

Vår referens: Dnr.25-8102

Kvalitetsdeklaration och definitioner: Svensk telekommarknad första halvåret 2025

Statistikområde: Elektronisk kommunikation

Referenstid: Första halvåret 2025

Ansvarig myndighet: Post- och telestyrelsen

Kvalitetsdeklaration

Definitioner

Innehållsförteckning

1.	Kvalitetsdeklaration statistikens kvalitet	4
1.1	Relevans.....	4
1.2	Statistikanvändares informationsbehov	4
1.3	Statistikens innehåll	5
2.	Tillförlitlighet.....	6
2.1	Tillförlitlighet totalt.....	6
2.2	Osäkerhetskällor	7
3.	Aktualitet.....	11
3.1	Framställningstid	11
3.2	Frekvens	11
3.3	Punktlighet.....	11
4.	Tillgänglighet och tydlighet	12
4.1	Tillgång till statistiken	12
4.2	Möjlighet till ytterligare statistik.....	12
4.3	Presentation och Dokumentation	12
5.	Jämförbarhet och sammanvändbarhet	13
5.1	Jämförbarhet över tiden	13
5.2	Jämförbarhet mellan grupper	13
5.3	Sammanvändbarhet med annan statistik	13
6.	Definitioner och estimeringar.....	15
6.1	Aktivt abonnemang.....	16
6.2	Privatkund och företagskund	16
6.3	Hushåll.....	17
6.4	Ändring av definition sampaketering.....	17

6.5	Estimering av ip-telefoni samtalsminuter	17
6.6	Estimering av SMATV	17
6.7	Genomsnittsberäkningar	17

1. Kvalitetsdeklaration statistikens kvalitet

1.1 Relevans

Svensk telekommarknad är en datainsamling som genomförs två gånger per år och denna undersökning avser första halvåret 2025. Det som beräknas och redovisas i statistiken är främst totalsummor, andelar och antal. Data presenteras i följande grupper: mobilabonnemang och fast bredband. Dessutom ingår följande grupper i undersökningen som görs för helåret fast telefoni, traditionell betal-tv, sampaketerade tjänster, samtrafik, grossistintäkter och kanalisation. Variabler som undersöks är framförallt antal abonnemang och intäkter.

Redovisning fördelat på privat- respektive företagskunder förekommer, liksom fördelning på grossist- respektive slutkundsmarknad.

Resultaten presenteras i en databas och i tabeller på en statistikportal (www.statistik.pts.se). Sedan första halvåret 2022 redovisas inte resultaten i en rapport.

1.1.1 Ändamål och syfte

Syftet med undersökningen är att PTS ska få in uppgifter till Svensk telemarknad som avser att bidra till ökad kunskap om marknaden för elektronisk kommunikation i Sverige. Syftet är därutöver att PTS ska få in uppgifter som ska ligga till grund för de marknadsanalyser som PTS är skyldig att genomföra och eventuella beslut om betydande marknadsinflytande (SMP), PTS eventuella beslut rörande samhällsomfattande tjänster (SOT) samt avgiften för den anmälningspliktiga verksamheten.

1.2 Statistikanvändares informationsbehov

Huvudsaklig användare är PTS för olika analyser som kan ingå i underlagen till olika analyser så som marknadsinflytande (SMP) samt beräkning av avgiften för den anmälningspliktiga verksamheten.

Statistiken används av departement, olika myndigheter och svenskt näringsliv. Utredare och forskare är en annan grupp som kan utnyttja uppgifterna som samlas in. Även media, branschorganisationer, enskilda företag och organisationer samt allmänheten är användare av statistiken.

1.3 Statistikens innehåll

1.3.1 Objekt och population

Målpopulationen utgörs av företag och andra aktörer som har bedrivit verksamhet på marknaden för elektronisk kommunikation i Sverige under den aktuella perioden.

Rampopulationen består av de företag som anmält till PTS att de avser att bedriva televerksamhet enligt Lagen om elektronisk kommunikation, LEK, 2 kap 1 §. Anmälningsspliktiga företag tillhandahålls av PTS i ett register. Utöver dessa tillkommer ett antal företag inom marknaden för broadcasting samt ett antal offentliga aktörer. Se vidare avsnitt om Urval.

Deltagarförteckning inklusive inom vilka områden deltagarna har angett att de är verksamma inom samt om det har bytt namn finns under Dokument på PTS statistikportal <http://www.statistik.pts.se/>

1.3.2 Variabler

Datainsamlingen omfattar främst variabler avseende:

- Abonnemang (antal och typ och hastighet)
- Samtalstrafikvolym (antal minuter och samtal fördelat på trafikslag)
- Datatrafikvolym (Mbyte)
- Intäkter (kronor)
- Marknadsandelar (procent baserat på antal abonnemang)

Frågorna i enkäten har under åren anpassats (i möjligaste mån) respektive ersatts eller nya har lagts till beroende på den tekniska utvecklingen. Detta leder då till att frågornas svar, dvs definitionen på variablerna i vissa fall ändrats över tiden. Definitioner finns i kapitel 6 samt i fotnoter i tabellerna.

Uppgifterna redovisas i vissa fall uppdelat på privat- respektive företagskunder.

1.3.3 Statistiska mått

Insamlade data redovisas i:

- antal abonnemang
- antal samtal
- kronor (tusental)
- byte
- bit/s
- minuter

- genomsnitt per abonnemang
- procent beräknat på antal abonnemang

Det som beräknas och redovisas i statistiken är totalsummor, andelar och antal. Alla mått redovisas efter redovisningsgrupperna samt efter privat och företag.

1.3.4 Redovisningsgrupper

Data presenteras i följande grupper:

- mobilabonnemang
 - mobila samtals- och datatjänster
 - mobilt bredband
- fast bredband

I datainsamlingen på helåret samlas dessutom följande grupper in:

- fast telefoni
- traditionell betal-tv
- sampaketerade tjänster
- samtrafik i fasta respektive mobila nät
- svartfiber
- datakommunikationstjänster
- kanalisation

Redovisning fördelat på privat- respektive företagskunder förekommer, liksom fördelning på grossist- respektive slutkundsmarknad.

1.3.5 Referenstider

De statistiska målstorheterna hänför sig till 1 januari till 30 juni 2025.

2. Tillförlitlighet

2.1 Tillförlitlighet totalt

Tillförlitligheten bedöms sammantaget vara god för variablerna i undersökningen. De osäkerhetskällor som bedöms ha störst betydelse för tillförlitligheten i undersökningen är urval, bortfall och mätfel.

2.2 Osäkerhetskällor

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

2.2.1 Urval

Undersökningen görs två gånger per år, första halvåret och helåret. Denna kvalitetsrapport avser första halvåret.

Svensk telekommarknad helårsundersökning: Undersökningen skickas ut till samtliga aktörer som finns anmälda hos PTS (drygt 650) och är en totalundersökning och har därför mycket lågt osäkerhetsmått avseende urval. Dock kan rampopulationen vara mindre än målpopulationen, det är dock en osäkerhet som får anses vara liten då PTS registerkvalitet generellt bedöms som god.

Svensk telekommarknad för första halvåret: För att minska uppgiftslämnarbördan omfattar halvårsundersökningen endast de största aktörerna, men målsättningen är trots det att fånga minst 95 % av abonnemangen på mobilabonnemang och bredbandsabonnemang. Dessa aktörers andel av marknaden redovisas i tabellen nedan. De aktörer som inte tillfrågas i halvårsundersökningen skattas genom att använda föregående helårsundersöknings värden. Urvalet i undersökningen för första halvåret 2025 omfattade 34 aktörer (operatörer, kommuner och andra aktörer).

2.2.1.1 Urval i detalj

Relevanta frågor i Svensk telekommarknad 2024 för urvalet:

- Fråga 11: Antal aktiva abonnemang [1] på mobil telefoni och mobil data
- Fråga 14: Totala intäkter (tusentals kronor) från slutkund för mobila samtals- och datatjänster
- Fråga 18: Intäkter, trafik och antal SIM-kort för M2M och IoT
- Fråga 24: Antal aktiva abonnemang [1] på internetjänst (access) fördelat per accessform och hastighet
- Fråga 27: Intäkter (tusentals kronor) från slutkund för aktiva abonnemang [6] till internetjänst (access)

De största aktörer som tillsammans uppnår 95% av totalen på relevanta frågor och dessutom:

- de största aktörer som tillsammans uppnår 95% av "privat" på relevanta frågor

2.2.2 Ramtäckning

Rampopulationen består av de företag som anmält till PTS att de avser att bedriva televerksamhet enligt Lagen om elektronisk kommunikation, LEK, 2 kap 1 §. Se 1.3.1.

Övertäckning består av nedlagda och fusionerade företag. Undertäckning består av företag som är verksamma inom televerksamhet men ännu inte rapporterat in detta till PTS. Under- och övertäckningen uppstår på grund av en viss eftersläpning i inrapportering till PTS av förändringar i företags- och aktörspopulationen.

I undersökningen STM första halvåret 2025 har det inte förekommit ägarförändringar som påverkar urvalsgruppen. För mer information se deltagarförteckningen.

Generellt bedöms täckningen vara god.

2.2.3 Mätfel

Mätfel uppkommer på grund av att frågor och definitioner missuppfattas och att alltför grova uppskattningar lämnas. Detta kan också bero på exakta värdet inte går att ta fram ur företagets redovisning. I dessa fall uppmanas uppgiftslämnare att göra en estimering och ange detta.

Om det finns systematik i mätfelen uppkommer skevhet i materialet, exempelvis om många företag missuppfattar en fråga på samma sätt eller om företag som har en viss egenskap, uteblir med svar på en fråga som inte upplevs aktuell. Mätfel reduceras delvis genom att data för olika storheter kontrolleras av PTS mot varandra i syfte att identifiera avvikande uppgifter.

Undersökningen genomförs som en webbenkät. Om respondenten önskar finns även frågorna i en Excellfil för att underlätta rapporteringen.

För att underlätta för uppgiftslämnarna finns definitioner av begreppen tillgängliga i formuläret. Uppgiftslämnare kan också kontakta PTS för ytterligare hjälp.

Mätfelen bedöms vara låga eftersom PTS kontaktar (främst per mail och i vissa fall telefon) företaget eller aktören för att förmå företaget att svara på den aktuella frågan om en uppgift saknas eller inte förefaller rimlig.

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

Korrigerings av historiska uppgifter: Insamlingen av operatörsdata fortsätter även efter publiceringstillfället vilket gör att PTS databas för operatörsstatistik kontinuerligt förbättras. Den historiska statistiken revideras i takt med att PTS får in korrigeringar och ytterligare information. Några aktörer har korrigerat sina historiska värden i samband med rapporteringen av data. 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). Dessa korrigeringar finns uppdaterade i dataunderlagen på statistikportalen under ”Förändringslogg”. Vid korrigeringar av historiska data har PTS kontakt med uppgiftslämnaren.

2.2.4 Bortfall

Det finns två typer av bortfall: objektsbortfall och partiellt bortfall.

Objektsbortfall utgörs av företag som inte besvarar frågeformuläret, medan partiellt bortfall innebär att ett företag svarar på delar av enkäten men hoppar över en eller flera uppgifter. Datainsamlingarna Svensk telekommarknad har en hög svarsfrekvens.

Undersökningen Svensk telekommarknad första halvåret 2025 skickades ut till 34 aktörer (operatörer, kommuner och andra aktörer). Samtliga 34 företag och andra aktörer svarade.

Svarsfrekvensen i Svensk telekommarknad helåret 2024 var 96 procent. Det var 650 företag eller andra aktörer som svarade.

Uppgiftslämnarplikt råder för alla objekt i urvalet och alla frågor är obligatoriska. PTS har rätt att vitesförelägga företag som utan giltigt skäl inte inkommer med svar.

För att reducera svarsbortfall används skriftliga påminnelser per e-post och telefonpåminnelser. Företag med stor omsättning och/eller många abonnemang var prioriterade i påminnelsearbetet.

I halvårs-undersökningen görs en skattning av abonnemang, trafik eller intäkter för de aktörer som inte svarat på enkäten (se Urval halvårsundersökning). I tabellen nedan redovisas antal aktörer som svarat per område, samt den skattade andelen. Den skattade andelen uppgår maximalt till 5 procent, se urval.

Tabell 1 Antal inkomna svar per område

Område	Antal svarande aktörer per område
Mobilabonnemang	8
Fast bredband	26
Totalt antal svarande	34

Partiellt bortfall är mycket lågt eftersom PTS kontakter (främst per mail och i vissa fall telefon) företaget eller aktören för att förmå företaget att svara på den aktuella frågan om en uppgift saknas eller inte förefaller rimlig.

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.

2.2.5 Bearbetning

Bearbetningsfel kan uppstå vid dataöverföring, beräkningar, granskning eller liknande. Bearbetningsfelets inverkan på tillförlitligheten bedöms som liten då antalet beräkningar är få och enkla.

2.2.6 Modellantagande

Sedan år första halvåret 2010 är undersökningarna för första halvåret inte längre ställd till samtliga objekt utan ett urval i rampopulationen. Detta urval omfattar de största aktörerna, men målsättningen är trots det att fånga minst 95 % av abonnemangen på mobilabonnemang och bredbandsabonnemang.

Halvårsenkäten innehåller färre frågor än helårsenkäten, det vill säga färre variabler.

3. Aktualitet

3.1 Framställningstid

Insamlingen genomförs under fyra månader, påbörjas i juli och avslutas i oktober. Publicering sker cirka en månad efter att datainsamlingen avslutats.

3.2 Frekvens

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

3.3 Punktlighet

Publicering har skett enligt plan under kvartal fyra (andra hälften av november), vilket är inom 6 månader efter undersökningens start.

4. Tillgänglighet och tydlighet

4.1 Tillgång till statistiken

Resultatet från datainsamlingen presenteras på en statistikportal i form av tabeller. Svensk telekommarknad har en egen sida på pts.se där statistiken publiceras och finns allmänt tillgängligt <http://statistik.pts.se/>.

Statistikportalen finns även publicerad på engelska.

4.2 Möjlighet till ytterligare statistik

På statistikportalen publicerar PTS statistik rörande slutkundsmarknader och en del av uppgifterna rörande grossistmarknader. Ytterligare statistik kan oftast lämnas ut till allmänheten efter förfrågan.

4.3 Presentation och Dokumentation

Statistiken publiceras i vissa fasta tabeller och på statistikportalen som är en databas. Detta dokument representerar den kvalitetsdokumentation som PTS gör.

5. Jämförbarhet och sam användbarhet

5.1 Jämförbarhet över tiden

De flesta variabler publiceras i tidserier och kan jämföras över tid. För detaljerad information om brott i tidsserier, omformulerade intervaller osv. se publicerade tabeller och fotnoter i tabellerna på PTS statistikportal (www.statistik.pts.se)

5.2 Jämförbarhet mellan grupper

Jämförbarhet mellan olika grupper i populationen är mycket god.

5.3 Sam användbarhet med annan statistik

Från 2003 samarbetar PTS och Trafikanalys vilket leder till att statistik redovisad av både PTS och Trafikanalys kan sam användas från 2003. För tidigare årgångar kan vissa skillnader till följd av separata statistikbearbetningar förekomma.

5.3.1 Allmänna uppgifter

5.3.1.1 Klassificering

Svensk telekommarknad helår ingår inte i Sveriges Officiella statistik (SOS). Men statistiken från undersökningen avseende helår ingår i Trafikanalys rapport Televerksamhet som är officiell statistik. <https://www.trafa.se/post--och-televerksamhet/televerksamhet/>

5.3.1.2 Sekretess

PTS har möjlighet att med stöd av 30 kap. 23 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400), 9 § offentlighets- och sekretessförordningen (2009:641) och punkten 99 i bilagan till nämnda förordning besluta att inkomna uppgifter som av PTS bedöms vara affärsmässigt känsliga inte ska lämnas ut till den som begär att så ska ske.

Av bestämmelserna framgår dock att uppgifter avseende affärs- eller driftsförhållanden presumeras vara offentliga, dvs. utgångspunkten är att dylika uppgifter inte omfattas av sekretess. Om det kan antas att den enskilde lider ekonomisk skada om uppgifterna lämnas ut eller annars offentliggörs omfattas de dock av sekretess. Sådana uppgifter som typiskt sett anses falla under sekretess är t.ex. uppgifter om förvärv, överlåtelser, verksamhetsriktlinjer, marknadsplaneringar,

prissättningskalkyler och planer rörande reklamkampanjer, det vill säga inte den typ av uppgifter som efterfrågas i detta frågeformulär.

PTS har för avsikt att publicera uppgifter hänförliga till enskilda operatörer (se mer under Publicering av uppgifter). Om uppgiftslämnaren anser att en viss uppgift innehåller affärskänsliga uppgifter och inte ska publiceras eller lämnas ut bör skälen för detta anges till PTS i samband med inlämnandet av uppgiften (varför ekonomisk skada uppstår vid offentliggörande av uppgiften). Det är emellertid PTS som i varje enskilt fall avgör om uppgiften är sådan att den omfattas av sekretess.

Möjligheten till sekretess gäller för samtliga uppgifter som insamlas i detta frågeformulär.

5.3.1.3 *Bevarande*

Uppgifterna bevaras ordnat hos PTS.

5.3.1.4 *Uppgiftsskyldighet*

För samtliga frågor i enkäten föreligger uppgiftsskyldighet gentemot PTS enligt 10 kap. 1 § lagen (2022:482) om elektronisk kommunikation (LEK).

5.3.1.5 *Internationell rapportering*

Undersökningen är inte EU-reglerad. Men PTS ska lämna uppgifter till EU kommissionen om flera av variablerna i undersökningen två gånger per år.

5.3.1.6 *Historik*

Undersökningen görs av PTS sedan 1999 och utkommer två gånger per år (en rapport om föregående helår som publiceras i maj och statistikpublicering för det första halvåret som publiceras i november). I några fall finns statistik ända från 1992.

Några frågor finns kvar sedan starten men flera har tillkommit under åren eller ändrats något. Se tabeller med statistiken och fotnoter på statistikportalen.

5.3.1.7 *Kontaktuppgifter*

Analysavdelningen, Enheten för Marknadsanalys, e-komstat@pts.se

6. Definitioner och estimeringar

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

Svensk telekommarknad baseras på en datainsamling där frågor ställts till operatörer och andra aktörer. I detta frågeformulär används definitioner som ligger till grund för rapporten och dessa definitioner revideras kontinuerligt så att de är i fas med utvecklingen på marknaden. Även indelningen av de enskilda delmarknaderna kan ändras från år till år. Sedan 2003 tas även hänsyn till PTS behov av uppgifter för att genomföra marknadsanalyser och besluta om någon operatör har betydande marknadsinflytande. Trots dessa förändringar går det fortfarande i stor utsträckning att jämföra statistiken med den i tidigare rapporter.

Nedan är några termer definierade som används på flera ställen i rapporten. Termerna är definierade i mer i detalj frågeformuläret, se detta för mer information. mer detaljer.

Tabell 2 Definitioner

Fast internetanslutning	Uppringd- och bredbandsanslutning
Uppringd anslutning	PSTN, ISDN
Bredbandsanslutning	Internetanslutning med hög hastighet. Innefattar digital anslutning via fast bredband (fiber, fiber-LAN, kabel-tv-nät, xDSL, fast radio och satellit) och mobilt bredband.
Mobilt bredband	Internetanslutning med hög hastighet som använder mobilnäten. Innefattar de tekniska standarderna CDMA2000, UMTS HSPA, LTE och 5G.
Mobilt bredband, endast data	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.
Mobilabonnemang med både samtal och data	Avser ett mobilabonnemang med både samtals- och datatjänst. Här avses abonnemang med data oavsett mängd. Oftast köps data och röst tillsammans. I praktiken används dessa abonnemang mest för smarta mobiltelefoner.
Mobilabonnemang	Mobilabonnemang med eller utan samtalstjänst samt med eller utan datatjänst.
Fast radio	Radiolänk. Punkt-till-punkt-förbindelse.

6.1 Aktivt abonnemang

För att ett abonnemang ska anses som aktivt ska det ha fyllts på (kontantkort), eller genererat (utgående eller inkommande) trafik (minuter eller data) under det senaste kvartalet i perioden.

6.2 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.

6.3 Hushåll

Från och med 2016 har Statistiska centralbyrån (SCB) ändrat sin metod för insamling av hushållsstatistiken. I samband med det reviderades även tidigare 2011 publicerad hushållsstatistik för åren 2011 - 2015. Antalet hushåll före 2011 baseras på SCB:s tidigare publicerade statistik som inte är helt jämförbar med senare år. Antalet hushåll för helår baseras på SCB:s statistik från 31 december respektive år. Antalet för halvår avser SCB:s uppgifter för föregående helår eftersom hushållsstatistiken endast uppdateras en gång per år.

6.4 Ändring av definition sampaketering

Definitionen av sampaketering har ändrats 2017 och 2019. Se frågeformuleringen på respektive år. Dessa variabler kan därför inte jämföras under dessa år.

6.5 Estimering av ip-telefoni samtalsminuter

Några operatörer har liksom tidigare år uppskattat antalet samtalsminuter från ip-telefoni och totalen är därför till viss del estimerad av aktörerna själva.

6.6 Estimering av SMATV

SMTAV estimeras av PTS genom att ta värdet på antal hushåll från den aktör av Sappa och Allente som rapporterat flest antal hushåll. Detta för att många hushåll köper av båda aktörerna. Eftersom tv-frågor inte inkluderas första halvåret 2024, är estimering av SMATV endast aktuell vid helårsinsamlingen.

6.7 Genomsnittsberäkningar

I Svensk telekommarknad görs genomsnittberäkningar enligt nedan, se exempel
Genomsnittligt antal samtal per fastnätsabonnemang och månad

Totalt antal samtal under perioden/genomsnittligt antal abonnemang under perioden
/ antal månader i perioden * 1000 för att få enhet ental.

Förklaring av Genomsnittligt antal abonnemang:

Genomsnittligt antal abonnemang under perioden helår = Antal abonnemang för
aktuellt helår + Antal abonnemang för föregående helår / 2

Genomsnittligt antal abonnemang under perioden halvår = Antal abonnemang för
aktuellt halvår + Antal abonnemang för föregående halvår / 2