



Ekonomstatistikken 2023

Økt omsetning, men nedgang i samlede investeringer

Sak: 2404787, SA Rapport nr. 1

23. mai 2024 (endringer foretatt 21.01.25)

Sammendrag

Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) samler hvert år inn data fra alle tilbydere av elektroniske kommunikasjonstjenester. Data omfatter mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni og overføringskapasitet, samt TV-abonnement. Kort oppsummert viser tallene for 2023:

Omsetning: Den samlede omsetningen for elektroniske kommunikasjonstjenester var i overkant av 39 milliarder kroner i 2023. Det er en økning på nesten 1,5 milliarder kroner fra 2022. Det er først og fremst mobiltjenester og fast bredbånd som øker i omsetning. Omsetningen for mobiltjenester utgjorde nesten 60 prosent av samlet omsetning i 2023, mens omsetningen for fast bredbånd utgjorde ca. 36 prosent av samlet omsetning.

Investeringer: Samlede investeringer var på i overkant av 12,6 milliarder kroner i 2023. Dette er det nest høyeste nivået av investeringer som er registrert, men i forhold til toppåret i 2022 var det en nedgang på om lag 1,1 milliarder kroner. Investeringene i fastnett var på om lag det samme som i 2022, dvs. på i overkant av 8 milliarder kroner. Investeringene i mobilnettet var på i overkant av 4 milliarder kroner i 2023, hvilket var en nedgang på ca. 700 millioner kroner enn året før. Investeringene i 5G var nærmere 3,2 milliarder kroner i 2023, hvilket utgjorde en nedgang på ca. 940 millioner fra året før.

Mobiltelefoni: Antall mobilabonnement ved utgangen av 2023 var om lag 6,1 millioner, hvilket var en økning på om lag 77 500 abonnement fra utgangen av 2022. Antall mobilabonnement på privatmarkedet er stabilt, mens det primært er bedriftsabonnement som øker. På privatmarkedet var det abonnementene med mer enn 100 GB som økte mest. Selv om abonnement med datakvote på mellom 1 GB og 5 GB fremdeles er den mest vanlige (utgjorde 26 prosent av alle abonnement), så er det 23 prosent ved utgangen av 2023 som har datakvoter på 100 GB eller mer data inkludert i abonnementet. Telenor er største tilbyder med 42 prosent av totalt antall abonnement ved utgangen av 2023, mens Telias markedsandel var ca. 34 prosent ved utgangen av 2023. ICE øker markedsandelen med ca. 2 prosentpoeng til 14,5 prosent ved utgangen av 2023. De tre største tilbyderne hadde en samlet markedsandel på 90,4 prosent ved utgangen av 2023.

Mobilt bredbånd: Både omsetning og antall abonnement for mobilt bredbånd har en nedgang fra 2022. Telia gikk forbi Telenor i antall abonnenter og har den største markedsandelen 37,7 prosent, etterfulgt av Telenor med 35,5 prosent.

M2M: Vekstkurven for antall abonnenter for M2M flater ut og var ved utgangen av 2023 på 5 prosent, til forskjell fra en vekst på 30 prosent i 2021 og 2022. Til forskjell økte omsetningen for M2M med over 22 prosent fra 2022 til 2023.

Fiberabonnement: Antall private fiberabonnement økte med om lag 100 000 abonnement til om lag 1,7 millioner ved utgangen av 2023. Dette innebærer at 71 prosent av privatabonnementene for fast bredbånd var basert på fiber ved utgangen av 2023. Omsetningen for privatabonnement basert på fiber var på over 8,2 milliarder kroner i 2023, hvilket utgjorde over 73 prosent av den totale omsetningen for fast bredbånd i 2023.

Kabel-TV: Nedgangen i antall abonnement basert på kabel-TV fortsetter, men utgjør likevel 18,6 prosent av totalt antall private abonnement for fast bredbånd ved utgangen av 2023. Omsetningen for bredbånd basert på kabel-TV-nett fortsetter nedgangen, med 10 prosent fra 2022.

Fast trådløst bredbånd: Antall private abonnement basert på fast trådløst bredbånd (FTB) øker med om lag 17 000 til i underkant av 186 000 abonnement ved utgangen av 2023. Dette utgjorde 7,8 prosent av totalt antall private abonnement for fast bredbånd ved utgangen av 2023. Omsetningen for fast trådløst bredbånd (FTB) passerte 1,2 milliard i 2023.

Markedsandeler: Altibox opprettholder markedsposisjonen med 31,5 prosent ved utgangen av 2023. Telenor tapte markedsandeler og gikk fra 28,9 prosent til 28,3 prosent ved utgangen av 2023. Telia har hatt en tilsvarende nedgang fra 17,9 prosent til 17,3 prosent i 2023.

Bedriftsabonnement: Ved utgangen av 2023 var i overkant av 127 000 bedriftsabonnement. Det er liten økning fra ett år tidligere. 83 prosent av abonnementene var basert på fiber.

TV-abonnement: Totalt antall abonnement ved utgangen av 2023 var i overkant av 2,04 millioner, hvilket var en nedgang på under 1 prosent fra året før. Fiber er den største aksessteknologien og 57 prosent av samtlige TV-abonnement går over fiber ved utgangen av 2023. Altibox er den største tilbyder av TV-abonnement med en markedsandel på 27,2 prosent. Telenor har en markedsandel på 25,6 prosent, mens Telia har en markedsandel på 17,3 prosent.

Innholdsliste

1 Innledning	6
2 Samlet omsetning	7
3 Investeringer	11
4 Mobiltjenester	12
4.1 Mobiltelefoni.....	13
4.2 Mobilt bredbånd	16
4.3 Maskin- til maskin - M2M.....	19
4.4 Datavolum for mobiltjenester.....	21
5 Fast bredbånd	21
6 Fasttelefoni	26
7 TV-abonnement	29
8 Utviklingstrekk	33
8.1 Tjenestepakker og teknologier i fastnett	33
8.2 Omsetning per abonnement	37
Endringer	39

Figurliste

Figur 1 Samlet omsetning fordelt på kommunikasjonstjenester	8
Figur 2 Tilbydernes andel av samlet omsetning	9
Figur 3 Andel av samlet omsetning fordelt på privat- og bedriftsmarkedet.....	9
Figur 4 Investeringer i varige driftsmidler for elektroniske kommunikasjonsnett og -tjenester	12
Figur 5 Antall abonnement for mobiltelefoni	13
Figur 6 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for mobiltelefoniabonnement. Privatmarkedet	14
Figur 7 Omsetning for mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet.....	15
Figur 8 Taletrafikk fra mobiltelefoniabonnement.....	16
Figur 9 Markedsandeler for mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet.....	16
Figur 10 Antall abonnement for mobilt bredbånd	17

Figur 11 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for abonnement for mobilt bredbånd. Privatmarkedet.....	17
Figur 12 Omsetning for abonnement for mobilt bredbånd	18
Figur 13 Markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd	19
Figur 14 Antall SIM-kort for maskin-til-maskin kommunikasjon (M2M)	20
Figur 15 Inntekter i kroner for M2M	20
Figur 16 Datatrafikk fra mobiltelefoni, mobilt bredbånd, gjesting i utlandet og M2M	21
Figur 17 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Privatmarkedet	22
Figur 18 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Bedriftsmarkedet .	23
Figur 19 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet	24
Figur 20 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet.....	25
Figur 21 Fordeling av privatabonnement for fast bredbånd på segment for kollektive avtaler og segment for individuelle avtaler	26
Figur 22 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet.....	27
Figur 23 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet.....	27
Figur 24 Antall trafikkminutter for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet	28
Figur 25 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi.....	29
Figur 26 Omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi	30
Figur 27 Markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier.....	31
Figur 28 Fordeling av TV-abonnement på segment for kollektive avtaler og segment for individuelle avtaler (endret feil: 10.12.24)	32
Figur 29 Gjennomsnittlig inntekt per TV-abonnement per måned	32
Figur 30 Utvikling i antall private abonnement for fast bredbånd, antall TV-abonnement og antall husstander.....	34
Figur 31 Antall abonnement basert på fiber. Privatmarkedet	35
Figur 32 Antall abonnement for bredbånd og TV basert på fiber. Privatmarkedet.....	36
Figur 33 Antall abonnement for bredbånd og TV basert på kabel-TV-nett. Privatmarkedet	36
Figur 34 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet	37
Figur 35 Omsetning per abonnement for fast bredbånd. Privatmarkedet.....	38
Figur 36 Omsetning per abonnement for TV	38

1 Innledning

Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) samler hvert år inn data fra alle tilbydere av elektroniske kommunikasjonstjenester. Data omfatter mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni og overføringskapasitet. Mobiltjenester omfatter mobiltelefoniabonnement, abonnement for mobilt bredbånd og maskin-til-maskin-kommunikasjon. Omsetning og trafikk ved gjesting i mobilnett i andre land er inkludert. Også data om TV-abonnement samles inn.

I denne rapporten presenteres tall for 2023. Tall for antall abonnement gjelder ved utgangen av året og tall for omsetning, trafikk og investeringer gjelder for hele året. Dette sammenlignes med tilsvarende tall for tidligere år, og dermed vises også utviklingen de siste årene.

Data som samles inn fra tilbyderne blir kvalitetssikret. Det betyr blant annet at data må være konsistent med det som tilbyderne har rapportert for tidligere år. Data som rapporteres skal også følge fastsatte definisjoner. Hvis vi er i tvil, blir tilbyder kontaktet og eventuelle feil blir korrigert. Noen ganger blir ikke feil oppdaget før ved neste innsamling av data. Tall som er rapportert for tidligere år, kan derfor bli korrigert.

For de enkelte tjenestene skilles det mellom privat- og bedriftsmarkedet. Til bedriftsmarkedet regnes alle kunder med organisasjonsnummer. Resten er privatmarkedet.

I denne rapporten beskriver vi utviklingen i investeringer i kapittel 2. I kapittel 3 vises samlet omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester, med unntak av omsetningen for TV-abonnement som beskrives i kapittel 7. Utviklingen for de enkelte tjenestene beskrives i kapittel 4-7. Utviklingen i markedsandeler for de største tilbyderne måles som hovedregel ved antall abonnement for de enkelte tjenestene. Tilbydernes samlede markedsposisjon for elektroniske kommunikasjonstjenester måles ved deres andel av samlet omsetning. Dette er beskrevet i kapittel 3.

Enkelte utviklingstrekk kan best beskrives ved å se på flere tjenester i sammenheng. I kapittel 8.1 beskrives utviklingen av fiber-nett og kabel-TV-nett som basis for tilbud om bredbånd, TV og fasttelefoni. I kapittel 8.2 beskriver vi utvikling i omsetning per abonnement for mobiltelefoniabonnement og fast bredbånd.

2 Samlet omsetning

Samlet sluttbrukeromsetning i ekomsektoren benyttes blant annet for å beskrive utviklingen i forholdet mellom de største tilbyderne og de er også utgangspunkt for å beskrive enkelte nøkkeltall, for eksempel hvor stor andel av omsetningen som pløyes tilbake i form av investeringer. Etter å ha vært noenlunde stabil i noen år, ser vi nå at det er vekst i den samlede sluttbrukeromsetningen.

Figur 1 viser utviklingen i sluttbrukeromsetningen for mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni og overføringskapasitet. Mobiltjenester omfatter mobiltelefoniabonnement og abonnement for mobilt bredbånd. Også inntekter ved gjesting i utlandet og maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M) er inkludert. Fast bredbånd i bedriftsmarkedet inkluderer også aksesser som inngår i VPN-tjenester (virtuelle private nett).

Samlet omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester var i underkant av 39 milliarder kroner i 2023. Det er en økning fra 2022 på over 1,5 milliarder kroner. Det er først og fremst mobiltjenester og fast bredbånd som øker i omsetning. Omsetningen for mobiltjenester utgjorde nesten 60 prosent av samlet omsetning i 2023, og økte fra 2022 med nesten 1 milliard kroner. Omsetningen for fast bredbånd utgjorde ca. 36 prosent av samlet omsetning, og økte med i overkant av 800 millioner kroner. Øvrig omsetning (som fasttelefoni og overføringskapasitet) hadde en nedgang fra 2022.

Overføringskapasitet er først og fremst leide linjer i bedriftsmarkedet. Dette er tjenester som blant annet kjøpes av bedrifter som basis for å etablere egne nett.

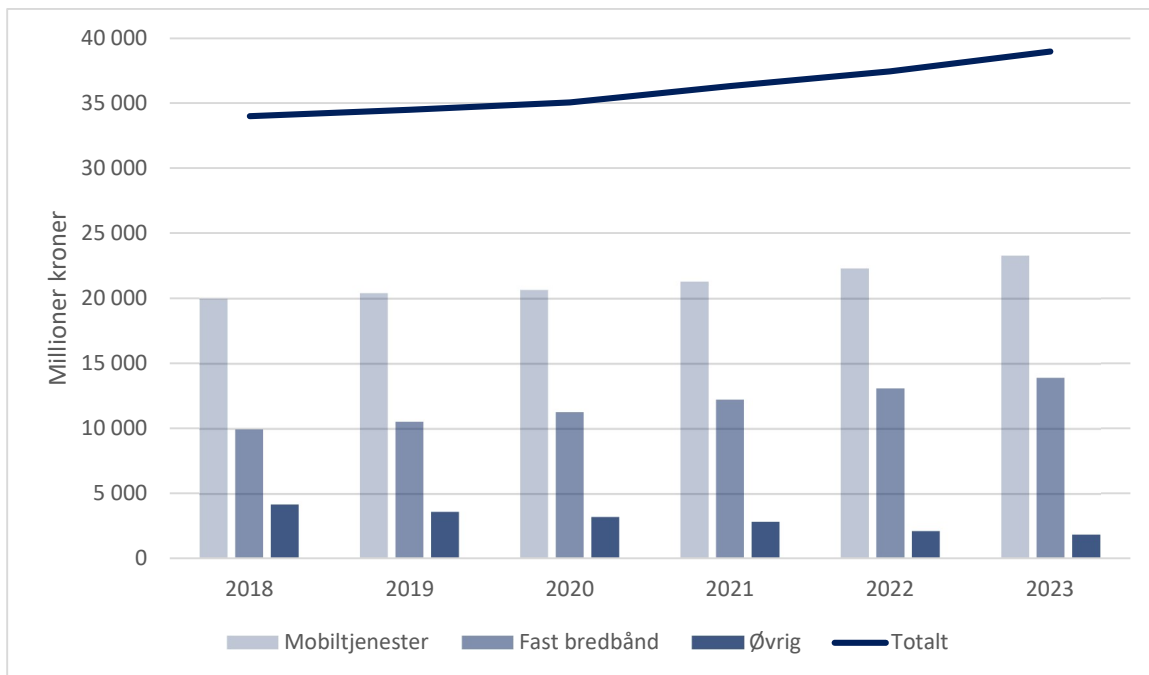
Overføringskapasitet hadde en omsetning i 2023 på om lag 645 millioner kroner. Det er noe ned (ca. 13 millioner) fra året før.

I løpet av de årene som er vist i figur 1, har omsetningen for fast bredbånd økt med nesten 40 prosent, mens omsetningen for mobiltjenester har økt med ca. 17 prosent. Samlet omsetning i 2023 var om lag 15 prosent høyere enn i 2018¹.

Samlet omsetning

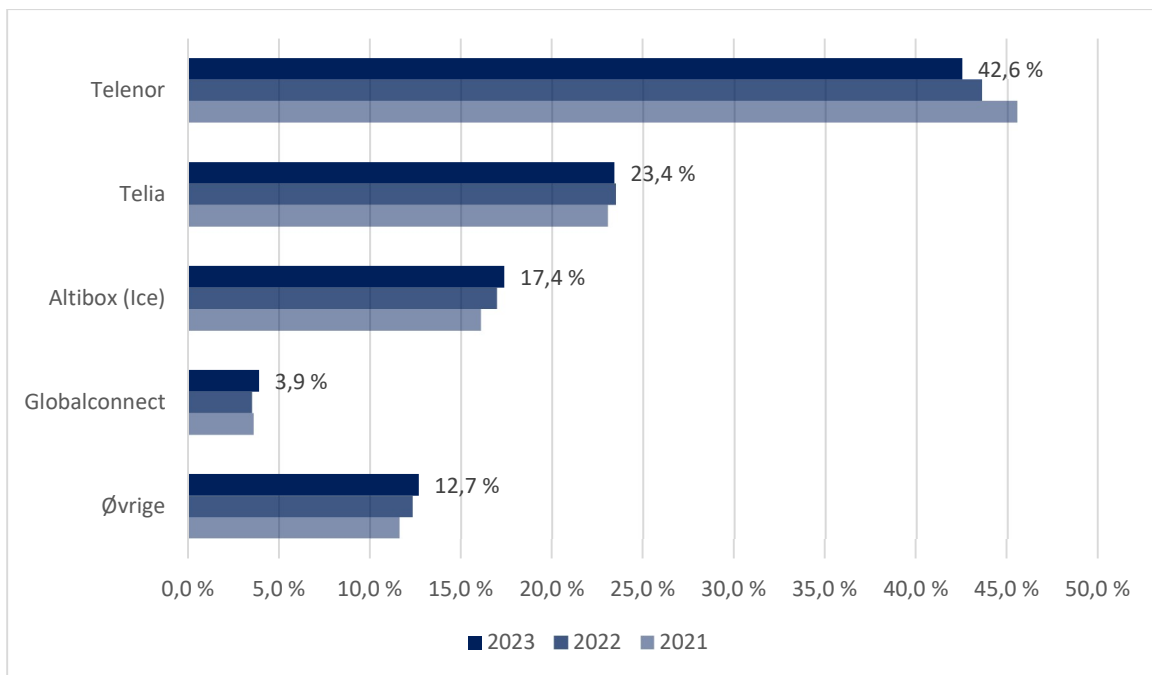
Samlet sluttbrukeromsetning er i utgangspunktet det kundene blir fakturert for. Totalomsetningen omfatter likevel ikke inntekter fra TV-abonnement ettersom store deler av denne omsetningen er vederlag for det medieinnhold som overføres. Inntekter fra salg eller utleie av mobiltelefoner eller annen fysisk utrustning skal som hovedregel ikke inkluderes i sluttbrukeromsetningen. Omsetning som kundene blir fakturert for, men som gjelder tjenester fra 3-part, skal ikke inkluderes. Omsetningen er

¹ Prisstigningen var på 19,8 prosent for samme periode ([Priskalkulator – SSB](#))



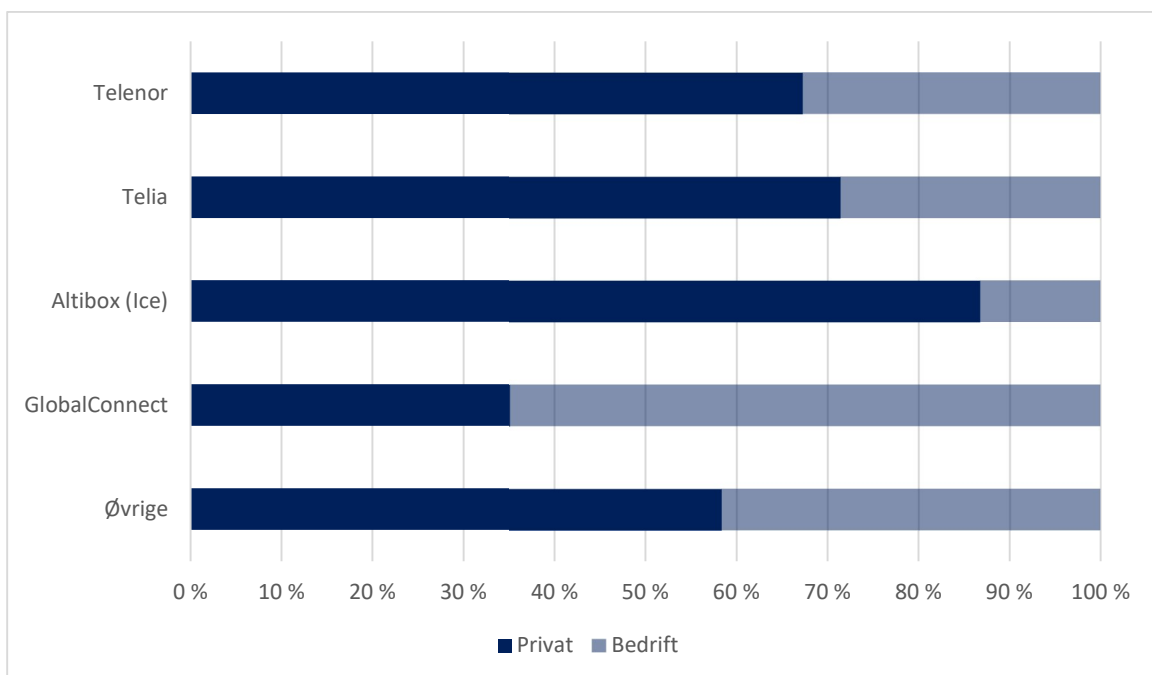
Figur 1 Samlet omsetning fordelt på kommunikasjonstjenester

Figur 2 viser fordelingen av den samlede omsetningen mellom de største tilbyderne i perioden fra 2021 til 2023. Mange tilbydere inngår i grupper basert på eierskap eller produksamarbeid. Telenor og Telia er de største tilbyderne med andeler på henholdsvis 42,6 og 23,4 prosent av den samlede omsetningen. For Telenor er dette en nedgang fra 43,6 prosent i 2022. Altibox (inkludert Ice) er tredje største gruppering med en andel på 17,4 prosent i 2023, hvilket var en økning fra 17 prosent i 2022. Markedsandelen for GlobalConnect var på 3,9 prosent, hvilket var en økning fra 3,5 prosent året før.



Figur 2 Tilbydernes andel av samlet omsetning

Andelen av omsetningen som er fra privatmarkedet, varierer mellom tilbyderne. Fordelingen av omsetningen på privat- og bedriftsmarkedet er vist i figur 3. Telenor hadde 67,3 prosent av omsetningen fra privatmarkedet. Tilsvarende andel for Telia var 71,4 prosent. Altibox (Ice) har en relativt større andel av omsetningen fra privatmarkedet (86,8 prosent), mens GlobalConnect hadde en relativt liten del av omsetningen fra privatmarkedet (35,1 prosent).



Figur 3 Andel av samlet omsetning fordelt på privat- og bedriftsmarkedet

3 Investeringer

Figur 4 viser de årlige investeringene i varige driftsmidler i perioden 2018 til 2023. Disse er fordelt på fastnett og mobilnett samt øvrige investeringer. Øvrige investeringer er investeringer i varige driftsmidler som ikke kan henføres til verken fastnett eller mobilnett. Store deler av investeringene i fastnett er knyttet til utbygging av fiber. For mobilnett utgjør investeringene i 5G og 4G en betydelig del. Mange investeringer er knyttet til så vel fastnett som mobilnett, for eksempel ved utbygging av kjernenettet. Tilbyderne må derfor fordele en del av investeringene på de enkelte kategoriene basert på skjønn.

Tallene som Nkom har innhentet fra alle tilbyderne i ekomsektoren viser at investeringene er høye, men at det innenfor det siste året har vært en nedgang. Samlede investeringer i varige driftsmidler for elektroniske kommunikasjonsnett og -tjenester var i overkant av 12,6 milliarder kroner i 2023. Det er om lag 1,1 milliarder kroner mindre enn i 2022. Det er også en nedgang i investeringene regnet som en andel av omsetning, med 4,4 prosentpoeng fra 36,9 prosent i 2022 til 32,5 prosent i 2023.

Investeringene som kan relateres til fastnett, var i overkant av 8 milliarder kroner i 2023. Det var 64 prosent av de samlede investeringene dette året. Investeringene i fastnett var om lag det samme som i 2022.

Investeringene som kan relateres til mobilnett var i overkant av 4 milliarder kroner i 2022. Det var en nedgang på ca. 700 millioner kroner enn året før, men likevel det nest høyeste investeringsnivået i mobilnett som er målt. Investeringene i 5G var nærmere 3,2 milliarder kroner i 2023.

Det var en nedgang på ca. 940 millioner fra året før.

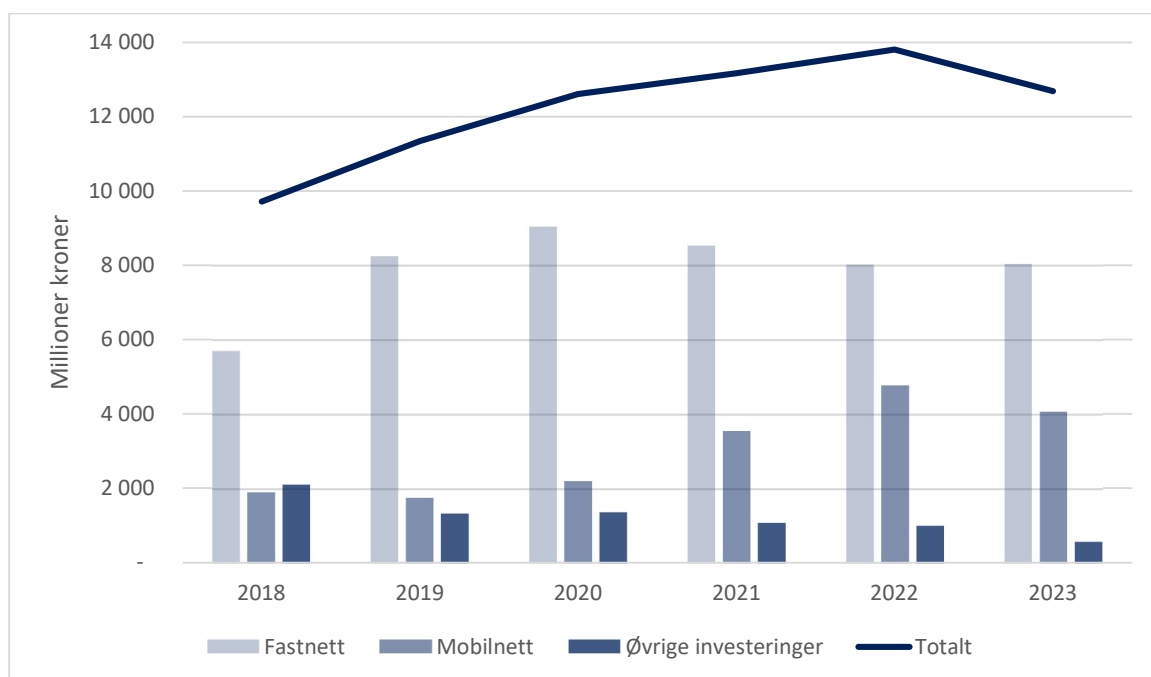
Årsaken til at investeringer i fastnett er vesentlig høyere enn i mobilnett er at det er vesentlig flere tilbydere som investerer i fastnett. For de aktørene som investerer i begge deler så investerer Telenor om lag like mye i de ulike teknologiene. Altibox investerer mer enn Telenor i fastnett, men mindre i mobilnett. Telia investerer mindre enn både Altibox og Telenor, både i fastnett og mobilnett.

Investeringer

Investeringer er de kostnader som den enkelte tilbyder aktiverer som anleggsmidler i regnskapet. Det skilles mellom varige driftsmidler og immaterielle eiendeler. Varige driftsmidler er i hovedsak kostnader knyttet til utbygging av radio- og kabelbasert nett, men kan også være bygninger, maskiner eller inventar. Immaterielle eiendeler er ikke-fysiske anleggsmidler som forskning og utvikling samt konsesjoner, lisenser, patenter eller andre rettigheter.

Investeringene i immaterielle eiendeler inngår ikke i tallene i figur 4. Store deler av disse investeringene gjelder tilbydere som har betydelige markedsandeler for overføring av TV-tjenester, og investeringene er primært knyttet til kjøp av rettigheter for å distribuere innhold.

Investeringene i immaterielle eiendeler i 2023 var om lag 2,6 milliarder kroner. Det er 325 millioner kroner mer enn i 2022. Investeringene i immaterielle eiendeler varierer betydelig fra år til år.



Figur 4 Investeringer i varige driftsmidler for elektroniske kommunikasjonsnett og -tjenester

4 Mobiltjenester

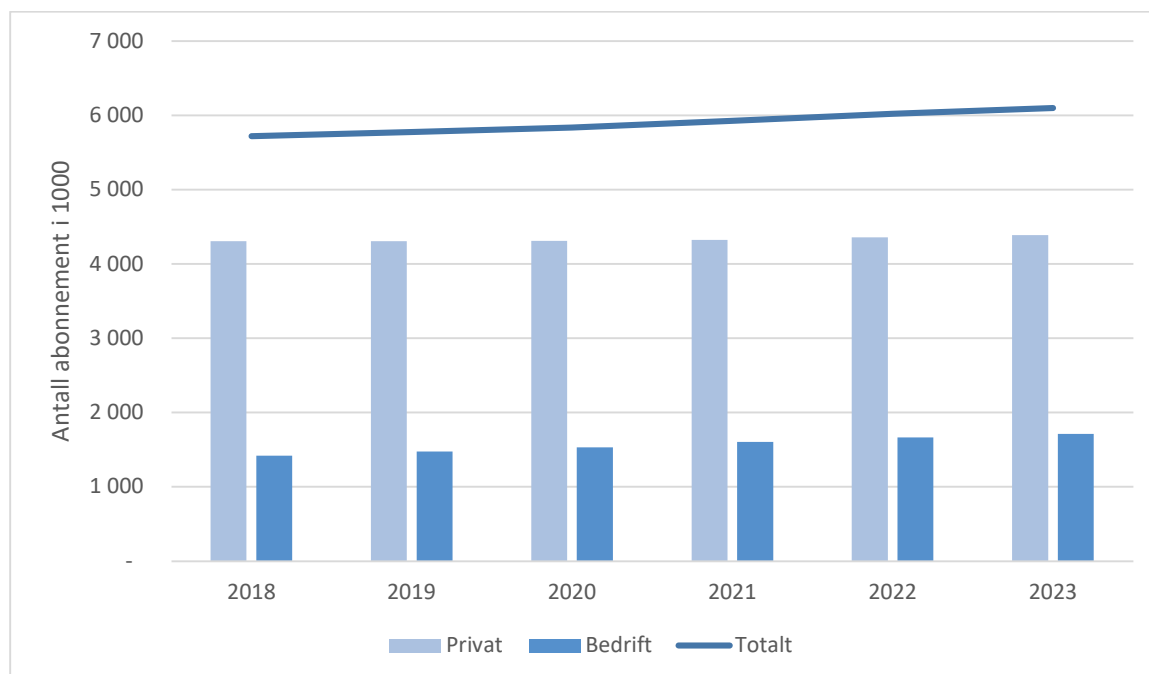
Som vi så i kapittel 2 står mobiltjenestene for 59 prosent av samlet sluttbrukeromsetning.

Omsetningen for mobiltjenester økte fr 2022 TIL 2023. I det følgende gjennomgår utviklingstrekk i omfang og bruk av mobiltjenester. Mobiltjenester omfatter mobiltelefoniabonnement, abonnement for mobilt bredbånd og maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M). Norske kunders gjesting i mobilnett i utlandet er inkludert i tallene der dette er aktuelt.

4.1 Mobiltelefoni

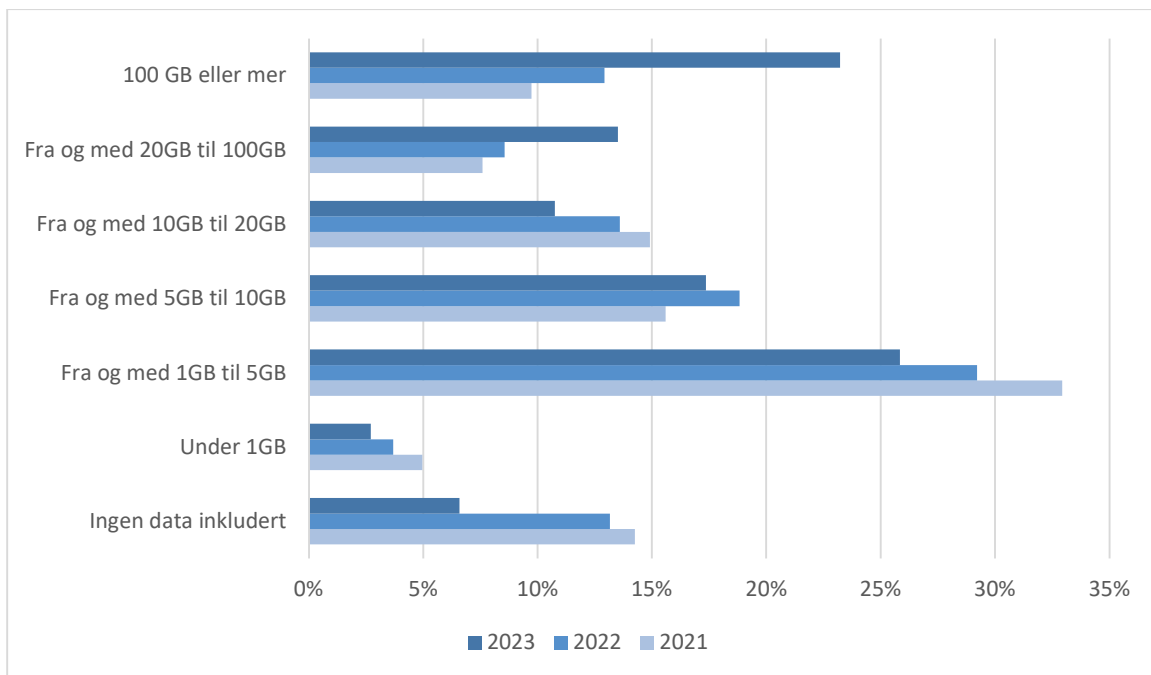
Utviklingen i antall mobiltelefoniabonnement er vist i Figur 5. Antall abonnement ved utgangen av 2023 var om lag 6,1 millioner. Fra utgangen av 2022 var det en økning på om lag 77 500 abonnement. I figur 5 er antall abonnement fordelt på privat- og bedriftskunder. Som tidligere år er det først og fremst antall bedriftsabonnement som øker. Ved utgangen av 2023 var det 28 prosent bedriftsabonnement og 72 prosent privatabonnement.

Mobilabonnementene i figur 5 inkluderer også kontantkort. De fleste kontantkort er registrert på privatkunder (99,6%). Antall kontantkort har gått ned over flere år. Ved utgangen av 2023 var det om lag 465 000 kontantkort. Det utgjorde i underkant av åtte prosent av totalt antall mobiltelefoniabonnement. Kun kontantkort som har vært aktive de siste tre månedene av året, telles med.



Figur 5 Antall abonnement for mobiltelefoni

De fleste mobiltelefoniabonnementene har en inkludert datakvote per måned. Størrelsen på denne avtales med tilbyder. Abonnement basert på kontantkort har normalt ikke datakvote inkludert. Figur 6 viser private abonnement for mobiltelefoni fordelt på inkludert datakvote ved utgangen av hvert år fra 2021 til 2023. I privatmarkedet er det abonnement med en inkludert datakvote på minst 1 GB, men mindre enn 5 GB, som fremdeles er den mest vanlige. 26 prosent av privatabonnementene er i denne kategorien. En stadig større andel av abonnementene har større datakvote inkludert. 47 prosent av abonnementene hadde 10 GB eller mer inkludert, ved utgangen av 2023. Abonnementene med mer enn 100 GB økte i fjor mest med i overkant av 10 prosentpoeng. Dvs. at 23 prosent av abonnementene hadde 100 GB eller mer inkludert.

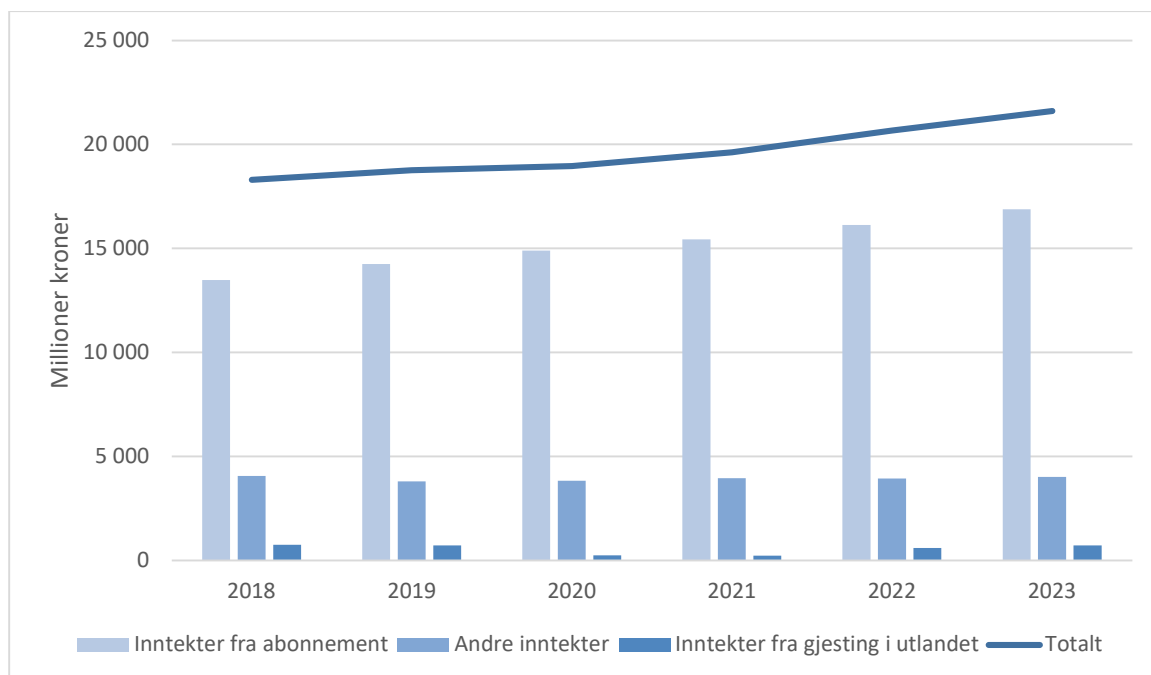


Figur 6 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for mobiltelefoniabonnement. Privatmarkedet

Figur 7 viser utviklingen i omsetning for mobiltelefoniabonnement fordelt på abonnementsinntekter og andre kategorier. Omsetningen for mobiltelefoni var nesten 21,6 milliarder kroner i 2023. Det er 952 millioner mer enn året før. Økningen i fjor var større, men årets økning ligger også på et vesentlig høyere nivå enn det som har vært vanlig tidligere år.

Det meste av omsetningen for mobiltelefoni er faste abonnementsinntekter. Dette har sammenheng med utbredelsen av fastprisabonnement, der trafikk i form av taleminutter, meldinger og data er inkludert i den faste månedsprisen. 78 prosent av inntektene knyttet til mobiltelefoni var faste abonnementsinntekter i 2023.

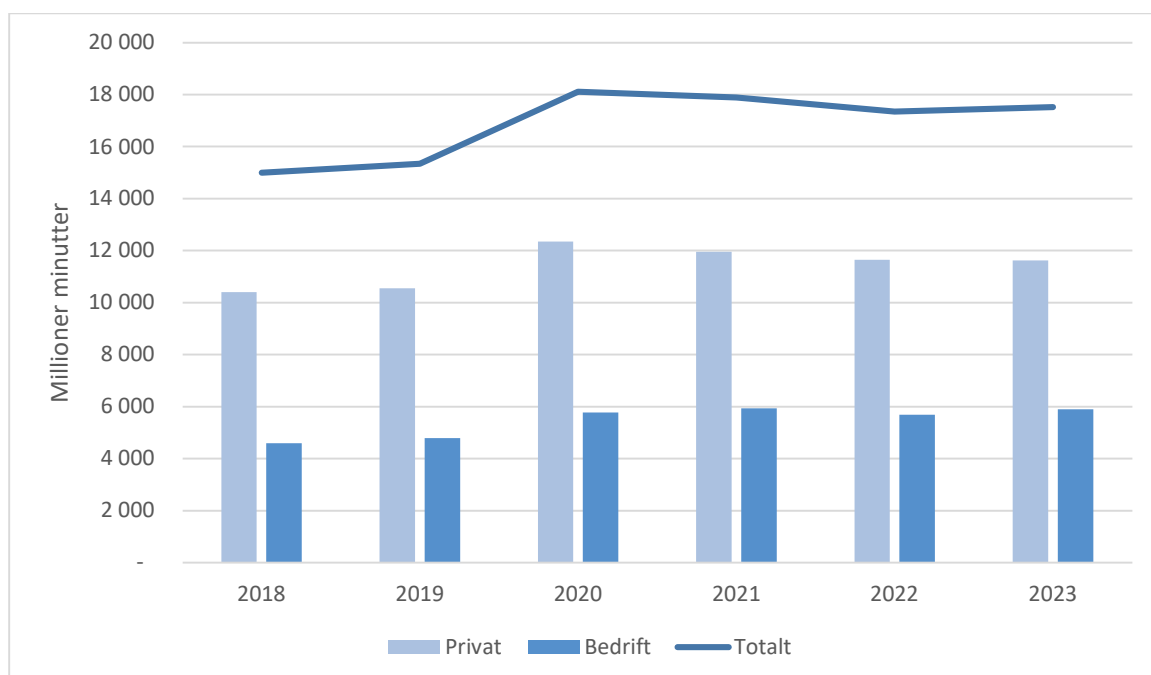
Selv om de fleste abonnementene nå er basert på fastpris, er det fremdeles betydelige inntekter som blir fakturert per enhet. I 2022 var trafikkinntektene nærmere 3,7 milliarder kroner. Av dette var inntekter fra datatrafikk 687 millioner kroner. Gjesting i EØS er som regel inkludert i fastprisabonnementene. Inntektene fra gjesting er derfor knyttet til bruken av mobilnett utenfor EØS. Inntektene fra gjesting var om lag 712 millioner kroner i 2023.



Figur 7 Omsetning for mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

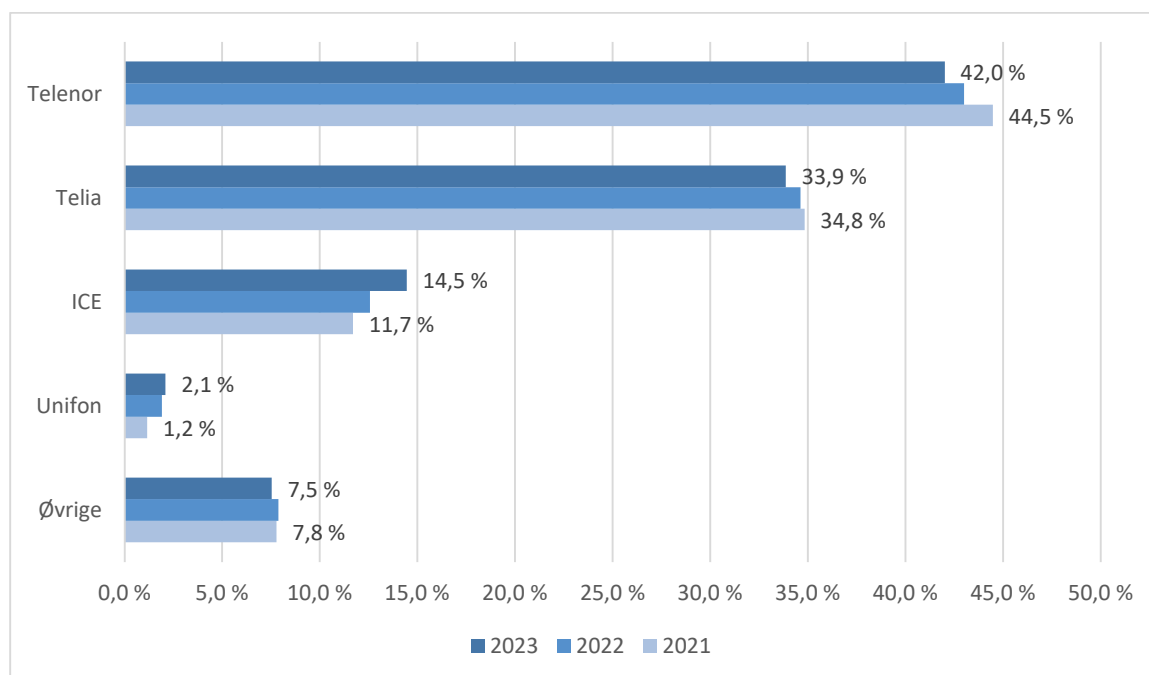
Figur 8 viser utviklingen i taletrafikk for mobiltelefoniabonnement, fordelt på privat- og bedriftskunder. Tallene omfatter trafikk mellom mobiltelefoner, og trafikk til fastnett og til utlandet. Også taletrafikk ved gjesting i mobilnett i utlandet er med i tallene. Det aller meste av trafikken går mellom mobiltelefoner innenlands. Totalt antall taleminutter var i underkant av 17,6 milliarder i 2023. Det er en liten økning fra året før.

Privatabonnementene utgjør 72 prosent av totalt antall mobiltelefoniabonnement, men står for 66 prosent av taletrafikken. Det er gjennomgående mer taletrafikk per abonnement i bedriftsabonnementene enn i privatabonnementene.



Figur 8 Taletrafikk fra mobiltelefoniabonnement

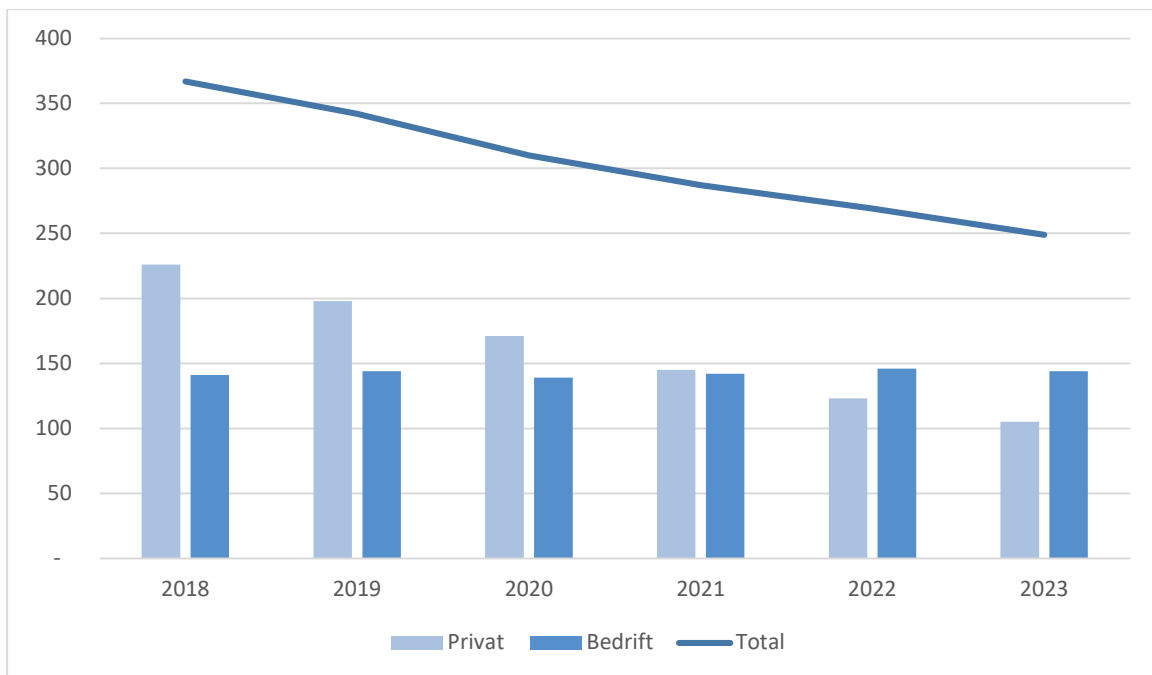
Figur 9 viser markedsandelene for tilbyderne av mobiltelefoniabonnement. Telenor er største tilbyder med 42 prosent av totalt antall abonnement ved utgangen av 2023. Det er en nedgang fra 43 prosent ved utgangen av 2022. Telias markedsandel var ca. 34 prosent ved utgangen av 2023. Det er også noe ned fra samme tidspunktet året før. Ice øker markedsandelen fra 12,6 prosent ved utgangen av 2022 til 14,5 prosent på samme tidspunkt i 2023. De tre største tilbyderne hadde en samlet markedsandel på 90,4 prosent ved utgangen av 2023, om lag det samme som året før.



Figur 9 Markedsandeler for mobiltelefoniabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

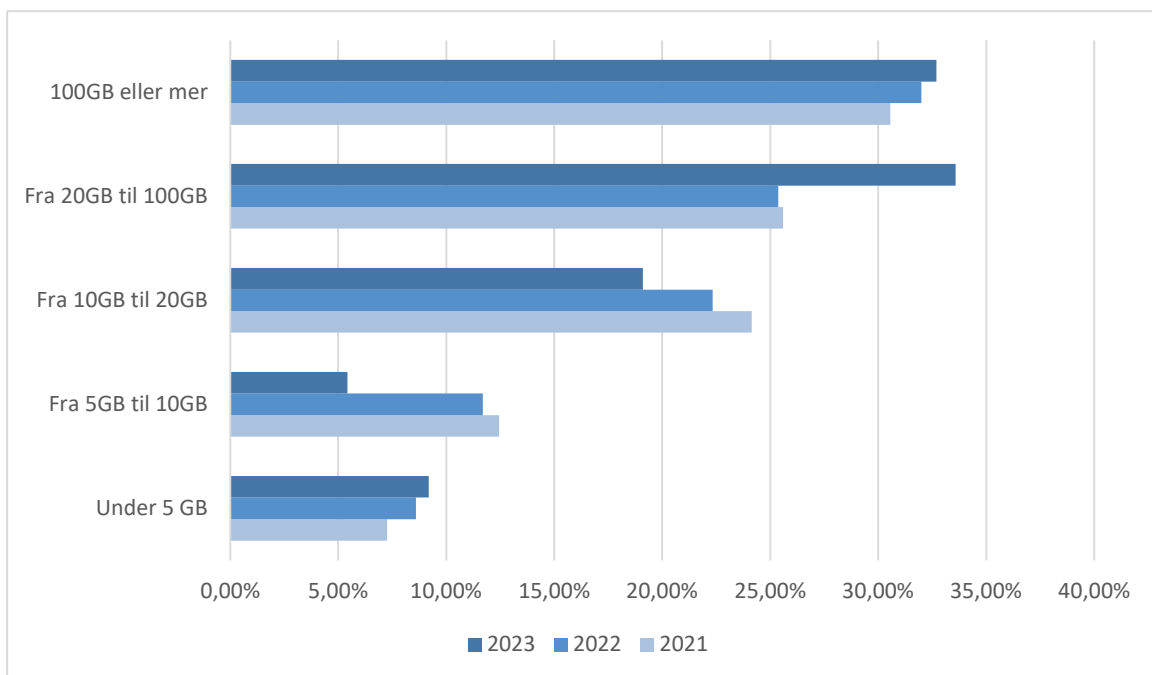
4.2 Mobilt bredbånd

Figur 10 viser at det hvert år er en reduksjon i antall abonnement for mobilt bredbånd. Ved utgangen av 2023 var det i underkant av 250 000 abonnement. Det er en nedgang på om lag 19 000 abonnemeter fra samme tidspunkt i 2022. Antall bedriftsabonnemeter er relativt stabil, mens antall privatabonnement har gått ned i flere år. Bedriftsabonnemeterne utgjør 58 prosent av totalt antall abonnemeter for mobilt bredbånd.



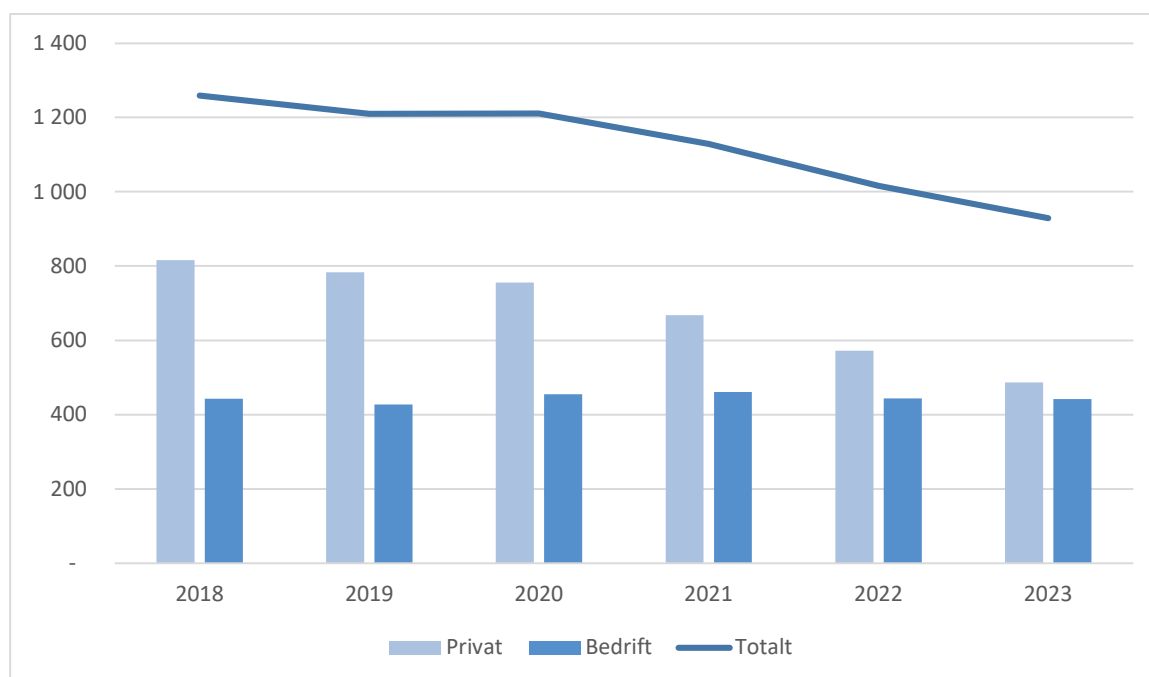
Figur 10 Antall abonnement for mobilt bredbånd

Figur 11 viser fordelingen av inkludert datakvote i private abonnement for mobilt bredbånd. En økende andel av abonnementene har en inkludert datakvote på 20 GB eller mer. Denne kategorien utgjorde 34 prosent ved utgangen av 2023. 66 prosent av abonnementene hadde en inkludert datakvote på 20 GB eller mer ved utgangen av 2023. I 2022 var denne andelen 57,4 prosent.



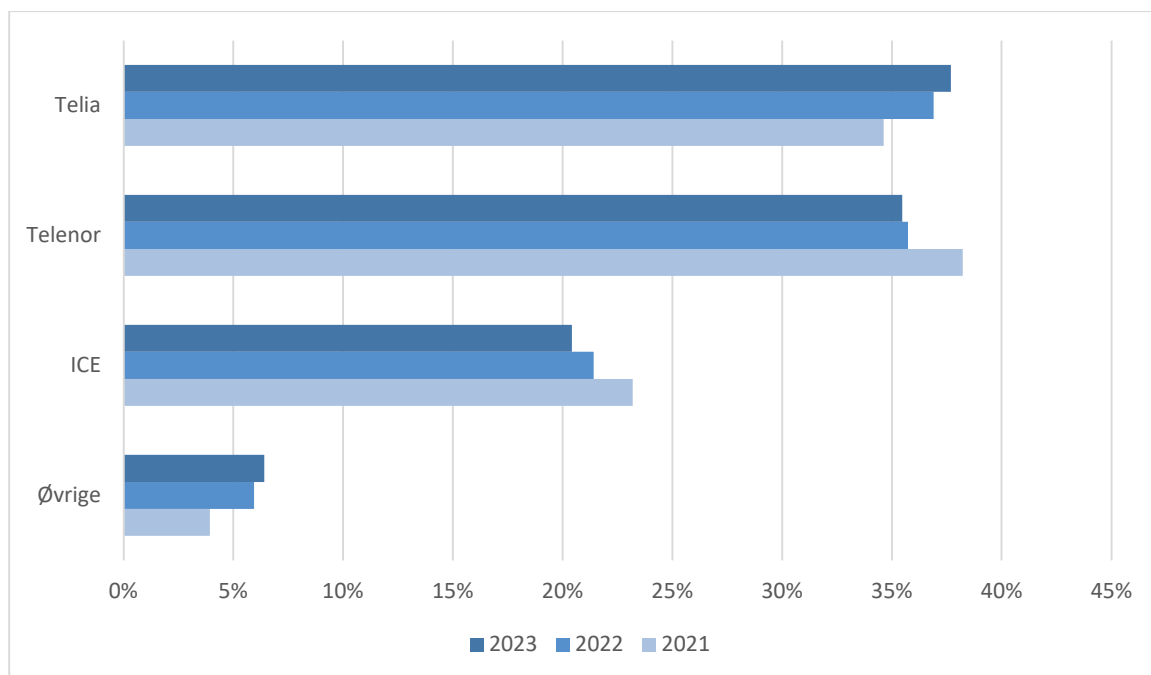
Figur 11 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for abonnement for mobilt bredbånd. Privatmarkedet

Også omsetningen for mobilt bredbånd går ned. Det vises i Figur 12. Omsetningen for privat- og bedriftsabonnement var under milliarder i 2023. Det er om lag 86 millioner kroner mindre enn i 2022. Antall private abonnement for mobilt bredbånd utgjorde 42 prosent ved utgangen av 2023, men disse abonnementene hadde 52 prosent av omsetningen.



Figur 12 Omsetning for abonnement for mobilt bredbånd

Figur 13 viser utviklingen i markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd. Ved utgangen av 2023 var det Telia som hadde flest abonnement, med en markedsandel på 37,7 prosent, en økning fra 36,9 prosent ved utgangen av 2022. Telenors markedsandel er gått ned fra 38,2 prosent ved utgangen av 2021 til 35,5 prosent i 2023. Også Ice hadde synkende markedsandel. Til sammen har Telia, Telenor og Ice mer enn 93 prosent av abonnementene for mobilt bredbånd.



Figur 13 Markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd

4.3 Maskin- til maskin - M2M

Maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M)² innebærer at enheter knyttes sammen ved hjelp av ulike typer kommunikasjonsløsninger, det vil si en automatisert utveksling av data mellom maskiner. I denne statistikken er maskin-til-maskin-kommunikasjon avgrenset til datautveksling over mobilnett.

Innebygget SIM-kort i maskiner eller andre enheter muliggjør utveksling av data mellom enheter.

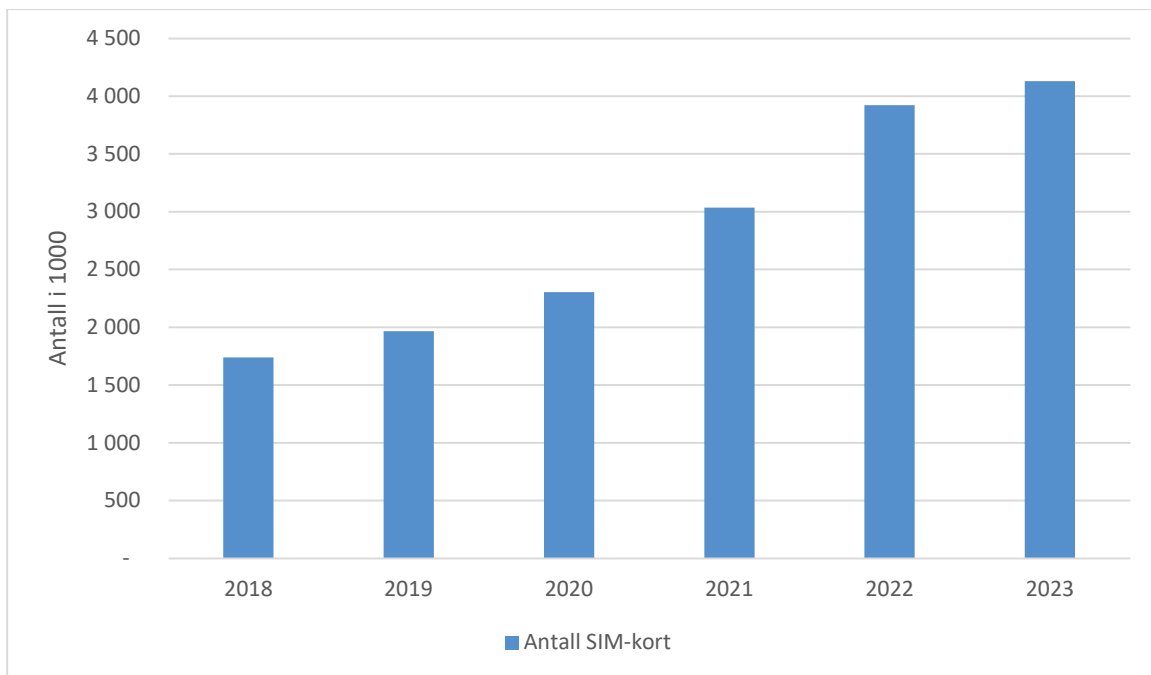
M2M-løsninger benyttes innen en rekke næringer og for et betydelig antall anvendelser. Det kan omfatte alarmsystemer og målesystemer, for eksempel strømmåling i bygninger. Innen

transportsektoren benyttes løsningene for alarmering, styring og sporing av kjøretøyer og containere samt for elektronisk kjørebok. Også i helsesektoren er det mange anvendelser, for eksempel utveksling

av pasientinformasjon. Automatiserte betalingsløsninger vil også kunne benytte slike løsninger.

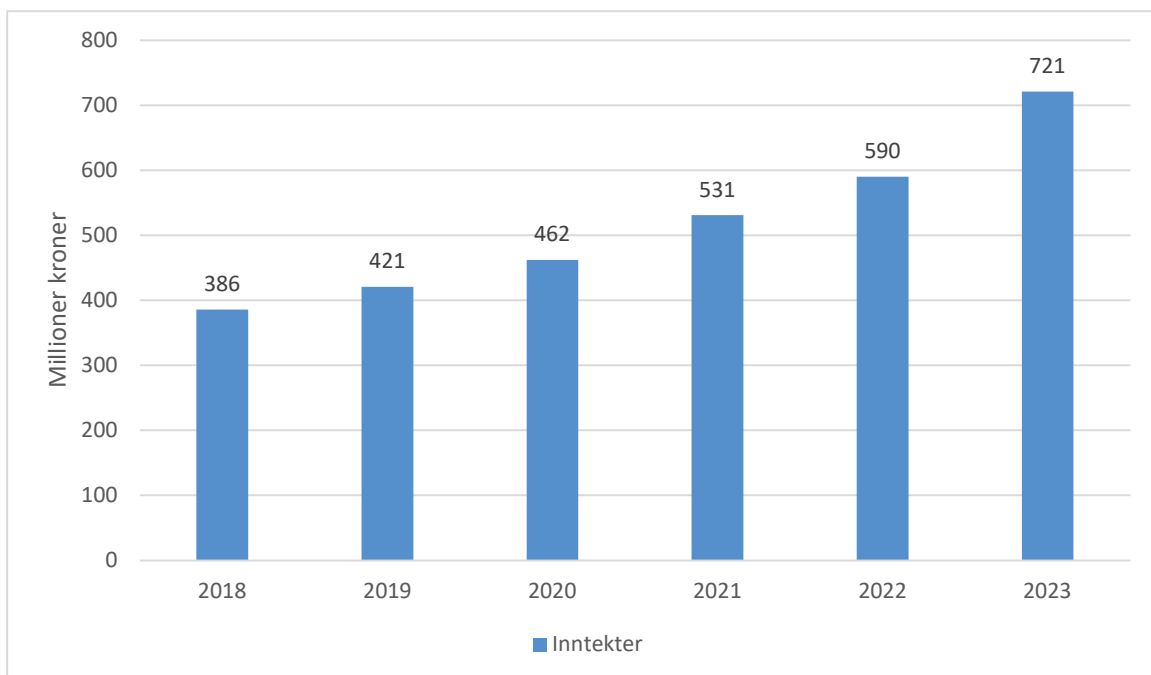
Figur 14 viser utviklingen i antall SIM-kort for M2M-kommunikasjon. Ved utgangen av 2023 var det rapportert mer enn 4,1 millioner aktive SIM-kort. Veksten i fra 2022 er på litt over 5 prosent, mens veksten i 2021 og 2022 var på om lag 30% i begge år. Tallene for SIM-kort omfatter også eSIM.

² «Tingenes Internett» («Internet of Things» (IoT) på engelsk) er i dag en mer anvendt betegnelse på maskin-til-maskin-kommunikasjon.



Figur 14 Antall SIM-kort for maskin-til-maskin kommunikasjon (M2M)

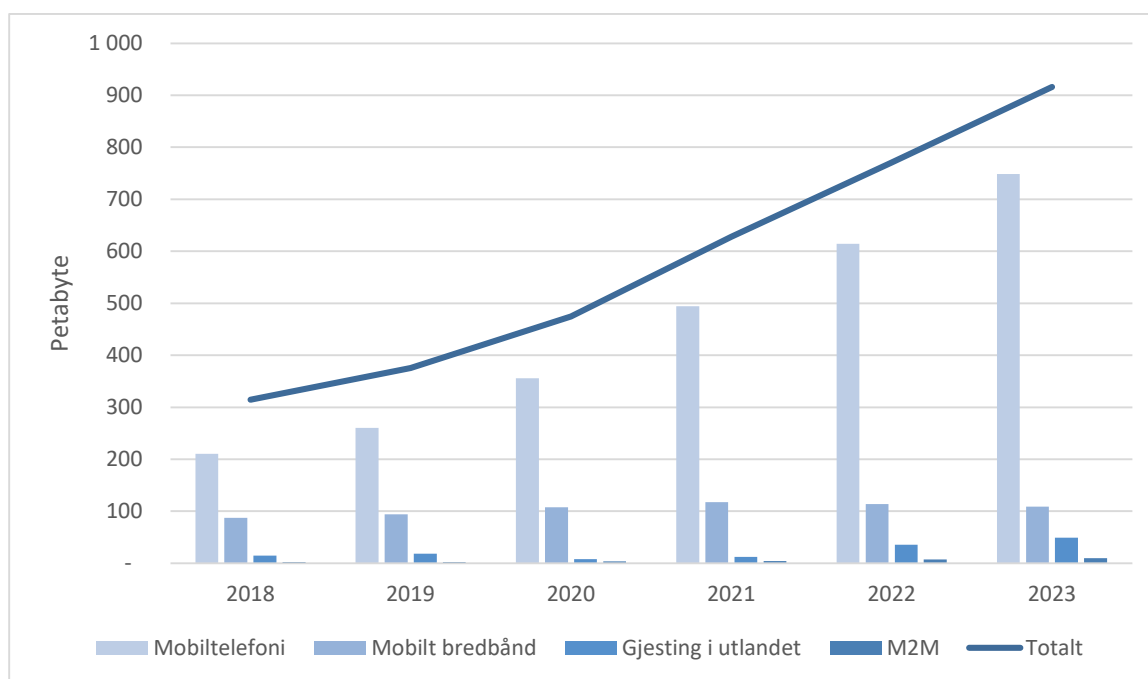
Figur 15 viser økningen i inntekter over samme periode. Fra 2022 til 2023 har omsetningen økt fra ca. 590 millioner til 721 millioner for M2M, som tilsvarer en økning på 22%. På bakgrunn av dette, økte inntektene med 16% korrigert for økningen i antall abonnemeter. Økningen i inntektene kan delvis forklares av en forskyvning av abonnemeter på tvers av leverandører med ulike prisnivå.



Figur 15 Inntekter i kroner for M2M

4.4 Datavolum for mobiltjenester

Figur 16 viser utviklingen i datatrafikk fordelt på mobiltelefoniabonnement, abonnement for mobilt bredbånd og maskin-til-maskin-kommunikasjon. I tillegg er datatrafikk ved gjesting i mobilnett i utlandet inkludert. Datatrafikken totalt var over 916 petabyte (PB) i 2023. Tilsvarende tall i 2022 var om lag 771 petabyte. Økningen fra 2022 til 2023 var altså nærmere 131 petabyte. Fra 2022 til 2023 var det en betydelig økning i datatrafikken fra gjesting i mobilnett i utlandet. Denne trafikken økte med om lag 14 petabyte (39%) fra 2022 til mer enn 49 petabyte i 2023. En økende andel av datatrafikken kommer fra mobiltelefoniabonnement. 84 prosent av den totale innenlandske datatrafikken kom fra mobiltelefoner i 2023. Året før var denne andelen 82 prosent. Datatrafikken fra M2M-løsninger er relativt liten. I 2023 var dette volumet i overkant av 9,5 petabyte.

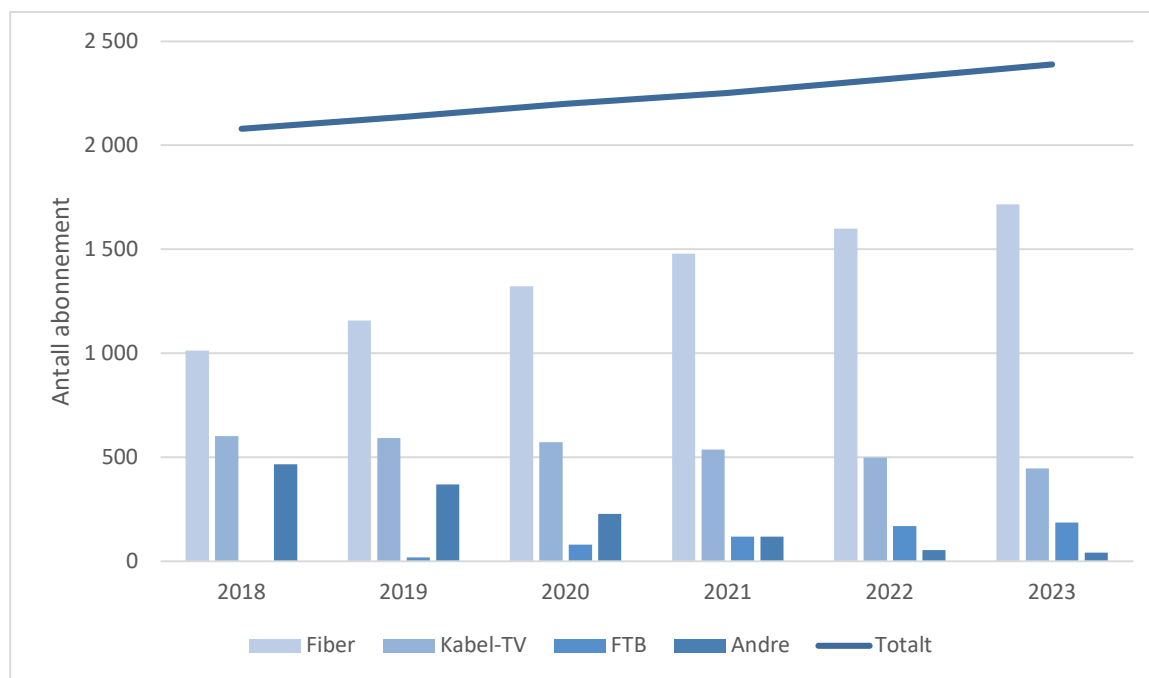


Figur 16 Datatrafikk fra mobiltelefoni, mobilt bredbånd, gjesting i utlandet og M2M

5 Fast bredbånd

Utviklingen i antall abonnement for fast bredbånd i privatmarkedet er vist i Figur 17. Antall privatabonnement for fast bredbånd var i underkant av 2,4 millioner ved utgangen av 2023. Det er en økning på om lag 70 500 fra utgangen av 2022. Antall private fiberabonnement var om lag 1,7 millioner ved utgangen av 2023. Det er en økning på mer enn 100 000 fra samme tidspunkt i 2022. 72 prosent av privatabonnementene var basert på fiber ved utgangen av 2023. Tilsvarende andel ett år tidligere var 69 prosent.

Nedgangen i antall abonnement basert på kabel-TV fortsetter³, mens antall private abonnement basert på fast trådløst bredbånd (FTB) øker med om lag 17 000 fra utgangen av 2022 til samme tidspunkt i 2023. Totalt er det i underkant av 186 000 abonnementer på FTB ved utgangen av 2023. Dette utgjorde 7,8 prosent av totalt antall private abonnement for fast bredbånd ved utgangen av 2023.



Figur 17 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Privatmarkedet

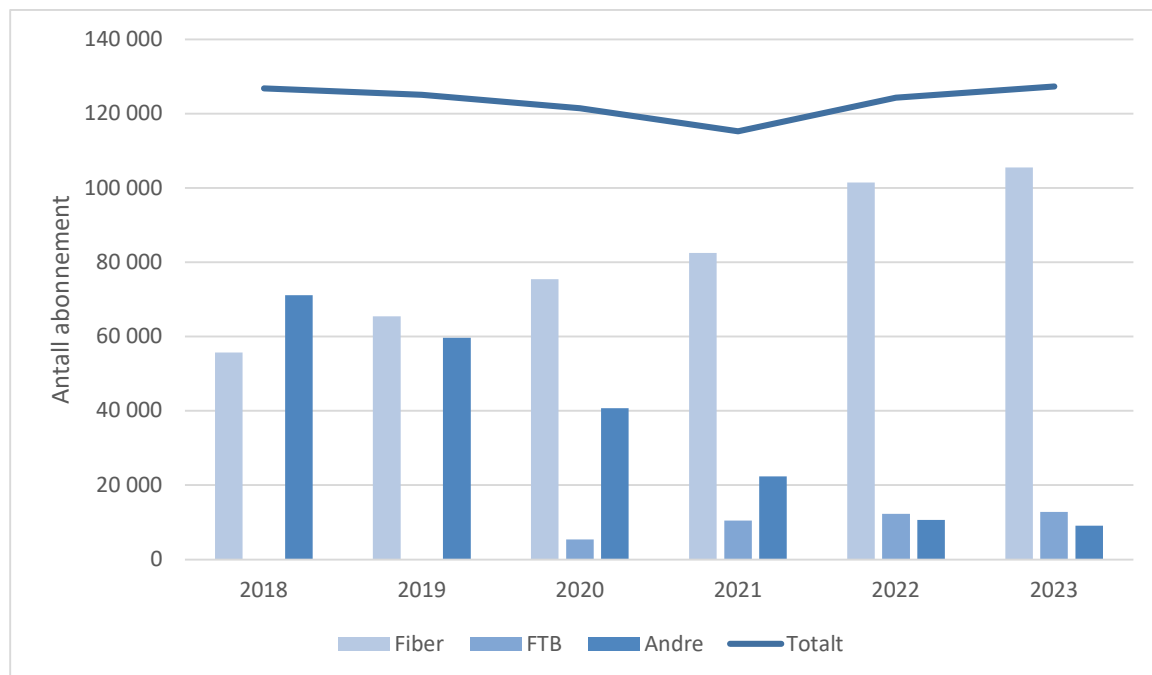
³ DSL-abonnement er i år utelatt fra figuren og inngår i «Andre». Dette er gjort da det ved utgangen av 2023 var i underkant av 13 000 private DSL-abonnement igjen.

Figur 18 viser utviklingen i antall abonnement for fast bredbånd i bedriftsmarkedet. Ved utgangen av 2023 var i overkant av 127 000 bedriftsabonnement. Det er liten økning fra ett år tidligere. 83 prosent av abonnementene var basert på fiber ved utgangen av 2023, en økning med 1,5 prosentpoeng fra året før. Antall fiberabonnement økte med i overkant av 4 000. FTB hadde en økning med i underkant av 500 abonnementer fra 2022, til ca. 12 700 abonnement i 2023. I

Bredbånd og datakommunikasjon i bedriftsmarkedet

Bedriftsmarkedet er mer sammensatt enn privatmarkedet. Mange bedrifter benytter løsninger som langt på vei er de samme som i privatmarkedet. Det er gjerne små og mellomstore bedrifter. Større bedrifter benytter løsninger med andre egenskaper og funksjoner. Dette er VPN-tjenester (virtuelle private nett). For eksempel kan en løsning være sammensatt for å dekke behovet for datakommunikasjon mellom et hovedkontor og ett eller flere avdelingskontorer som er lokalisert på forskjellige steder. I en slik VPN-tjeneste vil det inngå flere bredbåndsaksesser. Antall aksesser som inngår i VPN-tjenester har gått ned med 73 prosent bare fra 2021, dvs. fra 63 000 aksesser i 2021 til i underkant av 37 000 aksesser i 2023. Denne nedgangen overskygger utviklingen av abonnementsutviklingen i fast bredbånd på bedriftssiden.

bedriftsmarkedet er det i underkant av 2 000 aksesser basert på DSL igjen ved utgangen av 2023.



Figur 18 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Bedriftsmarkedet

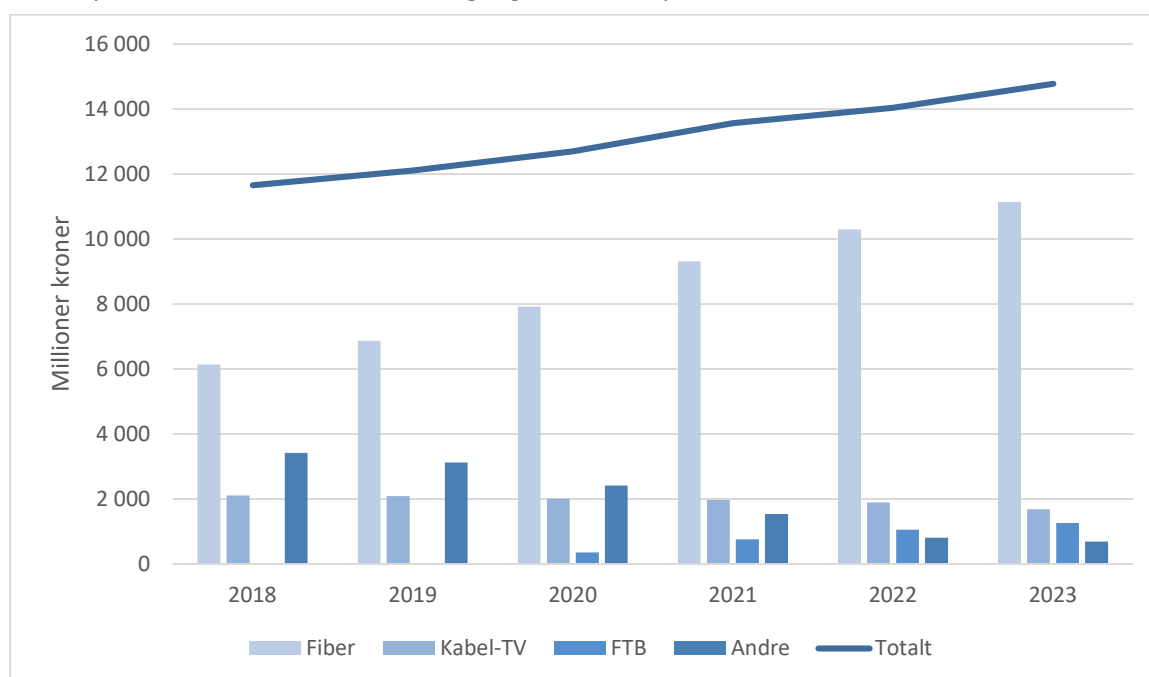
Figur 19 viser utviklingen i omsetning for fast bredbånd. Tallene omfatter både privat- og bedriftsmarkedet⁴. Samlet omsetning for fast bredbånd var i underkant av 14,8 milliarder kroner i 2023. det er en økning på om lag 576 millioner kroner fra 2021. Fra 2020 til 2021 var økningen til

⁴ Alle teknologier er inkludert, og i bedriftsmarkedet er også VPN-aksesser inkludert

sammenligning på nærmere 745 millioner kroner. Omsetningen for abonnement basert på fiber var på over 11,1 milliarder kroner i 2023. Det er en økning på over 850 millioner kroner fra 2022.

Omsetningen for bredbånd basert på fiber utgjorde 75 prosent av den totale omsetningen for fast bredbånd i 2023.

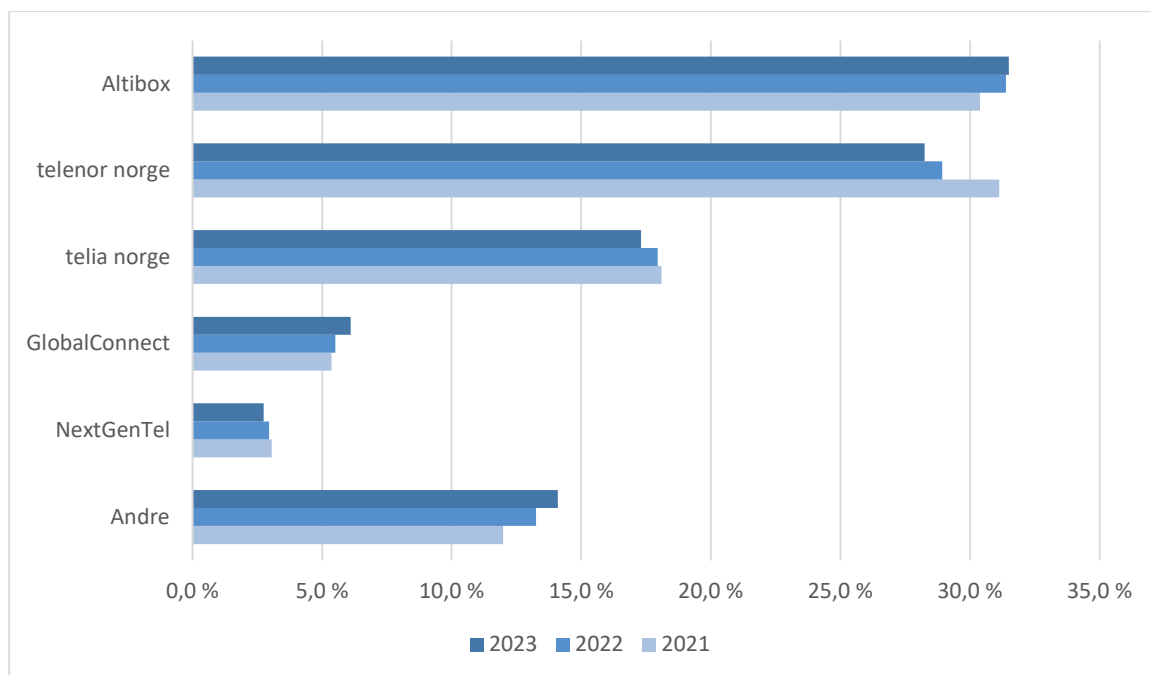
Omsetningen for fast trådløst bredbånd (FTB) passerte 1,2 milliard i 2023. Omsetningen for bredbånd basert på kabel-TV-nett fortsetter nedgangen, med 10 prosent fra 2022.



Figur 19 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet

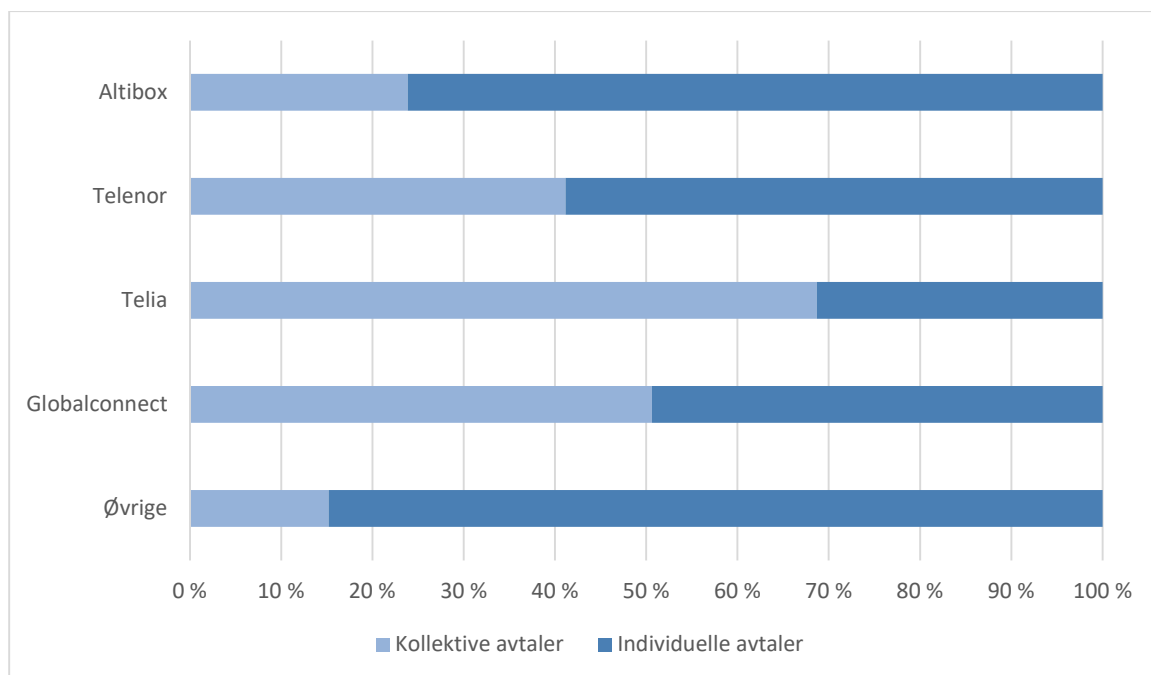
Ved utgangen av 2023 var det partnerne i Altibox som samlet hadde flest abonnement (aksesser) for fast bredbånd. Figur 20 viser utviklingen i markedsandeler for privat- og bedriftsmarkedet samlet for de største tilbyderne⁵. Altibox opprettholder markedsandelene med 31,5 prosent ved utgangen av 2023. I samme periode gikk Telenor sin markedsandel ned fra 28,9 prosent til 28,3 prosent. Telia har hatt en tilsvarende nedgang fra 17,9 prosent til 17,3 prosent i 2023. GlobalConnect har hatt en økning på 0,6 prosentpoeng, mens Nextgentel har hatt en nedgang på 0,3 prosentpoeng.

⁵ Alle teknologier er inkludert, og i bedriftsmarkedet er også VPN-aksesser inkludert.



Figur 20 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet

I Figur 21 er alle private abonnement for fast bredbånd fordelt på to ulike segmenter ved utgangen av 2023. I segmentet for kollektive avtaler har tilbyder en avtale om bredbånd med en boligsammenslutning, for eksempel et borettslag, og som regel en tilleggsavtale med sluttkunden. I segmentet for individuelle avtaler har tilbyder har en direkte avtale med sluttkunden. I boligsammenslutninger er det i praksis kun bredbånd basert på fiber og kabel-TV, men i segmentet for individuelle avtaler er det også andre teknologier, selv om fiber og kabel-TV utgjør de største andelene. Figuren viser fordelingen av antall abonnement på de to segmentene ved utgangen av 2023 for de største tilbyderne. Totalt var 36,8 prosent av totalt antall privatabonnement i segmentet for kollektive avtaler. Telia har nesten 70 prosent av sine bredbåndsabonnement i dette segmentet. Også GlobalConnect har mer enn halvparten av sine bredbåndsabonnement i dette segmentet. For Telenor er denne andelen 41,2 prosent, og for Altibox-partnerne er andelen 23,9 prosent.

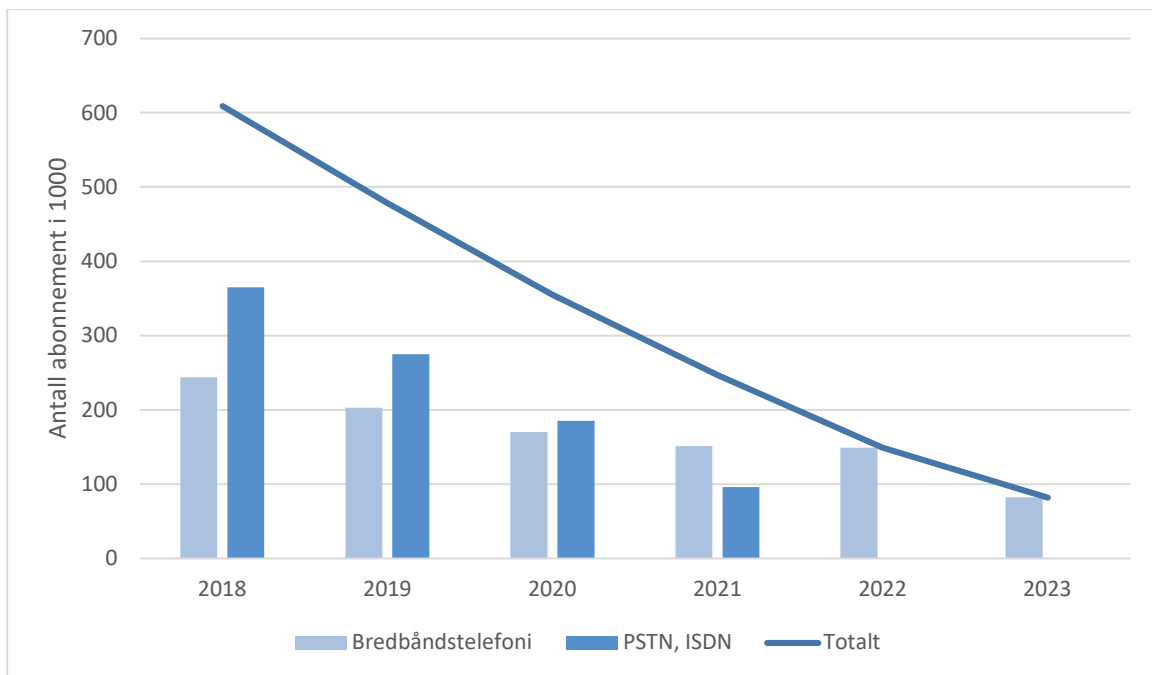


Figur 21 Fordeling av privatabonnement for fast bredbånd på segment for kollektive avtaler og segment for individuelle avtaler

6 Fasttelefoni

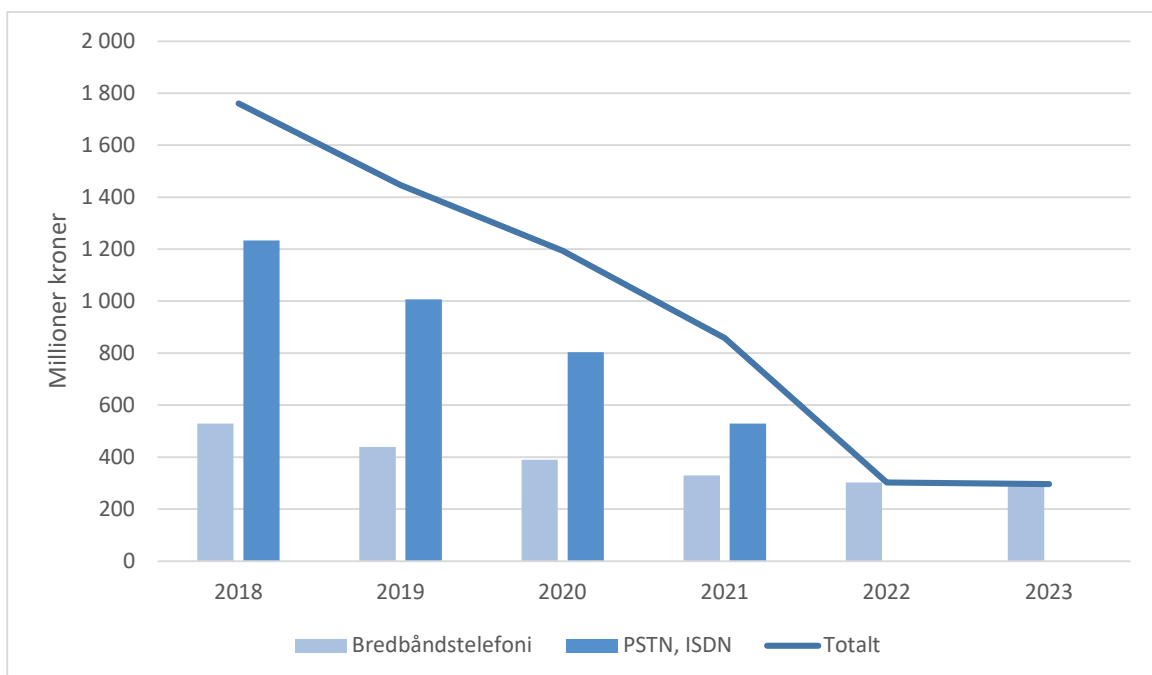
Økt bruk av mobiltelefoni og bl.a. avviklingen av kobbernettene har medført at antall abonnement for fasttelefoni er kraftig redusert (og under avvikling?).

Figur 22 viser utviklingen i antall abonnement for fasttelefoni i privat- og bedriftsmarkedet samlet. Ved utgangen av 2023 var det nærmere 82 000 abonnement. Det er en nedgang på bortimot 68 000 abonnement fra 2022. 58 prosent av alle abonnement for fasttelefoni er i privatmarkedet.



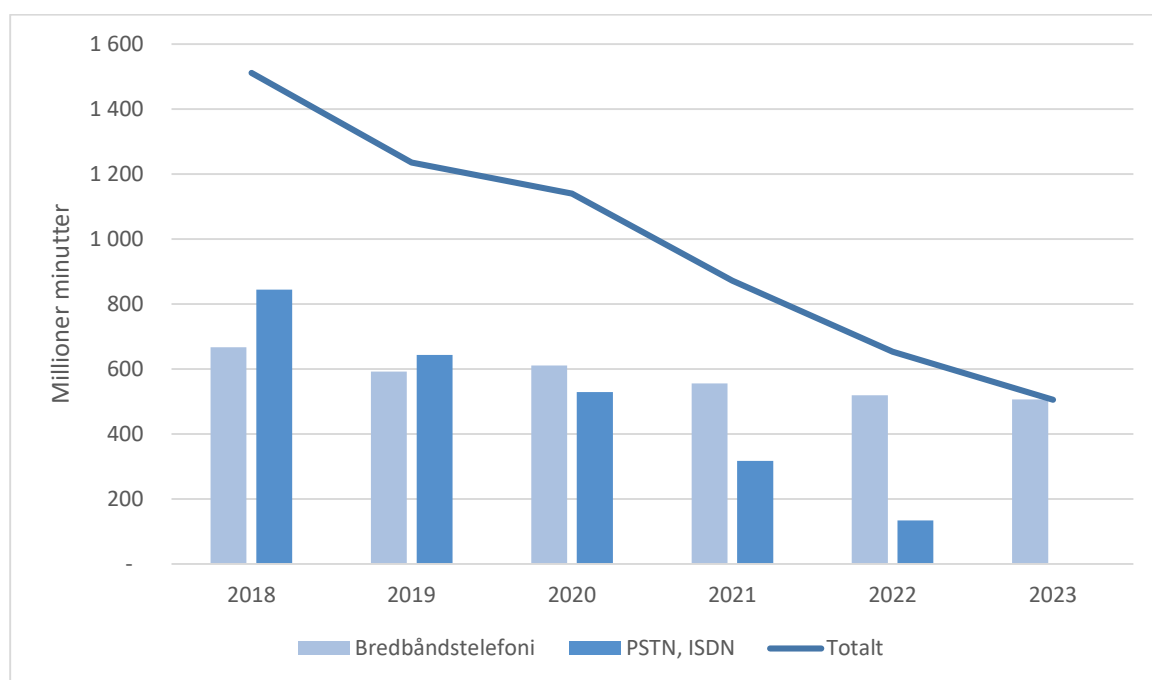
Figur 22 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Figur 23 viser utviklingen i omsetning for fasttelefonabonnement. Omsetningen i 2023 var om lag 297 millioner kroner, en nedgang på om lag 5 millioner kroner fra 2021. Den store nedgangen fra 2021 til 2022 skyldes i all hovedsak bortfallet av abonnemeter basert på PSTN og ISDN. Mens privatkundene hadde 58 prosent av fastabonnementene ved utgangen av 2023, hadde de 23 prosent av omsetningen for fasttelefoni.



Figur 23 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Figur 24 viser utviklingen i antall trafikkminutter fra fasttelefoni fordelt på ordinær fasttelefoni (PSTN og ISDN) og bredbåndstelefoni. Figuren viser en stor reduksjon i antall minutter fra fasttelefon. Det meste av nedgangen er knyttet til PSTN og ISDN, mens det for bredbåndstelefoni er en reduksjon på 2,5 prosent. Privatkundene står for om lag 7 prosent av trafikken for fasttelefoni i 2023 (en nedgang fra 10 prosent i 2022).



Figur 24 Antall trafikkminutter for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

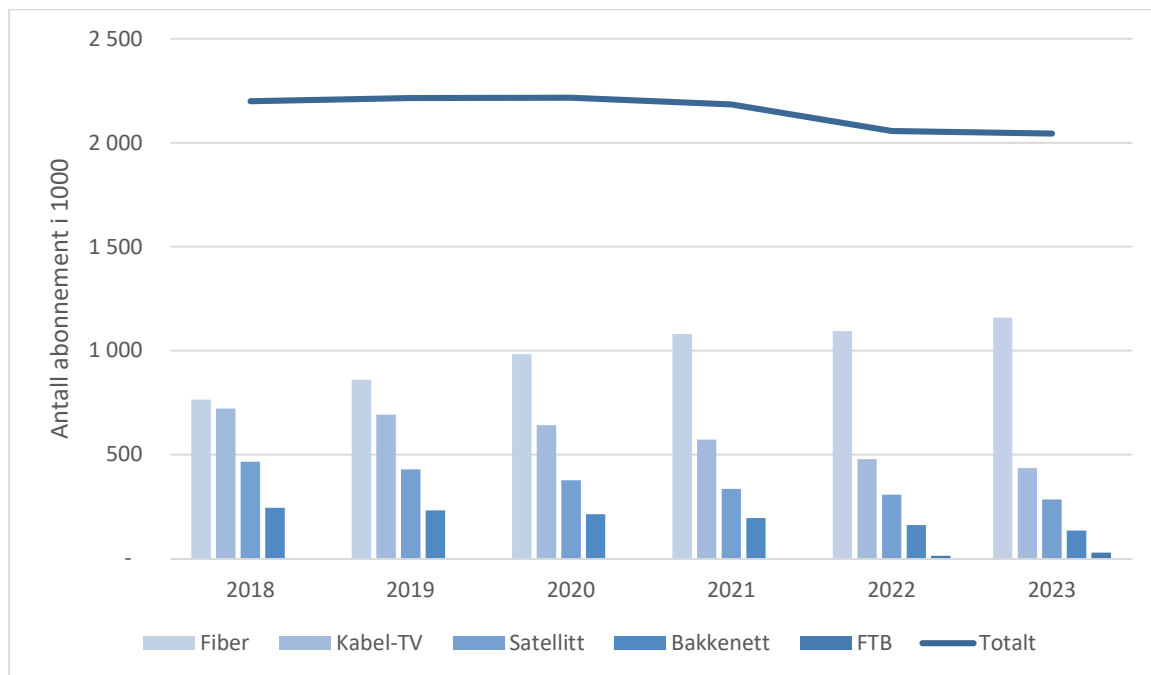
7 TV-abonnement

Utviklingen i antall TV-abonnement og endringene i forholdet mellom de aksessteknologien som anvendes, viser at det er store omstillinger på dette området.

Figur 25 viser utviklingen i antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologier. Totalt antall abonnement ved utgangen av 2023 var i overkant av 2,04 millioner. Det er en nedgang i antall TV-abonnement på under 4 prosentpoeng fra året før. Fiber er den største aksessteknologien med i underkant av 1,2 millioner abonnement. Det er en økning på om lag 64 000 abonnement fra utgangen av 2022. Abonnement basert på fiber utgjorde 57 prosent av samtlige TV-abonnement ved utgangen av 2023. Antall TV-abonnement basert på kabel-TV reduseres fortsatt. Det samme gjør TV-abonnement basert på satellitt. Nedgangen var på hhv. 9 prosent og 7,5 prosent fra utgangen av 2022 til utgangen av 2023. Antall TV-abonnement basert på fast trådløst bredbånd økte fra ca. 14 000 til 29 000 TV-abonnement ved utgangen av 2023.

TV-abonnement

TV-abonnement omfatter betalte abonnement. Frikanaler som tilbys av Riks-TV i bakkenettet, er ikke inkludert. Abonnement som bare omfatter strømmetjenester er heller ikke inkludert, men et abonnement med ordinær (lineær) TV, kan også omfatte strømmetjenester. Noen abonnement var tidligere år registrert på kunder med organisasjonsnummer (bedrifter) og DSL (kobber-nettet). Disse er inkludert i figurene for abonnement, omsetning og markedsandeler i de aktuelle årene. Det er i år ingen abonnement registrert på bedrifter eller på DSL.

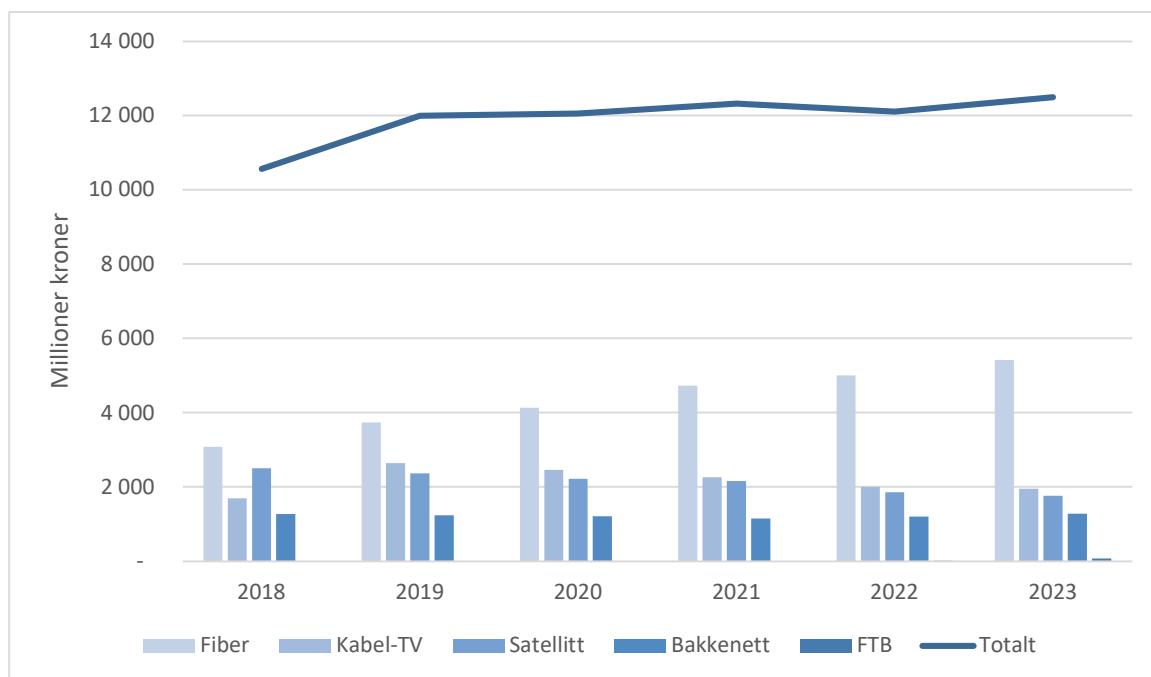


Figur 25 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi

Figur 26 viser utviklingen i omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi. I 2023 var den totale omsetningen på litt under 10,5 milliarder kroner. Omsetningen for abonnement basert på fiber var over 5,4 milliarder kroner i 2023. Det var en økning på over 400 millioner kroner fra 2022.

Omsetningen fra TV-abonnement basert på kabel-TV og satellitt går fortsatt ned. Omsetningen for TV-abonnement basert på bakkenettet øker noe til tross for nedgang i antall abonnement. Omsetningen for TV-abonnement basert på fast trådløst bredbånd var om lag 74 millioner i 2023.

Omsetningen for TV-abonnement omfatter basisabonnement og tilleggsabonnement i form av ekstra kanalpakker og filmleie. Om lag 95 prosent av omsetningen er knyttet til basisabonnement. De siste årene har omsetningen knyttet til tilleggstjenester gått noe ned hvert år.

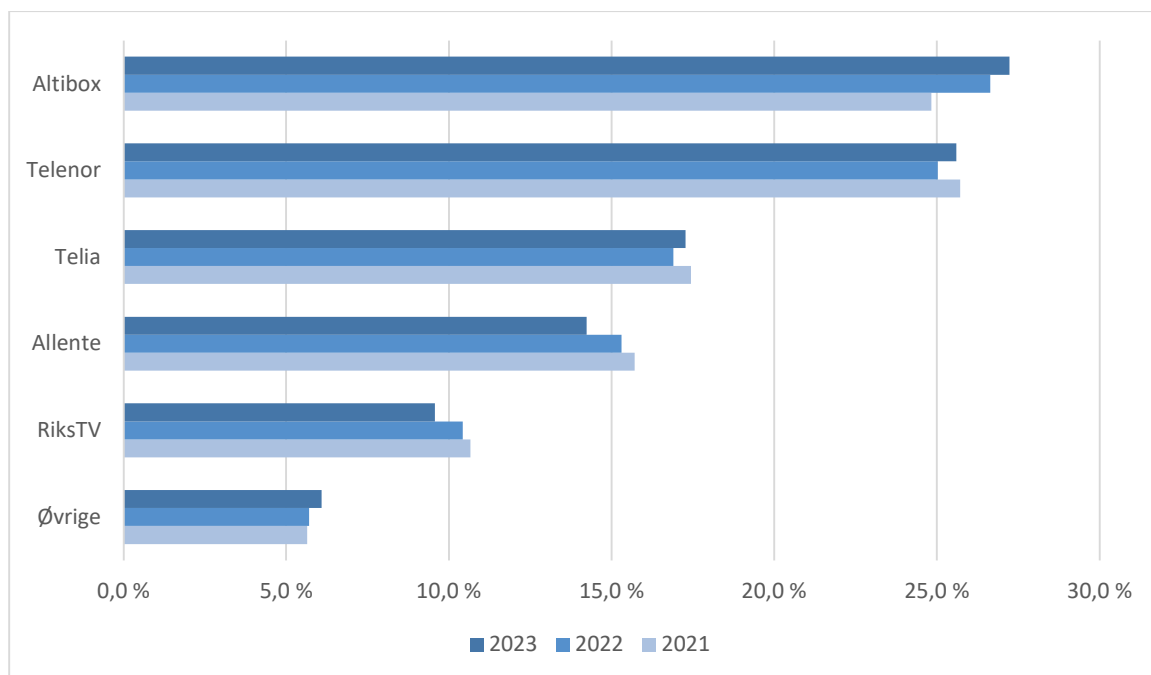


Figur 26 Omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi

Figur 27 viser utviklingen i markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier er inkludert⁶. Altibox er den største tilbyder av TV-abonnement med en markedsandel på 27,2 prosent. Det er en økning fra 26,6 prosent ved utgangen av 2022. Telenor har en markedsandel på 25,6 prosent. Det er økning fra 2022 på 0,6 prosentpoeng. Telia hadde en markedsandel på 17,3 prosent ved utgangen av 2023, 0,3 prosentpoeng ned fra 2022.

Over 60 prosent av «øvrige» er tilbydere som tilbyr «Telia play» som en del av deres TV tilbud. Inkluderes disse tilbyderne (partnerne) i Telias markedsandeler, så har Telia en markedsandel på 21,9 prosent ved utgangen av 2023, noe som er en økning fra 21,3 prosent i 2022. Om Telia partnerne trekkes inkluderes i Telias markedsandeler, reduseres «øvrige» til under en prosent.

⁶ I 2020 ble selskapet Allente dannet ved å slå sammen ViaSat og merkevaren Canal Digital i Telenor. Telenor eier 50 prosent av Allente.



Figur 27 Markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier

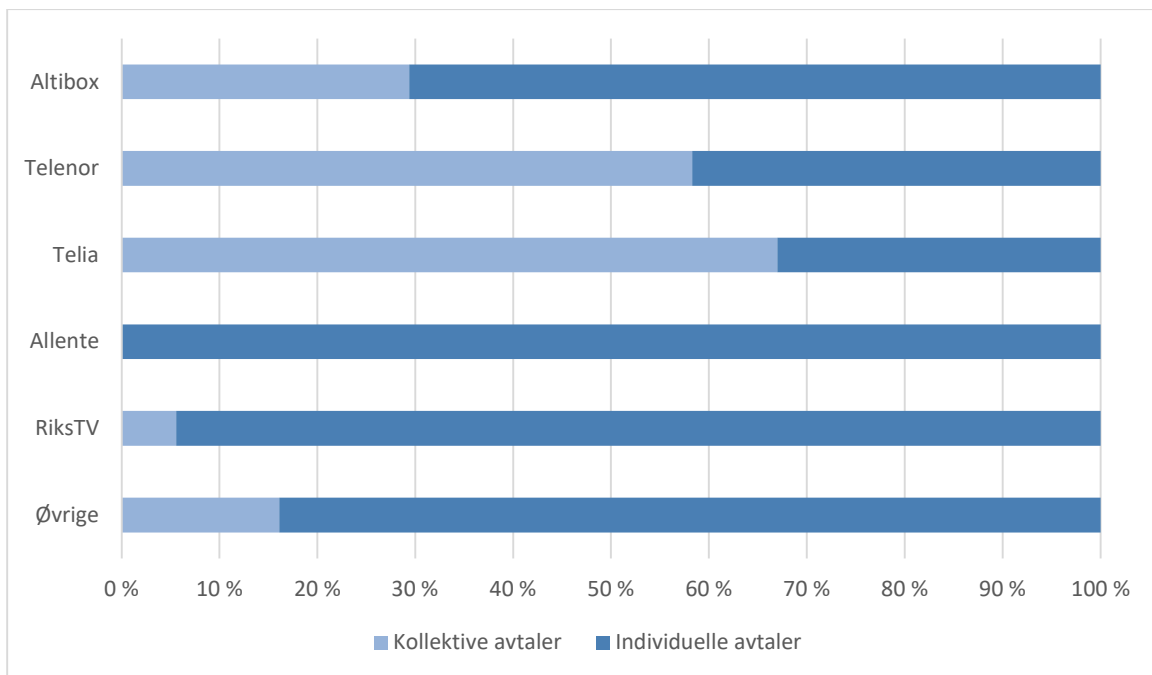
I Figur 28 er alle TV-abonnement fordelt på to ulike segmenter ved utgangen av 2023. I segmentet for kollektive avtaler har tilbyder en avtale om TV-abonnement med en boligsammenslutning, for eksempel et borettslag, og som regel en tilleggsavtale med sluttkunden. I segmentet for individuelle avtaler har tilbyder en direkte avtale om TV-abonnement med sluttkunden. I boligsammenslutninger er det i praksis kun TV basert på fiber og kabel-TV, men i segmentet for individuelle avtaler er det også andre teknologier, først og fremst satellitt og bakkenett.

Figur 28 omfatter de samme tilbyderne som i Figur 27. 36 prosent av alle TV-abonnement var i segmentet for kollektive avtaler ved utgangen av 2023. Både Telenor og Telia har en betydelig andel av TV-abonnementene i dette segmentet. For Telenor var andelen 58,3 prosent⁷ og for Telia var andelen 67 prosent⁸. Partnerne i Altibox hadde 29,4⁹ prosent av sine TV-abonnement i segmentet for kollektive avtaler.

⁷ endret feil: 10.12.24

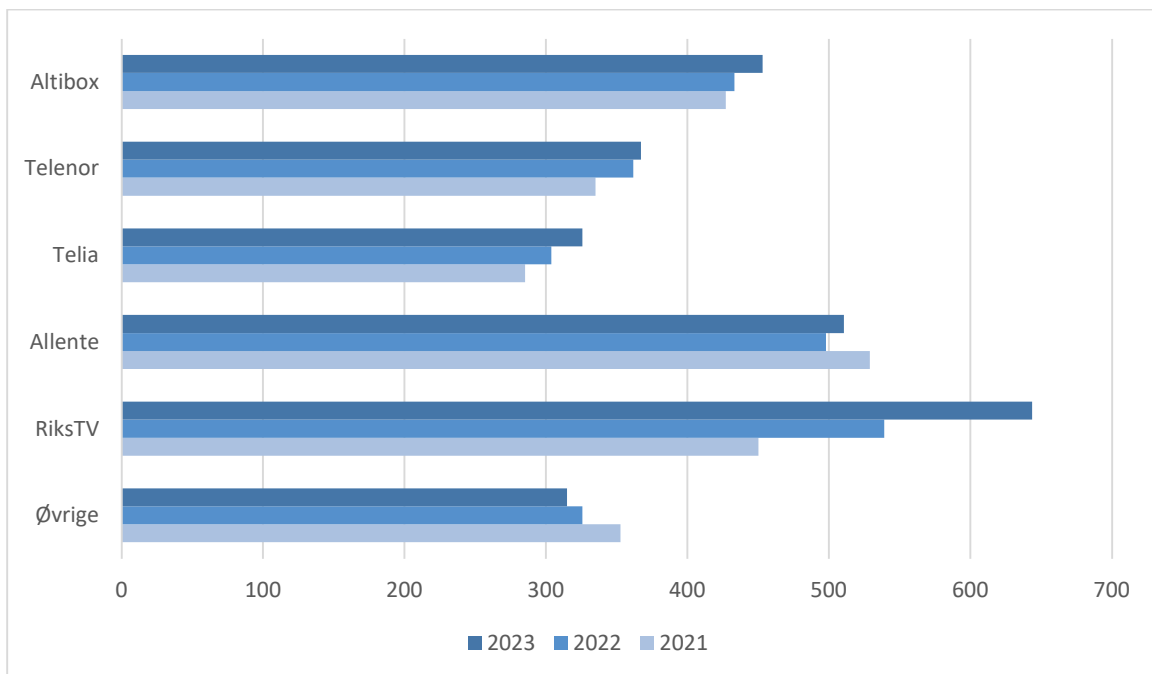
⁸ endret feil: 10.12.24

⁹ endret feil: 10.12.24



Figur 28 Fordeling av TV-abonnement på segment for kollektive avtaler og segment for individuelle avtaler (endret feil: 21.01.25)

Figur 29 viser gjennomsnittlig inntekt per abonnement per måned¹⁰. Dette viser at RiksTV inntekter per TV-abonnement per måned på over 644 kr, mens tilsvarende tall for Telia er 326 kr per abonnement.



Figur 29 Gjennomsnittlig inntekt per TV-abonnement per måned

¹⁰ Tallene er ikke KPI justert

8 Utviklingstrekk

I kapittel 3-7 har vi tatt for oss utviklingen for de enkelte elektroniske kommunikasjonstjenestene. I dette kapitlet tar vi for oss andre utviklingstrekk. Det gjelder utviklingen av bredbånd og TV over fiber og kabel-TV-nett, samt utvikling i omsetning per abonnement.

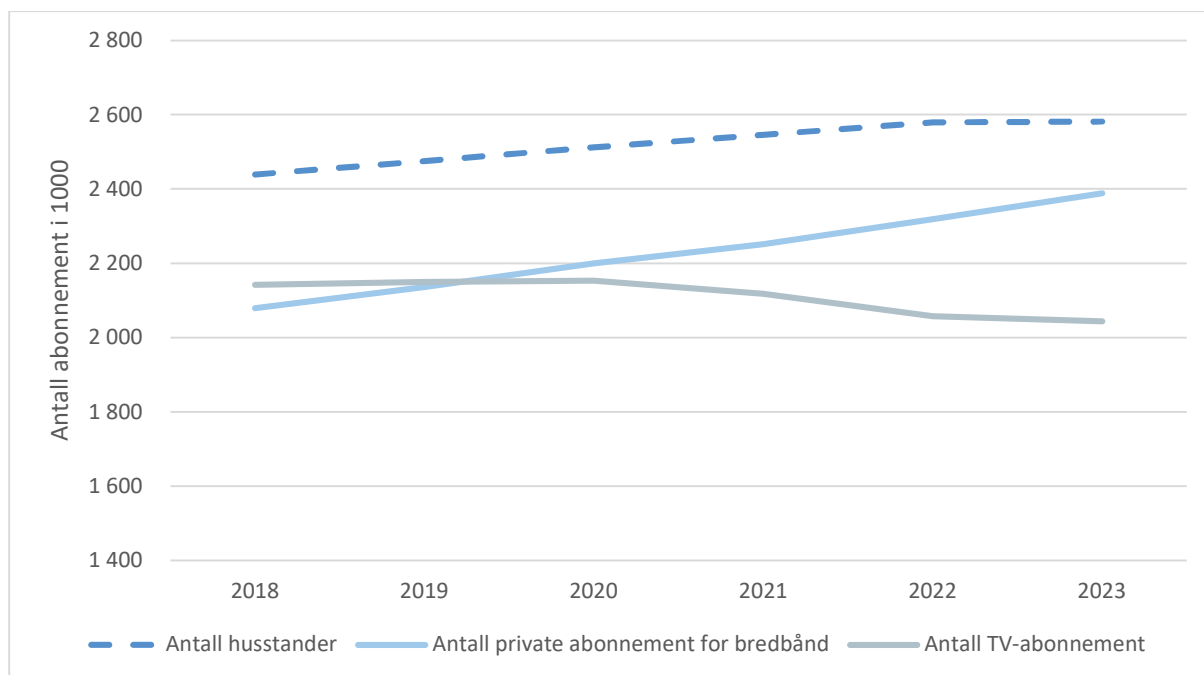
8.1 Tjenestepakker og teknologier i fastnett

Tjenester som fasttelefoni, bredbånd og TV baseres i dag primært på fiber, kabel-TV-nett eller fast trådløst bredbånd (FTB):

- Fasttelefoni i dag i sin helhet basert på fast bredbånd. Antall abonnement er sterkt synkende og ved utgangen av 2023 var det om lag 47 000 abonnenter igjen. Dette utgjør 11,4 prosent av abonnementstallene i 2018
- Fiber står for 71 prosent av bredbåndsabonnementene og 57 prosent av TV-abonnementene. Til sammenligning står Kabel-TV for om lag 18 prosent av bredbåndsabonnementene og 21 prosent av TV-abonnementene, mens FTB står for litt i underkant av 8 prosent av bredbåndsabonnementene og knappe 1,5 prosent av TV-abonnementene (satellitt og bakkenettet har samlet om lag 21 prosent TV-abonnementene)

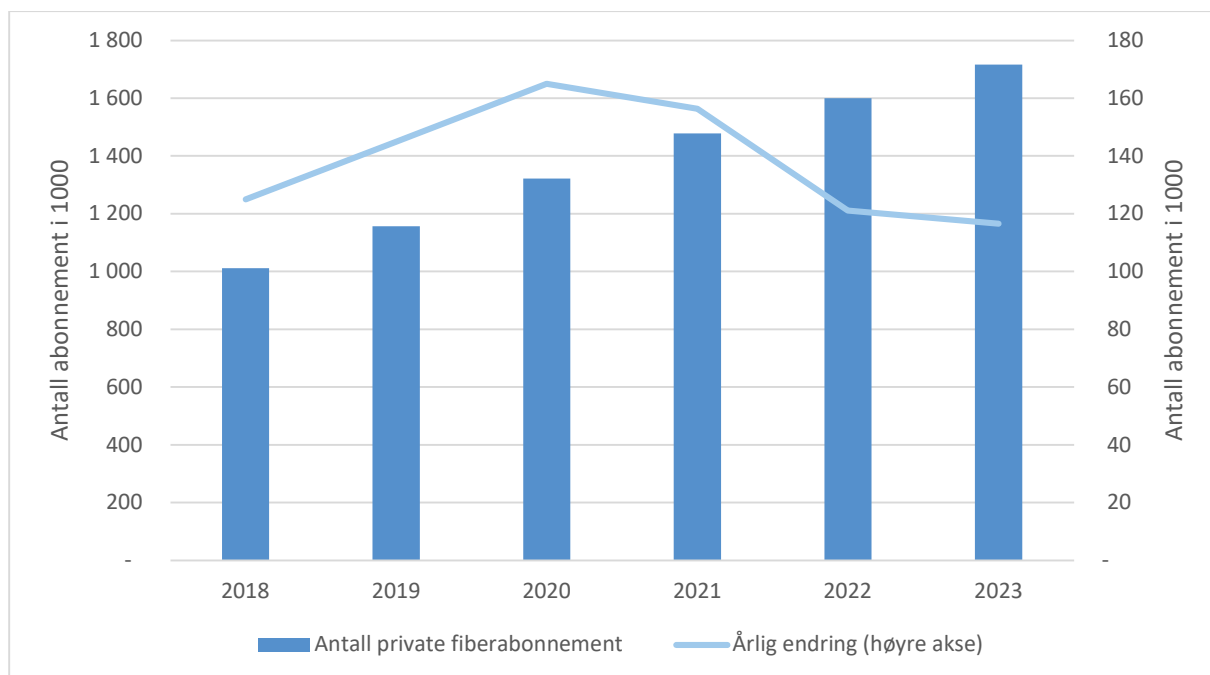
Figur 30 viser utviklingen i antall private bredbåndsabonnement og antall TV-abonnement. Dette er sammenlignet med utviklingen i antall husstander. Antall TV-abonnement har siden 2021 vært synkende. Dette forholdet kan forklares med at flere husstander velger å strøme medieinnhold over bredbånd. Tilgangen til fast bredbånd med høyere hastigheter legger til rette for slik strømming. Mange tilbydere selger abonnement for bredbånd og abonnement for TV som pakke med lavere samlet pris enn prisen for bredbånd og TV som enkelttjenester. Dette kan i noen grad motvirke overgangen til strømming av TV.

I motsetning til TV-abonnement øker antall private abonnement for fast bredbånd raskere enn økningen i antall husstander, og andelen av private abonnement for fast bredbånd i forhold til antall husstander var ved utgangen av 2023 på 92,5 prosent. En økning på om lag 2,5 prosentpoeng fra året før.



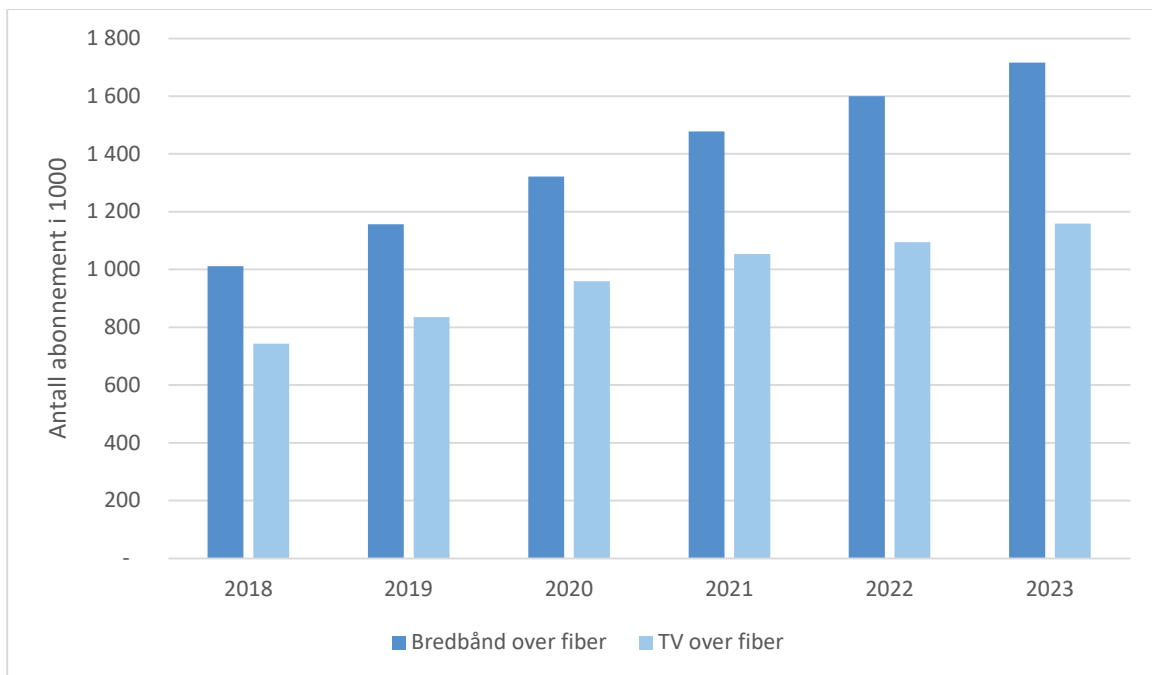
Figur 30 Utvikling i antall private abonnement for fast bredbånd, antall TV-abonnement og antall husstander

Figur 31 viser utviklingen i antall private fiberabonnement fra utgangen av 2018 til utgangen av 2023 og den årlige endringen i antall abonnement i denne perioden. Totalt antall private fiberabonnement var i overkant av 1,7 millioner ved utgangen av 2023. Antall fiberabonnement har gjennom hele perioden økt. Den største økningen var fra utgangen av 2019 til utgangen av 2020. Økningen i antall fiberabonnement har ikke vært like høy fra utgangen av 2021. Da mange av husstandene som gjenstår med fiberutbygging i vesentlig grad er i spredtbygde områder med begrenset markedsgrunnlag er det rimelig å anta at vi også fremover vil se en lavere vekst i fiberabonnement.



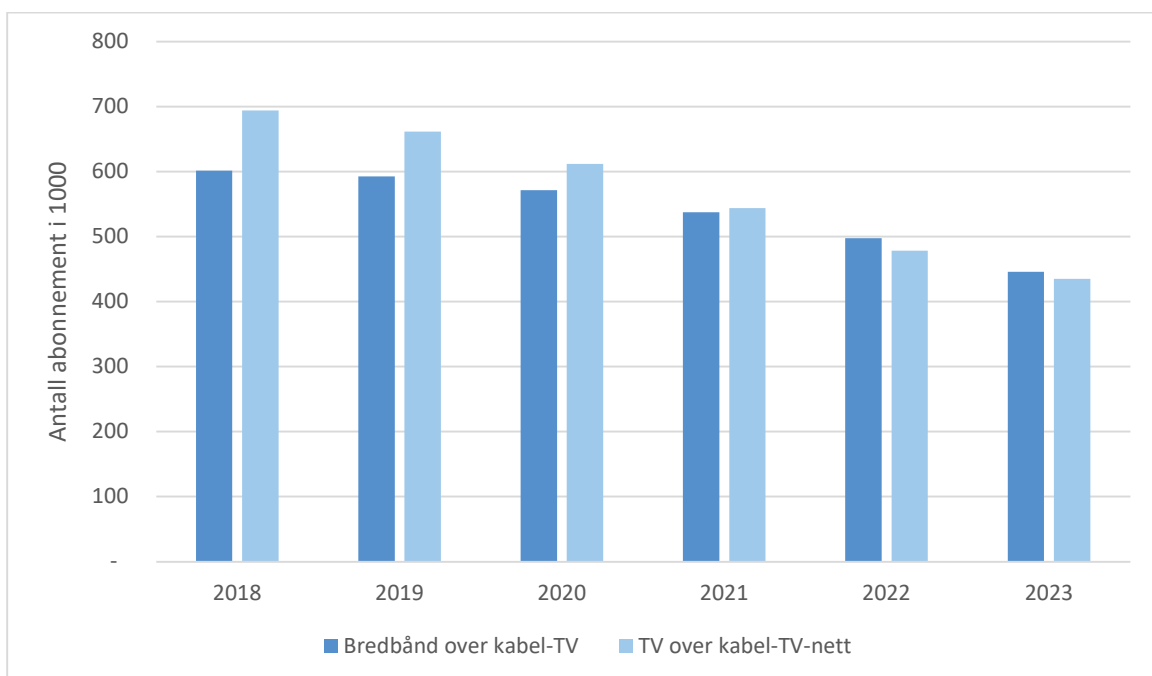
Figur 31 Antall abonnement basert på fiber. Privatmarkedet

Det er bredbånd og tilgang til Internett som har vært basistjenesten ved utbygging av fibernett. Når utviklingen i antall private bredbåndsabonnement og antall TV-abonnement legges ved siden av hverandre, blir dette forholdet tydelig. Det er vist i figur 32. Antall abonnement for bredbånd basert på fibernett øker raskere enn antall TV-abonnement på det samme nettet. Ved utgangen av 2023 var det 557 000 flere private bredbåndsabonnement enn TV-abonnement på fiber (503 000 ved utgangen av 2022). Denne differansen er økende og kan også ses i sammenheng med nedgangen i totalt antall TV-abonnement.



Figur 32 Antall abonnement for bredbånd og TV basert på fiber. Privatmarkedet

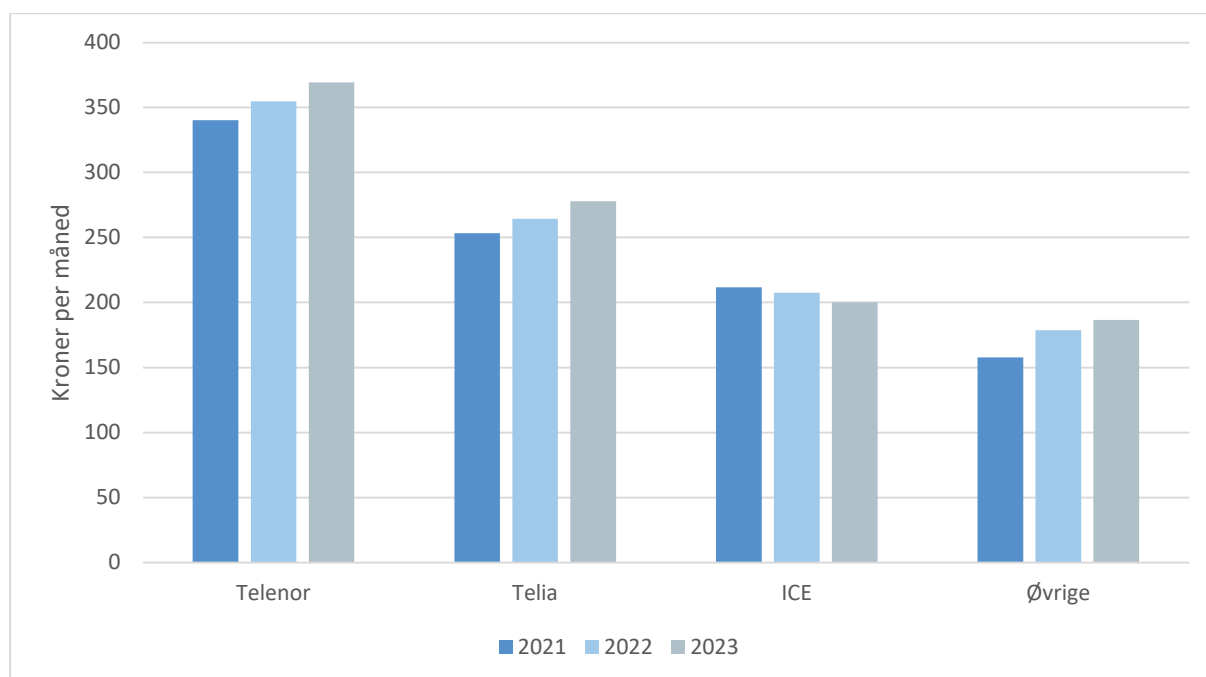
Det er TV som har vært basistjenesten for kabel-TV-nett, som figur 33 indikerer. De siste årene har det vært relativt lite avvik mellom antall abonnement for bredbånd og antall abonnement for TV. Siden utgangen av 2022 har det vært flere bredbåndsabonnement enn TV-abonnement over kabel-TV-nett.



Figur 33 Antall abonnement for bredbånd og TV basert på kabel-TV-nett. Privatmarkedet

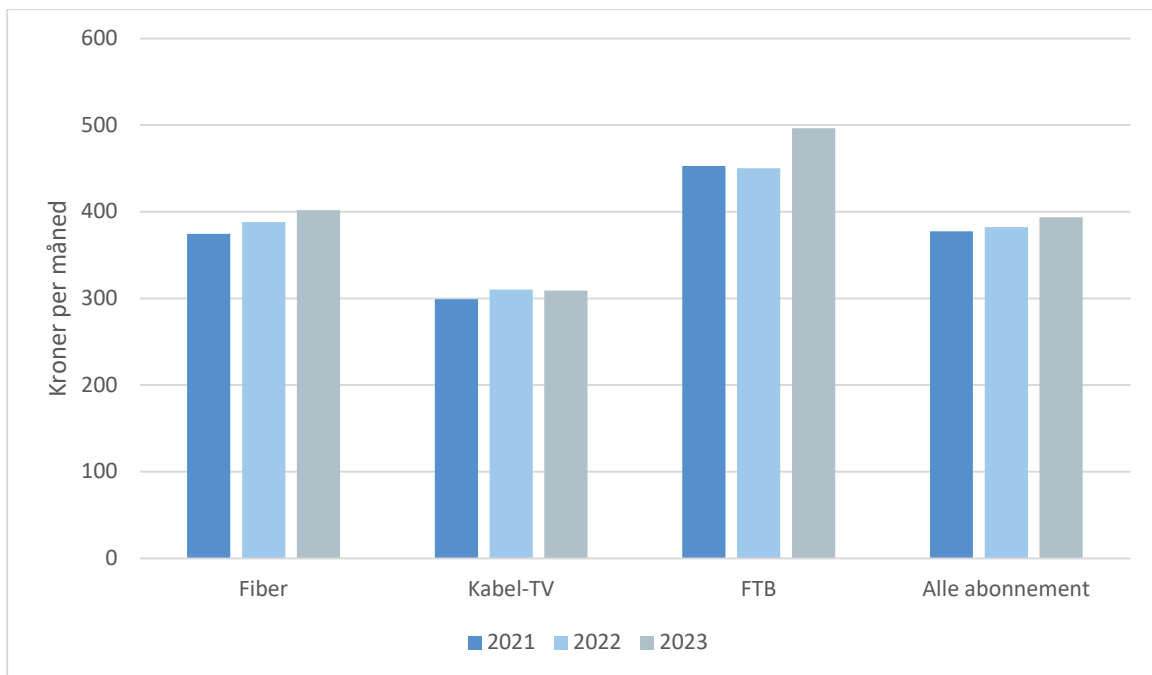
8.2 Omsetning per abonnement

Figur 35 viser utviklingen i omsetning per abonnement for mobiltelefoniabonnement. Både Telenor og Telia (og «øvrige») har økende omsetning per abonnement i perioden fra 2021 til 2023, men Telenor har et betydelig høyere nivå enn de andre tilbyderne. Omsetning per abonnement hos ICE og de øvrige mobiltilbydere er betydelig lavere enn for Telenor og Telia, og det endrer seg lite fra 2021 til 2023. Forholdet er et resultat av ulikheter i markedsposisjon og egenskaper ved kundene hos de enkelte tilbyderne. Telenor har en relativt stor markedsandel i bedriftsmarkedet. Telenor og Telia har i tillegg en kundemasse som er mer stabil enn det som er tilfellet for de øvrige tilbydere.



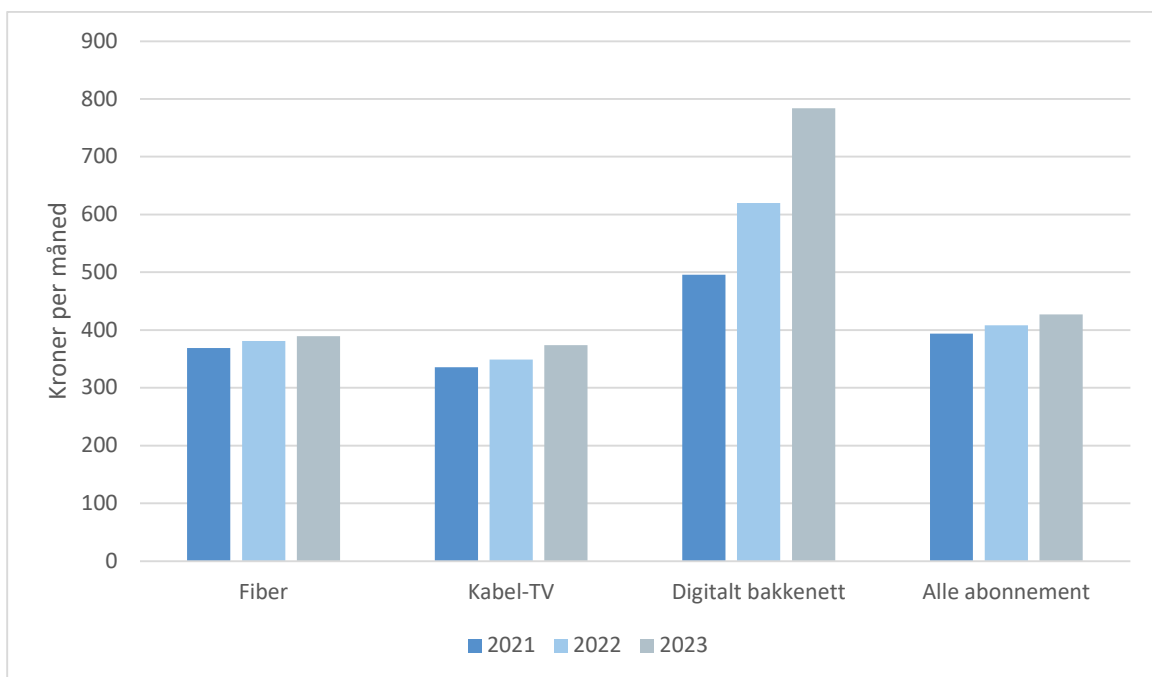
Figur 34 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Figur 36 viser utviklingen i omsetning per abonnement per måned for de mest sentrale bredbåndsteknologiene. Omsetningen per måned for alle private bredbåndsabonnement samlet, øker noe hvert år fra 2021 til 2023. I 2023 var omsetning per abonnement totalt 393 kroner per måned. Fiber utgjør hovedtyngden av bredbånd, og her øker omsetningen per abonnement per måned fra 388 kroner i 2022 til 401 kroner i 2023. Omsetningen per abonnement for kabel-TV er betydelig lavere. Det har sammenheng med at denne bredbåndsteknologien er utbredt i boligsammenslutninger med langsiktige avtaler, der prisnivået gjennomgående er lavere. Fast trådløst bredbånd (FTB) er en relativt ny tjeneste og omsetningen per abonnement er betydelig høyere enn for fiber og kabel-TV. Noe av årsaken til dette kan være at FTB i praksis ikke benyttes i boligsammenslutninger. I tillegg kan det ha sammenheng med at tjenesten trolig i stor grad benyttes i den del av privatmarkedet som ikke er knyttet til fiber eller kabel-TV.



Figur 35 Omsetning per abonnement for fast bredbånd. Privatmarkedet

Figur 37 viser utviklingen i omsetning per abonnement per måned for de viktigste aksessteknologier for TV-abonnement. Omsetningen per abonnement samlet øker fra 408 kroner per måned i 2022 til 427 kroner per måned i 2023. Omsetningen per abonnement per måned for fiber og kabel-TV øker noe, men det for bakkenettet er en betydelig vekst. Noe av årsaken til den betydelige veksten i bakkenettet er at omsetningen har økt noe, samtidig som det er en vesentlig nedgang i abonnemeter.



Figur 36 Omsetning per abonnement for TV

Endringer

- 1) Fordelingen mellom kollektive og individuelle avtaler er i tidligere versjon av artikkelen blitt rapportert feil. Det er derfor i denne versjonen foretatt endringer. Endringene er markert i tekst og figurtekst, og gjelder tallene som relateres til figur 28 i kapittel 7.
- 2) Det er også inkludert et avsnitt nederst på side 30, som begynner med «*Over 60 prosent av «øvrige» er [...]»*. Teksten nyanserer markedsandelene om også partnerne gjennom Telia Play inkluderes i Telias markedsandeler.