

Rapport:
Svensk telekommernad
2018



Svensk telekommarknad 2018

Rapportnummer

PTS-ER-2019:13

Diarienummer

18-39364

ISSN

1650-9862

Författare

Karin Fransén och Andras Wigren

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

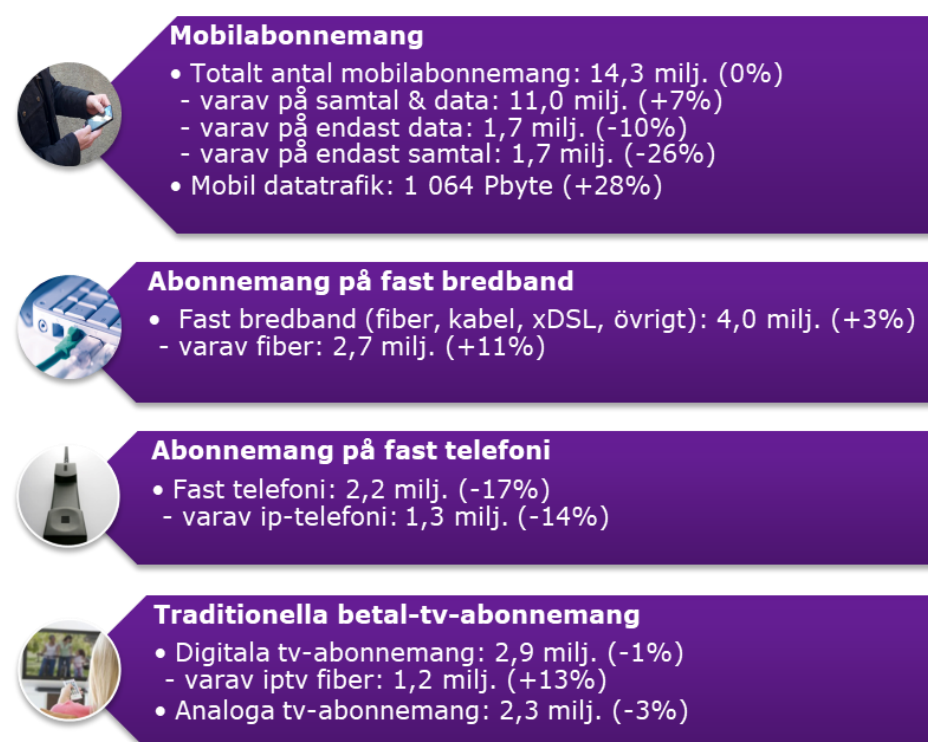
Innehåll

1	Ett urval av resultaten	4
2	Intäkter på marknaden för elektronisk kommunikation	5
3	Mobilabonnemang och M2M	6
	Intäkter från mobilabonnemang på samma nivå som ett år tidigare	6
	Röstsamtal via 4G-näten (VoLTE) ökar	8
	Antalet simkort för M2M ökade med 12 procent	10
4	Fast bredband	11
	Fiberabonnemangen fortsatte att öka	11
	Abonnemang på 100 Mbit/s och på 1 Gbit/s nedströms ökade	11
	Gruppanslutningar, nu vart femte av alla privata bredbandsabonnemang	12
	Intäkter från fast bredband ökade	13
5	Abonnemang på fast telefoni	15
	Abonnemang på fast telefoni minskade allt mer	15
	Intäkter från fast telefoni minskade	16
6	Traditionella betal-tv-abonnemang	18
	Antalet tv-abonnemang börjar att minska	18
	Intäkter från tv-abonnemang minskade	20
7	Sampaketerade abonnemang	21
	Sampaketerade abonnemang	21
8	Datakommunikationstjänster till slutkund	22
9	Svartfiber och våglängder	23
10	Nummerporteringar	24
11	Om undersökningen	25
	Vill du veta mer?	25

1 Ett urval av resultaten

Alla sifferuppgifter avser förhållandet per den 31 december 2018, och jämförelser görs med samma tidpunkt föregående år. Undersökningen skickades ut till 606 aktörer varav 97 procent svarade.

Figur 1 Ett urval av resultaten

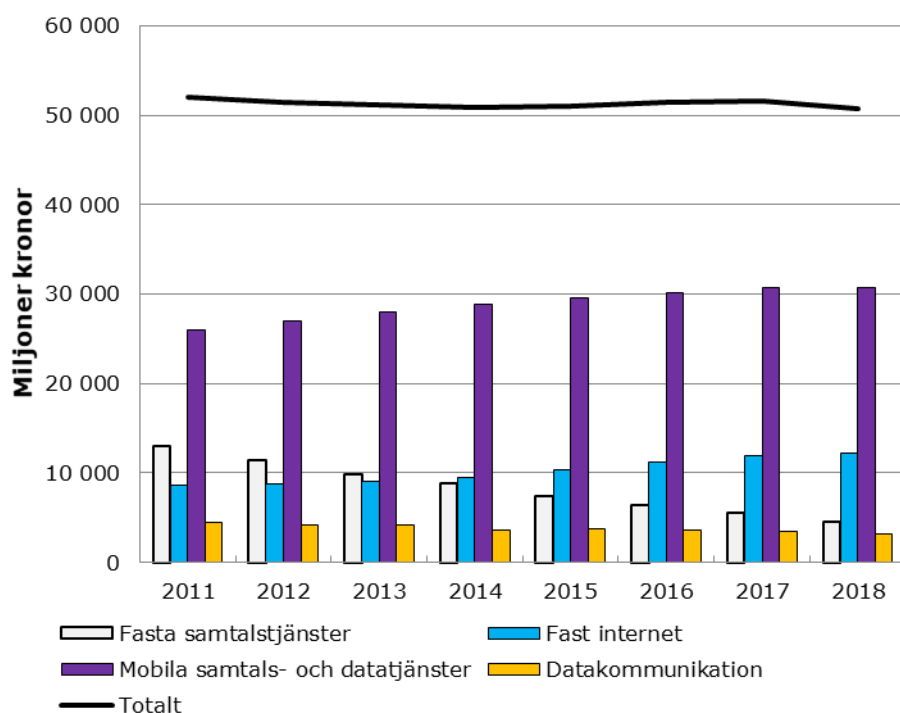


2 Intäkter på marknaden för elektronisk kommunikation

Under 2018 uppgick intäkterna på slutkundsmarknaden för elektronisk kommunikation (i denna rapport avses mobila samtals- och datatjänster, fasta internettjänster, fasta samtalstjänster och datakommunikationstjänster) till drygt 50,7 miljarder kronor, vilket är 2 procent lägre än föregående år.

Den genomsnittliga intäkten¹ som ett hushåll genererade per månad 2018 var 612 kronor, vilket är 8 kronor mindre än under 2017. I den genomsnittliga intäkten per månad ingår här fasta samtalstjänster, 44 kr (minskning med 10 kr), mobila samtals- och datatjänster, 387 kr (samma nivå som föregående år) och internettjänst (exkl. mobil data) 182 kr (ökning med 4 kr).

Figur 2 Slutkundsintäkter på marknaden för elektronisk kommunikation

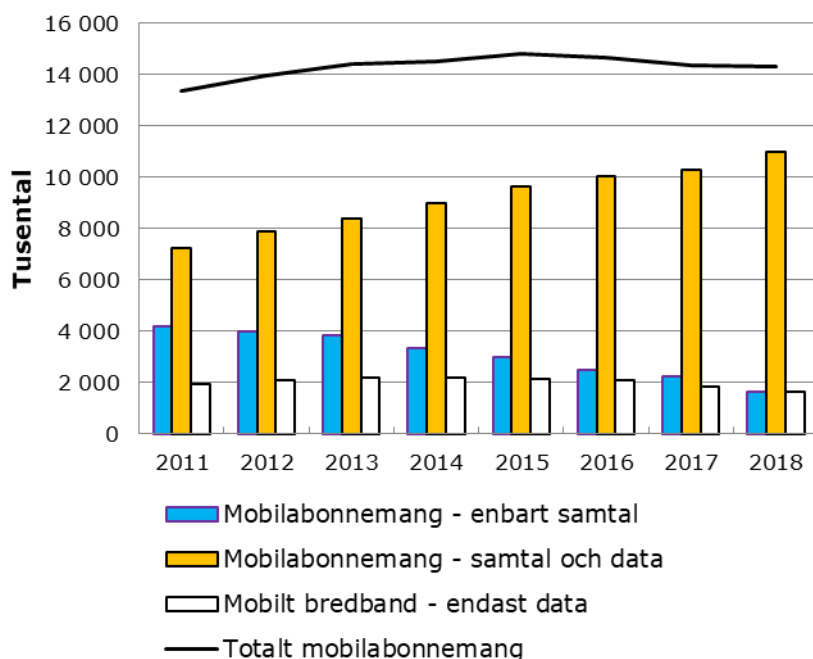


¹ Genomsnittliga intäkten beräknas här som intäkter under 2018 delat med genomsnittligt antal abonnemang per hushåll

3 Mobilabonnemang och M2M

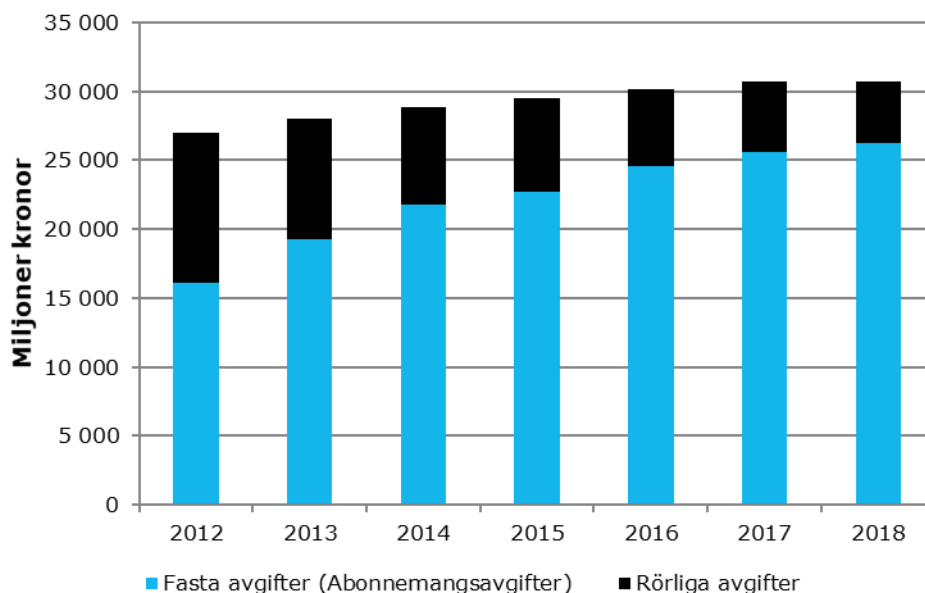
Det fanns totalt 14,3 miljoner mobilabonnemang den 31 december 2018, vilket var på samma nivå som ett år tidigare. Antalet mobilabonnemang på både samtal och data, som oftast används med smarta mobiler, uppgick till 11 miljoner, en ökning med 7 procent (se figur 3 nedan). Mobilabonnemang på enbart data uppgick till 1,7 miljoner, vilket är 10 procent färre än ett år tidigare. Mobilabonnemangen på endast samtal uppgick till 1,7 miljoner, en minskning med 26 procent. Av det totala antalet mobilabonnemang var 77 procent kontraktsabonnemang, övriga var kontantkort. Andelen kontraktsabonnemang har ökat kontinuerligt, för 10 år sedan var motsvarande andel 60 procent.

Figur 3 Antal mobilabonnemang



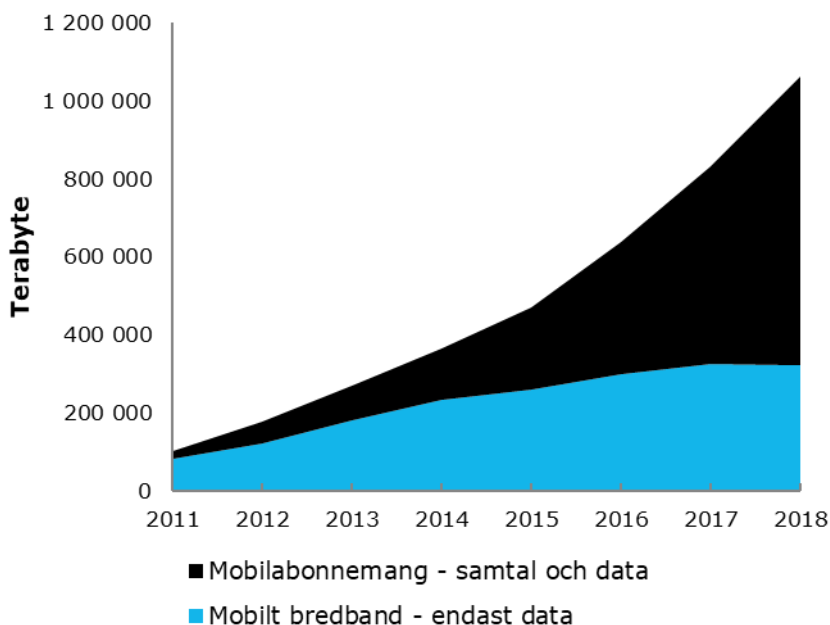
Intäkter från mobilabonnemang på samma nivå som ett år tidigare

Slutkundsintäkter från mobilabonnemangen uppgick till drygt 30,7 miljarder kronor. Det är på samma nivå som ett år tidigare. Av intäkterna var 86 procent fasta avgifter (abonnemangsavgifter) och resten rörliga avgifter. Intäkterna från fasta avgifter uppgick till 26,2 miljarder kronor, en ökning med 3 procent. De rörliga avgifterna minskade med 14 procent till 4,4 miljarder kronor.

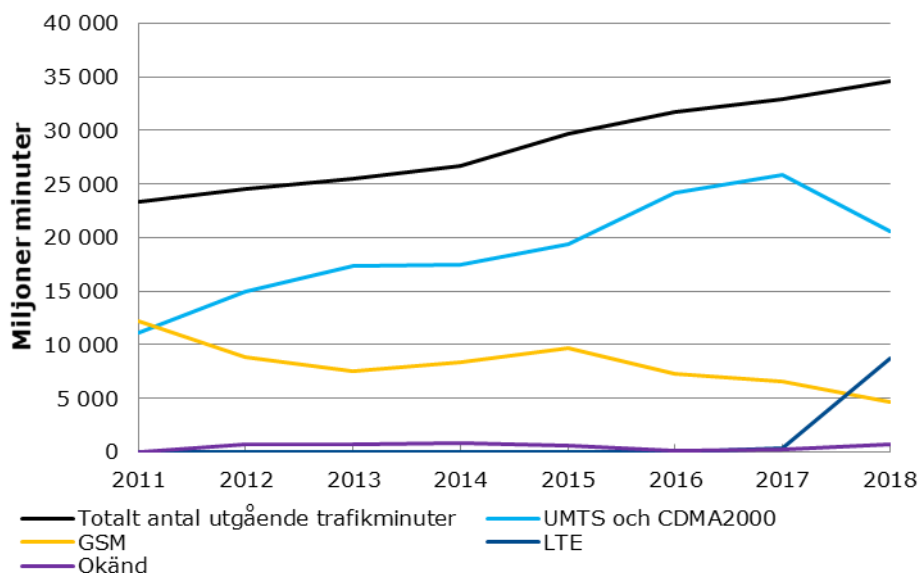
Figur 4 Intäkter från mobilabonnemang**Datatrafiken i mobilnäten fortsatte att öka, men med lägre tillväxttakt**

Datatrafiken i mobilnäten ökade till 1 064 Pbyte² under 2018 (se figur 5 nedan). Detta var en ökning med 28 procent, vilket är en lägre ökningstakt jämfört med föregående period (30 %). Privata mobilabonnemang för samtal och data drev trafikökningen och genererade i genomsnitt 6,8 Gbyte per abonnemang per månad, vilket var en ökning med 42 procent. Den genomsnittliga mängden trafik för ett privat mobilabonnemang för endast data var 18,6 Gbyte per månad. Antalet abonnemang som använt datatjänster i 4G-nät fortsatte att öka och uppgick till 10,9 miljoner vilket är 76 procent av alla mobilabonnemang.

² Peta = 1000⁵

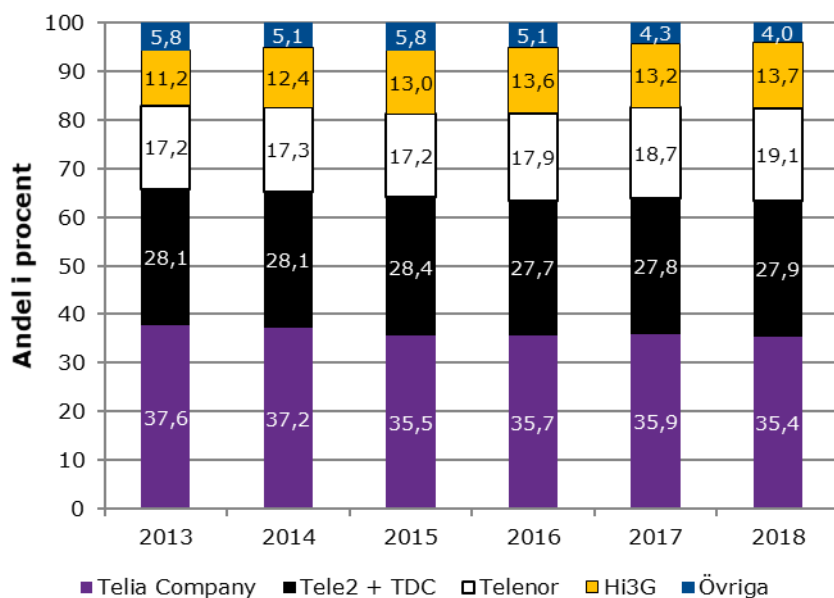
Figur 5 Datatrafik i mobilnät**Röstsamtal via 4G-näten (VoLTE) ökar**

Antalet utgående taltrafikminuter från mobilabonnemang uppgick till 34,6 miljarder under 2018. Antalet samtalsminuter via 4G-näten (VoLTE) uppgick till 8,7 miljarder, vilket motsvarar 25 procent av all mobil samtalstrafik. Detta kan jämföras med 1 procent för ett år sedan. Ökningen sker på bekostnad av samtalstrafik i 3G-näten (UMTS) som minskar (se figur 6 nedan).

Figur 6 Utgående trafikminuter i mobilnät

I genomsnitt varade ett mobilsamtal i 3,4 minuter och det genomsnittliga antalet samtal per mobilabonnemang och månad var 67 stycken vilket var i nivå med ett år tidigare. Antalet skickade sms minskade med 3 procent till 8,2 miljarder. I genomsnitt skickades 54 sms per abonnemang och månad, vilket kan jämföras med 56 året innan.

Marknadsandelarna på mobilabonnemang inkluderar: mobilabonnemang med samtal och data, mobilabonnemang med endast samtal och mobilt bredband med endast data. De fyra största aktörerna, Telia Company, Tele2, Telenor och Hi3G (Tre), hade sammanlagt 96 procent av abonnemangen, vilket var på samma nivå som ett år tidigare.

Figur 7 Marknadsandelar för mobilabonnemang per aktör**Antalet sim-kort för M2M ökade med 12 procent**

Det fanns 12,9 miljoner sim-kort för M2M, vilket är en ökning med 12 procent. Tjänsterna kan vara globala och många svenska M2M³-abonnemang används därför inte nödvändigtvis inom Sverige. Den största aktören inom M2M i Sverige, Telenor Connexion, har uppgett att av deras 9,8 miljoner sim-kort för M2M har 6,8 miljoner exporterats och dessa används i utlandet.

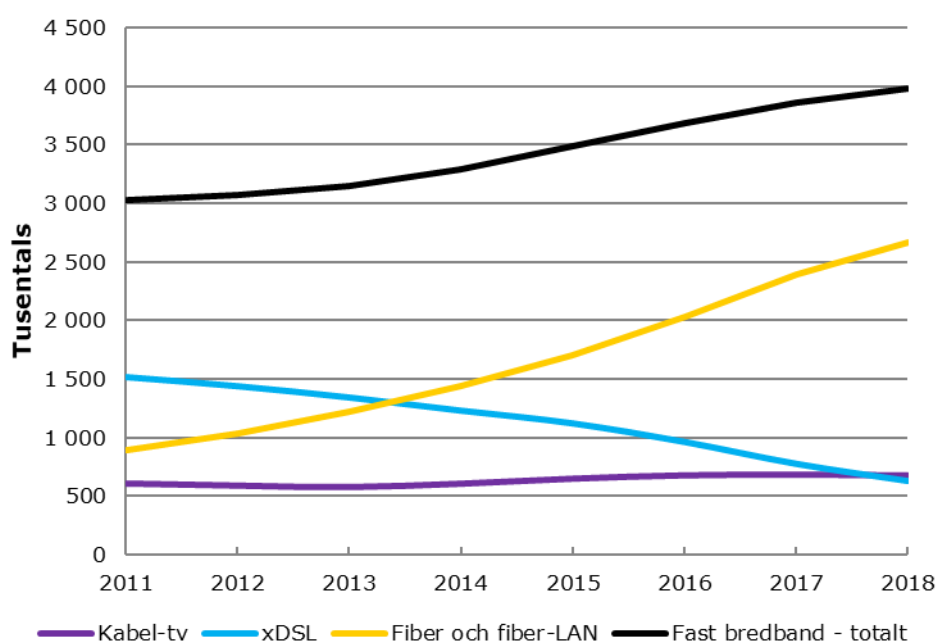
³ M2M avser här teknik för trådlös kommunikation mellan olika maskiner. Här avses de M2M-abonnemang som använder mobilnummer. M2M-lösningar används för t.ex. övervakning, mätning, styrning, transport och logistik.

4 Fast bredband

Fiberabonnemangen fortsatte att öka

Det fanns 4,0 miljoner abonnemang på fast bredband, vilket motsvarar en ökning med 3 procent. Antalet abonnemang via fiber uppgick till 2,7 miljoner, vilket är en ökning med 11 procent. Fiber stod för den största delen av tillväxten inom fast bredband och utgjorde två tredjedelar (67 %) av alla abonnemang på fast bredband (se figur 8 nedan). Antalet abonnemang på fast bredband via kabel-tv nätet uppgick till 0,7 miljoner abonnemang (-1%), abonnemang via xDSL 0,6 miljoner (-19%) och övrigt fast bredband 14 000 (+16%).

Figur 8 Antal abonnemang på fast bredband

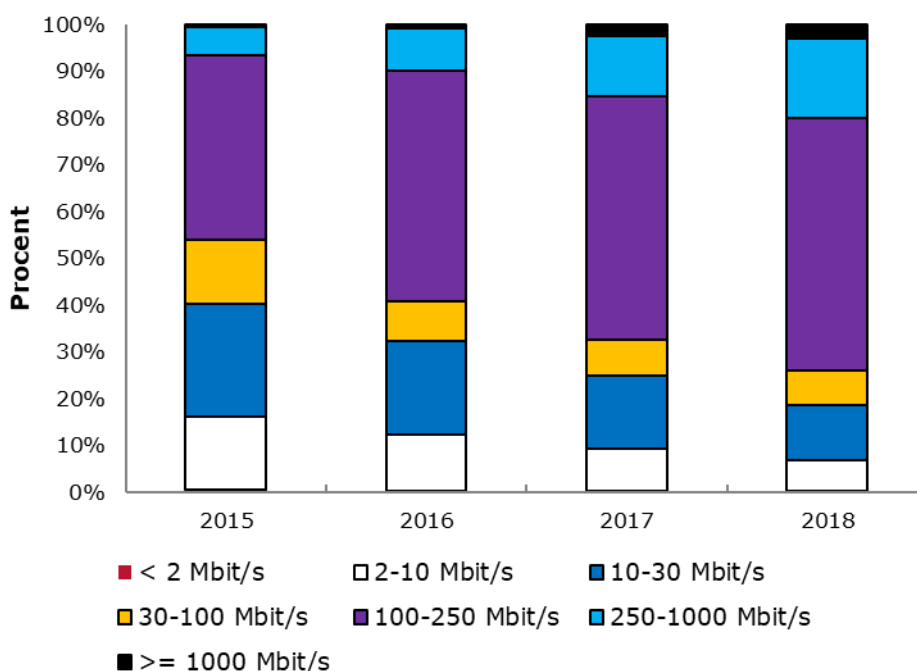


Abonnemang på 100 Mbit/s och på 1 Gbit/s nedströms ökade

Det fanns 2,9 miljoner abonnemang med nedladdningshastigheter på 100 Mbit/s eller mer vilket var en ökning med 13 procent. Tre fjärdedelar (74 %) av alla abonnemang i Sverige har 100 Mbit/s eller mer, vilket var en ökning från 67 procent. Abonnemang på 1 Gbit/s eller mer har också ökat. De var 28 procent fler än föregående år och uppgick till 123 000 abonnemang.

Antalet fiberabonnemang med en nedladdningshastighet på 100 Mbit/s eller mer uppgick till 2,4 miljoner (en ökning med 17 %) medan abonnemang via kabel-tv-nät med samma hastighet uppgick till 580 000, vilket var en ökning med 7 procent.

Figur 9 Andel abonnemang på fast bredband per hastighet



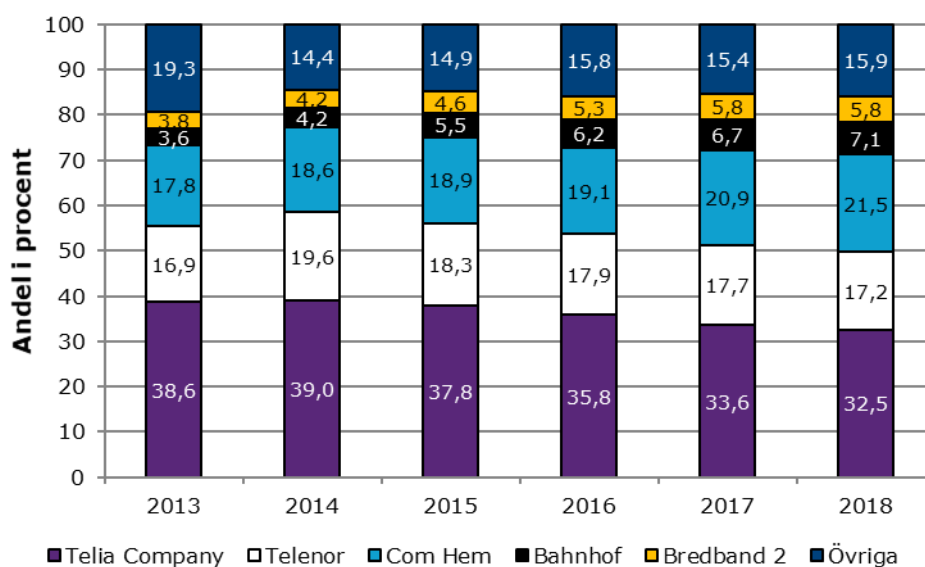
Uppströmshastigheter ökar också för abonnemang på fast bredband. Antalet abonnemang på fast bredband med en uppladdningshastighet på 100 Mbit/s eller mer ökade med 20 procent till 1,8 miljoner abonnemang.

Gruppanslutningar, nu vart femte av alla privata bredbandsabonnemang

Drygt 816 000 bredbandsabonnemang uppgavs vara gruppanslutningar, vilket var en ökning med 13 procent. Med gruppanslutningar avses aktiva, privata internetabonnemang som är tecknade med till exempel hyresvärdar, bostadsrättsföreningar, samfälligheter eller byalag istället för direkt med slutkunden. 22 procent av det totala antalet privata bredbandsabonnemang var gruppanslutningar. De tre största operatörerna Telia Company, Telenor och

Com Hem stod tillsammans för 71 procent av abonnemangen på fast bredband.

Figur 10 Andel abonnemang på fast bredband per aktör

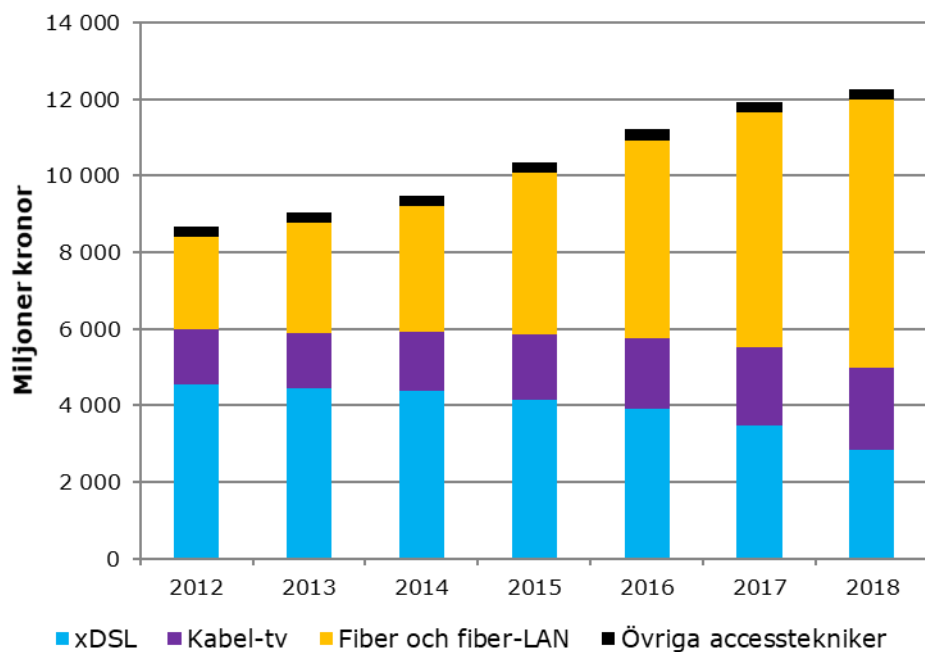


Intäkter från fast bredband ökade

Intäkterna från fasta bredbandsabonnemang uppgick till 12,3 miljarder under 2018. Det är 3 procent mer än föregående år. Intäkterna från uppringd anslutning var försumbara. Intäkterna från fiberabonnemang⁴ har ökat med 14 procent till 7,0 miljarder kronor. Intäkterna från kabel-tv-abonnemang ökade med 6 procent till 2,1 miljarder och samtidigt minskade intäkterna från xDSL-abonnemang med 18 procent till 2,9 miljarder kronor. Intäkter från övriga accesstekniker uppgick till 300 miljoner kronor.

⁴ PTS har estimerat Bahnhof's intäkter för bredbandsabonnemang via fiber för året 2015 – 2018 pga att Bahnhof missförstått frågan.

Figur 11 Intäkter från fast bredband

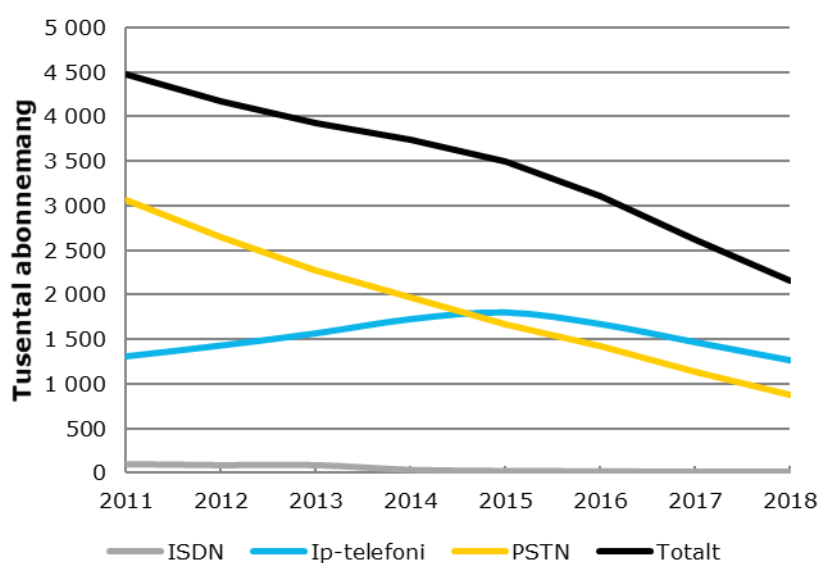


5 Abonnemang på fast telefoni

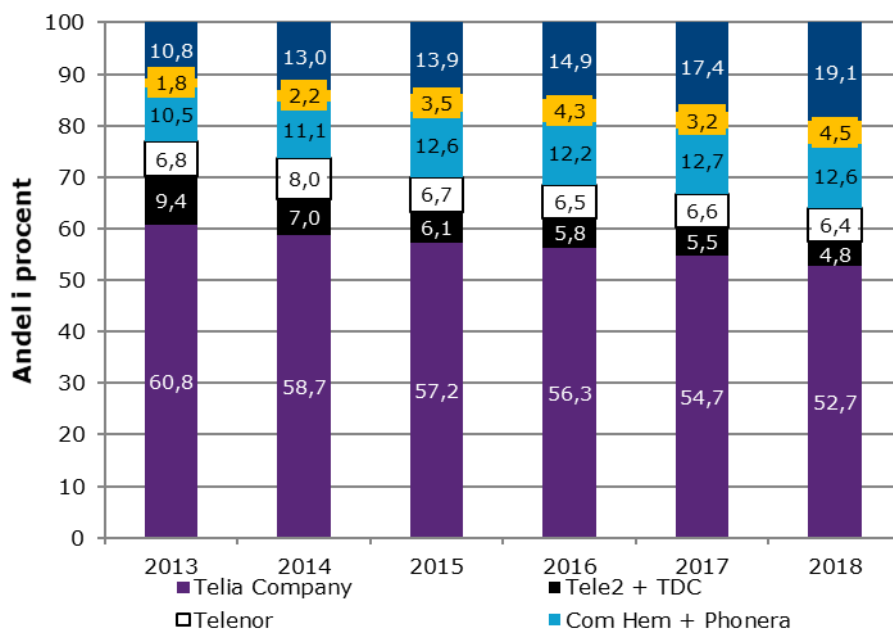
Abonnemang på fast telefoni minskade allt mer

Det fanns 2,2 miljoner abonnemang på fast telefoni, vilket var en minskning med 17 procent. Av dessa var 1,3 miljoner eller 59 procent, abonnemang på ip-telefoni (se figur 12 nedan). Antalet samtalsminuter från abonnemang på fast telefoni minskade med 14 procent till 5,7 miljarder minuter.

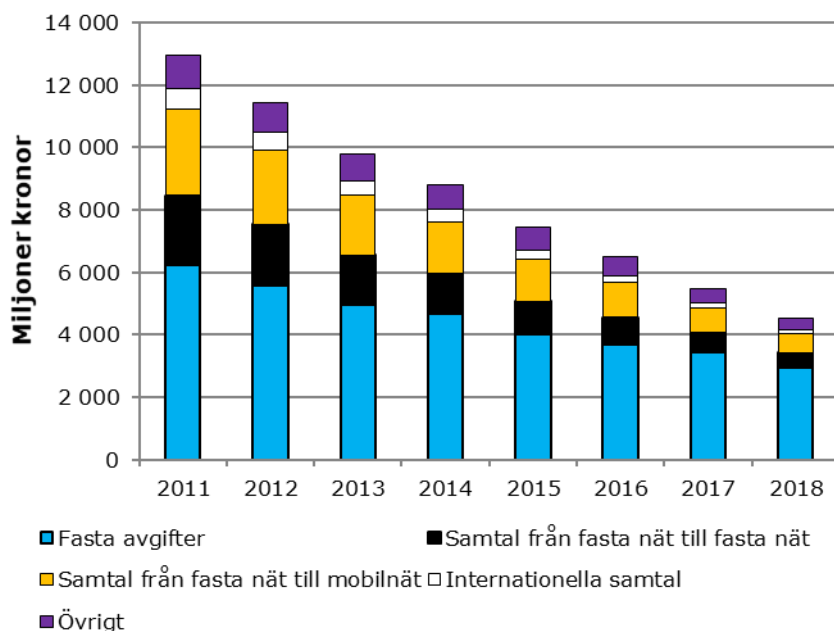
Figur 12 Antal abonnemang på fast telefoni



Telia Company hade störst marknadsandel sett till antal abonnemang på fast telefoni, 52,7 procent. Näst störst var Com Hem med 12,6 procent följt av Tele2 med 6,4 procent.

Figur 13 Andel abonnemang på fast telefoni per aktör**Intäkter från fast telefoni minskade**

Intäkter från fasta samtalstjänster (exklusive intäkter från uppringt internet) sjönk med 18 procent till 4,5 miljarder 2018.

Figur 14 Intäkter från fasta samtalstjänster

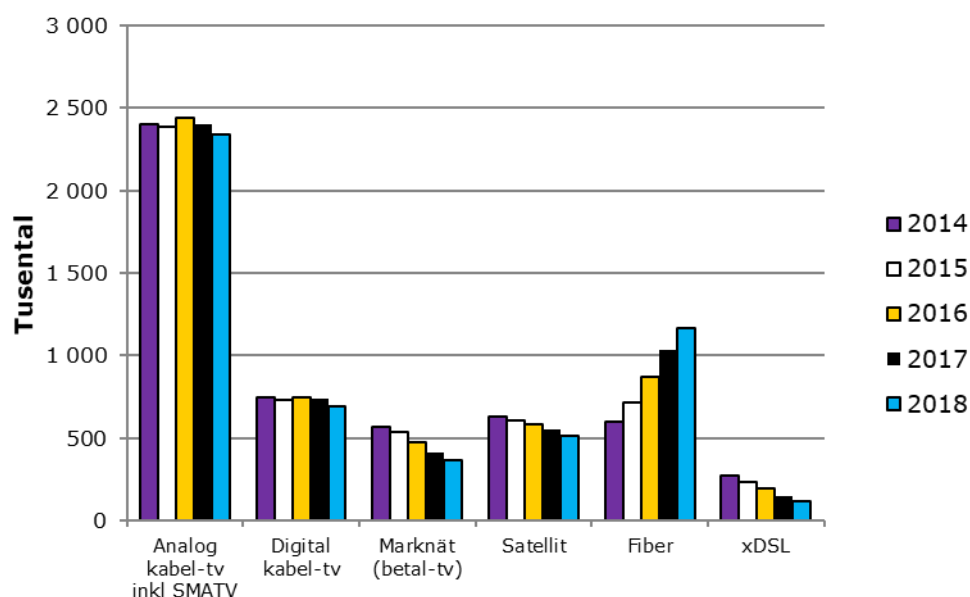
Under 2018 stod fasta avgifter för 66 procent av intäkterna från fast telefoni, vilket är 3 procentenheter mer än året innan. Intäkterna från ip-telefoni uppgick till 0,9 miljarder kronor under 2018, vilket är en minskning med 15 procent jämfört med föregående år. Ip-telefonins andel av intäkterna var 21 procent vilket är en ökning med knappt 1 procent jämfört med föregående år.

6 Traditionella betal-tv-abonnemang

Antalet tv-abonnemang börjar att minska

Det fanns 2,9 miljoner digitala betal-tv-abonnemang (via kabel-tv nät, satellit, marknätet eller bredband) vilket var 1 procent mindre än föregående år. Antalet abonnemang på tv via fiber ökade med 13 procent till 1,1 miljoner och fiber är den största distributionsplattformen för digitala betal tv-abonnemang. Alla övriga betal-tv abonnemang, det vill säga via kabel-tv nät, marknätet och satellit minskade (se figur 15 nedan). Antalet analoga kabel-tv-abonnemang (inklusive SMATV⁵) uppgick till 2,3 miljoner, vilket var en minskning med 3 procent. Många hushåll i flerfamiljshus har ett analogt kabel-tv-abonnemang som ingår i hyran och dessutom ett digitalt abonnemang. Abonnemangen via SMATV-nät estimerades till knappt 190 000, vilket var en minskning med 13 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Figur 15 Antal betal-tv-abonnemang



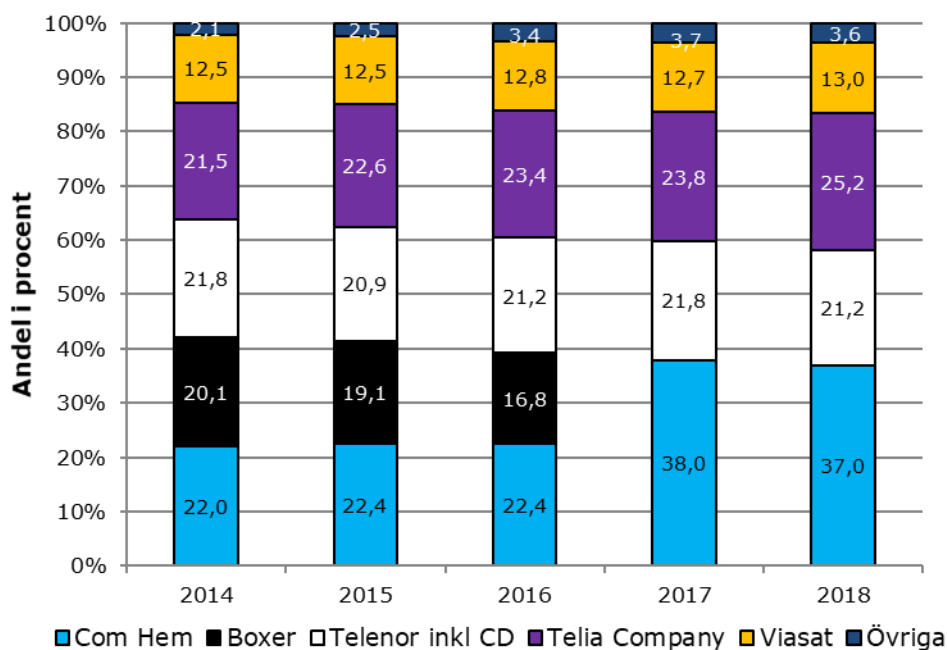
I Svensk telekommarknad ingår tv-abonnemang via marknätet där hushållet *betalar* för ett abonnemang. Hushåll kan även ta emot tv via det digitala marknätet *utan att betala* för abonnemang. Hushållet kan då endast se på vissa

⁵ Satellite Master Antenna Television (SMATV) är ett fristående kabel-tv-nät där flera hushåll delar en mottagare.

kanaler, här kallat fri-tv kanaler i marknätet (SVT:s kanaler samt TV4 och TV6). 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. På uppdrag av PTS har en undersökning genomförts om hushållens användning av fri-tv.⁶ Resultatet visar att av 1893 genomförda intervjuer har 158 personer uppgett att de enbart har fri-tv i sin ordinarie bostad, vilket motsvarar 8,3 procent och det är en oförändrad andel jämfört med 2017 års mätning (8,3 %).

Andelarna för digitala tv-tjänster baseras på antalet betal-tv-abbonemang fördelat på digitala distributionssätt. De fem största aktörerna, Com Hem inklusive Boxer, Telenor, Telia Company och Viasat⁷ svarade tillsammans för 96,4 procent av abonnemangen, vilket var på samma nivå jämfört med föregående år.

Figur 16 Andel betal-tv-abbonemang per aktör



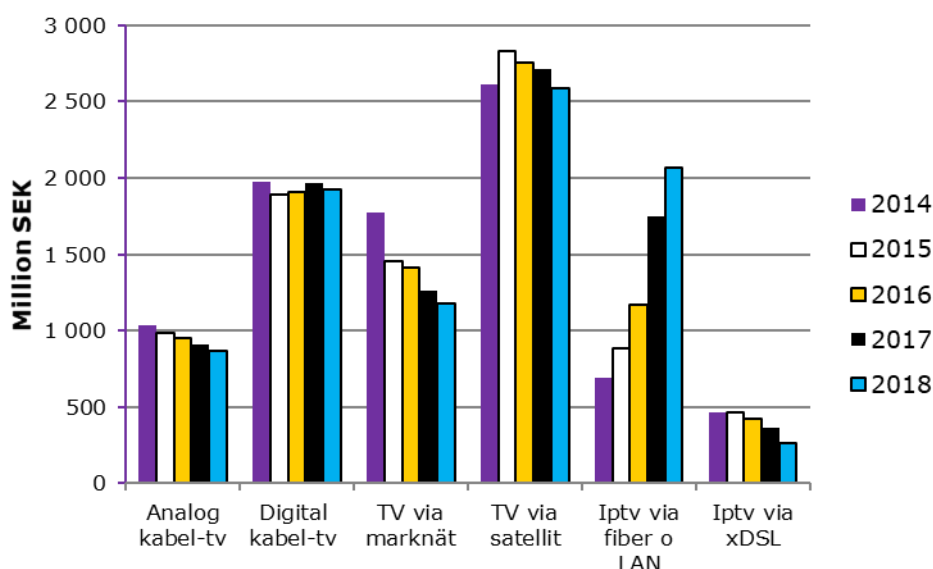
⁶ <https://statistik.pts.se/undersokning-om-fri-tv/>

⁷ Viasat har i undersökningen första halvåret 2018 angett nytt namn: Nordic Entertainment Group Sweden AB

Intäkter från tv-abonnemang minskade

De totala intäkterna från tv-tjänster för grund- och tilläggsabonnemang uppgick till 10,1 miljarder kronor den sista december 2018, vilket är en minskning med 1 procent jämfört med ett år tidigare. Den totala genomsnittliga intäkten som ett hushåll genererade per månad 2018 för tv-tjänster var 180 kronor, vilket var 5 kronor lägre än föregående år. Intäkterna från grundabonnemang⁸ uppgick till 8,6 miljarder kronor vilket var 1 procent mindre än föregående år. Från 2012 har intäkter på grundabonnemang legat på samma nivå.

Figur 17 Intäkter från traditionella tv-abonnemang



De inrapporterade intäkterna från tilläggsabonnemang minskade med 5 procent och uppgick till 1,2 miljarder kronor. Från och med 2016 ingår inte transaktionsbaserade VOD⁹ (video-on-demand) och pay-per-view¹⁰, och därför är intäkterna för tilläggsabonnemang före och efter 2016 inte helt jämförbara. VOD och PPV har tagits bort eftersom i dessa intäkter ingår inte intäkter från samtliga aktörer som tillhandahåller VOD-tjänster på marknaden utan endast från de aktörer som svarar på Svensk telekommärnad.

⁸ För åren 2009 till 2014 är intäkter på tv-tjänster via marknätet för både grund- och tilläggs paket rapporterade på grundpaket då de inte kunde fördelas. Det innebär att för dessa år är intäkter på grundabonnemang något för höga medan tilläggs paketen är något för låga.

⁹ VOD innebär att man distribuerar filmer/tv-program till tittare i det ögonblick tittaren vill se.

¹⁰ Pay-per-view innebär att man betalar för tidsbegränsad visning av en enskild film/ TV-program.

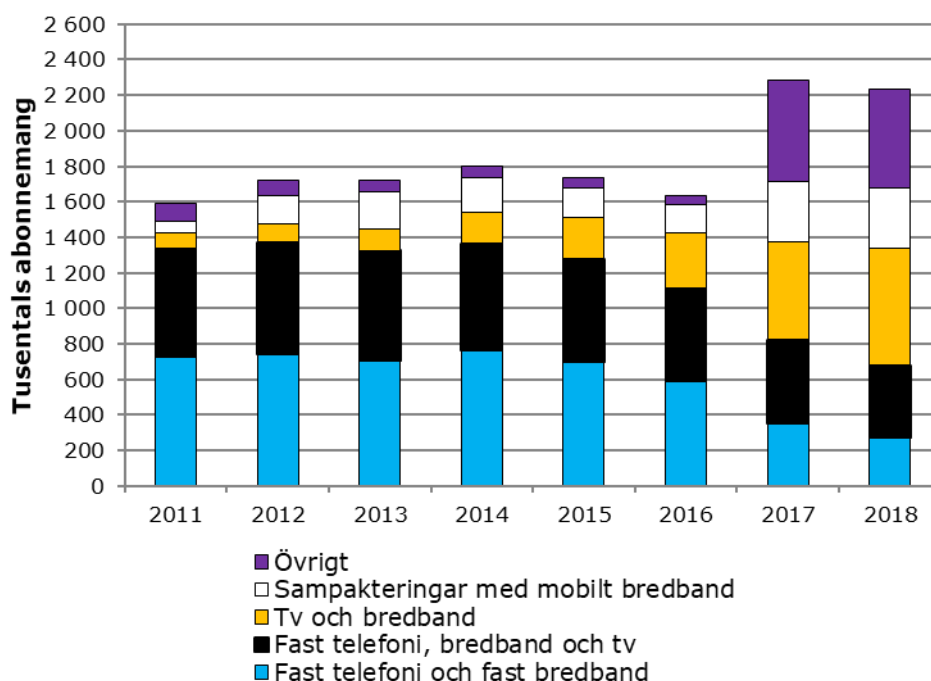
7 Sampaketerade abonnemang

Sampaketerade abonnemang

Antalet sampaketerade abonnemang var 2,2 miljoner, vilket var 2 procent lägre än vid samma tidpunkt föregående år. Även om antalet sampaketerade abonnemang minskade jämfört med 2017, så är antalet fortsatt betydligt högre än under perioden innan 2017. Ökningen 2017 beror främst på att definitionen på sampaketart abonnemang ändrades och att Telia Company rapporterade 650 000 fler sampaketeringar än föregående år.¹¹ Bolaget har angett att definitionsändringen påverkat rapporteringen.

Telia Company, Com Hem, Telenor och Tre hade tillsammans 94 procent av de sampaketerade abonnemangen.

Figur 18 Antal sampaketerade abonnemang



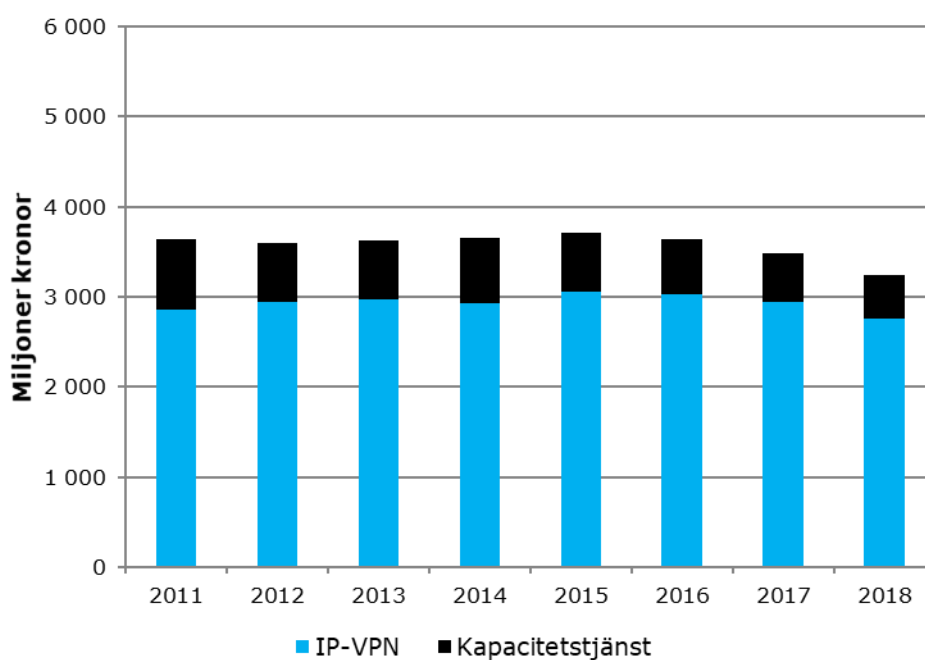
¹¹ Definitionen i tidigare undersökningar var ”abonnemang som erbjuds och marknadsförs som ett erbjudande eller med en prislista för de sampaketerade tjänsterna”. I undersökningar från och med 2017 ingick även ”tjänster som inte marknadsförs tillsammans som ett särskilt erbjudande exempelvis där en slutkund köper två eller fler tjänster separat, kan vara vid olika tillfällen”.

8 Datakommunikationstjänster till slutkund

Datakommunikationstjänster avser här datatjänster som används för att förbinda t.ex. större företags och myndigheters verksamhetsställen och olika ip-baserade system med varandra. De totala intäkterna från datakommunikationstjänster till slutkund var ca 3,24 miljarder kronor under 2018, en minskning med 7 procent jämfört med 2017.

Mellan 2017 och 2018 minskade intäkterna från IP-VPN-tjänster med 6 procent till 2,75 miljarder kronor, medan intäkterna från kapacitetstjänster till slutkunder minskade med drygt 10 procent, till 486 miljoner kronor. Intäkter från försäljning av kapacitetstjänster till operatörer (grossistkunder) ingår dock inte i dessa siffror.

Figur 19 Intäkter från datakommunikations tjänster till slutkund

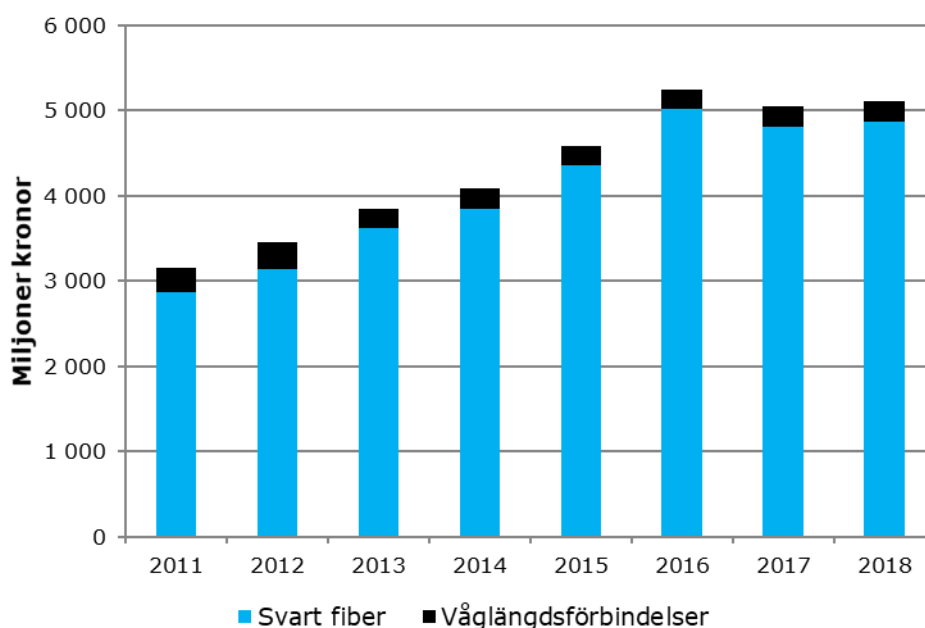


9 Svartfiber och våglängder

Med svartfiber avses uthyrda fiberledningar utan elektronisk utrustning. Svartfiber säljs oftast till grossistkunder men i vissa fall även till slutkunder, exempelvis större företag eller myndigheter. Intäkterna från svartfiberförbindelser ökade med 1 procent, från 4,82 miljarder kronor till 4,87 miljarder kronor, mellan 2017 och 2018.

Det optiska ljuset i en fiber kan delas in i våglängder så att varje våglängd fungerar som en kanal. Våglängder köps, liksom svartfiber, huvudsakligen av grossistkunder. Under 2018 var intäkterna från våglängdsförbindelser 248 miljoner kronor, en ökning med 8 procent jämfört med föregående år.

Figur 20 Intäkter från svartfiber och våglängder



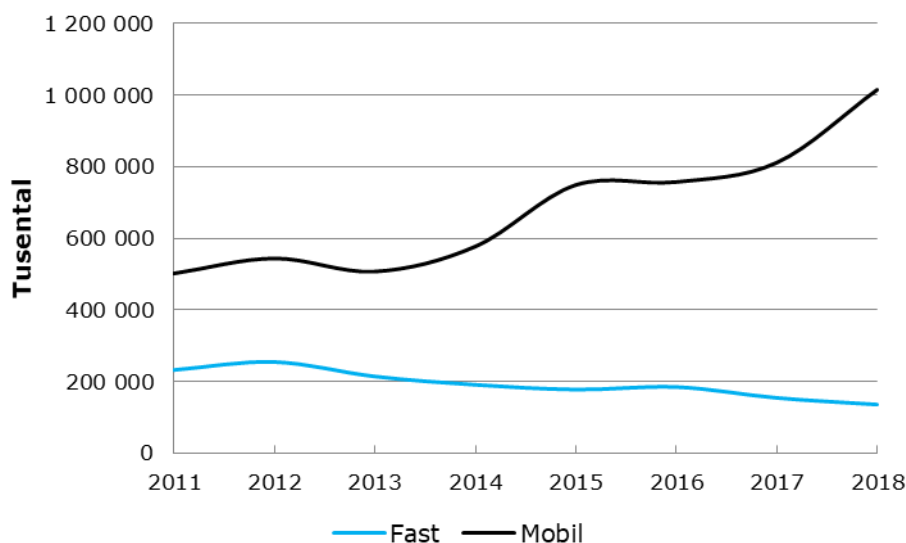
10 Nummerporteringar

Uppgifterna om nummerporteringar som kommer från Swedish Number Portability Administrative Center (SNPAC)¹².

Antalet mobilnummer som porterats uppgick till 1 189 000 den sista december 2018 vilket är en ökning med 31 procent. Antalet porteringstillfällen avseende mobilnummer uppgick till totalt 1 015 000 i Sverige, vilket är en ökning med 25 procent. De utgjorde 7 procent av det totala antalet mobilabonnemang.

Antalet porterade fasta nummer ingår inte i SNPACs statistik. Därför redovisas nedan antalet *porteringstillfällen*, som ligger lägre än antalet porterade telefonnummer. Antalet porteringstillfällen avseende fasta (geografiska) telefonnummer uppgick till totalt 137 000 i Sverige, vilket är en minskning med 12 procent. De utgjorde 6 procent av det totala antalet fasta telefoniabonnemang.

Figur 21 Antal porteringar av mobila och fasta telefonnummer



¹² <https://www.snpac.se/?q=sv/content/statistik>

11 Om undersökningen

Post- och telestyrelsen (PTS) har i uppdrag att följa tjänsteutvecklingen på marknaden för elektronisk kommunikation, att främja konkurrensen inom denna marknad och att bedriva informationsverksamhet riktad till konsumenterna. Som en del av dessa uppdrag arbetar PTS med att samla in och publicera marknadsdata som redovisas i rapporten, Svensk telekommarknad. Underlaget används även i PTS arbete med analyser inom myndighetens ansvarsområden.

Svensk telekommarknad är Sveriges viktigaste operatörsundersökningar om abonnemang, intäkter och datatrafik inom områdena bredband (fast och mobilt), samtal (fasta och mobila) och traditionella tv-tjänster.

Undersökningen görs två gånger per år, första halvåret och helåret. Denna rapport avser helåret 2018 och är liksom tidigare år baserad på PTS egen datainsamling. Statistiken har samlats in med hjälp av en webbaserad enkät. Urvalet för Svensk telekommarknad baseras dels på tidigare års urval av aktörer, dels aktörer som är anmälda till PTS enligt lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation (LEK). Undersökningen skickas ut till 606 aktörer (operatörer, kommuner och andra aktörer). Uppgiftslämnarplikt råder för samtliga tillfrågade. Av 606 aktörer svarade 586 vilket ger en svarsfrekvens på 97 procent. Antalet aktörer som deltar i undersökningen ökar årligen.

Insamling och justering av operatörsdata fortsätter dock även efter att rapporten Svensk telekommarknad har publicerats, vilket gör att PTS databas för operatörsstatistik kontinuerligt uppdateras.

Alla sifferuppgifter avser förhållandet per den 31 december 2018, och jämförelser görs med samma tidpunkt 2017 om inget annat anges.

Vill du veta mer?

På PTS statistikportal (<http://statistik.pts.se/>), kan du söka och sortera statistik om de olika områdena. Där finns även data och marknadsandelar för enskilda aktörer tillgängligt.

Mer information finns på statistikportalen samt i bilagorna:

- tabeller med statistik
- kvalitetsdeklaration,
- förändringslogg med historiska ändringar,
- deltagarförteckning.