iptv, består dels av tv-distribution via fiber, dels via xDSL. Bredbandsutbyggnaden påverkar även hur vi tar emot traditionell tv. Det mottagningssätt av tv som fortfarande växer är iptv, vilket främst kan förklaras av den fortsatta utbyggnaden av bredband genom fibernät.

Antalet abonnemang på iptv fortsatte att öka under första halvåret. Antalet iptv-abonnemang uppgick till 1,0 miljon, vilket är en ökning med 11 procent. Orsaken till att iptv-abonnemangen ökar beror på att iptv via fiber växer. Antalet abonnemang på iptv via fiber var 793 000 och det är en ökning med 21 procent. Iptv via fiber är nu för första gången den största digitala distributionsplattformen. Antalet abonnemang på tv via xDSL fortsatte att minska och uppgick till 220 000, vilket är en minskning på 14 procent.

### **Abonnemang på kabel-tv lika många som föregående år**

*Digital kabel-tv:* Antalet digitala kabel-tv-abonnemang uppgick till 731 000, vilket är en ökning med 1 procent. Dessförinnan har kabel-tv-abonnemang minskat sedan 2012. Det finns ett hopp mellan 2013 och 2015 då abonnemangen minskar kraftigt vilket kan härledas till Telenors förvärv av Tele2:s kundbas för kabel-tv-abonnemang.

*Analog kabel-tv inklusive SMATV:* Det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang inklusive SMATV<sup>14</sup> har legat relativt oförändrat på 2,4 miljoner abonnemang sedan 2006. Anledning är att flera hushåll har ett analogt kabel-tv-abonnemang som ofta ingår i hyran. De analoga kabel-tv-abonnemangen var samtliga tecknade indirekt via avtal med fastighetsägare, en fördelning som varit oförändrad sedan mätningarna påbörjades år 2009.

En del av det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang, är abonnemang via stora tv-operatörer som Com Hem, Canal Digital Kabel, Sappa, Telia Company och Telenor. Denna typ av abonnemang uppgick till knappt 2,2 miljoner, vilket är lika mycket som föregående år. Resterande 204 000 abonnemang har uppskattats på basis av antalet hushåll som har abonnemang via SMATV-nät. Abonnemangen via SMATV-nät minskade med 2 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Många som har ett analogt kabel-tv abonnemang kan se på digital-tv. Av de ovan nämnda 2,2 miljoner analoga kabel-tv abonnenter, hade 659 000 utöver det analoga abonnemanget via fastighetsägaren, även tecknat ett digitalt kabel-tv abonnemang. Övriga hushåll med analogt kabel-abonnemang kan ofta se på fri-tv kanaler digitalt utan extra kostnad.<sup>15</sup>

PTS beräknar att antalet hushåll som har ett eller flera abonnemang på kabel-tv-tjänster (exklusive SMATV) var ungefär 3,1 miljoner, vilket är lika många som föregående år.

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

Antalet abonnemang på tv via satellit fortsätter att minska och uppgick till knappt 596 000 den 30 juni 2016. Det är en minskning med 3 procent på ett år.

---

<sup>14</sup> Satellite Master Antenna Television (SMATV) är ett fristående kabel-tv-nät där flera hushåll delar en mottagare.

<sup>15</sup> Enligt Com Hem: ”Alla Com Hem-anslutna hushåll kan sedan januari 2010 ta emot ett antal fria digitala kanaler utan extra abonnemangskostnad. Allt som krävs för att se de fria digitala kanalerna är en godkänd digitalbox eller en tv med inbyggd digitalbox som är godkänd av Com Hem. Något programkort behövs inte.”



### Största minskningen på betal-tv abonnemang via marknätet

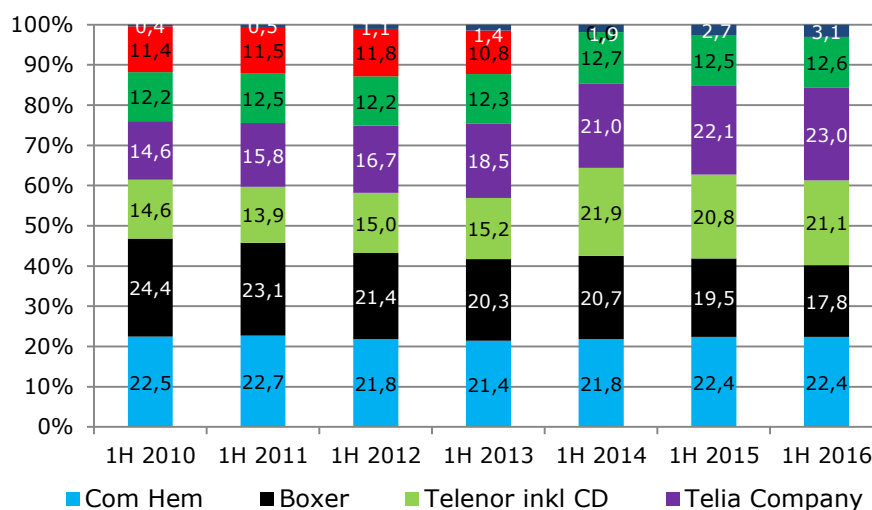
Det fanns 502 000 abonnemang på betal-tv i det digitala marknätet. Det är en minskning med 8 procent vilket är den största årliga minskningen av abonnemang via marknätet. Sedan 2008 har antalet betal-tv-abbonemang i marknätet minskat varje år. I marknätet finns både traditionell tv som betal-tv och så kallad fri-tv.<sup>16</sup> Se avsnitt 5.2 nedan.

#### 5.1.2 Marknadsandelar – betal tv-tjänster

##### Digitala betal tv-tjänster

Andelarna för digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på digitala distributionssätt. De fem största aktörerna, Com Hem, Telenor, Telia Company, Boxer<sup>17</sup> och Viasat svarade tillsammans för 97,3 procent av abonnemangen den 30 juni 2016, vilket är på samma nivå jämfört med föregående år.

**Figur 21 Andelar - abonnemang på digitala tv-tjänster**



Telia Company ökade sin andel, från 22,1 till 23,0 procent främst tack vare fler abonnemang via fiber. Det innebär att Telia Company var den största aktören på digitala tv-tjänster tätt följt av Com Hem. Boxer minskade sin andel från

<sup>16</sup> Med fri-tv avses här tv som kan tas emot okrypterat och kostnadsfritt av slutkunden utan krav på abonnemang eller motsvarande. Fri-tv förekommer endast på marknadsplattformen där programbolagen köper utsändningstjänsten direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat. Eftersom fri-tv-tittarna inte tecknar abonnemangsavtal för att ta del av fri-tv är det oklart exakt hur många hushåll som endast tar emot fri-tv och inte abonnerar på betal-tv.

<sup>17</sup> Com Hem förvärvade Boxer i juni 2016 och Boxer kommer att konsolideras i Com Hems räkenskaper från och med 30 september 2016

19,5 till 17,8 procent. Gruppen övriga<sup>18</sup> består främst av flera leverantörer av iptv och deras samlade andel ökade från 2,7 till 3,7 procent.

## 5.2 Fri-tv i marknätet

De hushåll som endast tar emot fri-tv via det digitala marknätet inkluderas inte i statistiken. Eftersom fri-tv-tittarna inte tecknar abonnemangsavtal för att ta del av tjänsten så är det oklart exakt hur många hushåll som tar emot fri-tv.

Enligt en undersökning på uppdrag av PTS<sup>19</sup> har knappt 7 procent av hushållen fri-tv som enda mottagningssätt för tv i sitt permanentboende, vilket motsvarar ca 290 000 hushåll. Jämfört med undersökningarna genomförda år 2012, 2013 och 2014 är detta en minskning med en dryg procentenhet.<sup>20</sup>

## 5.3 TV-tittarsiffror och andra sätt att se på rörlig bild

Tittarsiffrorna för traditionell tv under juni 2016 låg på samma nivå som ett år tidigare, enligt mätföretaget MMS. Andelen som har tittat minst 5 sammanhängande minuter på tv under en genomsnittlig dag var för juni 2016 61 procent vilket var oförändrat mot föregående år. Antalet minuter som man i genomsnitt har tittat på tv låg också så gott som oförändrat på 133 minuter per dygn (jämfört med 136 ett år tidigare). . Sett över en längre period så har tittartiden på traditionell tv sjunkit kraftigt till följd av att allt fler använder streamingtjänster. I en undersökning från MMS framkom att nästan hälften, 47 procent, av 9-99-åringarna har tillgång till en abonnemangstjänst för streamad TV eller film i sina hem, vilket är en ökning med 380 000 personer jämfört med motsvarande period föregående år. En tredjedel har Netflix som därmed är fortsatt största aktören i Sverige.

---

<sup>18</sup> I ”övriga” ingår Sappa och mindre iptv-operatörer. Sedan 2012 ingår inte längre abonnemang från ”mindre kabel-tv-nät och fastighetsägare” i posten ”övriga” eftersom dessa även ingår i posten ”SMATV-operatörer”.

<sup>19</sup> På uppdrag av PTS utförde Sweco en undersökning av hushållens användning av fri-tv 2013, 2014 och 2015. Tidigare undersökningar 2011 och 2012 utfördes av TNS SIFO.

<sup>20</sup> Baserat på antal hushåll enligt SCB

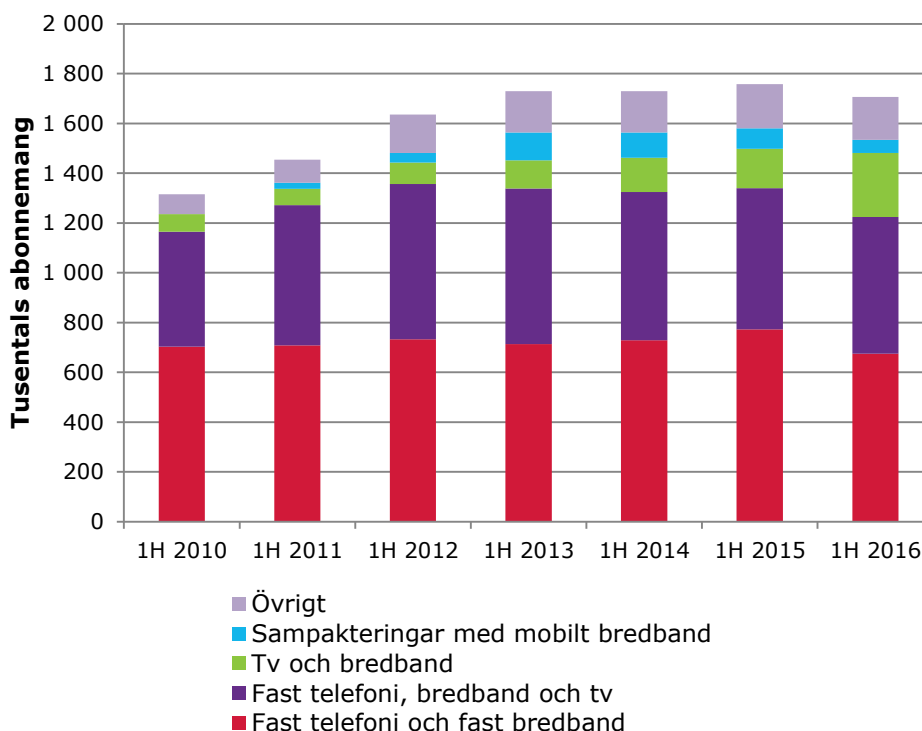
## 6 Sampaketerade tjänster

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. Sampaketeringar med innehållstjänster såsom Skype, Netflix m.fl. ingår inte.

Antalet sampaketerade abonnemang var 1,7 miljoner den sista juni 2016, vilket är 3 procent lägre vid samma tidpunkt föregående år. Sammantaget kan man säga att sampaketeringar med bredband och tv ökar medan de med fast telefoni minskar.

Telia Company hade flest abonnemang följt av Com Hem och Telenor. Tillsammans hade dessa tre operatörer 86 procent av de sampaketerade abonnemangen. Fast bredband ingick i omkring 1,5 miljoner sampaketerade abonnemang, vilket var 43 procent av alla fasta bredbandsabonnemang.

**Figur 22 Antal sampaketerade abonnemang**



*Double play*, smpaketeringar med två tjänster, minskade med 2 procent till 1,1 miljon. Den vanligaste smpaketeringen är fast telefoni och fast bredband, och den minskade med 13 procent till 675 000 abonnemang. Kombinationen stod för 40 procent av det totala antalet smpaketerade abonnemang. Smpaketeringar med tv och fast bredband är den tredje vanligaste smpaketeringen och den ökade med 64 procent till 258 000 abonnemang.

*Triple play*, dvs. smpaketeringar med tre tjänster, minskade med 4 procent. Den näst vanligaste smpaketeringen var 548 000 abonnemang, fast telefoni, fast bredband och tv. Denna smpaketering minskade med 3 procent och stod för 32 procent av alla smpaketerade abonnemang.

Smpaketeringar med fyra tjänster, s.k. *quadruple play*, är relativt ovanliga och låg på samma nivå, 13 000 abonnemang, som vid samma tid föregående år.

## BILAGOR

### 1 Metod och definitioner

#### 1.1 Upplägg och genomförande

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

Datainsamlingen pågick under perioden juli-september 2016, 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 56 av 57 (dvs. en svarsfrekvens på 98 procent). Insamling och justering av operatörsdata fortsätter dock även efter att rapporten Svensk telekommarknad 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 2016. Antalet aktörer inom de olika verksamhetsområdena framgår av sammanställningen nedan. Observera att en operatör kan vara verksam inom flera områden.

**Tabell 2 Antal svarande aktörer per område samt svarsfrekvensen per område**

Svarande aktörer per område	1H 2016	Andel
Fasta samtalstjänster	34	97%
Mobila samtals- och datatjänster	27	96%
Internettjänster	40	100%
Tv-tjänster	23	100%
Sampaketerade tjänster	16	94%
<b>Totalt antal tillfrågade</b>	<b>56</b>	<b>94 – 100%</b>

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

## 1.2 Avvikelser och uppdatering av data

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

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

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

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

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

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

## 1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar

Marknadsutvecklingen redovisas med statistik som i några fall sträcker sig tillbaka till 1992. Från och med 2006 publicerar PTS även marknadsandelar för variabler på slutkundsnivå för varje insamlingsperiod. I rapporten finns marknadsandelar för ett antal olika variabler, men betydligt fler uppgifter publiceras på den webbaserade statistikportalen. De variabler som bedöms som bristfälliga eller är missvisande på något annat sätt publiceras inte på statistikportalen.

## 1.4 Definitioner

När det gäller elektronisk kommunikation är det vanligt att blanda ihop uttryck eftersom det inte finns allmänt vedertagna definitioner av dessa begrepp.

Svensk telekommarknad baseras på en datainsamling där frågor ställts till operatörer och andra aktörer. I detta frågeformulär<sup>21</sup> används definitioner som

---

<sup>21</sup> Frågeformulär första halvåret 2016, Instruktioner till frågeformuläret Svensk telekommarknad första halvåret 2016, D.nr: 16-7428

ligger till grund för rapporten 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. Nedan är några termer definierade som används på flera ställen i rapporten. Det finns utöver dessa även definitioner i rapporten.

<b>Fast internetanslutning</b>	Uppringd och bredbandsanslutning
<b>Uppringd anslutning</b>	PSTN, ISDN
<b>Bredbandsanslutning</b>	Internetanslutning med hög hastighet. Innefattar digital anslutning via fast bredband (fiber, fiber-LAN, kabel-tv-nät, xDSL, fast radio och satellit) och mobilt bredband.
<b>Mobilt bredband</b>	Internetanslutning med hög hastighet som använder mobilnäten. Innefattar de tekniska standarderna CDMA2000, UMTS HSPA och LTE. Om inget annat anges så avser mobilt bredband i denna rapport mobilt bredband som fristående tjänst och mobilt bredband som tilläggstjänst.
<b>Mobilt bredband som fristående tjänst</b>	 <p>Abonnemang som uteslutande används för mobilt bredband och där data-accessen använts minst en gång under det senaste kvartalet i perioden, eller där abonnemangsavgift betalats under senaste kvartalet i perioden. Abonnemanget ska inte ha genererat några trafikminuter för tal under senaste kvartalet i perioden. Anslutningen kan ske via ett USB-modem (dongel) eller en router.</p>
<b>Mobilt bredband som tilläggstjänst</b>	 <p>Avser ett abonnemang där abonnenten köper en tjänst med minst 1 Gbyte datatrafik per månad till ett abonnemang som används för taltjänster. Oftast köps data och röst tillsammans. I praktiken används dessa abonnemang mest för smarta mobiltelefoner.</p>
<b>Mobila samtals och datatjänster</b>	Mobilabonnemang med eller utan samtalstjänst samt med eller utan datatjänst.

#### Machine-to-machine (M2M)

Även kallat maskin till maskin och internet of things, alla är begrepp eller ord på i princip samma sak, maskiner som kommunicerar med maskiner utan allt för stor inblandning av människor. I den här rapporten avses endast M2M som

använder mobila telefonnummer. Det innebär att det endast är en delmängd av alla M2M, bland annat ingår inte M2M med fasta telefonnummer eller utan nummer.

#### Begreppen privatkund och företagskund

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

#### Hushåll

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



## 2 Deltagarförteckning

0700 Sverige AB  
AB Sappa  
ACN Communications Sweden AB  
Advoco Software AB  
Alltele Företag AB  
AllTele Privat AB  
AT&T Global Network Services Sweden AB  
Bahnhof AB  
Bjäre Kraft Bredband AB  
BoreNet AB  
Boxer TV-Access AB  
Bredband2 AB  
Bålsta Kabel TV AB  
Canal Digital Sverige AB  
Cellip AB  
Com Hem AB  
DGC Access  
Efftel AB  
Fastbit AB  
Fonia AB  
Gothia telecom AB  
Gävle Energi AB  
Götalandsnätet AB  
Hi3G Access AB  
IP-Only AB  
Köpings Kabel-TV AB  
Lidén Data Internetwork AB  
Ljusnet AB  
Lulebo AB  
Lycamobile Sweden Limited  
Mundio Mobile (Sweden) Limited  
Net at Once Sweden AB  
Netett Sverige AB  
Olofströms Kabel-TV  
Phonera Företag AB  
Qall Telecom AB  
Sandviken Energi AB - Sandnet  
SavMAN AB  
ServaNet AB  
Stockholms Stadsnät AB  
Söderhamn NÄRA  
TDC Sverige AB  
Telavox AB  
Tele2 Sverige AB  
Telecom3 Sverige AB  
Tele-Man AB  
Telenor Connexion AB  
Telenor Sverige AB  
Teleservice Bredband Skåne AB  
Telia Company AB  
Verizon Sweden AB  
Viasat AB  
Wifog AB  
Wireless Maingate  
wx3 telcom AB  
Värnamo Energi AB

### **3 Ändringar i statistiken**

**Följande ändringar i rapportering har noterats under första halvåret 2016.**

#### **Uppköp**

Phonera är uppköpt av Com Hem (dec 2013) men rapporter fortfarande själva 1H2016.

#### **Namnbyte:**

TeliaSonera har bytt namn till Telia Company.

SwedfoneNet har bytt namn till Fonia.

Sandviken Energi AB har bytt namn till Sandviken Energi AB - Sandnet

#### **Historiska revideringar**

Några aktörer har korrigerat sina historiska värden i samband med rapporteringen av data för första halvåret 2016. Dessa korrigeringar finns uppdaterade i dataunderlagen i rapporten och på statistikportalen.

#### **Ändringar efter publicering**

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

## **4 Rapporttabeller**

Finns i separat dokument

## 5 Kvalitetsdeklaration

### B.0 Inledning

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

### B.1 Innehåll

#### 1.1 Statistiska målstorheter

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

#### 1.2 Objekt och population

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

#### 1.3 Variabler

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

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

#### 1.4 Statistiska mått

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

## 1.7 Redovisningsgrupper

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

## 1.6 Referenstider

Datansamlingen avser första halvan av kalenderåret 2016.

## 1.7 Fullständighet

Datansamlingen Svensk telekommarknad är en fristående undersökning men PTS samlar årligen också in data om bredbandsaccesser.

## B.2 Tillförlitlighet

### 2.2 Tillförlitlighet totalt

Svensk telekommarknad 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 2016, vilket gör att det inte föreligger något objektbortfall.

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 sammanvändbarhet**

### **4.1 Jämförbarhet över tiden**

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

### **4.2 Jämförbarhet mellan grupper**

Vissa variabler i dataframställningen ingår även i annan statistik:

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

### **4.3 Sammanvändbarhet med annan statistik**

Post- och telestyrelsen redovisar i rapportserien *Svensk telekommarknad* 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 sammanvändas 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 telekommarknad första halvåret 2016.

### **4.5 Spridningsformer**

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

#### **4.6 Dokumentation**

Detta dokument representerar den kvalitetsdokumentation som görs.

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

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

#### **4.8 Upplysningar lämnas av**

- Karin Fransén, PTS, Telefon 08-678 55 00, e-post: [karin.fransen@pts.se](mailto:karin.fransen@pts.se)
- Andreas Wigren, PTS, telefon 08-678 55 00, e-post: [andreas.wigren@pts.se](mailto:andreas.wigren@pts.se)