

Ekonomistatistikken 1. halvår 2016

Utvalgte figurer med kommentarer

31. oktober 2016



Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	4
2	Samlet omsetning.....	4
3	Fasttelefoni.....	5
3.1	Abonnement.....	5
3.2	Trafikk.....	6
3.3	Omsetning.....	8
3.4	Markedsandeler.....	8
4	Mobiltelefoni og mobilt bredbånd.....	9
4.1	Abonnement.....	9
4.2	Omsetning.....	10
4.3	Trafikk.....	11
4.4	Markedsandeler.....	13
4.5	Internasjonal gjesting – norske abonnenter i utlandet.....	14
5	Fast bredbånd.....	17
5.1	Innledning.....	17
5.2	Abonnement.....	17
5.3	Omsetning.....	19
5.4	Markedsandeler.....	20
6	Overføring av TV-signaler.....	22
6.1	Innledning.....	22
6.2	Abonnement.....	23
6.3	Omsetning.....	24
6.3.1	Omsetningsbegrepet.....	24
6.3.2	Utvikling i omsetning.....	24
6.4	Markedsandeler.....	25

Figurer

Figur 1 Samlet omsetning for fasttelefoni, mobiltjenester og fast bredbånd	5
Figur 2 Antall abonnement for fasttelefoni i privatmarkedet	6
Figur 3 Antall abonnement fasttelefoni i bedriftsmarkedet	6
Figur 4 Antall trafikkminutter for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement.....	7
Figur 5 Antall trafikkminutter for fasttelefoni fordelt på trafikkretning. Privat- og bedriftsabonnement.....	7
Figur 6 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement samlet	8
Figur 7 Andel av omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement samlet	9
Figur 8 Andel av omsetning for bredbåndstelefonti. Privat- og bedriftsabonnement samlet	9
Figur 9 Abonnement for mobiltelefoni og mobilt bredbånd	10
Figur 10 Omsetning for mobiltelefoni og mobilt bredbånd.....	11
Figur 11 Omsetning for mobiltelefoni fordelt på inntektskategorier	11
Figur 12 Trafikkminutter fra mobiltelefoner fordelt på trafikkretning	12
Figur 13 Antall sendte meldinger fra mobiltelefoner	12
Figur 14 Datatrafikk fra abonnement for mobiltelefoni og abonnement for mobilt bredbånd....	13
Figur 15 Markedsandeler for mobiltelefoni og mobilt bredbånd basert på omsetning.....	14
Figur 16 Markedsandeler for mobiltelefoni og mobilt bredbånd basert på datatrafikk.....	14
Figur 17 Utvikling i antall sendte meldinger og trafikkminutter ved gjesting i utlandet	15
Figur 18 Utvikling i datatrafikk ved gjesting i utlandet	16
Figur 19 Inntekter og kostnader ved gjesting i utlandet.....	16
Figur 20 Antall abonnement for fast bredbånd. Privatmarkedet	18
Figur 21 Antall abonnement for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet	19
Figur 22 Omsetning for fast bredbånd. Privatmarkedet.....	20
Figur 23 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet.....	20
Figur 24 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Alle aksessformer. Privatmarked	21
Figur 25 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Alle aksessformer. Privat- og bedriftsmarkedet samlet	21
Figur 26 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Fiber. Privat- og bedriftsmarkedet samlet	22
Figur 27 Antall abonnement for mottak av TV-signaler per utgangen av perioden	24
Figur 28 Omsetning for distribusjon av TV-signaler fordelt på aksessform.....	25
Figur 29 Markedsandeler for distribusjon av TV-signaler målt ved antall abonnement. Alle aksessformer.....	25
Figur 30 Markedsandeler for overføring av TV-signaler målt ved antall abonnement. Kabel-TV	26
Figur 31 Markedsandeler for overføring av TV-signaler målt ved antall abonnement. Fiber....	26

1 Innledning

To ganger i året innhenter Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) data fra alle tilbydere av elektroniske kommunikasjonstjenester i Norge. Denne informasjonen bearbeides og presenteres som statistikk som viser hovedtrekk ved utviklingen i markedene for elektroniske kommunikasjonstjenester. Den ene innsamlingen omfatter helår, og resultatene presenteres i mai hvert år. Den andre innsamlingen omfatter første halvår og presenteres i oktober hvert år.

Statistikken omfatter fasttelefoni (inklusive bredbåndstelefoeni), mobiltelefoni og andre mobiltjenester, samt bredbånd og overføring av TV-signaler. Statistikken for helår omfatter i tillegg datakommunikasjonstjenester, hovedsakelig IP-VPN-tjenester, og overføringskapasitet (leide linjer). Statistikken fordeler seg i all hovedsak på abonnement og omsetning samt trafikk der dette er relevant. I tillegg beskrives markedsandelene for de største tilbyderne.

Statistikken har vært publisert i rapporter som kan lastes ned fra Nkoms nettsider. Nkom går nå over til å publisere statistikken på nett under navnet «Ekomstatistikken».

«Ekomstatistikken» finner du [her](#)¹.

2 Samlet omsetning

Fra første halvår 2015 til første halvår 2016 var det en økning i den samlede omsetningen på nærmere 183 millioner kroner. Til sammenligning var det en økning på noe over 327 millioner kroner fra første halvår 2014 til første halvår 2015. Den samlede omsetningen var om lag 15,92 milliarder kroner i første halvår 2016.

Figur 1 viser utviklingen i sluttbrukeromsetningen for fasttelefoni, mobiltjenester og fast bredbånd². Mobiltjenester inkluderer mobiltelefoniabonnement, særskilte abonnement for mobilt bredbånd, inntekter ved gjesting i utlandet³ og mobil-til-mobil-kommunikasjon (M2M).

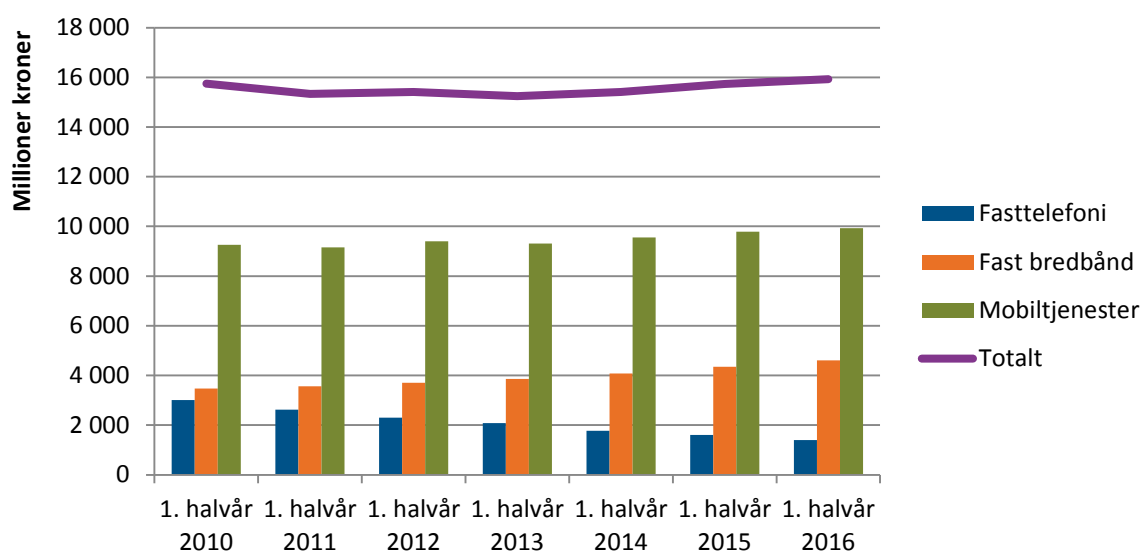
Sluttbrukeromsetningen er i utgangspunktet det kundene blir fakturert for. Omsetningen omfatter likevel ikke inntekter for distribusjon av TV-signaler ettersom store deler av denne omsetningen er vederlag for innhold og derfor ikke regnes som elektronisk kommunikasjonstjeneste. Omsetning for distribusjon av TV-signaler er nærmere beskrevet i kapittel 6.3. Inntekter fra salg eller utleie av mobiltelefoner og andre terminaler eller fysisk

¹ www.ekomstatistikken.nkom.no.

² Fast bredbånd inkluderer omsetning for oppringt Internett frem til første halvår 2014.

³ Gjesting i utlandet er nærmere omtalt i kapittel 4.5.

utrustning skal som hovedregel ikke inkluderes i sluttbrukeromsetningen. Sluttbrukeromsetningen er oppgitt uten mva.



Figur 1 Samlet omsetning for fasttelefoni, mobiltjenester og fast bredbånd

Omsetningen for mobiltjenester var over 9,9 milliarder kroner i første halvår 2016. Dette utgjorde mer enn 62 prosent av totalomsetningen i første halvår 2016. Omsetningen for mobiltjenester var nesten 144 millioner kroner høyere i første halvår 2016 enn i første halvår 2015. Omsetningen for fasttelefoni utgjorde mindre enn 1,4 milliarder kroner i første halvår 2016. Det er en nedgang på over 211 millioner sammenlignet med første halvår 2015. Omsetningen for fasttelefoni utgjorde mindre enn 9 prosent av den totale sluttbrukeromsetningen. Omsetningen for fast bredbånd økte med mer enn 250 millioner kroner fra første halvår 2015 til første halvår 2016, til over 4,6 milliarder kroner. Omsetningen for fast bredbånd utgjorde nesten 29 prosent av totalomsetningen i første halvår 2016.

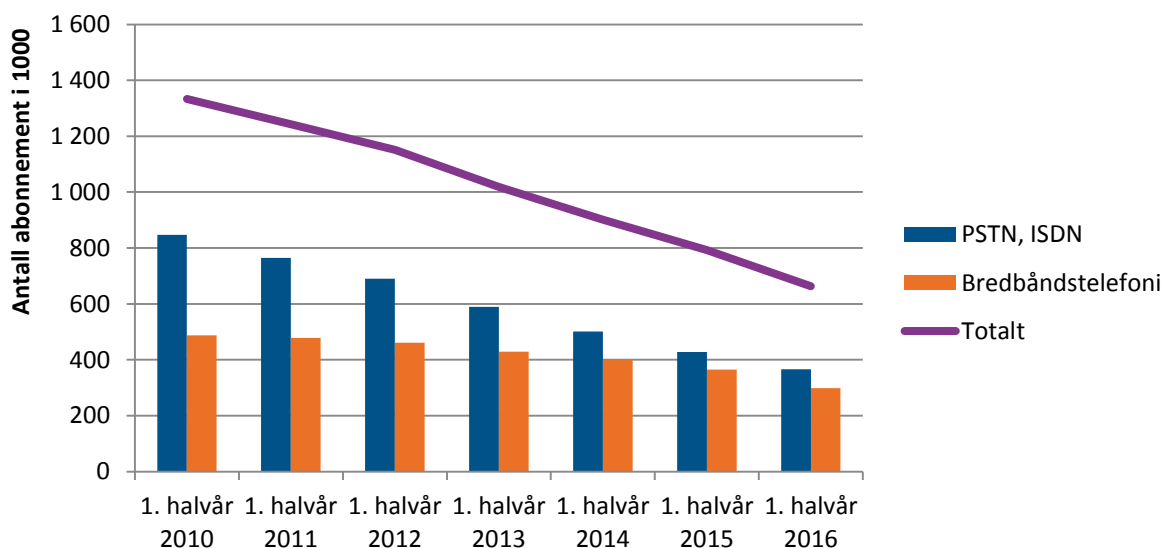
3 Fasttelefoni

3.1 Abonnement

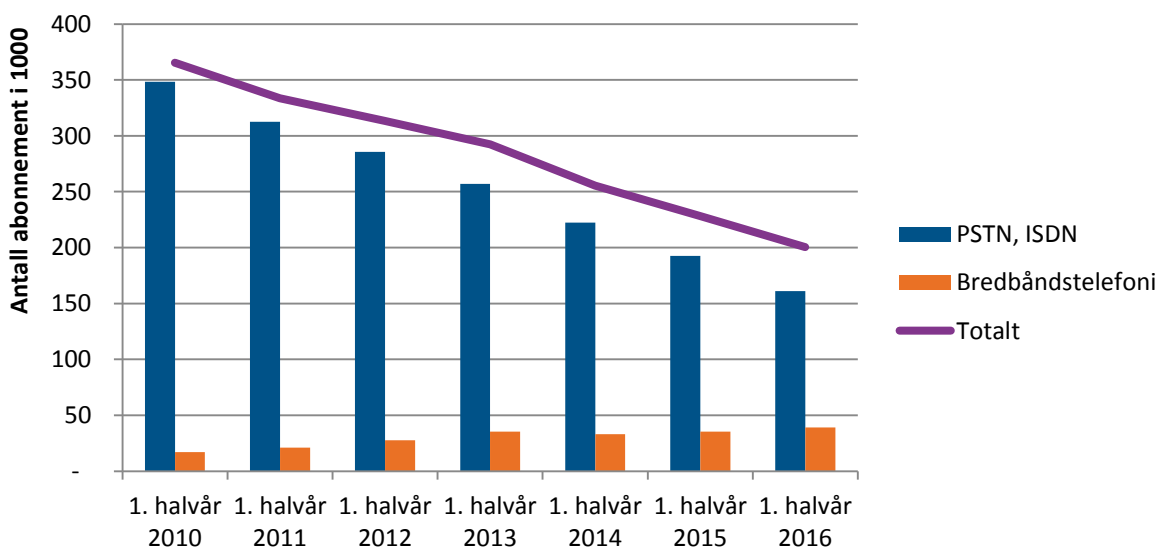
Fasttelefoni omfatter telefoni basert på PSTN eller ISDN, og det omfatter bredbåndstelefon. Figur 2 og 3 viser utviklingen i antall fasttelefonabonnement for henholdsvis privatkunder og bedriftskunder. Det har vært en nedgang i totalt antall abonnement i flere år. Totalt var det nærmere 864 000 abonnement ved utgangen av 2016. Det er en nedgang på nesten 157 000 abonnement sammenlignet med samme tidspunkt i 2015.

I privatmarkedet var det nærmere 664 000 abonnement ved utgangen av første halvår 2016. Det er nesten 129 000 færre abonnement enn på samme tidspunkt i 2015. Av dette

representerer nedgangen i antall abonnement for bredbåndstelefonti mer enn 67 000. I bedriftsmarkedet var det om lag 200 300 abonnement ved utgangen av første halvår 2016. I bedriftsmarkedet er det nedgang i antall abonnement basert på PSTN og ISDN, mens det er en liten økning i antall abonnement for bredbåndstelefonti, sammenlignet med utgangen av første halvår 2015.



Figur 2 Antall abonnement for fasttelevoni i privatmarkedet

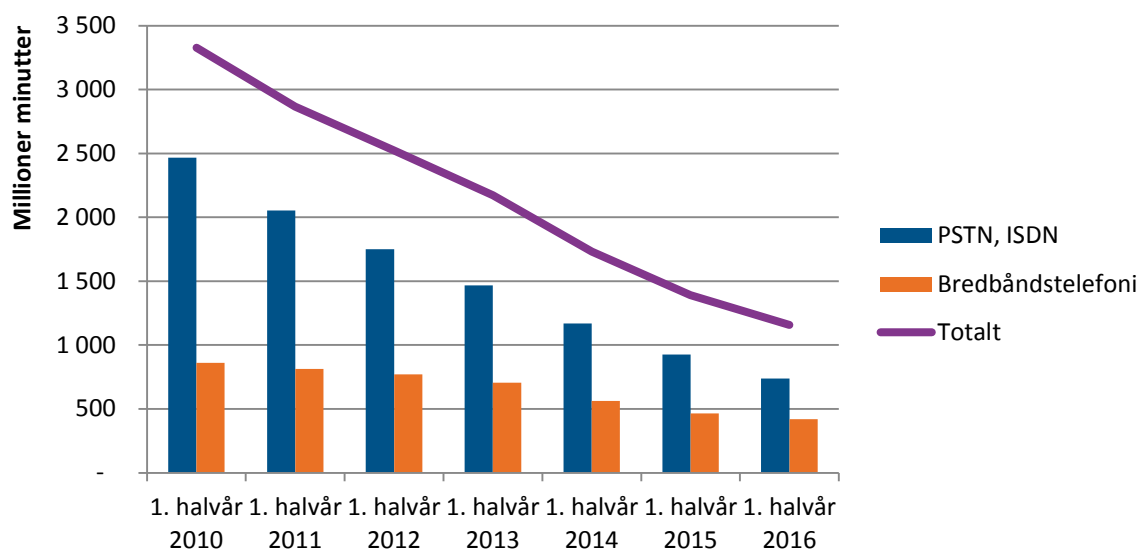


Figur 3 Antall abonnement fasttelevoni i bedriftsmarkedet

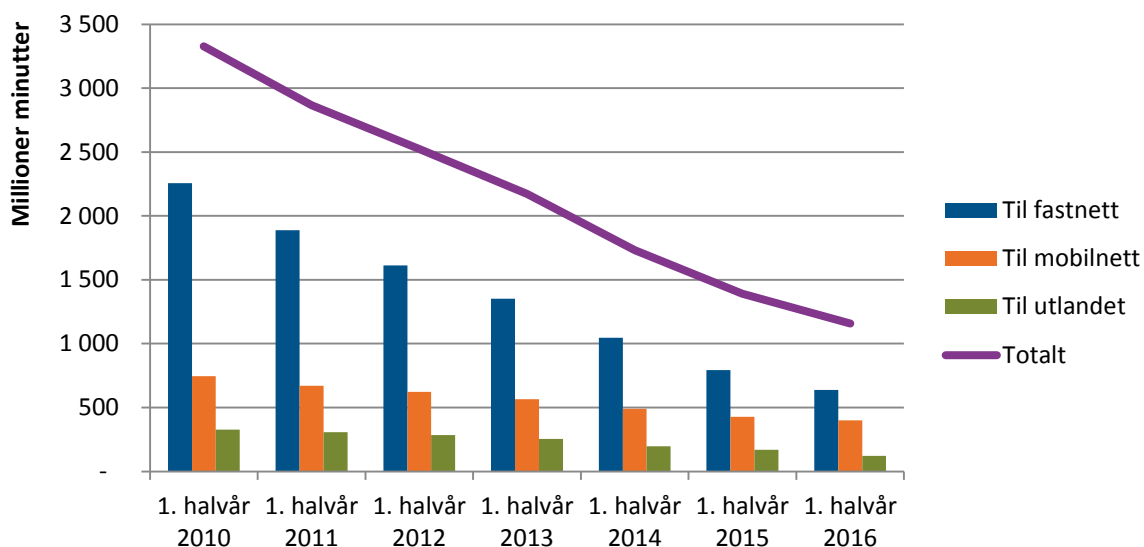
3.2 Trafikk

Figur 4 viser utviklingen i trafikkminutter fra fasttelevon for privat- og bedriftskunder samlet. Totalt antall ringeminutter fra fasttelevon var bortimot 1,16 milliarder i første halvår 2016. Det er en nedgang på mer enn 234 millioner minutter sammenlignet med samme periode i 2015. Det

utgjør nærmere 17 prosent. Figur 5 viser antall trafikkm minutter fra fasttelefoni til henholdsvis fastnett, mobilnett og utlandet.



Figur 4 Antall trafikkm minutter for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement

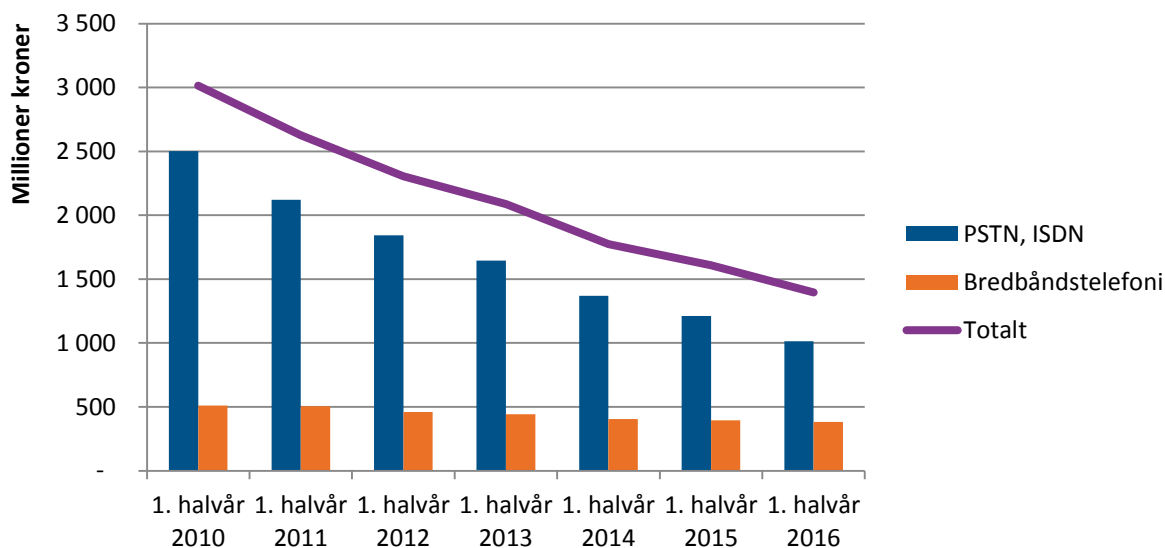


Figur 5 Antall trafikkm minutter for fasttelefoni fordelt på trafikretning. Privat- og bedriftsabonnement

Antall trafikkm minutter fra bredbåndstelefoni utgjør 36 prosent av totalt antall minutter. Til sammenligning utgjør antall abonnement for bredbåndstelefoni 39 prosent av totalt antall abonnement for fasttelefoni. 55 prosent av trafikken fra fasttelefon går til andre fasttelefoner. Denne andelen har vært avtagende ettersom en større del av trafikken går fra fasttelefon til mobiltelefon.

3.3 Omsetning

Figur 6 viser at omsetningen for fasttelefoni går jevnt nedover. Omsetningen var bortimot 1,4 milliarder kroner i første halvår 2016. Dette er en nedgang på over 211 millioner fra første halvår 2015. Det meste av nedgangen i omsetningen er knyttet til abonnement basert på PSTN og ISDN. Omsetningen for abonnement basert på bredbåndstelefoni utgjør bare 27 prosent av samlet omsetning for fasttelefoni. Til sammenligning utgjør antall abonnement for bredbåndstelefoni 39 prosent av totalt antall abonnement for fasttelefoni.



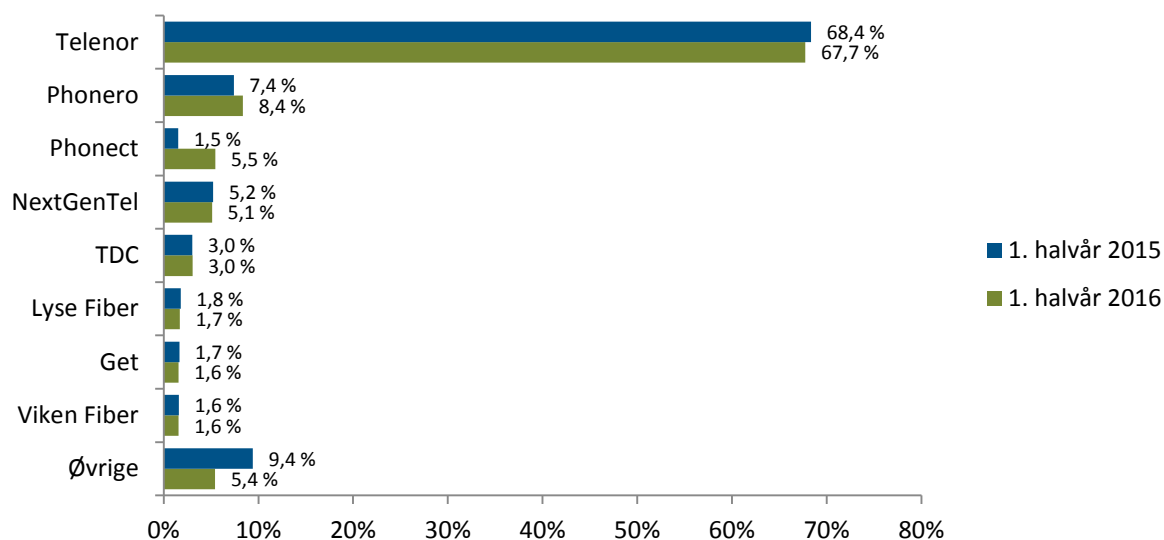
Figur 6 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement samlet

3.4 Markedsandeler

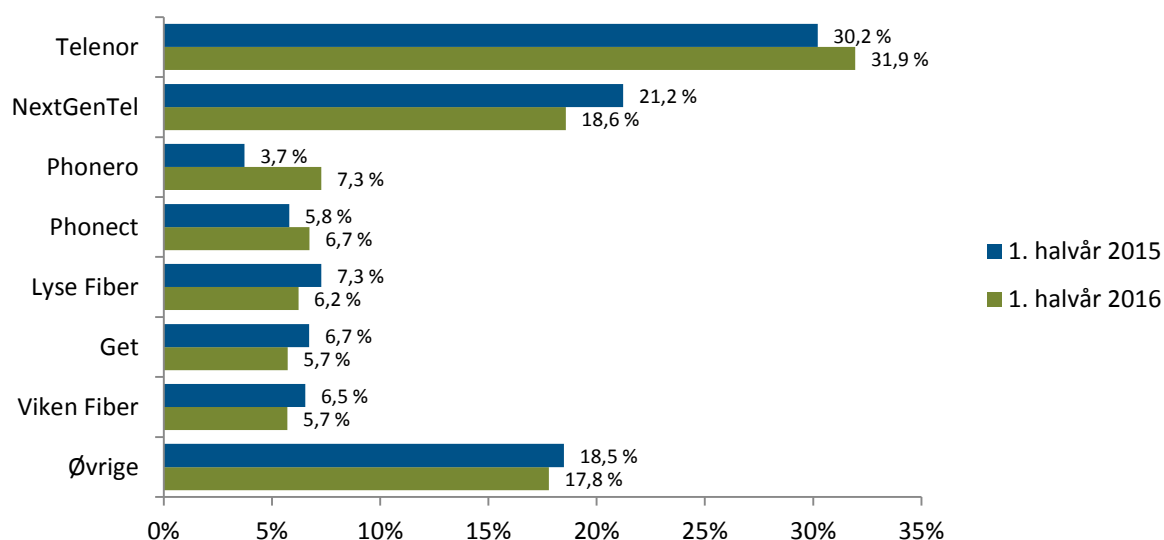
Telenor er største tilbyder av fasttelefoni. Figur 7 og 8 viser at Telenor har 67,7 prosent av samlet omsetning for fasttelefoni i første halvår 2016, og samtidig 31,9 prosent av omsetningen når vi bare ser på bredbåndstelefoni. Telenors markedsandel for fasttelefoni samlet er lavere i første halvår 2016 sammenlignet med samme periode i 2015. Når vi bare ser på bredbåndstelefoni, har Telenor en økende markedsandel.

Phonero er nest største tilbyder av fasttelefoni samlet sett, med en markedsandel på 8,4 prosent i første halvår 2016. Dette er en høyere markedsandel enn i første halvår 2015. Phonect er tredje største tilbyder av fasttelefoni med 5,5 prosent av omsetningen⁴, mens NextGenTel er fjerde største tilbyder, men nest største tilbyder av bredbåndstelefoni.

⁴ Phonect overtok telefonikundene i Telia i 2015, som i sin tur hadde overtatt telefonikundene i Tele2.



Figur 7 Andel av omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsabonnement samlet



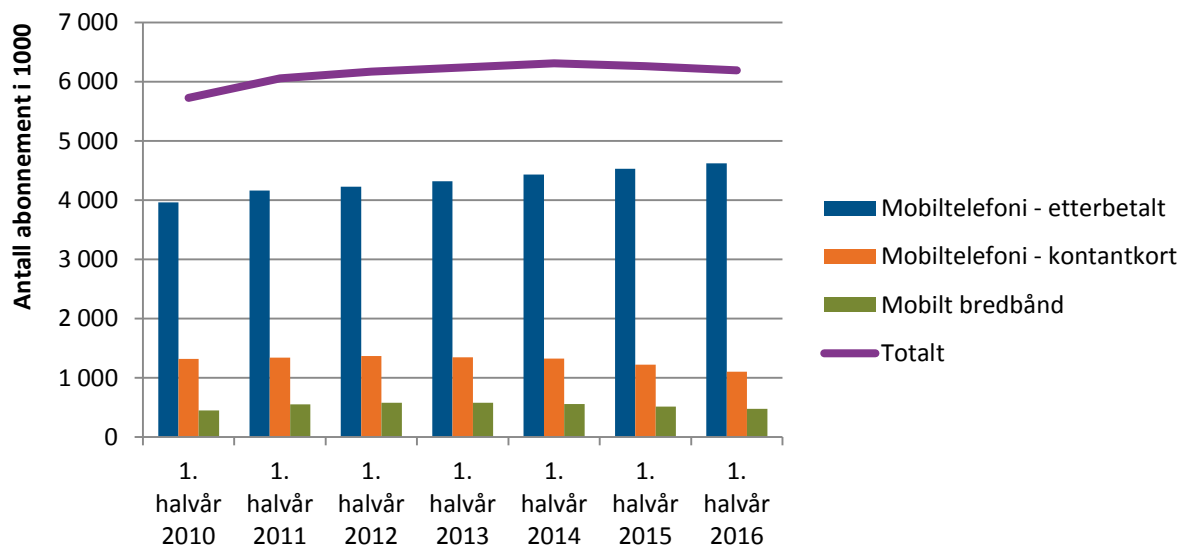
Figur 8 Andel av omsetning for bredbåndstelefon. Privat- og bedriftsabonnement samlet

4 Mobiltelefoni og mobilt bredbånd

4.1 Abonnement

Ved utgangen av første halvår 2016 var det totalt i underkant av 6,2 millioner abonnement for mobiltelefoni og mobilt bredbånd. Dette er en nedgang på om lag 69 000 abonnement sammenlignet med samme tidspunkt i 2015. Antall abonnement for mobiltelefoni utgjør mer enn 5,7 millioner, mens antall særskilte abonnement for mobilt bredbånd utgjør bortimot 473 000 ved utgangen av første halvår 2016.

Figur 9 viser at antall etterbetalte abonnement for mobiltelefoni øker, mens det er nedgang i antall kontantkort. Også antall særskilte abonnement for mobilt bredbånd viser nedgang. Antall etterbetalte abonnement for mobiltelefoni øker med nærmere 90 000 sammenlignet med samme tidspunkt i 2015, mens antall kontantkort i samme periode går ned med mer enn 120 000. Totalt sett er det altså en nedgang på bortimot 31 000 abonnement for mobiltelefoni. Antall kontantkort utgjør 19 prosent av totalt antall abonnement for mobiltelefoni ved utgangen av første halvår 2016. Denne andelen har vært avtagende over flere år.



Figur 9 Abonnement for mobiltelefoni og mobilt bredbånd

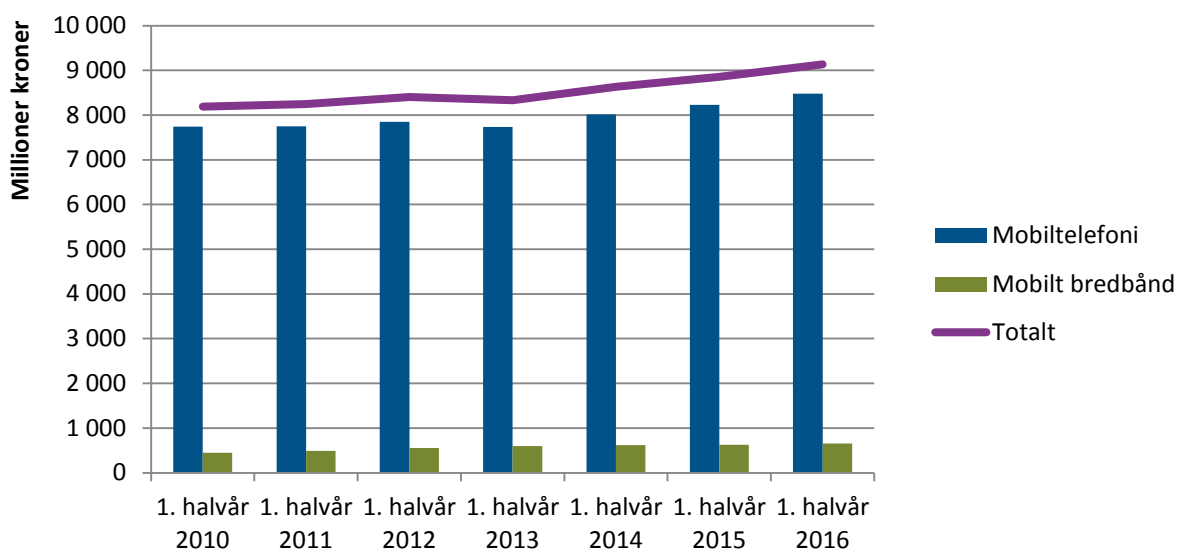
4.2 Omsetning

Samlet omsetning for mobiltelefoni og mobilt bredbånd utgjorde bortimot 9,14 milliarder kroner⁵ i første halvår 2016. Det er en økning på over 281 millioner kroner sammenlignet med samme periode i 2015. Figur 10 viser at den totale omsetningen har vært økende siden 2013. Omsetningen for abonnement for mobiltelefoni var om lag 8,48 milliarder kroner, mens omsetningen for særskilte abonnement for mobilt bredbånd var om lag 655 millioner kroner.

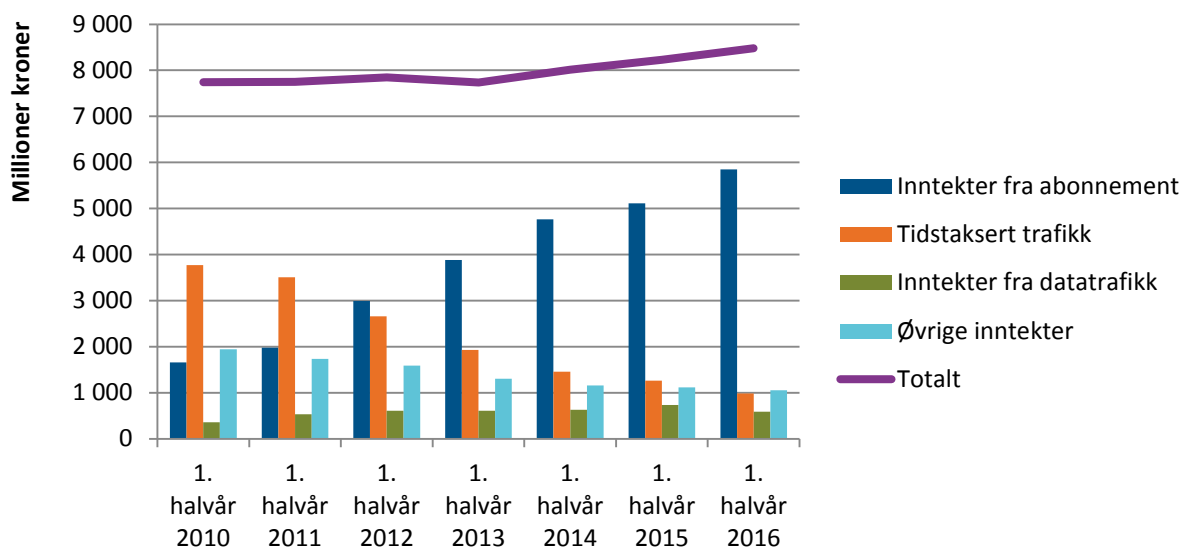
Figur 11 viser at det også er en betydelig endring i sammensetning av inntektene over tid. Tilbyderne av mobiltelefoni har i stor grad lagt om sine abonnement til en form der abonnenten betaler en fast månedspris og der spesifiserte volumer for taletrafikk, SMS-melinger og datatrafikk er inkludert i den faste prisen (såkalte fastprisabonnement). Dette fører til at abonnementsinntektene øker relativt mye og de tradisjonelle trafikkinntektene blir tilsvarende lavere. Abonnementsinntektene utgjorde 69 prosent av de samlede inntektene for mobiltelefoni i første halvdel av 2016. I første halvdel av 2015 var denne andelen på 62

⁵ Inntekter fra norske mobilabbonnenter gjestende i utlandet kommer i tillegg. Det er omtalt i kapittel 4.5. Også omsetning for mobil-til-mobil-kommunikasjon kommer i tillegg. Den samlede omsetningen for mobiltjenester er over 9,9 milliarder kroner i første halvår 2016, jfr. kapittel 2..

prosent. Inntekter fra trafikk i form av minutter, meldinger og data har gått tilsvarende ned. Inntekter fra datatrafikk utgjør 7 prosent av den totale inntekten i første halvår 2016.



Figur 10 Omsetning for mobiltelefoni og mobilt bredbånd



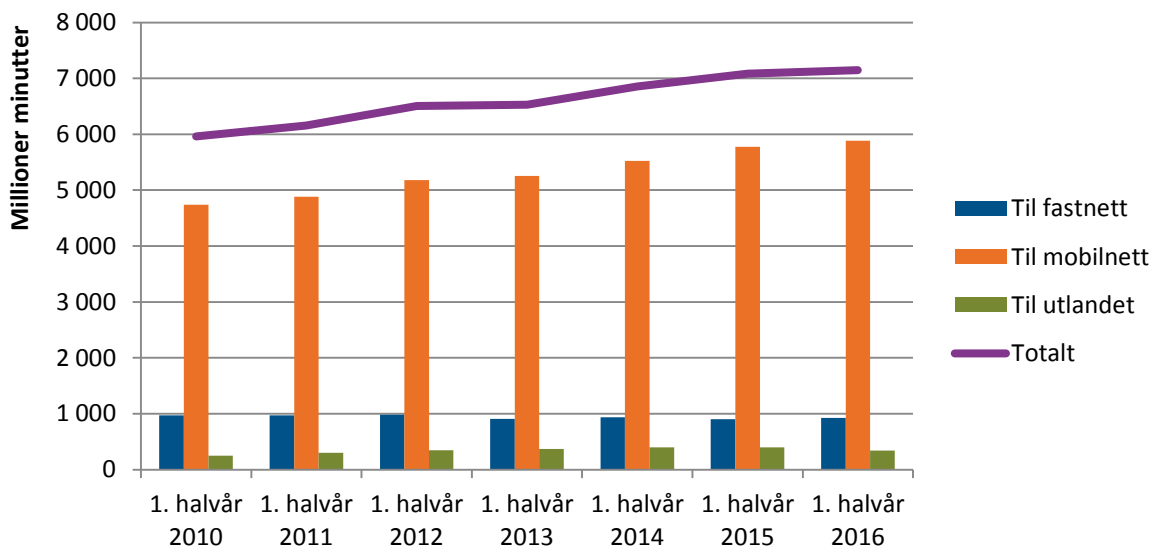
Figur 11 Omsetning for mobiltelefoni fordelt på inntektskategorier⁶

4.3 Trafikk

Figur 12, 13 og 14 viser utviklingen i trafikkvolumer fordelt på trafikkminutter, meldinger og data. Totalt antall trafikkminutter fra mobiltelefoner var nærmere 7,15 milliarder i første halvår 2016. Det er en økning på bortimot 68 millioner minutter fra samme periode i 2015. Figur 12 viser utviklingen i trafikkminutter fordelt på trafikkdiring. Det meste av økningen i antall

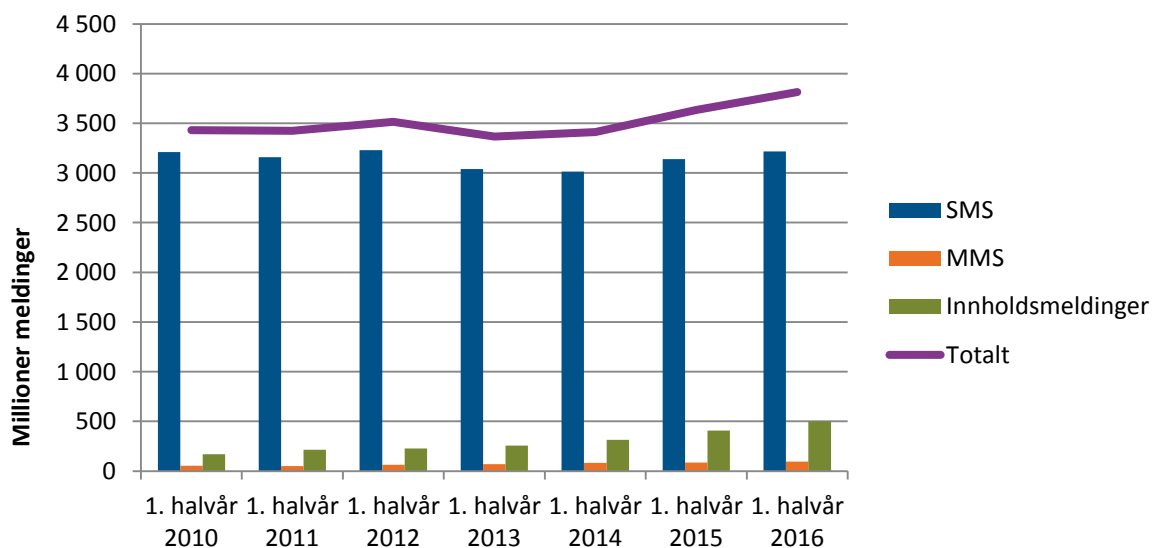
⁶ «Øvrige inntekter» omfatter inntekter fra sendte meldinger og inntekter som ikke kan henføres til konkrete kategorier.

minutter er trafikk til andre mobiltelefoner. Denne trafikken utgjør 82 prosent av totalt antall minutter fra mobiltelefoner i første halvår 2016. Antall trafikkminutter til fasttelefon øker noe, mens antall trafikkminutter til utlandet går noe ned.



Figur 12 Trafikkminutter fra mobiltelefoner fordelt på trafikkretning

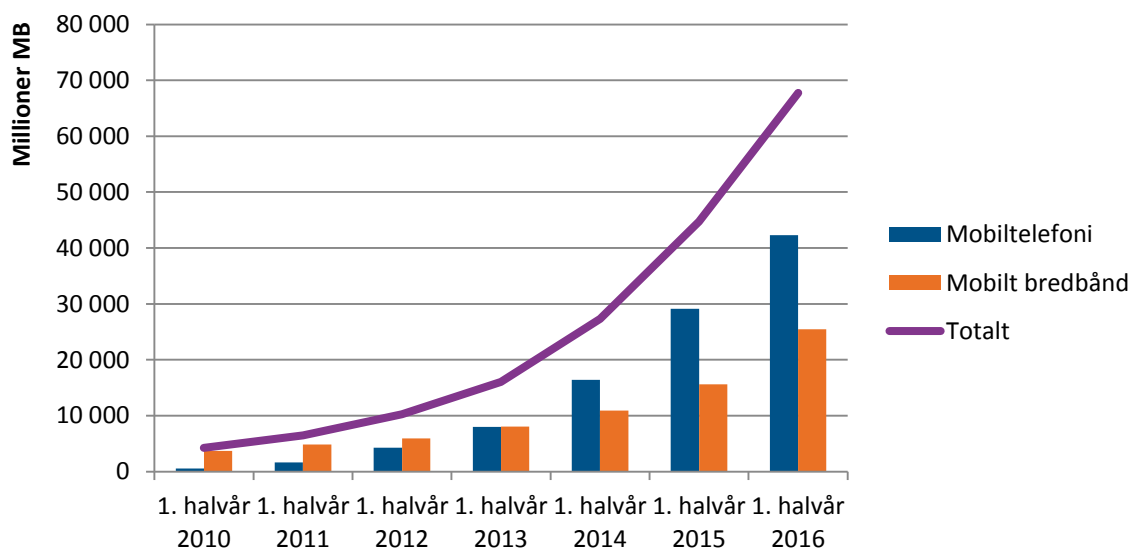
Figur 13 viser utviklingen i antall sendte meldinger, fordelt på SMS, MMS og innholdsmeldinger⁷. Det er økning i alle typer meldinger fra første halvår 2015 til første halvår 2016. Totalt ble det sendt mer enn 3,8 milliarder meldinger i første halvår 2016. Det er en økning på nesten 181 millioner sammenlignet med første halvår 2015. Over 84 prosent av totalt antall meldinger er SMS. Det er imidlertid innholdsmeldinger som øker mest fra første halvår 2015 til første halvår 2016.



Figur 13 Antall sendte meldinger fra mobiltelefoner

⁷ Dette er hovedsakelig meldinger som formidles til mobilkunder på grunnlag av CPA-avtale mellom innholdsleverandør og mobiloperatør. CPA = Content Provider Access.

Figur 14 viser utviklingen i total datatrafikk fra abonnement for mobiltelefoni og fra særskilte abonnement for mobilt bredbånd. Total datatrafikk i første halvår 2016 var bortimot 68 petabyte⁸ (PB). Det er en økning på om lag 23 PB fra samme periode i 2015, da datavolumet var i underkant av 45 millioner PB. Mer enn 62 prosent av datatrafikken i første halvår 2016 genereres fra mobiltelefoniabonnement.



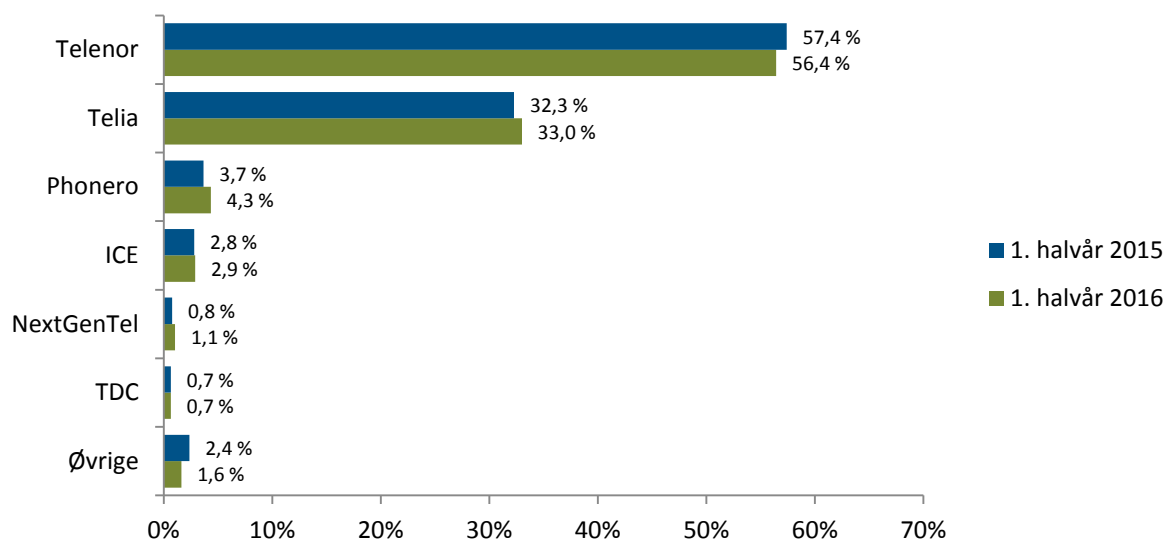
Figur 14 Datatrafikk fra abonnement for mobiltelefoni og abonnement for mobilt bredbånd

4.4 Markedsandeler

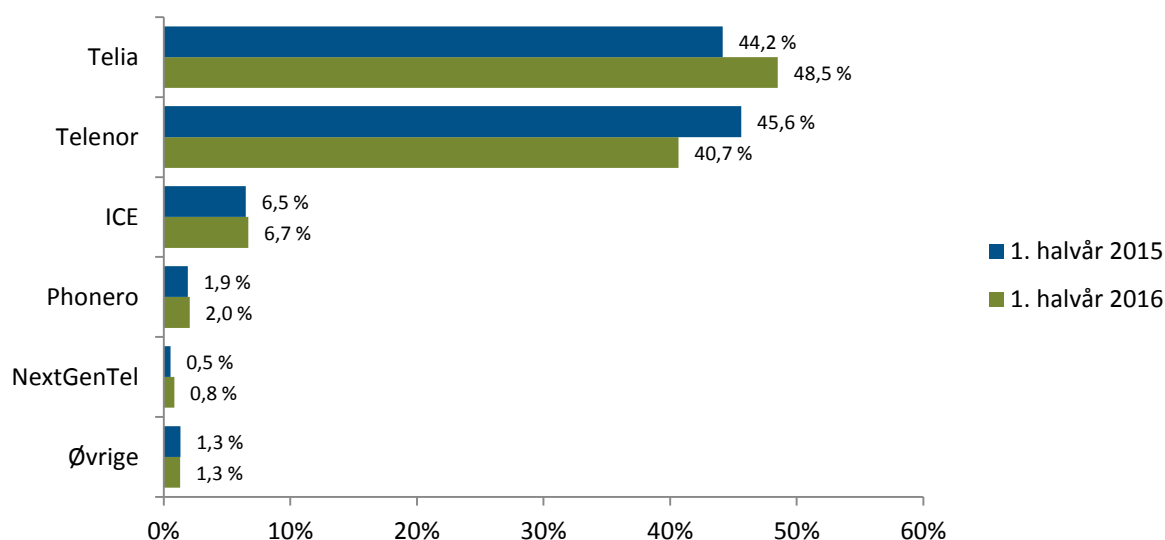
Figur 15 viser markedsandelene for tilbydere av mobiltelefoni og mobilt bredbånd basert på omsetning. Telenors markedsandel går ned fra 57,4 prosent i første halvår 2015 til 56,4 prosent i første halvår 2016. Telia øker derimot sin markedsandel fra 32,3 prosent i første halvår 2015 til 33,0 prosent i første halvår 2016. Til sammen har Telenor og Telia en andel på 89,4 prosent i første halvår 2016. Phonero er tredje største tilbyder med en andel av omsetningen på 4,3 prosent i første halvår 2016. ICE har 2,9 prosent av omsetningen i første halvår 2016.

Hvis vi måler tilbydernes andel av det totale datavolumet, blir bildet et annet. Det er abonnentene hos Telia som genererer mest datatrafikk i første halvår 2016. De står for 48,5 prosent av samlet datatrafikk, Tilsvarende andeler for Telenor og ICE er henholdsvis 40,7 og 6,7 prosent.

⁸ 1 PB = 1000 terabyte (TB) = 1 million gigabyte (GB) = 1 milliard megabyte (MB).



Figur 15 Markedsandeler for mobiltelefoni og mobilt bredbånd basert på omsetning



Figur 16 Markedsandeler for mobiltelefoni og mobilt bredbånd basert på datatrafikk

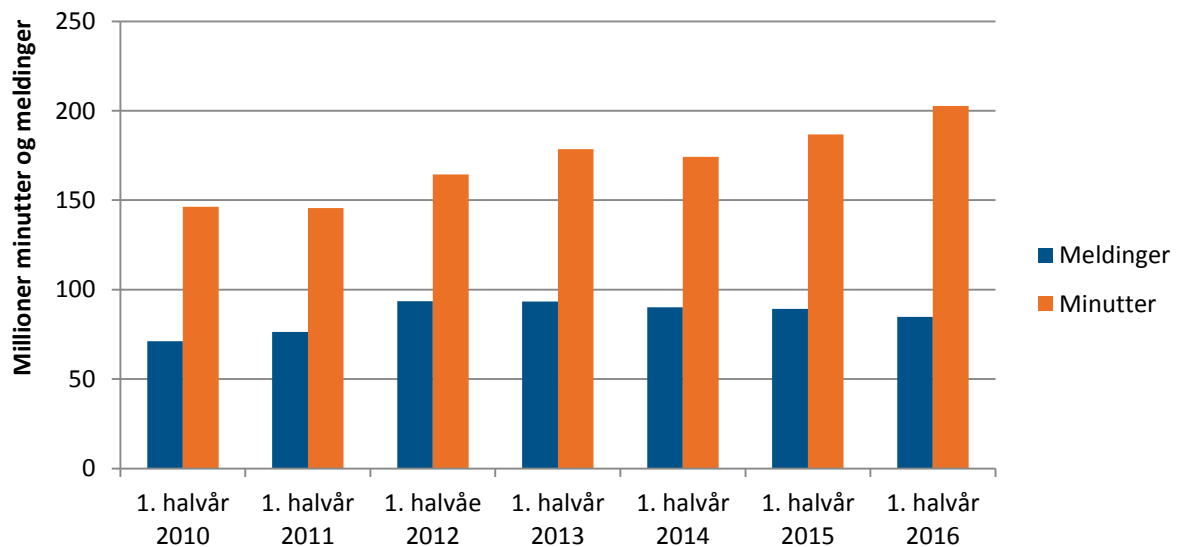
4.5 Internasjonal gjesting – norske abonnenter i utlandet

Norske abonnenter benytter mobiltelefon i utlandet, til å ringe ut, til å motta samtaler, til å sende og motta meldinger og for tilgang til Internett (datatjenester). Norske abonnenter i utlandet knytter telefonen til et mobilnett som har dekning i det aktuelle geografiske området, og er på denne måten gjest i det utenlandske nettet. Mobiloperatørene har avtaler seg imellom om å formidle trafikk til og fra mobiltelefoner.

Innen EØS-området er internasjonal gjesting regulert. Den første reguleringen ble vedtatt i EU i 2007 og trådte i kraft i EØS/EFTA-landene i 2008. Senere har det vært flere utvidelser av

reguleringen. Den omfatter nå pristak på så vel sluttbrukernivå som på grossistnivå for både taletrafikk, SMS og datatrafikk. I november 2015 vedtok Europaparlamentet og Rådet nye endringer i regelverket som innebærer at det fra 15. juni 2017 ikke skal koste mer for tale, SMS og datatrafikk når man er på reise innenfor EU enn hjemme⁹. For EUs medlemsland ble det fra 30. april 2016 innført en overgangsperiode for å fase inn det nye regelverket. I Norge gjelder regelverket fra 1. juni 2016.

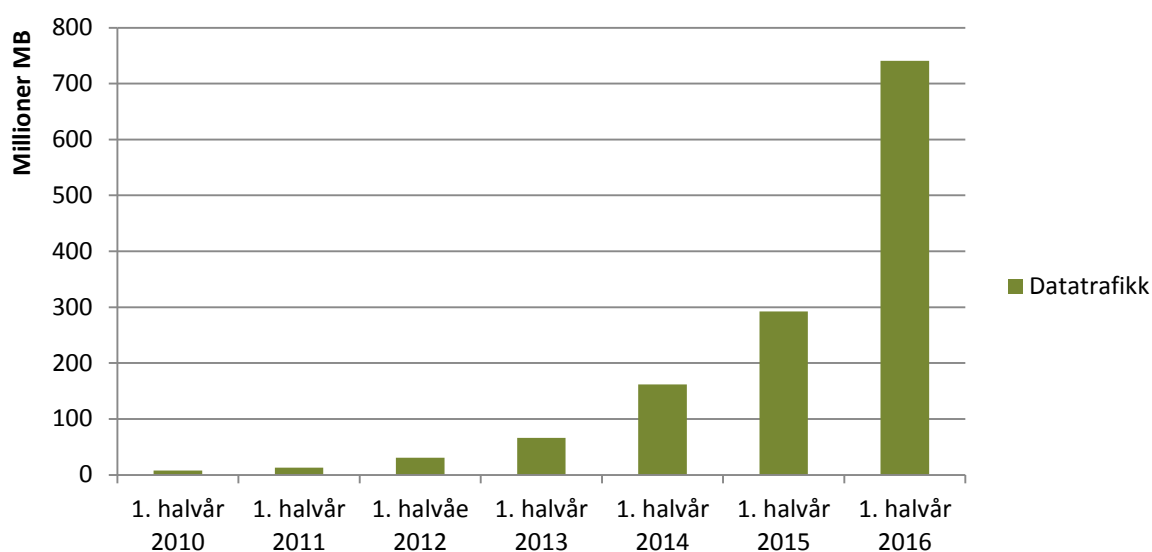
Figur 17 og 18 viser utviklingen i trafikkvolumer for norske mobilabbonnenter som gjester mobilnett i utlandet. Tallene for taleminutter er summen av originerte og mottatte samtaler. Det samme gjelder SMS-meldinger. Taletrafikken øker noe hvert år, mens antall meldinger har vært svakt avtakende de siste periodene. Datatrafikken øker derimot betydelig hvert år. Figur 18 viser at datatrafikken økte fra om lag 292 terabyte¹⁰ (TB) i første halvår 2015 til nærmere 741 TB i første halvår 2016. Dette er en økning på nesten 449 TB. Til sammenligning var økningen fra første halvår 2014 til første halvår 2015 på bortimot 131 TB.



Figur 17 Utvikling i antall sendte meldinger og trafikkminutter ved gjesting i utlandet

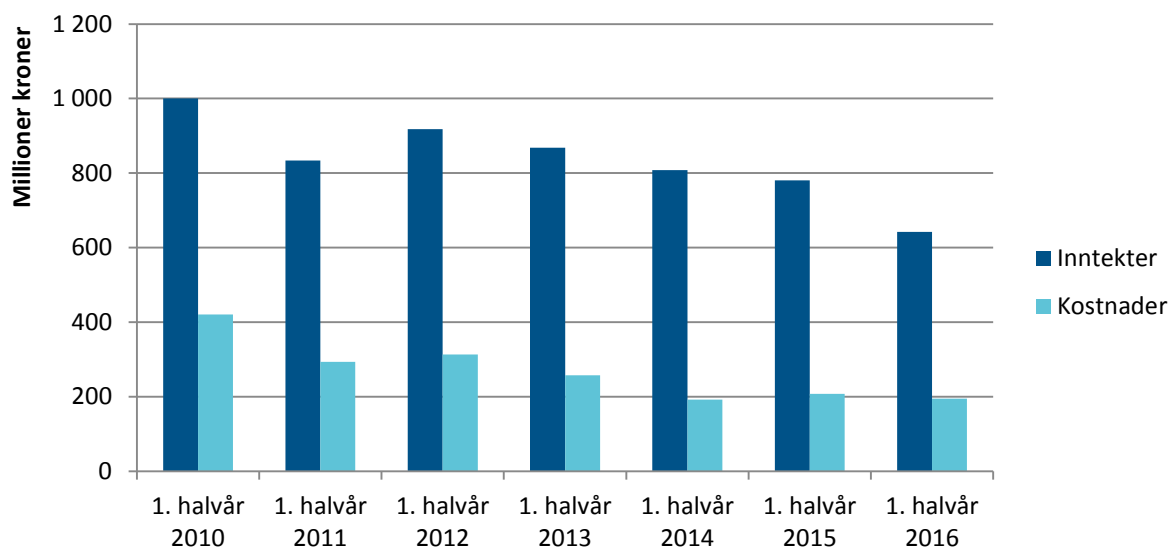
⁹ Dette omtales som «Roam Like At Home»

¹⁰ 1 TB = 1000 GB = 1 million MB



Figur 18 Utvikling i datatrafikk ved gjesting i utlandet

Figur 19 viser utviklingen i inntekter for norske tilbydere når nordmenn gjester mobilnett i utlandet. Det er en nedgang i inntektene fra første halvår 2015 til første halvår 2016 på nærmere 139 millioner kroner. Inntektene fra norske abonnenter i utlandet utgjør bortimot 642 millioner kroner i første halvår 2016. Kostnadene går derimot ned med bare 13 millioner kroner fra første halvår 2015 til første halvår 2016.



Figur 19 Inntekter og kostnader ved gjesting i utlandet

5 Fast bredbånd

5.1 Innledning

Nkom innhenter opplysninger om abonnement og omsetning for fast bredbånd hvert halvår. Dette omfatter både privat- og bedriftskunder. For helår innhenter Nkom også opplysninger om datakommunikasjonstjenester, hovedsakelig IP-VPN-tjenester¹¹, i bedriftsmarkedet. Mens fast bredbånd i stor grad er standardiserte løsninger som benyttes av små og mellomstore bedrifter i tillegg til husholdninger, er datakommunikasjonstjenester som oftest mer sammensatte løsninger beregnet på større bedrifter eller grupper av bedrifter.

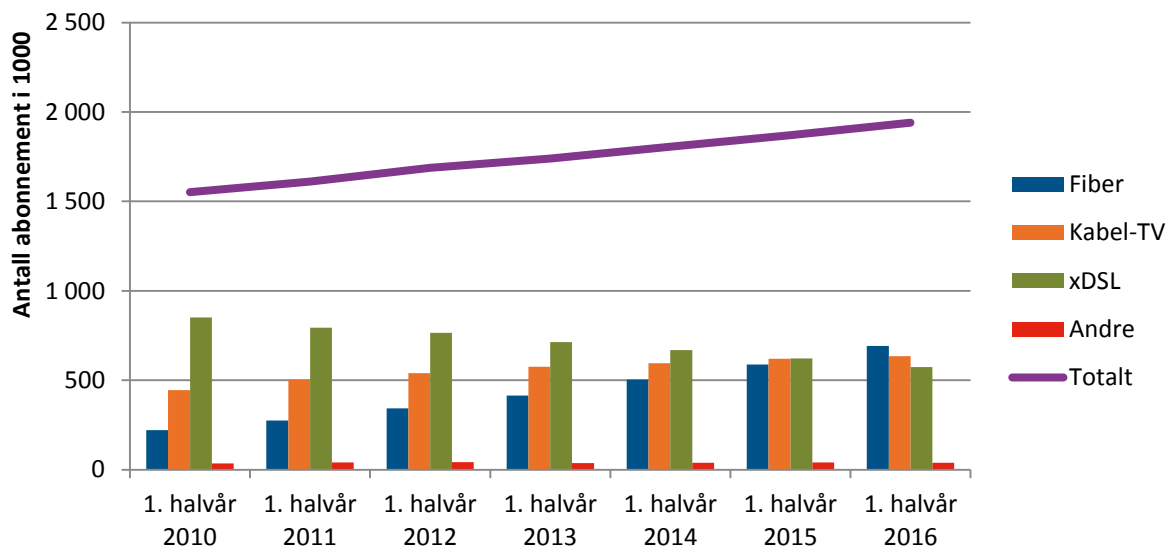
5.2 Abonnement

Figur 20 viser antall abonnement for fast bredbånd i privatmarkedet for kategoriene xDSL, bredbånd via kabel-TV-nett og bredbånd via fiber. Kategoriene som inngår i «andre», er først og fremst radioaksess og satellitt. Ved utgangen av første halvår 2016 var det nærmere 1,94 millioner privatabonnement. Det er om lag 68 500 flere abonnement enn på samme tidspunkt i 2015.

Bredbånd over fiber øker med nærmere 104 000 fra utgangen av første halvår 2015 til samme tidspunkt i 2016. Dette er den største økningen som er registrert for fiber over en 12 måneders periode. Fiber utgjør nå den største kategorien med mer enn 691 000 privatabonnement. Det utgjør 36 prosent av totalt antall privatabonnement for fast bredbånd.

Antall abonnement for bredbånd over kabel-TV-nett øker mindre enn tidligere og utgjør nærmere 634 100 ved utgangen av første halvår 2016. Det er 33 prosent av alle abonnement for fast bredbånd i privatmarkedet. Antall privatabonnement over xDSL gikk ned med over 47 200 fra utgangen av første halvår 2015 til samme tidspunkt i 2016.

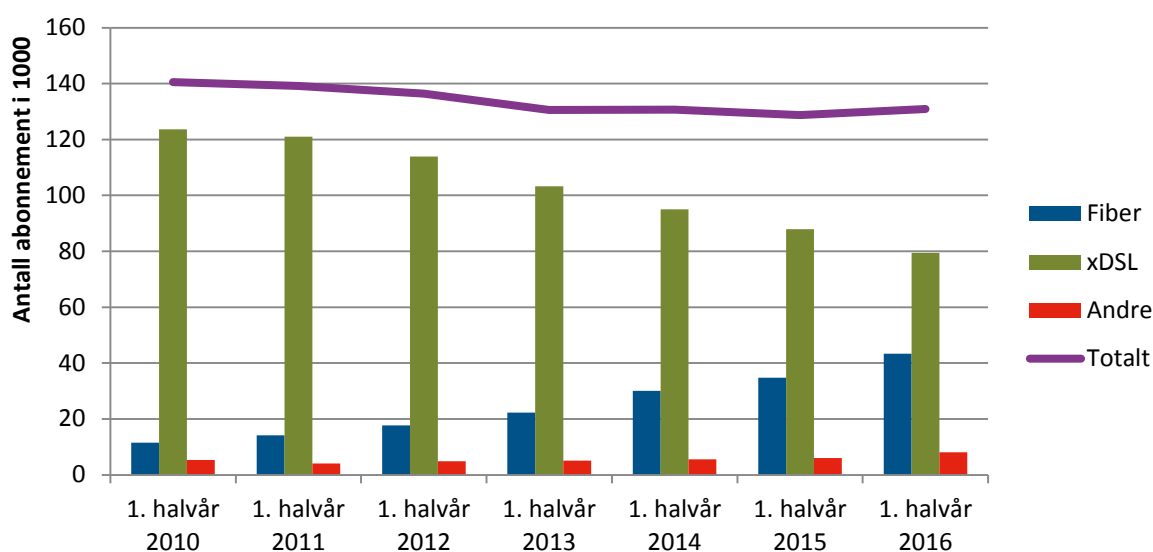
¹¹ IP-VPN = Internet Protocol Virtual Private Network



Figur 20 Antall abonnement for fast bredbånd. Privatmarkedet

Figur 21 viser antall abonnement for fast bredbånd i bedriftsmarkedet for kategoriene fiber og xDSL. Kategoriene som inngår i «andre» er først og fremst radioaksess, satellitt og bredbånd over kabel-TV-nett. Ved utgangen av første halvår 2016 var det nærmere 131 000 abonnement i bedriftsmarkedet, en økning på rundt 2 100 abonnement fra utgangen av første halvår 2015.

Det er fremdeles et relativt høyt antall abonnement basert på xDSL i bedriftsmarkedet. Antallet var over 79 400 ved utgangen av første halvår 2016, og det utgjør 61 prosent av totalt antall abonnement i bedriftsmarkedet. Antall abonnement basert på fiber økte fra om lag 34 800 ved utgangen av første halvår 2015 til nærmere 43 400 på samme tidspunkt i 2016. Fiber utgjør 33 prosent av totalt antall abonnement i bedriftsmarkedet.



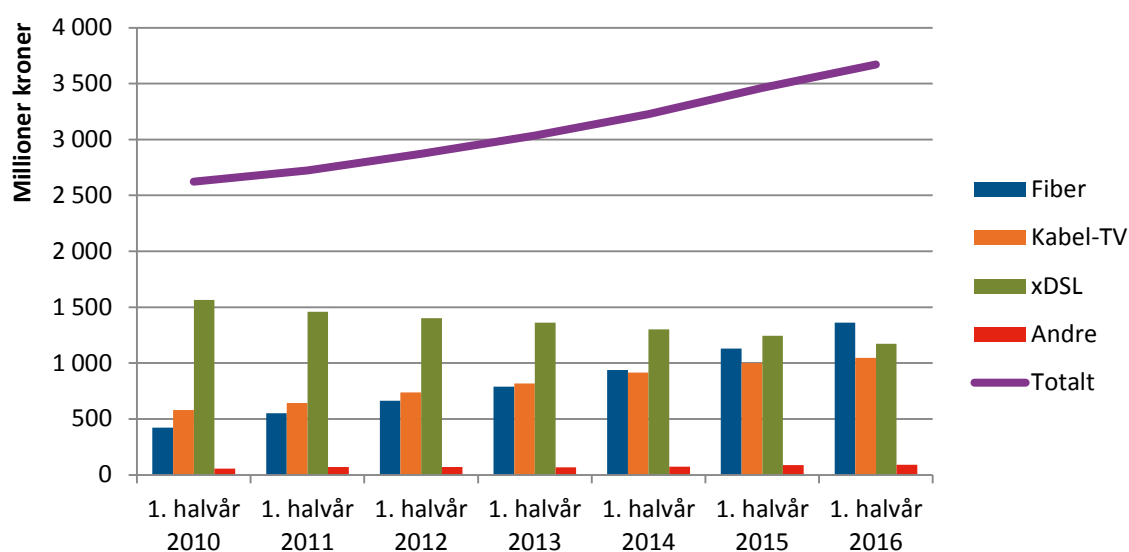
Figur 21 Antall abonnement for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet

Totalt sett var det om lag 2,07 millioner abonnement for fast bredbånd ved utgangen av første halvår 2016, når vi ser privat- og bedriftsmarkedet under ett. Bredbånd over fiber utgjør 35 prosent av dette, eller nærmere 735 000 abonnement. Det utgjør en økning på nesten 112 400 abonnement fra utgangen av første halvår 2015. I samme periode var det en reduksjon på nærmere 55 800 abonnement over xDSL.

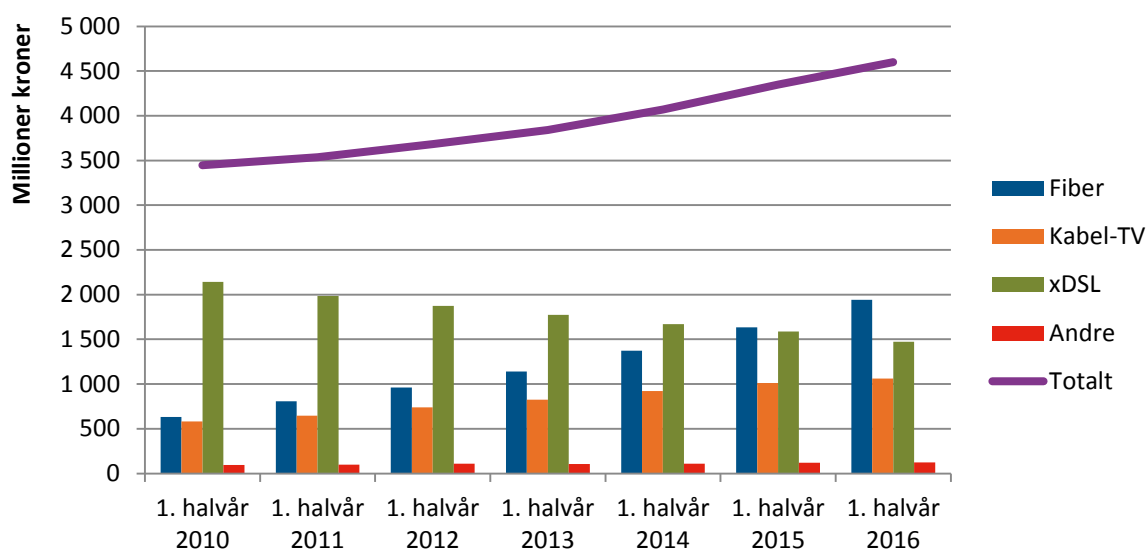
5.3 Omsetning

Figur 22 viser utviklingen i omsetning for private bredbåndabonnement, mens figur 23 viser den samlede bredbåndsomsetningen. Den samlede omsetningen for abonnement for fast bredbånd var omlagt 4,6 milliarder kroner i første halvår 2016. Det er over 250 millioner kroner mer enn i samme periode i 2015. Bredbånd over fiber står for 42 prosent av den samlede omsetningen, mens andelen for xDSL-abonnement er redusert til 32 prosent.

Omsetningen for privatabonnement utgjør mer enn 3,67 millioner kroner, eller nesten 80 prosent av totalomsetningen. Omsetningen for fiberabonnement øker med mer enn 231 millioner kroner fra første halvår 2015 til første halvår 2016 og utgjør da om lag 1,36 millioner kroner. Det er 37 prosent av den samlede bredbåndsomsetningen i privatmarkedet. Omsetningen for xDSL-abonnement går ned med over 71 millioner kroner fra første halvår 2015 til samme tidspunkt i 2016.



Figur 22 Omsetning for fast bredbånd. Privatmarkedet

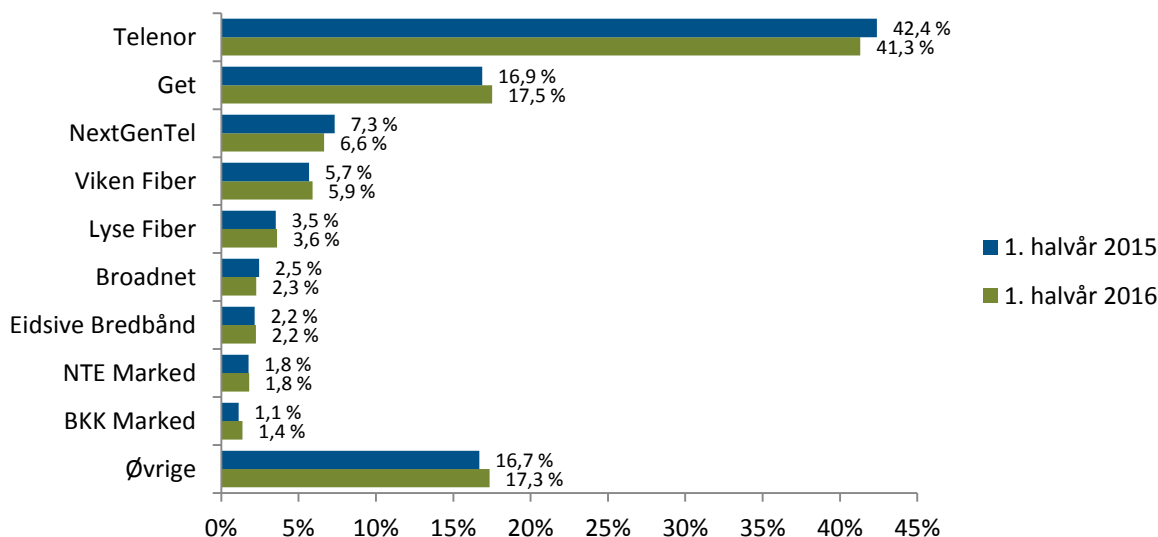


Figur 23 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet

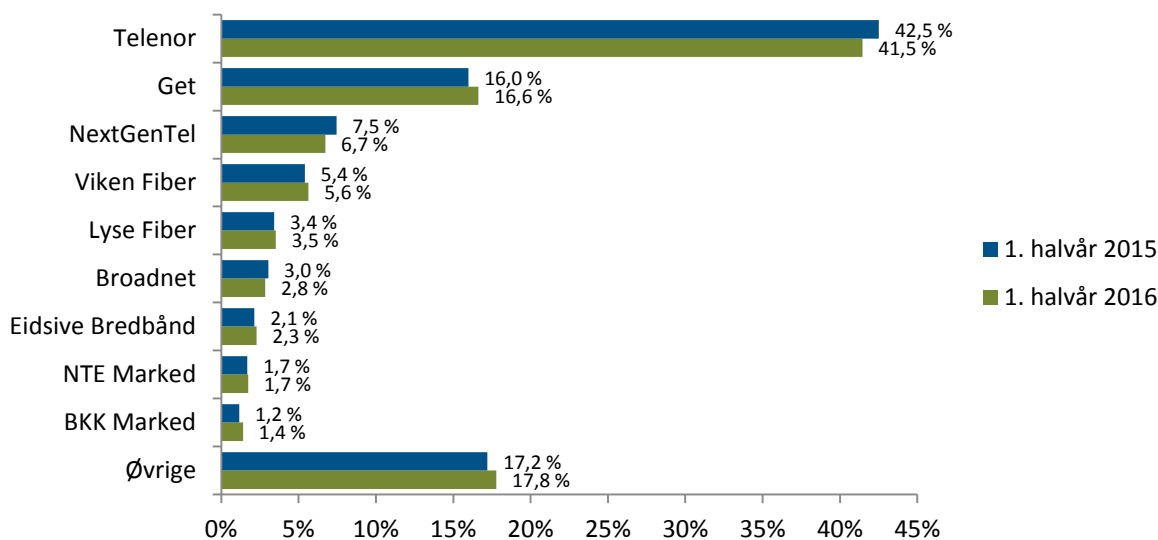
5.4 Markedsandeler

Telenor er største tilbyder av abonnement for fast bredbånd. Figur 24 viser at Telenor har en markedsandel på 41,3 prosent i privatmarkedet når vi ser alle aksessformer under ett. Inkluderer vi også bedriftsmarkedet blir Telenors markedsandel 41,5 prosent, jfr. figur 25. Også for bredbånd over fiber er Telenor største tilbyder med 18,2 prosent, jfr. figur 26. Telenors markedsandel reduseres noe fra utgangen av første halvår 2015 til utgangen av første halvår 2016 når vi ser alle aksessformer under ett. For fiberabonnement øker imidlertid Telenors markedsandel noe.

Get er nest største tilbyder av abonnement for fast bredbånd når vi ser alle aksessformer under ett. Gets markedsandel i privatmarkedet øker fra 16,9 prosent ved utgangen av første halvår 2015 til 17,5 prosent ved utgangen av første halvår 2016. NextGenTel er tredje største tilbyder av fast bredbånd. NextGenTels markedsandel er avtagende både når vi ser på privatmarkedet isolert og når vi også inkluderer bedriftsmarkedet.

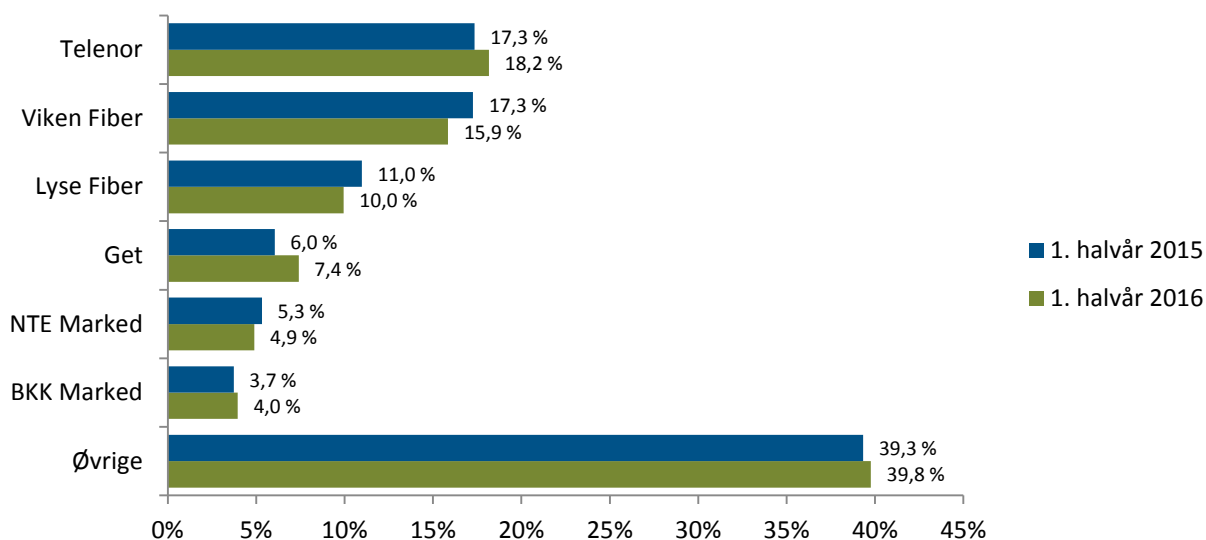


Figur 24 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Alle aksessformer. Privatmarked



Figur 25 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Alle aksessformer. Privat- og bedriftsmarkedet samlet

Viken Fiber er nest største tilbyder av bredbånd over fiber med en andel på 15,9 prosent, jfr. figur 26. Ved utgangen av første halvår 2015 hadde Telenor og Viken like stor markedsandel på fiber. Ved utgangen av første halvår 2016 har Telenor økt sin markedsandel til 18,2 prosent, mens Viken Fiber har redusert sin markedsandel til 15,9 prosent.



Figur 26 Markedsandeler for fast bredbånd målt ved antall abonnement. Fiber. Privat- og bedriftsmarkedet samlet

6 Overføring av TV-signaler

6.1 Innledning

Fra og med 2007 har Nkom innhentet tall for abonnement og omsetning for distribusjon av TV-signaler i form av TV-kanaler eller programpakker til sluttbrukere (TV-seer). Tallene er fordelt på de forskjellige aksessformene.

Mot utgangen av 2009 var det analoge bakkenettet blitt digitalisert i sin helhet. De siste analoge signalene ble slukket 1. desember 2009. Selskapet Norges televisjon (NTV) har konsesjon for å bygge ut og drive det digitale bakkenettet, mens søsterselskapet RiksTV tilbyr TV-kanaler eller programpakker i nettet, mot betaling. Kanalene fra NRK, samt enkelte andre kanaler, kan mottas vederlagsfritt fra RiksTV («gratiskanalene»). Mottak av TV-kanaler utover «gratiskanalene» krever en abonnementsavtale med RiksTV.

I statistikken i denne rapporten måles antall abonnement og tilhørende omsetning for sluttbrukere som har inngått avtale med RiksTV om mottak av flere kanaler enn «gratiskanalene». Statistikken omfatter altså ikke sluttbrukere som bare mottar «gratiskanalene».

Det er mange selskap som eier og driver nett for kabel-TV. Mange nett har få brukere, og flere nett eies av brukerne, først og fremst i boligsammenslutninger. Store tilbydere som Telenor (Canal Digital) og Get leverer TV-signaler i egne nett til sine sluttbrukere, men også til

abonnenter i brukereide nett. I mange tilfeller innebærer dette også salg av internettaksess og bredbåndstelefonitil sluttbrukere. For kabel-TV-nett innhenter Nkom tall over sluttbrukere av TV-signaler hovedsakelig fra tilbydere som også tilbyr internettaksess over kabel-TV-nettet. Dette betyr at enkelte kabel-TV-nett, først og fremst brukereide nett, kan falle utenfor statistikken. Nkom regner likevel med at dette i dag utgjør en begrenset andel.

Det er Telenor (Canal Digital Norge) og Viasat som overfører TV-signaler via satellitt til sluttbrukere i Norge. Nkom innhenter tall fra disse to tilbyderne.

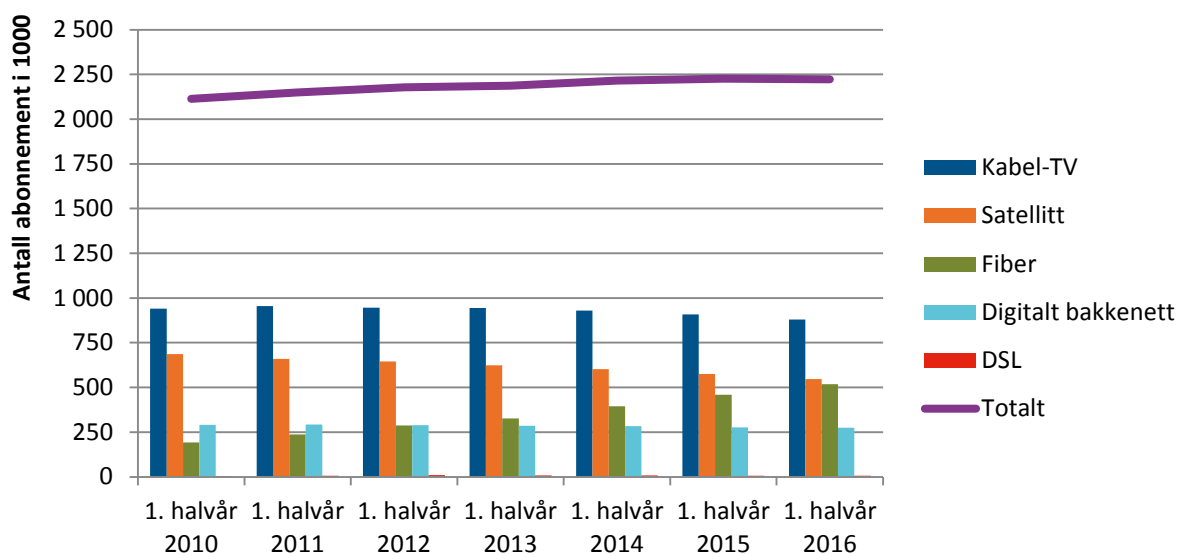
Det bygges hvert år nye nett basert på optisk fiber frem til sluttbrukere. Aksessnettet benyttes for tilgang til Internett, mottak av TV-signaler, bredbåndstelefonitil og eventuelle tilleggstjenester utover dette. Digital distribusjon av kringkasting over bredbåndsaksess (IP-TV) må ikke forveksles med web-TV (nett-TV) der lyd og bilde overføres til dedikerte brukere over Internett. Nkom innhenter tall for IP-TV over fiber.

Nkom innhenter også tall for overføring av TV-signaler over DSL. Slik distribusjon har et begrenset omfang sammenlignet med andre aksessformer.

6.2 Abonnement

Figur 27 viser utviklingen i antall abonnement for mottak av TV-signaler fordelt på teknologi. Det totale antallet abonnement for mottak av TV-signaler er nesten 2 223 000 ved utgangen av første halvår 2016. Det er en reduksjon på nærmere 3 000 abonnement sammenlignet med samme tidspunkt i 2015. Det er første gang det er registrert nedgang i antall abonnement. Fiber er den eneste aksessformen som øker. Fra utgangen av første halvår 2015 til samme tidspunkt i 2016 var det en økning på mer enn 58 000 abonnement. TV-abonnement basert på fiber utgjør 23 prosent av totalt antall abonnement.

Det er kabel-TV som har flest antall abonnement. Ved utgangen av første halvår var det nærmere 879 000 kabel-TV-abonnement. Det er en reduksjon på om lag 29 000 fra samme tidspunkt i 2015. Antall kabel-TV-abonnement utgjør 40 prosent av totalt antall TV-abonnement ved utgangen av første halvår 2016. TV-abonnement over satellitt utgjør den nest største kategorien med i overkant av 546 000 abonnement ved utgangen av første halvår 2016.



Figur 27 Antall abonnement for mottak av TV-signaler per utgangen av perioden

6.3 Omsetning

6.3.1 Omsetningsbegrepet

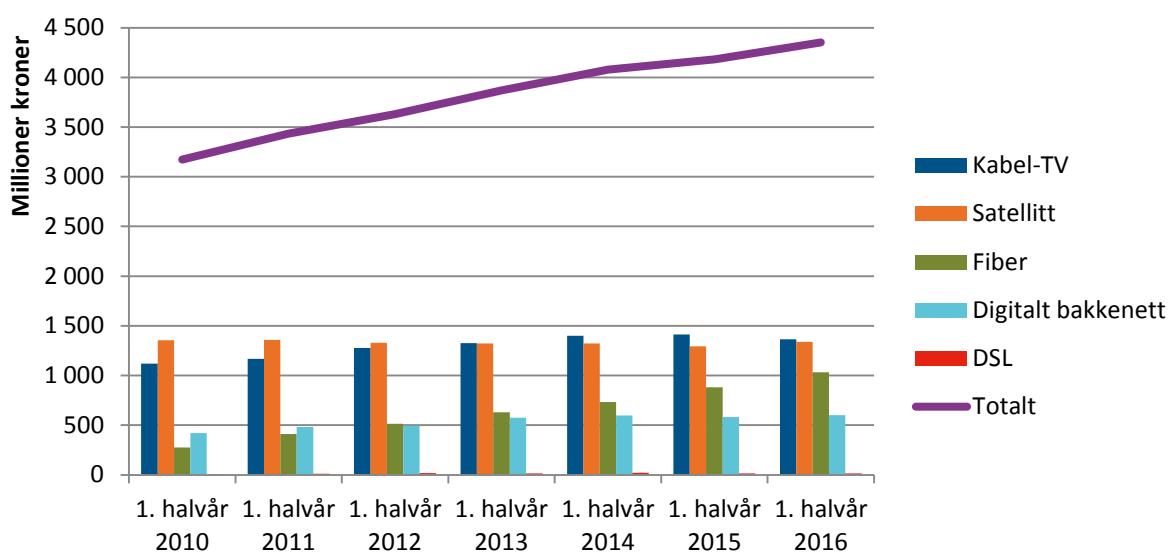
Omsetningen som tilbydere rapporterer til Nkom, omfatter primært inntekter ved distribusjon av TV-signaler i form av enkeltkanaler eller programpakker. Omsetningen omfatter også tilleggstenester i form av filmleie eller annen avspilling av medieinnhold. Omsetningen omfatter så vel etableringskostnader som løpende abonnementsbetaling. Omsetningen omfatter ikke inntekter ved salg eller utleie av fysisk utstyr tilknyttet TV-apparatet, for eksempel digitalbokser eller opptaks- og avspillingsenheter.

På mange av de aksessene som benyttes for TV, vil det også være abonnement på andre tjenester, spesielt tilgang til Internett. Det vil kunne variere hvordan de enkelte tilbydere tar betalt for selve aksessen. Nkom antar likevel at mye av kostnadene dekkes inn gjennom abonnementene på grunntjenesten i aksessen. For kabel-TV-aksesser vil dette være abonnementene for TV, mens det for fiberaksesser som hovedregel vil være abonnementene på Internett-tjenesten.

6.3.2 Utvikling i omsetning

Figur 28 viser utviklingen i omsetning for overføring av TV-signaler. I første halvår 2016 var den totale omsetningen mer enn 4,35 milliarder kroner. Dette er en økning på over 169 millioner kroner sammenlignet med første halvår 2015. Aksessformen med størst vekst i omsetning er fiber, som omsatte for over 1,03 milliarder kroner i første halvår 2016. Det er en økning på nesten 153 millioner kroner sammenlignet med samme periode i 2015.

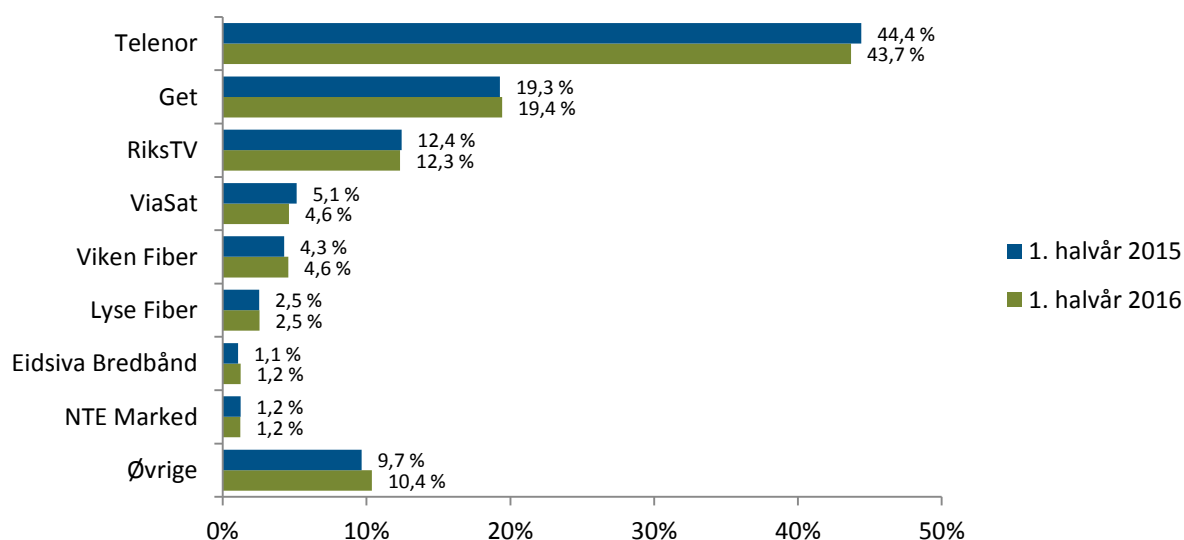
Omsetningen fra kabel-TV går ned med nesten 49 millioner kroner sammenlignet med første halvår 2015. Det er første gangen omsetningen for kabel-TV går ned.



Figur 28 Omsetning for distribusjon av TV-signaler fordelt på aksessform

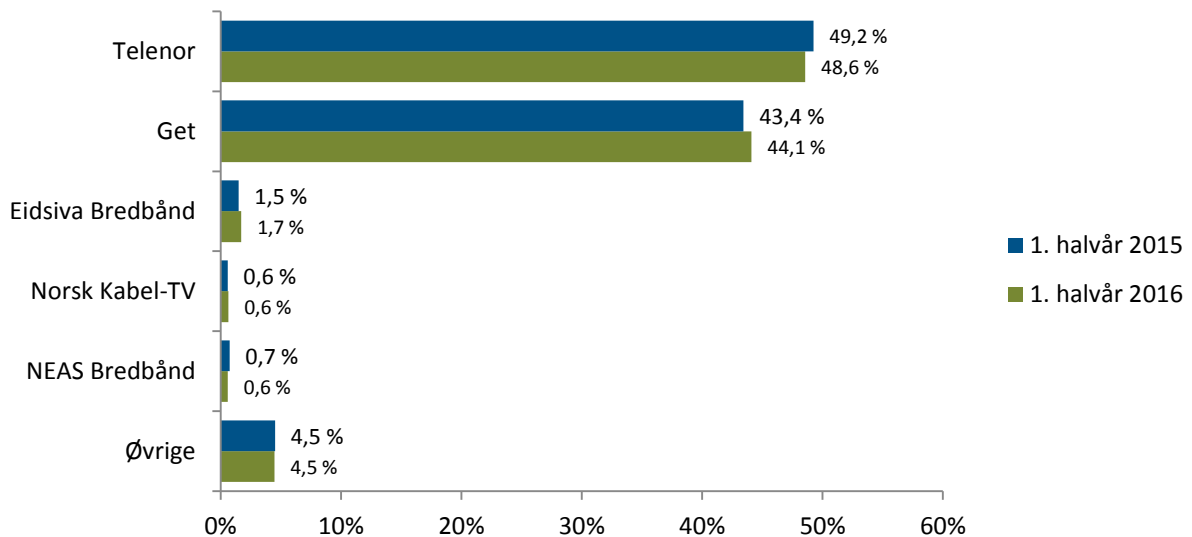
6.4 Markedsandeler

Figur 29 viser utviklingen i markedsandeler for overføring av TV-signaler for alle aksessteknologier, målt ved antall abonnement. Telenor, som inkluderer Canal Digital, er den største tilbyderen med en markedsandel på 43,7 prosent ved utgangen av første halvår 2016. Dette er en nedgang fra 44,4 prosent fra samme tidspunkt i 2015. Get, som er nest største tilbyder, øker sin markedsandel fra 19,3 prosent ved utgangen av første halvår 2015 til 19,4 prosent på samme tidspunkt i 2016. RiksTV, som leverer TV over det digitale bakkenettet, har en markedsandel på 12,4 prosent ved utgangen av første halvår 2014. Viken Fiber øker sin markedsandel fra 4,1 prosent til 4,3 prosent i løpet av første halvår 2015.



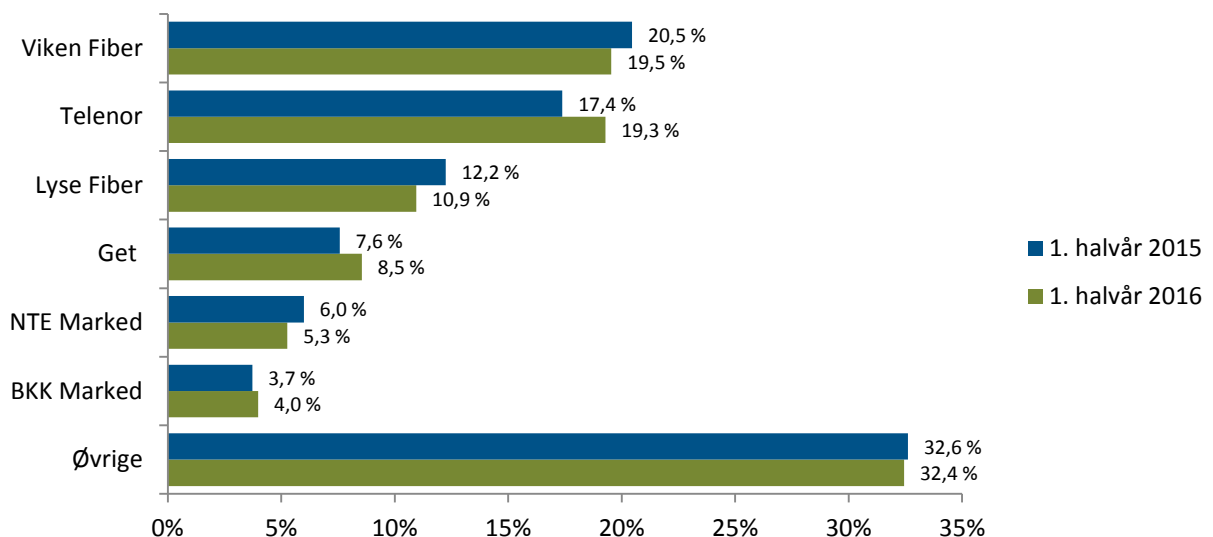
Figur 29 Markedsandeler for distribusjon av TV-signaler målt ved antall abonnement. Alle aksessformer

Figur 30 viser utviklingen i markedsandeler for kabel-TV, målt ved antall abonnement. Telenor og Get har til sammen 92,6 prosent av markedet. Denne samlede andelen har vært relativt stabil de siste årene. Telenors andel reduseres fra 49,6 ved utgangen av 2015 til 49,2 prosent ved utgangen av første halvår 2016. Get øker sin markedsandel fra 43,4 prosent til 44,1 prosent i samme periode. Det er kun små endringer i markedsandelene til de mindre tilbyderne.



Figur 30 Markedsandeler for overføring av TV-signaler målt ved antall abonnement. Kabel-TV

Figur 31 viser markedsandeler for overføring av TV-signaler over fiber, målt ved antall abonnement. Viken Fiber er den største tilbyderen med 19,5 prosent av abonnentene ved utgangen av første halvår 2016. Det er en nedgang fra 20,5 prosent ved utgangen av første halvår 2015. Nest størst er Telenor med 19,3 prosent ved utgangen av første halvår 2016. Det er en økning fra 17,4 prosent på samme tidspunkt i 2015.



Figur 31 Markedsandeler for overføring av TV-signaler målt ved antall abonnement. Fiber

