

Det norske ekomarkedet
per 3. kvartal 2008

12. desember 2008



Post- og teletilsynet

Det norske ekomarkedet

per 3. kvartal 2008

1 Innledning	3
1.1 Om PTs ekomrapportering	3
1.2 Hovedtall	4
2 Bredbåndstelefonie	5
2.1 Abonnement	5
2.2 Trafikk	5
2.3 Omsetning	6
2.4 Markedsandeler	7
3 Mobiltelelefonie	8
3.1 Abonnement	8
3.2 Trafikk	8
3.3 Omsetning	10
3.4 Markedsandeler	10
4 Mobilt bredbånd	12
4.1 Abonnement	12
4.2 Trafikk	12
4.3 Omsetning	13
4.4 Markedsandeler	13
5 Fast bredbånd	15
5.1 Abonnement	15
5.2 Omsetning	16
5.3 Markedsandeler	17

Post- og teletilsynet (PT) foretar kvalitetskontroll av de oppgavene som blir sendt inn av tilbyderne. Noen ganger er det likevel slik at PT ikke avdekker feilrapportering før flere års data kan sammenholdes. PT tar derfor forbehold om at feil kan forekomme.

1 Innledning

1.1 Om PTs ekomrapportering

Post- og teletilsynet (PT) har i flere år publisert årlig og halvårlig statistikk for utviklingen i elektroniske kommunikasjonstjenester. Siste års rapporter publiseres på PT's hjemmesider¹.

Fra 2008 har PT også innhentet statistikk for utvalgte deler av ekomarkedet per 1. kvartal og per 3. kvartal. Formålet med kvartalsrapportene er å belyse utviklingen på viktige vekstområder der endringene skjer raskt og der det derfor er størst oppmerksomhet. Gjennom kvartalsrapportene kan PT dermed bidra til å fange opp eventuelle nye forhold i ekomarkedet.

Kvartalsrapportene omfatter tjenesteområdene bredbåndstelefon, mobiltelefon, mobilt bredbånd og fast bredbånd. For disse tjenestene innhenter PT tall for abonnement, trafikk og omsetning. Kvartalsrapportene omfatter altså ikke tradisjonell fasttelefon, datakommunikasjon og overføringskapasitet. Kvartalsrapportene omfatter heller ikke signaloverføring av TV, selv om dette er et område der det for tiden skjer raske endringer.

Kvartalsrapportene omhandler omfanget av tilbyrers tjenester i sluttbrukermarkedet. Det innhentes ikke tall for grossisttjenester eller samtrafikk.

Oversikten nedenfor gir oversikt over de tjenesteområdene som for tiden omfattes av de enkelte rapportene.

	Per helår	Per 1. kvartal	Per halvår	Per 3. kvartal
Fasttelefon	√		√	
Bredbåndstelefon	√	√	√	√
Mobiltelefon	√	√	√	√
Mobilt bredbånd	√	√	√	√
Fast bredbånd	√	√	√	√
Datakommunikasjon	√			
Overføringskapasitet	√			
Signaloverføring for TV	√		√	

Statistikk på årlig og halvårlig basis innhentes fra alle tilbydere i ekomarkedet. Tall innhentet per 1. og 3. kvartal 2008 omfatter et utvalg av tilbydere. Det er et lite antall tilbydere som står for de største volumene i markedet. Ved å utnytte dette forholdet kan rapportene publiseres raskere og med bruk av mindre ressurser enn ellers.

I statistikken for 3. kvartal 2008 er det innhentet tall fra de største tilbyderne og et utvalg av mellomstore tilbydere, til sammen 37. Den andelen disse tilbyderne hadde av totalmarkedet per 1. halvår 2008 benyttes for å beregne totalmarkedet per 3. kvartal 2008. Utvalget av tilbydere dekker det aller meste av markedene for mobiltelefon og mobilt bredbånd, mens de dekker en noe mindre andel av markedene for bredbåndstelefon og fast bredbånd, der det er relativt mange tilbydere. Tilbyrerne i utvalget hadde 93,7 prosent av samlet omsetning i 1. halvår 2008 for de fire tjenesteområdene til sammen.

Utvalgets andel av totalmarkedene per 1. halvår 2008 er vist i oversikten på neste side for henholdsvis antall abonnement og omsetning. Det er slike andeler som er benyttet for å beregne tallene i denne rapporten per 3. kvartal 2008. En lav andel vil normalt bety at det er større usikkerhet i anslaget for totalmarkedet enn i de tilfeller der andelen er høy.

¹ www.npt.no

Denne beregningsmåten for totalmarkedet i 3. kvartal 2008 betyr i realiteten at vi antar at de tilbyderne som ikke er med i utvalget samlet har samme volumutvikling i 3. kvartal, som de tilbyderne som er med i utvalget.

	Andel av antall abonnement	Andel av omsetningen
Bredbåndstelefon	84,5 %	88,0 %
Mobiltelefon	95,8 %	97,5 %
Mobilt bredbånd	99,9 %	99,9 %
Fast bredbånd	89,5 %	84,4 %

PT benytter tallene per 3. kvartal 2008 til å anslå aktuelle volumer ved utgangen av 2008. Det legges til grunn at den absolutte endringen i 4. kvartal 2008² blir den samme som i 3. kvartal. For de variable der det ikke skjer store endringer fra kvartal til kvartal, kan dette være en enkel og realistisk forutsetning. For tjenester der det skjer raske endringer er en slik forutsetning mindre realistisk, slik tilfellet kan være med den raske utviklingen innen mobilt bredbånd, jfr. kapittel 4. En slik enkel forutsetning vil heller ikke ta hensyn til eventuelle sesongsvingninger, jfr. merknad i kapittel 2.2 om bredbåndstelefon.

1.2 Hovedtall

Tabellen nedenfor viser utviklingen for abonnement og omsetning for de fire tjenesteområdene som denne rapporten omhandler.

	2007	2008 (anslag)	Prosentvis endring
Bredbåndstelefon	458 517	524 000	14,3 %
Mobiltelefon	5 050 000	5 157 000	2,1 %
Mobilt bredbånd ³	87 490	276 000	215,5 %
Fast bredbånd	1 435 976	1 589 000	10,7 %

Tabell 1 Antall abonnement per utgangen av 2007 og anslag per utgangen av 2008

	2007	2008 (anslag)	Prosentvis endring
Bredbåndstelefon	870 000	967 000	11,1 %
Mobiltelefon	14 849 000	15 100 000	1,7 %
Mobilt bredbånd ⁴	262 000	429 000	63,7 %
Fast bredbånd	5 447 000	6 582 000	20,8 %

Tabell 2 Omsetning i 2007 og anslag for omsetning i 2008. Omsetning i 1.000 kr

Dersom leserne av denne rapporten har kommentarer og/eller forslag til endringer/forbedringer i rapporten, setter vi pris på om dette sendes til statistikk@npt.no.

² I figurene fremkommer anslaget for 4. kvartal som et særskilt grått felt.

³ Det er meget sterk vekst i abonnement for mobilt bredbånd. Anslaget for abonnement og omsetning for 2008 er derfor usikkert.

⁴ Samme som fotnote 3.

2 Bredbåndstelefonti

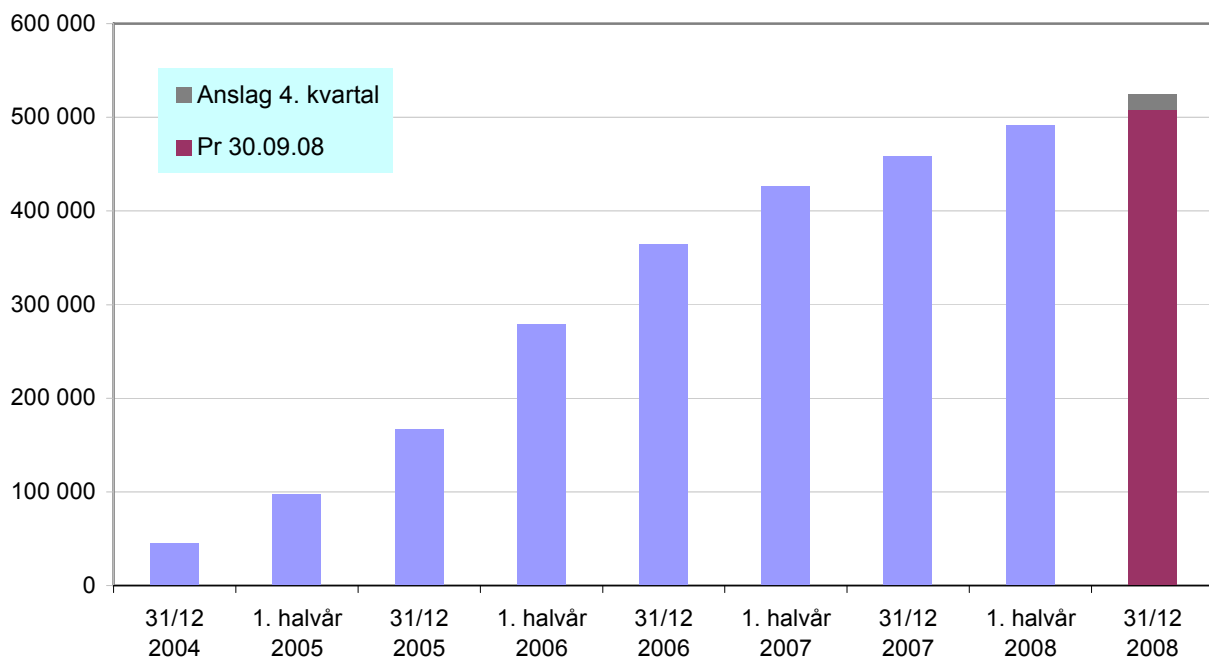
2.1 Abonnement

Bredbåndstelefonti er fasttelefonti over Internet Protocol (IP), en kommunikasjonsprotokoll som tar hånd om adressering og veivalg for datapakker for Internett og andre IP-baserte nett. Bredbåndstelefonti ble introdusert i det norske markedet i 2004.

Antall abonnement for bredbåndstelefonti per utgangen av hvert halvår eller helår er vist i figur 1. Økningen i antall abonnement var særlig sterk i 2005 og 2006, men veksten har senere avtatt noe. Per utgangen av 3. kvartal 2008 var det i om lag 508.000 abonnement for bredbåndstelefonti. Til sammenligning var det om lag 492.0000 ved utgangen av 1. halvår 2008 og 461.000 ved utgangen av 2007.

PT anslår antall abonnement for bredbåndstelefonti til 524.000 ved utgangen av 2008, det vil si en økning på 63.000 i løpet av året. Økningen i 2007 var til sammenligning på 97.000.

Bedriftskundene utgjør kun en mindre del av antall abonnement, anslagsvis tre prosent.



Figur 1 Utviklingen i antall abonnement for bredbåndstelefonti per utgangen av den aktuelle perioden. Privat- og bedriftsabonnement samlet

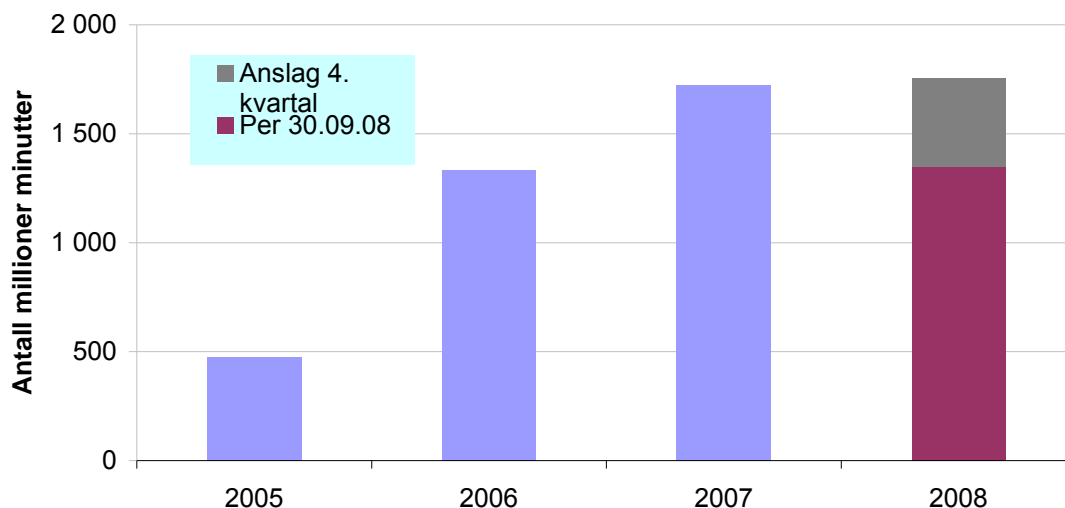
2.2 Trafikk

Antall trafikkminutter fra bredbåndstelefontiabonnement er anslått til om lag 1,8 milliarder i 2008, en økning på bare mellom 25 og 30 millioner minutter siden 2007⁵. Fra 2006 til 2007 var økningen på mer enn 390 millioner minutter. Dette innebærer at veksten i trafikken flater ut, til tross for at det er en viss vekst i antall abonnement for bredbåndstelefonti.

Overgangen fra sterkt vekst i antall trafikkminutter til utflating har gått svært raskt: Fra 2006 til 2007 økte trafikken med 29 prosent. Fra 1. halvår 2007 til første halvår 2008 var veksten redusert til 8,6 prosent. Fra 2007 til 2008 er veksten anslått til knapt to prosent.

En mulig forklaring på dette er gitt i kapittel 2.3 om omsetning.

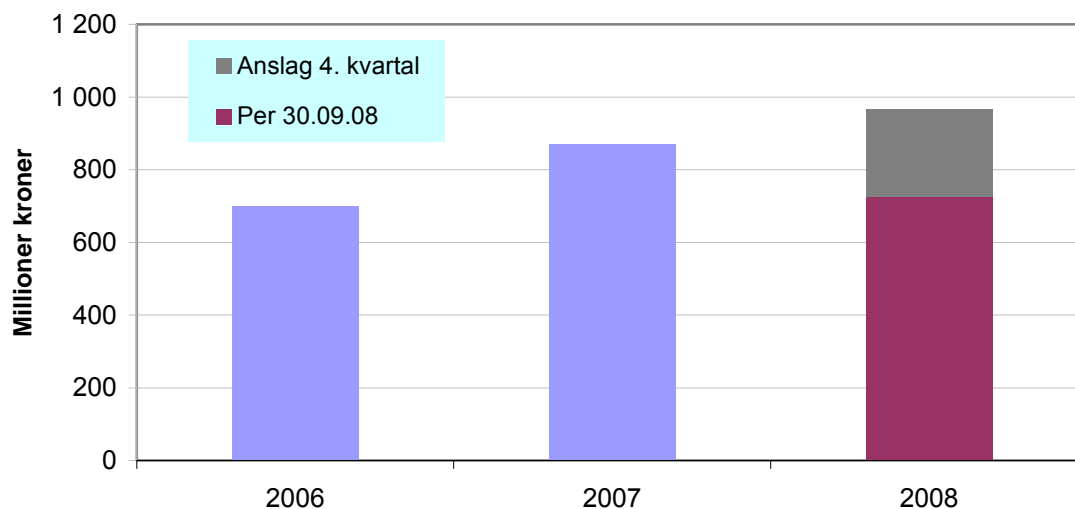
⁵ Det kan ikke utelukkes at det er sesongsvingninger i bruken av fasttelefonti, inklusive bredbåndstelefonti. Det kan tenkes at privatkunder har et høyere antall ringeminutter i 4. kvartal, som omfatter julehøytiden, sammenlignet med 3. kvartal, som inkluderer sommerferien. Hvis dette er tilfellet vil PTs anslag kunne være noe for lavt. PT har ikke datagrunnlag som eventuelt kan underbygge dette forholdet.



Figur 2 Antall trafikkminutter for bredbåndstelefoeni. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner minutter

2.3 Omsetning

Figur 3 viser utviklingen i omsetning for abonnement for bredbåndstelefoeni. PT anslår omsetningen i 2008 til 966 millioner kroner. Omsetningen i 2007 var til sammenligning på 870 millioner kroner. Det vil si en økning fra 2007 til 2008 på bare 96 millioner kroner. Til sammenligning var økningen fra 2006 til 2007 på 171 millioner.kroner.



Figur 3 Omsetning for abonnement for bredbåndstelefoeni. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner kroner

Tabell 3 på neste side viser at omsetningen per abonnement⁶ er avtagende. Det samme gjelder trafikk per abonnement målt i antall trafikkminutter. Den månedlige omsetningen per abonnement er redusert gradvis fra bortimot 220 kroner i 2006, til 166 kroner i 2008. I samme periode er månedlig antall trafikkminutter per abonnement redusert fra 418 i 2006 til ca 330 i 2008.

En mulig forklaring på dette er følgende: En større del av abonnementene for bredbåndstelefoeni selges på aksessløsninger der bredbåndstelefoeni anses som en "tilleggstjeneste" og der konkurransesituasjonen i tillegg tilsier at bredbåndstelefoeni selges inn som en tilleggstjeneste til en relativt lav månedlig abonnementspris, eventuelt som en del av en pakkeløsning. Hovedveksten

⁶ Omsetning og trafikk det aktuelle året er sett i forhold til gjennomsnittet av antall abonnement ved utgangen av dette året og ved utgangen av det foregående året

for abonnement for bredbåndstelefon skjær nå på kabel-TV og fiber som aksessteknologi⁷. I tillegg er det grunn til å tro er nye abonnenter har et ringemønster med gjennomgående lavere månedlig trafikk enn abonnenter som tok i bruk bredbåndstelefon i en tidlig fase.

Tall per måned per abonnement	2006	1. halvår 2007	2007	1. halvår 2008	3. kvartal 2008	2008
Omsetning i kroner	219	191	176	170	167	166
Trafikk i antall minutter	418	366	349	331	310	301

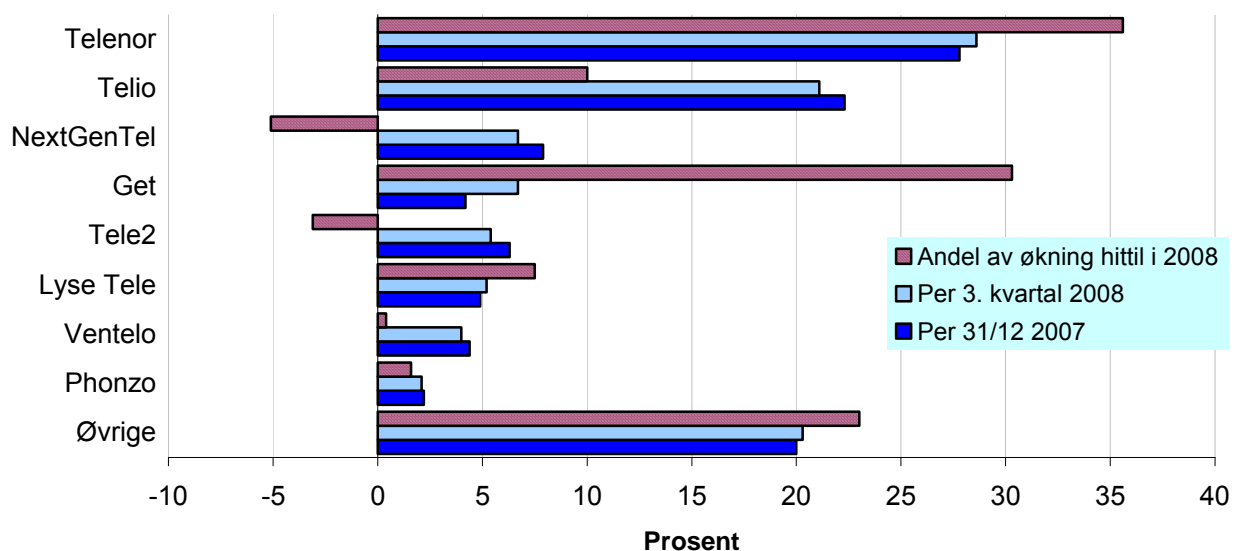
Tabell 3 Utviklingen i månedlig omsetning per abonnement og månedlig trafikk per abonnement. Kolonnen 3. kvartal omfatter perioden fra årsskiftet til og med 3. kvartal

2.4 Markedsandeler

Figur 4 viser markedsandelene for de største tilbyderne innen bredbåndstelefon. Totalt antall abonnement er benyttet som målegrunnlag. Telenor har økt sin markedsandel fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008 fra 27,8 prosent til 28,6 prosent. Telenor har i denne perioden tatt 35,6 prosent av økningen i antall abonnement.

Get har i den samme perioden tatt 30,3 prosent av økningen i antall abonnement og har dermed økt sin markedsandel fra 4,2 prosent til 6,7 prosent. Tilsammen har Telenor og Get dermed tatt 65,9 prosent av økningen i antall abonnement i perioden.

Telio er nest største tilbyder i markedet målt etter antall abonnement og har tatt 10,0 prosent av veksten i perioden, men markedsandelen reduseres likevel fra 22,3 prosent til 21,1 prosent. Både NextGenTel og Tele2 har færre abonnement ved utgangen av 3. kvartal 2008, sammenlignet med utgangen av 2007.



Figur 4 Utvikling i markedsandeler for abonnement for bredbåndstelefon i perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008. Privat- og bedriftsabonnement samlet

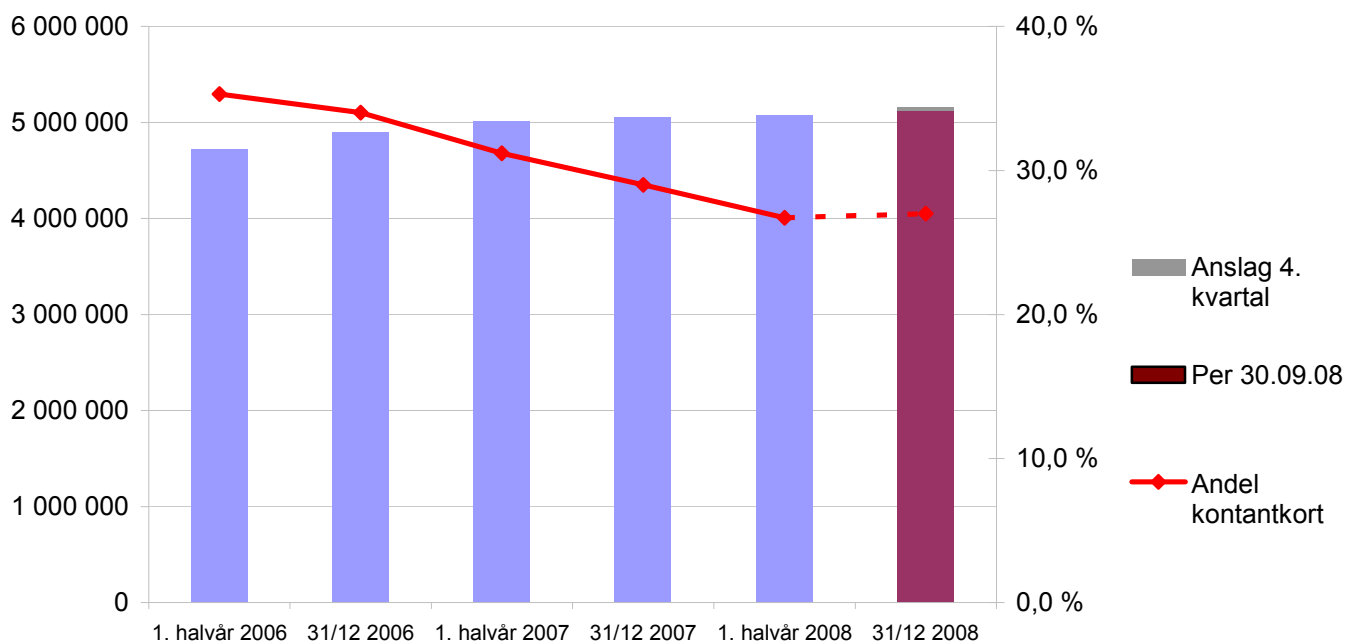
⁷ Flere av tilbyderne som benytter ADSL som aksesløsning for bredbåndstelefon har redusert sine markedsandeler, jfr. kapittel 2.4.

3 Mobiltelefoni

3.1 Abonnement

PT måler antall mobiltelefoniabonnement som benyttes for tale⁸. Antall mobiltelefoniabonnement ved utgangen av 2008 er anslått til 5,157 millioner. Ved utgangen av 2007 var antall abonnement til sammenligning 5,050 millioner, dvs en økning på om lag 107.000.

Antall kontantkort⁹ har vært fallende i flere år, både i absolutt antall såvel som relativt i forhold til totalt antall mobiltelefoniabonnement. I perioden fra halvårsskiftet til utgangen av 3. kvartal 2008 har antall kontantkort økt med mer enn 20.000, til totalt omlag 1,378 millioner. Ved utgangen av 3. kvartal 2008 var kontantkortandelen på 26,9 prosent¹⁰.



Figur 5 Utviklingen i antall abonnement for mobiltelefoni (tale) per utgangen av den aktuelle perioden. Privat og bedriftsabonnement samlet

Ved utgangen av 3. kvartal 2008 var i underkant av 77 prosent av mobiltelefoniabonnementene registrert på privatkunder¹¹.

3.2 Trafikk

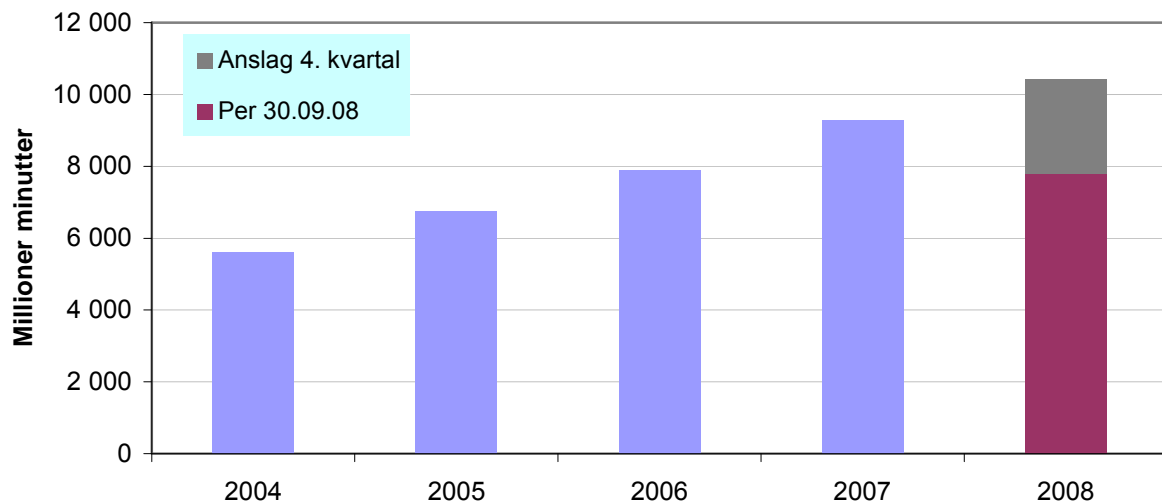
Antall trafikkminutter originert fra mobiltelefoniabonnement i 2008 er anslått til 10,4 milliarder. Til sammenligning var antallet minutter i 2007 på nesten 9,3 milliarder, det vil si en økning på 1,1 milliarder. Den årlige økningen har vært forholdsvis konstant over flere år, til tross for at veksten i antall mobiltelefoniabonnement er mindre enn tidligere. Omtrent 60 prosent av trafikkminuttene origineres fra private mobiltelefoniabonnement.

⁸ Tall for antall mobiltelefoniabonnement har frem til og med 2007 omfattet både taleabonnement og SIM-kort som benyttes for kommunikasjon mellom datamaskiner (M2M), for eksempel alarmer. Fra 2008 er mobilabonnement kun rene taleabonnement. Abonnementstallene i figuren er justert for dette tilbake til 2006.

⁹ Bare kontantkort som er benyttet siste tre måneder før utløpet av registreringsperioden telles med.

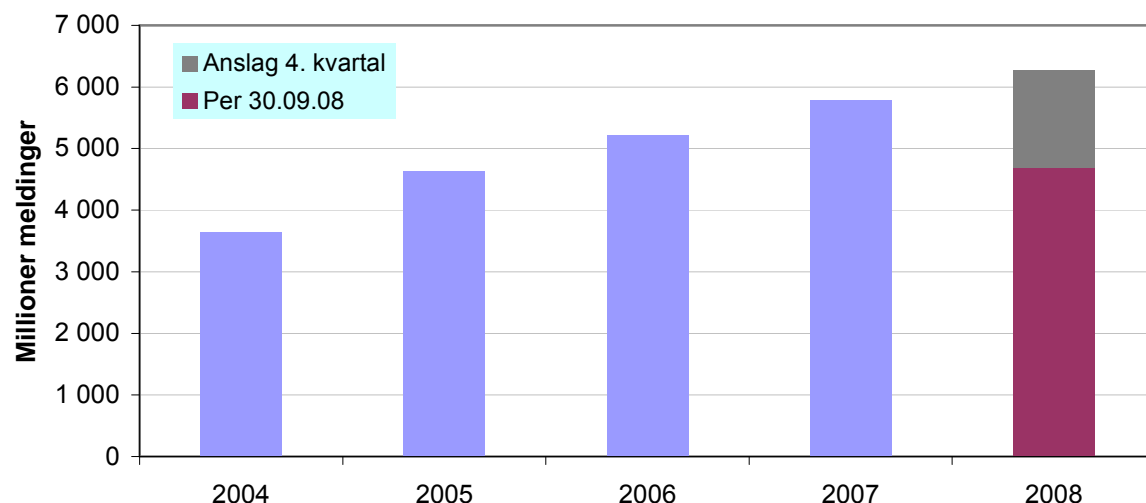
¹⁰ Denne økningen i antall kontantkort er skjedd i løpet av 3. kvartal 2008 og kan trolig tilskrives tilbud fra enkelte tilbyreres side rettet mot kontantkortsegmentet. Antall kontantkort per utgangen av de aktuelle periodene var: 2007: 1.424.600; 1. halvår 2008: 1.357.400; 3. kvartal 2008: 1.378.000; 2008 (anslag): 1.398.000. Anslaget per utgangen av 2008 er basert på at økningen i 3. kvartal fortsetter i 4. kvartal. Denne forutsetningen er usikker.

¹¹ Abonnementer som er registrert på enheter med organisasjonsnummer regnes som bedriftsabonnement. Resten regnes som privatabonnement.



Figur 6 Antall trafikkminutter originert fra mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner minutter

Antall SMS-meldinger i 2008 er anslått til 6,3 milliarder. Til sammenligning var antallet 5,8 milliarder i 2007. Veksten i antall SMS-meldinger har vært sterk og forholdsvis stabil over en årrekke. 84 prosent av SMS-meldingene sendes fra private mobiltelefoniabonnement.



Figur 7 Antall sendte SMS-meldinger. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner meldinger

Fra mobiltelefonabonnement genereres det dataoverføringer, for eksempel i forbindelse med tilgang til Internett. I kapittel 4 er denne trafikken beskrevet for abonnenter som har særskilte abonnement for mobilt bredbånd. Datatrafikken som er omtalt i dette kapittel er generert fra ordinære mobiltelefoniabonnement. Denne datatrafikken utgjør en liten andel sammenlignet med datatrafikken fra særskilte abonnement for mobilt bredbånd.

Tabell 4 viser datatrafikken omregnet på månedsbasis i tre perioder, målt i antall GB. Det er grunn til å anta at abonnenter som tidligere hadde relativt mye datatrafikk, har anskaffet egne abonnement for mobilt bredbånd og at dette kan forklare at det er en nedgang fra 2007 til 1. halvår 2008. I løpet av 3. kvartal har datatrafikken tatt seg opp igjen. Det kan blant annet ha sammenheng med introduksjonen av iPhone¹² og tilsvarende håndsett i det norske markedet, samt prismodeller med et antall MB inkludert i abonnementsprisen.

¹² Telenor og NetCom har samlet sett 86 prosent av datatrafikken over ordinære mobiltelefoniabonnement. I løpet av 3. kvartal 2008 har NetCom økt sin andel, mens Telenors andel er redusert noe. NetCom har

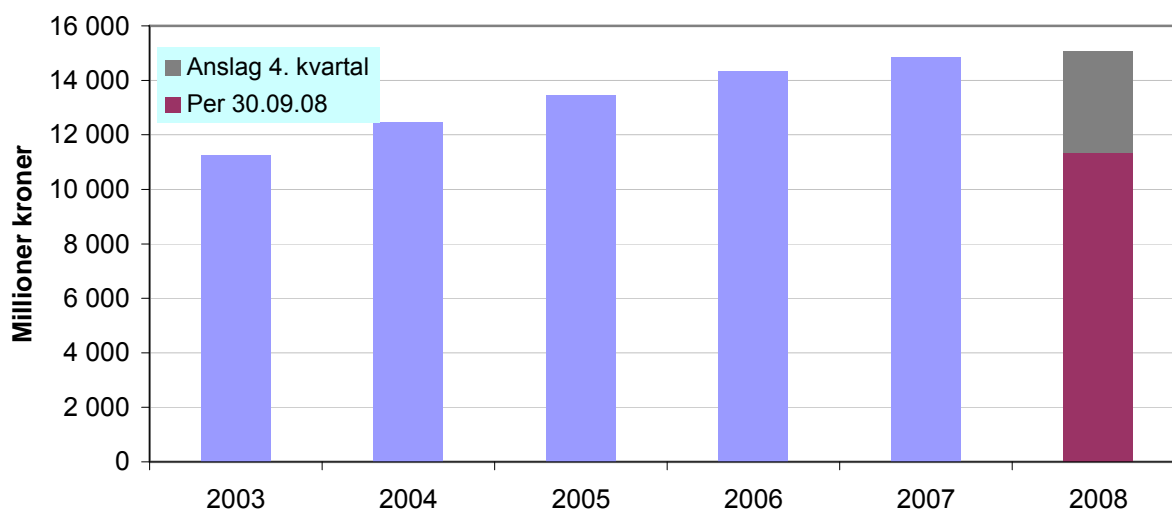
Periode	2007	1. halvår 2008	3. kvartal 2008
Datatrafikk per måned (GB)	12.750	11.700	15.300

Tabell 4 Utvikling i datatrafikk per måned generert fra ordinære mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i antall GB (= 1.000 MB). Kolonnen 3. kvartal omfatter kun dette kvartalet (3 måneder)

3.3 Omsetning

Den årlige økningen i omsetningen for mobiltelefoni har vært avtagende de siste årene. Omsetningen i 2008 er anslått til om lag 15,1 milliarder, en økning på bortimot 300 millioner kroner i 2008, sammenlignet med 2007. Økningen i 2007 var til sammenligning på noe over 500 millioner kroner.

Privatabonnementene står for omlag 63 prosent av samlet omsetning.



Figur 8 Samlet omsetning for mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner kroner

3.4 Markedsandeler

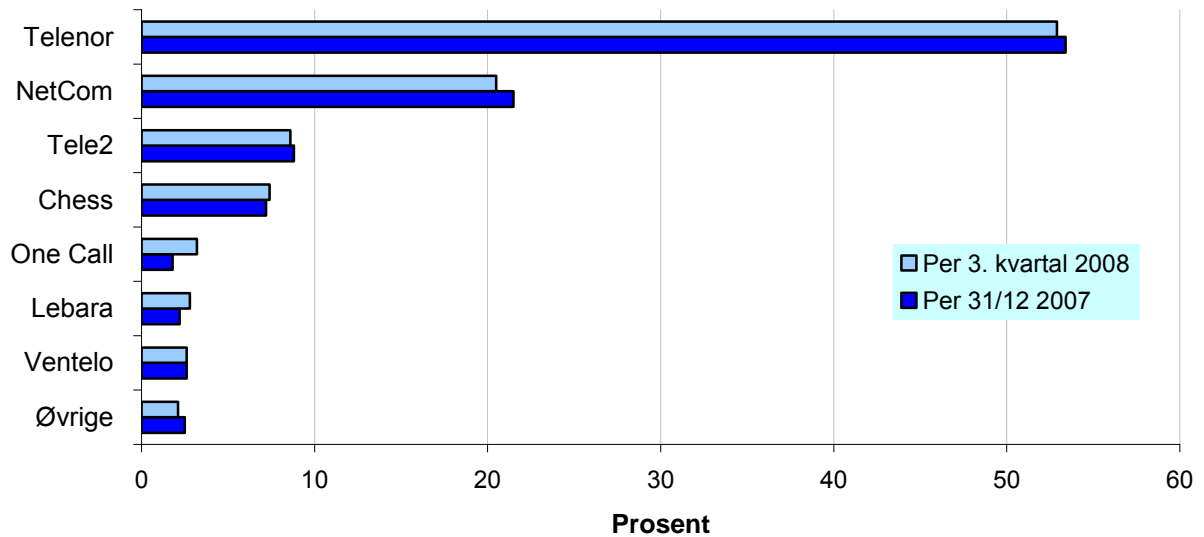
Fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008 har antall mobiltelefonabonnement økt med bortimot 36.000. Dette er nettotall som dekker over relativt store endringer mellom selskapene. De tre største tilbyderne, Telenor¹³, NetCom og Tele2, har samlet sett redusert antall abonnement med mer enn 57.000. Deres samlede markedsandel er redusert fra 83,6 prosent til 81,2 prosent i denne perioden.

One Call og Lebara har samlet sett hatt en økning i antall abonnement i perioden på nesten 100.000. Deres samlede markedsandel er derfor økt fra 4,0 prosent til 5,9 prosent. Chess har en mindre økning i markedsandelen i denne perioden, mens Ventelos markedsandel er den samme.

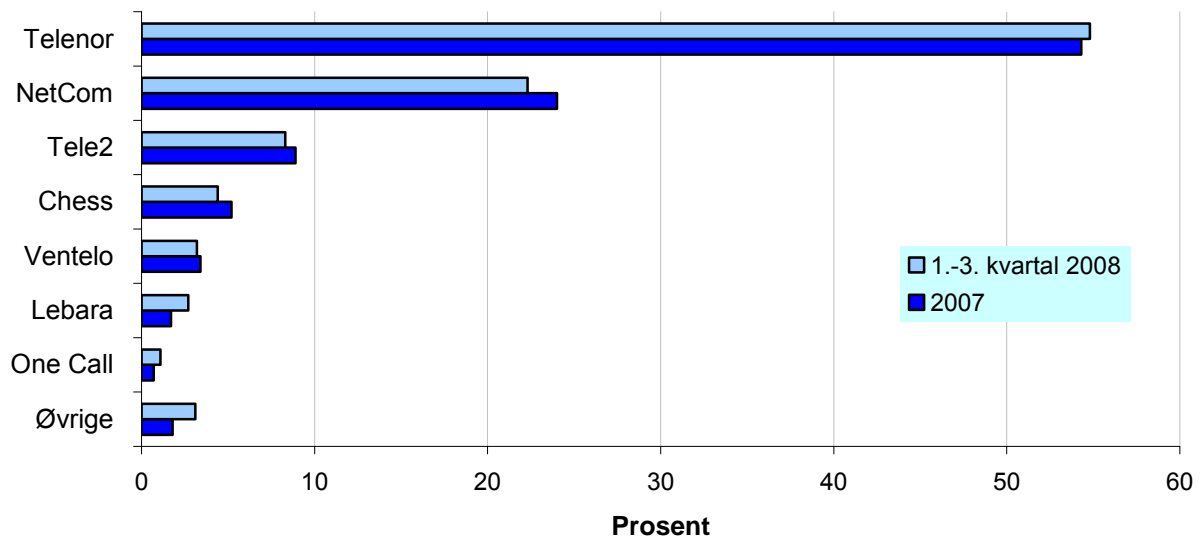
Figur 9 viser utviklingen i markedsandeler målt etter antall abonnement for tilbydere som har mer enn én prosent i andel ved utgangen av 3. kvartal 2008. Det er betydelige forskjeller i omsetning for de enkelte tilbydere sett i forhold til det antall abonnement de enkelte har. Figur 10 viser derfor markedsandelene også målt etter omsetning i 2007 og de tre første kvartalene i 2008. Også her er bare tilbydere med større andel enn én prosent i 2008 tatt med. Telenor, NetCom og Ventelo har en høyere markedsandel målt etter omsetning enn det som er tilfellet når antall abonnement legges til grunn. Disse tilbyderne har altså en relativt høy omsetning per abonnement. For Chess og særlig One Call er forholdet omvendt.

inngått avtale om salg av iPhone, noe som kan underbygge antagelsen om at en stor andel av økningen i datatrafikk i 3. kvartal skyldes introduksjonen av iPhone i august.

¹³ I løpet av 3. kvartal 2008 er selskapene Telenordic, Talkmore og Talkmore Ekstra innfusjonert i Telenor. Markedsandeler for Telenor før denne tid inkluderer derfor også disse tilbyderne.



Figur 9 Utvikling i markedsandeler for mobiltelefoniabonnemnt i perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008. Rekkefølge basert på markedsandel per 3. kvartal 2008. Privat- og bedriftsabonnemnt samlet



Figur 10 Utvikling i markedsandeler for mobiltelefoni målt etter tilbydernes sluttbrukeromsetning i 2007 og de tre første kvartalene i 2008. Rekkefølge basert på andel av omsetning i 2008. Omsetning for privat- og bedriftsabonnemnt samlet

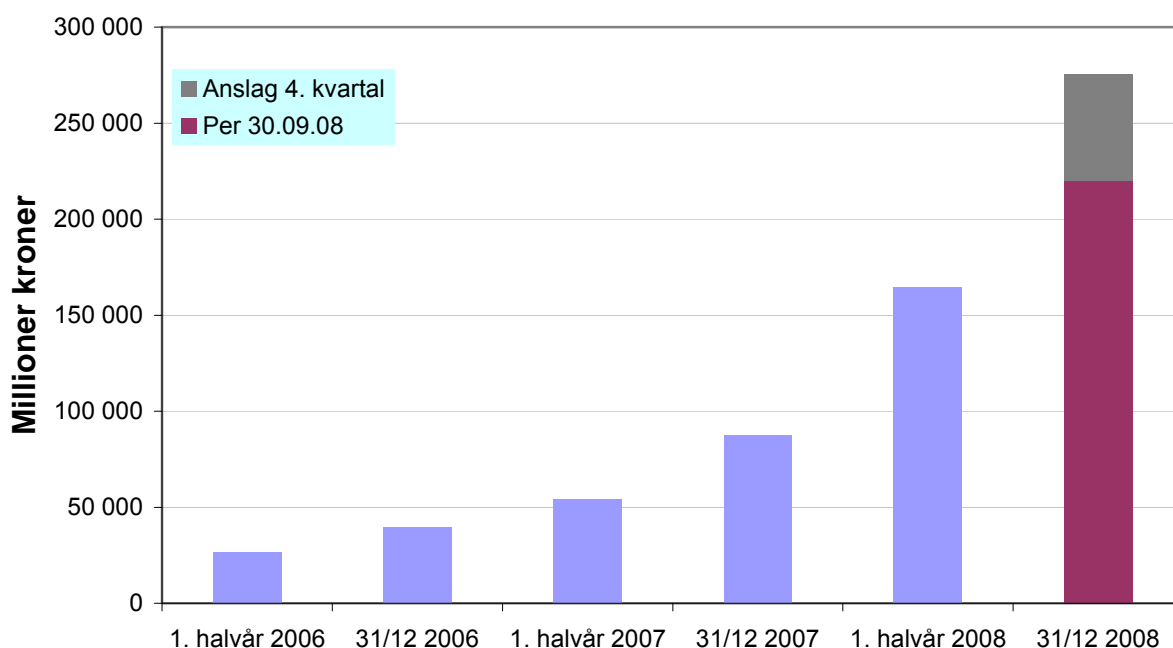
4 Mobilt bredbånd

I denne rapporten er betegnelsen mobilt bredbånd benyttet for særskilte abonnement som tilbys for å gi kunder aksess til Internett over mobilnettet. Hastigheten som tilbys kan variere avhengig av kapasitet og teknologisk løsning i nettet på det aktuelle stedet. Datatrafikk over ordinære mobilabonnement er omtalt i kapittel 3.3.

4.1 Abonnement

Figur 11 viser utviklingen i antall abonnement for mobilt bredbånd. Ved utgangen av 3. kvartal 2008 var det totalt 220.000 abonnement. Det er en økning på 55.500 bare siden 1. halvår 2008 og hele 132.000 siden utgangen av 2007.

Med samme absolutte vekst i 4. kvartal 2008 som i 3. kvartal, vil antall abonnement ved utgangen av 2008 være omlag 275.000. Imidlertid kan den underliggende veksten tilsa at antall abonnement ved utgangen av året kan bli høyere enn dette, kanskje nærmere 290.000.



Figur 11 Utviklingen i antall abonnement for mobilt bredbånd per utgangen av den aktuelle perioden. Privat- og bedriftsabonnement samlet

Privatabonnementene utgjorde ca 53 prosent av totalt antall abonnement ved utgangen av 3. kvartal 2008. Tilsvarende andel ved utgangen av 2007 var bortimot 40 prosent. Mer enn 62 prosent av økningen i abonnement i denne perioden har vært privatabonnement.

4.2 Trafikk

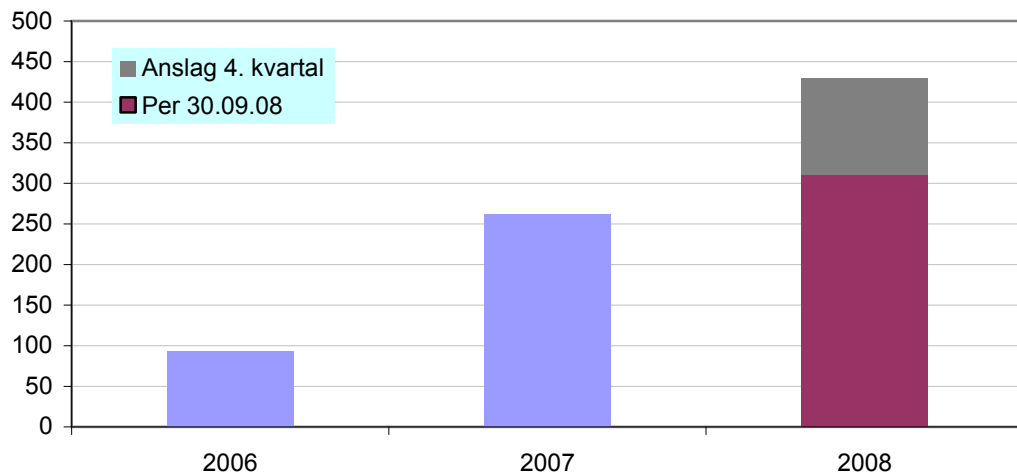
PT innhenter tall for datamengden som overføres. Den sterke veksten i antall abonnement fører også til at datatrafikken øker sterkt. Den totale datatrafikken fra årsskiftet og til utgangen av 3. kvartal 2008 var på omlag 1,4 millioner GB. I første halvår var datamengden til sammenligning på 0,8 millioner GB.

Privatabonnementene står for mer enn 72 prosent av den totale datatrafikken.

4.3 Omsetning

Også omsetningen for mobilt bredbånd øker betydelig, men mindre enn antall abonnement skulle tilsi. Den største veksten i antall abonnement skjer blant privatkunder og sannsynligvis ved abonnementsformer som har en relativt lav pris per måned.

I 2008 er omsetningen anslått til bortimot 430 millioner kroner. Det er en økning på bortimot 170 millioner kroner sammenlignet med 2007.

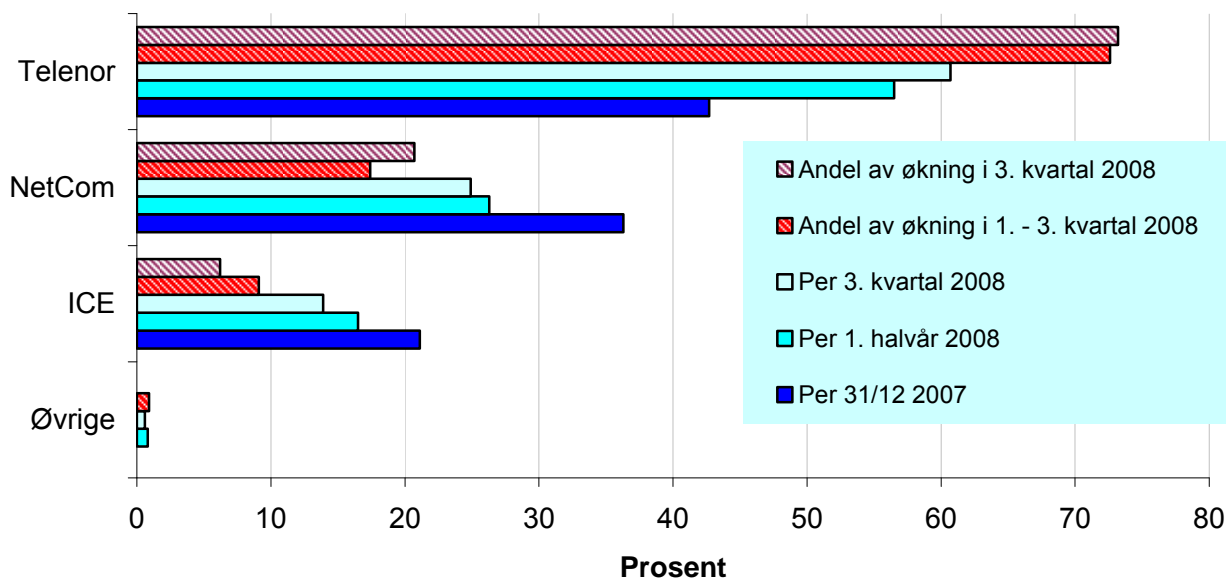


Figur 12 Omsetning for abonnement for mobilt bredbånd. Privat- og bedriftsabonnement samlet. Tall i millioner kroner

4.4 Markedsandeler

Totalt antall abonnement for mobilt bredbånd har økt med 132.500 i perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008. Telenor har tatt 72,6 prosent av denne veksten og har derfor økt sin markedsandel fra 42,7 prosent ved utgangen av 2007 til 60,7 prosent ved utgangen av 3. kvartal 2008.

NetCom og ICE har tatt henholdsvis 17,4 prosent og 9,1 prosent, av veksten i perioden og begge har derfor redusert sine markedsandeler målt etter antall abonnement. Øvrige tilbydere utgjør en liten andel av markedet ved utgangen av 3. kvartal 2008.



Figur 13 Utvikling i markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd i perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008 samt fra utgangen av 1. halvår 2008 til utgangen 3. kvartal 2008. Privat- og bedriftsabonnement samlet

I perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008 har økningen i privatabonnement vært på 82.800. Det utgjør 62,5 prosent av den totale veksten i perioden. NetCom og ICE har tatt en større andel av privatabonnementene enn av bedriftsabonnementene i denne perioden. Markedsandelene for de tre tilbyderne i privatmarkedet er 54,8 prosent for Telenor, 26,1 prosent for NetCom og 18,2 prosent for ICE. Øvrige tilbydere har 0,9 prosent av privatabonnementene ved utgangen av 3. kvartal 2008.

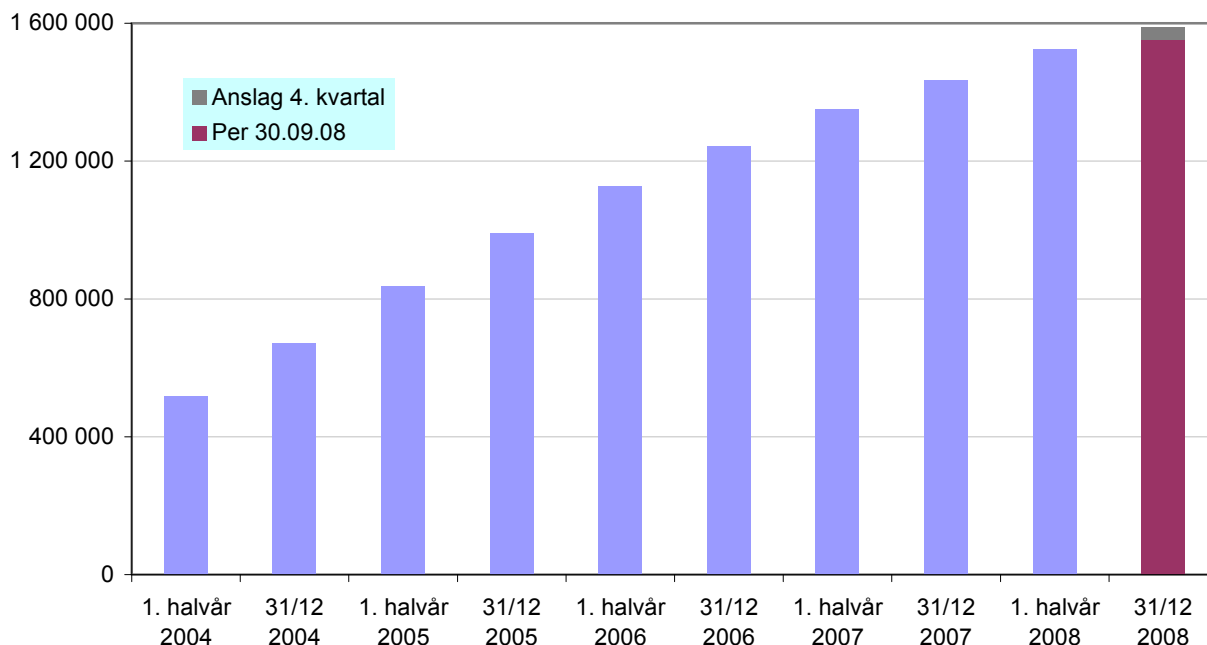
Figur 13 viser også utviklingen av markedsandeler i perioden fra utgangen av 1. halvår 2008 til utgangen av 3. kvartal 2008. Både NetCom og Telenor tar en større andel av veksten i antall abonnement i dette kvartalet. Telenor tar 73,2 prosent av veksten, mens NetCom tar 20,7 prosent. ICE tar en mindre del av veksten, sammenlignet med hele perioden, nemlig 6,2 prosent.

5 Fast bredbånd

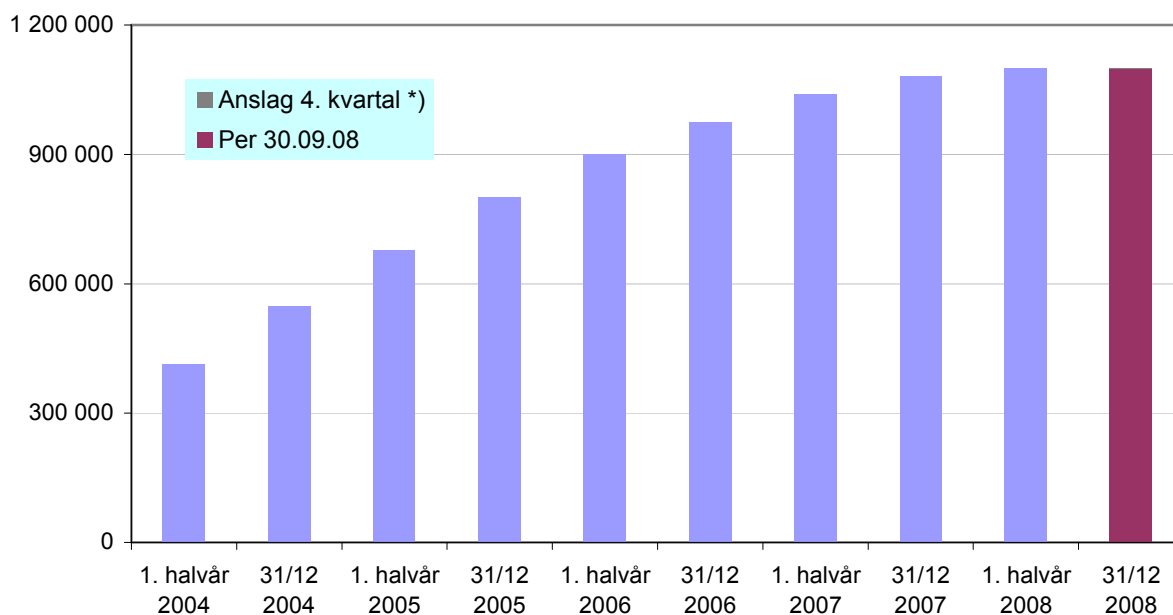
5.1 Abonnement

Med bredbånd menes i denne rapporten internettaksess via fast bredbåndstilknytning.

Antall bredbåndsabonnement ved utgangen av 2008 er anslått til 1.589.000. Til sammenligning var antallet ved utgangen av 2007 på om lag 1.436.000, det vil si en økning på 153.000 i løpet av året. Til sammenligning var økningen i 2007 på mer enn 191.000 bredbåndsabonnenter.



Figur 14 Utviklingen i antall abonnement for fast bredbånd per utgangen av den aktuelle perioden. Privat- og bedriftsmarkedet samlet



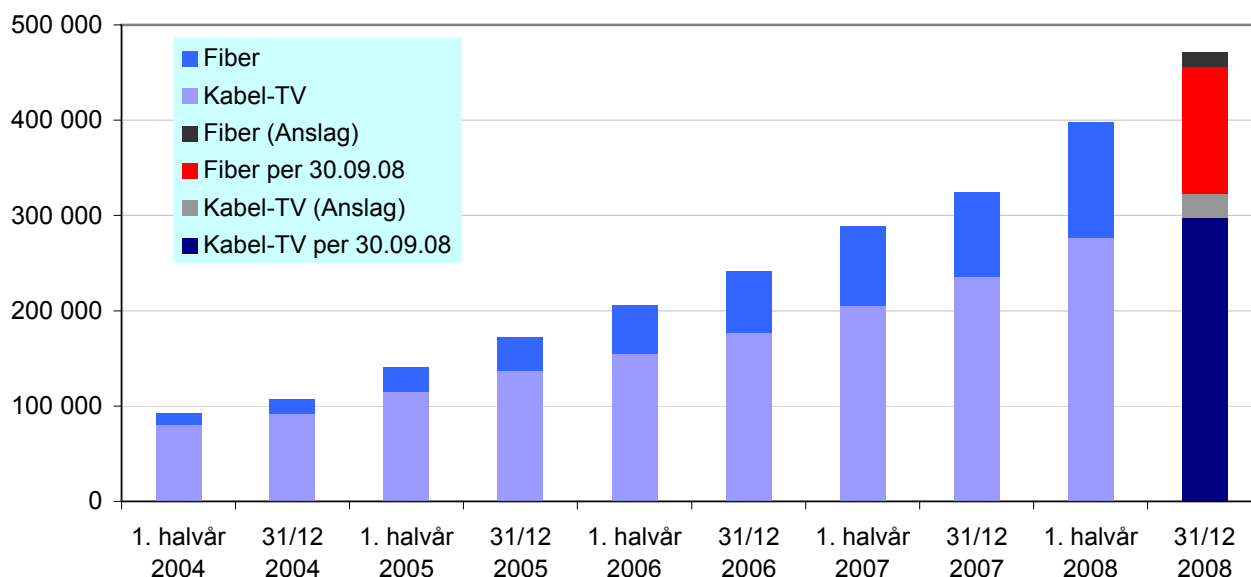
Figur 15 Utviklingen i antall ADSL-abonnement per utgangen av den aktuelle perioden. Privat- og bedriftsabonnement samlet. *) Økningen fra 3. kvartal 2008 til utgangen av 2008 forventes å bli ubetydelig og dette feltet er derfor "usynlig" i figuren

PT innhenter tall for antall abonnement fordelt på de enkelte aksessteknologiene. Det er ADSL som har størst utbredelse, men veksten i antall bredbåndsabonnement på denne teknologien har stoppet. Ved utgangen av 2008 er antall ADSL-abonnement anslått til 1.099.000, omtrent det samme antallet som per 1. halvår 2008. Ved utgangen av 2007 var antallet til sammenligning i overkant av 1.081.000.

Det er grunn til å anta at antall ADSL-abonnement vil avta i 2009.

Det er antall bredbåndsabonnement på kabel-TV og optisk fiber som øker betydelig. Ved utgangen av 2008 har PT anslått antall abonnement med kabel-TV som aksessteknologi til bortimot 323.000, mens antallet på optisk fiber er nesten 149.000. Dette utgjør henholdsvis 20,3 prosent og 9,4 prosent av totalt antall bredbåndsabonnement.

Det er abonnement på kabel-TV som øker mest. PT anslår at antall bredbåndsabonnement basert på kabel-TV vil øke med nesten 87.000 i 2008. Tilsvarende anslag for optisk fiber er i underkant av 61.000.

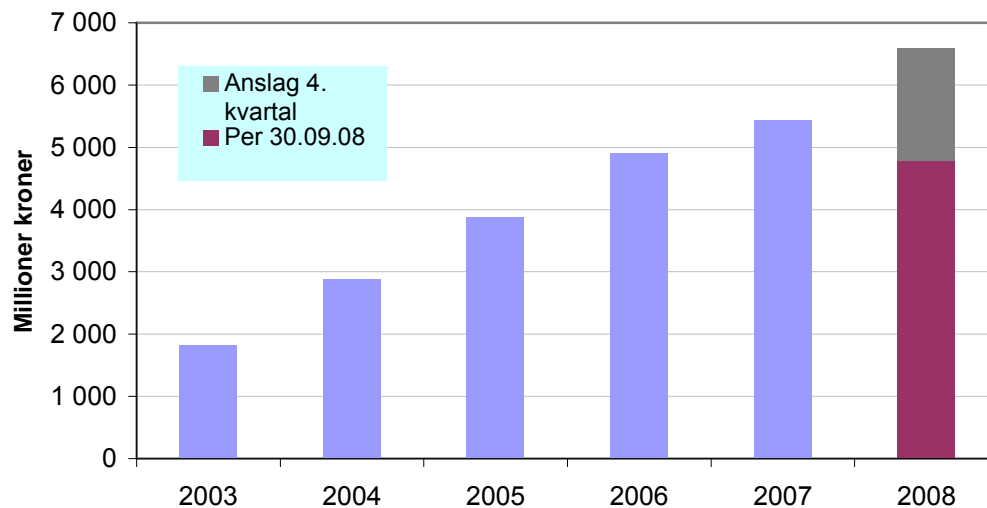


Figur 16 Utviklingen i antall bredbåndsabonnement basert på kabel-TV og optisk fiber. Privat- og bedriftsabonnement samlet

PT innhenter tall for 3. kvartal basert på et utvalg av tilbydere av fast bredbånd. Tilbydere som hovedsakelig har andre aksessløsninger enn ADSL, kabel-TV og fiber, er ikke representert i tilstrekkelig antall i utvalget til å kunne måle eller anslå omfanget av denne type løsninger. Den viktigste aksessløsningen som ikke er omtalt særskilt ovenfor er fast bredbånd over radiosamband.

5.2 Omsetning

Utviklingen i omsetning for abonnement for fast bredbånd er vist i figur 17. Omsetningen i 2008 er anslått til bortimot 6.600 millioner kroner, en økning på mer enn 1.100 millioner kroner sammenlignet med 2007. Dette er en høyere vekst i omsetningen enn året før – fra 2006 til 2007 økte omsetningen med bortimot 530 millioner kroner. Dette kan ha sammenheng med at det er en økende andel abonnement med høyere hastigheter.



Figur 17 Omsetning for abonnement fast bredbånd. Privat- og bedriftsabonnement samlet

5.3 Markedsandeler

Fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008 har antall abonnement på fast bredbånd økt med om lag 113.500. Telenor har tatt 47,3 prosent av denne veksten i perioden. Telenors markedsandel ved utgangen av 3. kvartal var 50,3 prosent.

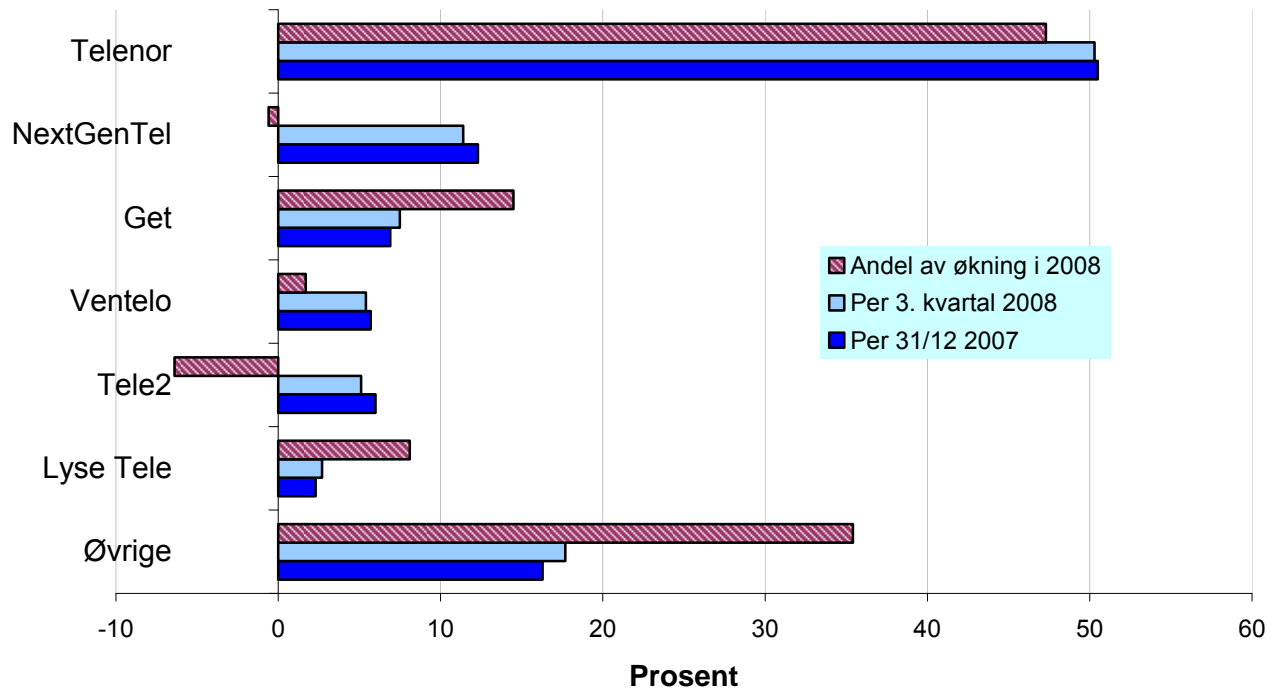
Get har tatt 14,5 prosent av veksten i perioden og øker derfor sin markedsandel fra 6,9 prosent til 7,5 prosent.

NextGenTel er nest største tilbyder i markedet målt etter antall abonnement. Markedsandelen går ned fra 12,3 prosent til 11,4 prosent. NextGenTel har svak nedgang i antall abonnement i perioden.

Om lag 80 prosent av økningen i Telenors bredbåndsabonnement er basert på kabel-TV-aksess. Økningen for Get er i sin helhet basert på samme teknologi. Bredbåndsabonnementene for NextGenTel og Tele2 er basert på ADSL.

Telenor og Get har henholdsvis 49 prosent og 39 prosent, av totalt antall bredbåndsabonnement basert på kabel-TV. Lyse Tele¹⁴ har en andel på 2,7 prosent av det totale bredbåndsmarkedet ved utgangen av 3. kvartal 2008, men 31 prosent av antall bredbåndsabonnement basert optisk fiber.

¹⁴ Omfatter selskapet Lyse Tele AS og inkluderer ikke partnere.



Figur 18 Utvikling i markedsandeler for abonnement for fast bredbånd i perioden fra utgangen av 2007 til utgangen av 3. kvartal 2008. Privat- og bedriftsabonnement samlet

@@@@@@@@