



## Ekonomstatistikken 2024 - Halvår

### **Flytting av kundene til høyere datakvoter gir tilbyderne økt omsetning**

Sak: 2404787, SA Rapport nr. 3

18. oktober 2024

## 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 første halvår 2024:

**Omsetning:** Den samlede omsetningen for elektroniske kommunikasjonstjenester var i underkant av 20,2 milliarder kroner første halvår 2024. Det er en økning på 1 milliard kroner fra første halvår 2023. Det er først og fremst mobiltjenester og fast bredbånd som øker i omsetning. Omsetningen for mobiltjenester utgjorde nesten 59 prosent av samlet omsetning første halvår 2024, mens omsetningen for fast bredbånd utgjorde ca. 39 prosent av samlet omsetning.

**Mobiltelefoni:** Antall mobilabonnement ved utgangen av første halvår 2024 var om lag 6,1 millioner, hvilket var en økning på om lag 51 000 abonnement fra første halvår 2023. Antall mobilabonnement på privatmarkedet hadde marginal økning, mens den største prosentvise økningen i abonnement primært er i bedriftsmarkedet. På privatmarkedet var det abonnementene med mer enn 100 GB som økte mest, og er per første halvår 2024 den mest vanlige datakvoten for mobilabonnementer. Telenor er største tilbyder med 41,7 prosent av totalt antall abonnement ved utgangen av første halvår 2024, mens Telias markedsandel var litt over 34 prosent. Lyse (Ice) øker markedsandelen med 1,7 prosentpoeng til 15,4 prosent ved utgangen av første halvår 2024. De tre største tilbyderne hadde en samlet markedsandel på over 91 prosent.

**Mobilt bredbånd:** Både omsetning og antall abonnement for mobilt bredbånd fortsetter nedgangen. Dette er en nedgang som spesielt drives av privatmarkedet, hvor bedriftsmarkedet mer eller mindre har hatt stabile abonnementstall siden 2019. Telia befester sin posisjon i markedet og øker markedsandelene med ett prosentpoeng til over 38 prosent i første halvår 2024. Øvrige tilbydere har alle en nedgang.

**M2M:** Vekstkurven for antall abonnementer for M2M flater ut fra første halvår 2023 til første halvår 2024, selv om det fremdeles viser en vekst. Omsetningen for M2M hadde derimot en nedgang fra 335 millioner kroner i første halvår 2023 til 329 millioner kroner første halvår i 2024.

**Fiberabonnement:** Antall private fiberabonnement økte med om lag 110 000 abonnement til om lag 1,75 millioner ved utgangen av første halvår 2024. Dette innebærer at 73 prosent av privatabonnementene for fast bredbånd var basert på fiber ved utgangen av første halvår 2024.

Omsetningen for privatabonnement basert på fiber var på 5,95 milliarder kroner i første halvår 2024, hvilket utgjorde over 75 prosent av den totale omsetningen for fast bredbånd i perioden.

**Kabel-TV:** Nedgangen i antall abonnement basert på kabel-TV fortsetter, mens antall private abonnement basert på **fast trådløst bredbånd (FTB)** økte til i overkant av 189 000 abonnement ved utgangen av første halvår 2024.

**Markedsandeler:** Altibox (Lyse) opprettholder markedsposisjonen på privatmarkedet for fastbredbånd, og øker markedsandelene fra 33,2 prosent første halvdel 2023 til 33,4 prosent første halvdel i 2024. På ett år mister Telenor og Telia markedsandeler med hhv. 0,6 og 0,9 prosentpoeng. Per første halvår 2024 var markedsandelene til Telenor på 28,1 prosent og Telia 17,6 prosent.

**TV-abonnement:** Totalt antall TV-abonnement ved utgangen av første halvår 2024 var i underkant av 2 millioner, hvilket var en nedgang på under 4,6 prosent fra året før. Fiber er den største aksessteknologien og 59 prosent av samtlige TV-abonnement går over fiber ved utgangen av første halvår 2024. Altibox er den største tilbyder av TV-abonnement med en markedsandel på 28,5 prosent. Telenor har en markedsandel på 25,8 prosent, mens Telia har en markedsandel på 17 prosent.

**Datapakker mobiltelefoni:** Telenor, Telia og Lyse har alle økt datakvotene betydelig, og det vektete gjennomsnittet for datakvotene for Telenor var på over 52 GB per abonnement første halvår 2024, en økning på 27 prosent fra året før. Økningen kommer til tross for at økningen på dataforbruket ikke er like høyt. Differansen mellom datakvoter og forbruk blir på denne måten bare større og større, hvor f.eks. Telenor har en differanse mellom datakvoter og dataforbruk på litt over 38 GB per abonnement per måned første halvår 2024 (en økning på 27 prosent fra året før).

Fra første halvår 2023 til første halvår 2024 har Telenor, Lyse og Telia økt sin omsetning per abonnement (ARPU). Telenor hadde den største økningen på 9 %, Lyse økte med 3,8 %, og Telia med 1,6 %. Telenor og Telia har færre abonnemeter, men høyere omsetning, noe som tyder på økte priser eller at kundene er blitt «flyttet» til mobilabonnement som gir bedre omsetning. Lyse økte både antall abonnemeter og omsetning betydelig.

**Bedriftsmarkedet:** Den største endringen i bedriftsmarkedet er at Globalconnect har hatt en økning på nesten 28 prosent i omsetning (nominelle verdier) for fast bredbånd det siste året. Dette til tross for en nedgang i antall aksesser. Globalconnect tar med dette den ledende markedsposisjonen (basert på omsetning) foran Telenor i bedriftsmarkedet for fast bredbånd. Ellers har det kun vært små endringer innenfor bedriftsmarkedet.

## Innholdsliste

<b>1 Innledning</b> .....	<b>6</b>
<b>2 Samlet omsetning</b> .....	<b>7</b>
<b>3 Mobiltjenester</b> .....	<b>10</b>
3.1 Mobiltelefoni.....	10
3.2 Mobilt bredbånd .....	13
3.3 Maskin- til maskin - M2M.....	15
3.4 Datavolum for mobiltjenester.....	17
<b>4 Fast bredbånd</b> .....	<b>18</b>
<b>5 Fasttelefoni</b> .....	<b>22</b>
<b>6 TV-abonnement</b> .....	<b>24</b>
<b>7 Utviklingstrekk</b> .....	<b>27</b>
7.1 Utviklingen av datapakker i privatmarkedet for mobiltelefoni.....	27
7.1.1 Datapakker og datavolum for mobiltelefoni.....	28
7.1.2 Omsetning per privatabonnement.....	29
7.1.3 Erstatning for mobilt bredbånd.....	31
7.2 Utviklingen i markedsposisjoner i bedriftsmarkedet .....	31
7.2.1 Mobiltelefoni i bedriftsmarkedet .....	31
7.2.2 Fast bredbånd bedriftsmarkedet .....	33

---

## 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 Antall abonnement for mobiltelefoni .....	10
Figur 5 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for mobilabonnement. Privatmarkedet.....	11
Figur 6 Omsetning for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet .....	12
Figur 7 Markedsandeler for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet .....	12
Figur 8 Antall abonnement for mobilt bredbånd .....	13
Figur 9 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for abonnement for mobilt bredbånd. Privatmarkedet.....	14
Figur 10 Omsetning for abonnement for mobilt bredbånd .....	14
Figur 11 Markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd .....	15
Figur 12 Antall SIM-kort for maskin-til-maskin kommunikasjon (M2M) .....	16
Figur 13 Inntekter i kroner for M2M .....	17
Figur 14 Datatrafikk fra mobiltelefoni, mobilt bredbånd, gjesting i utlandet og M2M .....	18
Figur 15 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Privatmarkedet ....	19
Figur 16 Antall aksesser for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Bedriftsmarkedet .....	20
Figur 17 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet .....	21
Figur 18 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet.....	22
Figur 19 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet .....	23
Figur 20 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet.....	23
Figur 21 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi.....	25
Figur 22 Omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi .....	26
Figur 23 Markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier.....	27
Figur 24 Datakvoter, per tilbyder, vektet gjennomsnitt .....	28
Figur 25 Datavolum privatmarkedet, per tilbyder, per abonnement, per måned.....	29
Figur 26 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat (eksl. kontantkort).....	30
Figur 27 Markedsandeler (basert på abonnement) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet.....	32
Figur 28 Markedsposisjon (basert på omsetning) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet .....	32
Figur 29 Markedsandeler (basert på aksesser) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet.....	33
Figur 30 Markedsposisjon (basert på omsetning) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet .....	34

## 1 Innledning

Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) samler hvert år inn data fra alle tilbydere av elektroniske kommunikasjonstjenester. Data omfatter mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni og overføringskapasitet. Også data om TV-abonnement samles inn. I denne rapporten presenteres tall for første halvår 2024. 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 omsetning i kapittel 2 for elektroniske kommunikasjonstjenester, med unntak av omsetningen for TV-abonnement. Tilbydernes samlede markedsposisjon for elektroniske kommunikasjonstjenester målt etter deres andel av samlet omsetning beskrives også. Utviklingen for de enkelte tjenestene beskrives i kapittel 3-6.

I kapittel 7 trekkes fram enkelte utviklingstrekk som utmerker seg i den aktuelle kartleggingen. For første halvår 2024 er det spesielt utviklingen i datapakker for mobiltelefoni som trekkes fram, og utviklingen av markedsposisjoner i bedriftsmarkedet.

## 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.

Figur 1 viser utviklingen i sluttbrukeromsetningen for mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni og overføringskapasitet. Mobiltjenester omfatter mobilabonnement og abonnement for mobilt bredbånd. Også inntekter ved gjesting i utlandet og maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M) er inkludert.

Samlet omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester var i overkant av 20,2 milliarder kroner i første halvår 2024. Det er en økning fra første halvår 2023 på 1 milliard kroner<sup>1</sup>. Det er først og fremst mobiltjenester og fast bredbånd som øker i omsetning. Omsetningen for mobiltjenester utgjorde nesten 59 prosent av samlet omsetning i første halvår 2024, og økte fra første halvår 2023 med nesten 465 millioner kroner. Omsetningen for fast bredbånd utgjorde 39 prosent av samlet omsetning, og økte med 603 millioner kroner. Øvrig omsetning (som fasttelefoni og overføringskapasitet) hadde en nedgang fra første halvår 2023.

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 første halvår 2024 på om lag 292 millioner kroner. Det er noe ned (ca. 32 millioner) fra året før.

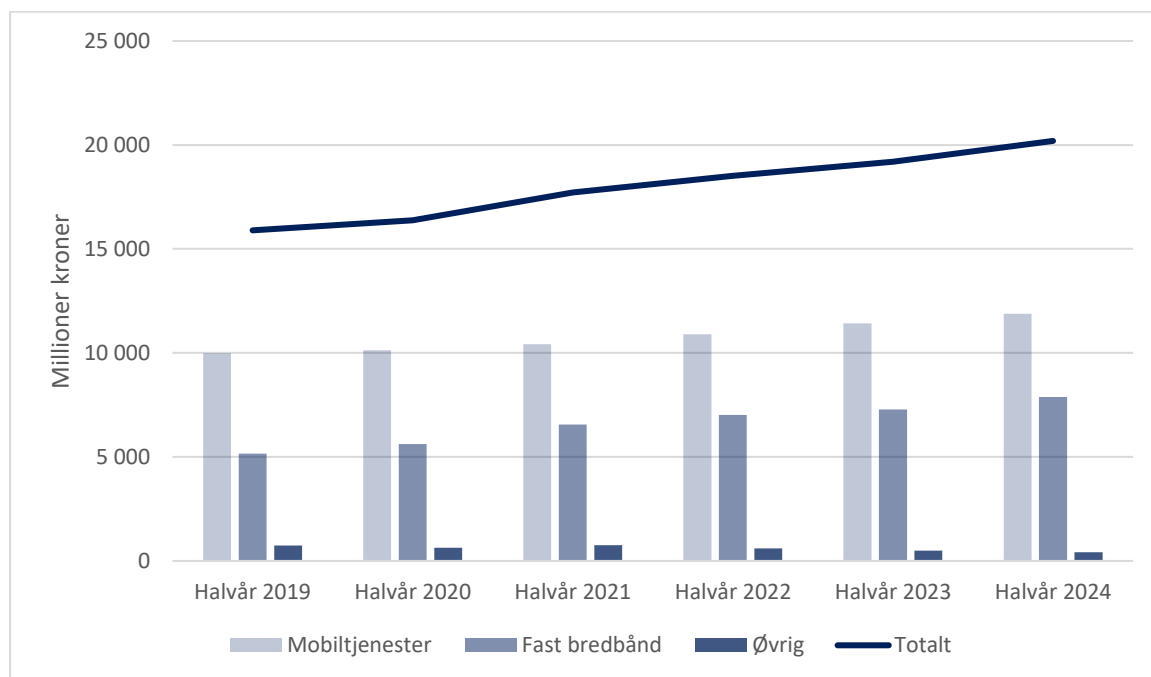
Som er vist i figur 1, har omsetningen for fast bredbånd siden første halvår 2019 økt med nesten 53 prosent, mens omsetningen for mobiltjenester har økt med om lag 19 prosent. Samlet omsetning i første halvår 2024 var på over 27 prosent høyere enn i 2019<sup>2</sup>.

### 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 oppgitt uten mva.

<sup>1</sup> Inflasjonsjustert økte den totale omsetningen med 2,5 prosent, fra slutten av juni 2023 til samme tid i 2024

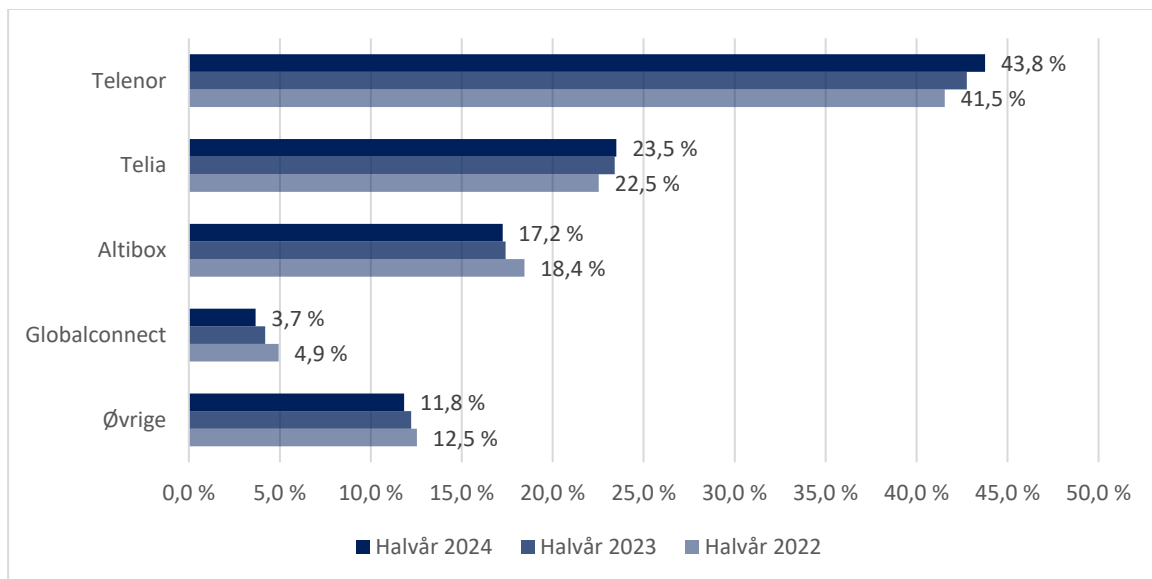
<sup>2</sup> Prisstigningen var på 21 prosent for samme periode ([Priskalkulator – SSB](#))



Figur 1 Samlet omsetning fordelt på kommunikasjonstjenester

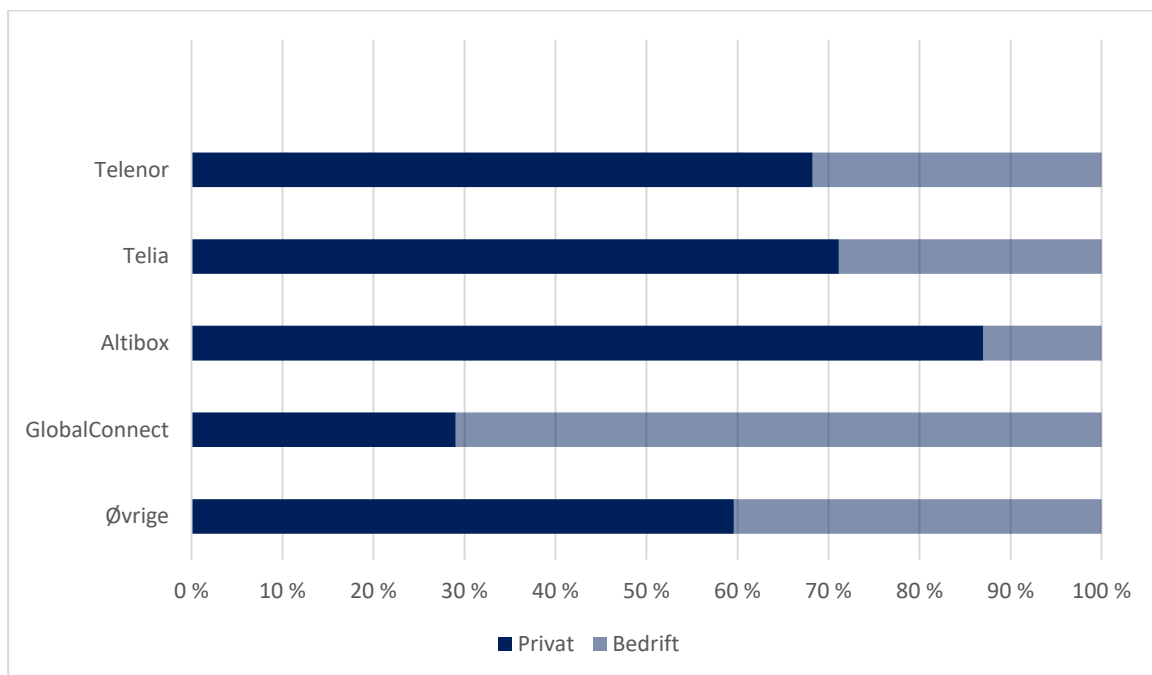
Figur 2 viser fordelingen av den samlede omsetningen mellom de største tilbyderne i perioden fra første halvår 2022 til første halvår 2024. Telenor og Telia er de største tilbyderne med andeler på henholdsvis 43,8 og 23,5 prosent av den samlede omsetningen. Begge tilbyderne har en nedgang fra første halvår 2023. For Telenor er nedgangen ett prosentpoeng, mens Telia har en nedgang på 0,1 prosentpoeng. Altibox er tredje største gruppering med en andel på 17,2 prosent i første halvdel 2024, hvilket er en nedgang på 0,2 prosentpoeng fra året før. Markedsandelen for Globalconnect var på 3,7 prosent, hvilket var en nedgang fra 4,2 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 68,2 prosent av omsetningen fra privatmarkedet. Tilsvarende andel for Telia var 71,1 prosent. Altibox har en relativt større andel av omsetningen fra privatmarkedet (87 prosent), mens Globalconnect hadde den største andelen av omsetning fra bedriftsmarkedet (71 prosent).



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

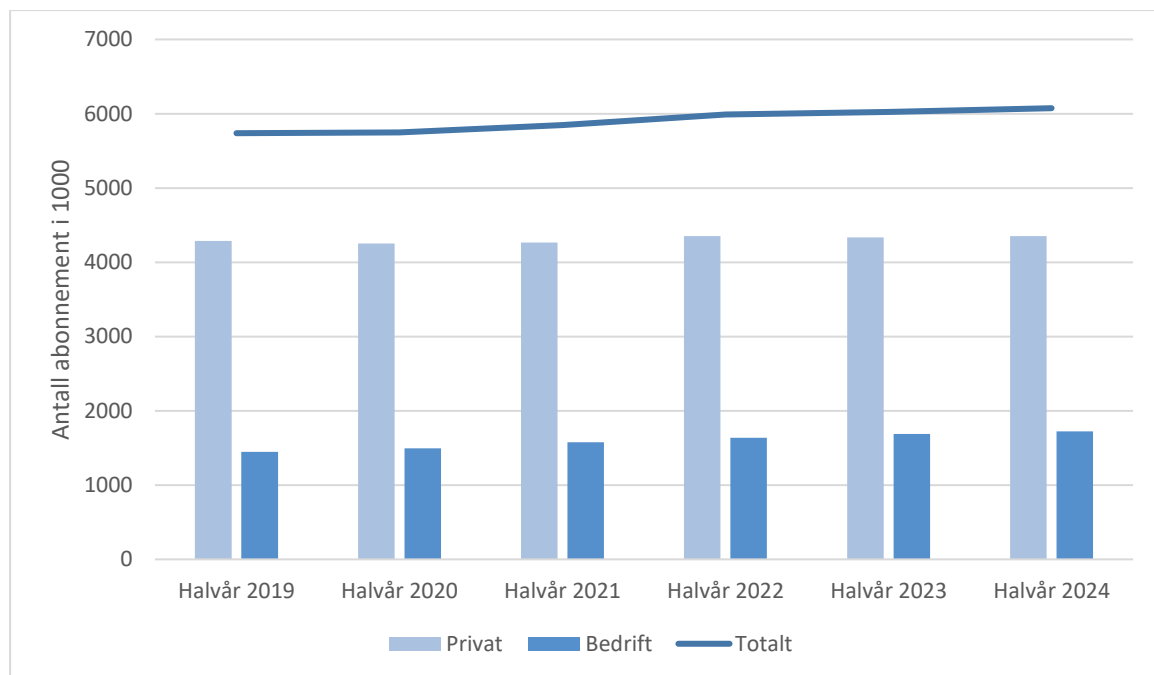
### 3 Mobiltjenester

Som omtalt i forrige avsnitt står mobiltjenestene for 59 prosent av samlet sluttbrukeromsetning. Omsetningen for mobiltjenester økte fra første halvår 2023 til første halvår 2024. I det følgende gjennomgås utviklingstrekk i omfang og bruk av mobiltjenester. Mobiltjenester omfatter mobilabonnement, abonnement for mobilt bredbånd og maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M).

#### 3.1 Mobiltelefoni

Utviklingen i antall mobilabonnement er vist i Figur 4. Antall abonnement ved første halvår 2024 var om lag 6,1 millioner. Fra første halvår 2023 var det en økning på i overkant av 51 000 abonnement. I figur 5 er antall abonnement fordelt på privat- og bedriftskunder. Som tidligere år er det først og fremst antall bedriftsabonnement som øker mest. Ved første halvår 2024 var det i overkant av 28 prosent bedriftsabonnement og i underkant av 72 prosent privatabonnement.

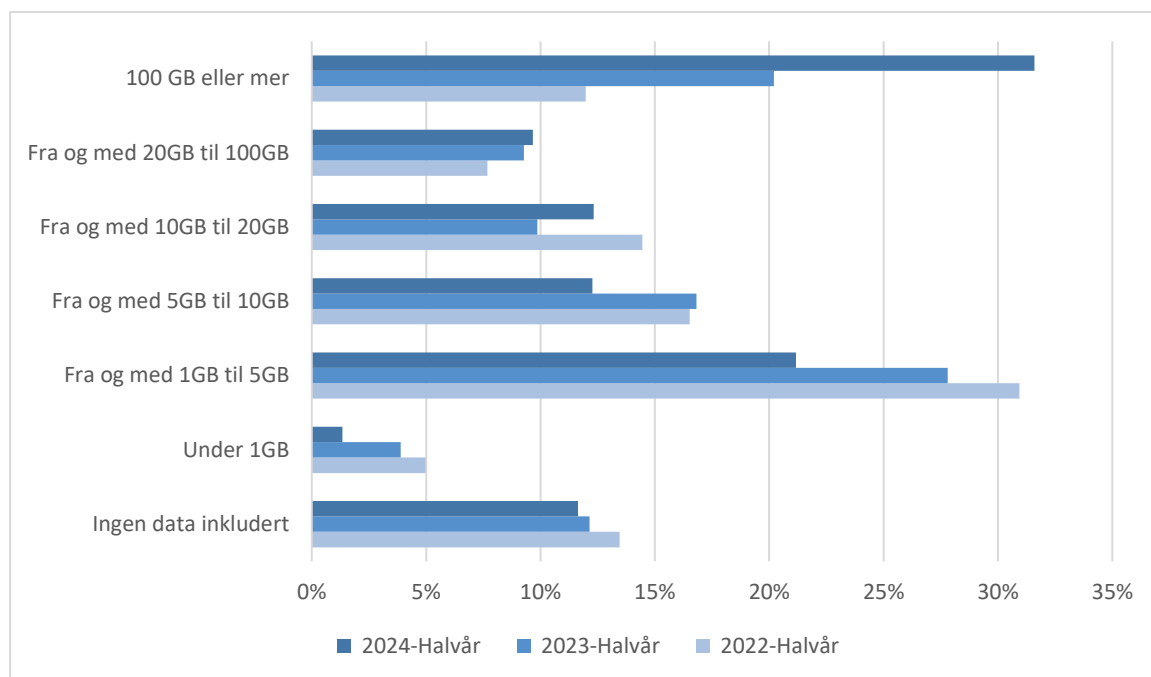
Mobilabonnementene i figur 5 inkluderer også kontantkort. De fleste kontantkort er registrert på privatkunder (99,5 prosent). Antall kontantkort har gått ned over flere år. Ved første halvår 2024 var det om lag 437 000 kontantkort. Kun kontantkort som har vært aktive de siste tre månedene av året, telles med.



Figur 4 Antall abonnement for mobiltelefoni

De fleste mobilabonnementene har en inkludert datakvote per måned. Størrelsen på denne avtales med tilbyder. Abonnement basert på kontantkort har normalt ikke datakvote inkludert. Figur 5 viser private abonnement for mobiltelefoni fordelt på inkludert datakvote ved utgangen av hvert år fra første halvår 2022 til første halvår 2024. Abonnement med datakvote på minst 1 GB, men mindre enn

5 GB, har i snart 8 år vært det mest vanlige, men i privatmarkedet har nå abonnement med mer enn 100 GB inkludert i datakvoten blitt det mest populære. Fremdeles har 21,2 prosent av privatabonnementene datakvote på minst 1 GB, men mindre enn 5 GB. Trenden viser at en stadig større andel av abonnementene har større datakvote inkludert, og nesten 54 prosent av abonnementene hadde 10 GB eller mer inkludert ved utgangen av første halvår 2024.

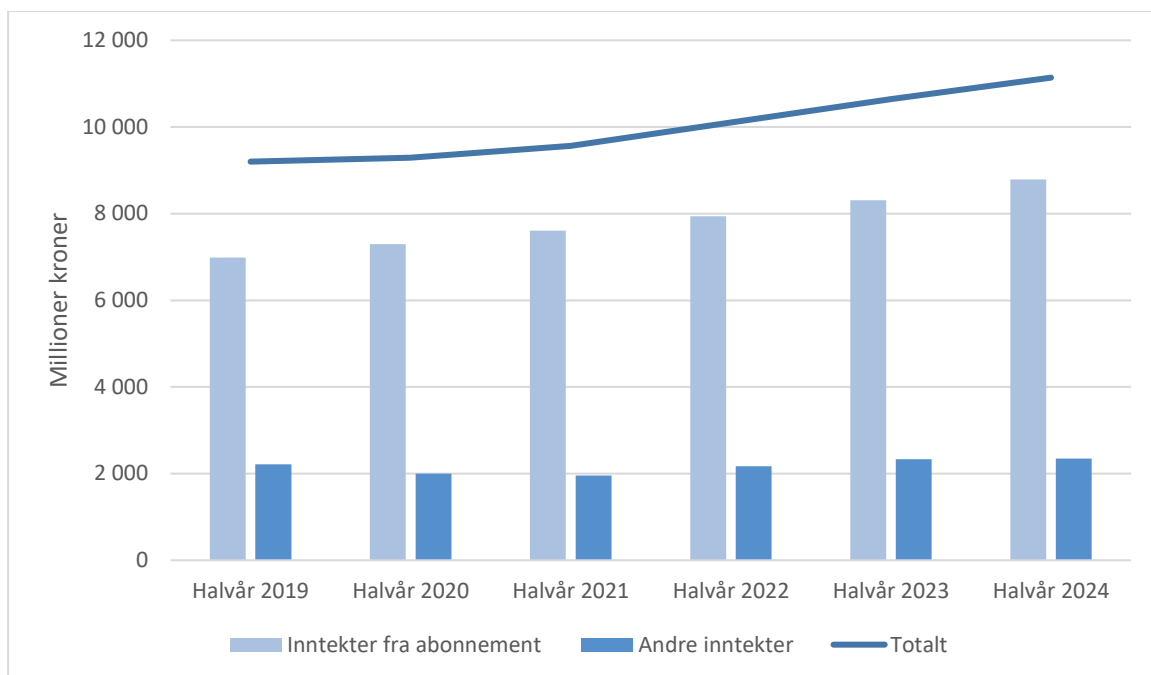


Figur 5 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for mobilabonnement. Privatmarkedet

Figur 6 viser utviklingen i omsetning for mobilabonnement fordelt på abonnementsinntekter og andre kategorier. Omsetningen for mobiltelefoni var 11,9 milliarder kroner første halvår 2024. Det er om lag 465 millioner mer enn året før<sup>3</sup>.

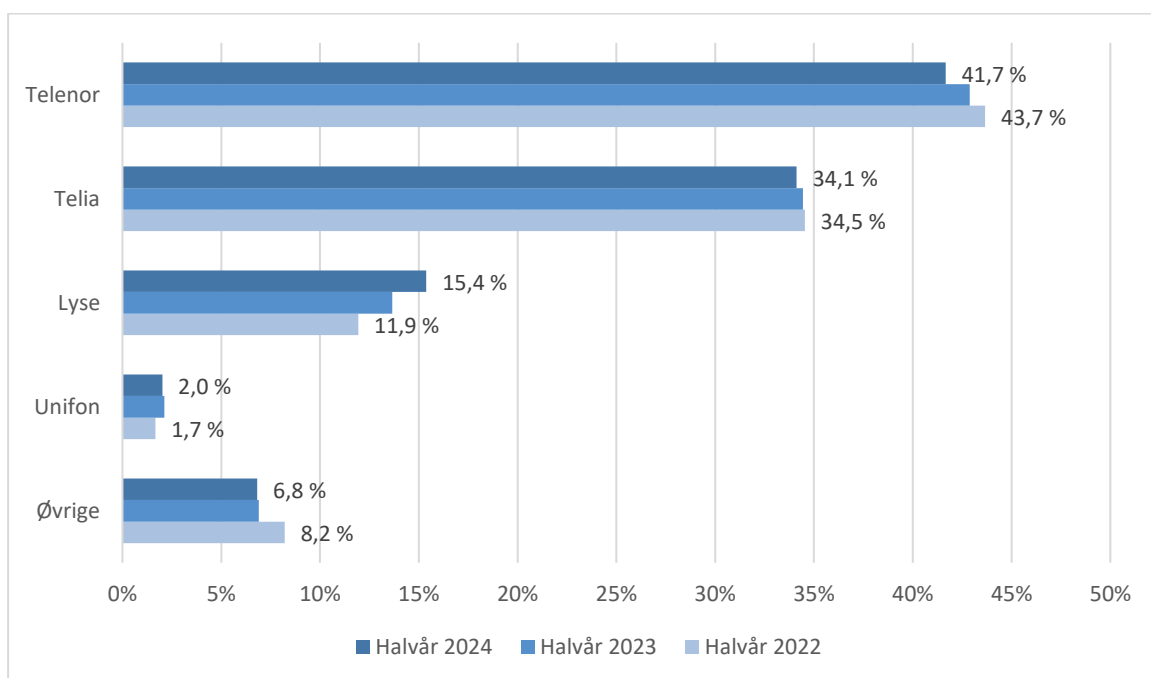
Det meste av omsetningen for mobiltelefoni er faste abonnementsinntekter. Dette har sammenheng med utbredelsen av fastprisabonnement, der trafikk i form av taleminutter, meldinger og data er inkludert i den faste månedsprisen. 83,5 prosent av inntektene knyttet til mobiltelefoni var faste abonnementsinntekter første halvår 2024. Andre inntekter er i underkant av 1,3 milliarder kroner, og har vært relativt stabilt på dette nivået i en årrekke.

<sup>3</sup> Inflasjonsjustert var økningen i omsetningen på 2,7 prosent i privatmarkedet. Settes dette samtidig i sammenheng med abonnementene, så har omsetningen per abonnement (ARPU) økt med 2,3 prosent.



Figur 6 Omsetning for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

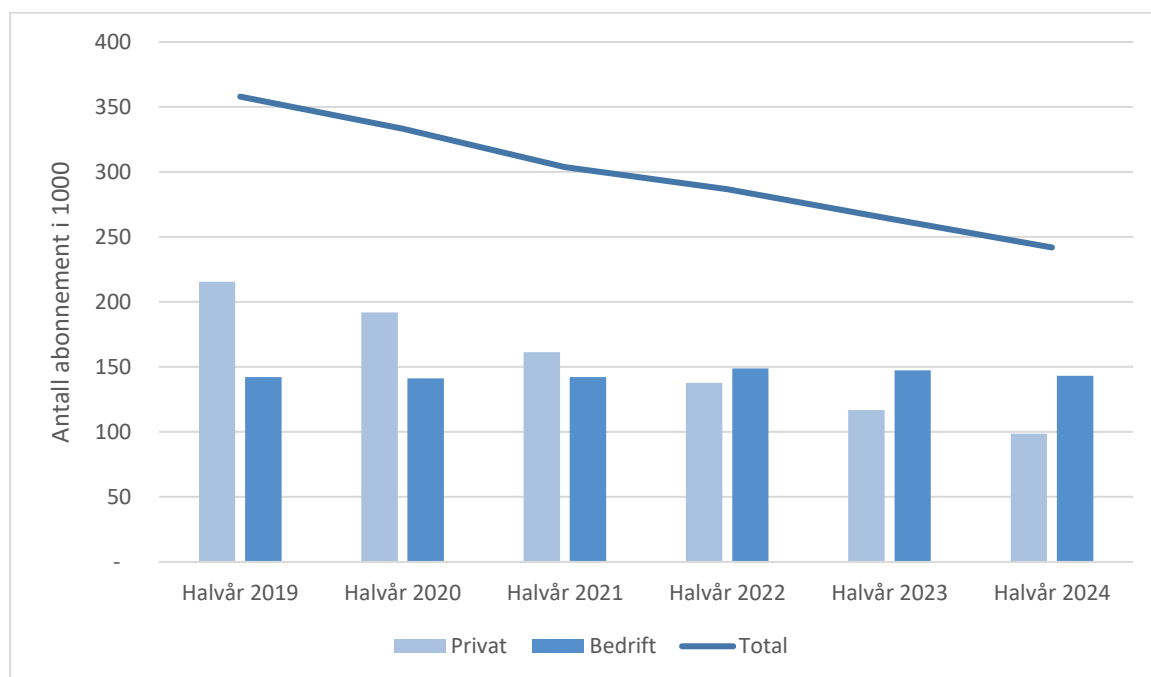
Figur 7 viser markedsandelene for tilbyderne av mobilabonnement. De aller fleste tilbyderne mister markedsandeler, hvilket også gjenspeiles med synkende kundemasse. Lyse er derimot en av tilbyderne som har vekst. Fra i fjor hadde Lyse en abonnementsvekst på over 13,5 prosent, og øker med dette sin markedsandel med 1,7 prosentpoeng. Telenor og Telia er fremdeles i en særposisjon med markedsandeler på 41,7 prosent og 34,1 prosent første halvår 2024. De tre største tilbyderne hadde en samlet markedsandel på over 91 prosent.



Figur 7 Markedsandeler for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

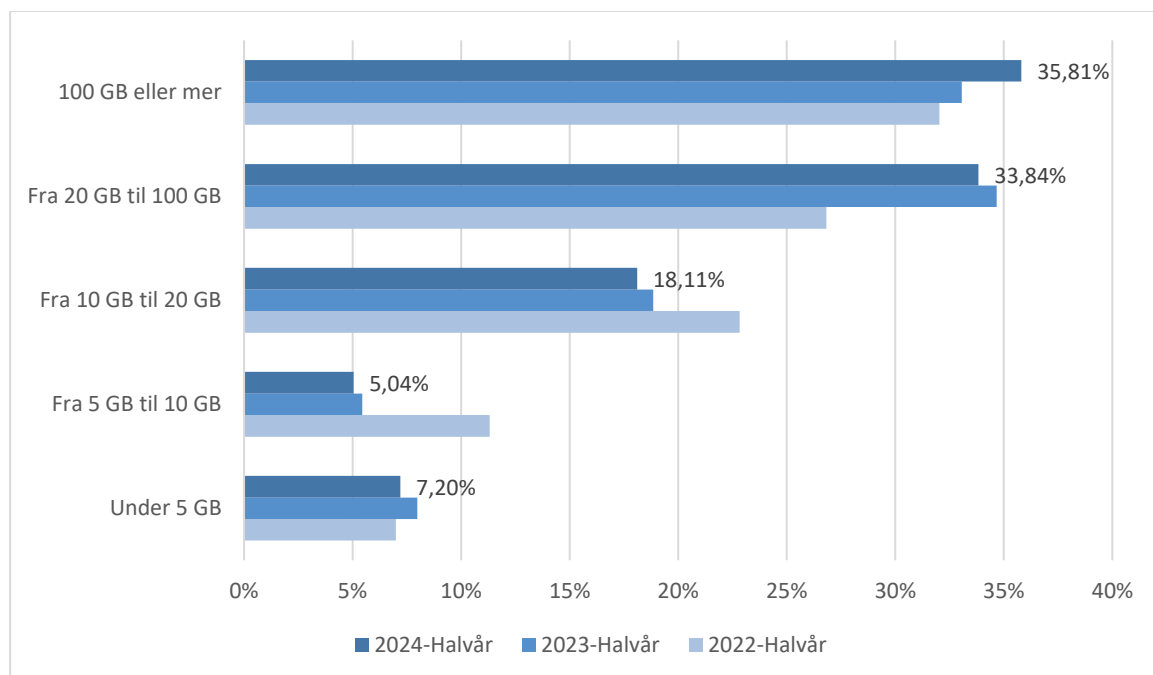
### 3.2 Mobilt bredbånd

Figur 8 viser en jevn nedgang i antall abonnement for mobilt bredbånd de siste seks år. Ved utgangen av første halvår 2024 var det i underkant av 242 000 abonnement. Det er en nedgang på om lag 22 000 abonnementer fra samme tidspunkt i 2023. Antall bedriftsabonnementer er relativt stabil, mens antall privatabonnement har gått ned i flere år. Bedriftsabonnementene utgjør 59 prosent av totalt antall abonnement for mobilt bredbånd.



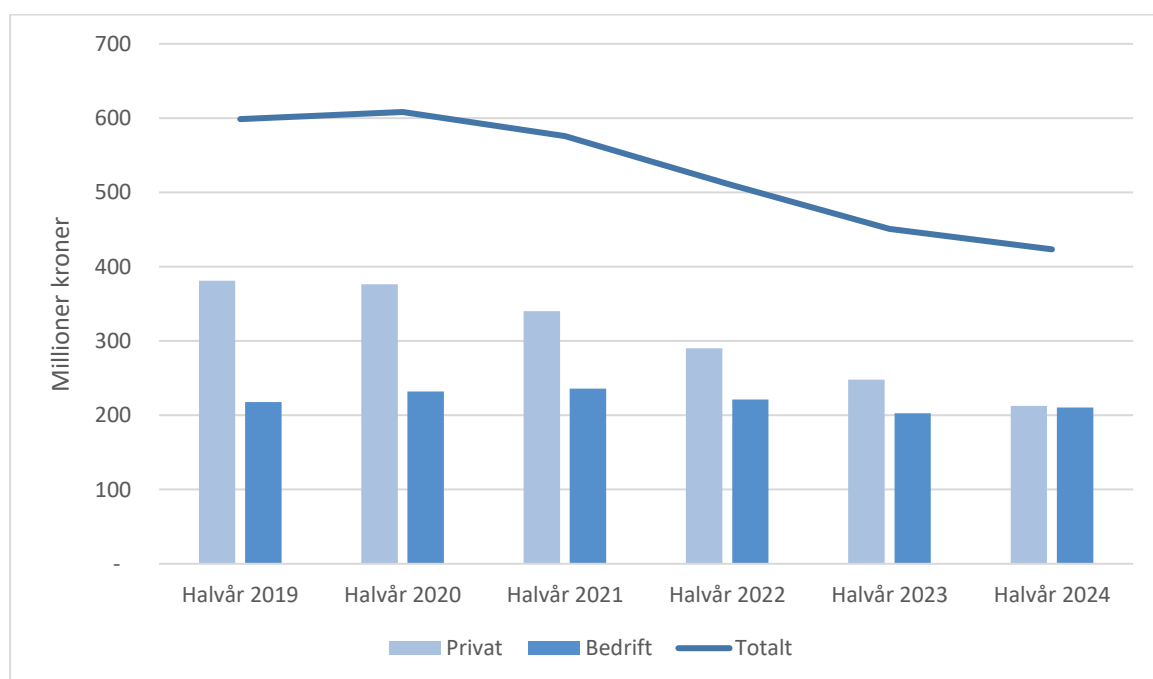
Figur 8 Antall abonnement for mobilt bredbånd

Figur 9 viser fordelingen av inkluderte datakvote i private abonnement for mobilt bredbånd. Andelen abonnementer som inkluderer datakvote på 100 GB eller mer vokser. Andre datakvoter minker tilsvarende med en relativt jevn fordeling.



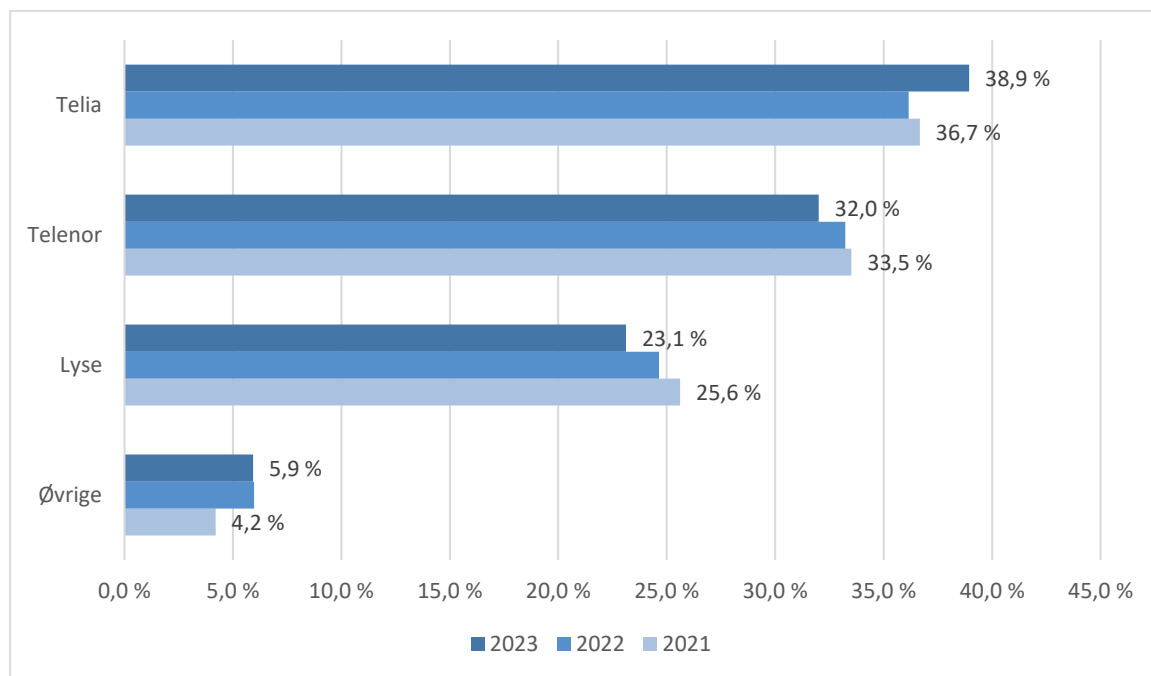
*Figur 9 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for abonnement for mobilt bredbånd. Privatmarkedet*

Omsetningen for mobilt bredbånd har gått ned siden 2020, og nedgangen fortsetter, som det vises i figurFigur 10, også første halvår 2024. Omsetningen for privat- og bedriftsabonnement var litt over 423 millioner. Settes omsetningen i sammenheng med antall abonnement, viser figurFigur 8 og figurFigur 10 at det er en vesentlig bedre inntjening for privatabonnementene.



*Figur 10 Omsetning for abonnement for mobilt bredbånd*

Figur 11 viser utviklingen i markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd. Telia, Telenor og Lyse har mer enn 94 prosent av abonnementene for mobilt bredbånd. Utviklingen viser at Telenor og Lyse har en nedgang i markedsandelene, mens Telia styrker sin posisjon.



Figur 11 Markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd

Det er rimelig å anta at nedgang i privatmarkedet for mobilt bredbånd kan forventes å fortsette. For å opprettholde kundeforholdet til de som vurderer å si opp abonnementet, tilbyr flere tilbydere doble simkort eller egne data-simkort inkludert i mobilabonnementet. Minst 100 GB datakvoter har blitt den mest brukte formen for mobilabonnement, som har vært raskt økende. Det kan derfor tenkes at mobilabonnementene i større og større grad erstatter, i hvert fall deler av, abonnementene innenfor mobilt bredbånd. De største leverandørene leverer også lavere priser på mobilabonnement enn mobilt bredbåndabonnement, med tilsvarende datakvoter, noe som kan være en årsak til nedgangen av abonnementer.

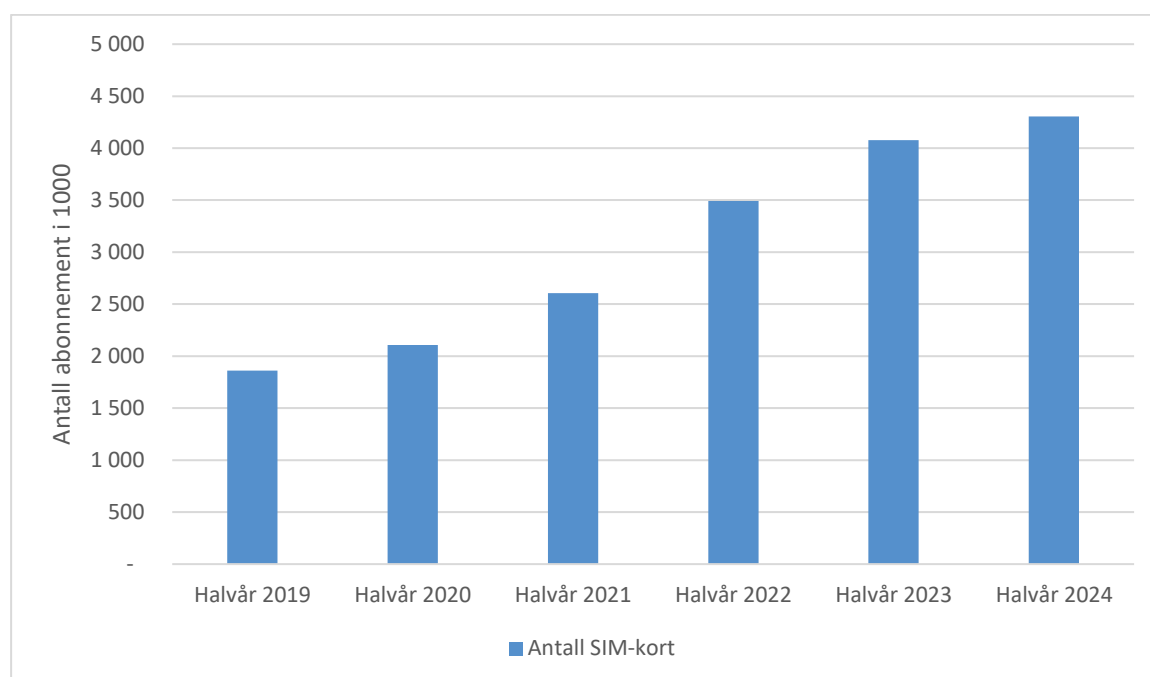
### 3.3 Maskin- til maskin - M2M

Maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M)<sup>4</sup> 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.

<sup>4</sup> «Tingenes Internett» («Internet of Things») (IoT) på engelsk er i dag en mer anvendt betegnelse på maskin-til-maskin-kommunikasjon.

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.

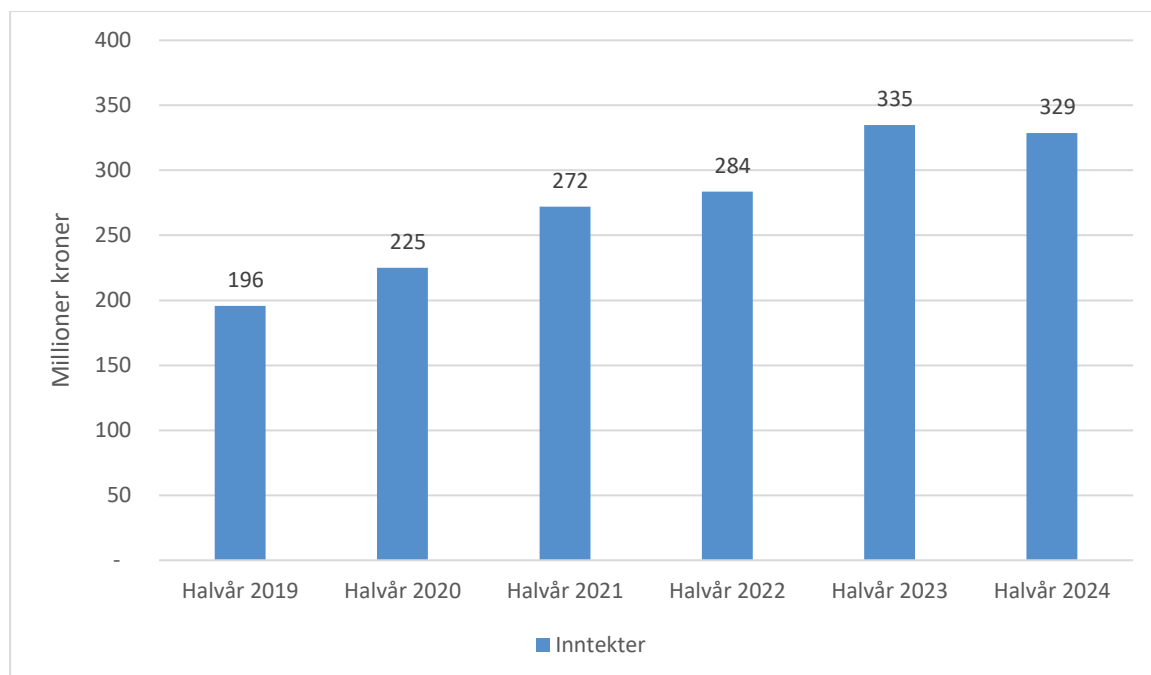
Figur 12 viser utviklingen i antall SIM-kort for M2M-kommunikasjon. Ved utgangen av første halvår 2024 var det rapportert mer enn 4,3 millioner aktive SIM-kort. Veksten i fra 2019 er på over 130 prosent. Tallene for SIM-kort omfatter også eSIM.



Figur 12 Antall SIM-kort for maskin-til-maskin kommunikasjon (M2M)

Til tross for en økning i antall simkort viser Figur 13 en nedgang i inntekter for første halvår 2024 sammenlignet med i fjor.

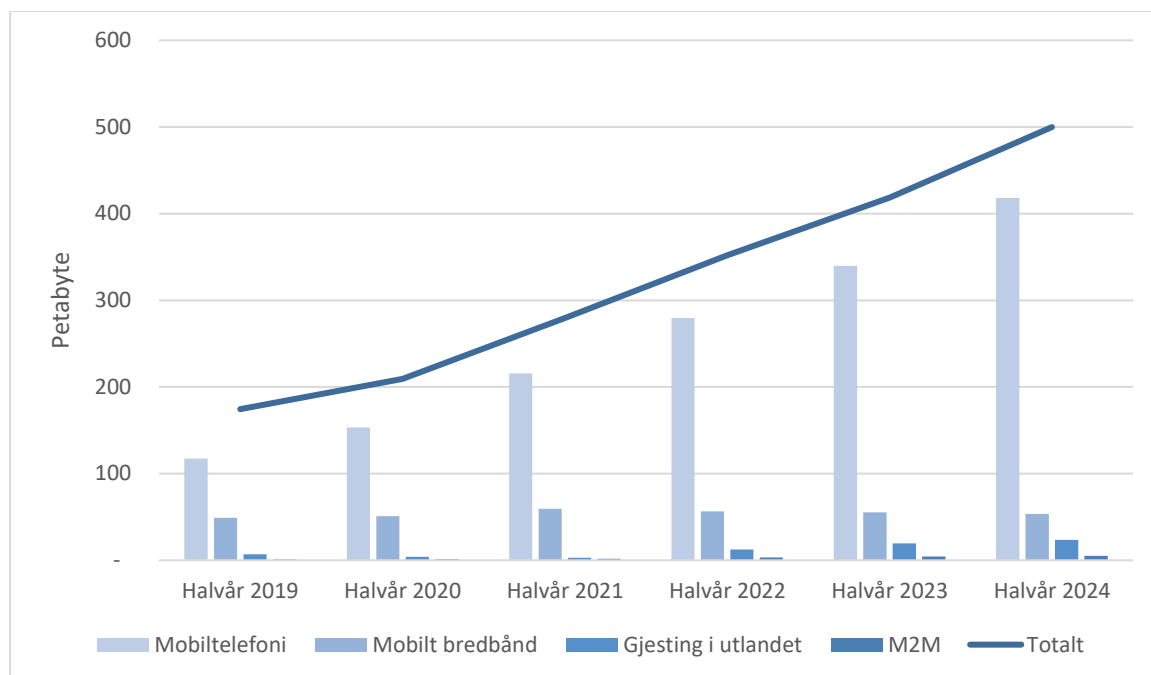




Figur 13 Inntekter i kroner for M2M

### 3.4 Datavolum for mobiltjenester

Figur 14 viser utviklingen i datatrafikk fordelt på mobilabonnement, abonnement for mobilt bredbånd og maskin-til-maskin-kommunikasjon. I tillegg er datatrafikk ved gjesting i mobilnett i utlandet inkludert. Datatrafikken totalt var over 589 petabyte (PB) første halvår 2024. Tilsvarende tall for første halvår 2023 var 510 petabyte. Prosentmessig hadde gjesting i utlandet den største prosentmessige økningen fra første halvår 2023 til første halvår 2024 med nesten 24 prosent. M2M og mobiltelefoni økte også med hhv. 19 og 17 prosent, mens mobilt bredbånd hadde en nedgang på i overkant av 3 prosent.



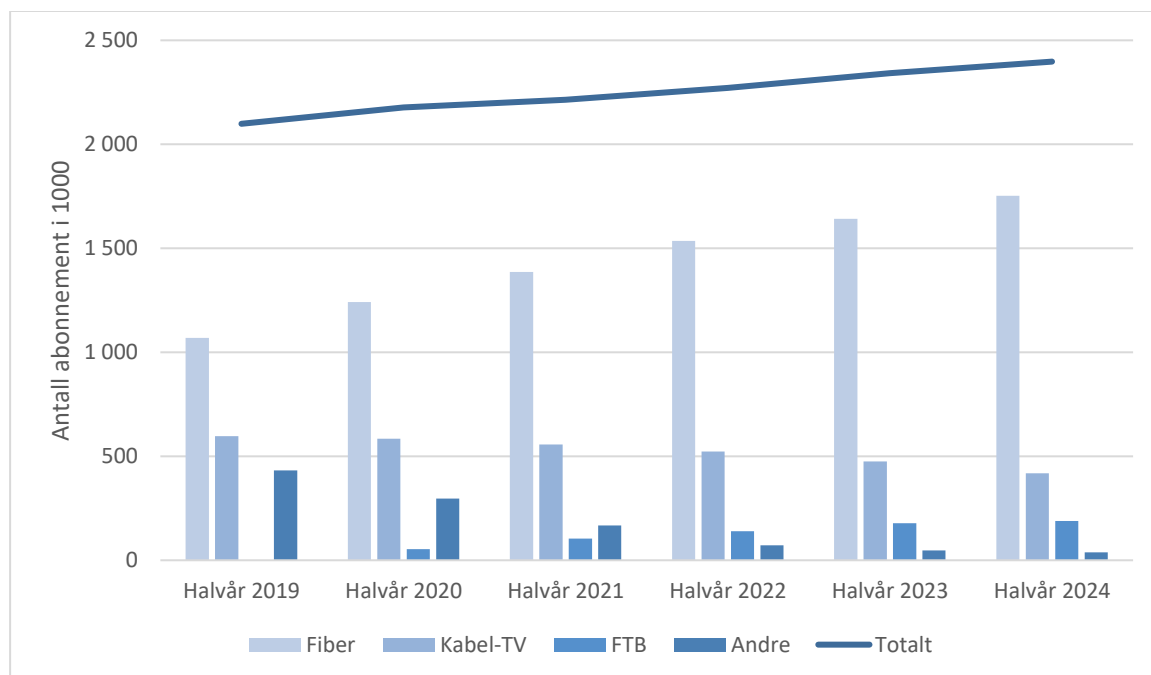
Figur 14 Datatrafikk fra mobiltelefoni, mobilt bredbånd, gjesting i utlandet og M2M

## 4 Fast bredbånd

Utviklingen i antall abonnement for fast bredbånd i privatmarkedet er vist i Figur 15<sup>5</sup>. Antall privatabonnement for fast bredbånd var i underkant av 2,4 millioner ved utgangen av første halvår 2024. Det er en økning på over 55 000 abonnement fra utgangen av første halvår 2023. Antall private fiberabonnement var om lag 1,75 millioner ved utgangen av første halvår 2024. Det er en økning på over 110 000 fra samme tidspunkt i 2023. 73 prosent av privatabonnementene var basert på fiber ved utgangen av første halvår 2024. Tilsvarende andel ett år tidligere var 70 prosent.

Nedgangen i antall abonnement basert på kabel-TV fortsetter, mens antall private abonnement basert på fast trådløst bredbånd (FTB) økte med litt over 11 000 fra første halvår 2023. Totalt er det i underkant av 190 000 abonnemeter på FTB ved utgangen av første halvår 2024. Dette utgjorde 7,9 prosent av totalt antall private abonnement ved utgangen av første halvår 2024.

<sup>5</sup> DSL-abonnement er utelatt fra figuren og inngår i «Andre». Dette er gjort da det ved utgangen av første halvår 2024 var i underkant av 10 000 private DSL-abonnement igjen.



Figur 15 Antall abonnement for fast bredbånd, fordelt på ulike aksesteknologier. Privatmarkedet

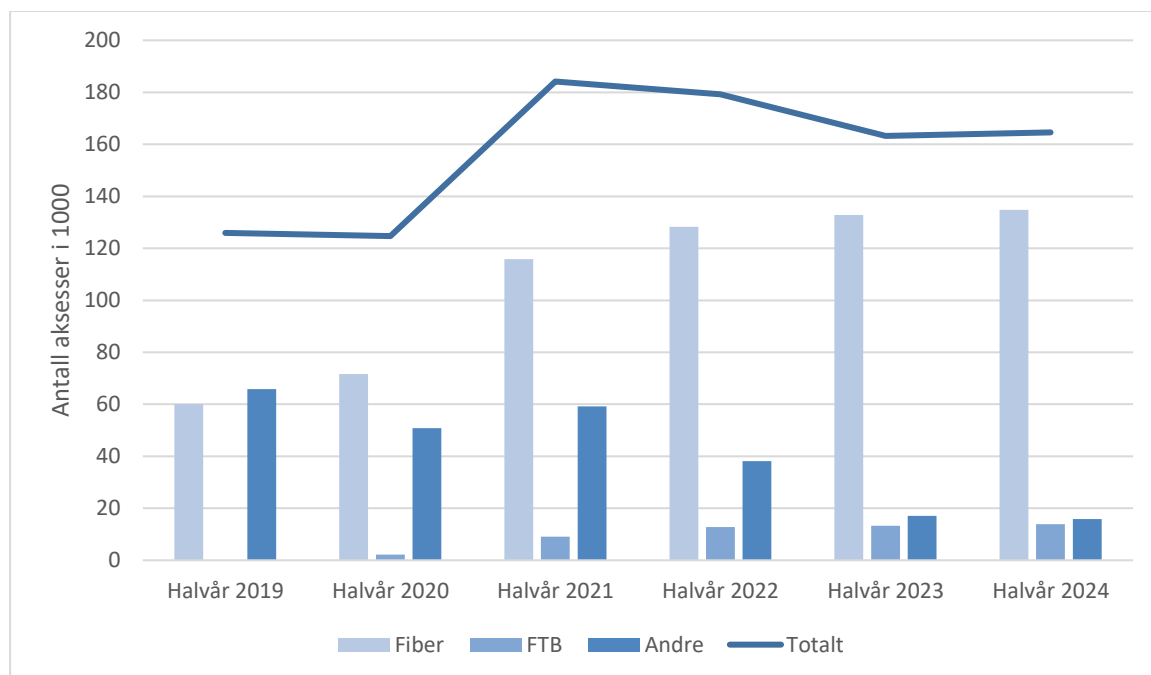
Figur 16 viser utviklingen i antall aksesser<sup>6</sup> for fast bredbånd i bedriftsmarkedet. Ved utgangen av første halvår 2024 var i underkant av 165 000 bedriftsaksesser. Det er en marginal økning med rett over 1 000 aksesser fra ett år tidligere. 82 prosent av aksessene var basert på fiber ved utgangen av første halvår 2024. Antall fiberaksesser økte i underkant av 2 000.

FTB hadde en økning med i overkant av 600 aksesser fra første halvår 2023, til ca. 13 900 aksesser første halvår 2024. I bedriftsmarkedet er det i omkring 2 400 aksesser basert på DSL igjen ved utgangen av første halvår 2024.

#### 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.

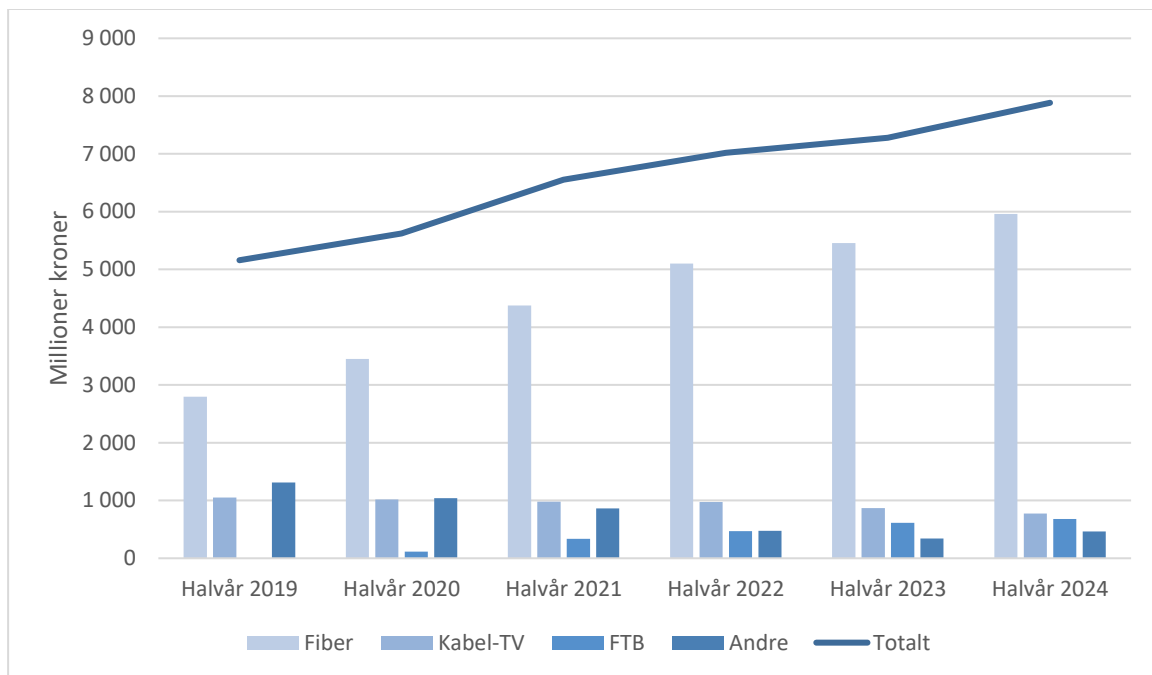
<sup>6</sup> Aksesser omfatter sammenstillingen av abonnementer og VPN-aksesser for bedriftsmarkedet.



Figur 16 Antall aksesser for fast bredbånd, fordelt på ulike aksessteknologier. Bedriftsmarkedet

Figur 17 viser utviklingen i omsetning for fast bredbånd. Tallene omfatter både privat- og bedriftsmarkedet<sup>7</sup>. Samlet omsetning for fast bredbånd var i underkant av 7,9 milliarder kroner første halvår 2024. Det er en økning på over 8 prosent, eller mer enn 600 millioner kroner, fra første halvår 2023. Omsetningen for aksesser basert på fiber var på litt under 6 milliarder kroner første halvår 2024. Det er en økning på nesten 505 millioner kroner fra første halvår 2023. Omsetningen for bredbåndsakssesser basert på fiber utgjorde 75,6 prosent av den totale omsetningen for fast bredbånd første halvår 2024. Omsetningen for fast trådløst bredbånd (FTB) var i overkant av 680 millioner kroner første halvår 2024. Dette var en økning på 11 prosent fra første halvår 2023. Omsetningen for bredbåndsakssesser basert på kabel-TV-nett fortsetter nedgangen, med 10,6 prosent fra første halvår 2023.

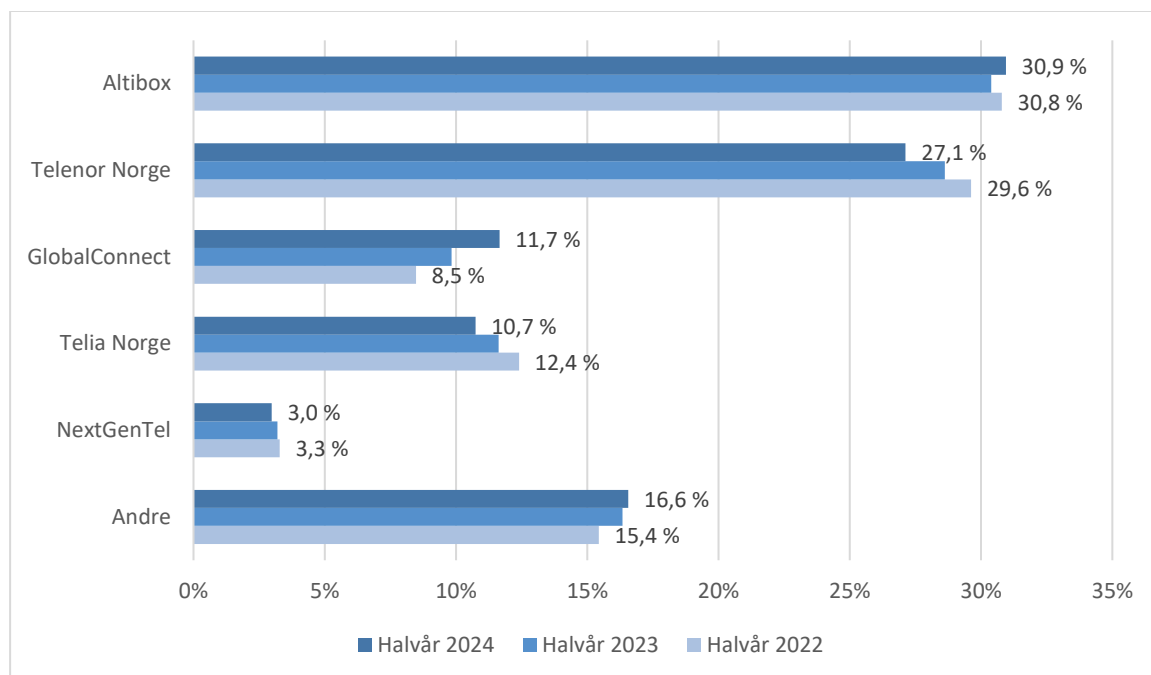
<sup>7</sup> Alle teknologier er inkludert.



Figur 17 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet

Ved utgangen av første halvår 2024 var det partnerne i Altibox som samlet hadde flest aksesser for fast bredbånd. Figur 18 viser utviklingen i markedsandeler for privat- og bedriftsmarkedet samlet for de største tilbyderne<sup>8</sup>. Altibox-partnerne opprettholder sin samlede markedsandel med 30,9 prosent ved utgangen av første halvår 2024. I samme periode gikk Telenors markedsandel ned fra 28,6 prosent til 27,1 prosent. Telia har hatt en tilsvarende nedgang fra 11,6 prosent til 10,7 prosent. Globalconnect har hatt en økning på nesten 2 prosentpoeng, mens Nextgentel har hatt en nedgang på 0,2 prosentpoeng.

<sup>8</sup> Alle teknologier er inkludert.

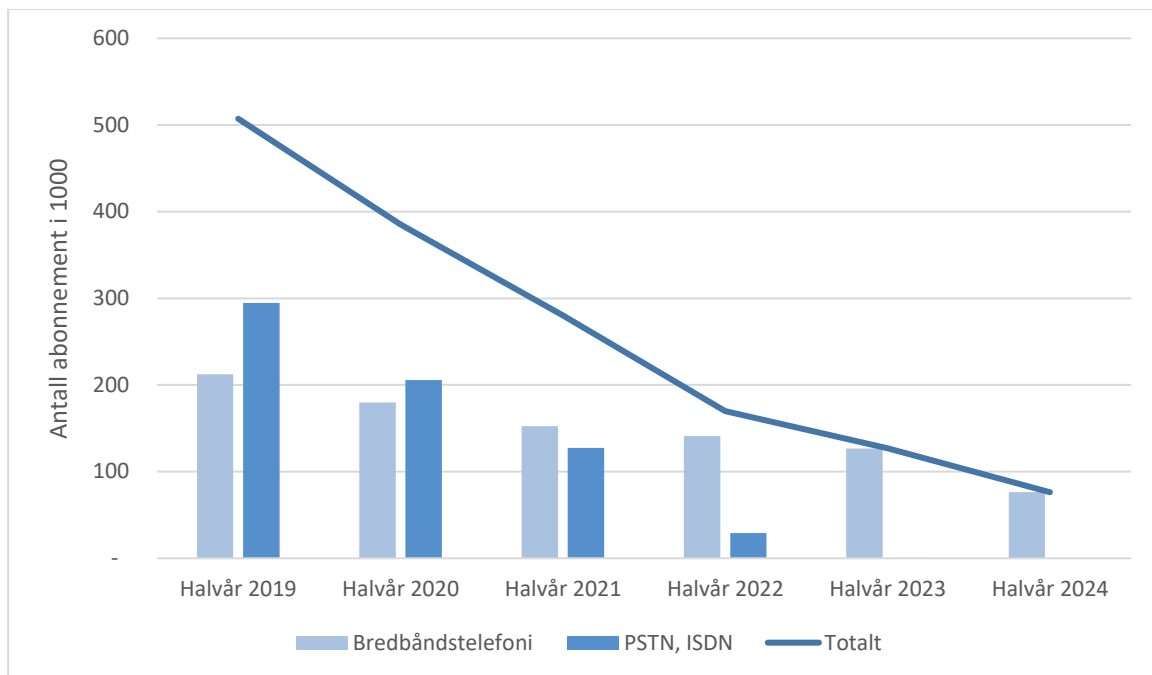


Figur 18 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet

## 5 Fasttelefoni

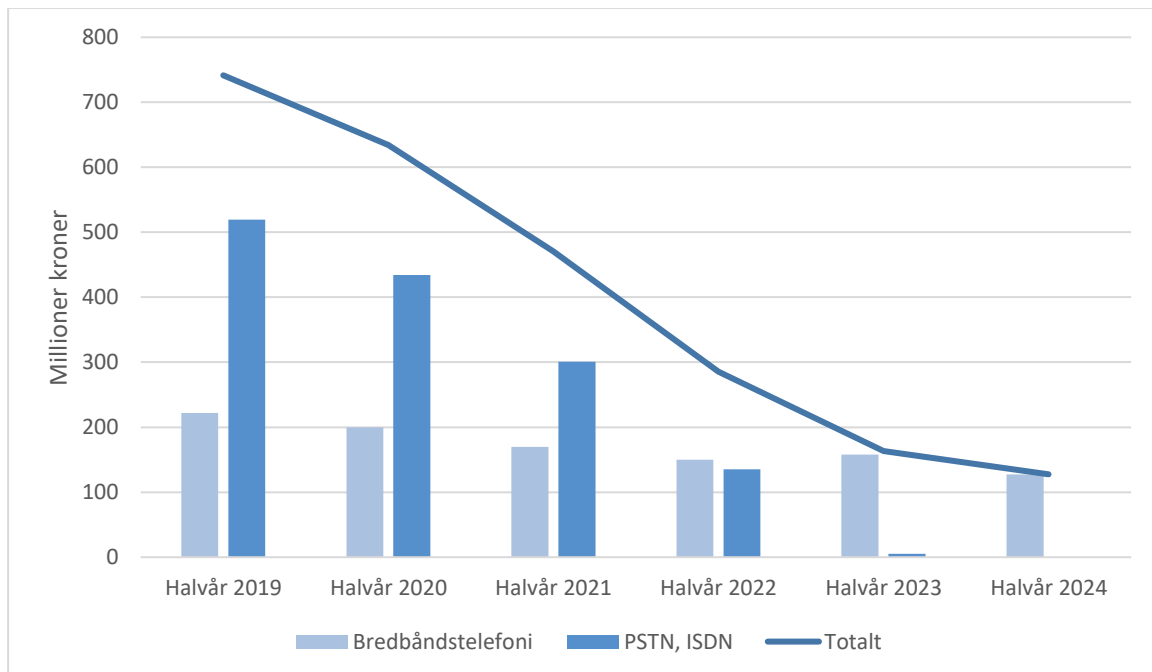
Økt bruk av mobiltelefoni og bl.a. avviklingen av kobbernettene har medført at antall abonnemeter for fasttelefoni er kraftig redusert. Nedgangen er generelt stor på tvers av leverandørene.

Figur 19 viser utviklingen i antall abonnemeter for fasttelefoni i privat- og bedriftsmarkedet samlet. Ved utgangen av første halvår 2024 var det knapt 76 200 abonnemeter. Det er en nedgang på over 50 000 abonnemeter fra første halvår 2023. Bedrift faller med nesten 42 000 abonnemeter, imens privat med 9 000. 92% av frafallet innen bedriftsabonnemeter skyldes avvikling av Unifons bredbåndstelefoner etter fusjonering mellom Nortel og Unifon.



Figur 19 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Utviklingen i omsetningen følger nedgangen i antall abonnement, og Figur 20 viser at omsetningen første halvår 2024 var i underkant av 128 millioner kroner, en nedgang på nesten 36 millioner kroner fra første halvår 2023. Det vil si en nedgang på 21,8 prosent. Bedrift står for nesten 22 millioner av nedgangen, hvorav privat for nesten 14 millioner. Dette er en skjevfordeling i forhold til nedgangen i antall abonnement mellom privat og bedrift.



Figur 20 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Den fortsatte nedgangen i antall abonnement på fasttelefoni både innen privatmarked kan skyldes flere faktorer. F.eks. er det mulig at færre eldre beholder fasttelefonen, eller at økonomiske hensyn spiller inn når forbrukere vurderer å redusere faste utgifter. Prisøkninger hos leverandørene kan også være en medvirkende faktor. Et mobilabonnement med lite eller ingen data har ofte en lavere månedspris enn bredbåndstelefoni. I tillegg kan overgangen til teknologiske alternativer, som fasttelefoni over mobilnett, bidra til denne utviklingen. Disse alternativene har brukermessige likheter med tradisjonelle fasttelefoner, men har «innmaten» til en mobiltelefon med tilhørende mobilabonnement.

## 6 TV-abonnement

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

Figur 21 viser utviklingen i antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologier. Totalt antall abonnement første halvår 2024 var i underkant av 2 millioner. Det er en nedgang i antall TV-abonnement på 4,6 prosent fra året før. Fiber er den største aksessteknologien med i underkant av 1,2 millioner abonnement. Det er en økning på om lag 38 000 abonnement fra første halvår 2023.

Abonnement basert på fiber utgjorde 59 prosent av samtlige TV-abonnement første halvår 2024.

Antall TV-abonnement basert på kabel-TV har hatt en gjennomgående nedgang de siste seks år. Det samme har også TV-

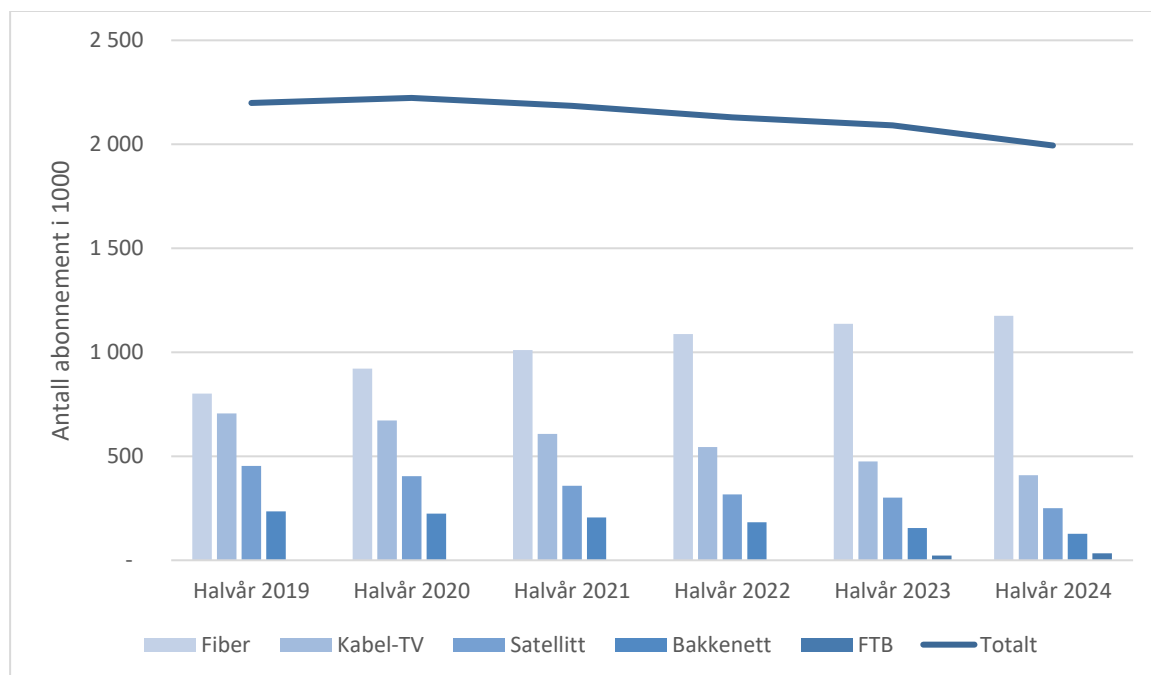
abonnement basert på satellitt og i bakkenettet. Antall TV-abonnement basert på fast trådløst bredbånd økte derimot til nesten 33 000 første halvår 2024, en økning på 45,6 prosent fra i fjor.

### TV-abonnement

TV-abonnement omfatter betalte abonnement.

Abonnement som bare omfatter strømmetjenester er ikke inkludert, men et abonnement med ordinær (lineær) TV, kan også omfatte strømmetjenester.

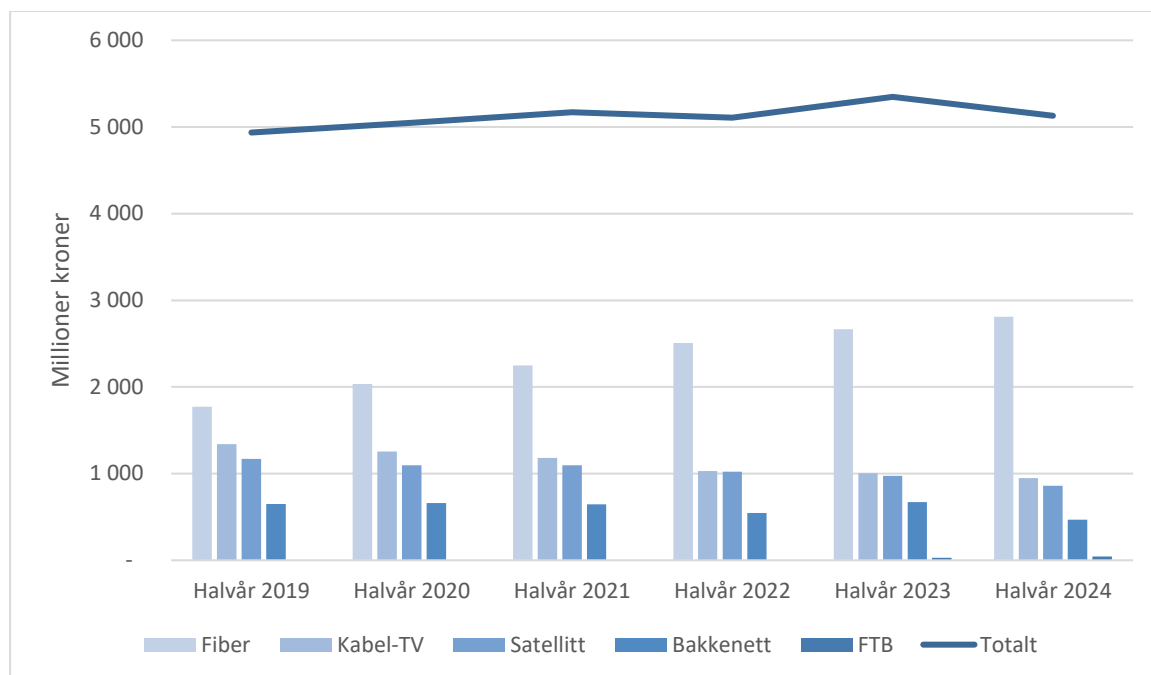




Figur 21 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi

Figur 22 viser utviklingen i omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi. Første halvår 2024 var den totale omsetningen på litt over 5,1 milliarder kroner. Omsetningen for abonnement basert på fiber var over 2,8 milliarder kroner første halvår 2024. Det var en økning på 5,4 prosent fra første halvår 2023. Omsetningen fra TV-abonnement basert på kabel-TV og satellitt går fortsatt ned. Det samme gjelder for bakkenettet som hadde den største nedgangen med over 30 prosent fra første halvår 2023. Omsetningen for TV-abonnement basert på fast trådløst bredbånd var på litt under 44 millioner første halvår 2024, en økning på nesten 48 prosent fra året før.

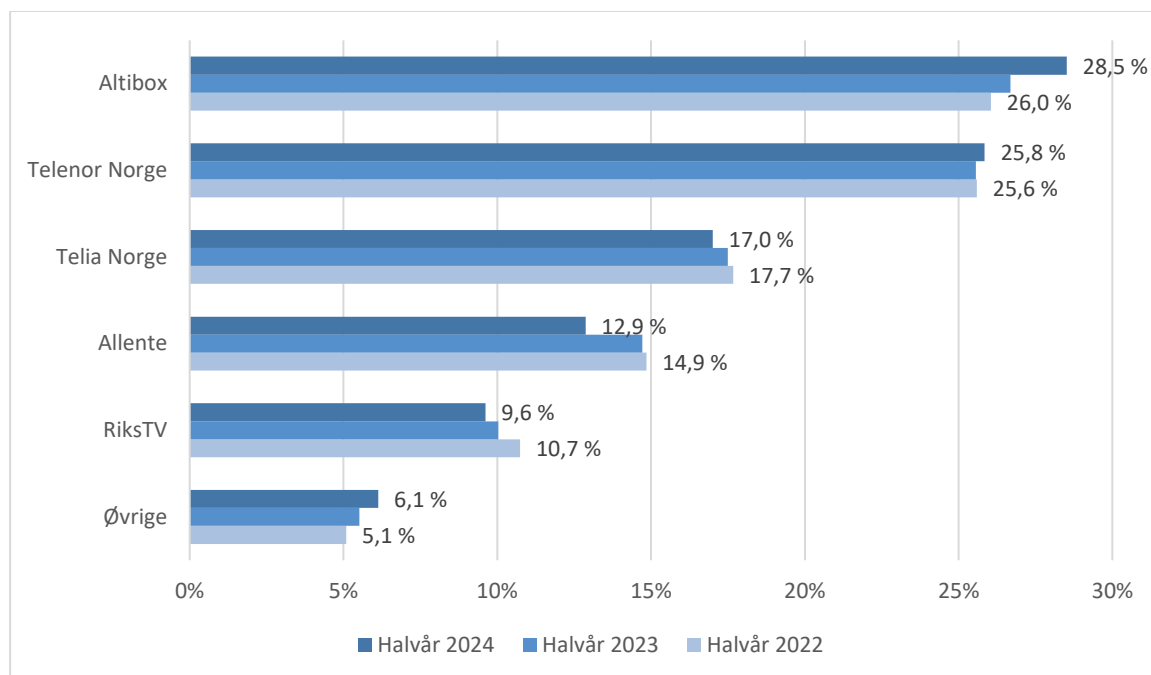
Omsetningen for TV-abonnement omfatter basisabonnement og tilleggsabonnement i form av ekstra kanalpakker og filmleie. Litt i underkant av 95 prosent av omsetningen er knyttet til basisabonnement.



Figur 22 Omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi

Figur 23 viser utviklingen i markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier er inkludert<sup>9</sup>. Altibox er den største tilbyderer av TV-abonnement med en markedsandel på 28,5 prosent. Det er en økning fra 26,7 prosent første halvår 2023. Telenor har en markedsandel på 25,9 prosent, som er en økning på 0,3 prosentpoeng fra første halvår 2023. Telia har en markedsandel på 17,0 prosent første halvår 2024.

<sup>9</sup> I 2020 ble selskapet Allente dannet ved å slå sammen ViaSat og merkevaren Canal Digital i Telenor. Telenor eier 50 prosent av Allente.



Figur 23 Markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier

## 7 Utviklingstrekk

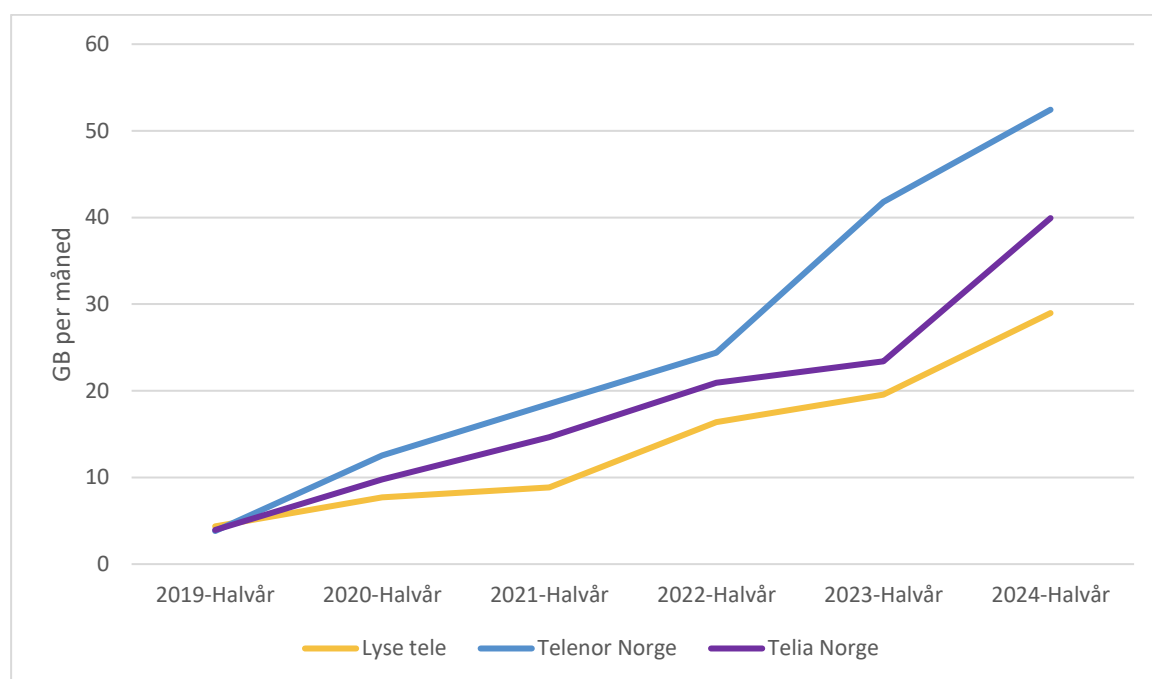
I kapittel 2-6 har vi tatt for oss utviklingen for de enkelte elektroniske kommunikasjonstjenestene. I dette kapitlet utdyper vi spesielt to uavhengige utviklingstrekk som utmerker seg i den aktuelle kartleggingen, nærmere bestemt utviklingen i datapakker i privatmarkedet for mobiltelefoni, og utviklingen av markedsposisjoner i bedriftsmarkedet.

### 7.1 Utviklingen av datapakker i privatmarkedet for mobiltelefoni

Figur 5 (i kapittel 3.1) viser at abonnement med mer enn 100 GB inkludert i datakvoten er blitt det mest vanlige abonnementet for mobiltelefoni i privatmarkedet. Generelt viser utviklingen at abonnement med høyere datakvoter øker på bekostning av datakvoter under 10 GB. I det etterfølgende knyttes utviklingen av datapakker til den enkelte tilbyder, men også i sammenheng med andre nøkkeltall.

### 7.1.1 Datapakker og datavolum for mobiltelefoni

Figur 24 viser et vektet gjennomsnitt<sup>10</sup> av datakvoter fordelt på de tre største tilbyderne. Dette viser at alle aktørene har hatt en kraftig vekst i datakvotene. Telenor har den største veksten i abonnement med høyere datakvoter. Fra første halvår 2022 har det vektede gjennomsnittet for datakvoter økt fra om lag 24 GB til over 52 GB. For Telia har det vektede gjennomsnittet for datakvoter på abonnementene bare det siste året økt fra 23 GB til over 39 GB. Lyse har hatt en lavere vekst i datakvoter enn både Telenor og Telia, men økte det vektede gjennomsnittet for datakvoter det siste året fra under 20 GB til rett under 30 GB.



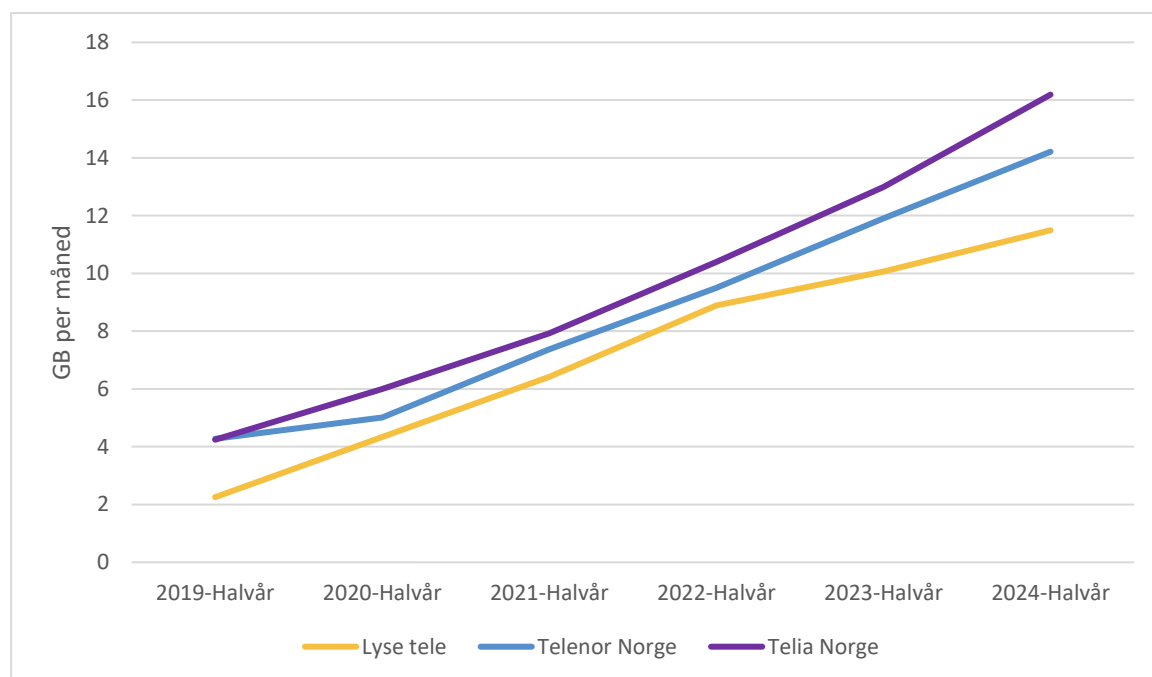
Figur 24 Datakvoter, per tilbyder, vektet gjennomsnitt

Tilbyderne har i flere år solgt abonnement med «ubegrensede» datakvoter. Etter hvert som disse abonnementene blir mer og mer vanlige begynner tilbyderne å differensiere seg på andre måter. Telenor har f.eks. i flere år fremhevet sikkerhet, og sammen med Telia differensierer de prisene på ubegrensede data bl.a. med forskjellige nedlastingshastigheter. Telia og Lyse tilbyr også abonnement med forskjellige strømmetjenester.

Som Figur 14 (i kapittel 3.4) viser, har datavolumet på privatmarkedet hatt en kraftig vekst gjennom de siste seks årene. Datavolum for mobiltelefoni er generelt det som driver den største veksten, og fra første halvår 2023 til første halvår 2024 økte datavolumet for mobiltelefoni med over 17 prosent.

<sup>10</sup> Utgangspunktet for det vektede gjennomsnitt er de aktuelle kategoriene av datakvoter, hvor det vektede gjennomsnittet er beregnet utfra den prosentvise fordelingen av abonnement mellom datakvoter fordelt på den enkelte tilbyder. F.eks. utregningen for «Fra og med 1 GB til 5 GB» endres til et punkt mellom 1 og 5 som er 3. Om 33 prosent av kundene for tilbyderen har dette abonnementet multipliseres 3 med 33 prosent som er lik 0,99. Samme øvelse gjøres for de øvrige kategorier slik at de samlet gir ett punkt. Kategorien «over 100 GB» er satt til punktet 100, mens «under 1» er satt til punktet 1.

Økningen i datavolumet kan tilskrives de tre store tilbydere av mobiltelefoni Telenor, Telia og Lyse. Dersom vi bryter dataene ned på den enkelte tilbyder og i tillegg fordeler datavolumet på antall abonnemeter per måned, viser Figur 25 at Telias kundemasse forbruker mest data, mens Lyses kunder bruker minst av de tre tilbyderne.



Figur 25 Datavolum privatmarkedet, per tilbyder, per abonnement, per måned

Settes datavolumet i sammenheng med datakvotene, er det store differanser mellom hva som blir brukt av data og abonnementenes datakvoter. Telenors vektete gjennomsnitt på datakvoter er, som omtalt, litt i overkant av 52 GB, mens det gjennomsnittlige forbruket per abonnement er på i overkant av 14 GB. Lyse har et betydelig lavere vektete gjennomsnitt på abonnementenes datakvoter, på litt i underkant av 30 GB. Likevel er det en stor differanse ned til det gjennomsnittlige forbruket, på i underkant av 12 GB.

Isolert indikerer tallene for datakvoter at det enten er forbrukerne som etterspør mer data, eller at tilbyderne fremmer høyere datakvoter. Settes datakvotene i sammenheng med datavolumet er det mye som indikerer at utviklingen i stor grad er tilbyderstyrt.

### 7.1.2 Omsetning per privatabonnement

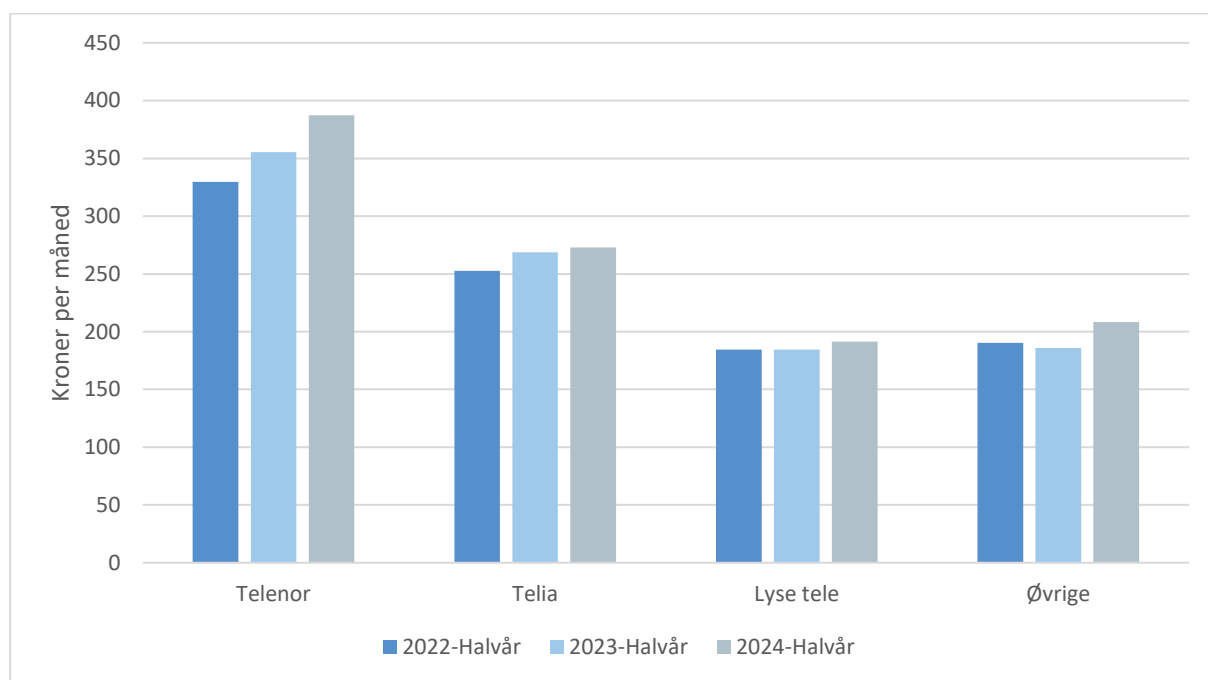
Figur 26 viser utviklingen i omsetning per abonnement (ARPU) for mobilabonnement. Kontantkort er ikke inkludert, og utregningene tar ikke tatt hensyn til inflasjon.

Alle de aktuelle tilbyderne har hatt økt omsetning per abonnement fra første halvår 2023 til første halvår 2024. Telenor har hatt den største økningen i ARPU på nesten 9 prosent. Lyse har hatt en økning

på nesten 3,8 prosent, mens Telia økte sin ARPU med rett over 1,6 prosent. Det betyr at det bare er Telenor som har økt omsetning per abonnement med mer enn inflasjonen.

Både Telenor og Telia har en nedgang i antall abonnement, men øker likevel omsetningen. Dette indikerer økte sluttbrukerpriser og/eller at tilbyderne får bedre omsetning ut av abonnementene. Dette gir uansett en forklaring på den tilbyderstyrte endringen av datakvoter. For å kompensere for en nedgang i abonnementer og sikre omsetningen «flyttes» flere og flere av abonnentene til abonnementer som gir bedre omsetning, som igjen ofte gjøres i kombinasjon med endringer i pris og prisstrukturer.

Lyse er den eneste av de tre som har økt antall abonnement med en vekst på over 13 prosent. Omsetningen for Lyse økte også, med over 17,6 prosent fra første halvår 2023 til første halvår 2024. Differansen mellom veksten i abonnement og omsetning indikerer at også Lyse har økt volum av abonnement som gir høyere omsetning, men som Figur 24 indikerer, er ikke veksten i datakvoter like høy som Telenor og Telia.



Figur 26 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat (eksl. kontantkort)

Det er ingenting som tilsier at ovenstående utvikling i datakvoter ikke vil fortsette. Det forventes med andre ord at konkurransen innen mobiltelefoni i større og større grad vil være på bakgrunn av datakvoter med ubegrenset data. Dette vil igjen kunne gi et større prispress for denne typen datakvoter, som vil medføre at tilbyderne i større grad må differensiere prisene på andre kriterier.

### **7.1.3 Erstatning for mobilt bredbånd**

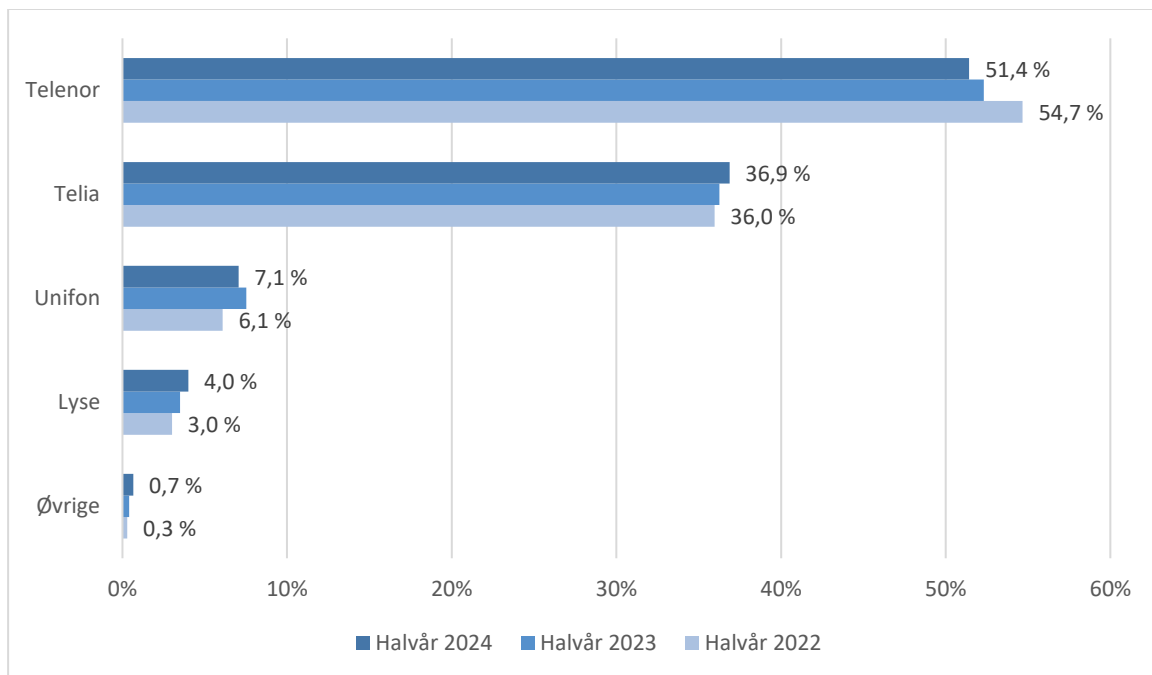
Mobilt bredbånd har som omtalt en markant nedgang i både omsetning og abonnement i privatmarkedet. I kombinasjon med stabilt antall abonnement innen mobiltelefoni, kan dette indikere at sluttbrukere heller oppgraderer sine mobilabonnement som en erstatning for forbruket av data over mobilt bredbånd. Dette reflekteres av at det spesielt er abonnementene med lavere datakvoter som har den største nedgangen for mobilt bredbånd, og at andelen mobilabonnement som inkluderer minst 100 GB data har økt fra 21 prosent til 32 prosent det siste året. Det reflekteres også i markedsføringen av mobilt bredbånd hvor flere tilbydere heller framhever doble simkort eller egne data-simkort inkludert i mobilabonnementet. Det kan derfor tenkes at ordinære mobilabonnement i større og større grad erstatter, i hvert fall deler av, abonnementene innenfor mobilt bredbånd.

## **7.2 Utviklingen i markedsposisjoner i bedriftsmarkedet**

Som omtalt i kapittel 2, utgjør bedriftsmarkedet om lag 30 prosent av den samlede omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester. Det var en liten nedgang i det samlede antall abonnement i bedriftsmarkedet fra første halvår 2023 til første halvår 2024, men en økning i segmentene for mobiltelefoni og fast bredbånd. Omsetningen har på samme måten en økning i de samme segmentene.

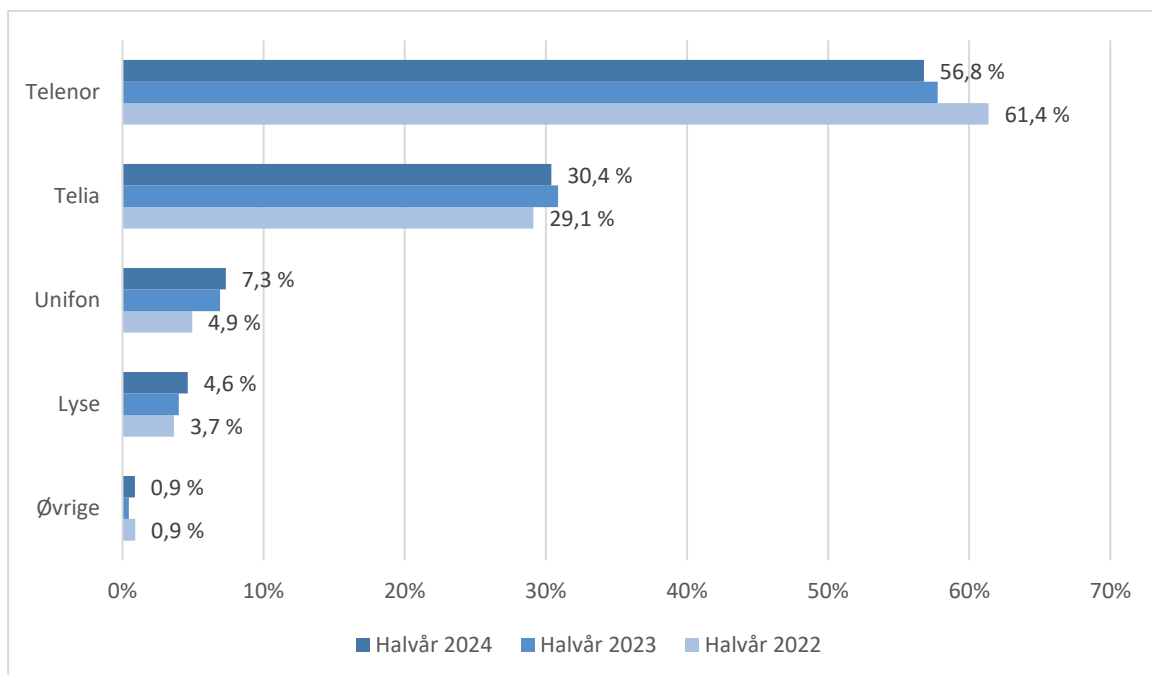
### **7.2.1 Mobiltelefoni i bedriftsmarkedet**

Antall abonnement økte med over 32 000 i bedriftsmarkedet for mobiltelefoni fra utgangen av første halvår 2023 til utgangen av første halvår 2024. Den største økningen står Telia for med over 22 100 abonnement, og dernest Lyse som øker antall abonnementer med nesten 9 500 det siste året. Telenor har en liten nedgang i abonnementstallene, noe som også gjenspeiles i markedsandelene. Telenor går fra 52,3 prosent markedsandel til litt i overkant av 51,4 prosent første halvår 2024 (Figur 27). Til tross for den høyeste økningen i antall abonnement, øker Telias markedsandeler med knappe 0,6 prosentpoeng til 36,9 prosent første halvår 2024. Unifon, som hadde en forholdsvis stor økning i markedsandel fra første halvår 2022 til første halvår 2023, har en nedgang på 0,4 prosentpoeng til 7,1 prosent første halvår 2024, mens Lyse økte markedsandelene med 0,5 prosentpoeng til om lag 4 prosent i første halvår 2024.



Figur 27 Markedsandeler (basert på abonnement) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet

Figur 30 viser at alle tilbyderne har en liten økning i sine markedsandeler basert på omsetning det siste året, med unntak av Telenor. Telenors markedsandel reduseres fra 57,8 prosent første halvår 2023 til 56,8 prosent første halvår 2024. Omsetningsmessig (nominelle verdier) er det likevel en marginal økning fra i fjor.

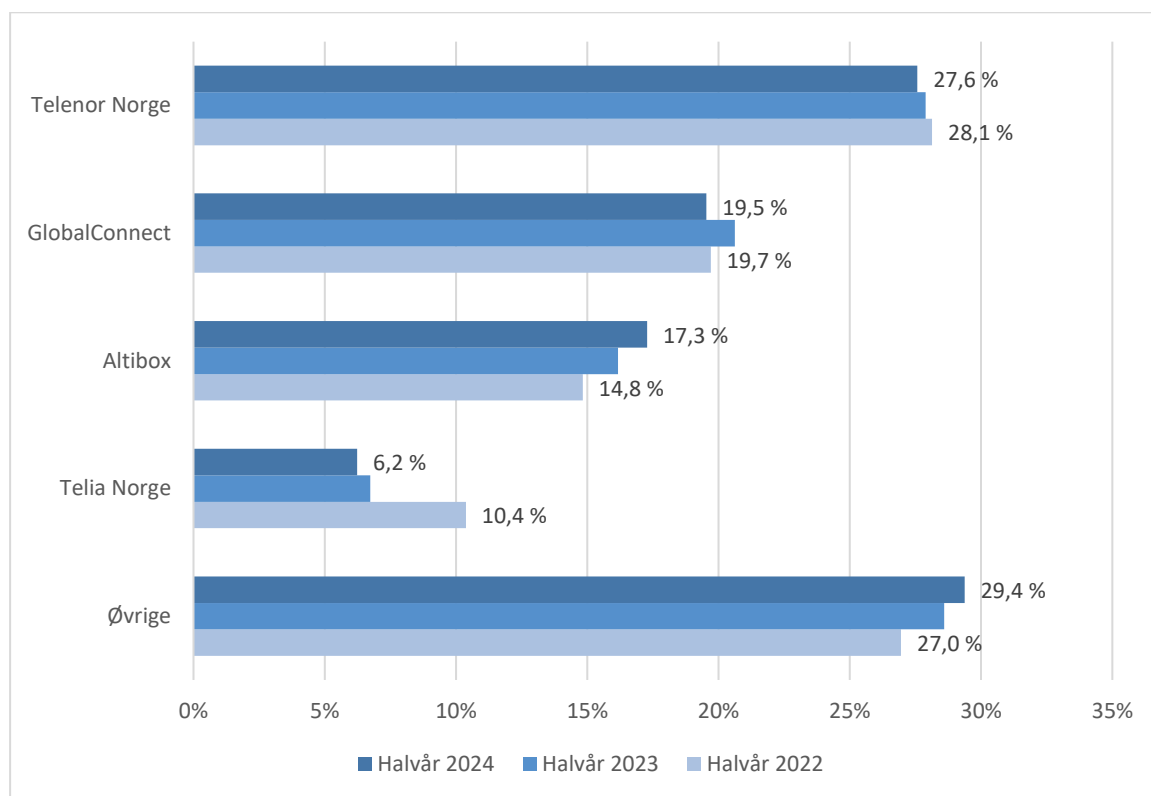


Figur 28 Markedsposisjon (basert på omsetning) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet



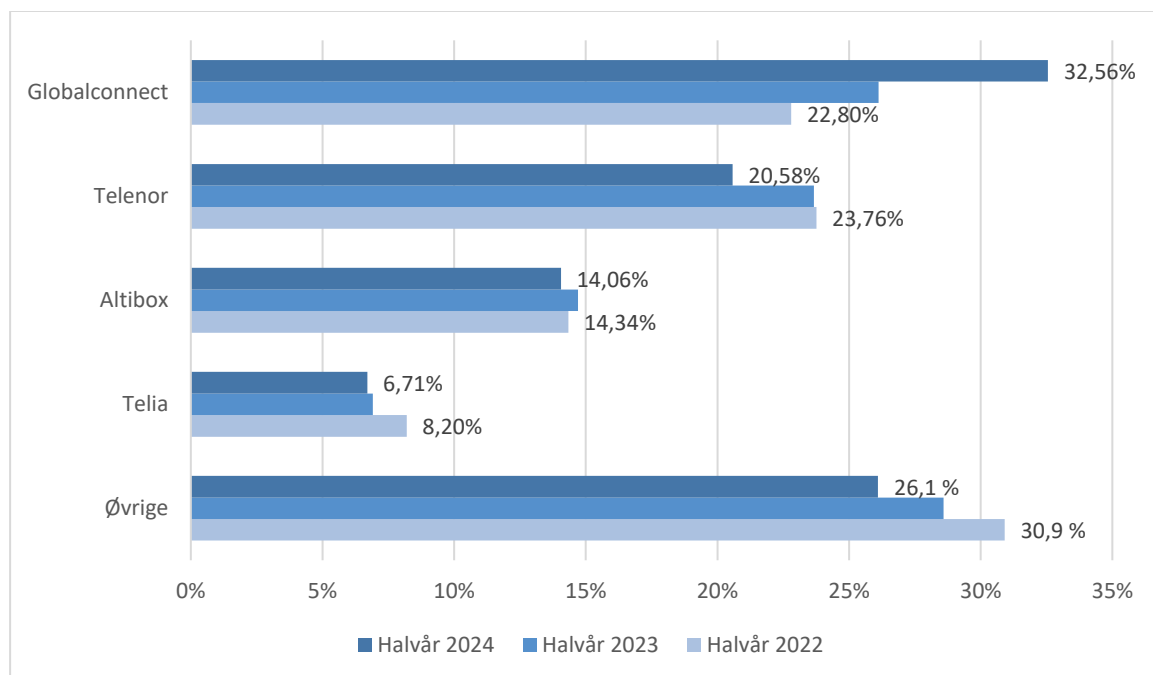
## 7.2.2 Fast bredbånd bedriftsmarkedet

Antall aksesser økte i bedriftsmarkedet for fast bredbånd fra om lag 163 000 i første halvår 2023 til om lag 165 000 i første halvår 2024, en økning på under en prosent. Alle tilbydere har en nedgang i nominelle antall aksesser, med unntak av Altibox som har økt aksesser med 7,7% mot fjoråret og som leder til en rett over ett prosentpoeng større markedsandel. Telenor framstår fremdeles med en vesentlig høyere markedsandel basert på aksesser, enn øvrige tilbydere.



Figur 29 Markedsandeler (basert på aksesser) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet

Omsetning for fast bredbånd på bedriftsmarkedet var første halvår 2024 på i overkant av 1,5 milliarder. Dette var en økning på over 18 prosent fra første halvår 2024, hvilket impliserer at omsetningen per aksess har økt vesentlig siste året.



*Figur 30 Markedsposisjon (basert på omsetning) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet*

Figur 30 viser en kraftig økning i markedsposisjonen (basert på omsetning) for Globalconnect. Dette utgjør en økning på nesten 28 prosent i omsetning (nominelle verdier) siste året, og plasserer Globalconnect som markedsleder nesten 12 prosentpoeng foran nummer to, Telenor. Globalconnect har gått fra 26,1 prosent første halvår 2023 til 32,6 prosent i 2024. Samtidig har Telenor gått ned fra 23,7 prosent første halvår 2023 til 20,6 prosent første halvår 2024. Altibox har gått ned fra 14,3 prosent første halvår 2022 til 14,1 prosent første halvår 2024. Telia har sunket 0,2 prosentpoeng, til 6,7 prosent.