



Ekonomistatistikken 2025 - Halvår

Fortsatt tilbyderstyrt datadrevet vekst i ekomsektoren

Sak: 2503525-2

12. november 2025

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 2025:

Den samlede **omsetningen** i ekomsektoren har økt til over 20,7 milliarder kroner, en vekst på mer enn 925 millioner kroner fra samme periode året før. Økningen skyldes hovedsakelig vekst i mobiltjenester og fast bredbånd, som utgjør henholdsvis 58 og 38 prosent av totalomsetningen. Øvrige tjenester viser en nedgang i omsetning.

Mobiltelefoni fortsetter å vokse, med over 6,1 millioner abonnement ved utgangen av perioden, en økning på nær 36 000. Veksten er størst i bedriftsmarkedet, mens privatmarkedet viser en stabil utvikling. Abonnement med datakvoter over 100 GB har blitt den mest vanlige typen i privatmarkedet, og utgjør nå 34 prosent av abonnementene. Telenor og Telia har mistet markedsandeler, men er fortsatt de største aktørene med henholdsvis 40,7 og 33,4 prosent. Lyse (Ice) har derimot styrket sin posisjon og har nå 16,6 prosent av markedet.

Mobilt bredbånd fortsetter sin nedadgående trend, med en reduksjon på 16 000 abonnement fra året før, og en total på 226 000. Nedgangen er mest markant i privatmarkedet, mens bedriftsmarkedet er mer stabilt.

M2M: viser fortsatt vekst i antall aktive SIM-kort, som nå har passert 4,7 millioner. I motsetning til fjoråret har denne veksten også ført til økt omsetning, som nå er på 345 millioner kroner.

Fast bredbånd har hatt en positiv utvikling, med over 2,4 millioner privatabbonnement, hvorav 76 prosent er fiberbasert. Omsetningen har økt til 8,3 milliarder kroner, og Altibox har styrket sin markedsandel til 32,6 prosent. Telenor og Telia har begge hatt en nedgang i markedsandeler, med henholdsvis 26,4 og 10 prosent.

TV-abonnement har også hatt en nedgang på 4,3 prosent fra året før. Det er totalt 1,9 millioner abonnementer. Fiber er den dominerende aksesteknologien og står for 63 prosent av abonnementene. Omsetningen har økt til 5,15 milliarder kroner, med fiber som den største bidragsyteren. Altibox har styrket sin posisjon som største tilbyder med en markedsandel på 30,9 prosent, mens Telenor har falt til 24,9 prosent. Telia opprettholder markedsandelen på 17 prosent

Datapakker mobiltelefoni (privatmarkedet). Trenden fortsetter der abonnementer med over 100 GB inkludert data har blitt den mest vanlige typen. Dette tyder på at tilbyderne aktivt har flyttet kundene mot mer omfattende datapakker, uavhengig av faktisk behov. Selv om datakvotene har økt, har databruken ikke økt i samme takt. Dette skaper en betydelig differanse mellom det kundene betaler for, og det de faktisk bruker. Alle de tre største aktørene har økt sin gjennomsnittlige inntekt per kunde. Dette skjer til tross for nedgang i antall abonnementer hos Telenor og Telia, noe som tyder på at kundene flyttes til dyrere abonnementer med høyere datakvoter. Lyse skiller seg ut ved å øke både antall abonnementer og inntekten. Både Telenor og Lyse har en høyere omsetningsandel enn abonnementsandel, noe som tyder på at deres kunder har dyrere abonnementer. Dette er ikke noe nytt for Telenor, men for Lyses vedkommende indikerer det at de har klart å flytte kundene til mer inntektsgivende produkter.

Bedriftsmarkedet: Det har vært en liten økning i antall abonnementer, særlig innen mobiltelefoni og fast bredbånd. Lyse har hatt den største veksten i mobilabonnementer med over 16 000 nye abonnementer, mens Telenor har økt med nesten 7 000. Telia har hatt en liten nedgang. Telenor har fortsatt den største markedsandelen målt i antall abonnementer, med 51,1 prosent, etterfulgt av Telia med 36,1 prosent og Lyse med 4,9 prosent. Når det gjelder omsetning, har Telenor 56,7 prosent av markedet, Telia 29,7 prosent og Lyse 5,4 prosent.

Innen fast bredbånd i bedriftsmarkedet har antall aksesser økt svakt. Altibox og Telia har økt sine aksesser, mens de øvrige aktørene har hatt en nedgang. Telenor har fortsatt størst andel basert på antall aksesser, men Globalconnect har tatt ledelsen målt i omsetning, med en markedsandel på 29,6 prosent. Telenor følger med 20,3 prosent, og Altibox har økt sin andel til 17,5 prosent. Rapporten viser at Globalconnect har styrket sin posisjon i bedriftsmarkedet, til tross for færre aksesser, og at konkurransen i dette segmentet er i endring.

Innholdsliste

1 Innledning.....	6
2 Samlet omsetning	7
3 Mobiltjenester	10
3.1 Mobiltelefoni.....	10
3.2 Mobilt bredbånd	13
3.3 Maskin- til maskin - M2M.....	15
3.4 Datavolum for mobiltjenester.....	17
4 Fast bredbånd	18
5 Fasttelefoni	22
6 TV-abonnement	24
7 Utviklingstrekk	27
7.1 Utviklingen av datapakker i privatmarkedet for mobiltelefoni.....	27
7.1.1 Datapakker og datavolum for mobiltelefoni.....	27
7.1.2 Omsetning per privatabonnement.....	29
7.2 Utviklingen i markedsposisjoner i bedriftsmarkedet	30
7.2.1 Mobiltelefoni i bedriftsmarkedet	30
7.2.2 Fast bredbånd bedriftsmarkedet	32

Figurliste

Figur 1 Samlet omsetning fordelt på kommunikasjonstjenester	7
Figur 2 Tilbydernes andel av samlet omsetning	8
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 19 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet.....	22
Figur 20 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet.....	23
Figur 21 Omsetning for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet.....	23
Figur 22 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi.....	25
Figur 23 Omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi	26
Figur 24 Markedsandeler for TV-abonnement. Alle aksessteknologier.....	26
Figur 25 Datakvoter, per tilbyder, vektet gjennomsnitt	28
Figur 26 Datavolum privatmarkedet, per tilbyder, per abonnement, per måned.....	29
Figur 27 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat	30
Figur 28 Markedsandeler (basert på abonnement) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet.....	31
Figur 29 Markedsposisjon (basert på omsetning) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet	32
Figur 31 Markedsposisjon (basert på omsetning) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet	33

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 2025. 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. Tidligere rapporterte tall 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 utviklingen i datapakker for mobiltelefoni, og utviklingen av markedsposisjoner i bedriftsmarkedet.

2 Samlet omsetning

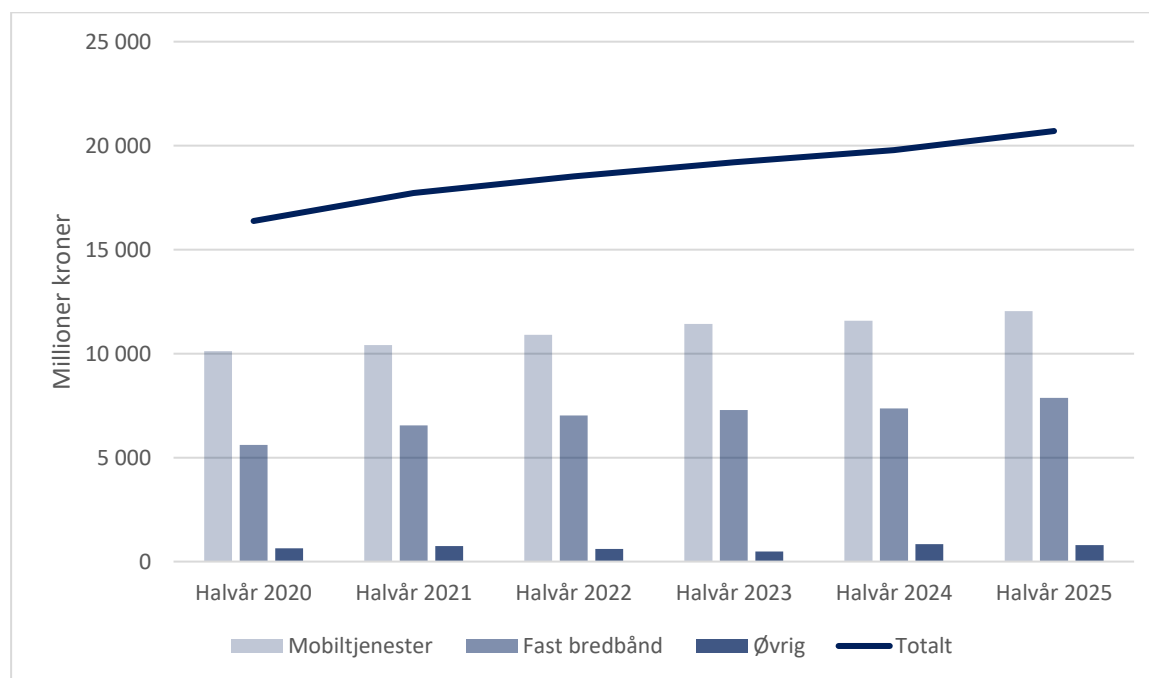
Samlet sluttbrukeromsetning i ekomsektoren benyttes blant annet for å beskrive utviklingen i forholdet mellom de største tilbyderne, og de er også utgangspunkt for å beskrive enkelte nøkkeltall.

Figur 1 viser utviklingen i sluttbrukeromsetningen for mobiltjenester, fast bredbånd, fasttelefoni, datakommunikasjon 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

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.

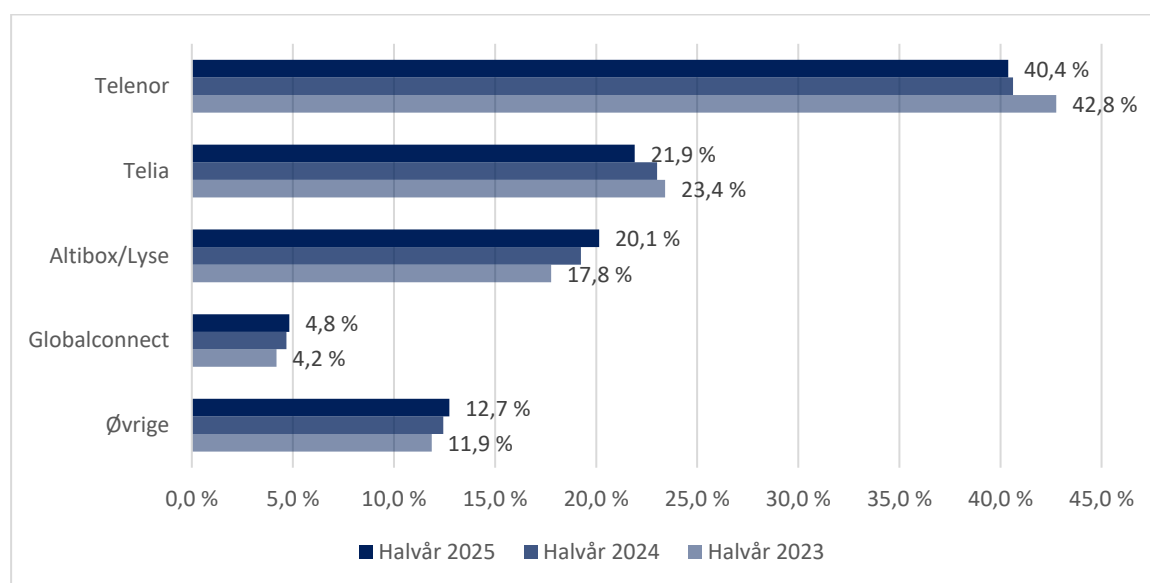


Figur 1 Samlet omsetning fordelt på kommunikasjonstjenester

Samlet omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester var i overkant av 20,7 milliarder kroner i første halvår 2025. Det er en økning fra første halvår 2024 på over 925 millioner kroner. Det er særlig mobiltjenester og fast bredbånd som bidrar til veksten. Omsetningen for mobiltjenester utgjorde nesten 58 prosent av samlet omsetning i første halvår 2025, og økte fra første halvår 2024 med nesten 465 millioner kroner. Omsetningen for fast bredbånd utgjorde over 38 prosent av samlet omsetning,

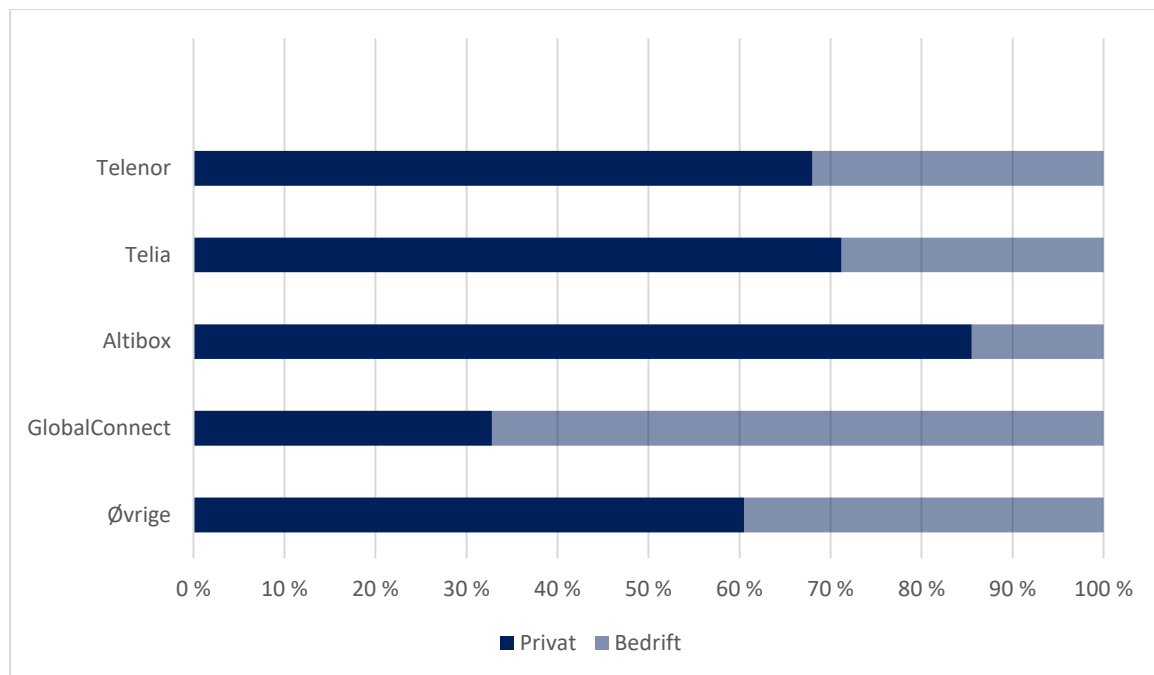
og hadde en økning på om lag 500 millioner kroner. Øvrig omsetning (som datakommunikasjon, fasttelefoni og overføringskapasitet) hadde en nedgang fra første halvår 2024.

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 40,4 og 21,9 prosent av den samlede omsetningen, hvilket er en nedgang fra året før. Altibox er tredje største gruppering med en andel på 20,1 prosent i første halvdel 2025, hvilket er en oppgang på 0,9 prosentpoeng fra året før. Markedsandelen for Globalconnect var på 4,8 prosent, hvilket var en oppgang fra 4,7 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 prosent av omsetningen fra privatmarkedet. Tilsvarende andel for Telia var 71,2 prosent. Altibox har en relativt større andel av omsetningen fra privatmarkedet (85,5 prosent), mens Globalconnect hadde den største andelen av omsetning fra bedriftsmarkedet (67,2 prosent).



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

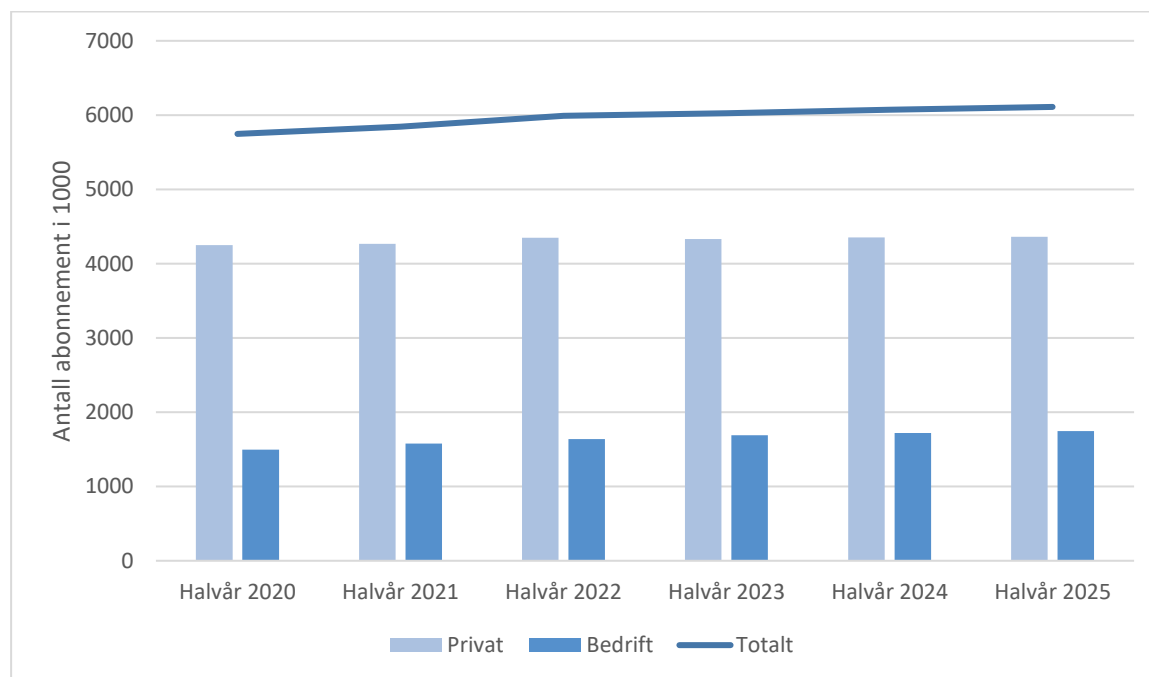
3 Mobiltjenester

Som omtalt i forrige avsnitt står mobiltjenestene for 58 prosent av samlet sluttbrukeromsetning. Omsetningen for mobiltjenester økte fra første halvår 2024 til første halvår 2025. 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 2025 var over 6,1 millioner. Fra første halvår 2024 var det en økning på i underkant av 36 000 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 utgangen av første halvår 2025 utgjorde bedriftsabonnement 28,6 prosent og privataabonnement 71,4 prosent.

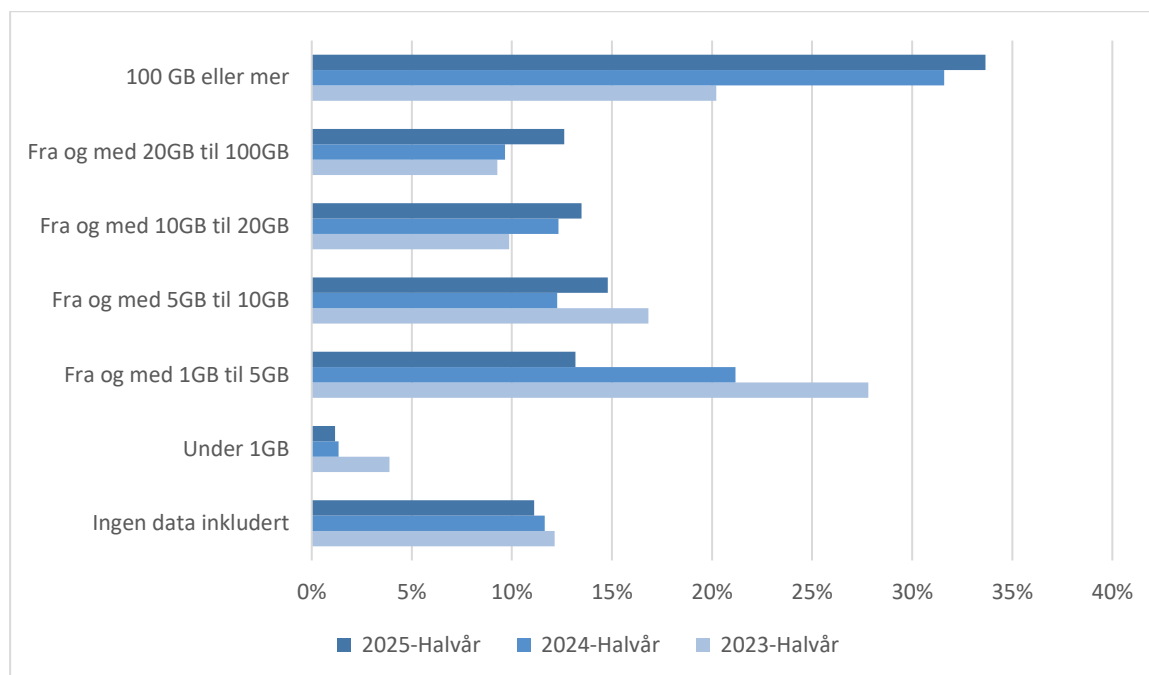
Mobilabonnementene i figur 5 inkluderer også kontantkort. Antall kontantkort har gått ned over flere år. Ved første halvår 2025 var det om lag 392 000 kontantkort. Kun kontantkort som har vært aktive de siste tre månedene av året, telles med.



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 2023 til første halvår 2025. Trenden viser at en stadig større andel av abonnementene har større datakvote inkludert, og nesten 59 prosent av abonnementene hadde 10 GB eller mer inkludert

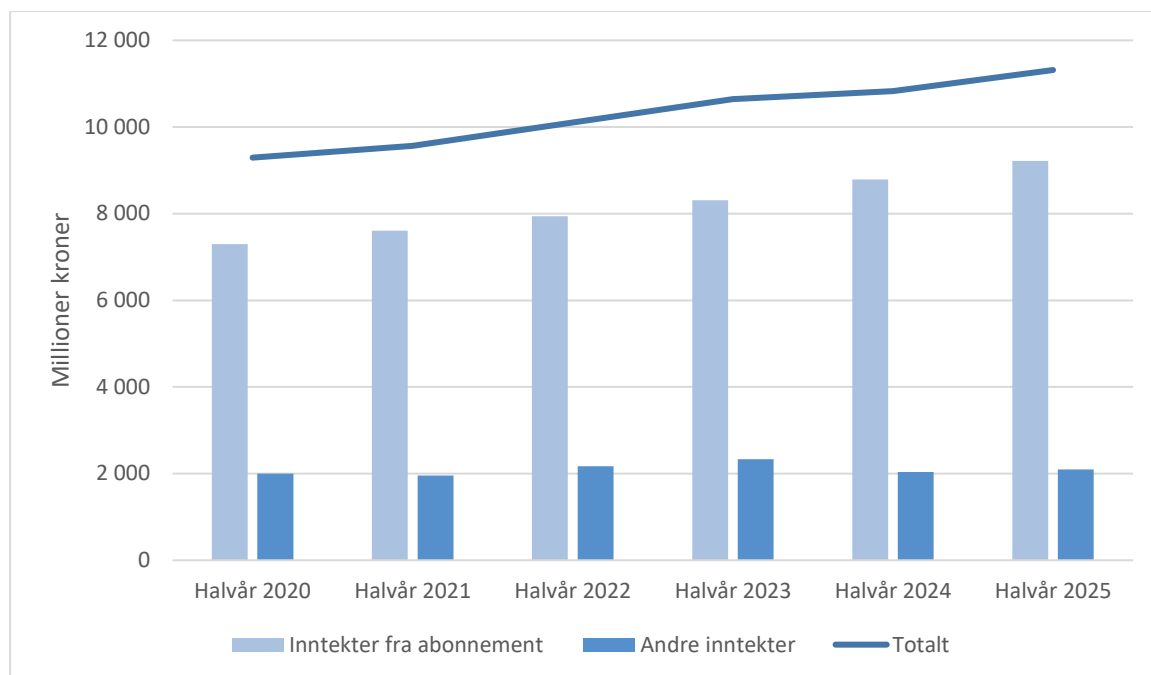
ved utgangen av første halvår 2025 (54 prosent i første halvår 2024). 34 prosent hadde i tillegg 100 GB eller mer inkludert i abonnementet.



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

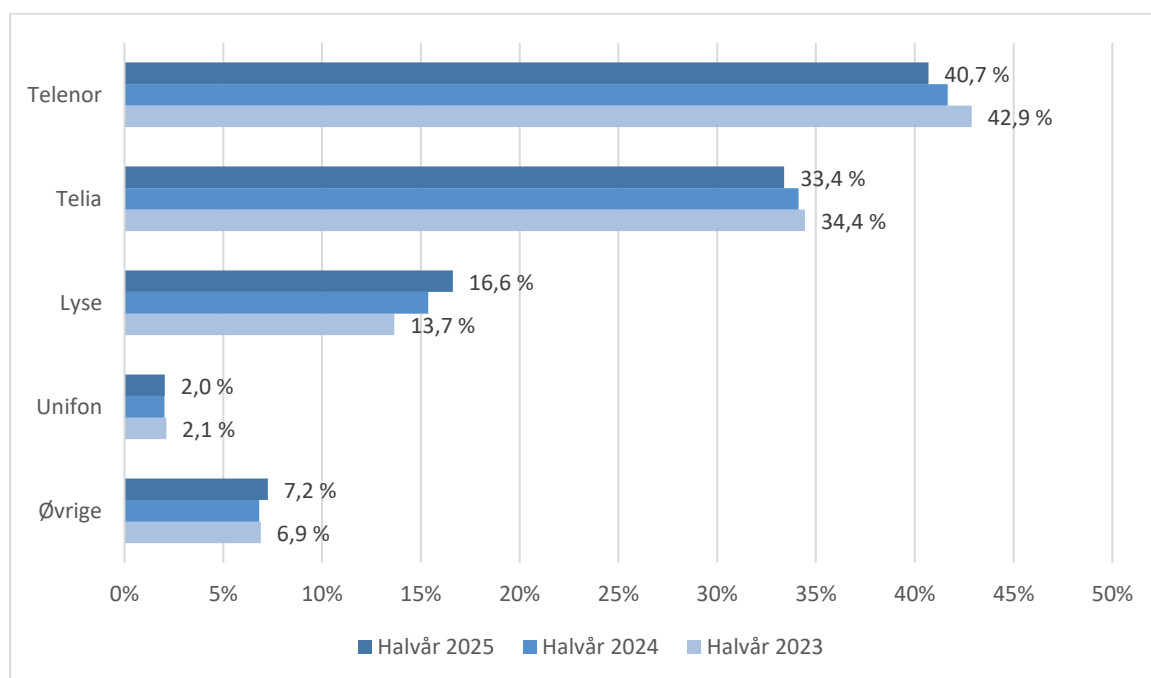
Figur 6 viser utviklingen i omsetning for mobilabonnement fordelt på abonnementsinntekter og andre kategorier. Omsetningen for mobiltelefoni var på over 11,3 milliarder kroner første halvår 2025. Det er over 400 millioner mer enn året før.

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. 81 prosent av inntektene knyttet til mobiltelefoni var faste abonnementsinntekter første halvår 2024. Andre inntekter er i underkant av 2,1 milliarder kroner.



Figur 6 Omsetning for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

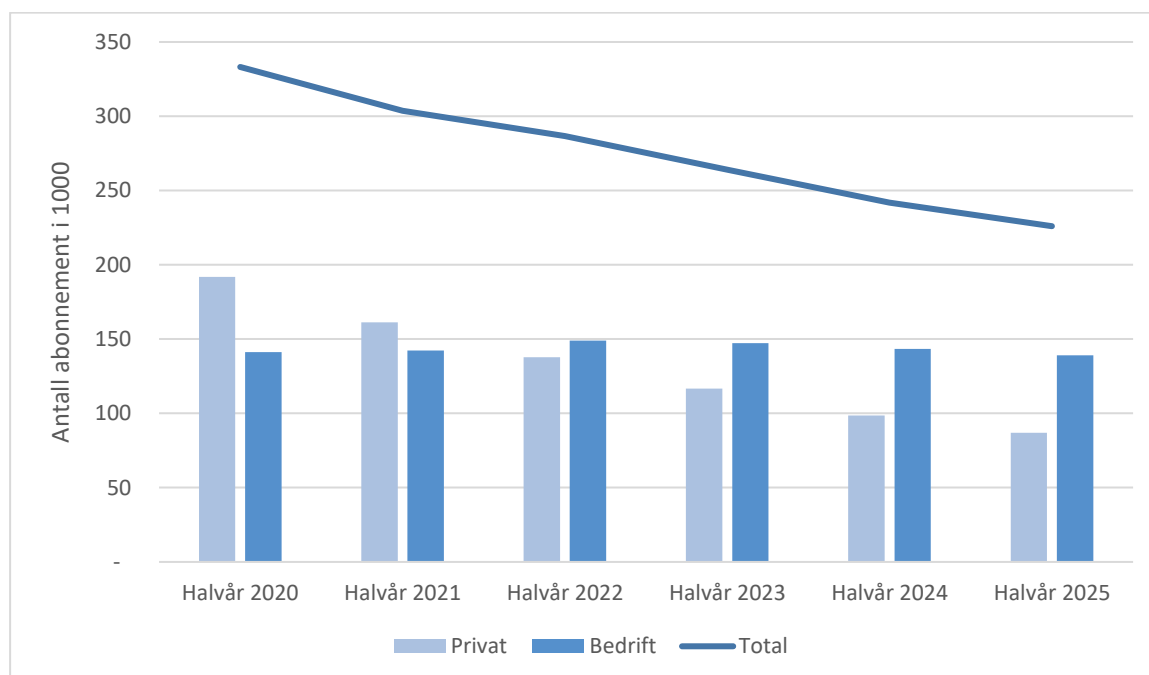
Figur 7 viser markedsandelene for tilbyderne av mobilabonnement. De største tilbyderne, Telenor og Telia, mister markedsandeler, hvilket også gjenspeiles med synkende kundemasse. Til tross for nedgang er Telenor og Telia fremdeles i en særposisjon med markedsandeler på hhv. 40,7 prosent og 33,4 prosent første halvår 2025. I motsetning til de største så har Lyse hatt en kraftig vekst på nesten 8,7 prosent fra første halvår 2024. Markedsandelene til Lyse overstiger nå over 16,6 prosent. De tre største tilbyderne hadde en samlet markedsandel på litt under 91 prosent.



Figur 7 Markedsandeler for mobilabonnement. Privat- og bedriftsmarkedet

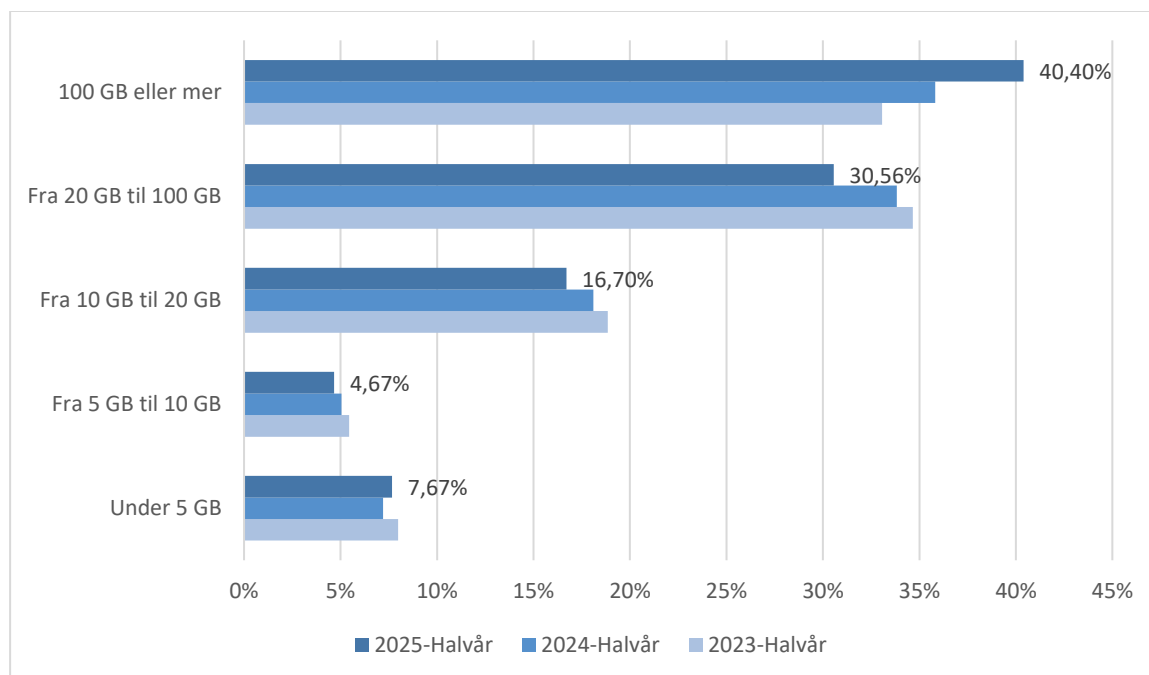
3.2 Mobilt bredbånd

Figur 8 viser en jevn nedgang i antall abonnement for mobilt bredbånd de siste seks år. Ved utgangen av første halvår 2025 var det i underkant av 226 000 abonnement. Det er en nedgang på om lag 16 000 abonnementer fra samme tidspunkt i 2024. Antall bedriftsabonnementer er relativt stabil, mens antall privataabonnementer har gått ned i flere år. Bedriftsabonnementene utgjør 62 prosent av totalt antall abonnement for mobilt bredbånd.



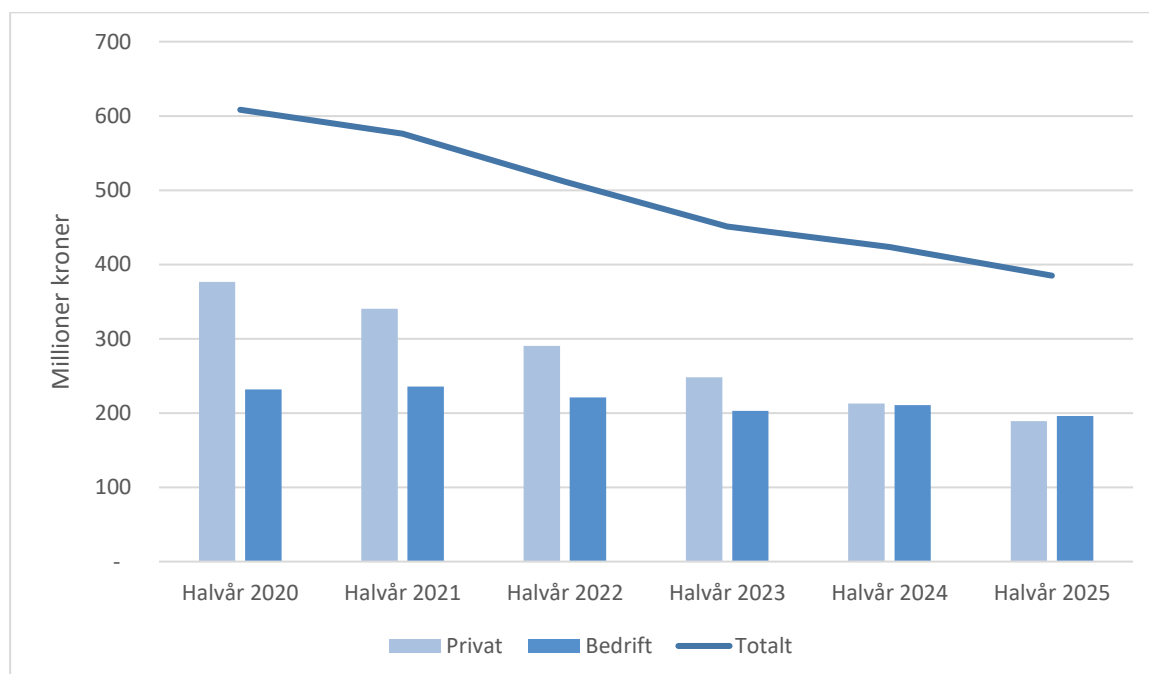
Figur 8 Antall abonnement for mobilt bredbånd

Figur 9 viser fordelingen av inkluderte datakvote i private abonnement for mobilt bredbånd. Antall abonnementer som inkluderer datakvote på 100 GB eller mer har en nedgang, men ikke like mye som andre abonnementer. Andelen abonnementer som inkluderer datakvote på 100 GB eller mer har derved en økning. I motsetning til tidligere så er det en liten økning også for andelen av abonnement under 5 GB. Dette kan forklares med at også disse abonnementene har en mindre nedgang i antall abonnementer, men ikke like mye som de øvrige.



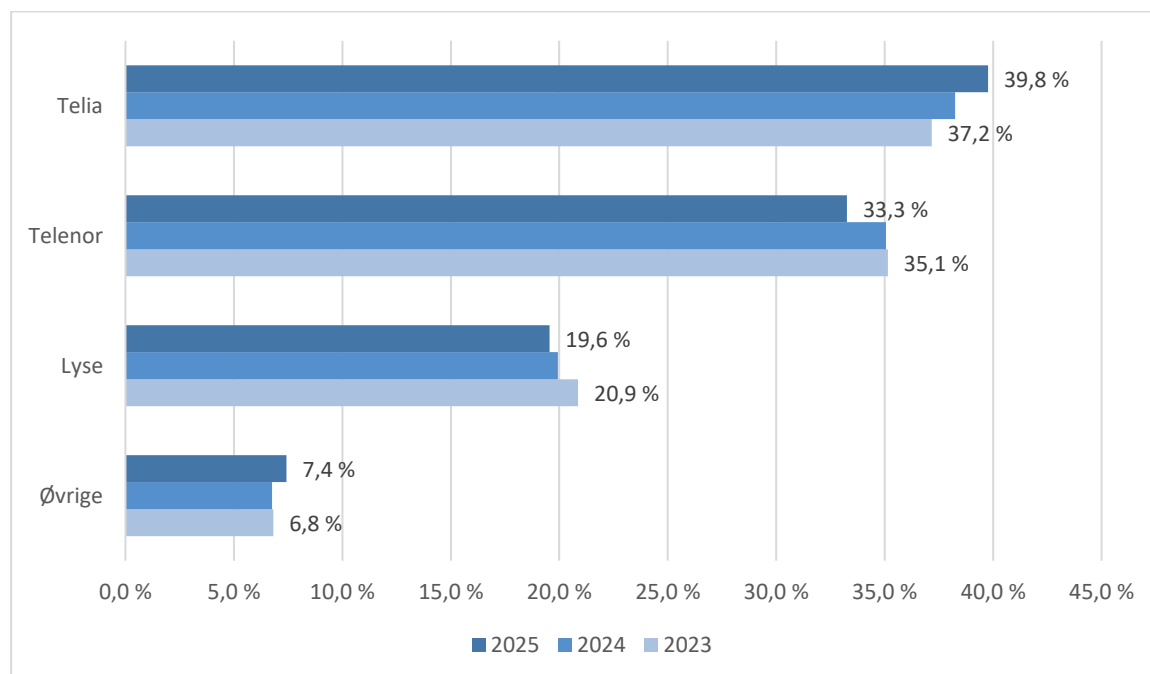
*Figur 9 Fordeling av størrelsen på inkludert datakvote for abonnement for mobilt bredbånd.
Privatmarkedet*

Omsetningen for mobilt bredbånd har gått ned siden 2020, og nedgangen fortsetter, som det vises i figur 10, også første halvår 2025. Omsetningen for privat- og bedriftsabonnement var litt over 385 millioner.



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 92 prosent av abonnementene for mobilt bredbånd. Utviklingen viser at alle har en nedgang i antall abonnenter, men at Telenor og Lyse har en prosentvis større nedgang enn Telia. Telia styrker på denne bakgrunnen sin markedsposisjon, til tross for nedgang i abonnentstallet.



Figur 11 Markedsandeler for abonnement for mobilt bredbånd

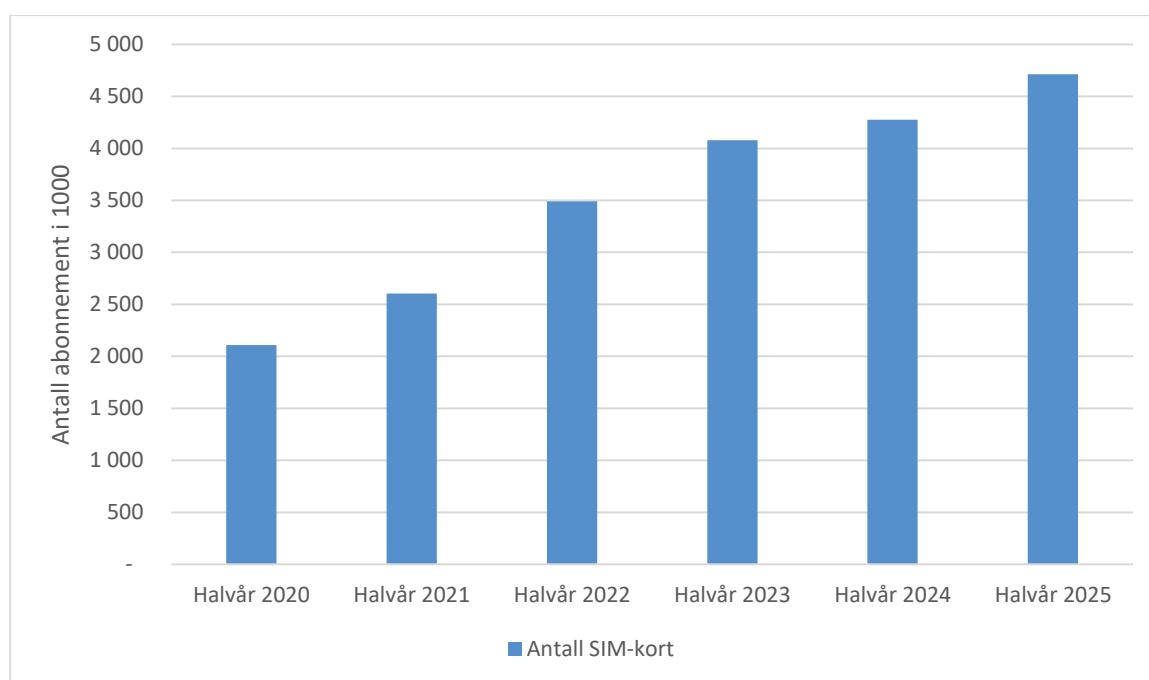
Det er sannsynlig at nedgangen i både bedrifts- og privatmarkedet for mobilt bredbånd vil fortsette. For å opprettholde kundeforholdet til de som vurderer å si opp abonnementet, tilbyr flere tilbydere doble simkort eller egne data-simkort inkludert i mobilabonnementet. Minst 100 GB datakvoter har blitt 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 i abonnenter.

3.3 Maskin- til maskin - M2M

Maskin-til-maskin-kommunikasjon (M2M)¹ innebærer at enheter knyttes sammen ved hjelp av ulike typer kommunikasjonsløsninger, det vil si en automatisert utveksling av data mellom maskiner. I denne

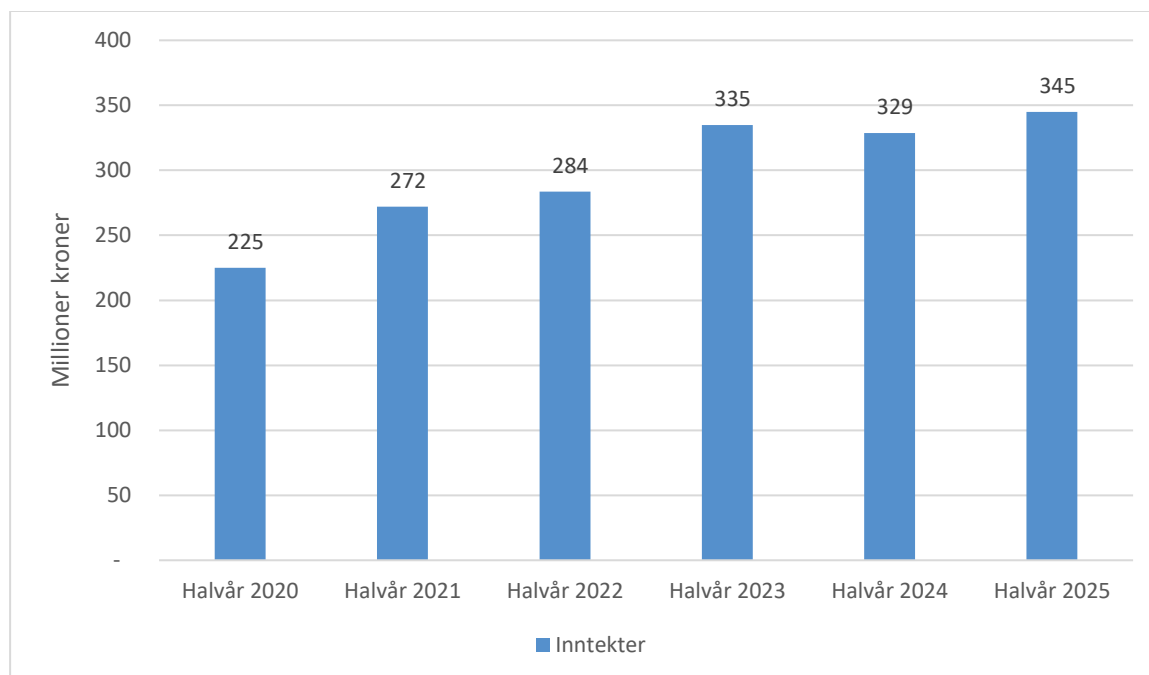
¹ «Tingenes Internett» («Internet of Things» (IoT) på engelsk) er i dag en mer anvendt betegnelse på maskin-til-maskin-kommunikasjon.

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 12 viser utviklingen i antall SIM-kort for M2M-kommunikasjon. Ved utgangen av første halvår 2025 var det rapportert mer enn 4,7 millioner aktive SIM-kort. Veksten i fra 2020 er på over 120 prosent. Tallene for SIM-kort omfatter også eSIM.



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

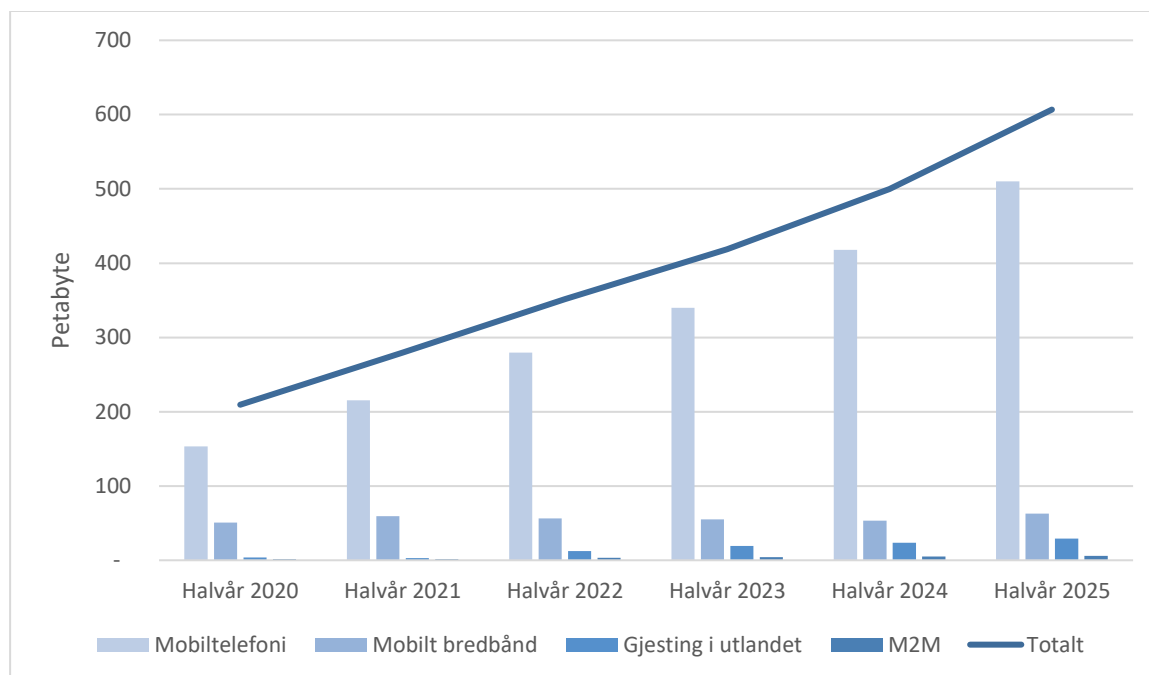
I motsetning til i fjor så følger økning i antall simkort også en økning i inntektene, jf. Figur 13.



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 nesten 621 petabyte (PB) første halvår 2025. Tilsvarende tall for første halvår 2024 var 512 petabyte. Prosentmessig hadde gjesting i utlandet» den største prosentmessige økningen fra første halvår 2024 til første halvår 2025 med nesten 23 prosent. Mobilt bredbånd, M2M og mobiltelefoni økte også med hhv. 18, 18 og 22 prosent.

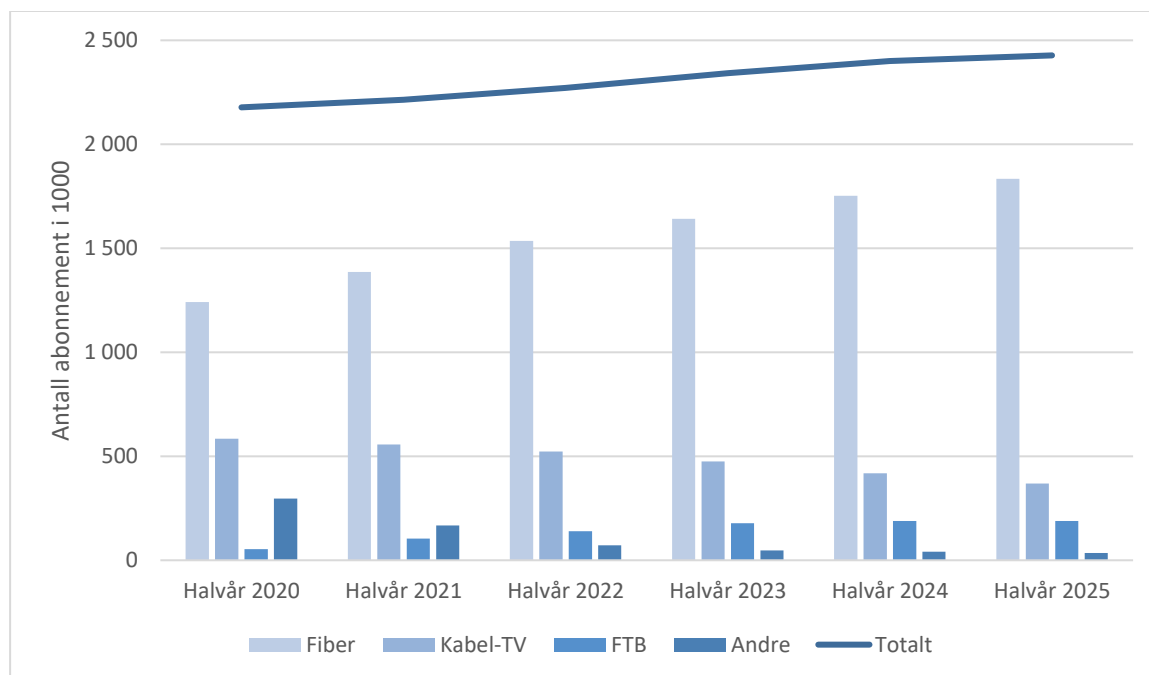


Figur 14 Datatrafikk fra mobiltelefoni, mobilt bredbånd, gjesting i utlandet og M2M

4 Fast bredbånd

Utviklingen i antall abonnement for fast bredbånd i privatmarkedet er vist i Figur 15². Antall privatabonnement for fast bredbånd var i overkant av 2,4 millioner ved utgangen av første halvår 2025. Det er en økning på litt over 27 000 abonnement fra utgangen av første halvår 2024. Antall private fiberabonnement var om lag 1,83 millioner ved utgangen av første halvår 2025. Det er en økning på over 81 000 fra samme tidspunkt i 2024. Nesten 76 prosent av privatabonnementene var basert på fiber ved utgangen av første halvår 2025. Tilsvarende andel ett år tidligere var 73 prosent. Nedgangen i antall abonnement basert på kabel-TV fortsetter, men også antall private abonnement basert på fast trådløst bredbånd (FTB) hadde en liten nedgang på rundt 350 abonnementer fra første halvår 2024. Totalt finnes det over 189 000 FTB-abonnement ved utgangen av første halvår 2025. Dette utgjorde 7,8 prosent av totalt antall private abonnement ved utgangen av første halvår 2025.

² DSL-abonnement inngår i «Andre», og ved utgangen av første halvår 2025 var i overkant av 5 300 private DSL-abonnement igjen.



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

Figur 16 viser utviklingen i antall aksesser³ for fast bredbånd i bedriftsmarkedet. Ved utgangen av første halvår 2025 var i underkant av 169 000 bedriftsaksesser. Det er en økning på nesten 5 000 aksesser fra ett år tidligere. 82 prosent av aksessene var basert på fiber ved utgangen av første halvår 2025. Antall fiberaksesser økte i underkant av 4 300.

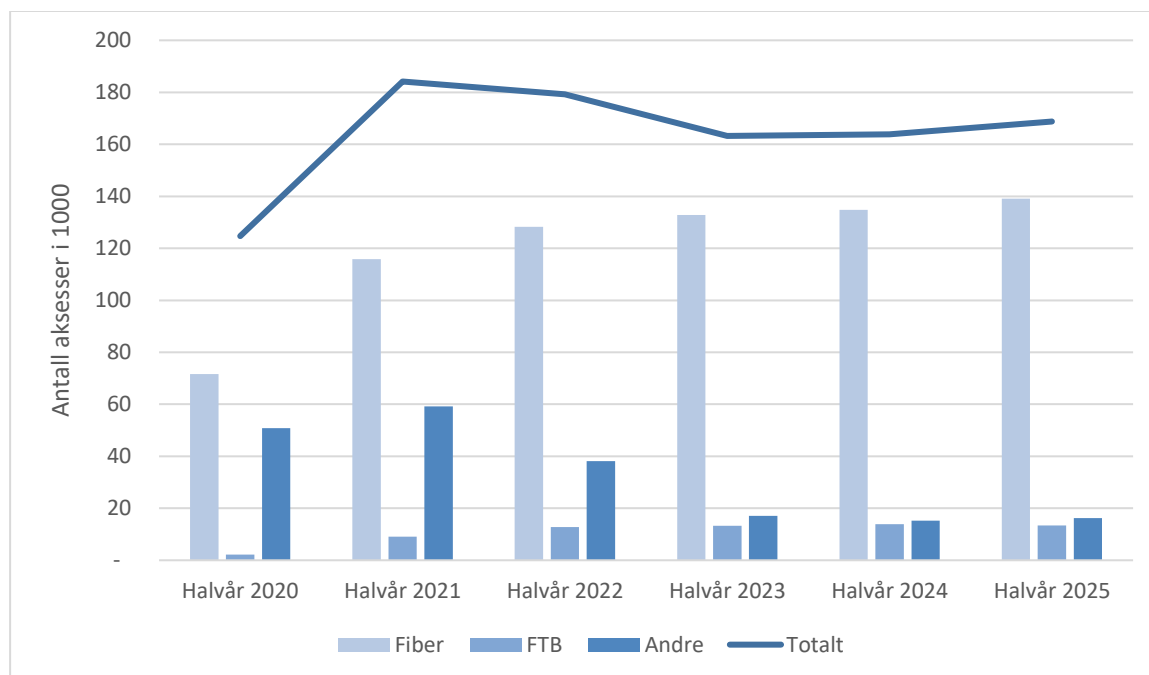
På FTB var det ca. 13 400 aksesser første halvår 2025, hvilket er en liten nedgang fra i fjor på samme tid. Abonnementene på satellitt har de siste to årene hatt en økt fra noen titalls abonnemeter før første halvår 2024. I første halvår 2025 var det over 6 300 aksesser.

I bedriftsmarkedet er det i omkring 750 aksesser basert på DSL igjen ved utgangen av første halvår 2025.

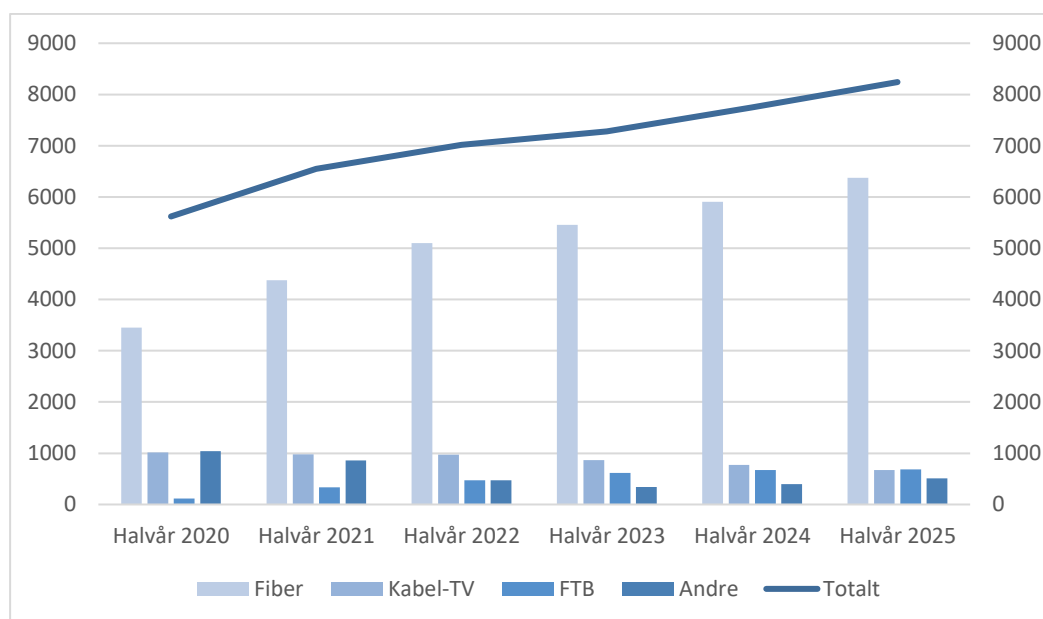
Bredbånd og datakommunikasjon i bedriftsmarkedet

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.

³ Aksesser omfatter sammenstillingen av abonnemeter og VPN-aksesser for bedriftsmarkedet.



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

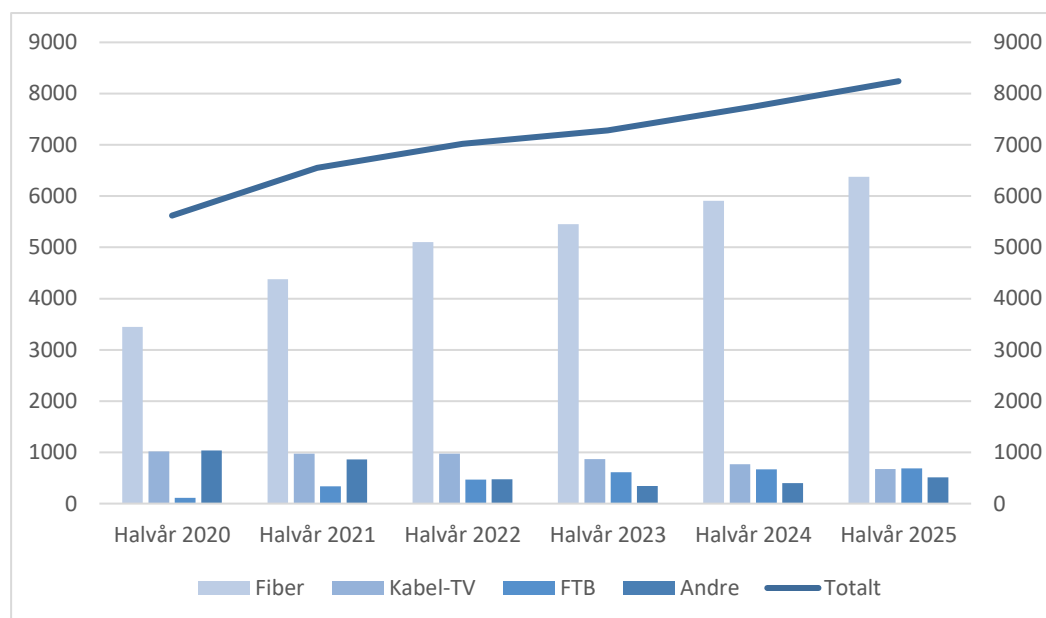


Figur 17 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet

viser utviklingen i omsetning for fast bredbånd. Tallene omfatter både privat- og bedriftsmarkedet⁴. Samlet omsetning for fast bredbånd var i underkant av 8,3 milliarder kroner første halvår 2025. Det er en økning på 6,4 prosent, eller nesten 500 millioner kroner, fra første halvår 2024. Omsetningen for aksesser basert på fiber var på litt under 6,4 milliarder kroner første halvår 2025. Det er en økning på nesten 484 millioner kroner fra første halvår 2024. Omsetningen for bredbåndsakssesser basert på fiber

⁴ Alle teknologier er inkludert.

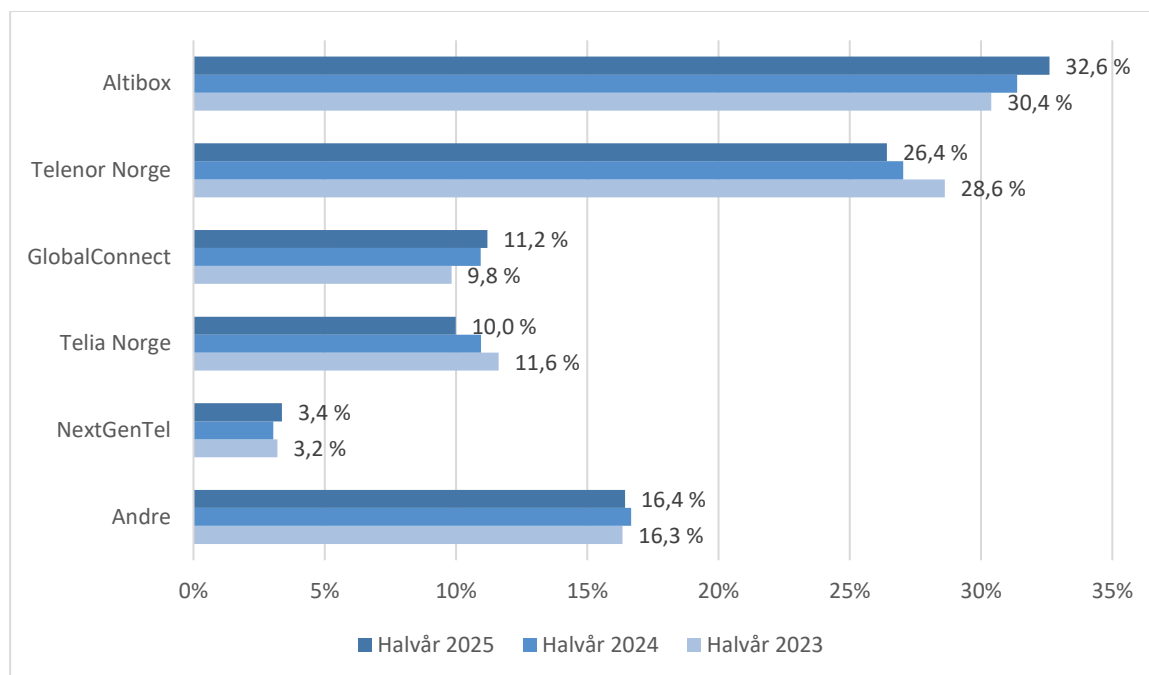
utgjorde 77 prosent av den totale omsetningen for fast bredbånd første halvår 2025. Omsetningen for fast trådløst bredbånd (FTB) var i underkant av 685 millioner kroner første halvår 2025. Dette var en økning på om lag 2,1 prosent fra første halvår 2024. Omsetningen for bredbåndsakssesser basert på kabel-TV-nett fortsetter nedgangen, med 12,6 prosent fra første halvår 2024.



Figur 17 Omsetning for fast bredbånd. Privat- og bedriftsmarkedet

Ved utgangen av første halvår 2025 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 tilbyderne⁵. Altibox-partnerne øker sin samlede markedsandel til 32,6 prosent ved utgangen av første halvår 2025. I samme periode gikk Telenors markedsandel ned fra 27 prosent til 26,4 prosent. Telia har hatt en tilsvarende nedgang fra 10,9 prosent til 10 prosent. Globalconnect har hatt en økning på 0,3 prosentpoeng, mens Nextgentel har hatt en økning på 0,4 prosentpoeng.

⁵ Alle teknologier er inkludert.

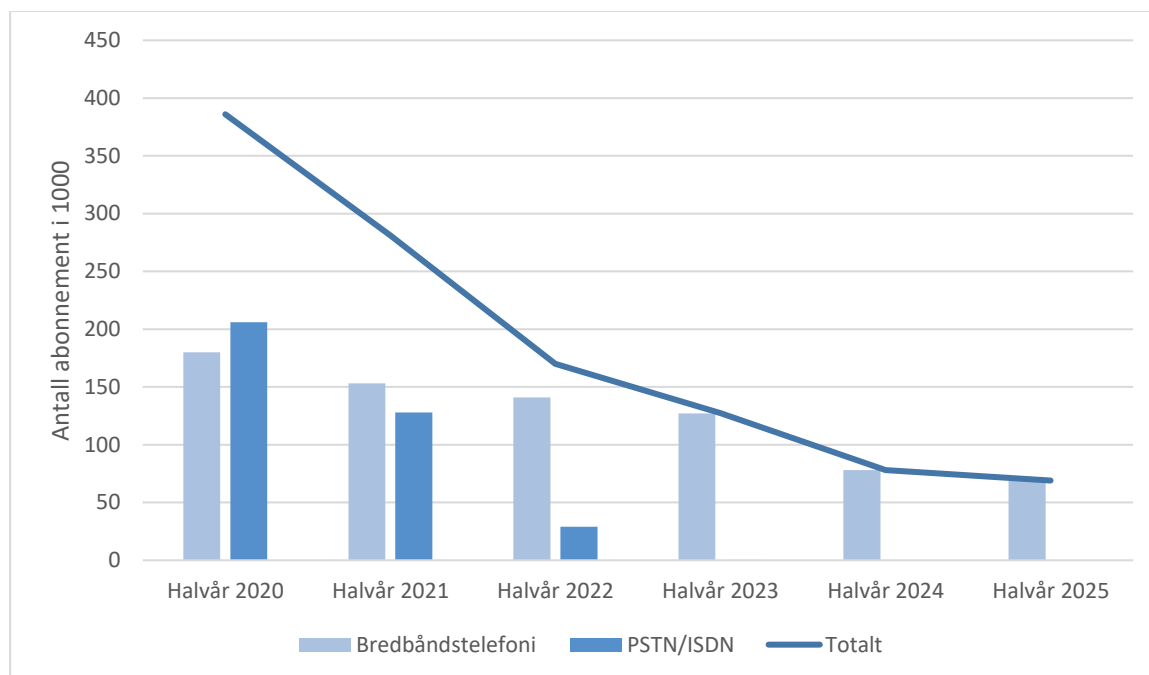


Figur 18 Markedsandeler for fast bredbånd. Alle aksessteknologier. Privat- og bedriftsmarkedet

5 Fasttelefoni

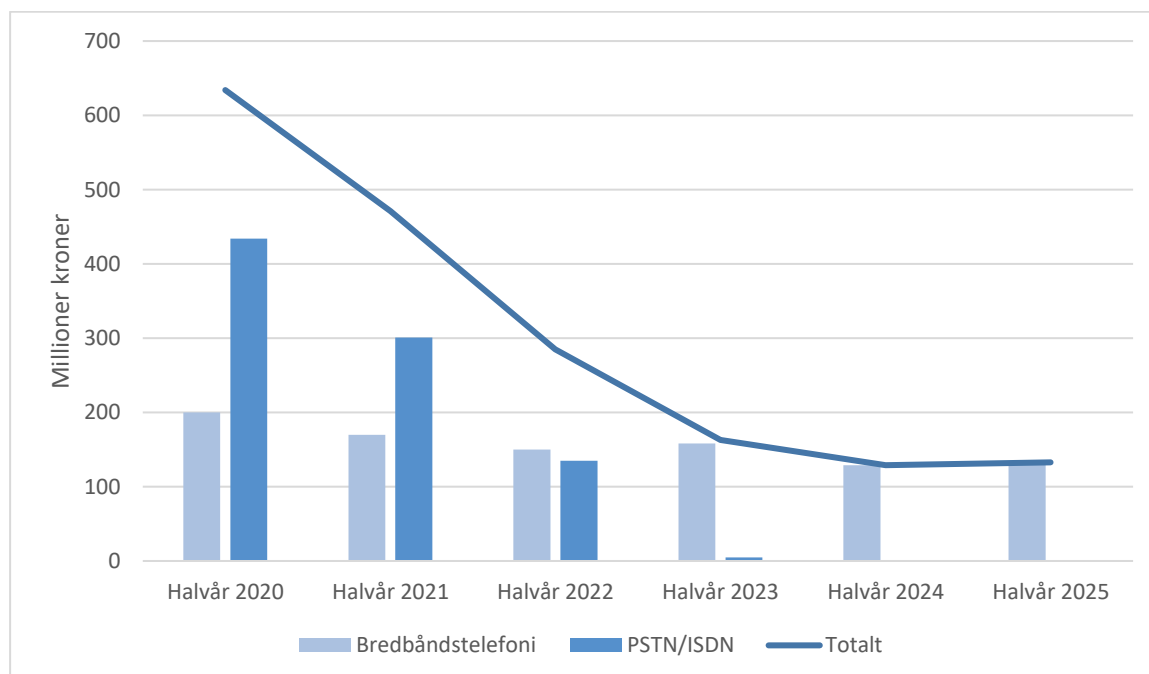
Økt bruk av mobiltelefoni og bl.a. avviklingen av kobbernettet har medført at antall abonnement for fasttelefoni er kraftig redusert. Nedgangen er generelt stor på tvers av leverandørene.

Figur 19 viser utviklingen i antall abonnement for fasttelefoni i privat- og bedriftsmarkedet samlet. Ved utgangen av første halvår 2025 var det under 69 000 abonnement. Det er en nedgang på nesten 10.000 abonnement fra første halvår 2024. Bedrift faller med nesten 2 000 abonnementer, imens privat med om lag 7 000.



Figur 19 Abonnement for fasttelefoni. Privat- og bedriftsmarkedet

Figur 20 viser at omsetningen første halvår 2025 var i overkant av 133 millioner kroner, en økning på om lag 4 millioner kroner fra første halvår 2024. Bedrift står for økningen, mens privat har en nedgang på over 2 millioner.



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 bredbåndstelefon. I tillegg kan overgangen til teknologiske alternativer, som fasttelevoni over mobilnett, bidra til denne utviklingen. Disse alternativene har brukermessige likheter med tradisjonelle fasttelevoner, men har «innmaten» til en mobiltelefon med tilhørende mobilabonnement.

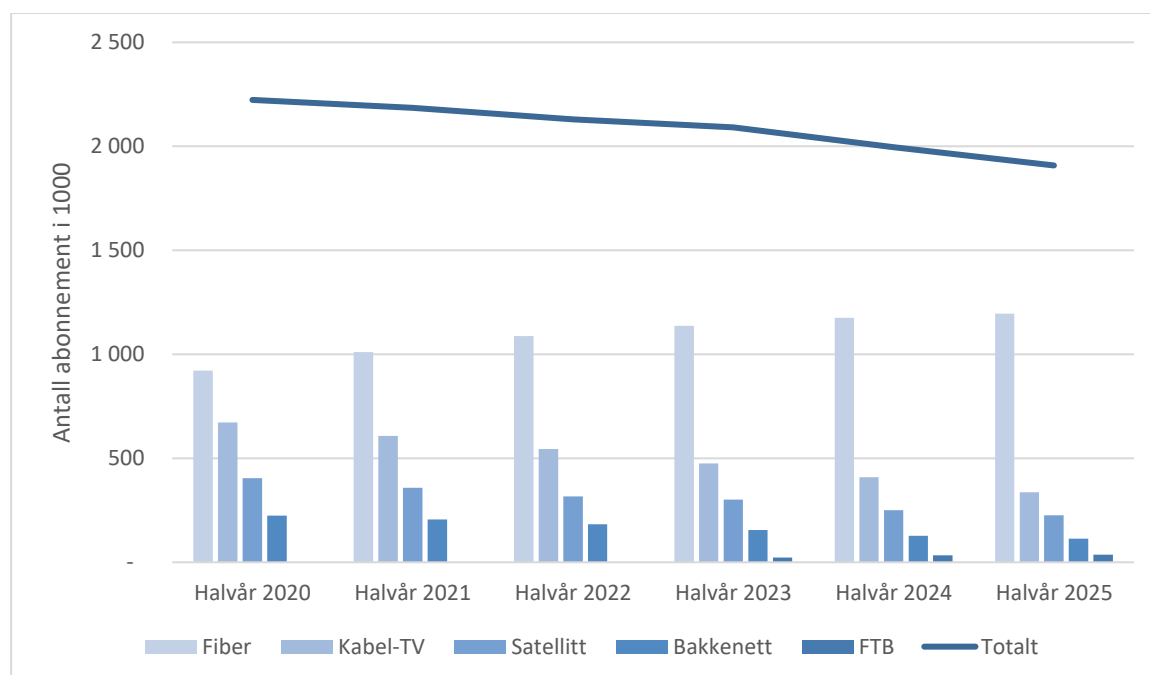
6 TV-abonnement

Utviklingen i antall TV-abonnement og endringene i forholdet mellom de aksessteknologiene som anvendes, viser økning for fiber og FTB, men nedgang for øvrige teknologier.

Figur 21 viser utviklingen i antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologier. Totalt antall abonnement ved utgangen av første halvår 2025 var i overkant av 1,9 millioner. Det er en nedgang i antall TV-abonnement på 4,3 prosent fra året før. Fiber er den største aksessteknologien med i underkant av 1,2 millioner abonnement. Fiber hadde en økning på om lag 21 000 abonnement fra første halvår 2024. Abonnement basert på fiber utgjorde nærmere 63 prosent av samtlige TV-abonnement første halvår 2025. 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 37 000 første halvår 2025, en økning på 12,4 prosent fra i fjor.

TV-abonnement

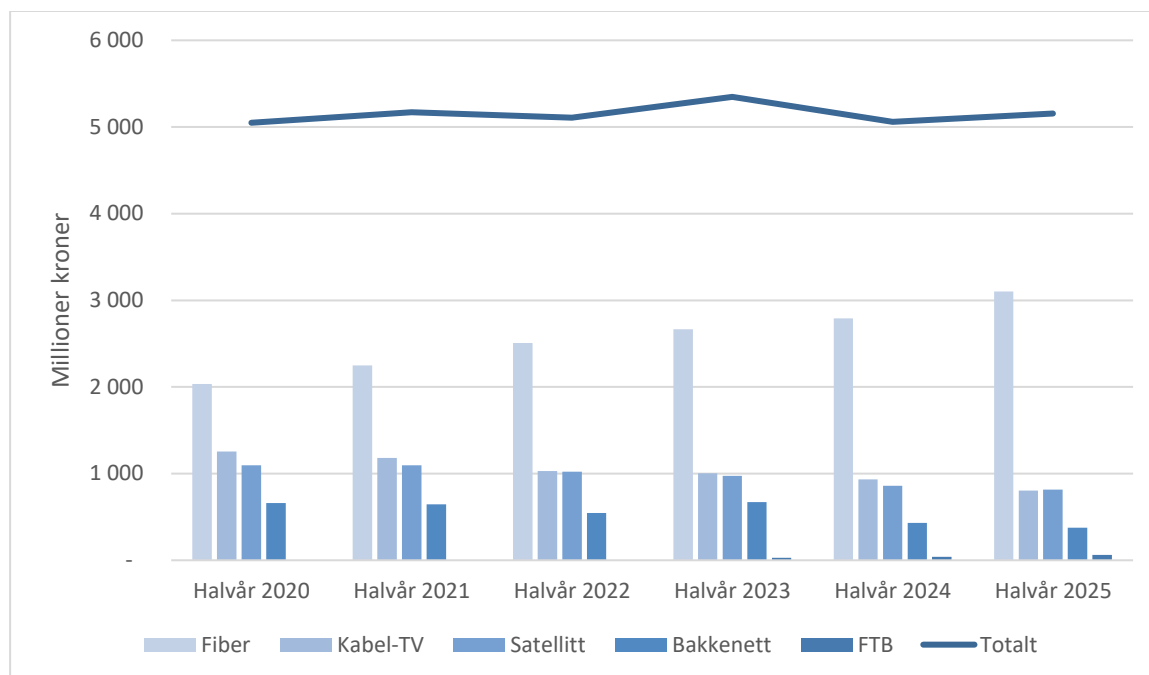
TV-abonnement omfatter betalte abonnement. Abonnement som bare omfatter strømmetjenester er ikke inkludert, men et abonnement med ordinær (lineær) TV, kan også omfatte strømmetjenester.



Figur 21 Antall TV-abonnement fordelt på aksessteknologi

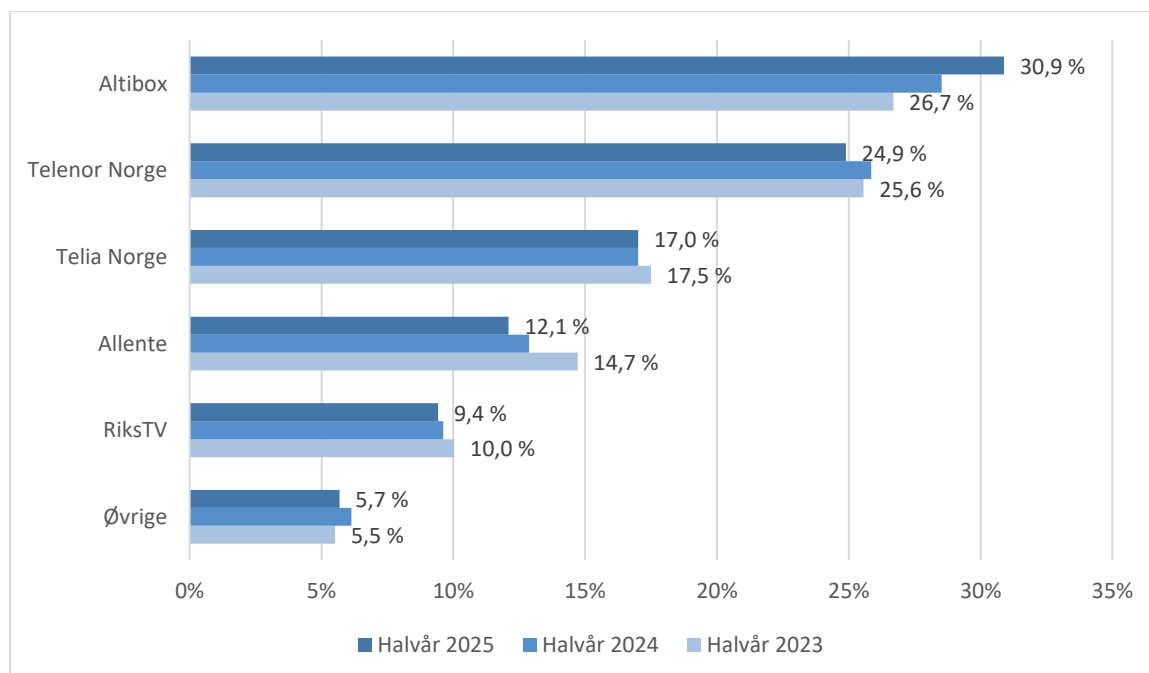
Figur 22 viser utviklingen i omsetning for TV-abonnement fordelt på aksessteknologi. Første halvår 2025 var den totale omsetningen på litt over 5,15 milliarder kroner. Omsetningen for abonnement basert på fiber var over 3,1 milliarder kroner første halvår 2025. Det var en økning på 11 prosent fra første halvår 2024. Omsetningen fra TV-abonnement basert på kabel-TV og satellitt går fortsatt ned. Det samme gjelder for bakkenettet som hadde en nedgang på over 13 prosent fra første halvår 2024. Omsetningen for TV-abonnement basert på fast trådløst bredbånd var på litt over 62 millioner første halvår 2025, en økning på over 51 prosent fra året før.

Omsetningen for TV-abonnement omfatter basisabonnement og tilleggsabonnement i form av ekstra kanalpakker og filmleie. I overkant av 94 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. Altibox er den største tilbyderer av TV-abonnement med en markedsandel på 30,9 prosent. Det er en økning fra 28,5 prosent første halvår 2024. Telenor har en markedsandel på 24,9 prosent, som er en nedgang på 0,9 prosentpoeng fra første halvår 2024. Telia har en markedsandel på 17,0 prosent første halvår 2025, som er det samme som første halvår 2024.



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 kapittelet 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.

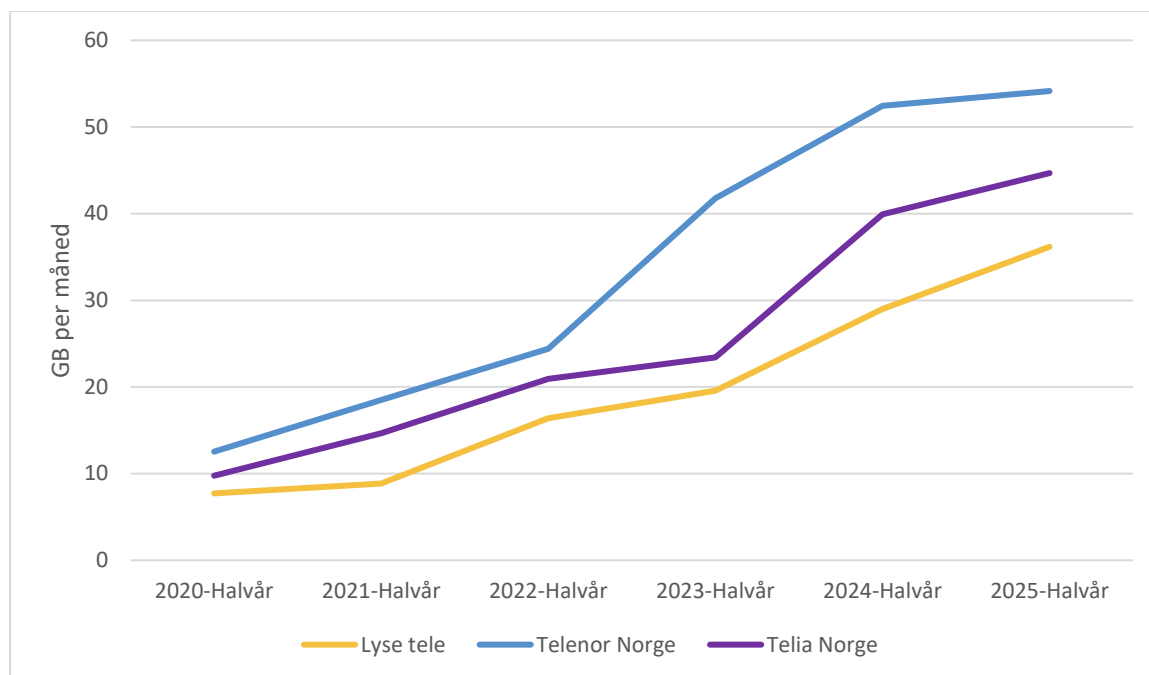
7.1 Utviklingen av datapakker i privatmarkedet for mobiltelefoni

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 gjennomsnitt⁶ av datakvoter fordelt på de tre største tilbyderne. Dette viser at alle aktørene har vekst i datakvotene. For Telenor flater kurven noe ut og har innenfor det siste året økt fra et vektete gjennomsnittet for datakvoter på 52 GB til 54 GB. Telia har økt det vektete gjennomsnittet for datakvoter fra 39 GB til å nærme seg 45 GB. Lyse ligger etter Telenor og Telia, men har økt det vektete gjennomsnittet for datakvoter det siste året fra under 29 GB til rett over 36 GB.

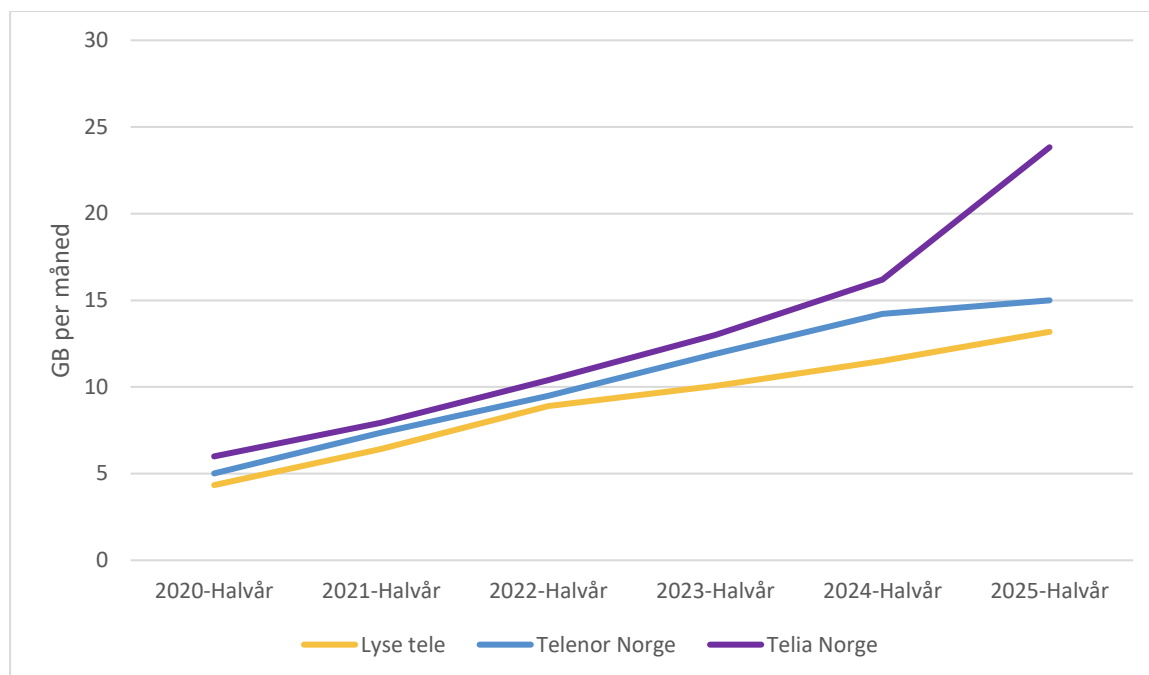
⁶ Utgangspunktet for det vektete gjennomsnitt er de aktuelle kategoriene av datakvoter, hvor det vektete gjennomsnittet er beregnet utfra den prosentvise fordelingen av abonnement mellom datakvoter fordelt på den enkelte tilbyder. F.eks. utregningen for «Fra og med 1 GB til 5 GB» endres til et punkt 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.



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 2024 til første halvår 2025 økte datavolumet for mobiltelefoni med over 21 prosent. Økningen i datavolumet kan tilskrives de tre store tilbyderne av mobiltelefoni Telenor, Telia og Lyse. Dersom vi bryter dataene ned på den enkelte tilbyder og i tillegg fordeler datavolumet på antall abonnenter per måned, viser Figur 25 at Telias kundemasse forbruker mest data, mens Lyses kunder bruker minst av de tre tilbyderne. Utviklingen siste året viser at Telias kundemasse har hatt en kraftig vekst (på 32 prosent) i forbruk av data, og selv om Lyses kunder bruker minst data så nærmer de seg forbruket til Telenors kunder.



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

Settes datavolumet i sammenheng med datakvotene, er det fremdeles store differanser mellom hva som blir brukt av data og abonnementenes datakvoter. Telenors vektete gjennomsnitt på datakvoter er, som omtalt, litt i overkant av 54 GB, mens det gjennomsnittlige forbruket per abonnement er på ca. 15 GB. Lyse har et betydelig lavere vektete gjennomsnitt på abonnementenes datakvoter, på litt i overkant av 36 GB. Likevel er det en stor differanse ned til det gjennomsnittlige forbruket, på i overkant av 13 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.

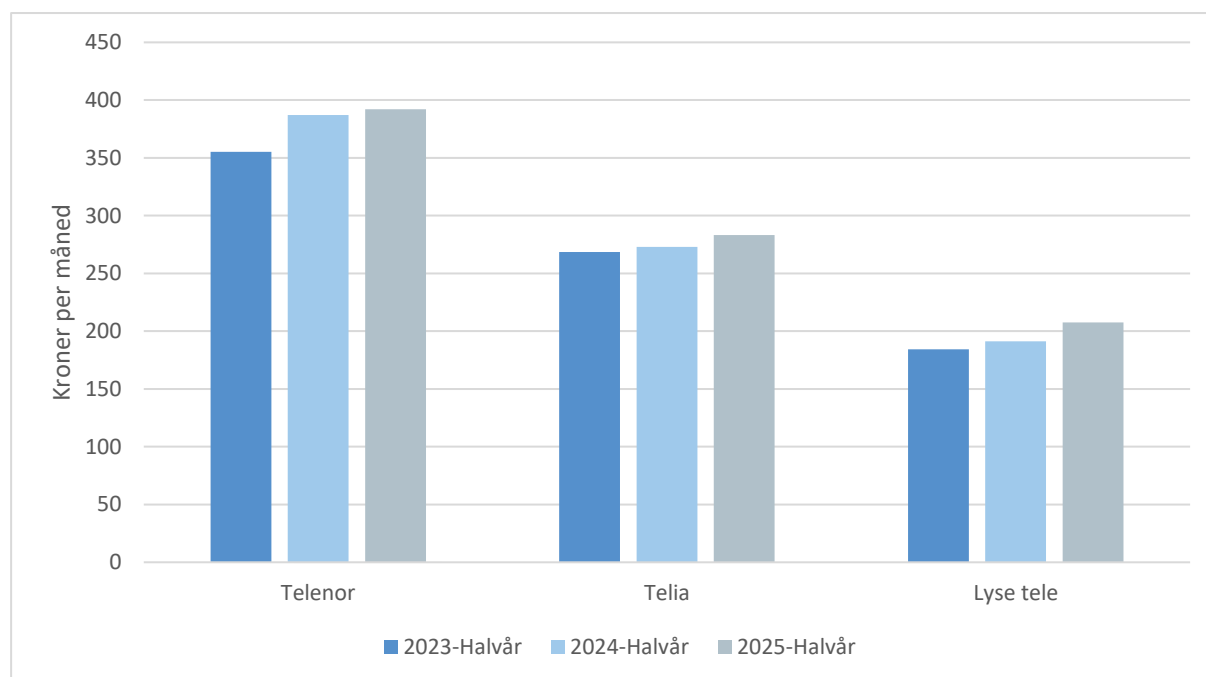
7.1.2 Omsetning per privatabonnement

Figur 26 viser utviklingen i omsetning per abonnement (ARPU) for mobilabonnement. Utrekningene tar ikke tatt hensyn til inflasjon.

Alle de aktuelle tilbyderne har hatt økt omsetning per abonnement fra første halvår 2024 til første halvår 2025. Lyse har hatt den største økningen i ARPU på over 8 prosent. Telia har hatt en økning på nesten 3,8 prosent, mens Telenor økte sin ARPU med rett over 1,3 prosent.

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 abonnemeter og sikre omsetningen «flyttes» flere og flere av abonnentene til abonnemeter 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 7,5 prosent fra første halvår 2024 til første halvår 2025. Differansen mellom veksten i abonnement og omsetning indikerer at også Lyse har økt volum av abonnement som gir høyere omsetning.



Figur 26 Omsetning per abonnement for mobiltelefoni. Privat

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.

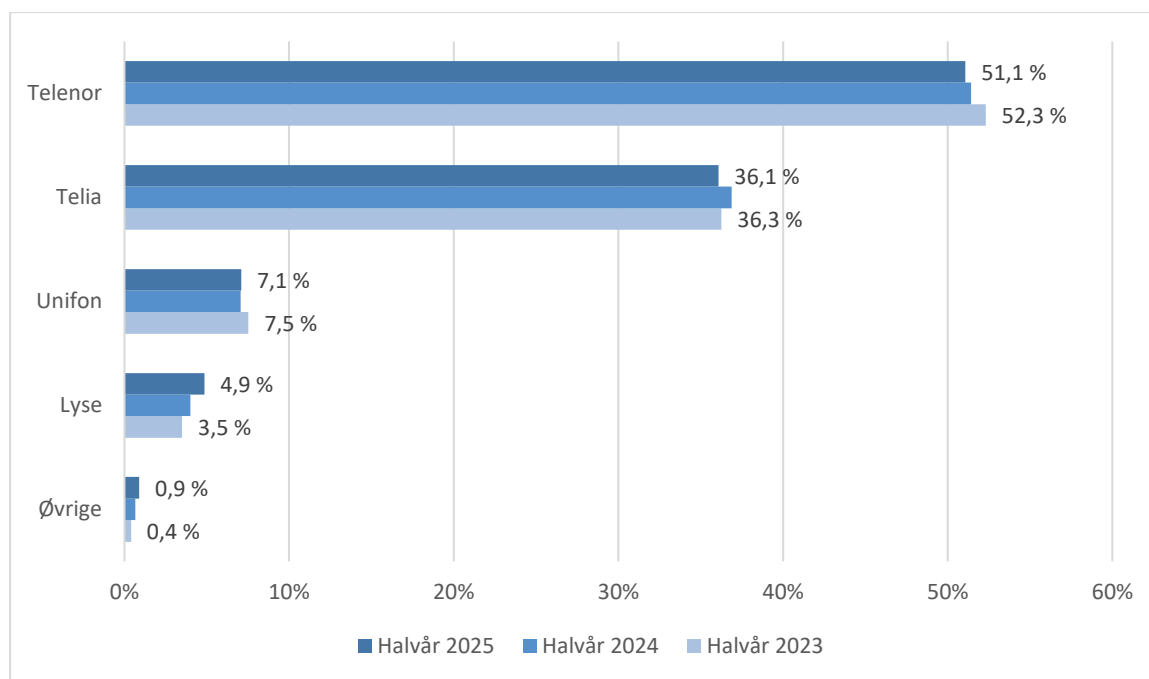
7.2 Utviklingen i markedsposisjoner i bedriftsmarkedet

Bedriftsmarkedet utgjør i overkant av 30 prosent av den samlede omsetning for elektroniske kommunikasjonstjenester. Det var en liten økning i det samlede antall abonnement i bedriftsmarkedet fra første halvår 2024 til første halvår 2025. Primært er økning relatert til segmentene mobiltelefoni og fast bredbånd. Omsetningen har på samme måten en økning, spesielt i de samme segmentene.

7.2.1 Mobiltelefoni i bedriftsmarkedet

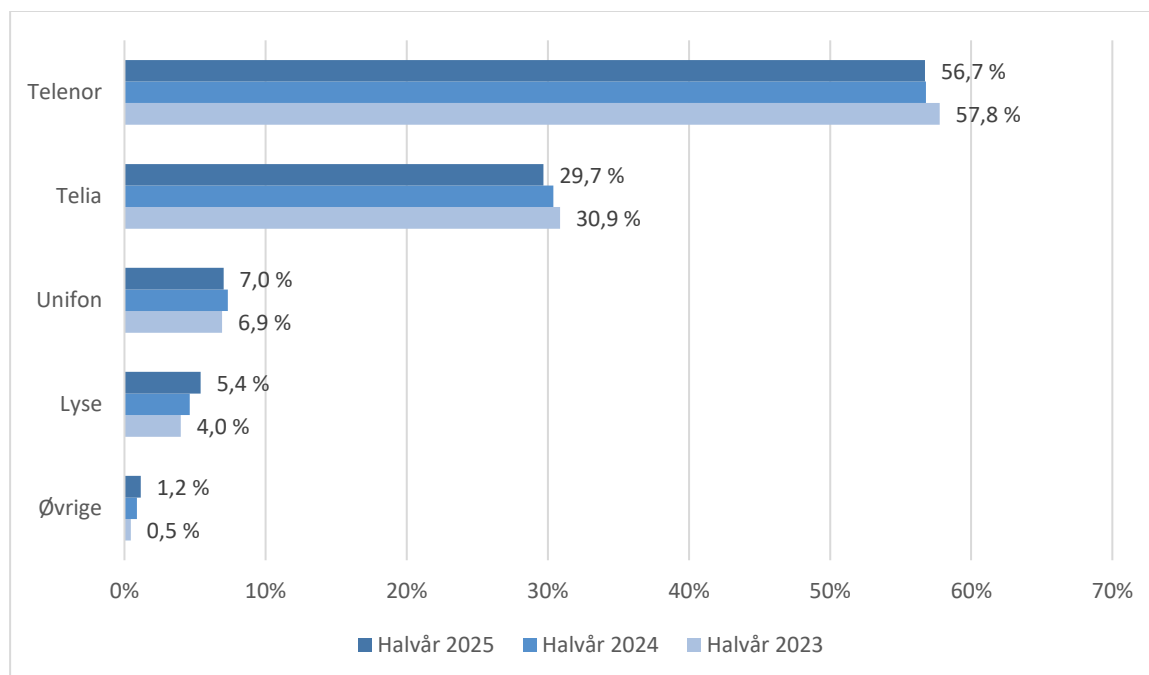
Antall abonnement økte med over 25 000 i bedriftsmarkedet for mobiltelefoni fra utgangen av første halvår 2024 til utgangen av første halvår 2025. Den største økningen står Lyse for med over 16.000 abonnement, og dernest Telenor som øker antall abonnenter med nesten 7 000 det siste året. Telia har en liten nedgang i abonnementstallene. Telenor har en nedgang i markedsandelene fra litt i

overkant av 51,4 prosent første halvår 2024 til 51,1 prosent i første halvår 2025 (Figur 28). Telia hadde en økning i markedsandelene i fjor, men hadde en nedgang på 0,8 prosentpoeng til 36,1 prosent første halvår 2024. Unifons markedsandeler er stabil fra i fjor på 7,1 prosent, mens Lyse økte markedsandelene med 0,9 prosentpoeng til om lag 4,9 prosent i første halvår 2025.



Figur 278 Markedsandeler (basert på abonnement) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet

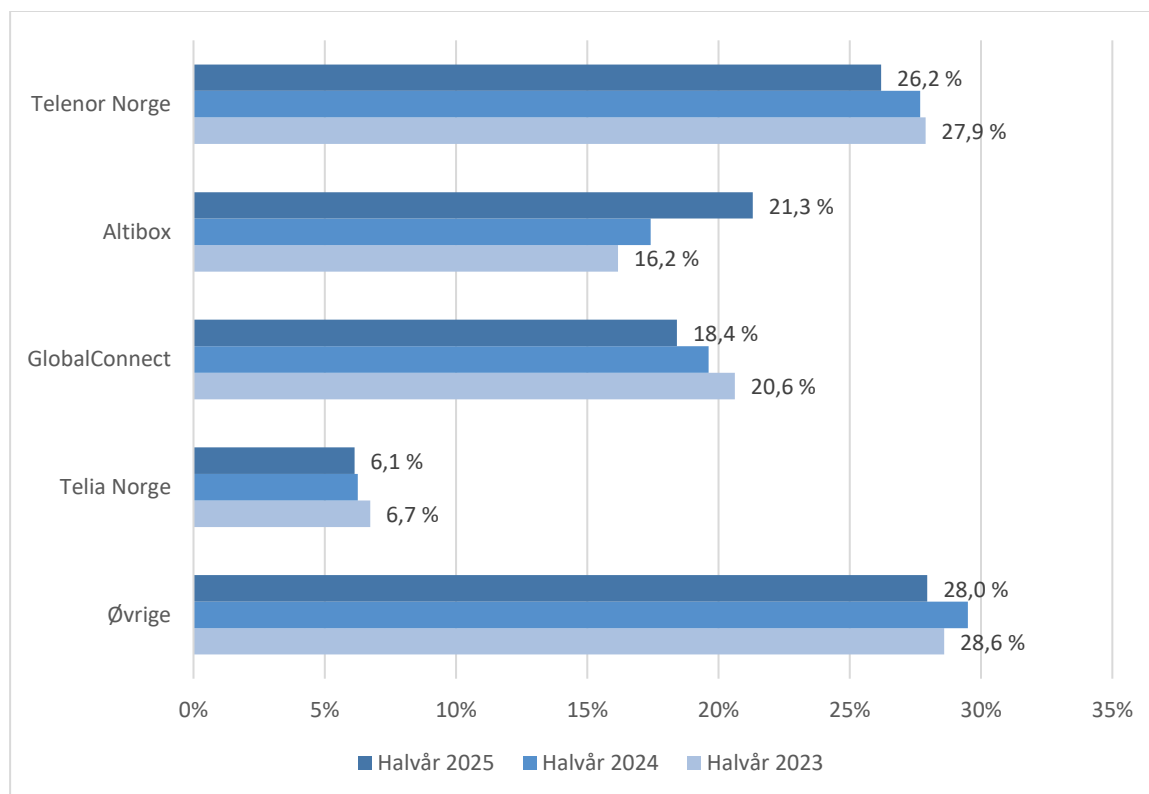
Figur 28 viser at Telenor, Lyse og øvrige (spesielt SMB mobil) har hatt en økning i sine markedsandeler basert på omsetning det siste året, mens Telia og Unifon har hatt en nedgang. Til tross for økt omsetning reduseres Telenors markedsandel med 0,1 prosentpoeng fra første halvår 2024. Lyse øker med 0,8 prosentpoeng til 4,9 prosent markedsandel.



Figur 289 Markedsposisjon (basert på omsetning) for mobiltelefoni. Bedriftsmarkedet

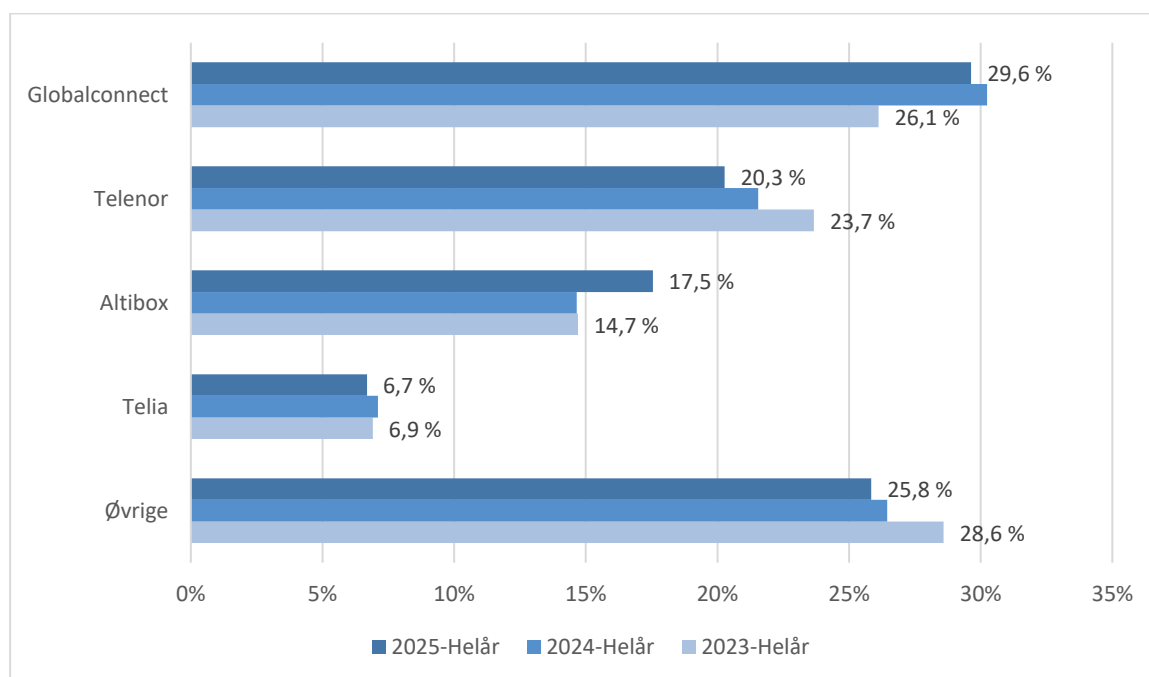
7.2.2 Fast bredbånd bedriftsmarkedet

Antall aksesser økte i bedriftsmarkedet for fast bredbånd fra om lag 164 000 i første halvår 2024 til om lag 169 000 i første halvår 2025, en økning på under en prosent. Alle tilbydere har en nedgang i nominelle antall aksesser, med unntak av Altibox og Telia som har økt aksesser med hhv 26 prosent og om lag 1 prosent. Telenor har fremdeles den høyeste markedsandelen basert på aksesser.



Figur 30 Markedsandeler (basert på aksesser) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet

Omsetning for fast bredbånd på bedriftsmarkedet var første halvår 2024 på i overkant av 2 milliarder. Dette var en økning på over 8,7 prosent fra første halvår 2023, hvilket impliserer at omsetningen per aksess har økt vesentlig siste året.



Figur 291 Markedsposisjon (basert på omsetning) for fast bredbånd. Bedriftsmarkedet

Figur 291 viser en nedgang i markedsposisjonen for Globalconnect, selv om det er over 9 prosentpoeng ned til neste. Telenor har også en nedgang fra 21,6 prosent i første halvår 2024 til 20,3 prosent i første halvår 2025. Altibox har økt deres markedsandeler til over 17,5 prosent (14,7 prosent i første halvår 2024). Telias markedsandeler er i første halvår 2025 på 6,7 prosent. I «øvrige» kategorien har Starlink i løpet av de siste to årene økt deres markedsandeler til over 5 prosent.