

Svensk telemarknad 2014



Svensk telemarknad 2014

Rapportnummer

PTS-ER 2015:19

Diarienummer

15-97

ISSN

1650-9862

Författare

Karin Fransén, Andreas Wigren

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Förord

De marknadsdata som Post- och telestyrelsen samlar in till Svensk telemarknad är ett av våra verktyg för att följa den snabba utvecklingen inom elektronisk kommunikation. Uppgifter om marknadsutvecklingen, i form av volymer, intäkter med mera ligger bland annat till grund för vårt reglerande arbete. Materialet används också för till exempel internationella jämförelser.

Jag har ibland liknat elektronisk kommunikation vid samhällets blodomlopp och den liknelsen blir allt mer relevant. Jag brukar också understryka att den viktigaste drivkraften för den positiva utveckling vi ser är efterfrågan från oss som använder tjänsterna. Utan en stark efterfrågan hade den höga och stabila nivån på investeringar som vi sett de senaste åren knappast kunnat upprätthållas. De årliga investeringarna i fasta och mobila nät ligger kring 9-10 miljarder, vilket vi redogjort för i vår uppföljning av regeringens bredbandsstrategi.

Särskilt märkbar har efterfrågan på de snabbaste bredbandstjänsterna varit. Den stora fiberutbyggnad som just nu pågår där många villaägare väljer att uppgradera sina fastigheter med ny teknik är ett tydligt tecken. Antalet fiberabonnemang fortsätter öka, och allt fler väljer de högsta hastigheterna, från 100 Mbit/s och uppåt, visar Svensk telemarknad 2014. Vår bredbandskartläggning visar att drygt 60 procent av hushållen och företagen nu har tillgång till dessa bredbandshastigheter.

Svensk telemarknad 2014 visar också på en mycket stark ökning av abonnemang som använt 4G-näten. Sedan trådlösa och mobila bredbandstjänster fick sitt genombrott under andra hälften av 2000-talet har antalet abonnemang för dessa tjänster ökat snabbt. Efterfrågan på stabilt och snabbt mobilt bredband gäller hela landet, i städerna där kapaciteten kan bli en flaskhals och på landsbygden där täckning ofta är den främsta utmaningen.

Den höga efterfrågan blir inte sällan svår att möta för marknadsaktörerna. Det finns en debatt om täckning och kapacitet där vi inte har alla svar. Därför är det viktigt för oss att på plats ta del av och diskutera lokala och regionala behov, vilket vi bland annat gjort i dialogmöten om täckning runt om i landet under de senaste åren. Drivkraften bakom debatten är i grunden mycket positiv – användare som vill använda tjänsterna mer, överallt och med bättre kvalitet.

Att tjänsterna i näten allt mer blir en förutsättning för oss i vår vardag, arbetsliv och för oss som medborgare – att blodomloppet måste fungera och nå alla – är något som förpliktar, för oss som myndighet och för marknadens aktörer.

Göran Marby

Generaldirektör, Post- och telestyrelsen

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	8
Abstract	9
1 Syfte och metod	12
1.1 Upplägg och genomförande	12
1.2 Avvikelser och uppdatering av data	13
1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar	14
1.4 Definitioner	14
2 Marknadsutveckling abonnemang	16
2.1 Fasta samtalstjänster	16
<i>Abonnemang via PSTN</i>	17
<i>Abonnemang via ISDN</i>	17
<i>Abonnemang på ip-telefoni</i>	17
<i>Abonnemang på SIP-trunkar</i>	18
2.2 Mobila samtals- och datatjänster	18
<i>Abonnemang utan mobilt bredband</i>	19
<i>Abonnemang på mobilt bredband</i>	20
<i>Abonnemang som har använt 4G (LTE)</i>	20
2.3 M2M-tjänster	21
2.4 Nummerporteringar	21
2.5 Internettjänster	23
<i>Abonnemang på fast internetanslutning</i>	23
<i>Överföringskapacitet för abonnemang på bredband</i>	25
<i>Abonnemang på mobilt bredband</i>	28
<i>Nedladdningshastigheter – Mobilt bredband</i>	29
2.6 Datakommunikation till slutkund	29
2.7 Tv-tjänster	29
<i>Andra sätt att se på tv eller rörlig bild</i>	34
2.8 Sampaketerade tjänster	36
3 Användning - Trafik	39
3.1 Samtalstrafik	39
3.2 Meddelandetjänster	40
3.3 Mobil datatrafik	42
4 Intäkter på marknaden	43
4.1 Intäkter från fasta samtalstjänster	43
4.2 Intäkter från mobila samtals- och datatjänster	44
4.3 Intäkter från M2M	46
4.4 Intäkter från samtrafik i fasta och mobila nät	46
4.5 Intäkter från internettjänster	46
4.6 Intäkter från datakommunikationstjänster	48
4.7 Intäkter från tv-tjänster	49
<i>Totala intäkter per distributionsplattform (grund och tilläggsabonnemang)</i>	50
5 Marknadsandelar	51
5.1 Marknadsandelar fasta samtalstjänster	51
5.2 Marknadsandelar mobila samtals- och datatjänster	52
5.3 Marknadsandelar bredband	53
5.4 Marknadsandelar tv-tjänster	55

Bilaga 1 Rapporttabeller	58
Bilaga 2 Deltagarförteckning	59
Bilaga 3 Kvalitetsdeklaration	64

Figurer

Figur 1 Antal abonnemang på fasta samtalstjänster	16
Figur 2 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster.....	19
Figur 3 Antal abonnemang som använt 4G (LTE)	20
Figur 4 Antal abonnemang på M2M-tjänster	21
Figur 5 Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer	22
Figur 6 Antal abonnemang på bredbands- och internetjänster	23
Figur 7 Antal abonnemang på fasta internetjänster	24
Figur 8 Överföringshastighet för abonnemang på fast bredband - nedströms.....	25
Figur 9 Överföringshastighet för abonnemang på fast bredband – uppströms	27
Figur 10 Fördelning av hastighet för nedladdning av data – mobilt bredband.....	28
Figur 11 Antal abonnemang på tv-tjänster fördelat på distributionssätt.....	31
Figur 12 Andel tv-abonnemang per distributionssätt.....	32
Figur 13 Antal abonnemang på tv via bredband	33
Figur 14 Den totala konsumtionen av rörlig bild i Sverige.....	35
Figur 15 Antal sampaketerade abonnemang	37
Figur 16 Utgående samtalsminuter från fast och mobil	39
Figur 17 Antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad.....	41
Figur 18 Mängd överförd data i mobilnäten	42
Figur 19 Intäkter slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation.....	43
Figur 20 Intäkter från slutkund för fasta samtalstjänster.....	44
Figur 21 Intäkter från slutkunder för mobila samtals- och datatjänster	45
Figur 22 Intäkter från slutkundsmarknaden för fasta internetjänster och mobil data.....	47
Figur 23 Intäkter från slutkundsmarknaden för datakommunikationstjänster	48
Figur 24 Intäkter från tv-tjänster (grund och tilläggsabonnemang)	49
Figur 25 Marknadsandelar - abonnemang på fasta samtalstjänster.....	51
Figur 26 Marknadsandelar -abonnemang på mobila samtals- och datatjänster.....	52

Figur 27 Marknadsandelar - abonnemang på bredband totalt	53
Figur 28 Marknadsandelar - abonnemang på fast bredband.....	54
Figur 29 Marknadsandelar - abonnemang på mobilt bredband	55
Figur 30 Marknadsandelar - abonnemang på analoga och digitala tv-tjänster	56
Figur 31 Marknadsandelar – abonnemang på digitala tv-tjänster.....	57

Sammanfattning

De totala intäkterna på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation uppgick till 52,7 miljarder kronor under 2014, vilket är en ökning med 1 procent jämfört med 2013.

Antalet mobilabonnemang uppgick till 14,5 miljoner den 31 december 2014, en ökning med 1 procent sedan samma tidpunkt föregående år. Över 4 miljoner av dessa abonnemang hade använt tjänster i 4G-näten, vilket är en ökning med 2,5 miljoner abonnemang sedan utgången av 2013. Intäkterna från mobila samtals- och datatjänster ökade med 4 procent från föregående år och uppgick till 29,6 miljarder kronor. Ökningen beror främst på växande intäkter från mobil datatrafik. Omkring 70 procent av slutkundsintäkterna på mobilmarknaden kom från fasta avgifter.

Det fanns 3,8 miljoner samtalsabonnemang för fast telefoni den sista december 2014, en minskning med 4 procent jämfört med samma datum 2013. Intäkterna från fast telefoni minskade med 10 procent till 8,8 miljarder kronor.

Antalet bredbandsabonnemang via fiber ökade med 17 procent och uppgick till 1,4 miljoner. Fiber befäste därmed sin ställning som den vanligaste accesstekniken för fast bredband. Det totala antalet fasta bredbandsabonnemang ökade med 4 procent till knappt 3,3 miljoner. Intäkterna från fasta internetabonnemang uppgick till 9,6 miljarder kronor under 2014, en ökning med 6 procent jämfört med året innan. Bredbandsabonnemang med höga hastigheter så väl nedströms som uppströms fortsatte att öka. Den 31 december 2014 fanns 1,2 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer nedströms. Antalet abonnemang med 100 Mbit/s eller mer uppströms ökade kraftigt och uppgick till 573 000 vid samma tidpunkt.

Under 2014 överfördes 365 400 Tbyte data i mobilnäten, 35 procent mer än under 2013. En växande andel av trafiken genererades av smarta telefoner, vilka stod för en tredjedel av den mobila datatrafiken under året. När det gäller taltrafik så var det totala antalet trafikminuter var oförändrat 38,1 miljarder. Minuterna från mobilabonnemang ökade med 4 procent till 26,6 miljarder medan antalet minuter från fasta abonnemang sjönk med 9 procent till 11,5 miljarder. Det skickades 13 miljarder sms från mobiltelefoner under 2014, vilket är en minskning med 9 procent jämfört med föregående år.

Den sista december 2014 låg antalet tv-abonnemang på 5,2 miljoner vilket är en minskning med 1 procent jämfört med ett år tidigare. Antalet ip-tv abonnemang (via fiber och xDSL) ökade med 15 procent till 833 000 och är därmed för första gången den största digitala tv-plattformen.

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

Abstract

In 2014, the total revenue of the retail market for electronic communications was SEK 52.7 billion, which is an increase by 1 per cent.

There were 14.5 million subscriptions for mobile voice and data services on 31 December 2014, an increase by 1 per cent from the same date in 2013. Over 4 million of these subscriptions used services in the 4G (LTE) networks which is an increase by 2.5 million subscriptions compared to the same date in 2013. The revenues from mobile voice and data services increased by 4 per cent and amounted to SEK 29.6 billion in 2014. The increase in revenues was mainly driven by continued increase in revenues from data traffic. Approximately 70 per cent of the revenues in the mobile market came from fixed charges. There were 3.8 million subscriptions for fixed-line telephony on 31 December 2014, a decrease by 4 per cent from the same date in 2013.

The number of subscriptions for broadband via fibre and fibre-LAN increased by 17 per cent and was nearly 1.4 million on 31 December 2014. Fibre and fibre-LAN has now established its position as the most common access technology. The total number of fixed broadband subscriptions was nearly 3.3 million on the last day of 2014, which is a 4 per cent increase compared to the same date in 2013. Revenues from fixed broadband subscriptions amounted SEK 9.6 billion in 2014, an increase by 6 per cent compared to the previous year. Broadband subscriptions with high speed downstream as well as upstream continued to increase. On 31 December 2014 there were 1.2 million subscriptions with speeds of 100 Mbit/s or more downstream. The number of subscriptions with 100 Mbit/s or more upstream increased sharply and amounted to 573 000 on same date.

In 2014, 365,000 Tbytes of data were transferred over the mobile networks. This is 35 per cent more than in 2013. One third of the data traffic in the mobile networks was generated by smartphones and the share is growing.

The total number of outgoing voice minutes in 2014 was 38.1 billion, which is on the same level as 2013. The number of outgoing voice minutes from mobile networks increased by 4 per cent to almost 26.6 billion minutes in 2014. At the same time, the number of outgoing traffic minutes from the fixed networks decreased by 9 per cent to 11.5 billion compared to previous year.

In 2014, the number of traditional television subscriptions decreased by 1 per cent to 5.2 billion. The number of IPTV subscriptions (fibre and xDSL) increased by 15 per cent to 833 000 and is for the first time the largest digital TV distribution platform.

Statistics from the report, including data for individual operators, are available on the PTS statistics portal (www.statistik.pts.se).

Helår 2014: Tabell 1
Nyckeldata - marknaden för elektronisk kommunikation

	2014	2013	Förändring
<i>Elektronisk kommunikation</i>			
Totala slutkundsintäkter	52 729	52 109	1%
Intäkt per månad från ett genomsnittshushåll (exklusive moms) [1]	645	640	1%
<i>Fasta samtalstjänster</i>			
Abonnemang för fast telefoni (tusen)	3 779	3 928	-4%
varav abonnemang på ip-baserad telefoni (tusen)	1 742	1 573	11%
Utgående trafikminuter (miljoner)	11 526	12 712	-9%
Privat	5 344	6 693	-20%
Företag	6 182	6 019	3%
Intäkter från fasta samtalstjänster (mkr)	8 803	9 795	-10%
Privat	5 013	5 648	-11%
Företag	3 791	4 146	-9%
<i>Mobila samtals- och datatjänster</i>			
Mobilabonnemang (tusen)	14 525	14 424	1%
Privat	11 189	11 176	0%
Företag	3 336	3 248	3%
varav aktiva UMTS/CDMA 2000-abonnemang	10 984	9 790	12%
varav abonnemang som har använt 4G (LTE)	4 077	1 546	164%
varav mobilt bredband som fristående tjänst	2 213	2 185	1%
varav mobilt bredband som tilläggstjänst	6 304	5 589	13%
Utgående trafikminuter (miljoner)	26 637	25 520	4%
Antal skickade SMS (miljoner)	13 020	14 286	-9%
Antal skickade MMS (miljoner)	388	307	27%
Trafik för mobila datatjänster (Tbyte)	365 394	270 291	35%
Intäkter från mobilabonnemang, SMS, MMS och mobil datatrafik (mkr)	29 627	28 587	4%
Privat	20 224	19 076	6%
Företag	9 404	9 511	-1%
M2M-abonnemang	6 140	5 185	18%

Datakommunikationstjänster			
Intäkter från datakommunikationstjänster till slutkund (mkr)	4 684	4 672	0%
IP-VPN	2 926	2 971	-2%
Kapacitetstjänster	752	673	12%
Svart fiber	581	531	10%
Våglängder till slutkund	53	53	1%
Övriga förädlade nätverkstjänster till slutkund	372	443	-16%
Internettjänster			
Internetabonnemang (tusen)	11 879	11 013	8%
Abonnemang på uppringd anslutning	80	92	-12%
Abonnemang på fast bredbandsanslutning	3 281	3 148	4%
via kabel-tv	603	573	5%
via fiber och fiber-LAN	1 435	1 221	17%
via xDSL	1 227	1 340	-8%
Abonnemang på mobil bredbandsanslutning	8 517	7 774	10%
via mobilt bredband som fristående tjänst	2 213	2 185	1%
via mobilt bredband som tilläggstjänst	6 304	5 589	13%
Intäkter från fasta Internetabonnemang (mkr)	9 616	9 057	6%
Privat	7 859	7 356	7%
Företag	1 757	1 701	3%
Tv-tjänster			
Antal tv-abonnemang per distributionsplattform (tusen)	4 526	4 573	-1%
via kabel-tv	2 277	2 386	-5%
via marknätet	565	578	-2%
via satellit	628	636	-1%
via iptv	835	722	16%
via fiber och fiber-LAN	564	444	27%
via xDSL	271	277	-2%
via SMATV	220	251	-12%
Sapaketerade tjänster			
Antal sapaketerade abonnemang (tusen)	1 800	1 722	5%

Källa: Post- och telestyrelsen, 18 juni 2015.

[1] Fr.o.m. 2013 används registerbaserade uppgifter om antal hushåll, vilket gör att intäkten per hushåll 2013 inte är helt jämförbar med tidigare perioder.

1 Syfte och metod

Syftet med rapporten Svensk telemarknad 2014 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 att främja konkurrensen inom denna marknad. Som en del av det uppdraget arbetar PTS med insamling av marknadsdata och med marknadsanalyser. Utöver PTS interna behov av data är det viktigt att allmänheten, operatörer samt andra företag och organisationer får tillgång till statistik, vilket är ytterligare ett skäl till att PTS publicerar marknadsstatistik.

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

Statistiken för 2014 har huvudsakligen samlats in med hjälp av en webbaserad enkät. Data över nummerporteringar baseras på uppgifter från Swedish Number Portability Administrative Center (SNPAC).

1.1 Upplägg och genomförande

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

Insamlingen för 2014 gjordes via ett webbaserat frågeformulär som skickades ut till sammanlagt 481 aktörer i januari 2015. Datainsamlingen pågick under perioden januari-mars 2015, och det initiala utskicket följdes upp med påminnelser via e-post. Några företag som inte svarat påmindes även via telefon. I början av april hade svar kommit in från 449 aktörer, vilket ger en svarsfrekvens på 93 procent. Insamling och justering av operatörsdata fortsätter dock även efter att rapporten Svensk telemarknad har publicerats, vilket gör att PTS databas¹ för operatörsstatistik kontinuerligt uppdateras.

De medverkande aktörerna angav i frågeformuläret inom vilka områden de bedrivit verksamhet under 2014. Antalet aktörer inom de olika verksamhetsområdena framgår av sammanställningen nedan. Observera att en operatör kan vara verksam inom flera områden.

¹ Databasen finns tillgänglig på PTS statistikportal statistik.pts.se

Område	2014
Fasta samtalstjänster	112
Samtrafik i fastnät	30
Mobila samtals- och datatjänster	61
Samtrafik i mobilnät	30
Internettjänster	165
Tv-tjänster	17
Sampaketerade tjänster	31
Datakommunikationstjänster tillgrossistkund	150
Datakommunikationstjänster –till slutkund	147
Bredbandsaccess -till operatör och slutkund	170
Totalt antal svarande aktörer	449

För en komplett lista över vilka operatörer som har svarat inom vilka områden, se separat deltagarlista på PTS statistikportal.

1.2 Avvikelser och uppdatering av data

Under datainsamlingen uppstår av olika orsaker mätfel, vilket beror på ett antal felkällor. Till exempel:

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

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

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

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

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

1.3 Historiska uppgifter och marknadsandelar

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

1.4 Definitioner

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

Typer av internetanslutningar

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

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

(xDSL), fiber, fiber-LAN samt mobilt bredband.

Mobilt bredband

Internetanslutning med hög hastighet som använder mobilnäten. Innefattar de tekniska standarderna CDMA2000, UMTS HSPA och LTE. Om inget annat anges så avser mobilt bredband i denna rapport mobilt bredband som fristående tjänst såväl som tilläggstjänst.

Mobilt bredband som fristående tjänst



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

Mobilt bredband som tilläggstjänst



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

Begreppen privatkund och företagskund

I åtskilliga fall redovisas statistiken fördelad på privatkunder respektive företagskunder. Definitionerna av privat- respektive företagskund baseras på vem som betalar för tjänsten, inte vem som är användare. Kriteriet för att den betalande parten ska betecknas som en företagskund (inklusive de organisationer som inte är företag) är att den har ett organisationsnummer. De övriga betecknas som privatkunder. Detta gör dock att företag och organisationer som är registrerade 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.² 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.

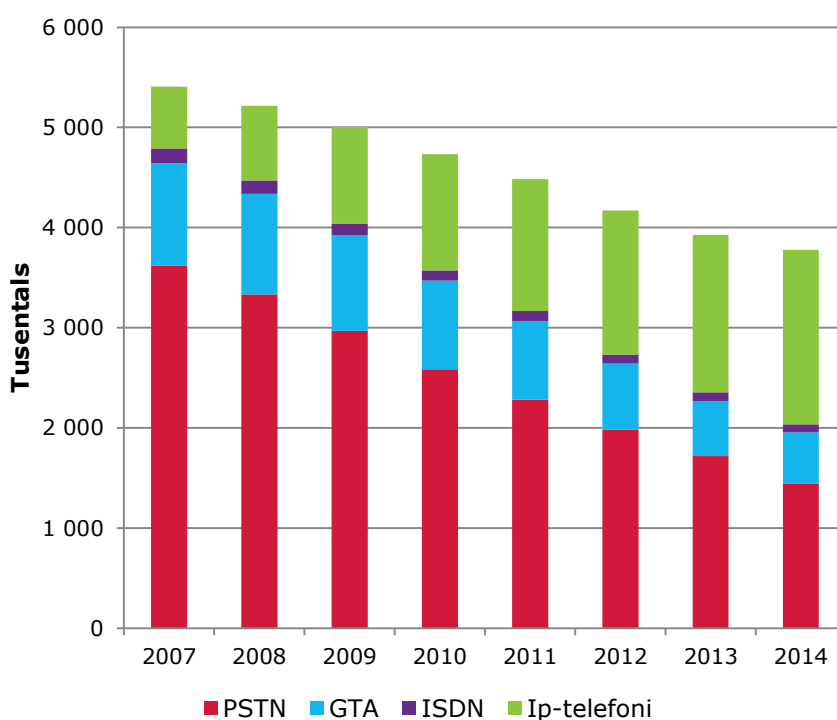
² Innan 2013 använde PTS hushållsuppgifter som baserades på svar från enskilda personer och fastighetsägare.

2 Marknadsutveckling abonnemang

2.1 Fasta samtalstjänster

I december 2014 fanns det knappt 3,8 miljoner fasta telefoniabonnemang i Sverige, vilket kan jämföras med december 2013, då det fanns 3,9 miljoner. Detta motsvarar en minskning med 4 procent.

Figur 1 Antal abonnemang på fasta samtalstjänster



Av de fasta abonnemangen var ca 2,8 miljoner privata, vilket, om de relateras till de 4,2 miljoner hushåll som finns i Sverige. Ungefär 66 procent av Sveriges hushåll hade ett fast abonnemang i december 2014 vilket är en minskning från 70 procent ett år tidigare.

Antalet abonnemang på fast telefoni via PSTN³ och ISDN⁴ fortsatte att minska medan antalet abonnemang på ip-telefoni fortsatte att öka under 2014.

³ Public Switched Telephone Network (PSTN) är det traditionella, kretskopplade publika telenätet.

⁴ Integrated Services Digital Network (ISDN) är en standard för digital telefoni, vilken innebar en uppgradering av det traditionella kopparnätet som gav två kanaler per abonnentlinje.

Abonnemang via PSTN

Det fanns 2,1 miljoner abonnemang på fast telefoni via PSTN den 31 december 2014. Av dessa fanns 518 000 hos annan aktör än TeliaSonera via grossistprodukten GTA⁵. Antalet abonnemang via GTA minskade med 5 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Möjligheten att välja annan operatör än TeliaSonera för debitering av telefonsamtal, så kallat förval, infördes 1999 och var som störst år 2003 då det fanns över 2 miljoner abonnemang på förval. Antalet har minskat kraftigt sedan dess och i slutet av december 2014 var antalet 58 000, vilket är 42 procent mindre än föregående år.

Abonnemang via ISDN

I slutet av december 2014 fanns det 80 000 abonnemang på ISDN, vilket är 10 procent mindre än sista december 2014. Med sina 26 000 abonnenter hade TeliaSonera 33 procent av alla ISDN-abonnemang.

Abonnemang på ip-telefoni

Förutom traditionell, fast kretskopplad telefoni erbjuder operatörer voip (Voice over IP) som tjänst. Detta görs genom anslutning till det ip-nät som operatören själv har kontroll över, till skillnad från s.k. internettelefoni (tjänster som t.ex. Skype). Ip-telefoni har tjänster och kvalitet som motsvarar den traditionella kretskopplade PSTN-tekniken.

Det fanns drygt 1,7 miljoner abonnemang på ip-telefoni den sista december 2014, vilket är en ökning med 11 procent sedan motsvarande tidpunkt 2013. Antalet ip-baserade abonnemang har ökat stadigt under de senaste åren och de utgjorde 46 procent av alla abonnemang på fast telefoni i december 2014.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via xDSL uppgick till 652 000 i slutet av december 2014, vilket är en ökning med 10 procent eller 59 000 sedan samma datum ett år tidigare. Samtidigt ökade abonnemangen på ip-telefoni via kabel-tv med 21 000, eller 6 procent, till 351 000 den sista december 2014.

Antalet abonnemang på ip-telefoni via fiber eller fiber-LAN var 582 000 i slutet av december 2014, vilket är en ökning med 111 000 eller 23 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. ”Annan ip-baserad access”⁶

⁵ 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)

⁶ Avser ip-telefoniabonnemang där operatörerna angett att accessformen inte är känd

minskade med 21 000 abonnemang och uppgick till 158 000 den sista december 2014.

Com Hem, TeliaSonera och Telenor (inklusive Glocalnet och Bredbandsbolaget) är de största aktörerna inom ip-telefoni och har tillsammans 76 procent av alla abonnenter.

Abonnemang på SIP-trunkar

Det är vanligt att företag och organisationer, som använder sig av ip-telefoni i det interna nätverket, ansluter sin lokala ip-baserade abonnentväxel till det traditionella kretskopplade telefonnätet (PSTN) via en lokal gateway, som är placerad hos kunden. För detta krävs två olika anslutningar; förutom den ordinarie ip-baserade externa anslutningen till internet krävs även en särskild extern förbindelse som bygger på ISDN. Många tjänsteleverantörer erbjuder idag ett alternativ till detta, där *en och samma* externa ip-baserade anslutning används för såväl data som för röst. För att etablera, modifiera och terminera ip-telefonisamtal används Session Initiation Protocol, SIP⁷. Via en s.k. SIP-trunk och där PSTN nås via en central operatörsplacerad gateway. För företaget innebär detta att de inte längre behöver vara sig lokal PSTN-gateway eller ISDN-anslutningar.

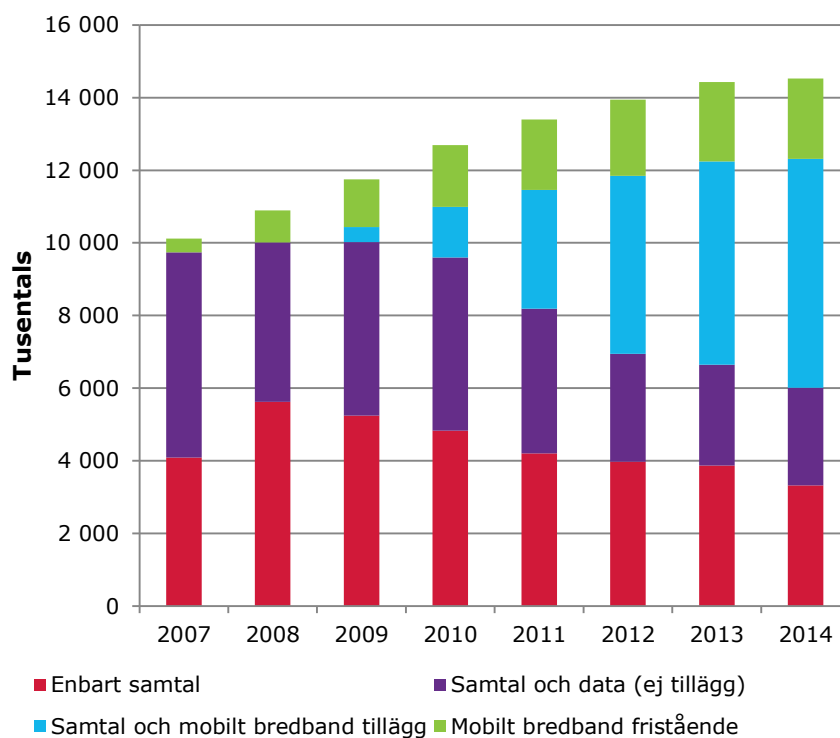
I slutet av december 2014 fanns det 13 000 abonnemang på SIP-trunkar, vilket är en ökning med 26 procent sedan samma tidpunkt ett år tidigare, då det fanns 9 300. Antalet SIP-adresser, det vill säga aktiva användarkonton som användes för telefoni, ökade samtidigt med 57 procent och var 228 000 i slutet av december 2014. Den största aktören, sett till antal SIP-adresser, var TelaVox med 83 000 abonnemang på aktiva adresser.

2.2 Mobila samtals- och datatjänster

Den sista december 2014 fanns det totalt 14,5 miljoner mobila abonnemang i Sverige, vilket är en ökning med 1 procent och 101 000 fler abonnemang än sista december 2013.

Därutöver fanns knappt 6,1 miljoner machine-to-machine (M2M)-abonnemang som inte är inkluderade i siffran ovan. Dessa redovisas i ett separat avsnitt nedan.

⁷ SIP är ett protokoll för peer-to-peer (punkt till punkt) utvecklat av IETF (RFC 3261) för multimedia och ip-telefoni. Denna procedur initieras genom anrop till en s.k. SIP-server.

Figur 2 Antal abonnemang på mobila samtals- och datatjänster

Av det totala antalet mobilabonnemang i slutet av december 2014 var 10,5 miljoner kontraktsubonnemang och drygt 4 miljoner kontantkort. Andelen kontantkort har sjunkit trendmässigt under det senaste decenniet och utgjorde 28 procent av alla abonnemang i december 2014. Motsvarande andel var 57 procent för tio år sedan.

Abonnemang utan mobilt bredband

Antalet mobilabonnemang som användes för enbart samtalstjänster var drygt 3,3 miljoner den sista december 2014. Detta är en nedgång på 546 000 abonnemang sedan samma datum ett år tidigare och motsvarar en årlig minskning med 14 procent.

Antalet mobilabonnemang på både samtal och data, men som inte inkluderade tilläggsabonnemang på mobilt bredband (minst 1 Gbyte) var 2,7 miljoner den sista december 2014. Det är en minskning med 3 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare.

Abonnemang på mobilt bredband

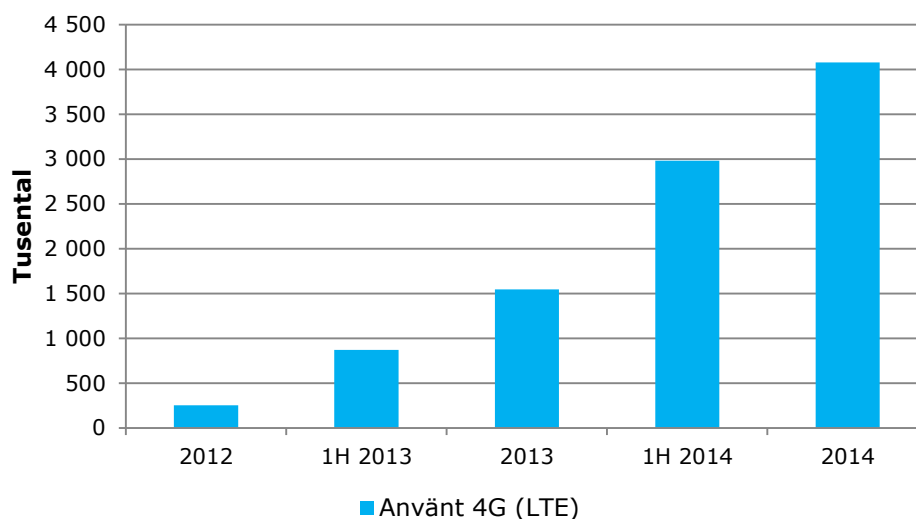
Antalet abonnemang på mobilt bredband har ökat med 10 procent sedan december 2013 och uppgick till drygt 8,5 miljoner i slutet av december 2014.

Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst⁸ den 30 december 2014. Mellan december 2013 och december 2014 ökade de med 28 000, vilket motsvarar en årlig tillväxt på 1 procent.

Även antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst⁹ fortsatte att öka under 2014. Den sista december 2014 uppgick de till 6,3 miljoner, vilket är en ökning med 715 000, eller 13 procent, jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare.

Abonnemang som har använt 4G (LTE)

Figur 3 Antal abonnemang som använt 4G (LTE)



Den sista december 2014 fanns drygt 4 miljoner abonnemang som hade använt tjänster i 4G (LTE)-nätet, vilket är en kraftig ökning med 2,5 miljoner abonnemang jämfört med samma datum förra året. Av dessa abonnemang har drygt 1,1 miljoner tillkommit sedan sista december 2014.

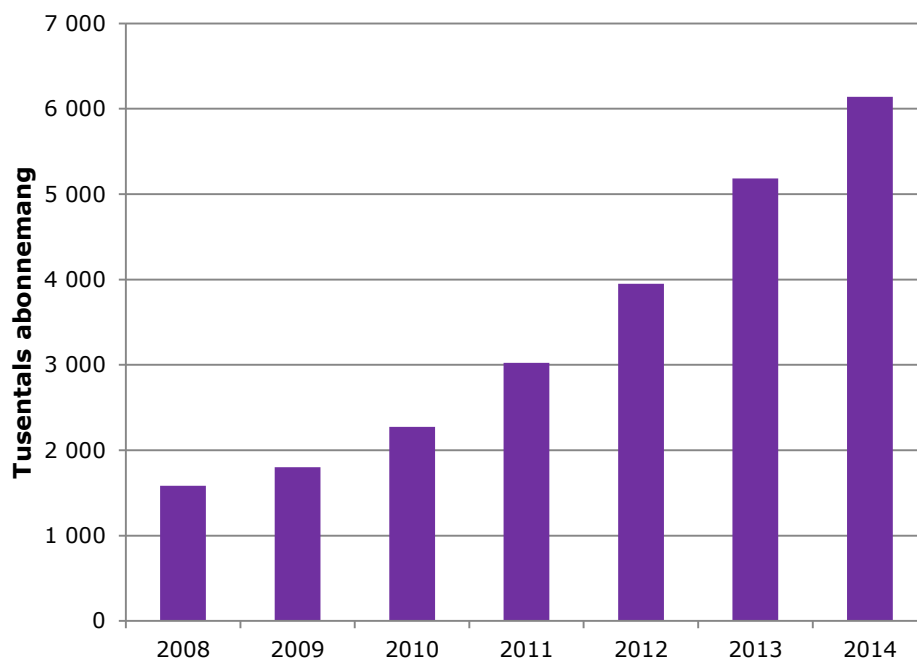
⁸ Abonnemang som enbart har använts för mobil paketdata, och inte genererat någon samtalstrafik under det senaste kvartalet i perioden.

⁹ Abonnemang där minst 1 Gbyte data per månad inkluderats eller köpts som tilläggstjänst.

2.3 M2M-tjänster

M2M avser här Maskin till maskin, d.v.s. kommunikation mellan maskiner, används för telematik och telemetri.

Figur 4 Antal abonnemang på M2M-tjänster

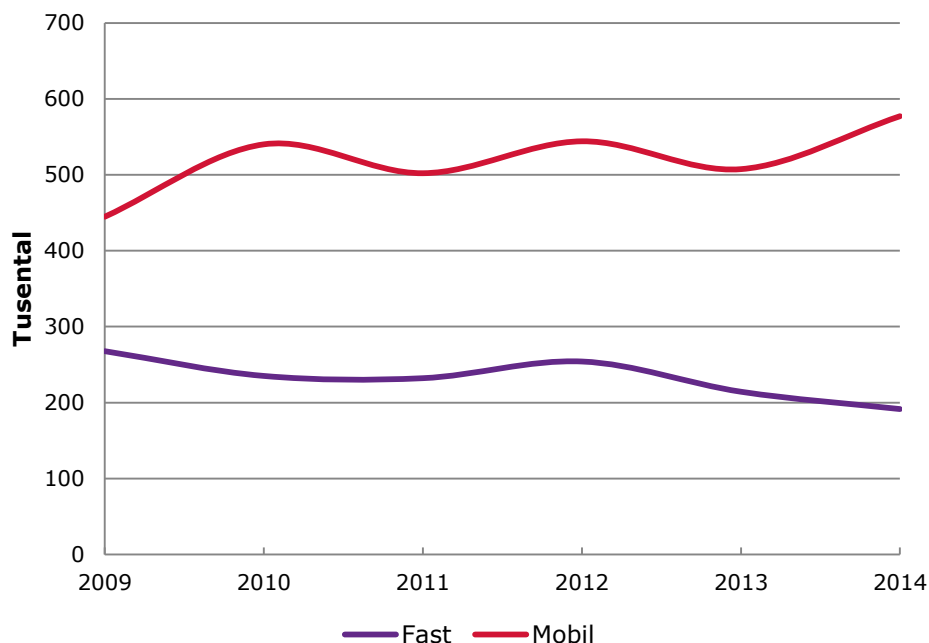


Antalet M2M-abonnemang uppgick den sista december 2014 till 6,1 miljoner, vilket innebär en ökning med 18 procent jämfört med samma datum föregående år, då de uppgick till drygt 5,2 miljoner. Telenor Connexion hade nästan 78 procent av M2M-abonnemangen den sista december 2014.

2.4 Nummerporteringar

Nummerportering är när telefonnummer flyttas från en operatör till en annan. SNPAC¹⁰ samlar in och publicerar statistik över antalet porteringar i Sverige.

¹⁰ www.snpac.se

Figur 5 Antal porteringar av fasta och mobila telefonnummer

Under 2014 porterades 191 000 fasta och 577 000 mobila nummer i Sverige. Jämfört med 2013 minskade antalet fasta porteringar med 11 procent och mobila ökade med 14 procent. Sedan 2009 har mellan 200 000 och 300 000 fasta nummer porterats årligen och mellan 700 000 och 800 000 mobila nummer.

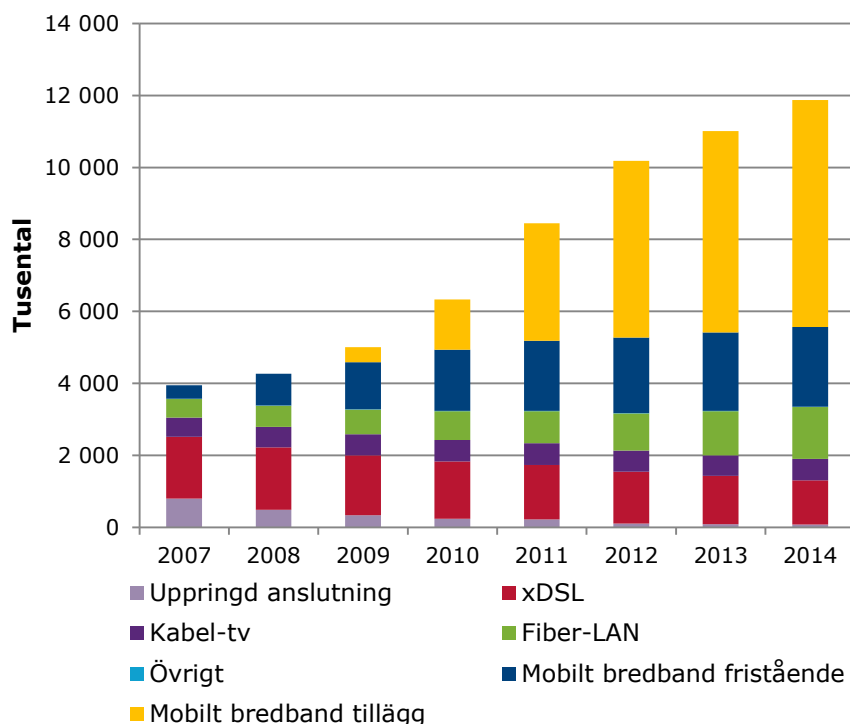
De porterade fasta numren utgjorde 5,1 procent av det totala antalet abonnemang på fast telefoni 2014 medan de porterade mobila numren utgjorde 4,7 procent av det totala antalet mobila abonnemang (exklusive mobilt bredband som fristående tjänst och M2M) under samma period.

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

2.5 Internettjänster

I slutet av 2014 var det totala antalet internetabonnemang 11,9 miljoner. Det är en ökning med 863 000 abonnemang eller 8 procent sedan slutet av 2013.

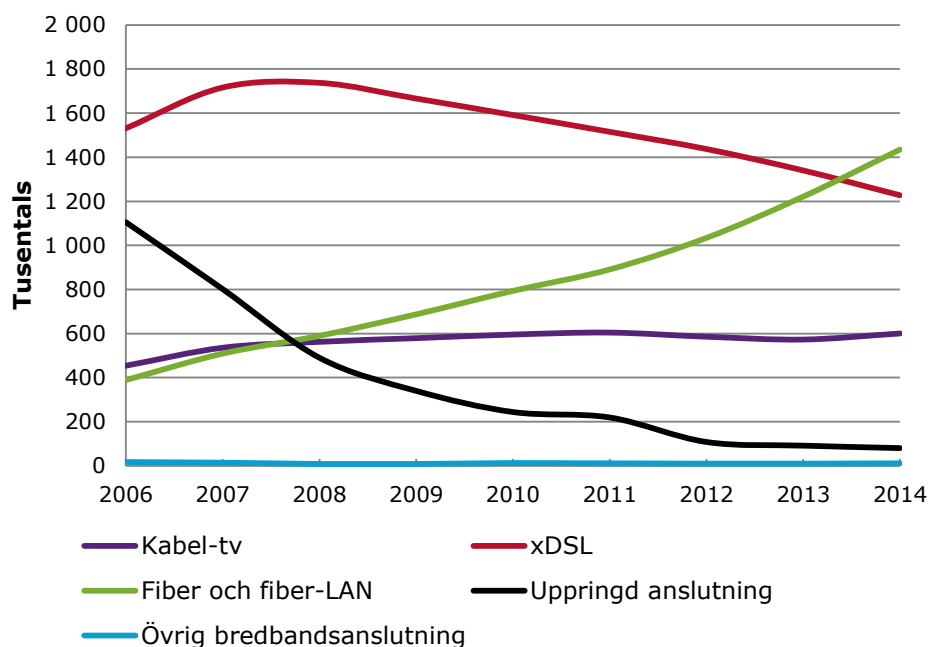
Figur 6 Antal abonnemang på bredbands- och internettjänster



Av de 11,9 miljoner abonnemang på internettjänster i december 2014 var knappt 11,8 miljoner abonnemang på bredband. Skillnaden utgjordes av abonnemang på uppringt internet. Antalet abonnemang på uppringt internet var 80 000 den sista december 2014, vilket är en minskning med 12 procent sedan samma datum föregående år. Uppringt internet utgör knappt en procent av det totala antalet abonnemang på internettjänster och TeliaSonera hade 75 procent av abonnemangen i slutet av december 2014.

Abonnemang på fast internetanslutning

Den sista december 2014 var antalet abonnemang på fast bredband 3,3 miljoner, vilket är 131 000 fler än vid samma datum ett år tidigare.

Figur 7 Antal abonnemang på fasta internetjänster

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 214 000, eller 17 procent, sedan december 2013 och uppgick till 1,4 miljoner i slutet av december 2014. Fiber har därmed gått om xDSL som den vanligaste accesstekniken för fast bredband.

Abonnemangen via xDSL har minskat ända sedan 2008 och den sista december 2014 fanns 1,2 miljoner sådana abonnemang. Det är en nedgång med 112 000 sedan december 2013, vilket motsvarar en årlig minskning på 8 procent.

Det fanns 601 000 abonnemang på bredband via kabel-tv den sista december 2014 och det är 28 000 fler än vid samma tidpunkt 2013.

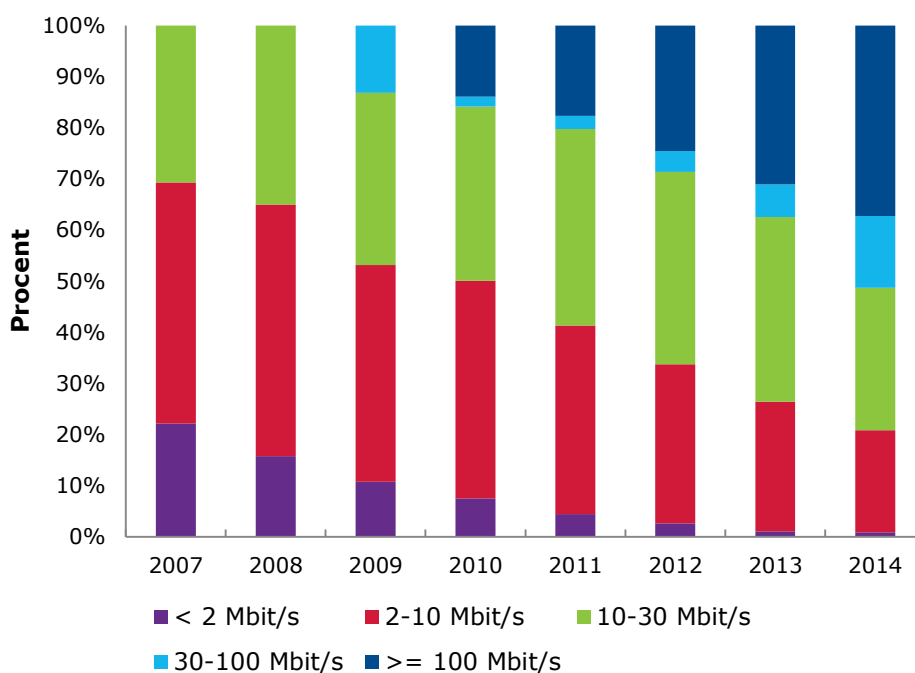
Antalet abonnemang på övrig fast bredbandsanslutning ¹¹ var 16 000 i slutet av december 2014, en uppgång med 16 procent jämfört med året innan. Av dessa var 350 abonnemang via satellit.

¹¹ I övrig fast bredbandsanslutning ingår bl.a. fast radio och satellit.

Överföringskapacitet för abonnemang på bredband

Det är fortfarande vanligast att bredbandstjänster är asymmetriska, dvs. att de inte har samma överföringshastighet för nedladdad data som för uppladdad data. Operatörerna erbjuder oftast högre hastighet för nedladdad data än för uppladdad. I dagsläget är det abonnemang på bredband via fiber och kabel-tv-nät uppgraderade till Docsis 3.0 som har den tekniska möjligheten att klara hastigheter nedströms på minst 100 Mbit/s. Det kan dock vara stor skillnad på den hastighet en teknik klarar av, den hastighet som en konsument abonnerar på hos sin bredbandsleverantör, och den hastighet en konsument i praktiken kan få. I denna rapport avses hastigheten som kunden abonnerar på. Den praktiska hastigheten som erhålls av konsumenten kan vara lägre, speciellt när det gäller bredbandstjänster i mobilnäten eller om slutkunden använder en trådlös accesspunkt för sin fasta anslutning.

Figur 8 Överföringshastighet¹² för abonnemang på fast bredband - nedströms



¹² Marknadsförd hastighet

Nedladdningshastigheter – Fast bredband

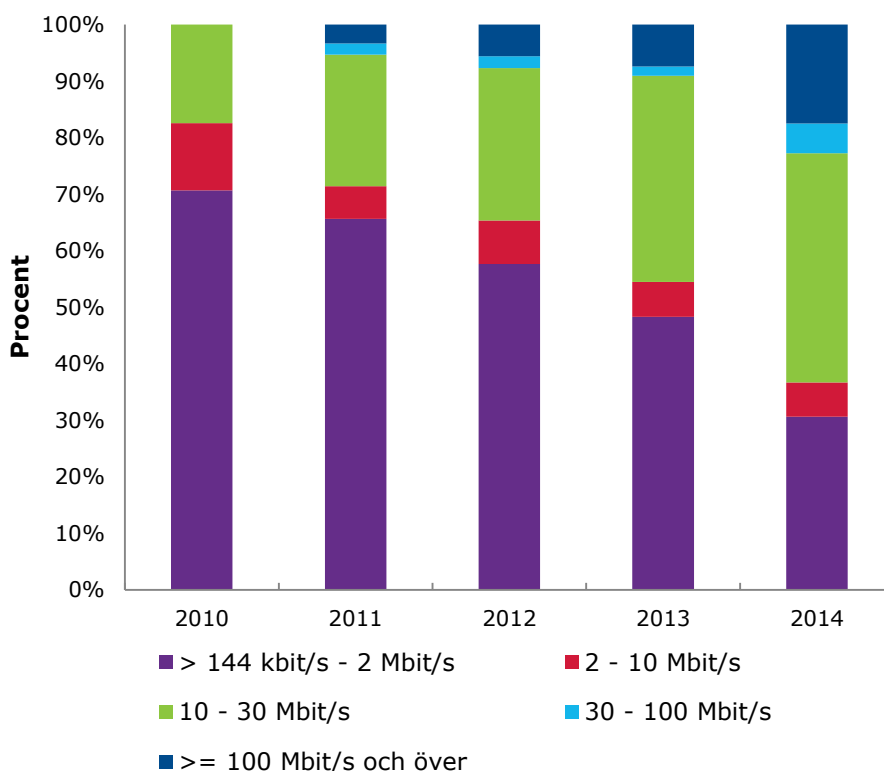
Antalet abonnemang med högre överföringskapacitet fortsätter att öka medan de med lägre hastigheter minskar. I december 2014 fanns drygt 1,2 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer, vilket är en ökning på 25 procent eller 246 000 abonnemang. Av dessa abonnemang var 975 000 fiberabonnemang och 245 000 bredbandsabonnemang via kabel-tv-nät. Detta hastighetsintervall är därmed för första gången det vanligaste och utgör 37 procent av samtliga abonnemang. Av dessa 1,2 miljoner abonnemang med hastigheter på 100 Mbit/s eller mer så hade 18 000 abonnemang hastigheter på 1 Gigabit/s eller mer. Bredband2 hade 16 000 av dessa abonnemang.

Den sista december 2014 fanns 459 000 fasta bredbandsabonnemang med hastigheter på 30 till 100 Mbit/s, och dessa stod, med 128 procent, för den största ökningen jämfört med samma tidpunkt året. Här ingår de abonnemang som Com Hem som uppgraderat från 10 till 50 Mbit/s utan höjd avgift. Abonnemangen med hastigheter på 10 till 30 Mbit/s var knappt 915 000 till antalet, vilket är en minskning med 20 procent jämfört med sista december 2013.

För den största minskningen stod abonnemang med hastigheter på 2 till 10 Mbit/s som minskade med 18 procent till 654 000 abonnemang. Abonnemang med hastigheter över 144 kbit/s och under 2 Mbit/s fortsatte att minska. I december 2014 uppgick dessa till 29 000, vilket är en minskning med 14 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Av totalt 1,4 miljoner abonnemang på fast bredband via fiber hade två tredjedelar en hastighet på 100 Mbit/s eller mer i slutet av december 2014 vilket är en ökning med 21 procent jämfört med föregående år. Samtidigt hade 40 procent av bredbandsabonnemangen via kabel-tv hastigheter på 100 Mbit/s och över vilket är en ökning med 43 procent jämfört med december 2013.

Figur 9 Överföringshastighet¹³ för abonnemang på fast bredband – uppströms



Uppladdningshastigheter – fast bredband

Antalet fasta bredbandsabonnemang med en uppladdningshastighet på 100 Mbit/s uppgick den sista december till 573 000 abonnemang. Det är en ökning med 358 000 eller 166 procent jämfört 2013. En del av ökningen förklaras av att operatörer har rapporterat uppströmshastigheter för fler abonnemang än tidigare.

Abonnemangen på fast bredband med uppladdningshastighet mellan 30 och 100 Mbit/s ökade med 275 procent och var 174 000 miljoner den sista december 2014. Dessa abonnemang utgjorde den 30 december 2014 17 procent, av alla abonnemang på fast bredband. Den sista december 2014 fanns det 1,3 miljoner abonnemang med en uppladdningshastighet på 10 till 30 Mbit/s, en ökning med 26 procent sedan samma tidpunkt föregående år. Detta

¹³ Marknadsförd hastighet

hastighetsintervall utgjorde den sista december 2014 den största andelen, 40 procent, av alla abonnemang på fast bredband.

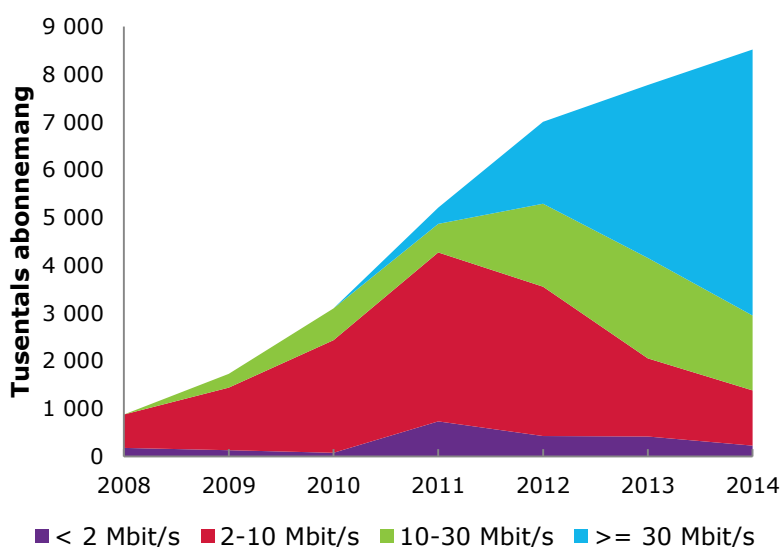
En miljon fasta bredbandsabonnemang hade en uppladdningshastighet på 144 kbit/s till 2 Mbit/s. Dessa abonnemang har minskat med 396 000 jämfört sista december 2013.

Uppladdningshastigheterna ökar vilket delvis beror på att allt fler operatörer marknadsför symmetriska abonnemang. Den stora skillnaden i andelen abonnemang med höga överföringshastigheter uppströms och nedströms kan bero på att abonnemang med symmetriska hastigheter oftast är dyrare än de med asymmetriska hastigheter.

Abonnemang på mobilt bredband

Antalet abonnemang på mobilt bredband uppgick till drygt 8,5 miljoner sista december 2014, vilket är en ökning med 10 procent eller 743 000 abonnemang, sedan sista december 2013. Av de abonnemangen var 26 procent på mobilt bredband som fristående tjänst och 74 procent på mobilt bredband som tilläggstjänst. Jämfört med sista december 2013 ökade antalet abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst med 13 procent medan de på mobilt bredband som fristående tjänst ökade med 1 procent.

Figur 10 Fördelning av hastighet¹⁴ för nedladdning av data – mobilt bredband



¹⁴ Hastigheten avser den marknadsförda och inte den faktiska

Nedladdningshastigheter – Mobilt bredband

Överföringshastigheten på mobila bredbandsabonnemang marknadsförs allt mer sällan i Sverige, till förmån för datamängd (se avsnitt 3.3 Mobil datatrafik). För abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst har det också blivit allt vanligare att hastigheten anges i ett intervall. När det gäller hastigheten anger operatörer istället ett intervall för den normalhastighet som konsumenten kan förväntas erhålla. Denna konsumentinformation är en del av den branschöverenskommelse som gjorts i samband med de nya täckningskartor som introducerades vid årsskiftet 2014/2015. Exempelvis anger Telenor och Telia att surfhastighet på deras mobila bredband har en normalhastighet ned på 10-40 Mbit/s.

I slutet av 2014 hade 5,6 miljoner, eller 65 procent av alla abonnemang på mobilt bredband, en marknadsförd nedladdningshastighet på 30 Mbit/s eller mer. Det är en ökning med knappt 2 miljoner, eller 54 procent, jämfört med samma tidpunkt året innan. Ökningen kan förklaras dels av att 4G-abonnemang blir allt vanligare, dels av att abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst sällan marknadsförs med en viss hastighet och att operatörerna därför rapporterar abonnemangens teoretiska maxhastighet.

Mobilabonnemangen i alla andra marknadsförda hastighetsintervall minskade under samma period. Abonnemangen med 10 till 30 Mbit/s minskade med 25 procent till 1,6 miljoner, medan de i intervallet 2 till 10 Mbit/s föll från drygt 1,6 miljoner till 1,1 miljoner. Den sista december 2014 fanns 226 000 mobilabonnemang med hastigheter under 2 Mbit/s, vilket innebär att de minskat med 46 procent, jämfört med ett år tidigare.

2.6 Datakommunikation till slutkund¹⁵

Antalet anslutningar och portar för datakommunikation till slutkund uppgick i december 2014 till 266 000. Det är en ökning med 6 procent sedan 2013, då det fanns 251 000. Av anslutningarna var 101 000 IP-VPN¹⁶ och 142 000 kapacitetstjänst till slutkund.

2.7 Tv-tjänster

Detta avsnitt behandlar utvecklingen av antalet abonnemang på traditionell, linjär tv som följer en fastlagd tablå. Tv-kanaler som exempelvis SVT1, TV3 och Eurosport paketeras för att erbjudas till slutkunderna i form av olika abonnemang. För att innehållet i kanalerna ska nå slutkunden krävs en programutsändningstjänst som distribueras av en nätoperatör. Traditionell tv

¹⁵ En datakommunikationstjänst avser en förbindelse som används av företag och som t.ex. kan förbinda kontor eller olika ip-baserade system med varandra.

¹⁶ Med IP-VPN avses följande standarder: IP Sec VPN, IP MPLS VPN, IP SSL VPN.

distribueras till konsumenterna via olika distributionsplattformar så som kabel, satellit, marknät eller bredband. Tv via bredband avses här som iptv d.v.s. via fiber, fiber-LAN eller xDSL.

Under 2014 har den genomsnittliga tittartiden på traditionell tv minskat till 153 minuter per dag jämfört med 159 minuter föregående år, enligt mätföretaget MMS. Minskningen skedde i alla ålderskategorier utom över 60 år, där den ökade något.¹⁷ Tittartiden har minskat kontinuerligt sedan 2010. Även den dagliga räckvidden, dvs. andelen av befolkningen som sett tv under minst 5 minuter sammanhängande minskade till 66,1 procent från 69,1 procent.¹⁸ Allt fler konsumenter använder även andra sätt att se på tv eller rörlig bild. Till en del är tittarminskningen en förflyttning från traditionell tv till online- och streamingtjänster. Mer om streamingtjänster mm finns under avsnitt ”Andra sätt att se på tv eller rörlig bild”.

Att tittartiden och den dagliga räckvidden för traditionell tv minskar märks även i PTS statistik över antalet abonnemang. Antalet tv-abbonemang uppgick den sista december 2014 till 5,2 miljoner, vilket är en minskning med 1 procent (64 000 abonnemang) jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Antalet abonnemang på tv-tjänster är fler än antalet hushåll eftersom några hushåll har fler än ett abonnemang, antingen inom en eller flera olika distributionsplattformar.¹⁹

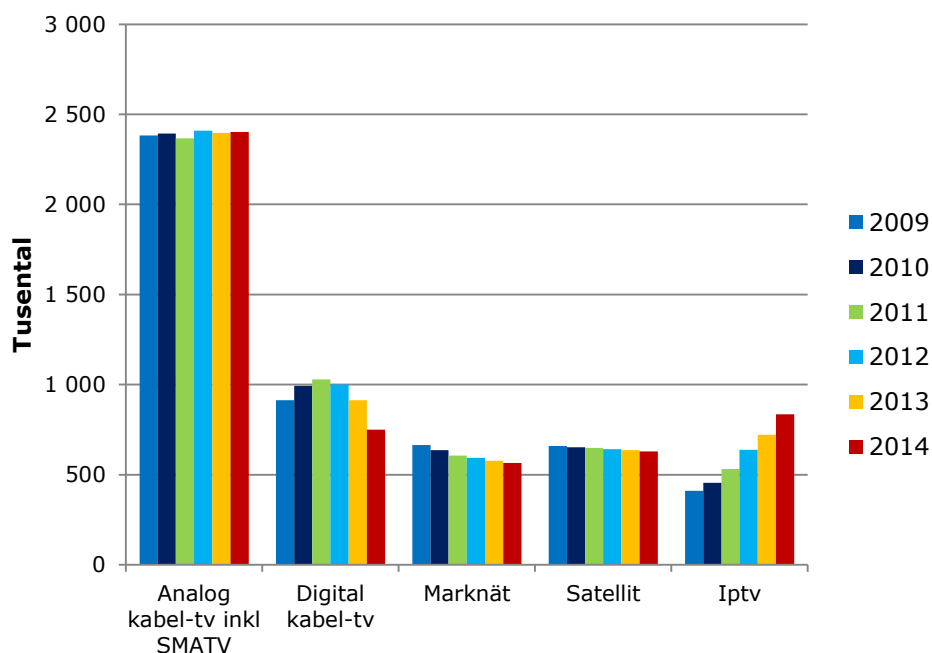
T.ex. kan ett hushåll med kabel-tv-anslutning ofta ha ett analogt grundabbonemang via sin fastighetsägare och även ett individuellt tecknat digitalt abonnemang. För att beräkna antalet hushåll som använder kabel-tv bör därför inte antalet analoga och digitala kabel-tv abonnemang adderas. PTS beräknar att antalet hushåll som har ett eller flera abonnemang på kabel-tv-tjänster är ungefär 2,3 miljoner, vilket är 5 procent mindre än föregående år.²⁰ Det förekommer också att samma hushåll har abonnemang från olika plattformar, t.ex. marknät och satellit.

¹⁷ MMS, TV-året 2014

¹⁸ MMS Årsrapport 2014

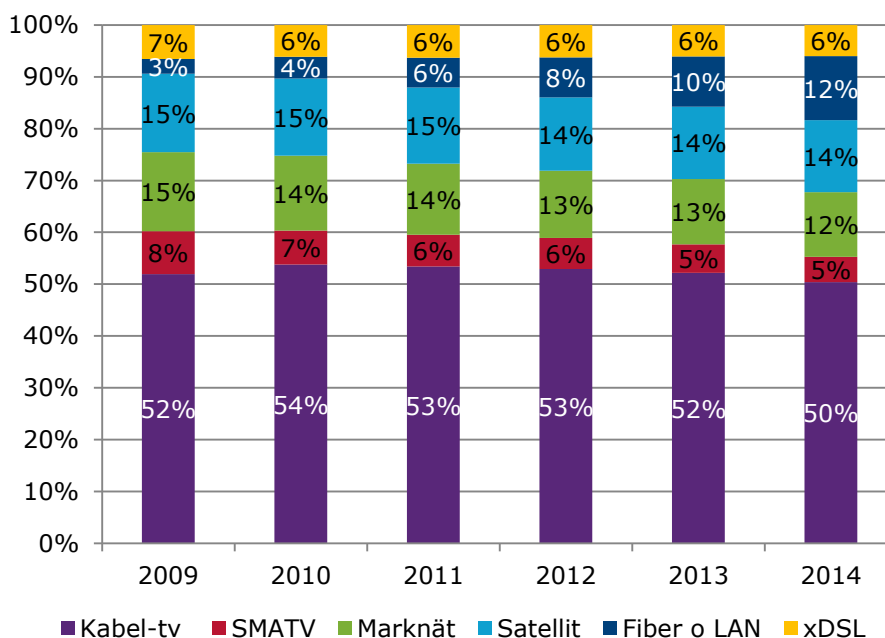
¹⁹ Med distributionsplattformar avses här sändningstekniker så som xDSL, kabel-tv, fiber, marknätet och satellit.

²⁰ Beräkning antal hushåll som har kabel-tv: Summan av analoga kabel-tv abonnemang och digitala grundabbonemang men här ingår inte är abonnemang tecknat direkt med hushåll som även har analogt eller digitalt grundabbonemang via fastighetsägaren för att undvika dubbelräkning.

Figur 11 Antal abonnemang på tv-tjänster fördelat på distributionssätt

I figur 11 redovisas antalet abonnemang på tv-tjänster fördelat på distributionssätt där alla abonnemang är inräknade. Figuren visar att endast abonnemang via iptv (fiber- och fiber-LAN, xDSL) ökar, alla övriga distributionsplattformar är på samma nivå som föregående år eller minskar.

Mer än hälften (58 procent) av tv-abonnemangen distribueras via digitala tekniker såsom marknätet, digital kabel-tv, satellit och iptv (fiber, fiber-LAN eller xDSL) och resterande (42 procent) via analog kabel-tv. Denna fördelning har varit relativt oförändrad sedan 2009.

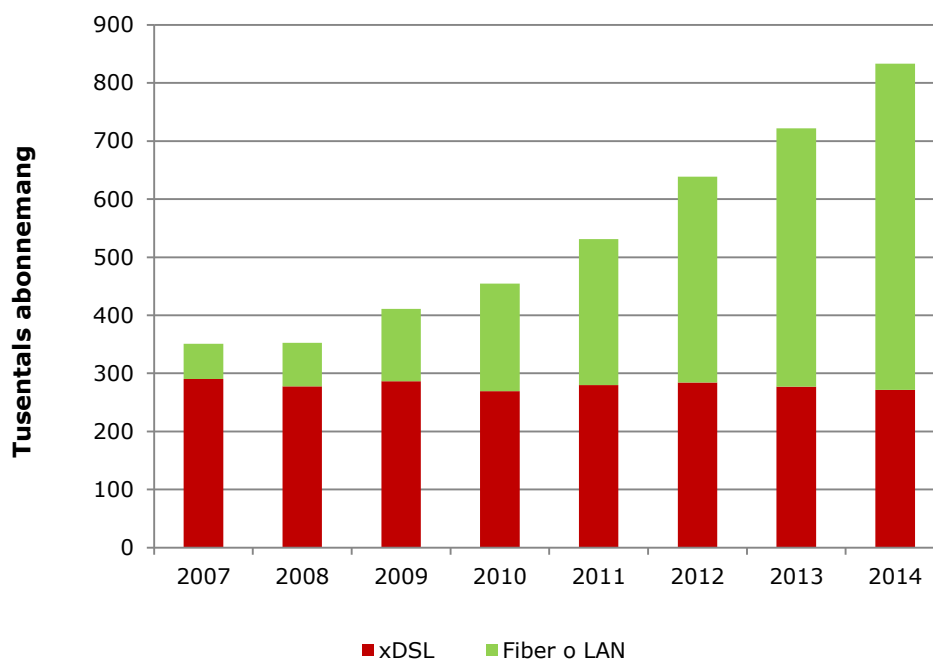
Figur 12 Andel tv-abonnemang per distributionssätt

I figur 12 redovisas andelen abonnemang per distributionssätt där hushåll med två eller fler abonnemang på tv-tjänster endast räknas en gång.

Tv via bredband

Tv via bredband, så kallad iptv, sker över accessteknikerna fiber, fiber-LAN och xDSL. Iptv fortsatte att öka under 2014 och var den enda plattform som ökade mellan den sista december 2013 och den sista december 2014. Antalet abonnemang på iptv var 833 000 den sista december 2014 vilket är en ökning med 15 procent jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Iptv har därmed gått om digital kabel-tv som den största av de digitala tv distributionsplattformarna.

Ökningen av antalet abonnemang via iptv beror på att antalet abonnemang via fiber och fiber-LAN blir fler, se figur 13. Antalet abonnemang på tv via fiber var 562 000 den sista december 2014, vilket är en ökning med 26 procent (117 000 abonnemang) jämfört med ett år tidigare. Ökningen var även 26 procent ett år tidigare medan den var 41 procent vid samma tidpunkt 2012. Antalet abonnemang på tv via xDSL minskade med 2 procent till 272 000 abonnemang.

Figur 13 Antal abonnemang på tv via bredband

Kabel-tv

Antalet digitala kabel-tv-abonnemang uppgick den sista december 2014 till 751 000, vilket är en minskning med 162 000 abonnemang, eller 18 procent, jämfört med samma tidpunkt 2013. En del av minskningen av digitala kabel-tv-abonnemang kan härledas till en förändrad redovisning i samband med att Telenor förvärvade Tele2:s kundbas för kabel-tv-abonnemang.²¹ Digitala kabel-tv-abonnemang har minskat allt mer sedan 2012 och är den plattform som minskade mest både procentuellt och sett till antal abonnemang under perioden.

De flesta (86 procent) av de digitala kabel-tv-abonnemangen är via avtal med slutkunden och resterade 14 procenten är via avtal med fastighetsägare.

Det totala antalet analoga kabel-tv-abonnemang inklusive SMATV²² har legat relativt oförändrat på 2,4 miljoner abonnemang sedan 2006. Den analoga kabel-tv-plattformen ökar inte, då det knappt sker någon utbyggnad av kabel-tv nät.

²¹ Telenor redovisade efter förvärvet av Tele2:s kabel-tv-abonnemang första halvåret 2014 färre digitala kabel-tv abonnemang men fler analoga kabel-tv abonnemang än Tele2 redovisade.

²² Satellite Master Antenna Television (SMATV) är ett fristående kabel-tv-nät där flera hushåll delar en mottagare.

Majoriteten av analoga kabel-tv-abonnemang är abonnemang via stora tv-operatörer (Com Hem, Telenor, Sappa och Telia). Denna typ av abonnemang uppgick till 2,18 miljoner, vilket är en ökning med cirka 2 procent jämfört med 2013. Resterande 220 000 abonnemang har uppskattats på basis av antalet hushåll som har abonnemang via SMATV-nät.

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

Tv via satellit och marknät

Antalet abonnemang på tv via satellit fortsätter att minska något och uppgick till 628 000 i slutet av december 2014. Det är en minskning med 8 000 abonnemang eller 1 procent på ett år.

Den 31 december 2014 fanns det 565 000 abonnemang på tv-tjänster i det digitala marknätet, vilket är en minskning med 2 procent eller 13 000 abonnemang jämfört med ett år tidigare.

De hushåll som endast tar emot fri-tv²³ 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 PTS²⁴ har cirka 8 procent av hushållen fri-tv som enda mottagningsätt för tv i sitt permanentboende. Detta är på samma nivå som i undersökningarna 2011-2013 och motsvarar ungefär 340 000 hushåll.²⁵

Andra sätt att se på tv eller rörlig bild

Förutom traditionell tv finns det även andra sätt att se på tv eller rörlig bild. Dessa har fortsatt att öka de senaste åren, delvis på bekostnad av traditionellt tv-tittande. På den svenska marknaden har flera tjänster lanserats de senaste åren där tv-serier, klipp och filmer distribueras, ofta kallat ”streamas”, via internet. Utbudet växer snabbt, liksom antalet aktörer. PTS samlar inte in statistik på dessa tjänster men nedan redovisas information från andra källor.

Enligt mätföretaget MMS lade en genomsnittlig 16 till 65-åring mer än fyra timmar (256 minuter) om dagen på att titta på rörlig bild, online-nedladdad och

²³ Med fri-tv avser PTS tv som kan tas emot okrypterat och kostnadsfritt av slutkunden utan krav på abonnemang eller motsvarande. Fri-tv förekommer endast på marknadsplattformen där programbolagen köper utsändningstjänsten direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat.

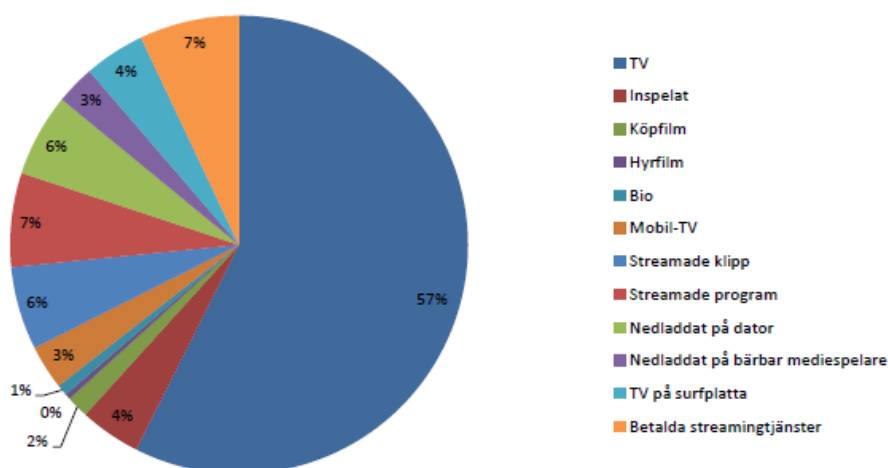
²⁴ På uppdrag av PTS utförde Sweco en undersökning av hushållens användning av fri-tv 2014 och 2013. Tidigare undersökningar 2011 och 2012 utfördes av TNS SIFO.

²⁵ SCB uppgift om antal hushåll 31 december 2014: 4 274 000

traditionell linjär-tv²⁶ 2014. Figur 14 visar fördelningen av tittartid på rörlig bild för personer mellan 16 – 65 år. Värt att notera i figur 14 är att det traditionella tv-tittandet (traditionell tv) fortfarande står för mer än hälften av konsumtionen av rörlig bild (57 procent) medan streamade klipp och program endast står för 13 procent och betalda streamingtjänster endast står för 7 procent. Tittartiden på traditionell tv är större för äldre personer och mindre för yngre.

Figur 14 Den totala konsumtionen av rörlig bild i Sverige

Fördelning av tittartid på olika plattformar 16-65 år
Totalt 256 minuter per dygn



Källa MMS, TV-året 2014

Video on demand tjänster (VOD) är tjänster där konsumenten själv väljer vad som ska konsumeras och vid vilken tidpunkt. Dessa tjänster kallas även beställ-tv.²⁷ Alla större svenska programbolag hade 2014 en VOD tv-tjänst där delar av eller hela programinnehållet från de linjära tv-sändningarna finns tillgängligt, programbolagens tjänster kallas ofta play-tjänster. I Sverige var 2014 YouTube den mest använda och av de svenska programbolagen var det SVT som hade störst andel startade program eller klipp.²⁸

²⁶ Att se ett program på ordinarie sändningstid kallas ibland traditionell eller linjär tv, dvs. enligt tv-tablåns utformning, sändningen startar och slutar en given tidpunkt.

²⁷ Läs mer om definition Beställ-tv-tjänster, Myndigheten för radio och tv

²⁸ MMS Årsrapport 2014.

Det finns VOD- tjänster som är gratis för konsumenten så som SVT-play och YouTube. Det finns också VOD där man betalar för ett abonnemang, så kallade subscription video on demand (SVOD) och PVID där man betalar per film. SVOD har de senaste åren ökat betydligt i Sverige. Enligt mätföretaget MMS har knappt 2,5 miljoner i åldersspannet 9-99 år svarat att de har tillgång²⁹ till någon SVOD-tjänst till under det fjärde kvartalet 2014. Detta är en ökning från knappt 1,6 miljoner personer ett år tidigare. Av dessa var det 715 000 personer som även har angett att de har SVOD-tjänsten vilket är en ökning från knappt en halv miljon ett år tidigare.³⁰ Netflix står för en betydande del av den upplevda tillgången till tjänsten och uppgår till över 1,5 miljoner personer, vilket är en ökning med över 600 000 personer jämfört med fjärde kvartalet 2013.

Enligt Mediavision betalar vart fjärde (26 procent) hushåll som har internet för SVOD. Detta kan jämföras med Norge där det uppgår till 38 procent, Danmark 24 procent och Finland 18 procent.³¹

CAP-tjänster (content application providers)³² för rörlig bild erbjuder konsumenterna leverans av och access till video, rörlig bild och annan media via internet utan att involvera en nätägare eller teleoperatör i kontrollen eller distributionen av innehållet. Exempel är Netflix och HBO Nordic.

2.8 Sampaketerade tjänster

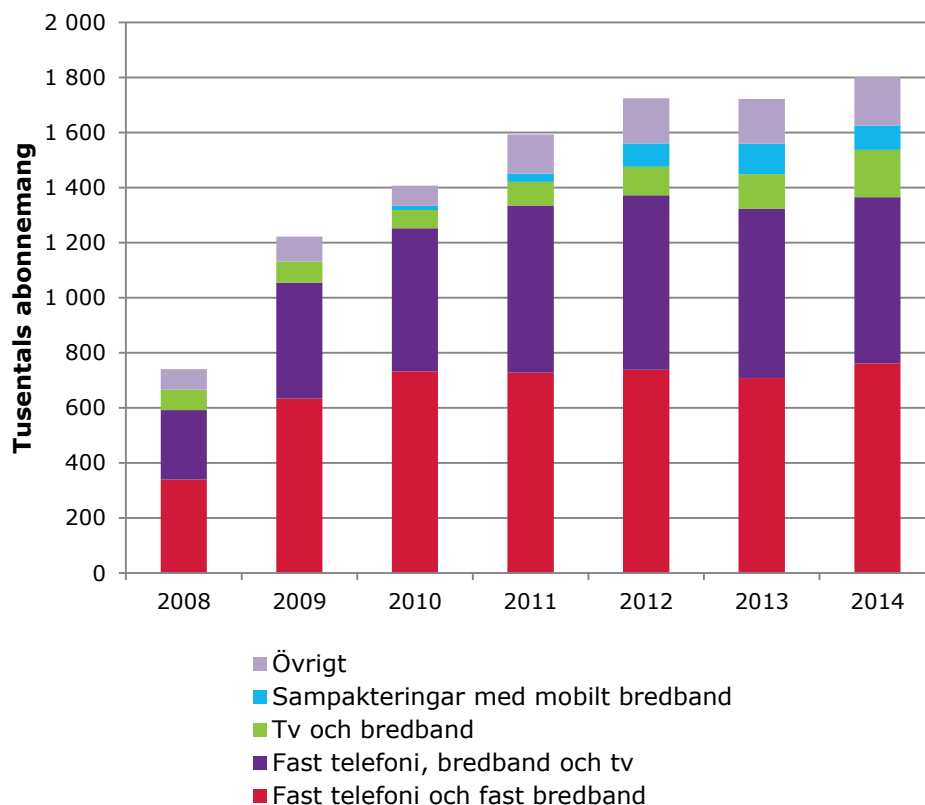
Med sampaketering menas här erbjudanden som innehåller flera tjänster, så som telefoni, bredband och tv, och marknadsförs i ett erbjudande med ett gemensamt pris. De vanligaste erbjudandena på marknaden inkluderar olika kombinationer av telefoni, tv och bredband.

²⁹ Med upplevd tillgång avses tjänster som intervjupersonen själv angett att denne har tillgång till.

³⁰ De abonnemangstjänster som ingår i mätning är C More Play, C Sports, Eurosport Player, Filmnet, HBO Nordic, Kanal 5 Premium, Netflix, Telia Play+, TV4 Play Premium och Viaplay.

³¹ 2014—12-15 Norway at the digital forefront, Mediavision

³² CAP-tjänster kallas ibland för over-the-top-tjänster, OTT-tjänster

Figur 15 Antal sampaketerade abonnemang

Antalet sampaketerade abonnemang var 1,8 miljoner den sista december 2014, vilket är en ökning med 5 procent jämfört med ett år tidigare.

TeliaSonera hade flest abonnemang följt av Telenor och Com Hem. Tillsammans hade dessa tre operatörer 86 procent av de sampaketerade abonnemangen.

Double play, sampakteringar med två tjänster, ökade med 9 procent jämfört med december 2014. Den vanligaste sampakteringsformen var liksom föregående år fast telefoni och fast bredband. Det fanns 762 000 sådana abonnemang i slutet av 2014 och de ökade med 8 procent jämfört med ett år tidigare. De stod för 42 procent av alla sampaketerade abonnemang. Den tredje vanligaste paketeringen var tv och fast bredband, vilken uppgick till 171 000 abonnemang den sista december 2014 och ökade med 36 procent. Denna paketering stod för 10 procent av alla sampaketerade abonnemang.

Triple play, dvs. sampaketeringar med tre tjänster, minskade med 3 procent mellan december 2013 och december 2014. Den näst vanligaste paketeringen, med 603 000 abonnemang eller 34 procent av samtliga sampaketerade abonnemang, var fast telefoni, fast bredband och tv. Dessa abonnemang minskade med 2 procent jämfört med den sista december 2013.

Sampaketeringar med fyra tjänster, s.k. *quadruple play*, är relativt ovanliga och låg på oförändrad nivå på 14 000 abonnemang i december 2014. Den vanligaste kombinationen, som låg oförändrad på 8 000 abonnemang, var fast telefoni, fast bredband, tv och mobiltelefoni.

Olika former av sampaketeringar med mobilt bredband³³ minskade under 2014 med 20 procent, till 89 000 abonnemang.

Fast bredband ingick i 1 571 000 av de abonnemang som sampaketerats, vilket motsvarar 48 procent av alla abonnemang på fast bredband. Sampaketeringar där mobilt bredband ingår motsvarade däremot bara runt 1 procent av alla abonnemang på mobilt bredband. Fast telefoni ingick i 1,46 miljoner sampaketerade abonnemang, vilket motsvarar 39 procent av alla abonnemang på fast telefoni.

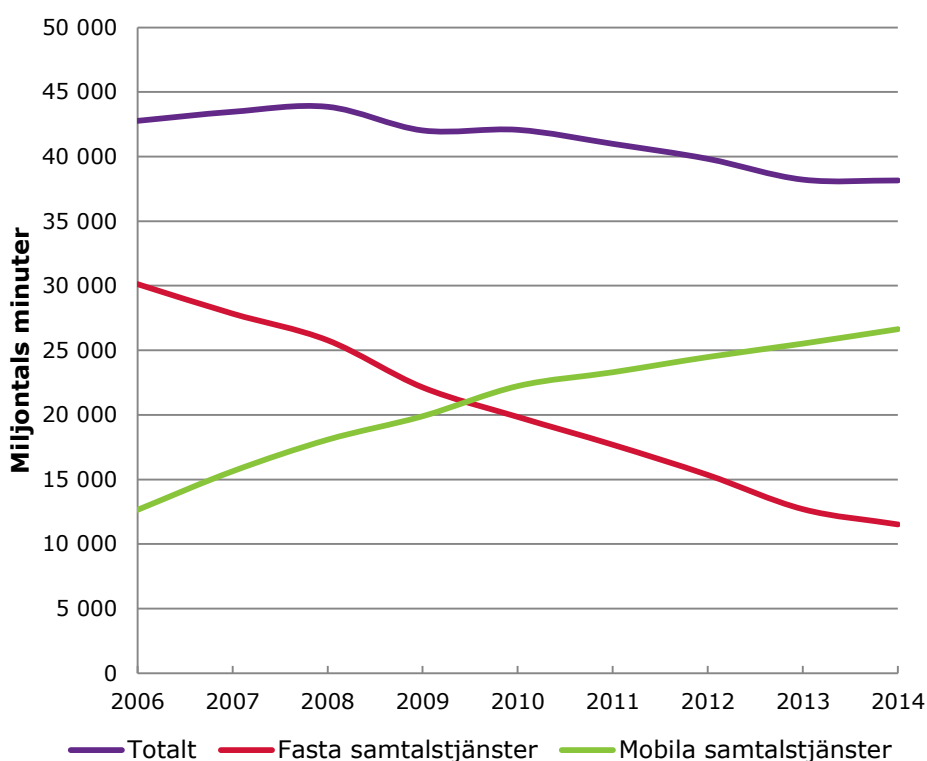
³³ I sampaketeringar med mobilt bredband ingår paketering med fast bredband, mobiltelefoni, fast telefoni samt med fast bredband och telefoni (fast eller mobil).

3 Användning - Trafik

3.1 Samtalstrafik

Det totala antalet utgående taltrafikminuter under 2014 var 38,1 miljarder, en liten nedgång jämfört med 2013. Samtalsminuter från mobilnät utgjorde 70 procent av all utgående trafik under 2014, vilket kan jämföras med 67 procent året innan.

Figur 16 Utgående samtalsminuter från fast och mobil



Antalet utgående samtalsminuter från fastnät uppgick till 11,5 miljarder minuter under 2014, vilket är en minskning med 9 procent jämfört med 2013, då de uppgick till 12,7 miljarder. Det genomsnittliga antalet samtalsminuter per månad från ett fast abonnemang sjönk också, från 262 minuter per månad 2013 till 249 minuter per månad 2014.

Antalet utgående trafikminuter från ip-telefoni minskade under 2014. Under 2013 var de knappt 2,7 miljarder och 2014 knappt 2,4 miljarder, vilket motsvarar en minskning med 10 procent.

De utgående samtalsminuterna från mobiltelefoner ökade från 25,5 miljarder 2013 till 26,6 miljarder 2014, vilket motsvarar en ökning med drygt 4 procent. Det genomsnittliga antalet minuter per abonnemang och månad ökade under samma period från 177 minuter till 181 minuter.

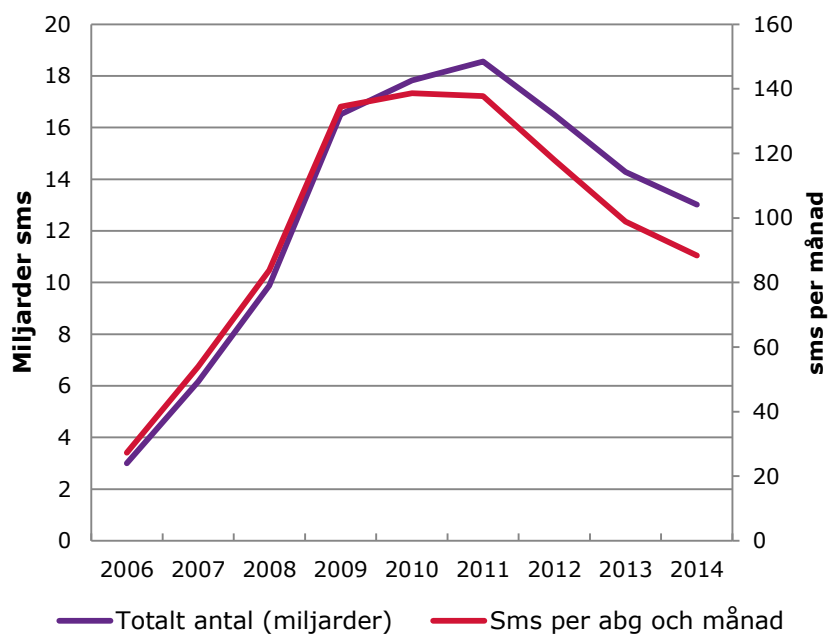
Det totala antalet samtal från fasta och mobila nät minskade från knappt 12,8 miljarder under 2013 till knappt 12,7 miljarder under 2014. Antalet samtal från fastnätsabbonnenter minskade från 3,5 miljarder under 2013 till 3,2 miljarder under 2014. Samtalen från mobilnät ökade från 9,3 miljarder 2013 till 9,4 miljarder 2014 och utgjorde 74 procent av alla telefonsamtal under 2014.

Den genomsnittliga samtalslängden för fasta samtalstjänster var 3,6 minuter under 2014, vilket kan jämföras med 3,7 minuter under 2013. Den genomsnittliga samtalslängden för mobila samtalstjänster ökade från 2,7 minuter 2013 till 2,8 minuter under 2014.

3.2 Meddelandetjänster

Sms

Under 2014 skickades 13 miljarder sms från mobiltelefoner, vilket är en minskning med 9 procent jämfört med 2013. Antalet sms per abonnemang och månad uppgick under 2013 till 90. Jämfört med 2013, då antalet var 100, är detta en minskning med 10 procent. Minskningen av sms-volymer som noterats under senare år beror sannolikt på att det nu finns ett flertal andra meddelandetjänster som kan fungera som substitut för sms, t.ex. Facebook Messenger, iMessage och WhatsApp. PTS samlar dock inte in någon statistik om sådana tjänster inom ramen för Svensk telemarknad.

Figur 17 Antal skickade sms totalt och per abonnemang och månad

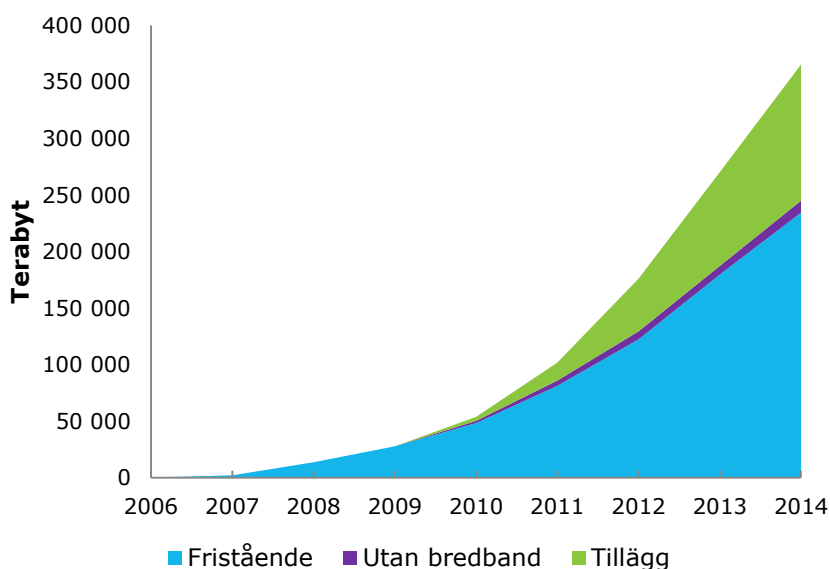
Mms

Antalet skickade mms ökade från 307 miljoner 2013 till 388 miljoner 2014, vilket är en ökning med 27 procent. Det genomsnittliga antalet skickade mms per abonnemang och månad ökade under samma period från 2,1 till 2,7.

3.3 Mobil datatrafik

Datatrafiken i mobilnäten fortsatte att öka under 2014, även om ökningstakten var lägre än föregående perioder. Under 2014 överfördes 365 400 Tbyte i mobilnäten, en ökning med 35 procent jämfört med året innan.

Figur 18 Mängd överförd data i mobilnäten



Datatrafiken kan delas upp på olika abonnemangstyper för mobil data. Störst mängd data genererade abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst, vilka stod för 234 300 Tbyte, eller 64 procent, av all överförd data under 2014. Abonnemang på mobilt bredband som tilläggstjänst (vilket i praktiken innebär smarta mobiltelefoner) genererade samtidigt 120 400 Tbyte, eller en tredjedel av all mobil datatrafik. Abonnemang på både tal och data, men utan tilläggstjänst för bredband, genererade 10 600 Tbyte.

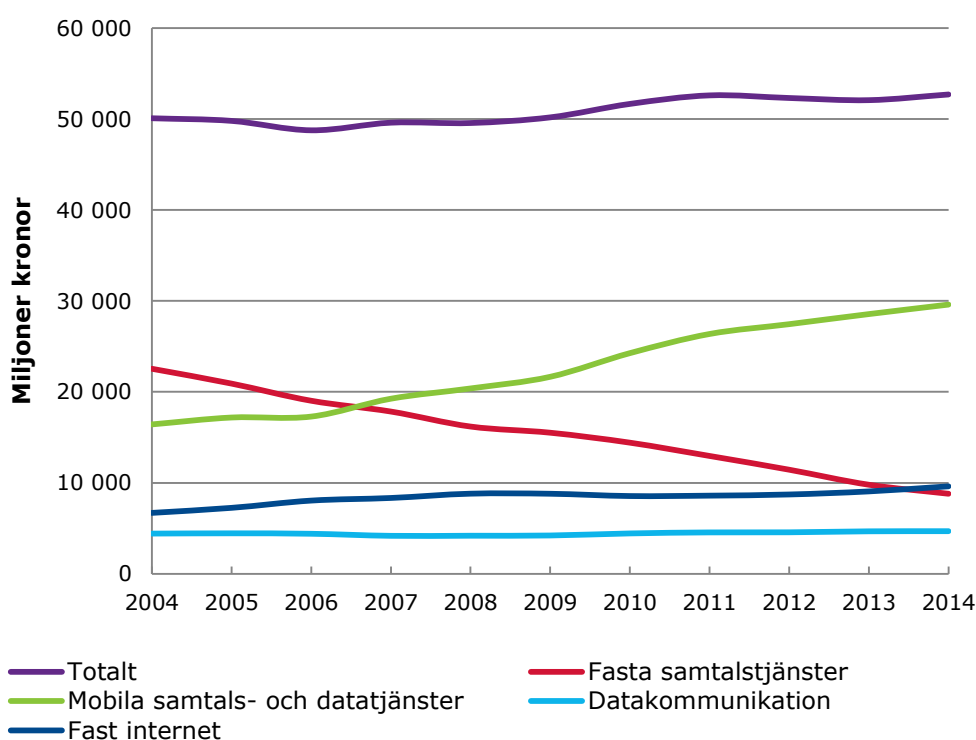
Genomsnittsanvändningen per månad för de olika abonnemangstyperna fördelar sig enligt tabellen nedan.

Abonnemangsform	Datamängd per månad
Mobilt bredband som fristående tjänst	8,9 Gbyte
Mobilt bredband som tilläggstjänst	1,7 Gbyte
Abonnemang på både tal och data, men utan tilläggstjänst för bredband	0,3 Gbyte

4 Intäkter på marknaden

Under 2014 uppgick intäkterna på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation till drygt 52,7 miljarder kronor, en ökning med 1 procent jämfört med 2013.

Figur 19 Intäkter slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation

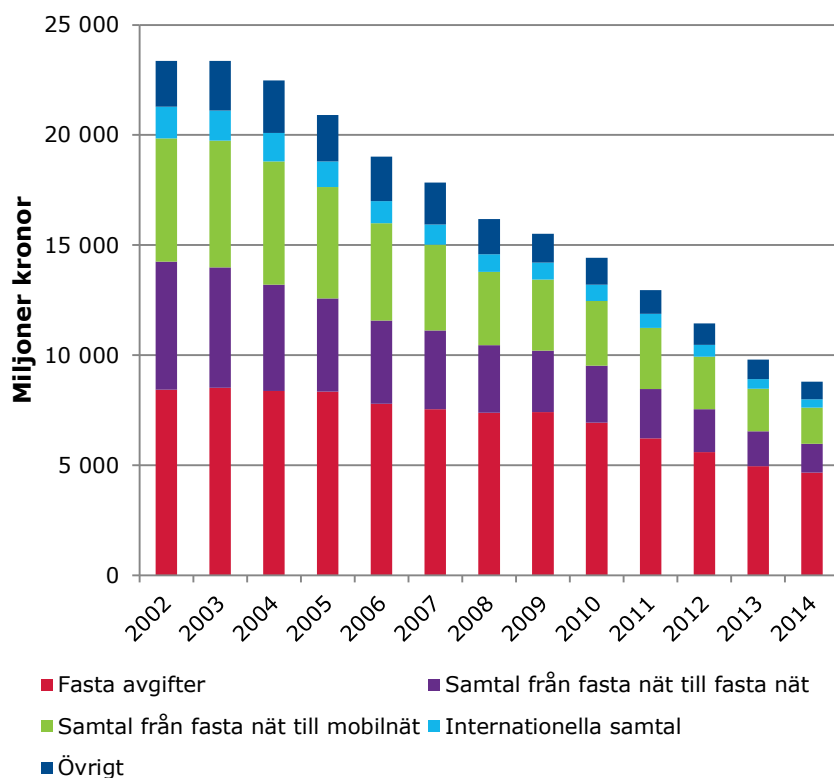


Den genomsnittliga intäkten³⁴ som ett hushåll genererade per månad 2014 var 645 kronor, vilket är en ökning med 5 kronor jämfört med genomsnittsintäkten per månad under 2013

4.1 Intäkter från fasta samtalstjänster

Intäkten från fasta samtalstjänster (exklusive intäkter från uppringt internet) sjönk från 9,8 miljarder 2013 till 8,8 miljarder 2014. Detta motsvarar en minskning med 10 procent.

³⁴ Genomsnittliga intäkten beräknas här som intäkter under 2014 delat med genomsnittligt antal abonnemang

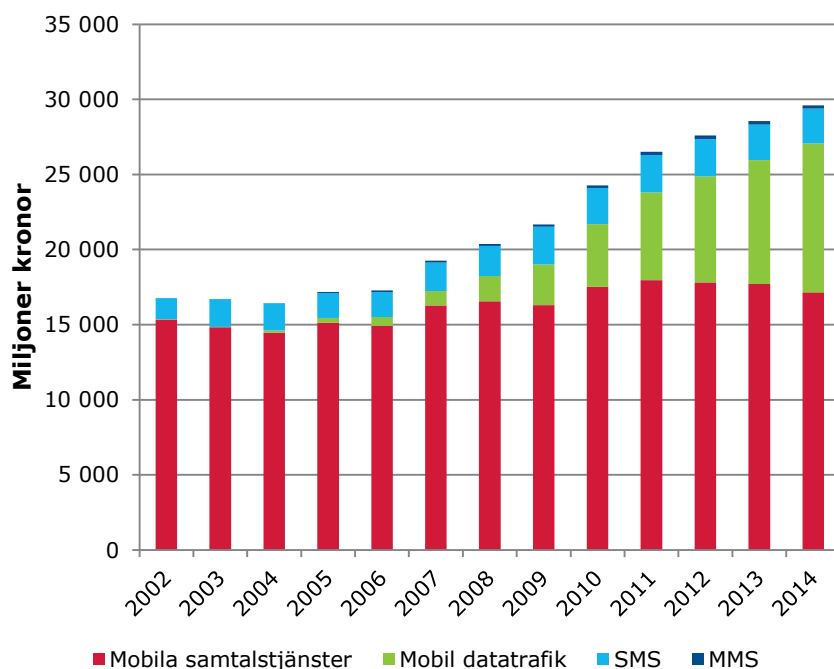
Figur 20 Intäkter från slutkund för fasta samtalstjänster

Andelen av intäkterna som kommer från fasta avgifter ökade från 51 procent 2013 till 53 procent 2014. Intäkterna från ip-telefoni uppgick till 1,4 miljarder kronor under 2014, vilket är en minskning jämfört med föregående år. Ip-telefonins andel av intäkterna från fast telefoni var dock oförändrad på 16 procent.

Den genomsnittliga intäkten per månad från ett fast telefoniabonnemang var 190 kronor under 2014, en minskning med 11 kronor jämfört med 2013.

4.2 Intäkter från mobila samtals- och datatjänster

Intäkterna från mobila samtals- och datatjänster ökade från 28,6 miljarder 2013 till 29,6 miljarder 2014, vilket är en ökning med 4 procent. Intäktsökningen är ungefär lika stor som den mellan 2012 och 2013.

Figur 21 Intäkter från slutkunder för mobila samtals- och datatjänster

Intäkterna från mobil datatrafik ökade med 20 procent, från 8,3 till knappt 9,9 miljarder, mellan 2013 och 2014. Mobil datatrafik genererade därmed en tredjedel av de totala intäkterna från mobila samtals- och datatjänster. Motsvarande andel under 2013 var 29 procent. Intäkterna från samtalstjänster, sms och mms minskade jämfört med 2013.

Genomsnittsintäkten per månad från ett mobilabonnemang (inklusive kontantkort) var 171 kronor 2014, vilket är en ökning med 3 kronor jämfört med föregående år.

Intäkterna från fasta avgifter uppgick till 20,5 miljarder kronor under 2014, en ökning med 15 procent jämfört med året innan. De fasta avgifternas andel av de totala intäkterna från mobila samtals- och datatjänster ökade från 63 till 69 procent mellan de två åren. Detta är en följd av utvecklingen från abonnemang med rörliga avgifter för samtal, sms, mms och data till abonnemang där kunderna betalar ett fast pris för en given maxförbrukning.

4.3 Intäkter från M2M

Intäkterna från M2M (machine-to-machine) uppgick till 834 miljoner kronor under 2014, vilket är en ökning med 32 procent jämfört med 2013. Den genomsnittliga intäkten per abonnemang och månad under 2014 var 12 kronor, vilket är detsamma som genomsnittsintäkten föregående år.

4.4 Intäkter från samtrafik i fasta och mobila nät

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

Under 2014 terminerades 13 miljarder minuter i fasta nät, vilket är en minskning med 7 procent jämfört med 2013, då 13,9 miljarder minuter terminerades.

Samtrafikintäkterna från fast telefoni uppgick under 2014 till 160 miljoner kronor, vilket är en minskning med 152 miljoner kronor, eller 49 procent, jämfört med 2013. Denna minskning förklaras till stor del av nya regler för vilka kostnader som får läggas till grund för priset på terminering av fasta samtal i kombination med att beräkningen av kostnaderna från och med 1 januari 2014 baseras på ett helt ip-baserat nät.

Den genomsnittliga intäkten per minut för terminering av inkommande fast trafik från nationella operatörers nät var 1,2 öre under 2014, vilket är en minskning med 1 öre från 2013.

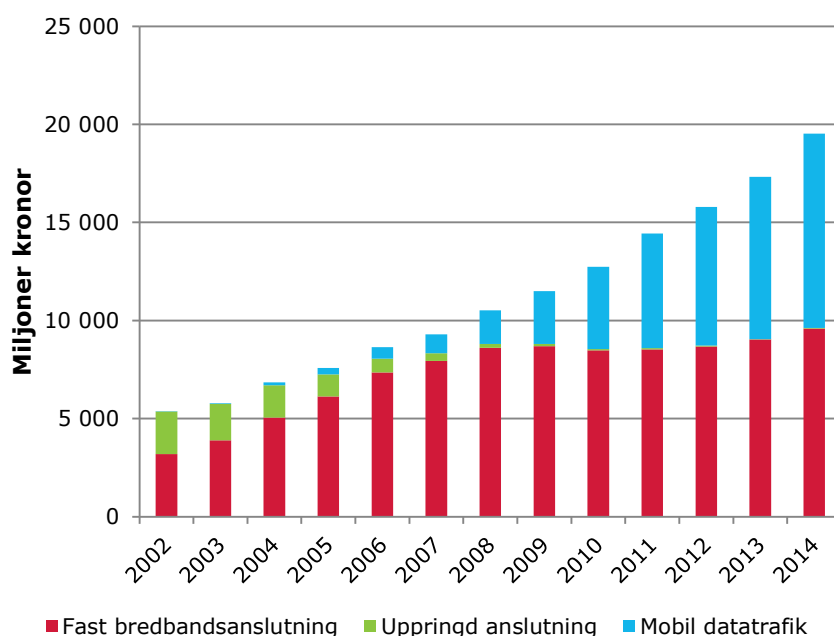
Under 2014 terminerades 12,3 miljarder minuter i mobila nät, en ökning med omkring 6 procent jämfört med 2013 då 11,6 miljarder minuter terminerades. Samtrafikintäkter från mobil telefoni uppgick under 2014 till knappt 1,1 miljarder kronor, vilket är en minskning med 296 miljoner, eller 22 procent, jämfört med 2013.

Den genomsnittliga intäkten per minut för terminering av inkommande mobil trafik från nationella operatörers nät var 8,6 öre, en minskning med 3,1 öre jämfört med föregående år.

4.5 Intäkter från internettjänster

I följande avsnitt redovisas huvudsakligen intäkter från fasta internettjänster, men även intäkter från mobil datatrafik (som redovisats i avsnitt 4.2) tas upp.

Figur 22 Intäkter från slutkundsmarknaden för fasta internettjänster och mobil data



Intäkterna från fasta internetabonnemang uppgick till 9,6 miljarder under 2014, vilket är 6 procent mer än 2013, då de uppgick till knappt 9,1 miljarder. Abonnemang på uppringt internet genererade 22 miljoner kronor och de resterande intäkterna kom från fasta bredbandsabonnemang.

Av intäkterna från fast bredbandsanslutning 2014 kom 44 procent från xDSL-abonnemang, 36 procent från fiberabonnemang och 16 procent från bredbandsabonnemang via kabel-tv. Jämfört med 2013 år har andelen av totalintäkterna som kommer från bredband via fiber ökat medan andelen från xDSL-abonnemang har minskat.

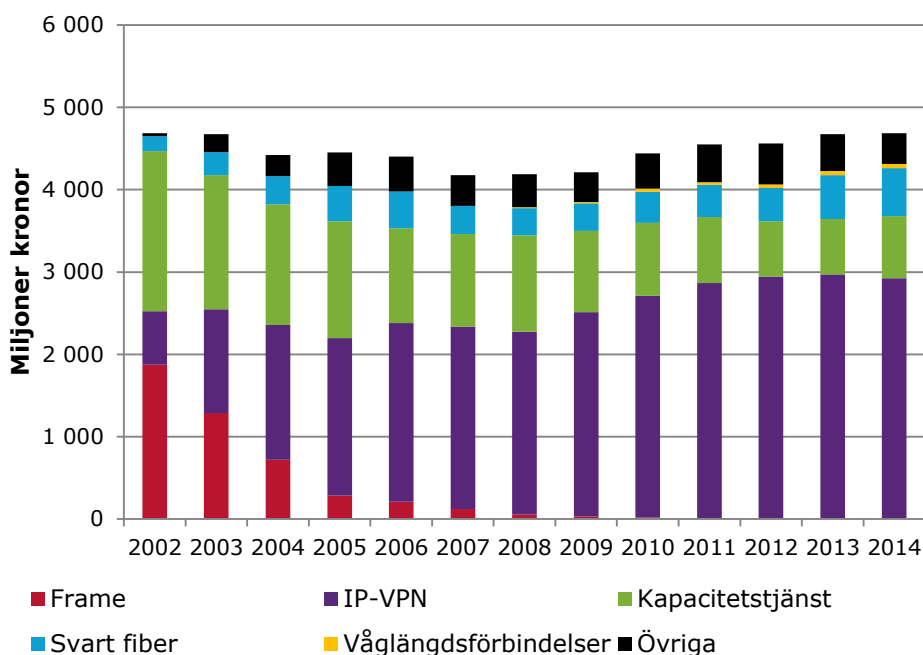
Intäkterna från mobil datatrafik var drygt 9,9 miljarder 2014, en ökning med 20 procent jämfört med föregående år.

Under 2014 var den genomsnittliga intäkten per månad från ett fast bredbandsabonnemang 249 kronor, vilket är en ökning med 7 kronor sedan 2013. Genomsnittsintäkten per månad för ett abonnemang på mobil data var 76 kr 2013, en ökning med 9 kronor jämfört med 2013.

4.6 Intäkter från datakommunikationstjänster

De totala intäkterna från datakommunikation till slutkund var knappt 4,7 miljarder kronor under 2014. Intäkterna var därmed i princip oförändrade jämfört med 2013.

Figur 23 Intäkter från slutkundsmarknaden för datakommunikationstjänster



Intäkterna från IP-VPN-tjänster³⁵, som utgjorde 62 procent av de totala intäkterna på marknaden under 2014, minskade med 2 procent till 2,9 miljarder. Intäkterna från kapacitetstjänster uppgick till 752 miljoner kronor under året. Denna omsättning är dock inte helt jämförbar med tidigare år eftersom PTS har ändrat definitionen av digitala kapacitetstjänster i årets helårsrapport. Försäljningen av kapacitetstjänster till slutkunder minskar trendmässigt samtidigt som försäljningen av IP-VPN-tjänster ökar som trend. Detta beror på att företag i allt större utsträckning överläter driften av sina ip-nät till en operatör istället för att själva stå för driften.

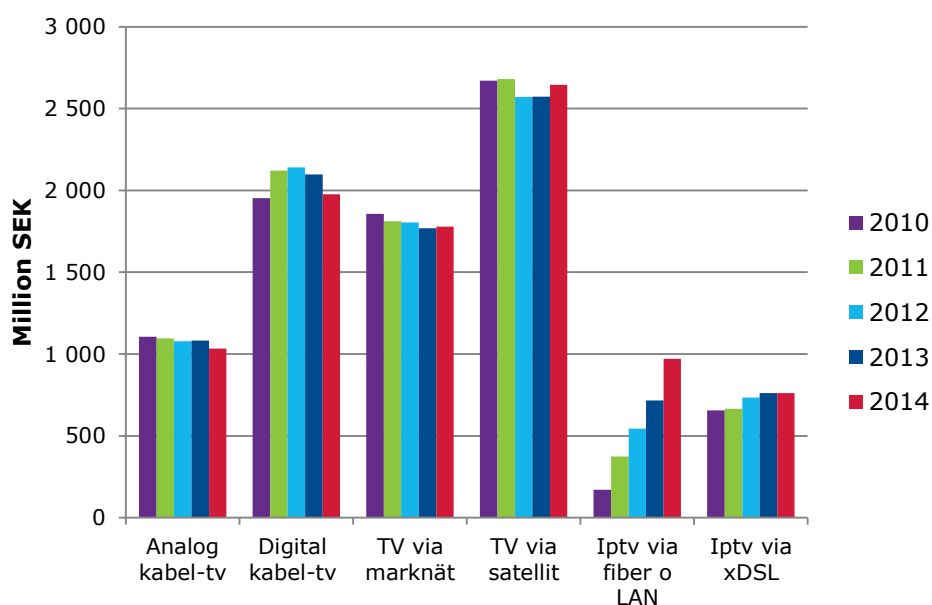
Intäkterna från våglängdsförbindelser låg runt 53 miljoner kronor, dvs. på samma nivå som föregående år. Slutkundsintäkterna från svartfiber ökade med 10 procent, från 531 miljoner kronor 2013 till 581 miljoner kronor 2014.

³⁵ Med IP-VPN avses följande standarder: IP Sec VPN, IP MPLS VPN, IP SSL VPN.

4.7 Intäkter från tv-tjänster

I följande avsnitt redovisas intäkter från tv-tjänster för grund- och tilläggsabonnemang.³⁶ Samtliga intäkter som är hänförliga till slutkundens köp av grundpaket eller tilläggspaket³⁷ ingår. Intäkter för VOD (video-on-demand) och pay-per-view ingår i intäkter för tilläggsabonnemang.

Figur 24 Intäkter från tv-tjänster (grund och tilläggsabonnemang)



De totala intäkterna från tv-tjänster för grund- och tilläggsabonnemang uppgick till 9,1 miljarder kronor under 2014, vilket är en ökning på knappt 2 procent jämfört med 2013.³⁸ Fram till 2012 ökade de totala intäkterna årligen men sedan dess har de legat på samma nivå eller ökat något. Intäkterna från grundabonnemang³⁹ uppgick den sista december 2014 till 8,5 miljarder kronor vilket var på samma nivå som ett år tidigare. De inrapporterade intäkterna från

³⁶ Tidigare år har intäkter från ”mindre kabel-tv-nät och fastighetsägare” som rapporterats ingått i intäkter för analoga och digitala kabel-tv-abonnemang. Från och med 2012 års rapport är dessa intäkter inte inräknade.

³⁷ Med tilläggsabonnemang avses abonnemang där hushållen har enskilda avtal om tilläggstjänster som digital-tv med kanalpaket. Inkludera samtliga intäkter som är hänförliga till slutkundens köp av tilläggsabonnemang (kanaler eller paket över grundabonnemang): löpande avgifter, startavgifter, uthyrning eller försäljning av digital-tv-boxar och programkort. I tilläggspaketet ingår även intäkter för VOD (video on demand) och pay-per-view.

³⁹ Några få aktörer kunde inte dela upp intäkterna på grund- respektive tilläggsabonnemang utan har lagt alla intäkter på grundabonnemang.

tilläggsabonnemang⁴⁰ ökade med 15 procent till 704 miljoner kronor. I dessa intäkter ingår dock inte samtliga SVOD-tjänster på marknaden.

Enligt Media Vision som mäter SVOD-tjänster syns för första gången också ett skifte i intäkter efter ett par år med tydlig tittarförflyttning från traditionell tv till online-tjänster⁴¹ 2014 väntas betald streaming i Sverige på årsbasis för första gången omsätta mer än 1 miljard kronor.⁴²

Totala intäkter per distributionsplattform (grund och tilläggsabonnemang)

De totala intäkterna från kabel-tv uppgick till 3,0 miljarder kronor den sista december 2014 vilket är en minskning med 5 procent jämfört med samma period föregående år. Av dessa intäkter kom 1,0 miljarder från analoga kabel-tv-abonnemang och 2,0 miljarder från digitala kabel-tv-abonnemang. Intäkterna från de analoga abonnemangen minskade med 4 procent och intäkterna från de digitala abonnemangen sjönk med 6 procent. Intäkterna från tv-abonnemang via marknätet låg på samma nivå som föregående år, 1,8 miljarder kronor år. Intäkter från tv-tjänster via satellit ökade med 3 procent jämfört med föregående år och uppgick till 2,6 miljarder kronor.

För den största ökningen stod intäkter från tv via fiber, som ökade med 36 procent till 970 miljoner kronor. Intäkter från tv via xDSL låg kvar på samma nivå som föregående år, 761 miljoner kronor. Totalt sett ökade intäkterna från iptv med 17 procent till 1,7 miljarder kronor.

Den totala genomsnittliga intäkten som ett hushåll genererade per månad 2014 för tv-tjänster var 180 kronor, vilket var på samma nivå som ett år tidigare.

⁴⁰ Några få aktörer kunde inte dela upp intäkterna på grund- respektive tilläggsabonnemang utan har lagt alla intäkter på grundabonnemang.

⁴¹ Mediavision, Svensk TV-marknad: Rekordomsättning 2014 – skifte från linjär-TV till online

⁴² Mediavision, Svensk streamingmarknad miljardindustri under 2014

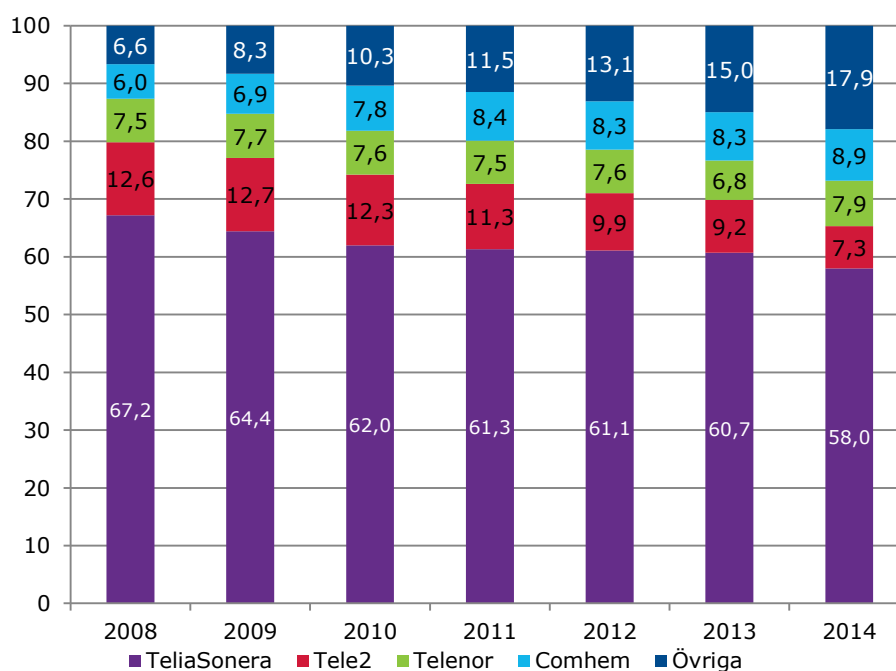
5 Marknadsandelar

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

5.1 Marknadsandelar fasta samtalstjänster

Marknadsandelarna för fasta samtalstjänster inkluderar inte förvals- och prefixabonnemang. De fyra största operatörerna hade tillsammans 82,1 procent av abonnemangen på fasta samtalstjänster den 31 december 2014.

Figur 25 Marknadsandelar - abonnemang på fasta samtalstjänster



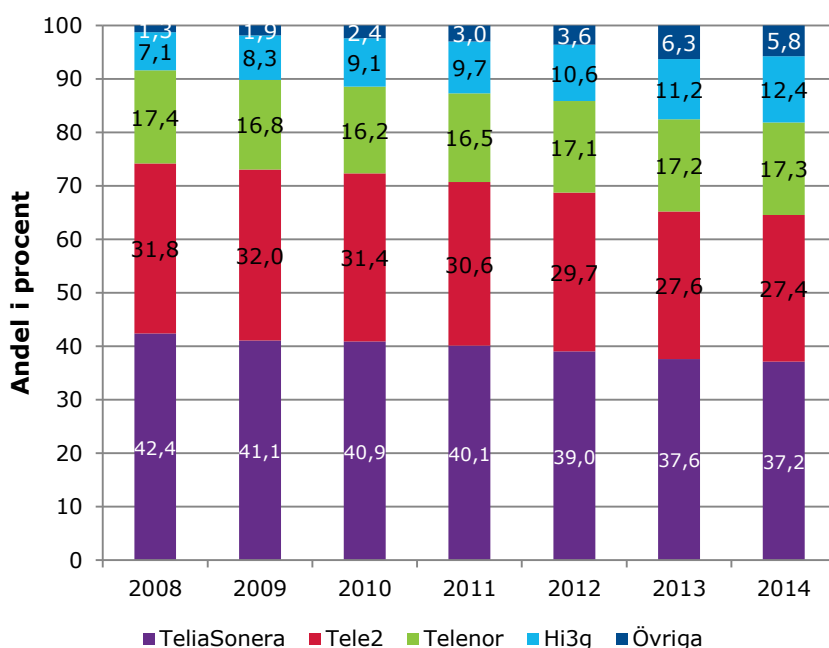
Mellan sista december 2013 och sista december 2014 ökade Com Hems marknadsandel från 6,8 till 7,9 procent. Com Hems marknadsandel inkluderar inte abonnemang hos Phonera. Om dessa inkluderas ökar Com Hems marknadsandel till 11,8 procent. Även Telenors andel ökade, mycket tack vare de ip-telefoniabonnemang som operatören tog över från Tele2 i januari 2014.

Tele2:s marknadsandel minskade följaktligen också i och med affären. TeliaSoneras marknadsandel minskade under perioden medan övriga aktörers samlade marknadsandel ökade från 15,0 till 17,9 procent. Med 3,8 procent av abonnemangen på marknaden var AllTele den största av dessa operatörer.

5.2 Marknadsandelar mobila samtals- och datatjänster

Marknadsandelarna för mobila samtals- och datatjänster inkluderar inte abonnemang på M2M.

Figur 26 Marknadsandelar -abonnemang på mobila samtals- och datatjänster⁴³



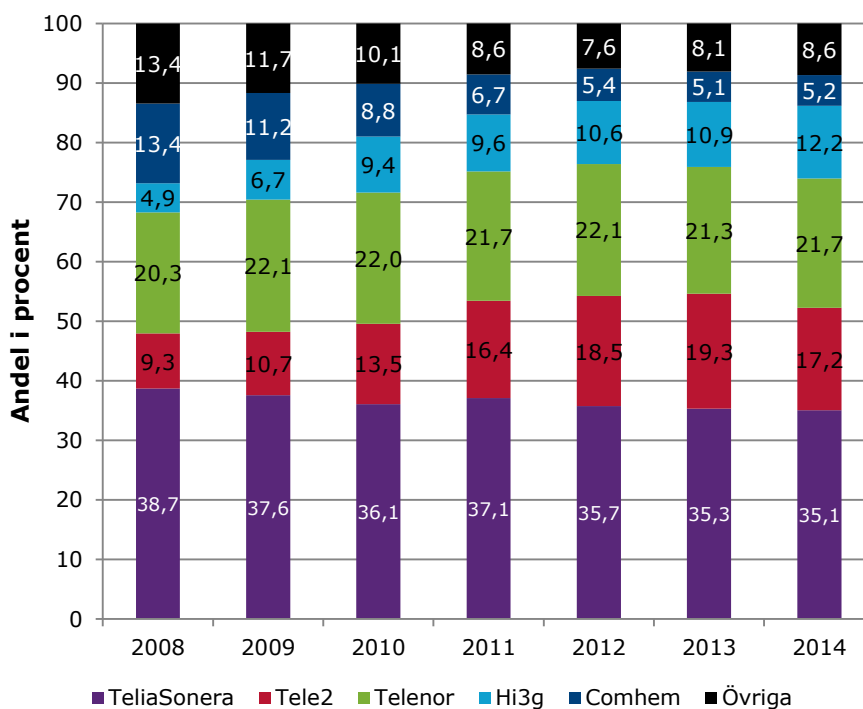
De fyra största aktörerna hade tillsammans 94,2 procent av abonnemangen på marknaden i slutet av 2014. Hi3G (Tre) ökade sin marknadsandel från 11,2 till 12,4 procent mellan sista december 2013 och 2014 medan TeliaSonera och Tele2 minskade sina andelar under perioden. Telenor ökade med 0,1 procent till 17,3 procent. De övriga aktörernas samlade marknadsandel minskade från 6,3 till 5,8 procent. Av dessa var Lycamobile den största operatören med knappt 2 procent av abonnemangen på marknaden.

⁴³ Abonnemang på mobilt bredband inkluderas både i figur 26 som visar andelen mobila samtals- och datatjänster och i figur 29 som visar andelen mobilt bredband.

5.3 Marknadsandelar bredband

Marknadsandelar för bredband presenteras dels totalt, dels uppdelat på fasta och mobila bredbandsabonnemang.

Figur 27 Marknadsandelar - abonnemang på bredband totalt



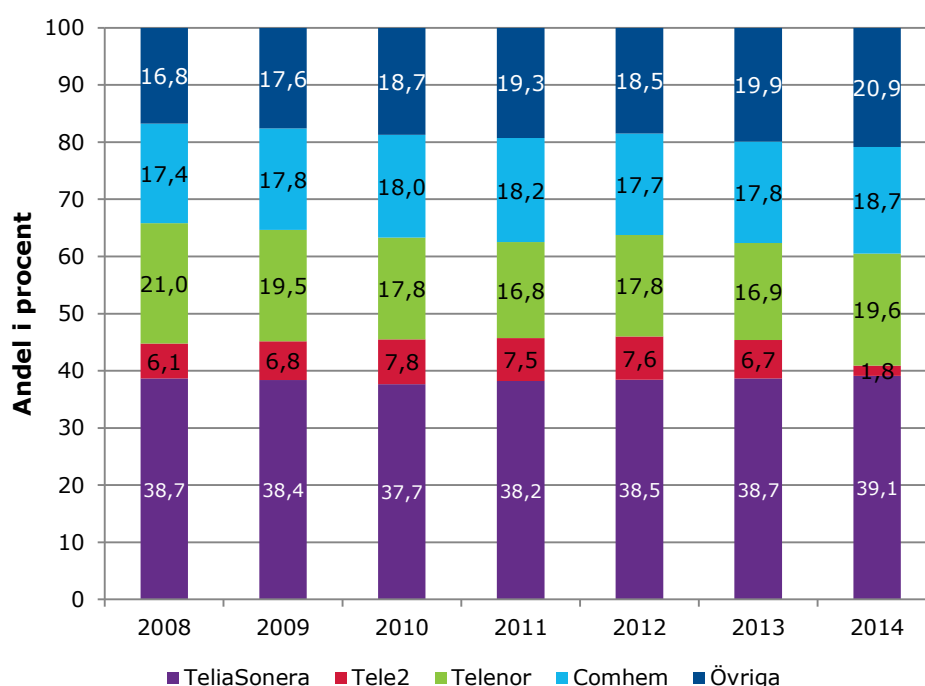
De fem största aktörerna stod tillsammans för 91,4 procent av de sammanlagda bredbandsabonnemangen i slutet av 2014. Hi3G:s marknadsandel ökade från 10,9 till 12,2 procent medan Telenors och Com Hems andelar ökade mer marginellt. Tele2:s marknadsandel minskade från 19,3 procent till 17,2 procent medan TeliaSonera noterade en mindre nedgång jämfört med sista december 2013. De övriga aktörernas samlade marknadsandel var 8,6 procent i slutet av 2014, en uppgång jämfört ett år tidigare, då andelen var 8,1 procent.

Fast bredband

Sett till antalet abonnemang stod de tre största aktörerna, TeliaSonera, Telenor och Com Hem, tillsammans för 77,4 procent av den totala marknaden för fast bredband i slutet av 2014. Com Hem ökade sin marknadsandel från 17,8 den sista december 2013 till 18,7 procent vid samma tidpunkt 2014, medan TeliaSoneras andel steg från 38,7 procent till 39,1 procent under samma

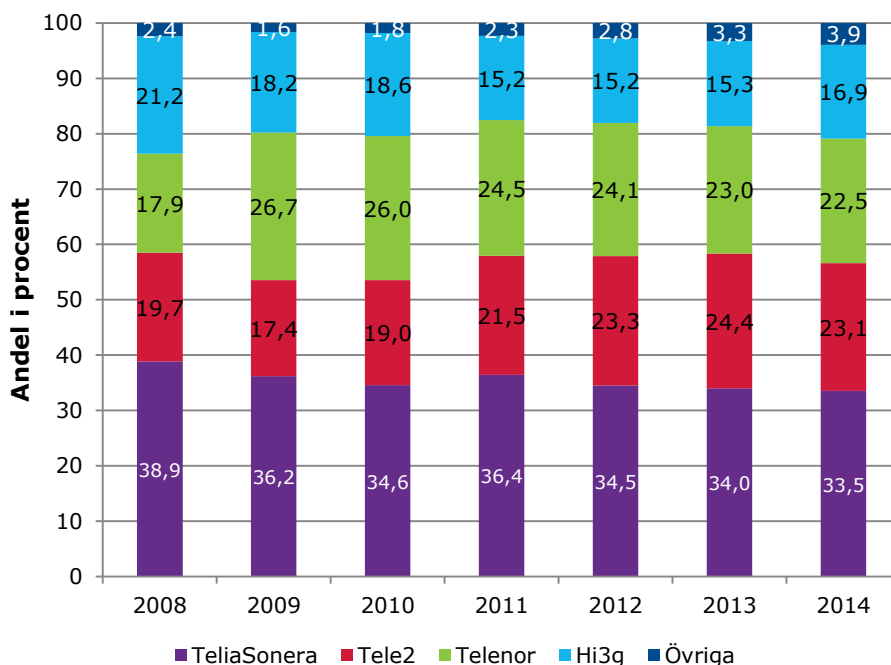
period. Förvärvet av Tele2:s privata bredbandskunder i januari 2014 bidrog starkt till att Telenors marknadsandel ökade från 16,9 till 19,6 procent. Därmed blev Telenor näst störst på marknaden. I och med affären sjönk också Tele2:s marknadsandel från 6,7 till 1,8 procent. De övriga operatörernas samlade marknadsandel ökade från 19,9 till 20,9 procent. Störst av dessa var Bahnhof och Bredband2, med vardera 4,2 procent av abonnemangen, och därefter AllTele med en marknadsandel på 3,4 procent.

Figur 28 Marknadsandelar - abonnemang på fast bredband



Mobilt bredband

Marknadsandelarna för mobilt bredband är baserade på mobilt bredband som fristående tjänst (dvs. mobilabonnemang utan taltjänst) för 2008. Från och med 2009 baseras andelarna på det sammanlagda antalet abonnemang på mobilt bredband som fristående tjänst och mobilt bredband som tilläggstjänst (dvs. mobilabonnemang med taltjänst och minst 1 Gbyte data per månad). Vid slutet av 2014 hade de fyra största operatörerna tillsammans 96,1 procent av de samlade abonnemangen.

Figur 29 Marknadsandelar - abonnemang på mobilt bredband

Hi3G ökade sin marknadsandel från 15,3 procent sista december 2013 till 16,9 procent sista december 2014. TeliaSonera, Tele2 och Telenors minskade alla sina andelar under samma period. De övriga aktörernas samlade marknadsandel ökade från 3,3 till 3,9 procent.

5.4 Marknadsandelar tv-tjänster

Analoga och digitala tv-tjänster

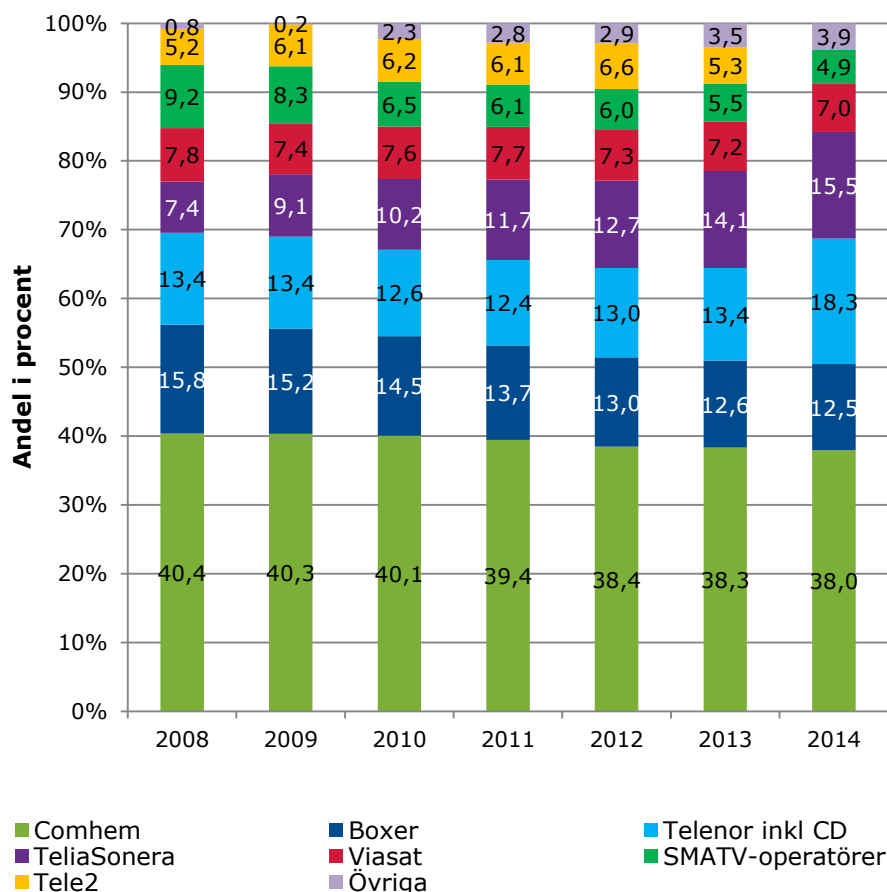
Andelarna för analoga och digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på distributionssätt där hushåll med två eller fler abonnemang på kabel-tv-tjänster endast räknas en gång.

Sett till antalet abonnemang var de största aktörerna för distribution av tv-tjänster Com Hem, Telenor, TeliaSonera, Boxer och Viasat den sista december 2014. Förvärvet av Tele2:s svenska fiber- och kabelverksamhet på privatkundsmarknaden i januari 2014⁴⁴ bidrog starkt till att Telenors marknadsandel ökade från 13,4 den sista december 2013 till 18,3 procent vid samma tidpunkt 2014. Därmed blev Telenor näst störst på tv-tjänster. I och med affären försvinner

⁴⁴ Telenor, 2013-10-23 På tv-området adderar Telenor cirka 75 000 digital-tv-kunder och cirka 220 000 hushåll med kabel-tv.

också Tele2 från tv-tjänster.⁴⁵ Även TeliaSonera ökade sin andel, från 14,1 den sista december 2013 till 15,5 procent ett år senare tack vara fler abonnemang via fiber. Boxers andel var oförändrad 12,5 procent och Com Hem minskade sin andel från 38,3 procent i slutet på 2013 till 38,0 procent ett år senare. Det innebär att Com Hem fortsatt var den största aktören följt av Telenor och TeliaSonera. Gruppen övriga ökade sin andel från 3,5 procent sista december 2013 till 3,9 procent ett år senare. I gruppen ”övriga” ingår Sappa med 3 procent och ett flertal företag som levererar ip-tv. Viasat minskade sin andel från 7,2 till 7,0 under samma period. Även SMATV (kabel-tv) minskade från 5,5 till 4,9 procent under samma period.

Figur 30 Marknadsandelar - abonnemang på analoga och digitala tv-tjänster

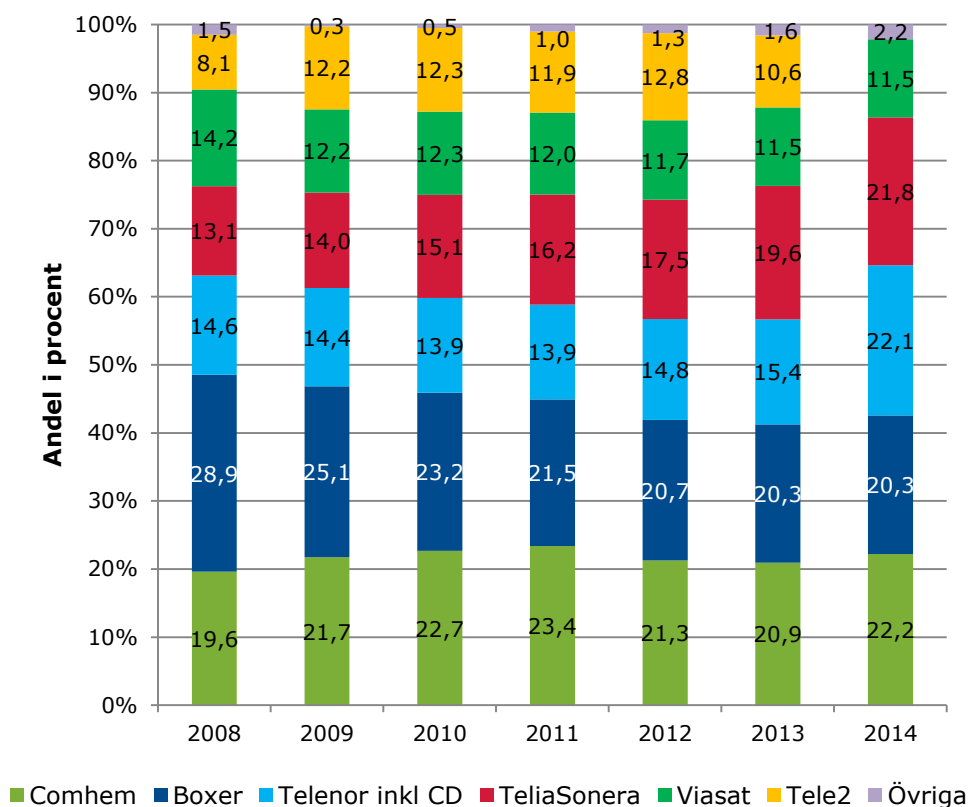


⁴⁵ Där Bredbandbolaget, Canal Digital Kabel, och Canal Digital (satellit) ingår och tidigare digital-tv och kabel-tv kunder från Tele2.

Digitala tv-tjänster

Andelarna för digitala tv-tjänster baseras på antalet abonnemang fördelat på digitala distributionssätt. De sex största aktörerna var den sista december 2014 Com Hem, TeliaSonera, Telenor, Boxer och Viasat. Com Hems andel ökade från 20,9 till 22,2 procent den sista december 2014 jämfört med föregående år. TeliaSoneras andel uppgick den sista december 2014 till 21,8 procent vilket är en ökning från 19,6 procent ett år tidigare. Genom förvärvet av Tele2:s tv-abonnemang ökade Telenors andel till 22,1 procent den sista december 2014, en ökning från 15,4 procent ett år tidigare. Tele2 försvann därmed från tv-tjänster. Boxers andel var 20,3 procent den sista december 2014, vilket är oförändrat jämfört med ett år tidigare. Viasats andel låg kvar på 11,5 procent.

Figur 31 Marknadsandelar – abonnemang på digitala tv-tjänster



Bilaga 1 Rapporttabeller

Finns i separat dokument

Bilaga 2 Deltagarförteckning

007 Sverige AB
21st Century Mobile Solutions Svenska
2Bornot2B AB
31173 Services AB
42 Telecom AB
42 Telecom LTD
AB Absque Networks
AB Borlänge Energi
AB Hallstahem
AB iP.1 internet till företag
AB PiteEnergi
AB Sappa
AB STOKAB
AB Strömstanet
AB Tierpsbyggen
ACN Communications Sweden AB
Add Logo Telecom AB
Advoco Software AB
AEB Kommunikation AB
Affärsverken Karlskrona AB
Alingsås Energi Nät AB
AllTele Allmänna Svenska
AllTele LDA
Ansluten Hosting AB
Arjeplogs kommun
Arkaden Konsult AB
Arkadin AB
Arvidsjaur kommun
Arvika Elnät AB
AT&T Global Network Services Sweden AB
Aurora Innovation AB
Avesta kommun
Bahnhof AB
Balder Tech AB
BearCom AB
Beepsend AB
Belgacom International Carrier Services
Benemen
Bengtsfors Energi Nät AB
Bergs kommun
Best 4 You
Bild AT Se AB
Bjurholms kommun
Bjäre Kraft Bredband AB
Bjärke Energi AB
BM Sverige AB
Bodens Energi Nät AB
Bogal AB
Bollnäs Energi AB
Borderlight AB
BoreNet AB
Borås Elnät AB
Botkyrka Stadsnät AB
Boxer TV Access AB
Bredband 2 AB
Bredband i Kristianstad AB
Bredband Östra Skaraborg
Bredbandsson AB
Bredbandsteknik 2000 i Karlshamn AB
Bredbandstelefon i Sverige AB
Bredbandstjänster i Dalarna
Bredband.no AB
BT Nordics Limited UK Filial
BygdaNet Ekonomisk Förening
Bålsta Kabel TV
C4 Elnät AB
Canal Digital Sverige AB
Canal Vision AB
Carlslids Bredband Ek. för.
CCD Communications Deutschland GmbH
Cellip AB
Challenger Mobile AB
Citynätet i Nässjö AB
Cloud9 Mobile Communications Ltd
CLX Networks AB
Colt Technology Services AB
Com Hem AB
Comne Work AB
Compatel Limited
Conect AB
Connectel AB
CoolTEL ApS
CRW Data AB
C-Sam AB
Cygate AB
Dala Energi AB

Daladatorer i Mora AB
Degerfors Energi
Devicom AB
DGC Access AB
Dialoga Servicios Interactivos S.A.
DIDWW Ireland Ltd
Direct2Internet AB
Dorotea kommun
EasyTelecom i Stockholm AB
Efttel AB
Eidsiva bredbånd AS
Eksjö Energi Elit AB
Electronet Solutions AB
Ember AB
Emmaboda Energi och Miljö AB
Engboms Network Solution AB
Eniro 118118 AB
EPM Data AB
Eskilstuna Energi & Miljö AB
euNetworks Fiber UK Limited
eWorks Nordic AB
Excedo Networks AB
Excellent Hosting Sweden AB
Falbygdens Bredband AB
Falbygdens Energi AB
Falu Elnät AB
Fastbit AB
Fiberaccessbolaget i Sverige AB
Fiberdirekt AB
Fiberstaden AB
Finspångs Stadsnät, Finet AB
First New Media Scandinavia AB
Fogg Mobile AB
Fogwise AB
Fortum Distribution AB
Fouredge AB
Freespee AB
Generic Mobile Systems Sweden AB
GleSYS Internet Services AB
Global Communication Management AB
Glooip Sàrl
Gotlands Energi AB
Griffnet AB
Grästorps Energi Ekonomisk Förening
GrönTele AB
GTelecom Limited (B.V.I) - Filial
Gällivare kommun
Gästabudstaden AB
Gävle Energi AB
Götalandsnätet AB
Göteborg Energi GothNet AB
Götene kommun
Habo Kraft AB
Hagfors kommun
Halmstad stadsnät AB
Hammarö kommun/stadsnät
Haparanda kommun
HebyNet AB
Herrljunga Elektriska AB
Hessleholm Network AB
HI3G Access AB
Hibernia Atlantic Cable System Limited
Hibernia Media (UK) Limited
Hjo Energi AB
Hofors kommun
Horisen AG
Hughes Network Systems Limited
Hutchison Global Enabling Serv. Ltd (HGES)
HVE Balt-Com Fiber AB
HåboNet AB
Härjeåns Nät AB
Höganäs Energi AB
HögsbyNät AB
iCentrex Sweden AB
Icure AB
Ide & resurscentrum i Ljungby AB
IDT Retail Europe Limited
Indicate IT AB
Infobip Limited
Infobip Limited UK
Infogram System AB
Infonet Broadband Service Corporation
Infonett Røros AS
InformationsTeknik i Norrbotten AB
Infracom AB
Inmarsat Ventures Ltd.
InnoTel AB
Insat Net AB
Intelecom Sverige AB
Interactive digital media GmbH
Interoute Communications Limited
Intraphone IT AB

IP Delivery Group Scandinavia AB	Loxysoft Networks AB
IPC Network Services	Lulebo AB
Ipeer AB	Lunet AB
IP-Only Networks AB	Lycamobile Sweden Limited
Iq Telecom AB	Lycksele kommun
IT mästaren Mitt AB	Lyssna & Njut AB
IT System i Dalarna AB	LäNet Västerbotten Data och Tele AB
IT Åre AB	Malmö stad
IT4U Sweden AB	Malungs Elnät AB
ITBO i Stockholm AB	Malå kommun
ITCONNECT AB	Maritime Communications Partner AS
ITTRE Sverige AB	Media Network i Halmstad AB
iTUX Communication AB	Mediateknik i Varberg AB
Ivar Westberg Elektronikservice	Megatransfert
JL Phone Services AB	Mercury International Carrier Services
Jokkmokks kommun	Micro Tec i Laholm AB
JT Technologies & Telecommunications	MKB Net AB
Junet AB	Mobile Arts AB
Jämtkraft Telecom AB	Mobiweb Ltd
Jönköping Energi AB	Mora kommun
Kalix kommun	Motala kommun
Kalix Tele24 AB	Mowic AB
Karlsborgs Energi AB	Mundio Mobile AB / Vectone Mobile
Karlshamns Energi AB	Mälardalens Datorförening
Karlskoga Bredband AB	Mönsterås kommun
Karlstad Elnät AB / Stadsnät	Net at Once Sweden AB
Kiruna kommun	Net IT Internet Solutions AB
KnivstaNet AB	Netett Sverige AB
Kommunicera i Umeå AB	Netnod Internet Exchange AB
KPN EuroRings BV	Netsize Internet Payment Exchange AB
Kraftringen Energi AB (publ)	NextGen Mobile Ltd
Kungsbacka kommun	Nitma AB
Kungälv Energi AB	Nordic Digit AB
Kustbandet AB	Nordmalings kommun
Kävlinge kommun	Norrköping Vatten AB
Köpings Kabel TV	Norrskan AB
LA Cable AB	Norrtälje Energi AB
Laholms Bredbandsbolag AB	Nortech Telecom AB
LandNet AB	Nossebro Energi Försäljnings AB
Landskrona Energi AB	Nossebroortens energi ek. förening
Lidén Data Internetwork AB	NTT Europe Ltd
Lidero Network AB	Obduro Network AB
Lindesbergs kommun/stadsnät	Olofströms Kabel-TV
Limitless Mobile AB	Olofströms Kraft AB
Ljungby Energi AB	Omnitor AB
Ljusnet AB	Operator One SA
LNS Kommunikation AB	

Orange Business Sweden AB	Speaker AB
Orsa kommun/stadsnät	Spirius AB
Oxelö-Energi AB	SSTNet Sverige AB
Oxieparabolen AB	Stadsnät i Svealand AB
Oyatel AS	Stadsnät i Örebro AB
Pajala kommun	Staffanstops Fibernät AB
PCCW Global B.V.	Stockholm Colocation
PCCW Global (Sweden) AB	Stockholms Stadsnät AB
Perspektiv Bredband AB	Storuman kommun
Peter Lindström Elektronik AB	Straznet AB
Phonera AB	Strömsunds kommun
Phonzo AS	Sundbyberg Stadsnätsbolag AB
Qall Telecom AB	Suravision AB
QuickNet AB	Svea Billing Systems AB
RB Communication AB	Swedavia Aiport Telecom AB
RebTel Networks AB	SwedfoneNet AB
Region Gotland	Svensk Infrastruktur Förvaltning AB
Regionförbundet Gävleborg	Svensk Konsumentmobil AB
ReWiCom Scandinavia AB	Svensk Växeltjänst AB
Ricoh Sverige AB	Svenska IP-Telefonibolaget AB
Robertsfors kommun	Svenska Kraftnät
Ronneby Miljö & Teknik AB	Swoscom AB
SalaNet AB	SYSteam Nät AB
Sandviken Energi AB	Säffle Kommunikation AB (SäKom)
SAVMAN AB	Söderhamn NÄRA AB
SAVVIS Europe BV	Sölvesborgs Energi och Vatten AB
Secumobi AB	Tata Communications (Sweden AB)
ServaNet AB	TDC Sverige AB
Serverado AB	Teknik i Media Datacenter Stockholm AB
SEVAB Nät AB	Teknikbyrån i Sverige AB
Shyam Telecom UK Ltd	Teknorama Data AB
Sigma IT & Management Sweden AB	TelaVox AB
SIHI Scandinavia AB	Tele2 Sverige AB
SIT24 AB	Tele4u Sverige AB
SITAB Infrastruktur	Telecom3 Sverige AB
Skara Energi AB	Teledigit Scandinavia AB
Skellefteå Kraft AB	Telefonica International Wholesale Services
Skurups Elverk AB	Teleinfo 118 800 AB
Skype Communications S.A.R.L	Tele-Man AB
Skövde kommun	Telemar Scandinavia AB
Smedjebacken Energi AB	Telephonia Telecom AB
Smålands Bredband AB	Telenor Connexion AB
Soft Telecom Sweden AB	Telenor Sverige AB
Sollefteå kommun	TeleProffs Sverige AB
Sollentuna Energi AB	Teleservice Bredband Skåne AB
Sorsele kommun	Teletek 5060 AB

Telge Nät AB
TeliaSonera AB
Teligoo AB
Teloteket AB
Telstra Limited
Teracom AB
The Cloud Networks Nordic AB
Tibro Energi Försäljning AB
Tictic AB
Tidaholms Energi AB
Tierp Fiber Network AB
Tomelilla kommun
Trafikverket
Transaction Network Services TNS AB
Transit Bredband AB
TransTK (UK) Limited
Tranås kommun
Trelleborgs Byakontakt Ek. förening
Triangelbolaget D4 AB
Trollhättan Energi AB
Trosa Fibernät AB
Tyfon Svenska AB
Uddevalla Energi AB
Ulricehamns Energi AB
Umeå Energi UmeNet AB
Unicorn Telecom AB
UNO Telefoni AB
Uppcom AB
Utsikt Bredband AB
Vaggeryd Energi AB
Valvea AB
Vanso GmbH
VaraNet AB
Varberg Energi AB
Vattenfall Eldistribution AB
Vellinge Stadsnät AB
Vellinge Wireless AB
Verizon Sweden AB
Vetlanda Energi & Teknik AB
Wexnet AB
Via Europa i Lund AB
Viasat AB
Viatel Sweden AB
Wifog AB
Viking Tech AB
Vilhelmina kommun
Vindelns kommun
Wireless Maingate Nordic AB
Virserums vandrarhem AB
Vivalect AB
Vodafone Enterprise Sweden AB
Voice Integrate Nordic AB
Voice Provider Sweden AB
Voicetech Sweden AB
Voicelogic AB
Voicetech Sweden AB
Voxbone SA
WX3 Telecom AB
Väddö Media Information IS AB
VänerEnergi AB
Vännäs kommun
Värnamo Energi AB
Västerbergslagens Elnät AB
Västervik Miljö & Energi AB
Vökby Bredband AB
Ystad Energi AB
Zedcom ISP AB
Zodiac Wireless Systems AB
Åre Network AB
Åsele kommun
Åstorps kommun
Åtvidabergs Kommun
Älmhults Näringsfastigheter AB
Älvdalens kommun
Älvsbyns kommun
Öckerö fastighets AB (Öckerö nät)
Örecom AB
Öresundsbro konsortiet
ÖresundskraftAB
Österlens Kraft AB
Östhammars kommun
Övertorneå kommun
Övik Energi AB

Bilaga 3 Kvalitetsdeklaration

B.0 Inledning

Svensk telemarknad är en datainsamling som genomförs två gånger per år. Resultaten presenteras på en statistikportal (www.statistik.pts.se) och sammanfattas 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 slutkunds- och grossistmarknaderna för elektronisk kommunikation. Uppgifterna redovisas i vissa fall uppdelat på privat- respektive företagskunder.

1.2 Objekt och population

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

1.3 Variabler

Datainsamlingen genomförs via en webbenkät och omfattar variabler avseende:

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

1.4 Statistiska mått

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

1.7 Redovisningsgrupper

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

1.6 Referenstider

Datainsamlingen avser kalenderåret 2014.

1.7 Fullständighet

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

B.2 Tillförlitlighet

2.2 Tillförlitlighet totalt

Svensk telemarknad är en totalundersökning som saknar osäkerhetsmått, även om viss osäkerhet förekommer, se 2.3. Datainsamlingen har en hög svarsfrekvens, 93 procent i 2014 års insamling. Dock kan rampopulationen vara mindre än målpopulationen, en osäkerhet som får anses vara liten då PTS registerkvalitet generellt bedöms som god.

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

2.3 Osäkerhetskällor

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

Skattning

Ingen skattning av abonnemang, trafik eller intäkter görs för de aktörer som inte svarat på enkäten. Dessa aktörers andel av marknaden bedöms dock vara mindre än 3 procent inom alla verksamhetsområden.

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 på att det exakta värdet inte går att ta fram ur företagets redovisning.

Bearbetning

De insamlade uppgifterna bearbetas och korrigeras vid behov, ibland efter kompletterande uppgifter från tillfrågade aktörer.

B.3 Aktualitet

3.1 Frekvens

Datainsamlingen till Svensk telemarknad genomförs två gånger per år, i juli och januari. Halvårsenkäten, som skickas ut i juli, innehåller färre variabler och skickas till ett urval av rampopulationen.

3.2 Framställningstid

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

3.3 Punktlighet

Enligt plan 6 månader efter undersökningperiodens utgång

B.4 Jämförbarhet och sammanvändbarhet

4.1 Jämförbarhet över tiden

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

4.2 Jämförbarhet mellan grupper

Vissa variabler i dataframställningen ingår även i annan statistik:

- Hushåll i Sverige. SCB publicerar årligen statistik över antal hushåll i Sverige
- Befolkning i Sverige. SCB publicerar även årligen statistik över befolkningen i Sverige

4.3 Samanvändbarhet med annan statistik

Från 2003 bearbetar PTS och SCB statistiken gemensamt vilket leder till att statistik redovisad av både PTS och Trafikanalys kan sammanvändas från 2003. För tidigare årgångar kan vissa skillnader till följd av separata statistikbearbetningar förekomma.

4.4 Tillgänglighet och förståelighet

Resultatet från datainsamlingen presenteras på en statistikportal i form av tabeller och sammanställs även i en rapport, Svensk telemarknad.

4.5 Spridningsformer

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

4.6 Dokumentation

Detta dokument representerar den kvalitetsdokumentation som PTS gör.

4.7 Tillgång till primärmaterial

Allt material presenteras i tabellform på PTS statistikportal. Rådata kan oftast lämnas ut till allmänheten efter förfrågan.

4.8 Upplysningar lämnas av

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

Andreas Wigren, PTS, telefon 08-678 57 00, e-post: andreas.wigren@pts.se