

Autoriteit
Consument & Markt



Telecommonitor Q1 2015

Openbare rapportage



Telecommonitor

Openbare rapportage

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) publiceert elk kwartaal de marktcijfers van de telecomsector. De Telecommonitor laat de ontwikkelingen zien op het gebied van mobiele diensten, vaste telefonie, breedband, zakelijke netwerkdiensten, televisie en bundels op basis van cijfers van de belangrijkste partijen in de telecomsector.

Voor de Telecommonitor verstrekken de grootste partijen in de sector periodiek gegevens over hun activiteiten. ACM controleert deze gegevens. Zo houdt ACM een vinger aan de pols bij de ontwikkelingen op de diverse markten. De cijfers vormen een belangrijke basis voor de driejaarlijkse marktanalyses van ACM.



Inhoudsopgave

Trends Q1 2015	p. 4
Mobiel	p. 6
Vaste Telefonie	p. 15
Breedband	p. 30
Zakelijke netwerkdiensten	p. 42
Televisie	p. 47
Multi play	p. 54
Bevraagde marktpartijen	p. 59

Trends Q1 2015

Mobiele markt

Het afgelopen kwartaal is het aantal Machine-to-Machine (M2M) aansluitingen met bijna 18% gegroeid tot 2,5 miljoen aansluitingen. Het gaat hierbij om apparaten (zoals tablets, navigatiesystemen, alarmsystemen, slimme energiemeters en snoepautomaten) die via een internetaansluiting gegevens met elkaar uitwisselen.

Daarnaast blijft het aantal verbruikte mobiele belminuten verder stijgen (tot 6,8 miljard verbruikte minuten). OTT-telefonie diensten, zoals Skype en bellen via WhatsApp, hebben dus een relatief beperkte impact op het aantal belminuten dat wordt verbruikt. Een mogelijke verklaring is dat mobiele operators steeds vaker onbeperkte belbundels aanbieden, waarbij klanten gestimuleerd worden om via de operator te blijven bellen.



Uit de telecommonitor blijkt verder dat in het eerste kwartaal mobiele dataverkeer met 6,9% is gestegen tot ruim 21 miljard MB. Wel is de groei van het dataverbruik ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar verder afgevlakt.

Vaste telefonie

De belangrijkste trend op de vaste telefonie markt is dat het aantal VoB (Voice over Broadband) aansluitingen het afgelopen kwartaal verder is gestegen ten koste van de traditionele verbindingen (ISDN/PSTN).

Breedband

De opvallendste trend in de breedband markt is dat het aantal DSL-aansluitingen voor het eerst sinds het tweede kwartaal van 2010 is gestegen (met 11.000 aansluitingen). De groei van het aantal DSL-aansluitingen kan worden verklaard doordat steeds meer klanten worden aangesloten op 'geüpgraded' koper. Op 'geüpgraded' koper zijn snelheden tussen de 30 en 200 Mbits/s mogelijk. KPN zal in de komende periode zijn kopernetwerk verder upgraden, en daarom is de verwachting dat het aantal DSL-aansluitingen met een hoge internetsnelheid ook de komende kwartalen verder zal gaan stijgen.

Een andere opvallende trend is de stijging van het aantal kabelaansluitingen met een snelheid tussen de 30 en 100 Mbits/s. De voornaamste reden van deze stijging is dat Ziggo het afgelopen kwartaal de snelheden van zijn goedkoopste abonnementsvormen heeft verhoogd, waardoor deze klanten nu vallen binnen de 30 tot 100 Mbits/s categorie (i.p.v. 10 tot 30 Mbits/s).

Trends Q1 2015

Verder kiezen glasvezelklanten steeds vaker voor een verbinding met een internetsnelheid boven de 100 Mbits/s. In het afgelopen kwartaal is het aantal klanten met een verbinding boven de 100 Mbits/s met 10% gestegen. In het afgelopen kwartaal zijn er 60.000 nieuwe glasvezelaansluitingen bijgekomen, en waarvan de helft met een internetsnelheid boven de 100 Mbits/s.

Zakelijke netwerkdiensten

Uit de telecommonitor blijkt dat het aantal zakelijke retailglaansluitingen het afgelopen jaar met meer dan 4% is gestegen. Een mogelijke reden is dat zakelijke eindgebruikers steeds vaker gebruik maken van clouddiensten, waarbij een relatief hoge uploadsnelheid nodig is. Zakelijke eindgebruikers kiezen steeds vaker voor een zakelijke glasaansluiting om aan hun groeiende bandbreedte behoefte te kunnen voldoen.



Verder is de markt voor hoge kwaliteit WBT (overboeking 1:2 t/m 1:20) en huurlijnen (overboeking 1:1) het afgelopen jaar met 8,6% gedaald. Mogelijk zorgen toegenomen breedbandsnelheden ervoor dat lage kwaliteit WBT-aansluitingen steeds vaker voldoen voor de levering van zakelijke netwerkdiensten.

Televisie

In het eerste kwartaal van 2015 is het aantal analoge televisieaansluitingen volgens de telecommonitor flink afgenomen. De oorzaak hiervan is dat Ziggo geen onderscheid meer kan maken tussen analoge en digitale televisie, omdat niet langer een smartcard nodig is om digitale televisie te kijken. Daarom zijn alle Ziggo-aansluitingen die voorheen in de categorie 'Analoog' vielen verplaatst naar de categorie 'Analoog + digitaal'.

Multi play

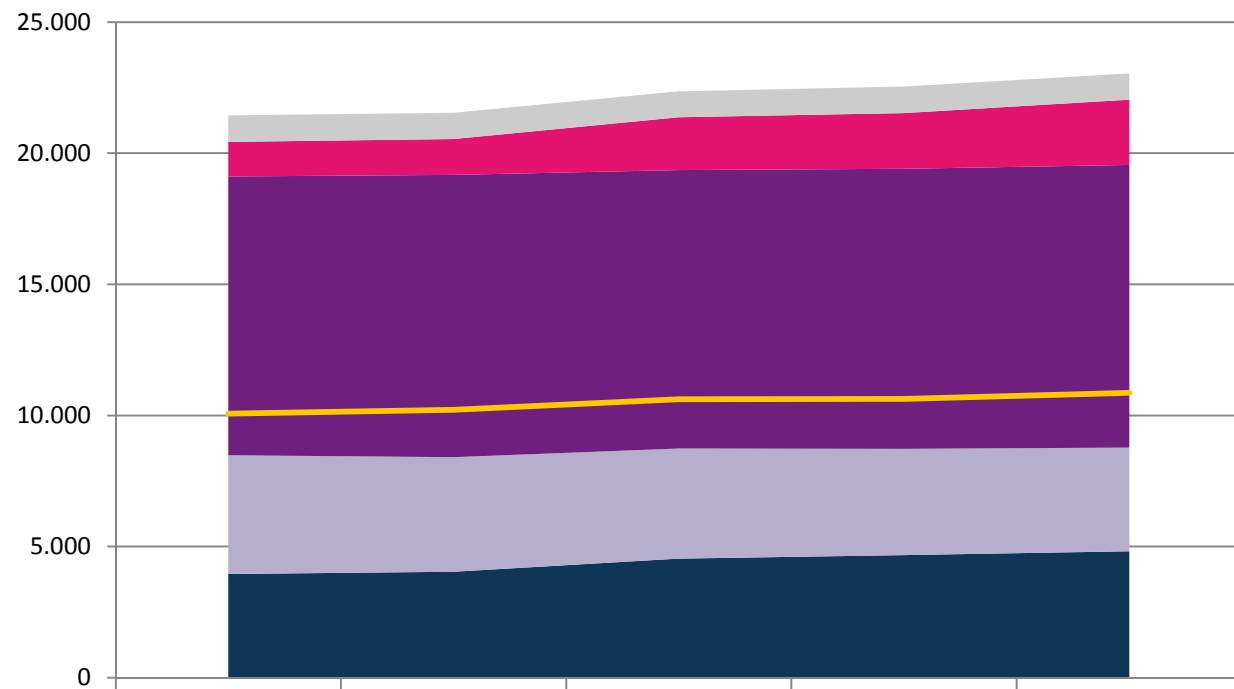
Uit de telecommonitor blijkt dat het aantal bundelaansluitingen voor het eerst is gestegen tot boven de zes miljoen. Breedband is hierbij de dienst die het vaakst in een bundel met televisie, vaste telefonie en/of mobiel wordt verkocht. In totaal worden 86% van alle breedbandaansluitingen afgenomen in een bundel.

Mobiel

Retailaansluitingen



Aantal aansluitingen x1.000

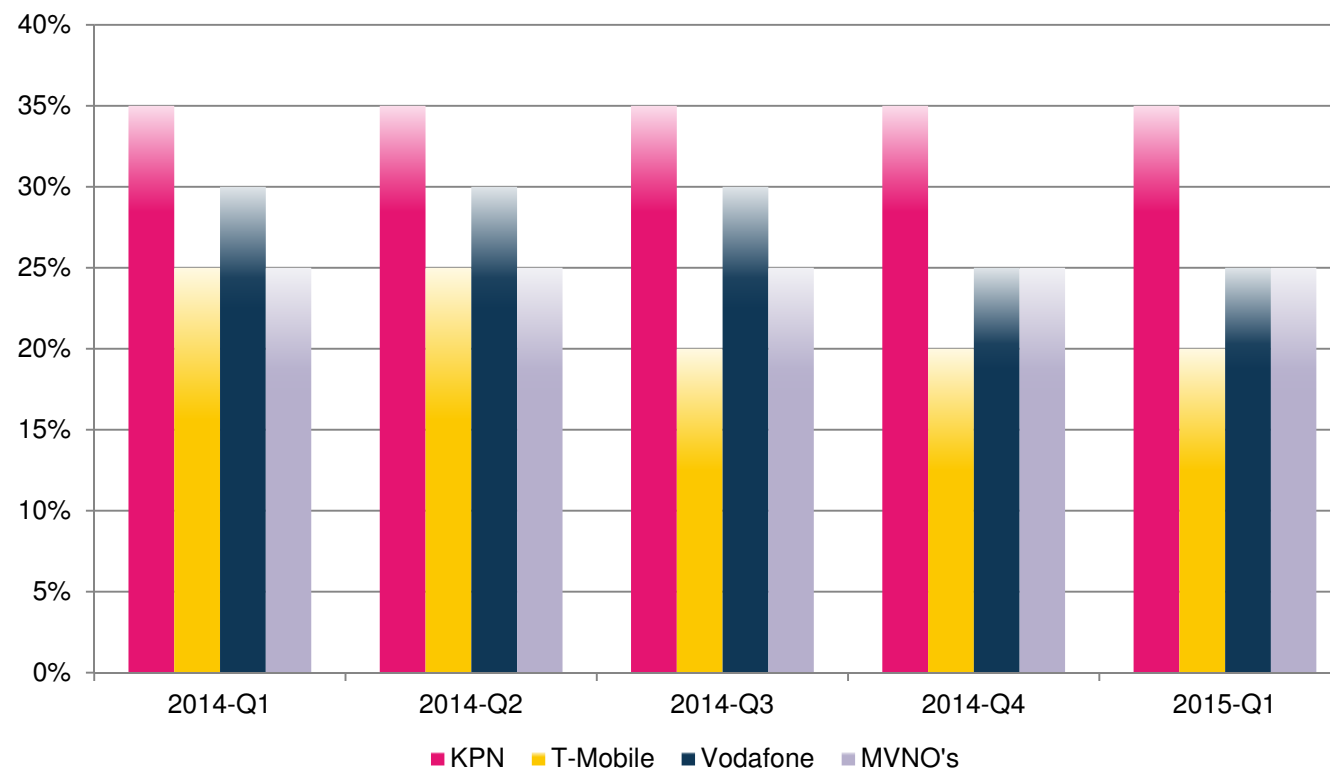


	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
Data only mobiele aansluitingen	1.017	1.002	993	1.010	998
M2M	1.315	1.365	2.003	2.121	2.500
Postpaid MNO	10.625	10.763	10.624	10.678	10.769
Prepaid MNO	4.535	4.373	4.195	4.059	3.957
Aansluitingen MVNO	3.953	4.041	4.541	4.670	4.819
Mobiele bundel (data en spraak) aansluitingen	10.064	10.213	10.617	10.625	10.857

Op basis van vragen 10_A1_1_1-2-3-4, 10_A1_2_1-2-3-4, 10_A1_3_1-2-3-4, 10_A1_4_1 en 10_B3_1_1-2-3 van de Telecommonitor

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. aansluitingen

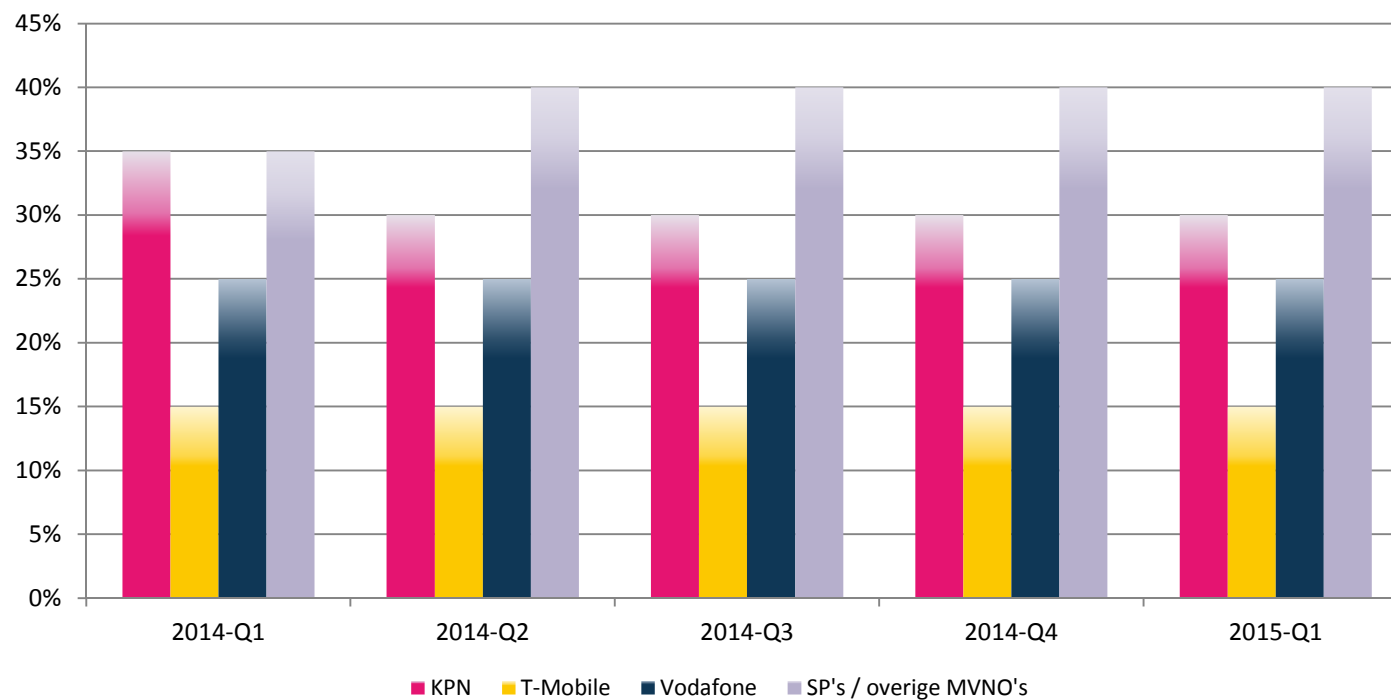


	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
T-Mobile	[20-25%]	[20-25%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]
Vodafone	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]
MVNO's	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]

Op basis van vragen 10_A1_1_1, 10_A1_2_1, 10_A1_3_1, en 10_B3_1_1 van de Telecommonitor

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. spraak only aansluitingen

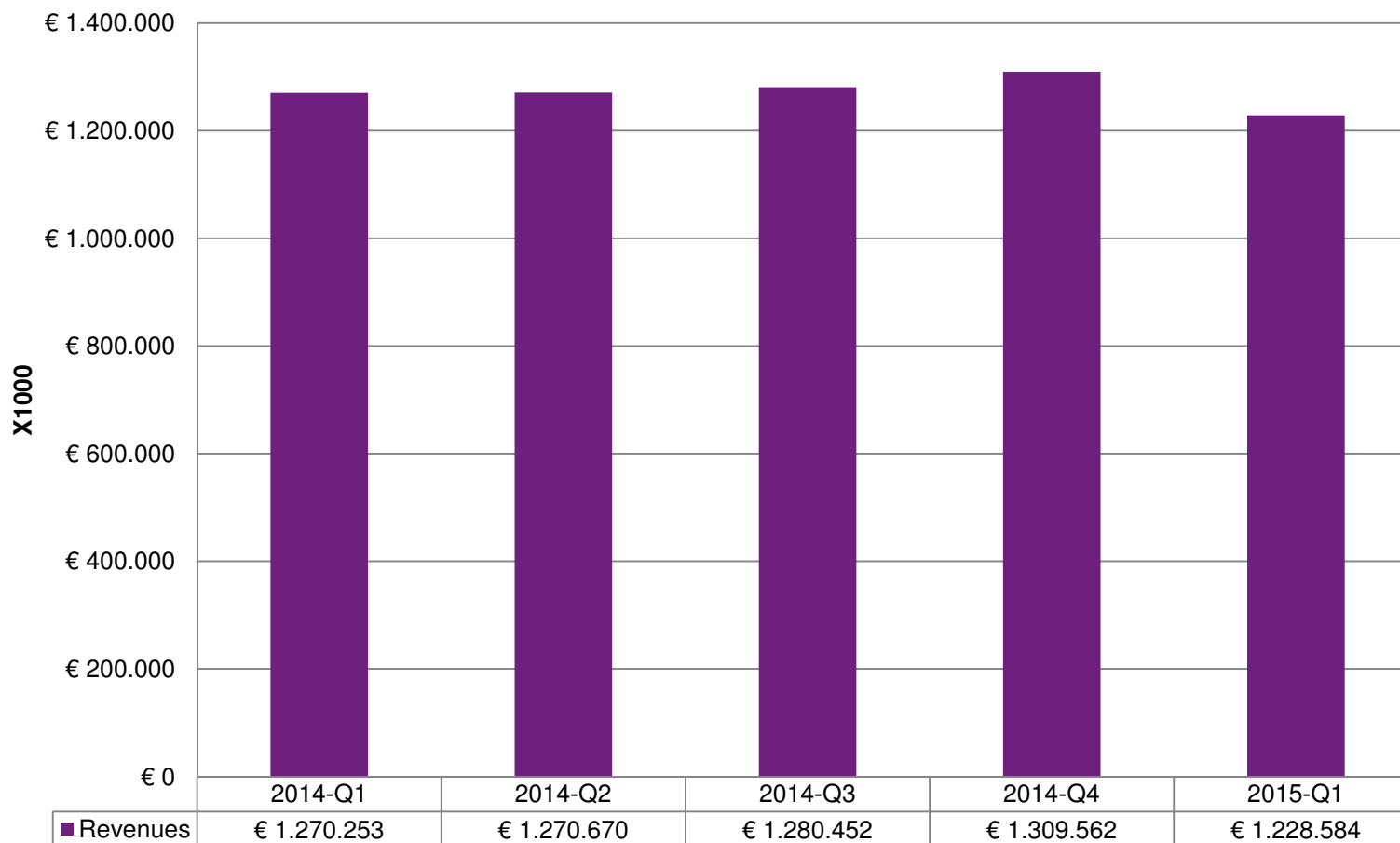


	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
T-Mobile	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Vodafone	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
MVNO's	[30 - 35%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]

Op basis van vragen 10_A1_1_1, 10_A1_2_1, 10_A1_3_1, en 10_B3_1_1 van de Telecommonitor

Mobiel

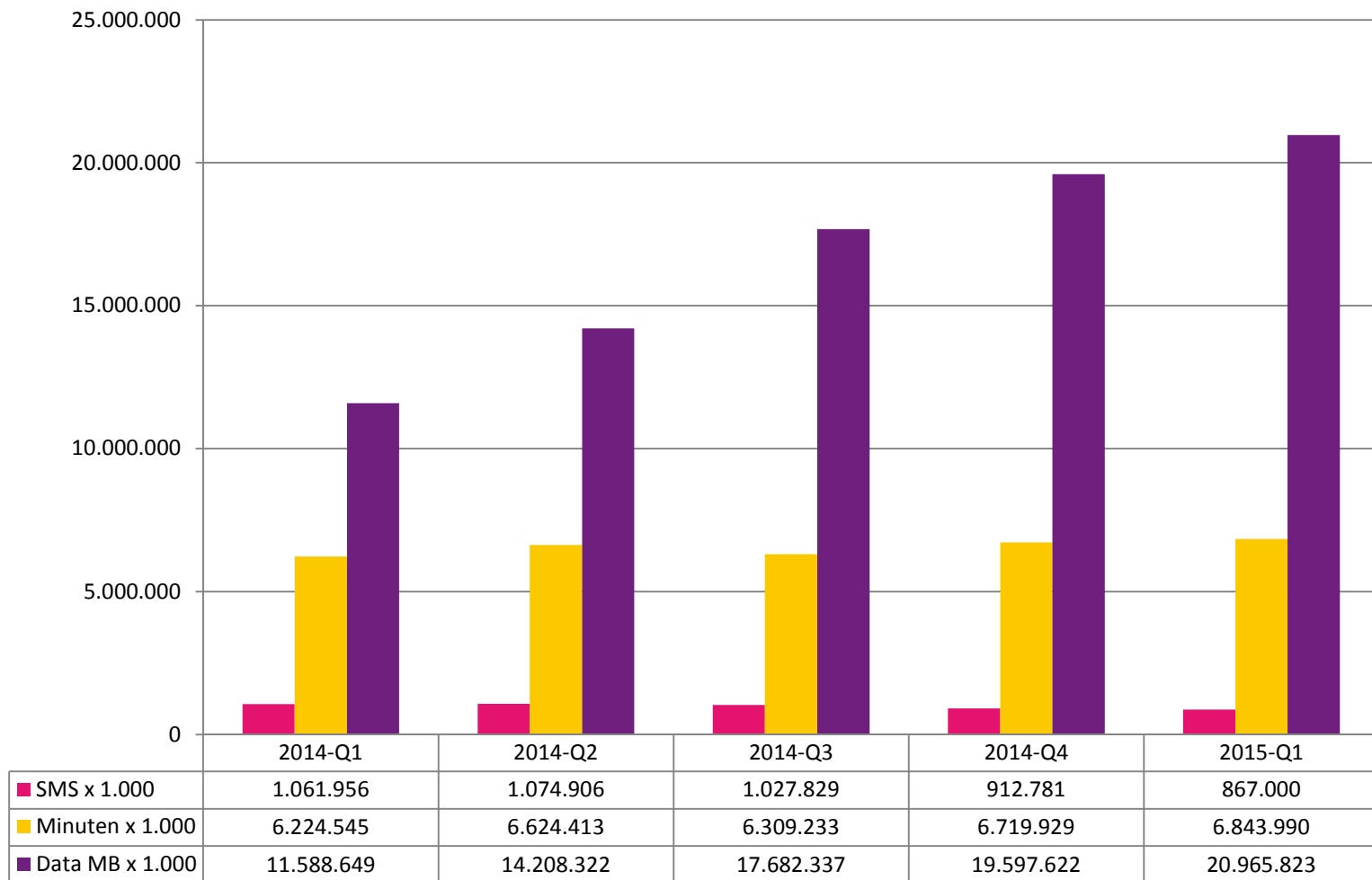
Retailomzet Mobiele Netwerk Operators (MNO's)



Op basis van vragen 10_A2_1-2-3-4, 10_A2_2-2-3-4, 10_A2_3-2-3-4, en 10_A2_4-2-3 van de Telecommonitor

Mobiel

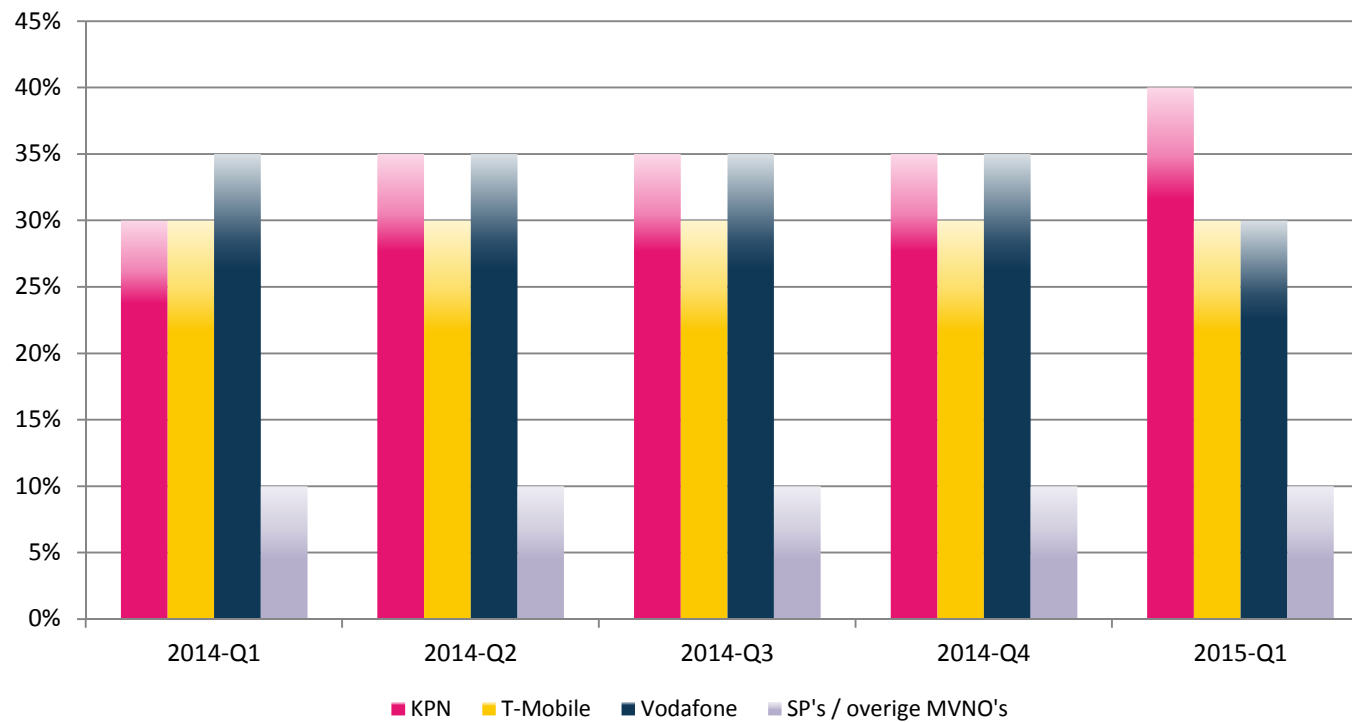
Retailvolume belminuten, data en SMS



Op basis van vragen 10_A3_1_1-2-3, 10_A3_2_1-2-3, 10_A3_3_1-2-3, 10_A3_4_1-2-3, en 10_B3_1_1-2-3 van de Telecommonitor

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. dataverbruik

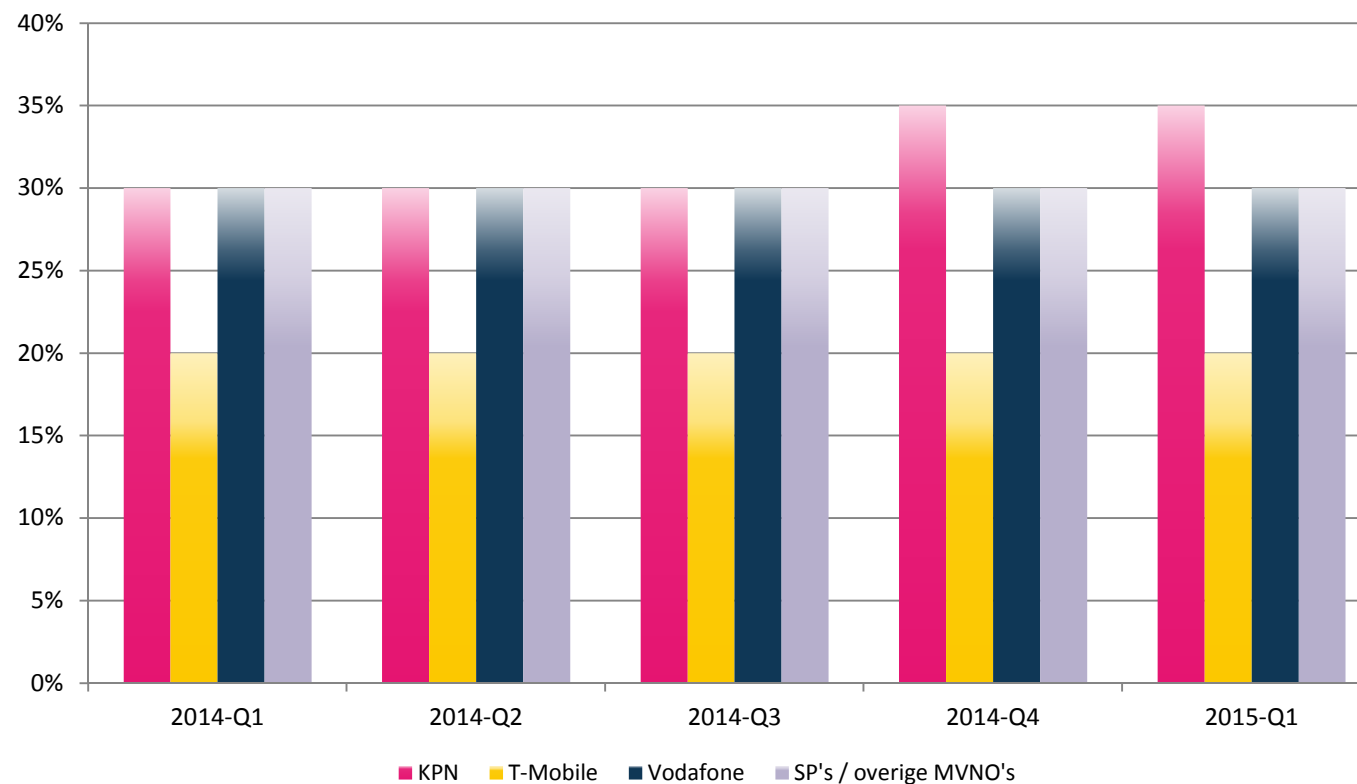


	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[35 - 40%]
T-Mobile	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Vodafone	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[25 - 30%]
MVNO's	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 10_A3_1_3, 10_A3_2_3, 10_A3_3_3, 10_A3_4_2, en 10_B3_1_3 van de Telecommonitor

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. verbruikte belminuten



	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
T-Mobile	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]
Vodafone	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
MVNO's	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]

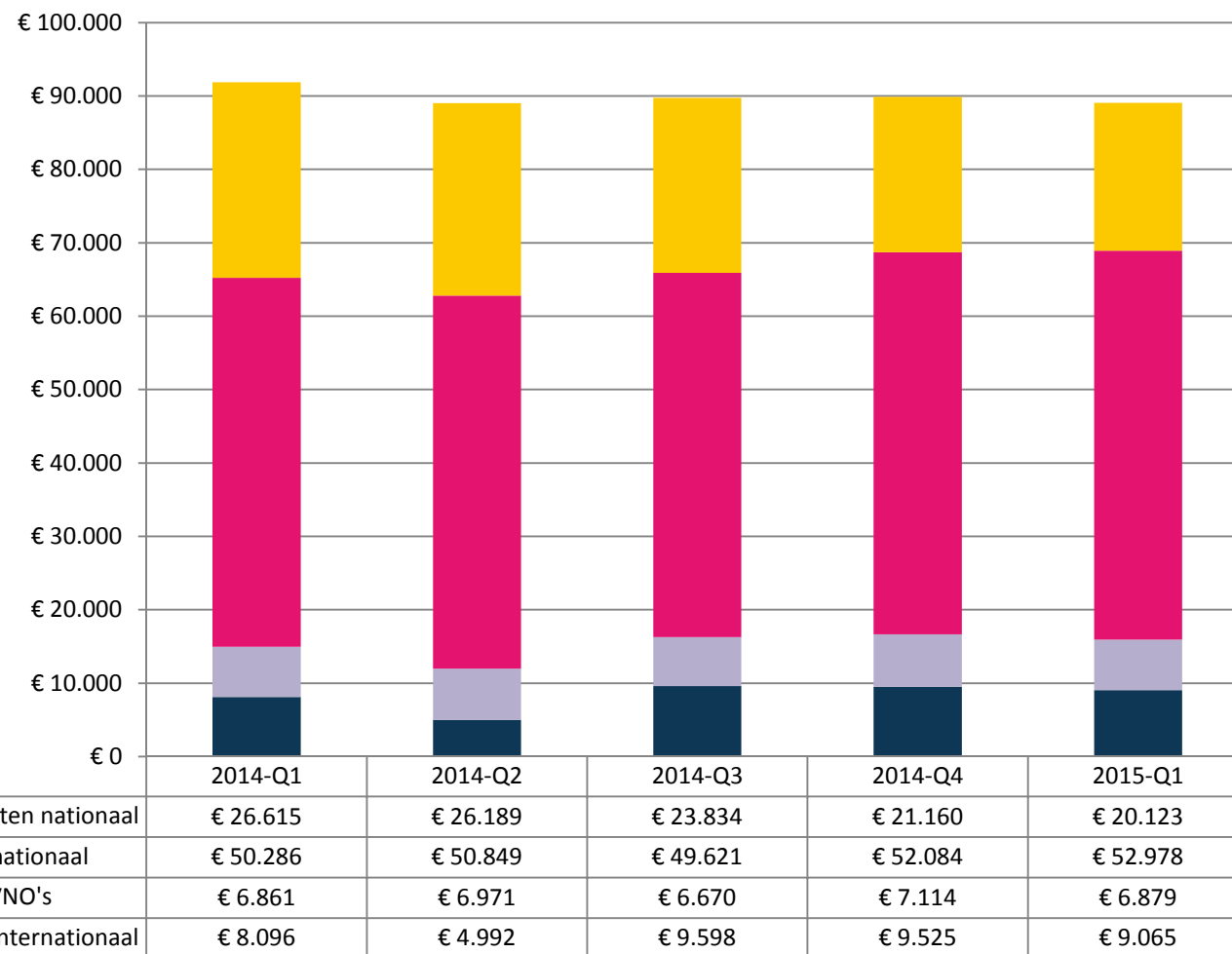
Op basis van vragen 10_A3_1_1, 10_A3_2_1, 10_A3_3_1, 10_A3_4_1, en 10_B3_1_1 van de Telecommonitor

Mobiel

Wholesale omzet gespreksafgifte



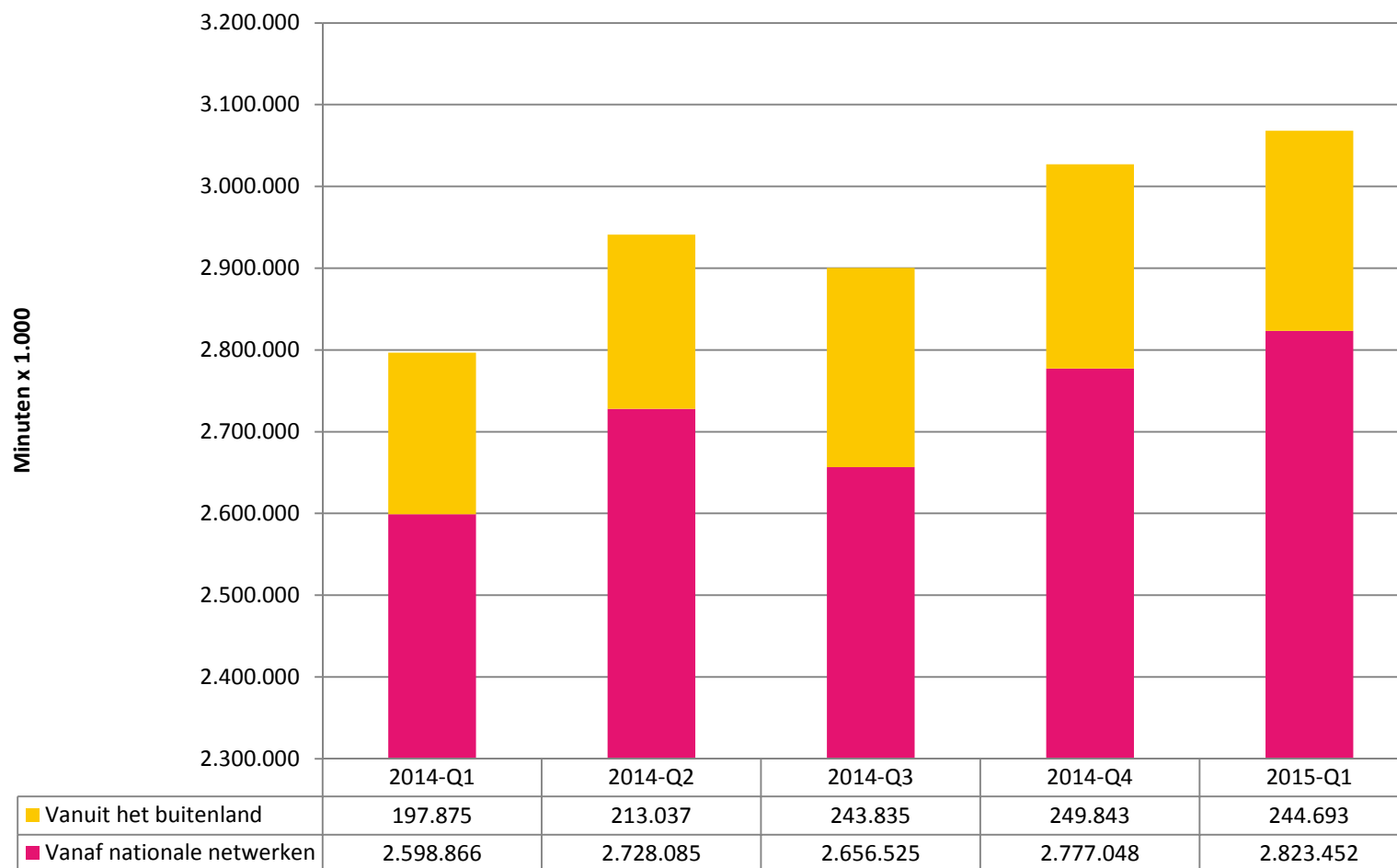
x €1.000



Op basis van vragen 10_C1_1_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Mobiel

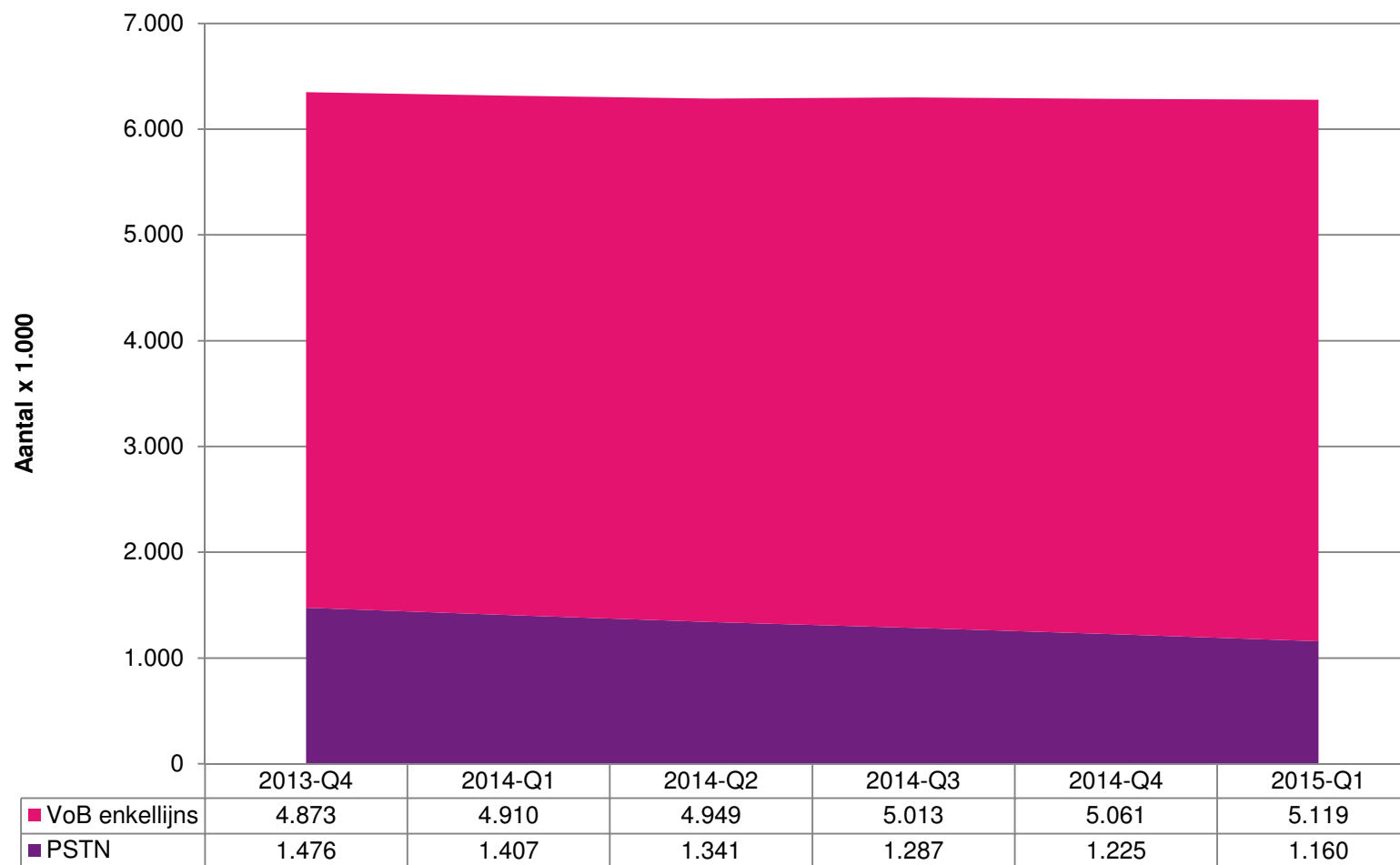
Wholesale volume gespreksafgifte (exclusief onnet)



Op basis van vragen 10_C2_1_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

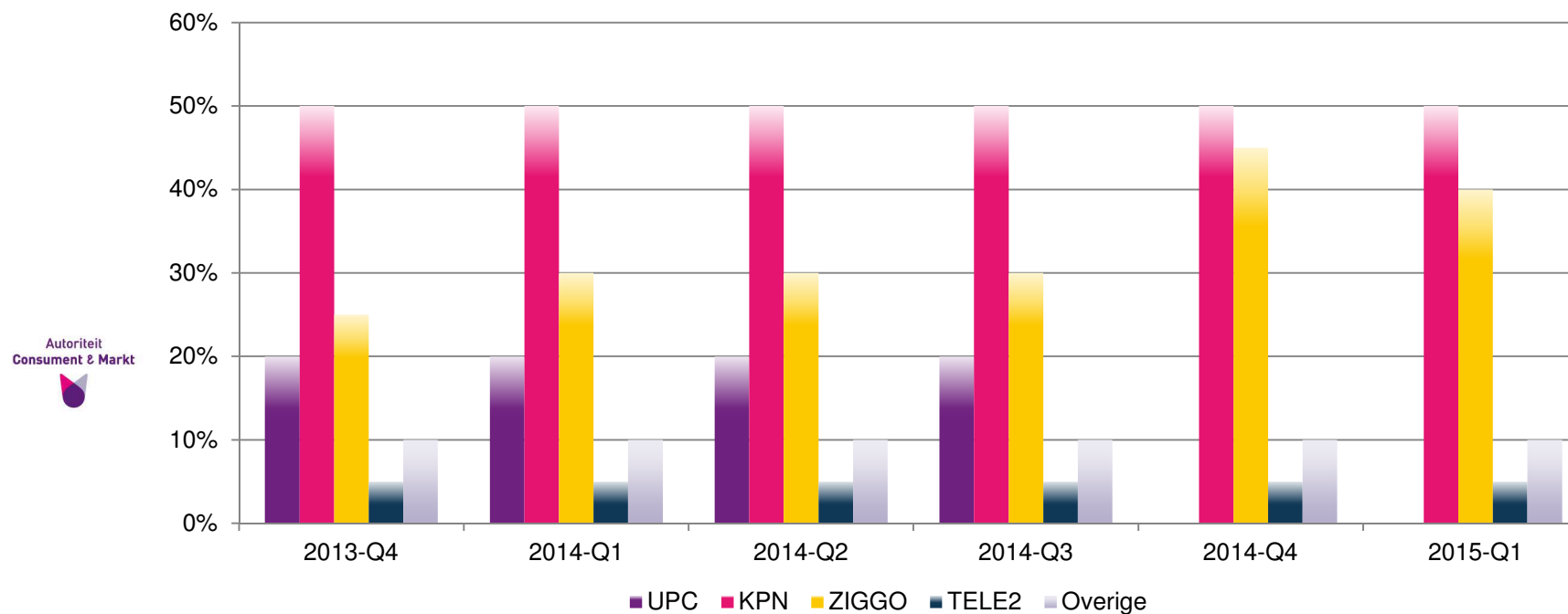
Retail enkelvoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A1_1_1-2-3-4-5-6 en 20_A1_7_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel enkelvoudige aansluitingen

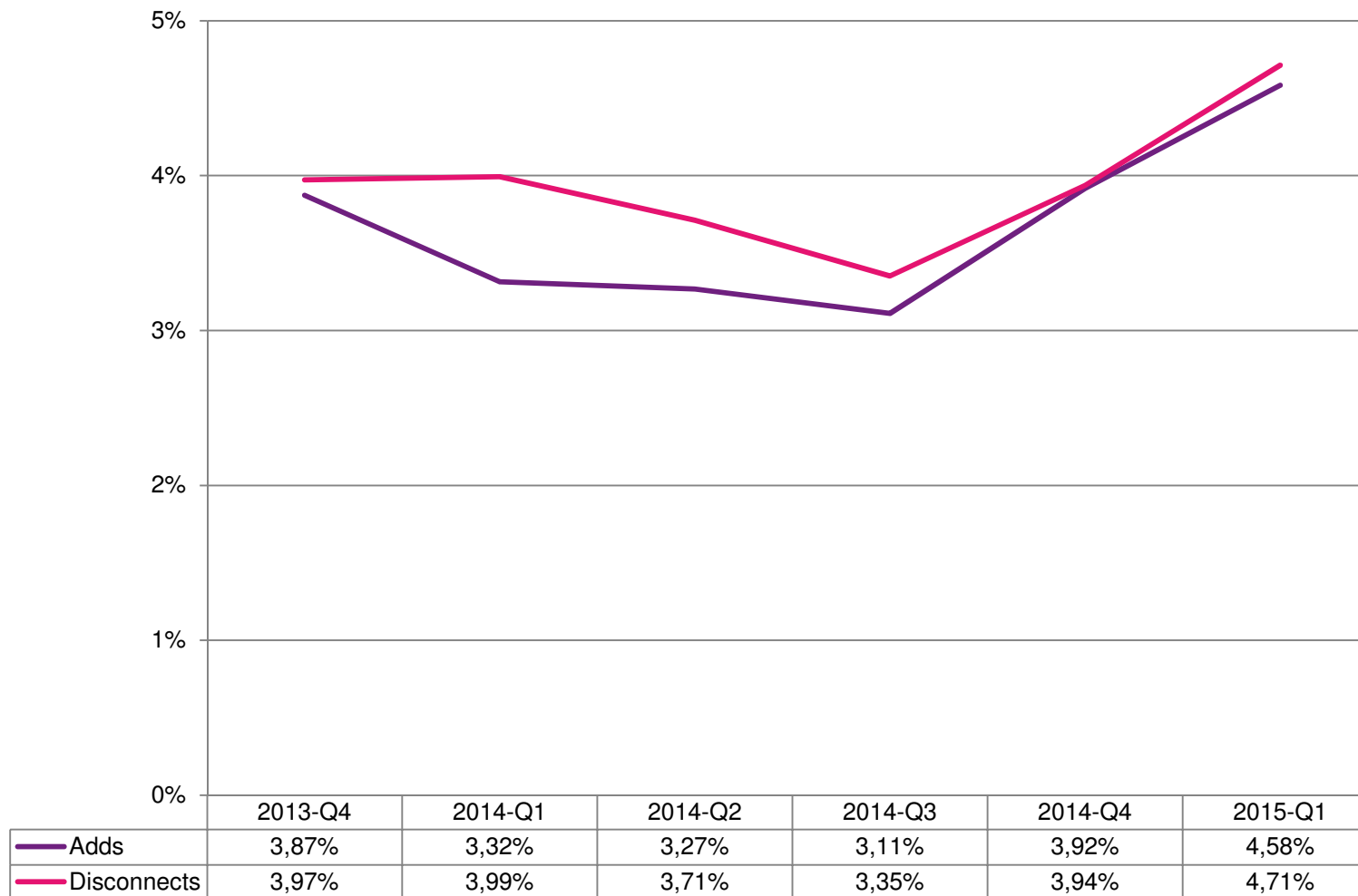


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
ZIGGO	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]
TELE2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 20_A1_1_1-2-3-4-5-6 en 20_A1_7_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

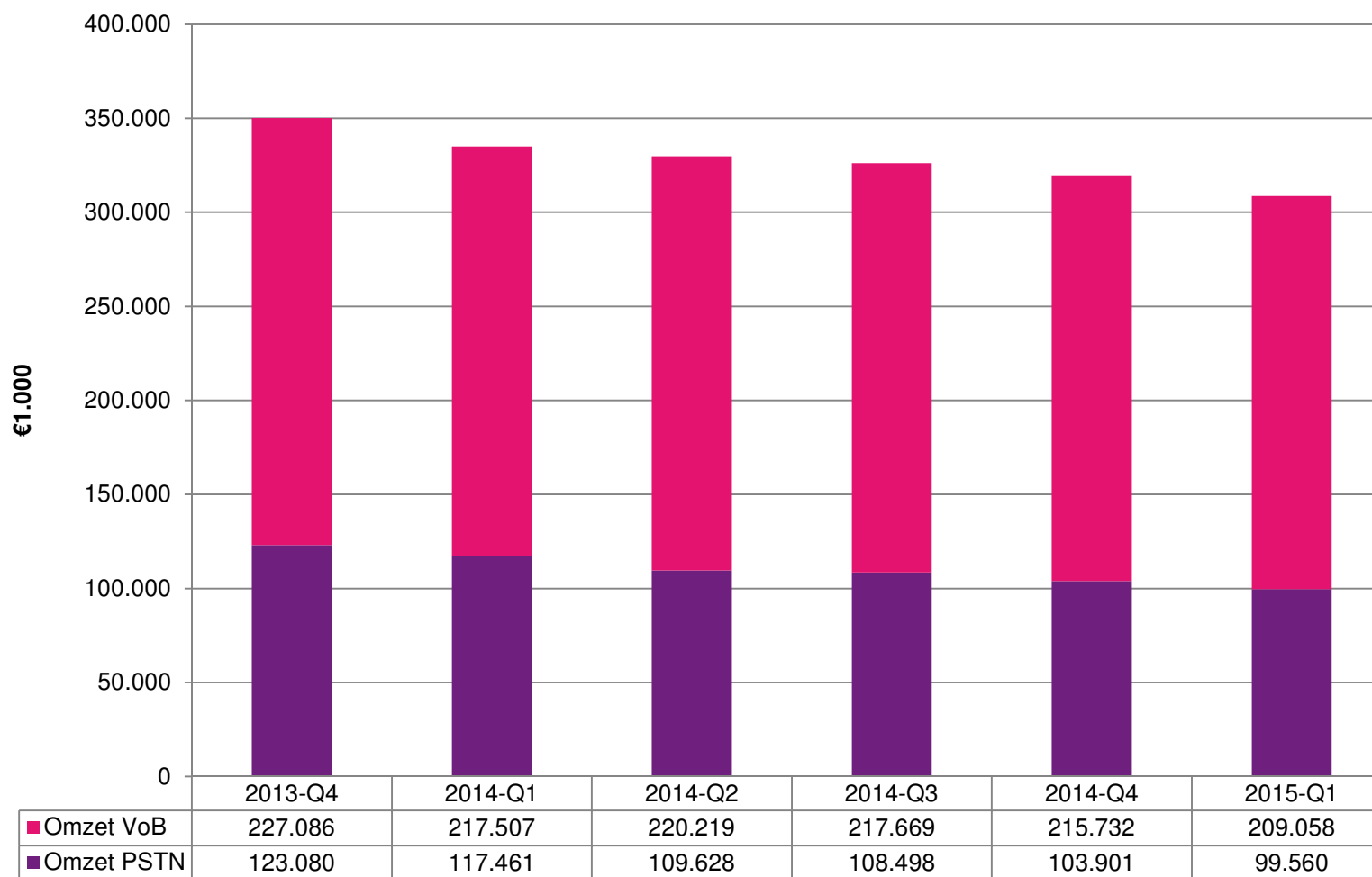
Retail churn enkelvoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A2_1_1-2 en 20_A2_7_1-2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

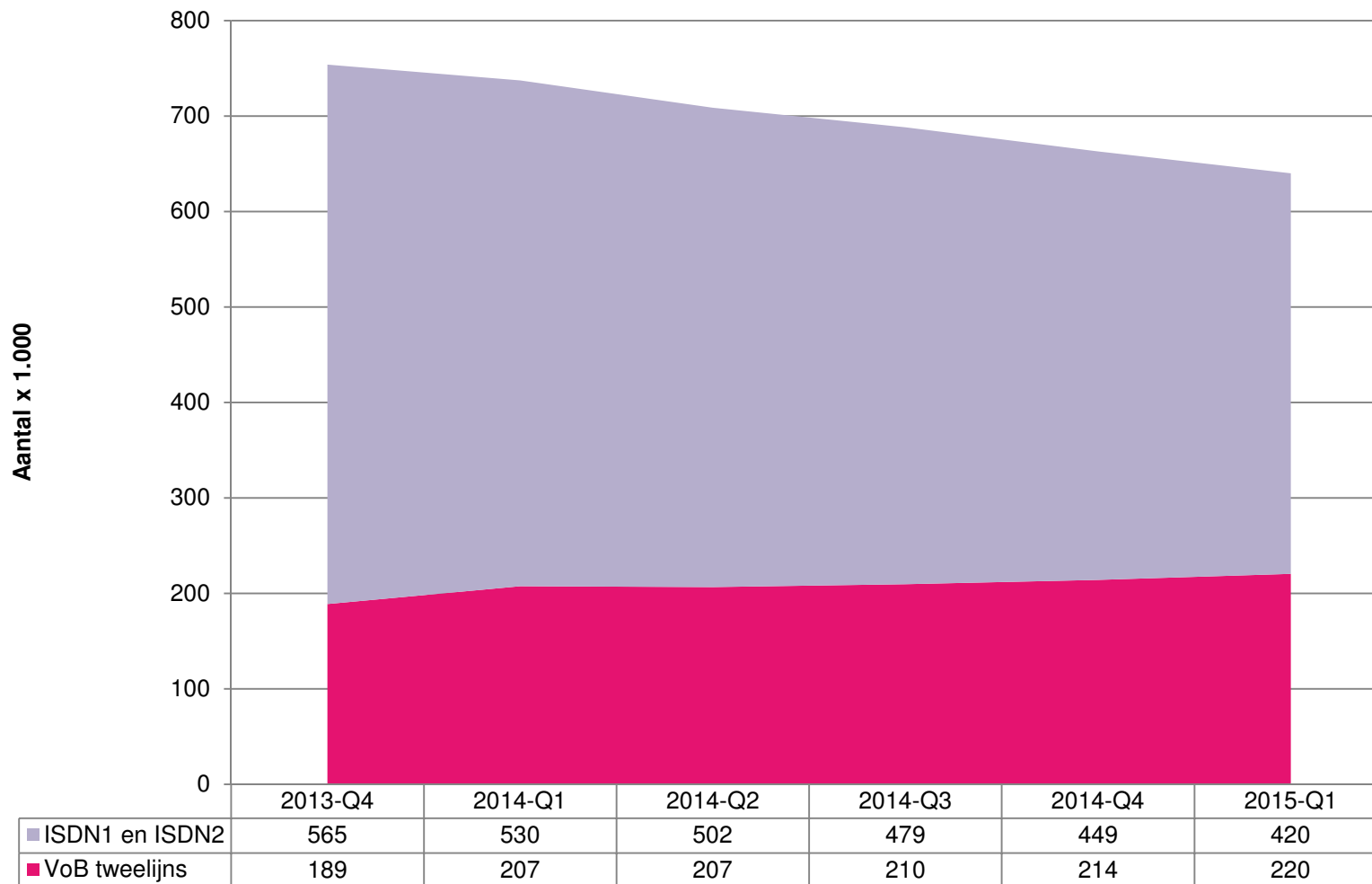
Retailomzet PSTN en VoB



Op basis van vragen 20_A3_1_1, 20_A3_1_2, 20_A3_7_1, en 20_A3_7_2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

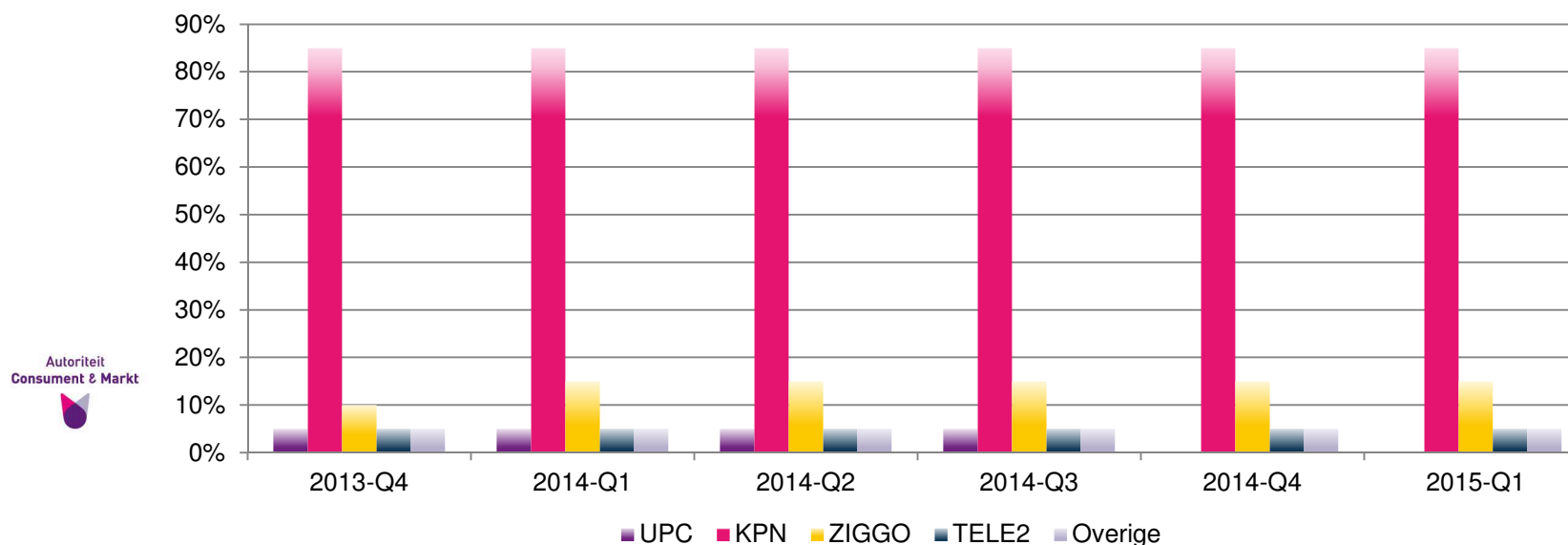
Retail tweevoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A1_2_1-2-3-4-5-6, 20_A1_3_1-2-3-4-5-6, en 20_A1_8_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel tweevoudige aansluitingen

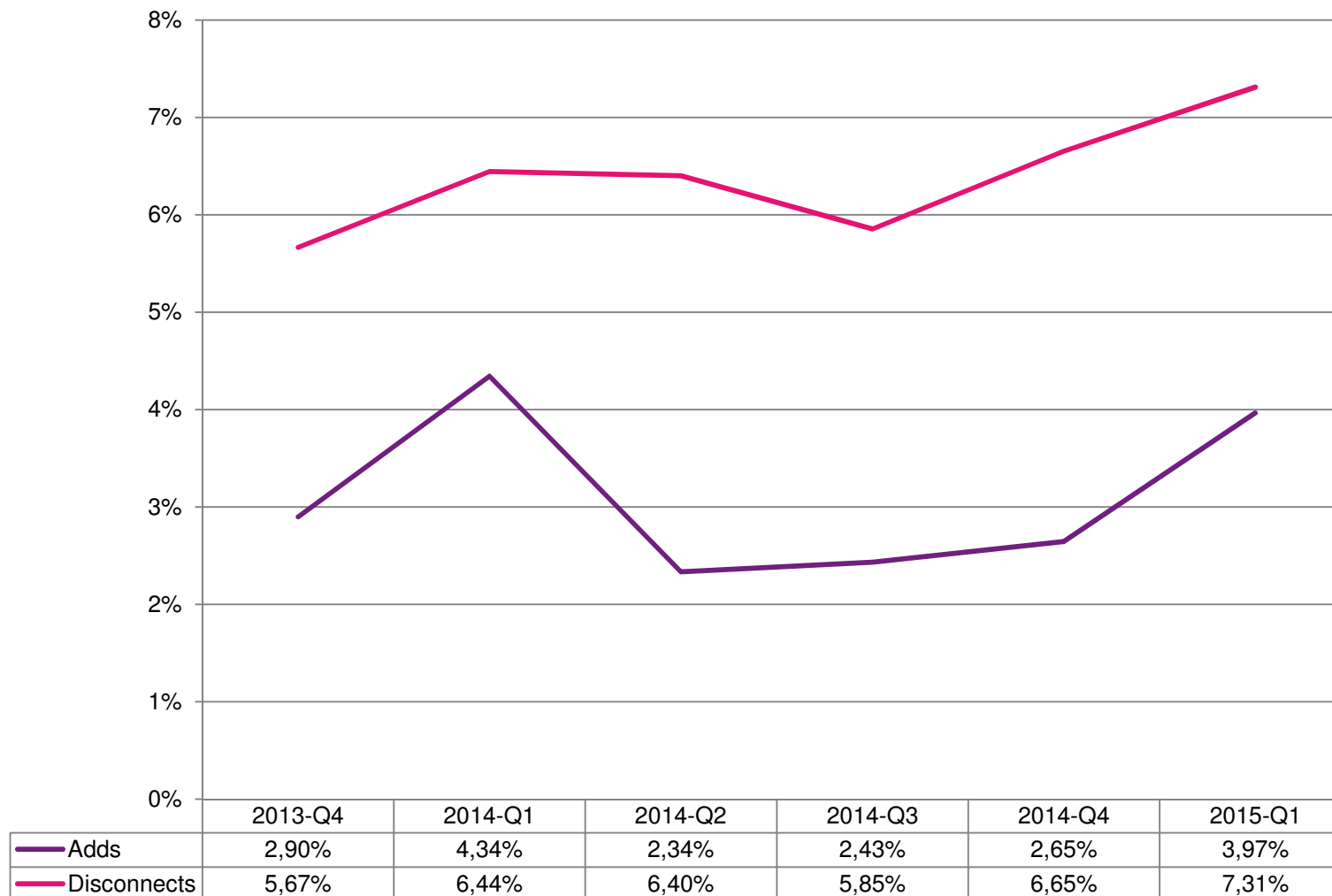


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
UPC	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	-	-
KPN	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]
ZIGGO	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
TELE2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]

Op basis van vragen 20_A1_2_1-2-3-4-5-6, 20_A1_3_1-2-3-4-5-6, en 20_A1_8_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

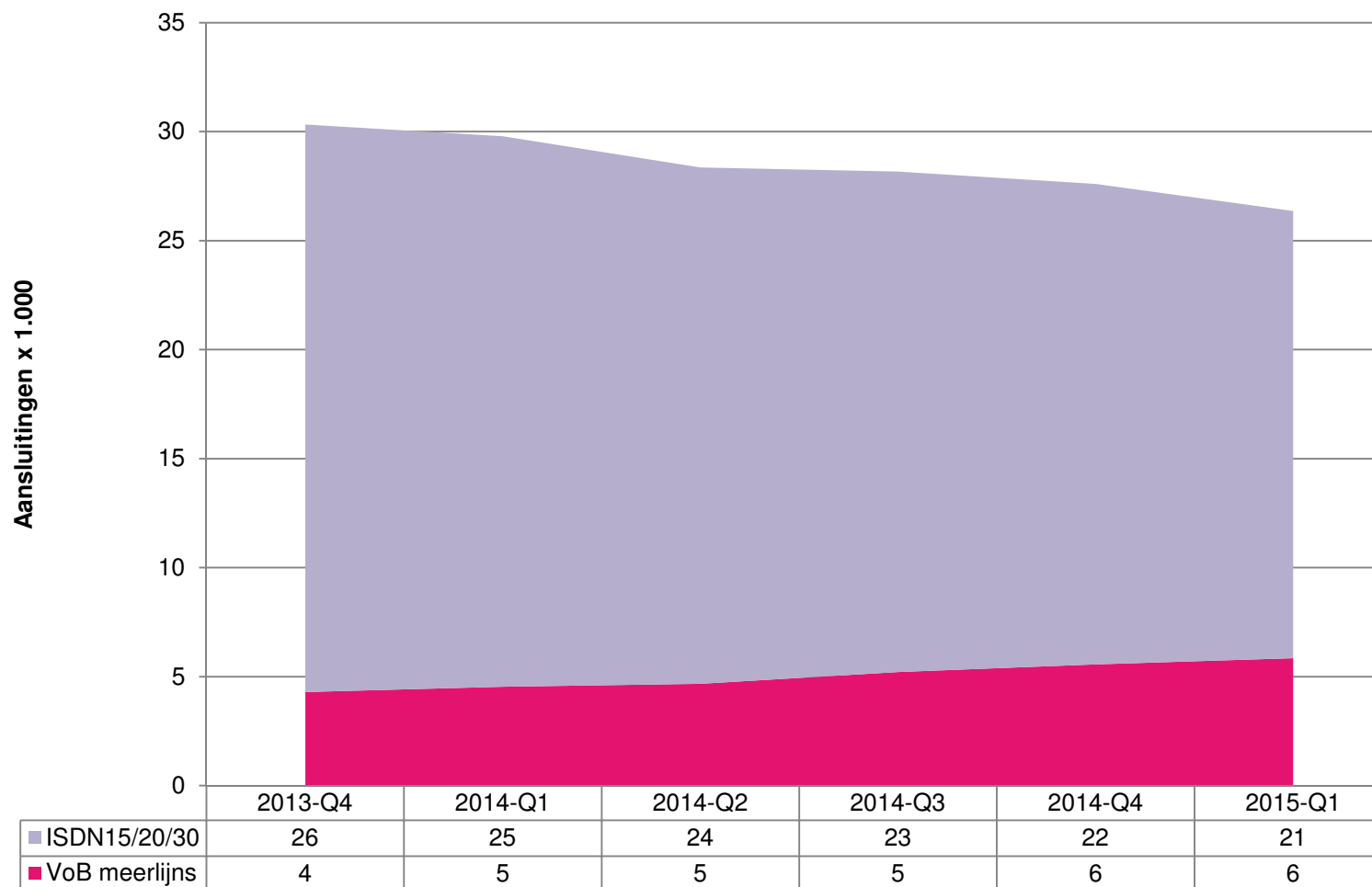
Retail churn tweevoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A2_2_1-2, 20_A2_3_1-2 en 20_A2_8_1-2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

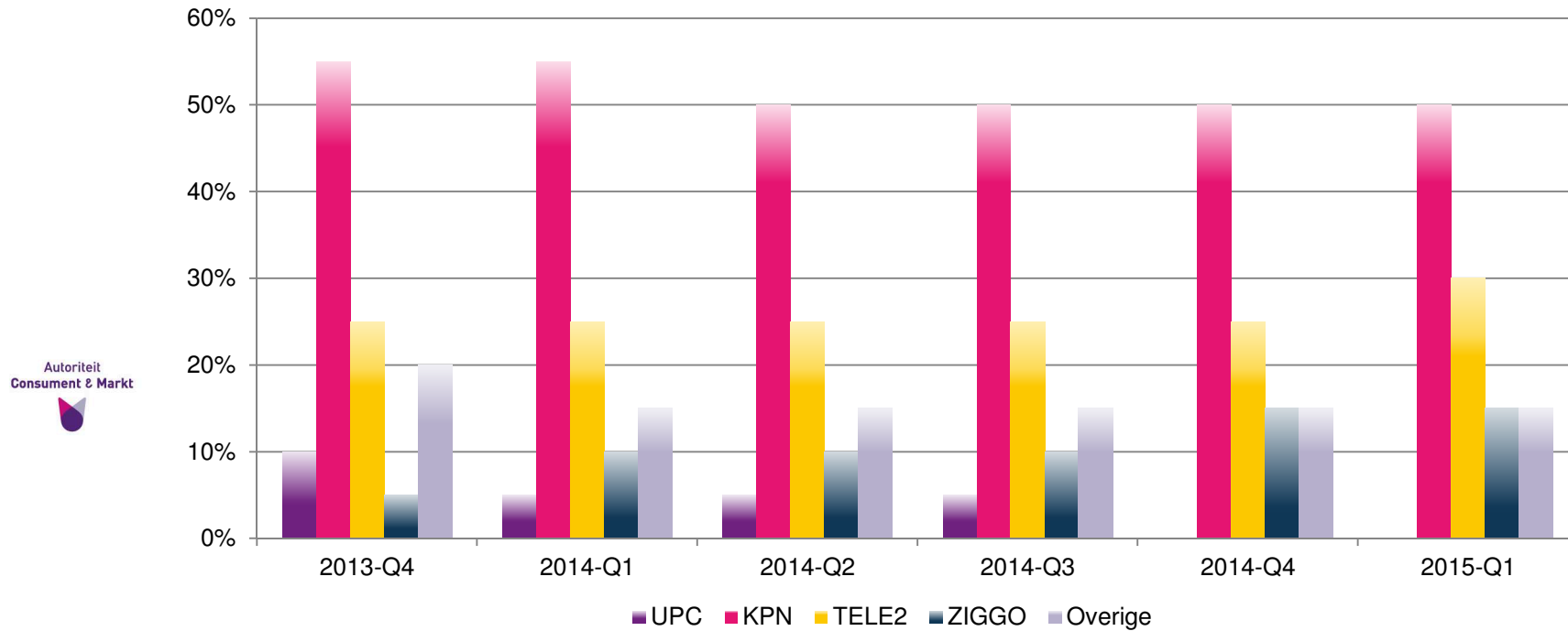
Retail meervoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A1_4_1-2-3-4-5-6, 20_A1_5_1-2-3-4-5-6, 20_A1_6_1-2-3-4-5-6, en 20_A1_9_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel meervoudige aansluitingen

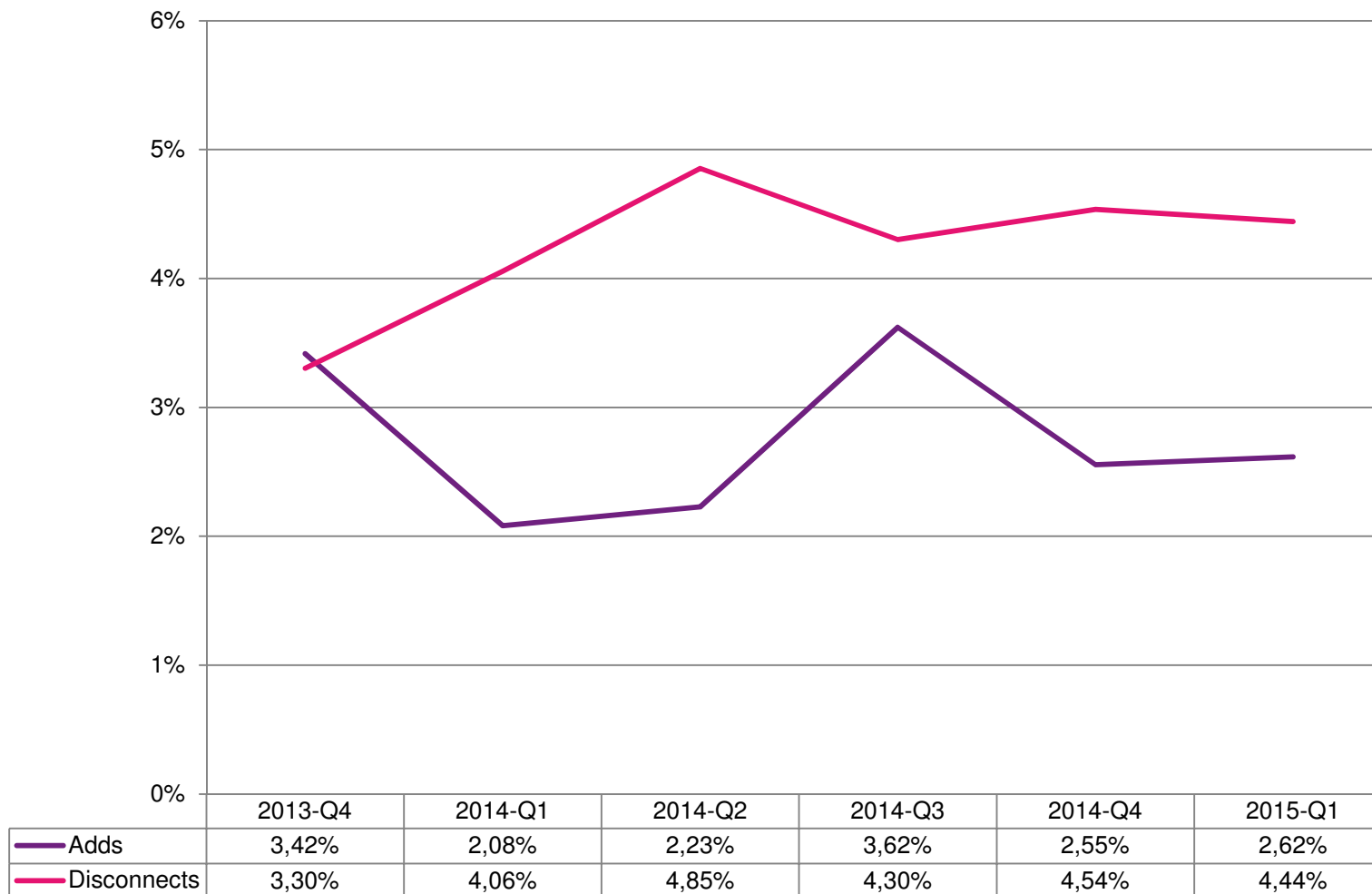


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
UPC	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	-	-
KPN	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
TELE2	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]
ZIGGO	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Overige	[15 - 20%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]

Op basis van vragen 20_A1_4_1-2-3-4-5-6, 20_A1_5_1-2-3-4-5-6, 20_A1_6_1-2-3-4-5-6, en 20_A1_9_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

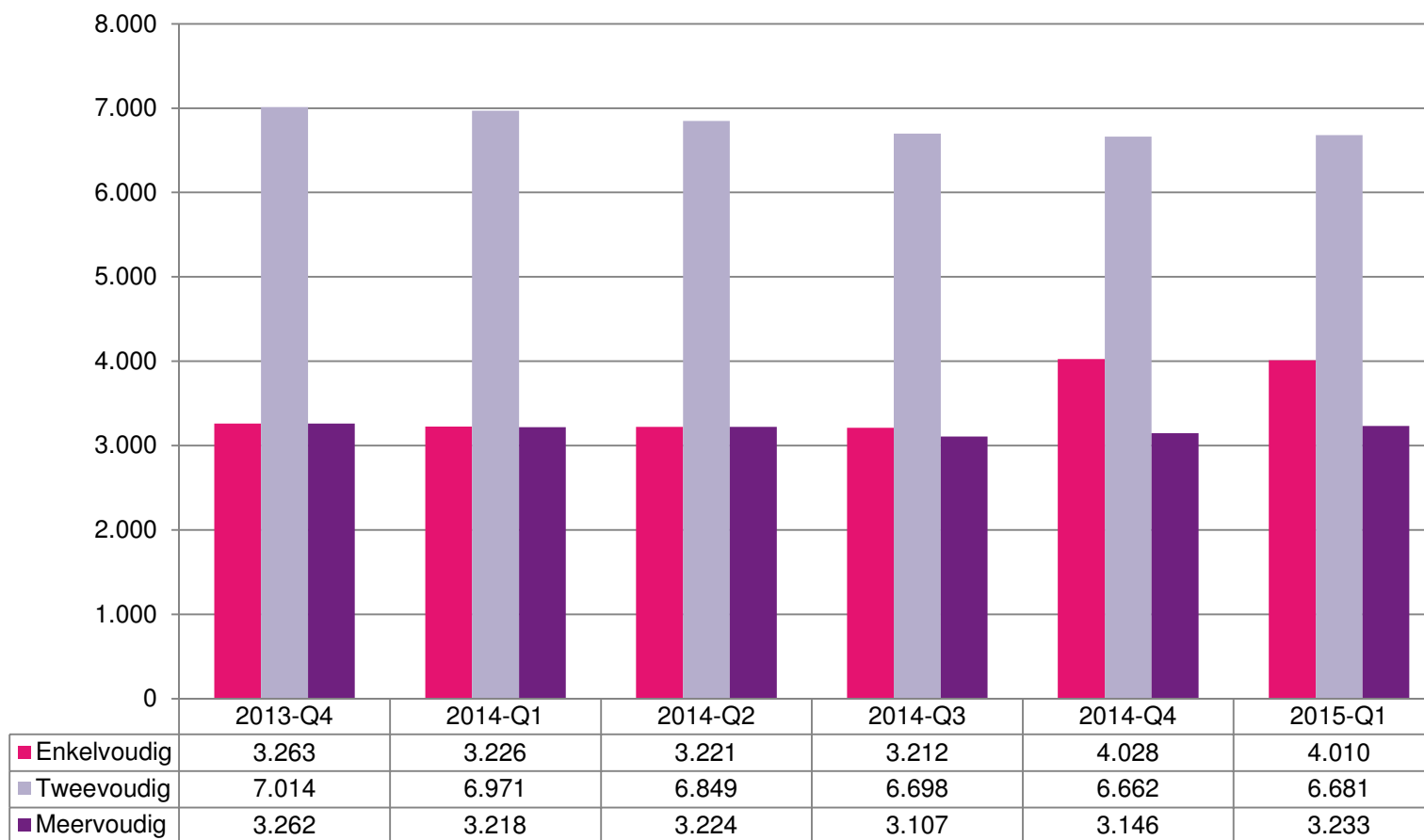
Retail churn meervoudige aansluitingen



Op basis van vragen 20_A2_4_1-2, 20_A2_5_1-2, 20_A2_6_1-2, en 20_A2_9_1-2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

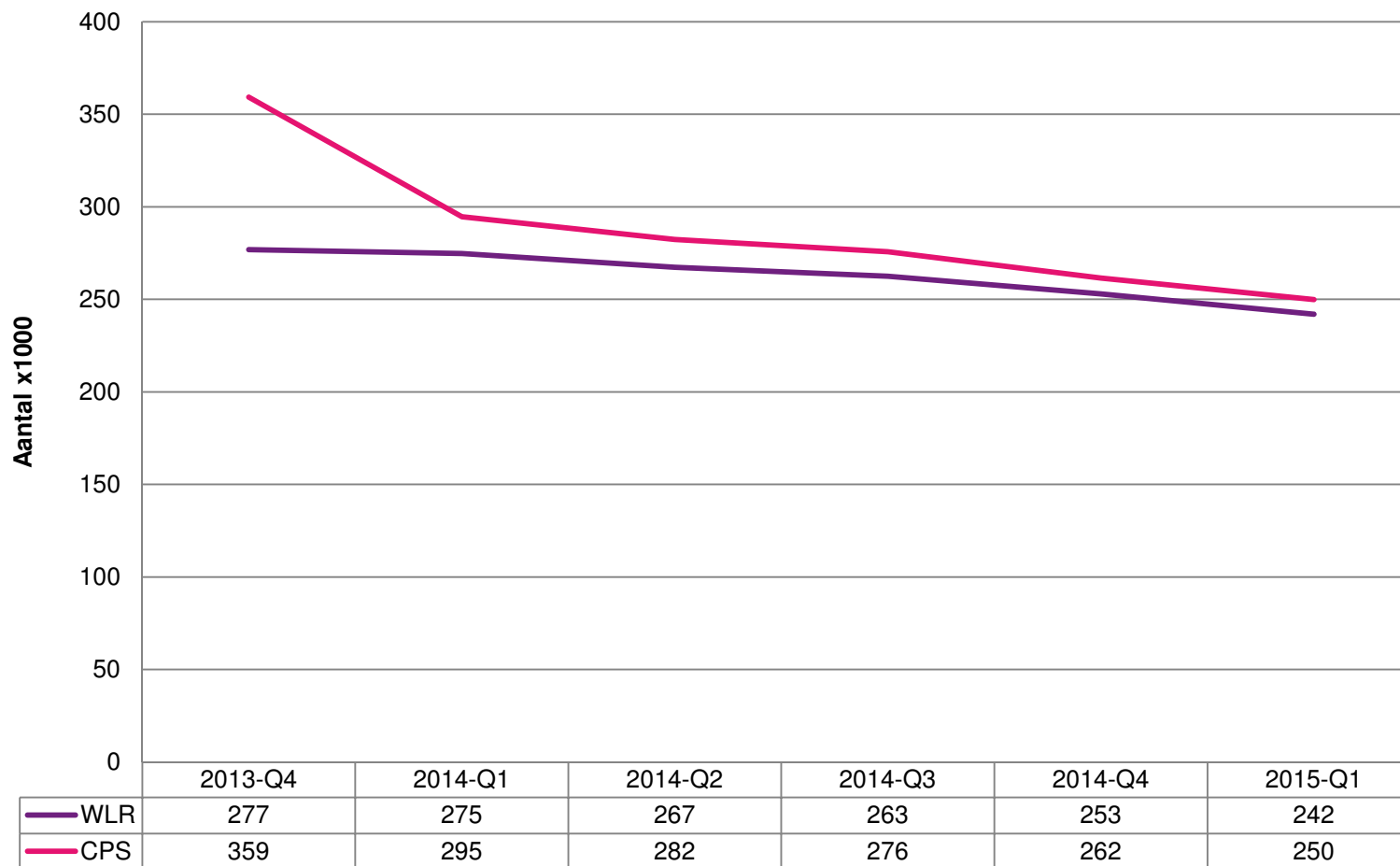
Hirschman Herfindahl index



Op basis van vragen 20_A1_1_1-2-3-4-5-6, 20_A1_2_1-2-3-4-5-6, 20_A1_3_1-2-3-4-5-6, 20_A1_4_1-2-3-4-5-6, 20_A1_5_1-2-3-4-5-6, 20_A1_6_1-2-3-4-5-6, 20_A1_7_1-2-3-4-5-6, 20_A1_8_1-2-3-4-5-6 en 20_A1_9_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Aantal WLR aansluitingen en CPS abonnees



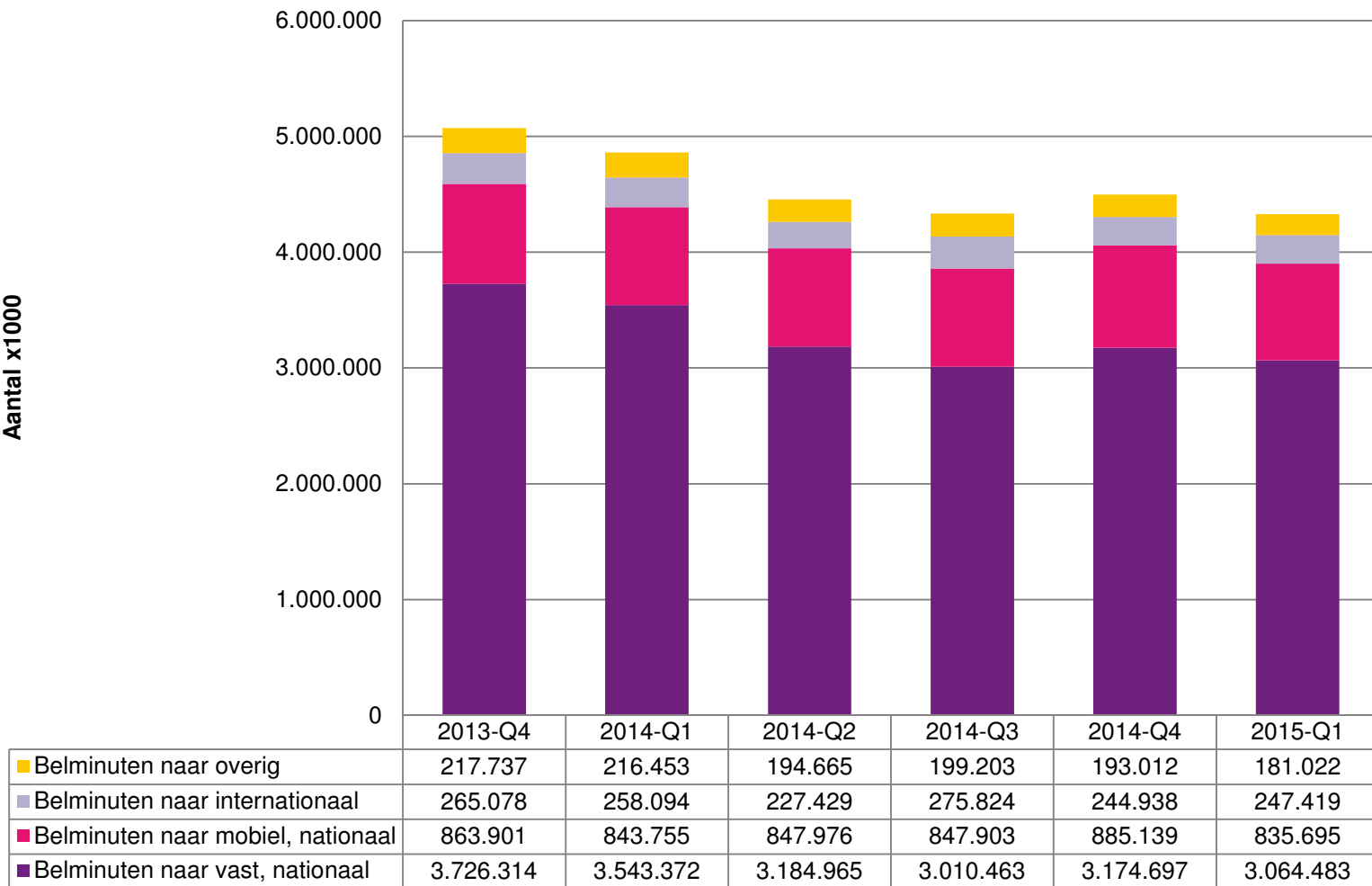
Op basis van vragen 20_B1_1_1-2-3-4-5-6, en 20_A1_10_1 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailvolume belminuten



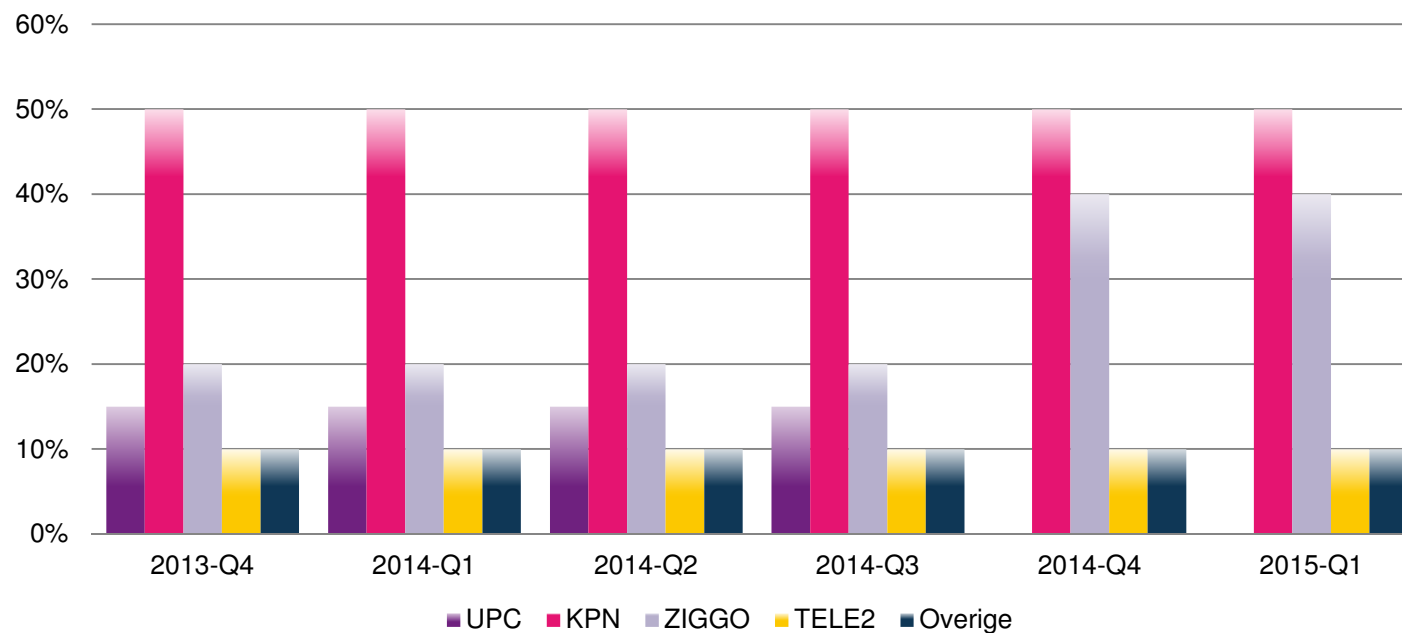
Aantal x1000



Op basis van vragen 20_A4_2_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel o.b.v. belminuten

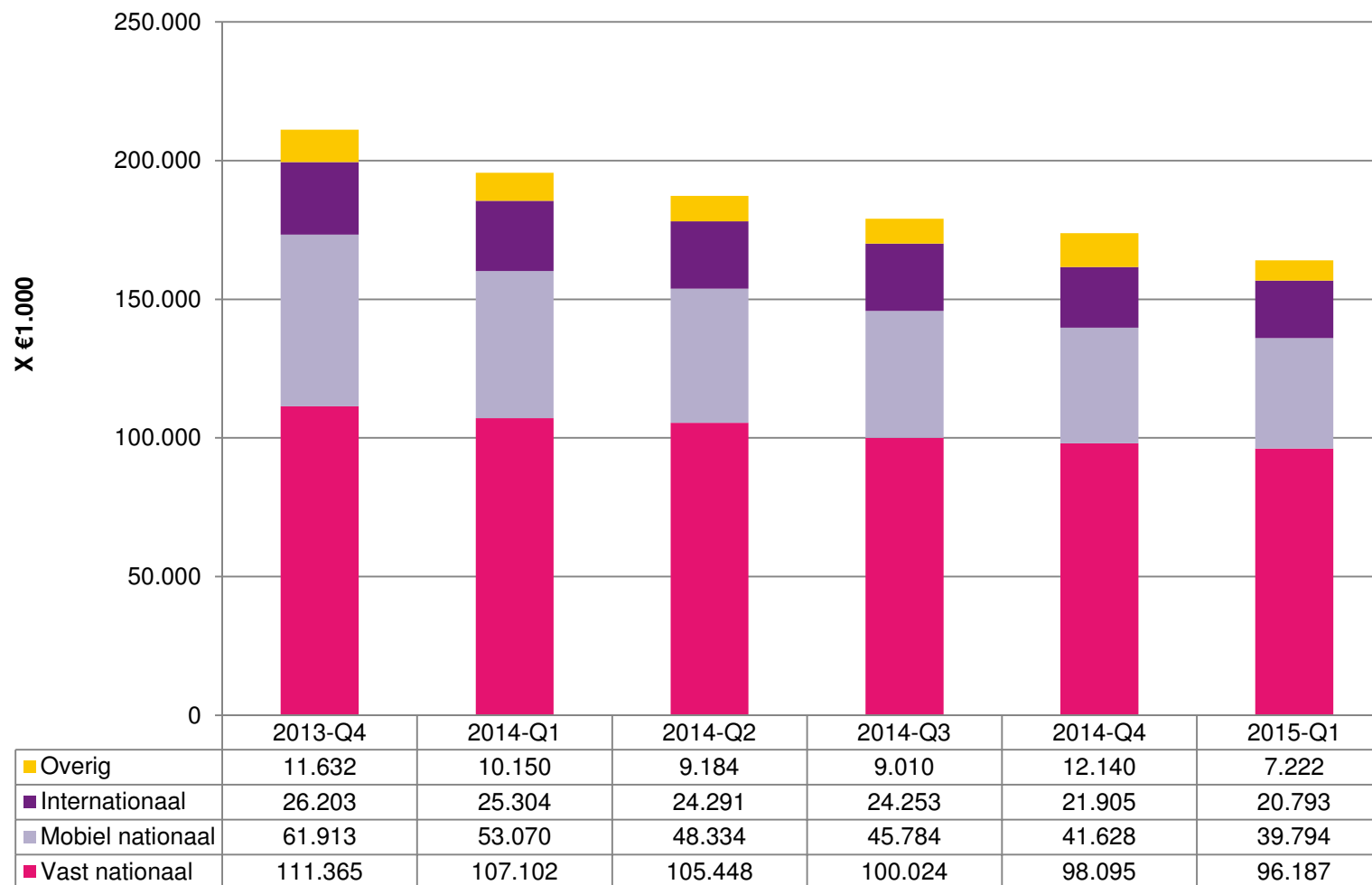


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
ZIGGO	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
UPC	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	-	-
TELE2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 20_A4_2_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

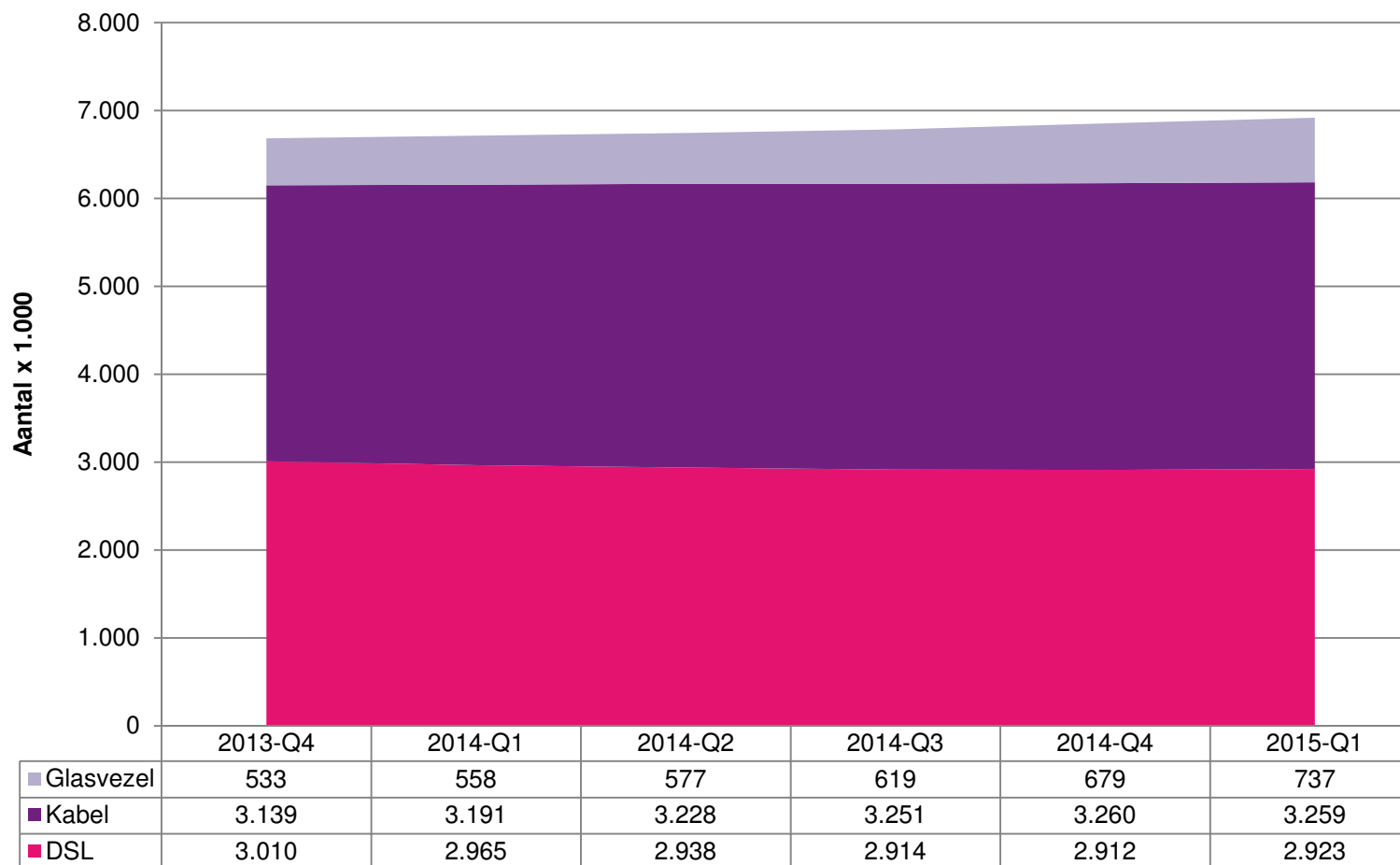
Retailomzet naar type verkeer



Op basis van vragen 20_A3_11_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Breedband

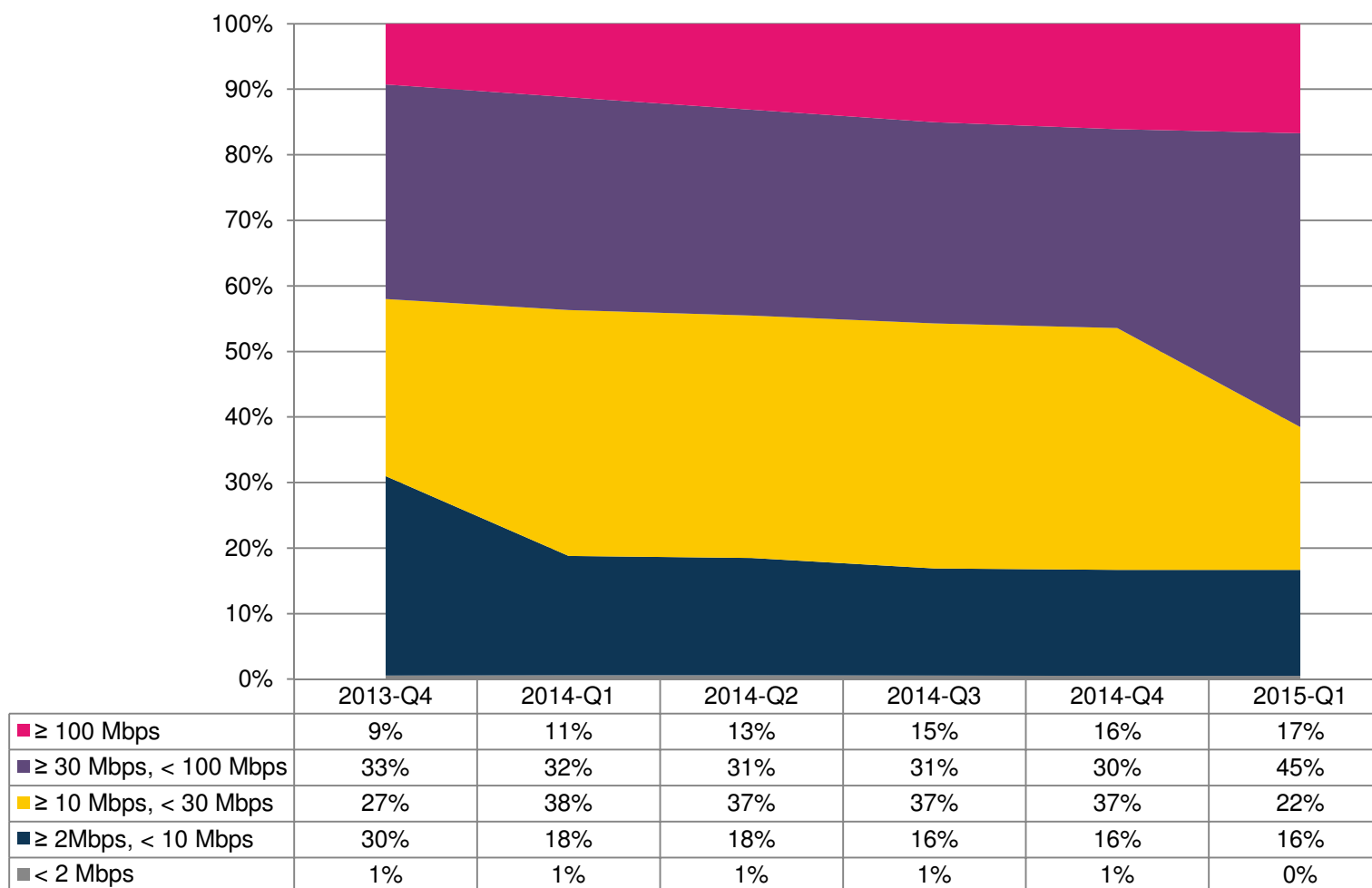
Retailaansluitingen per type



Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5, 30_A1_2_1-2-3-4-5, 30_A1_3_1-2-3-4-5, 30_A1_4_1-2-3-4-5, 30_A1_5_1-2-3-4-5, en 30_A1_6_1 van de Telecommonitor

Breedband

Retailaansluitingen naar snelheid



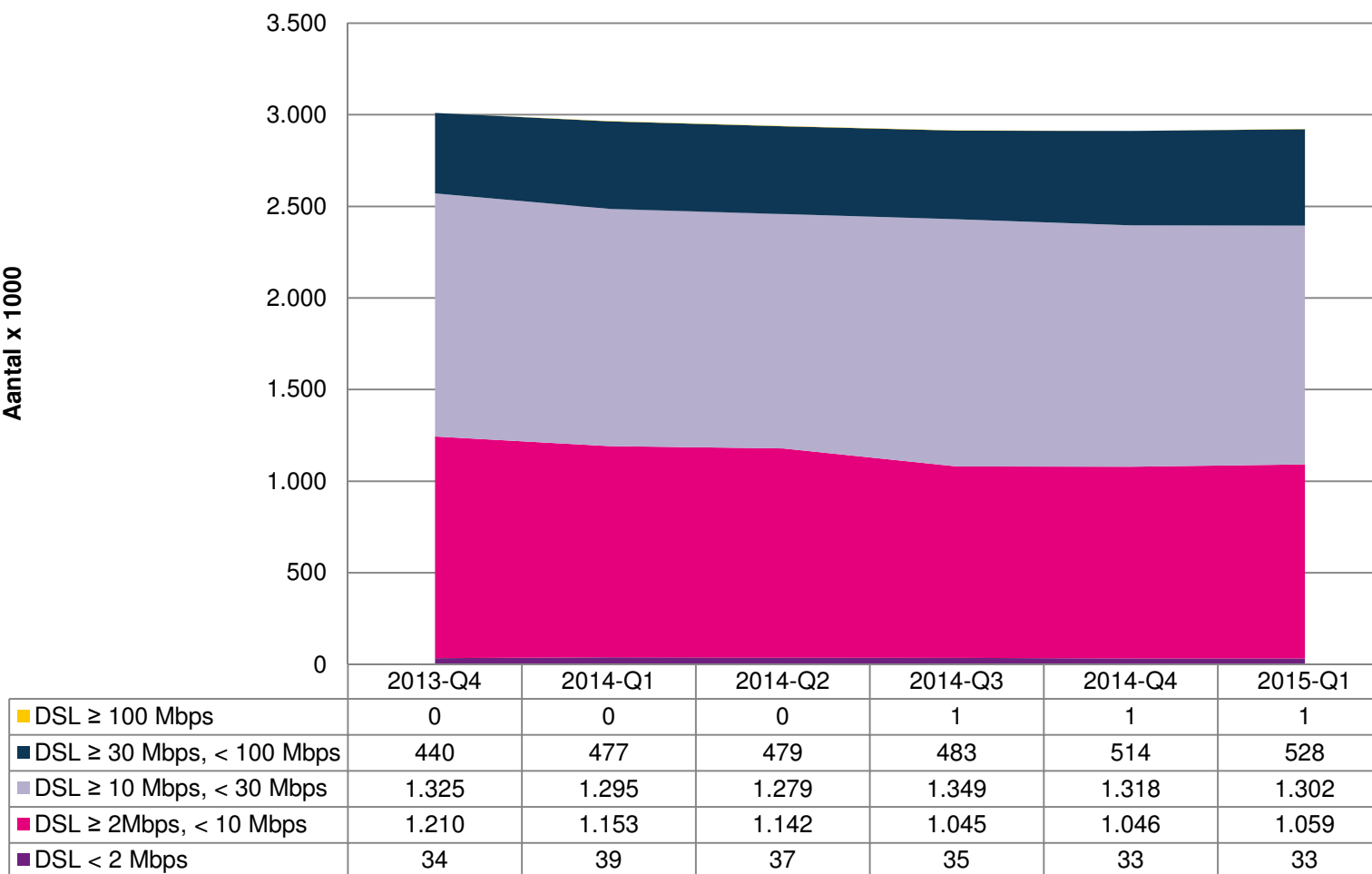
Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5, 30_A1_2_1-2-3-4-5, 30_A1_3_1-2-3-4-5, 30_A1_4_1-2-3-4-5, en 30_A1_5_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Retail DSL-aansluitingen naar snelheid



Aantal x 1000



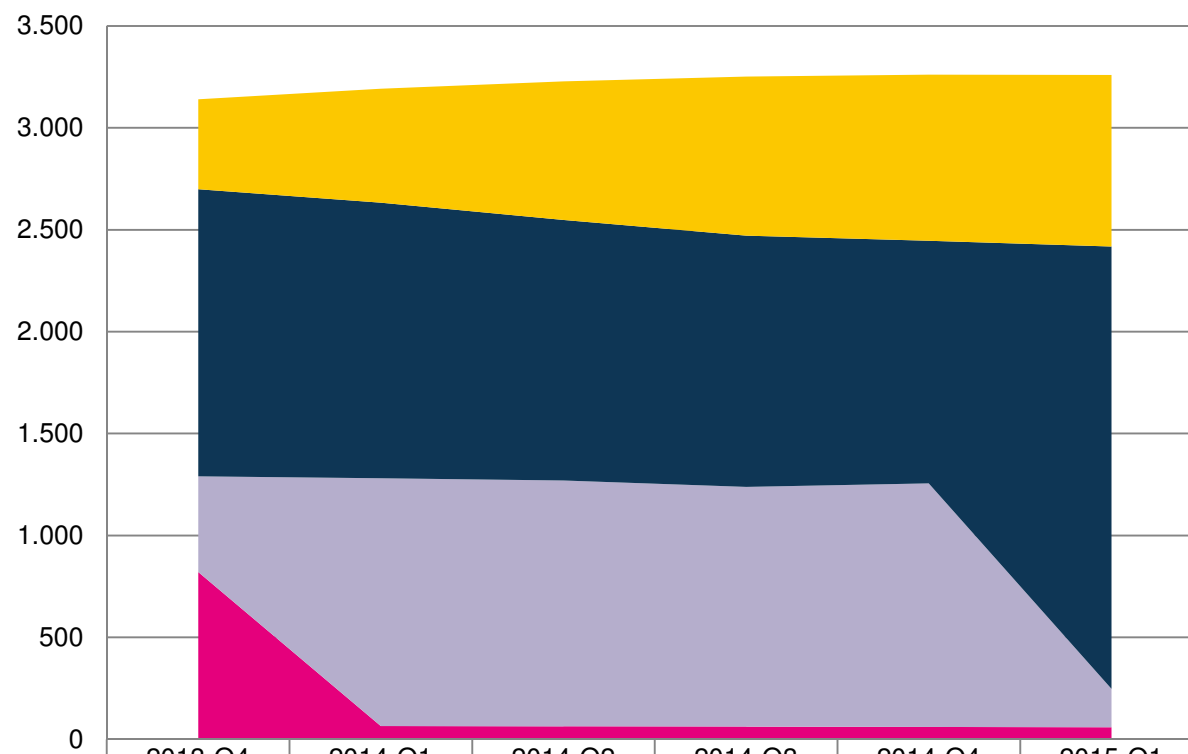
Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5 en 30_A1_2_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Retail kabelaan sluitingen naar snelheid



Aantal x 1000



	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
■ Kabel ≥ 100 Mbps	440	558	679	781	815	840
■ Kabel ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	1.409	1.353	1.279	1.232	1.190	2.170
■ Kabel ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	469	1.215	1.205	1.177	1.196	189
■ Kabel ≥ 2 Mbps, < 10 Mbps	820	65	64	62	60	59
■ Kabel < 2 Mbps	1	0	1	0	0	0

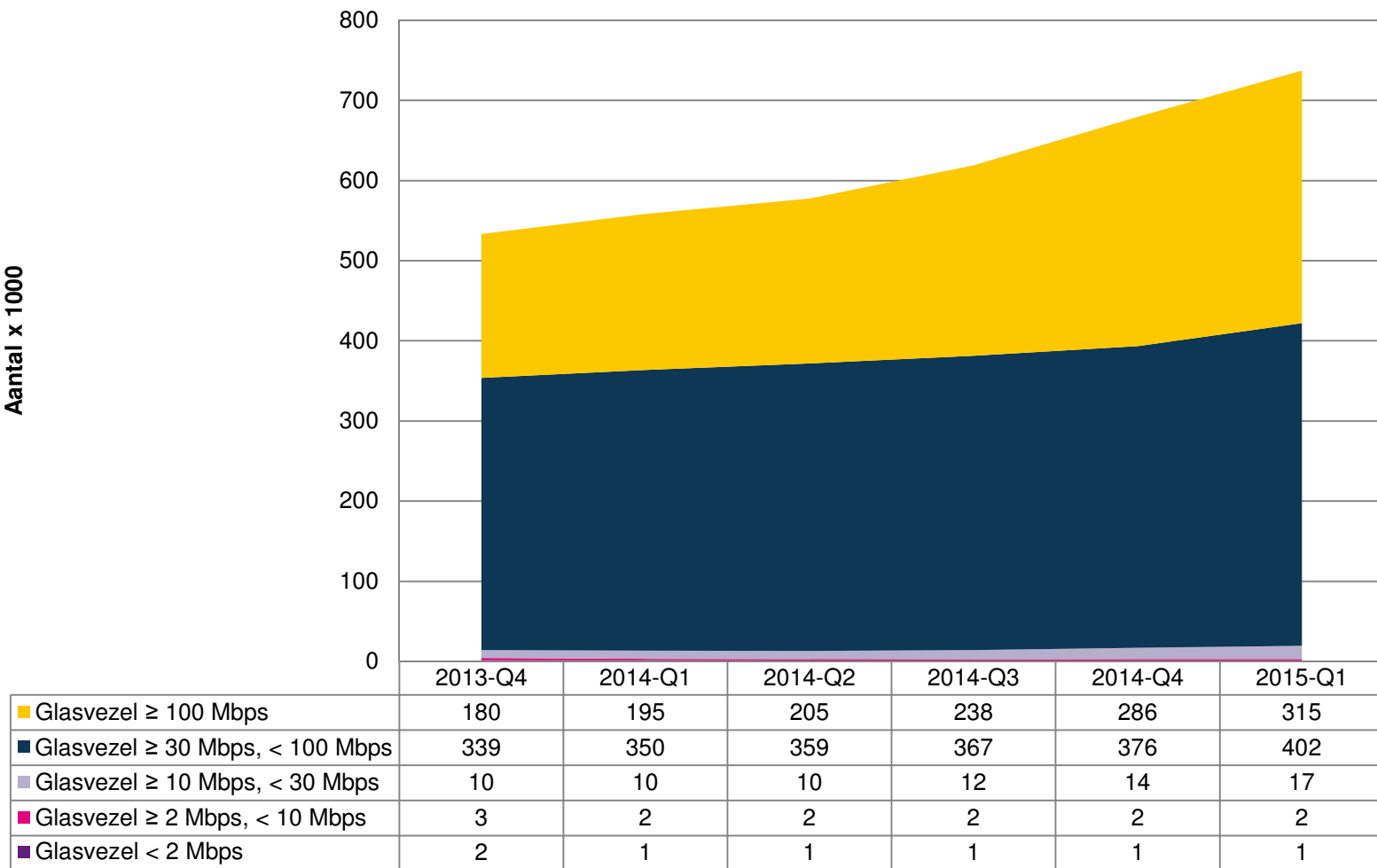
Op basis van vragen 30_A1_3_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Retail glasvezelaansluitingen naar snelheid



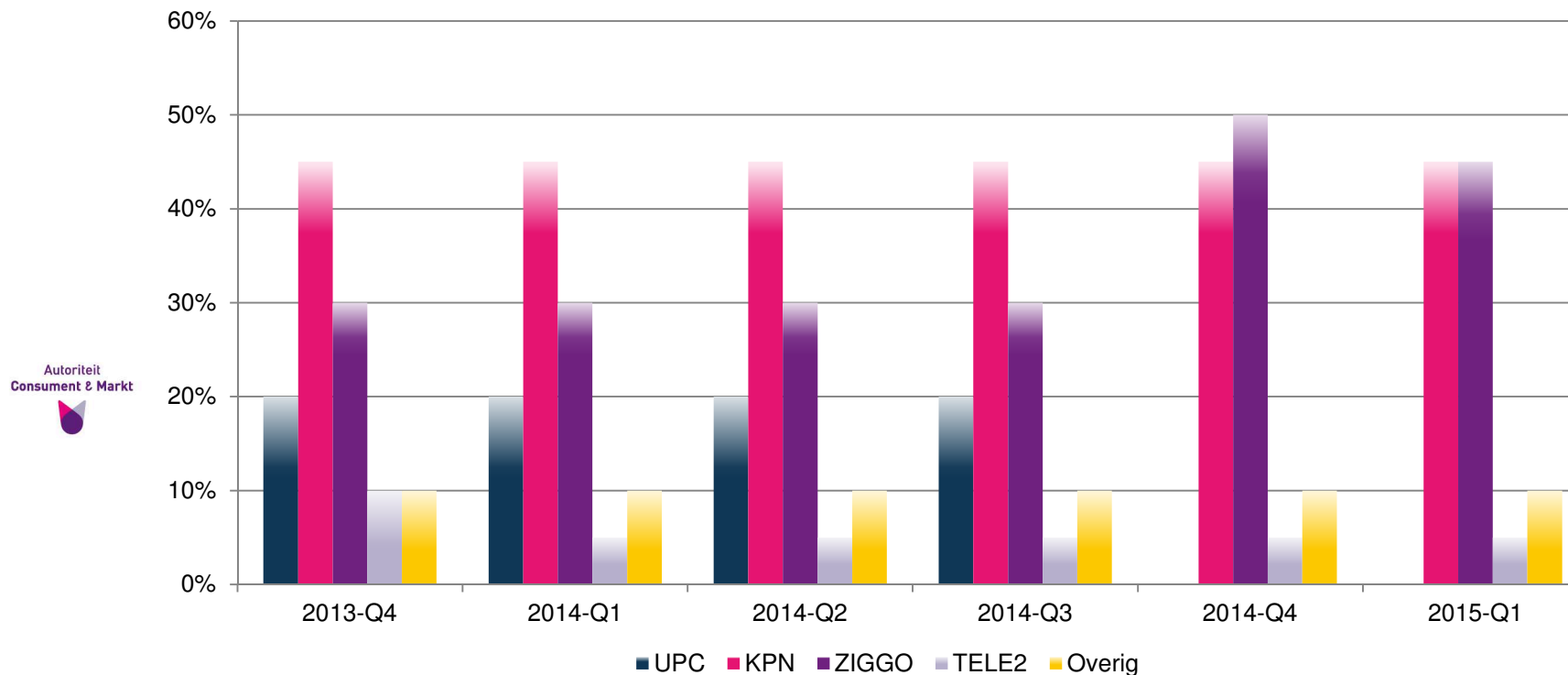
Aantal x 1000



Op basis van vragen 30_A1_4_1-2-3-4-5, en 30_A1_5_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Retailmarktaandeel aansluitingen

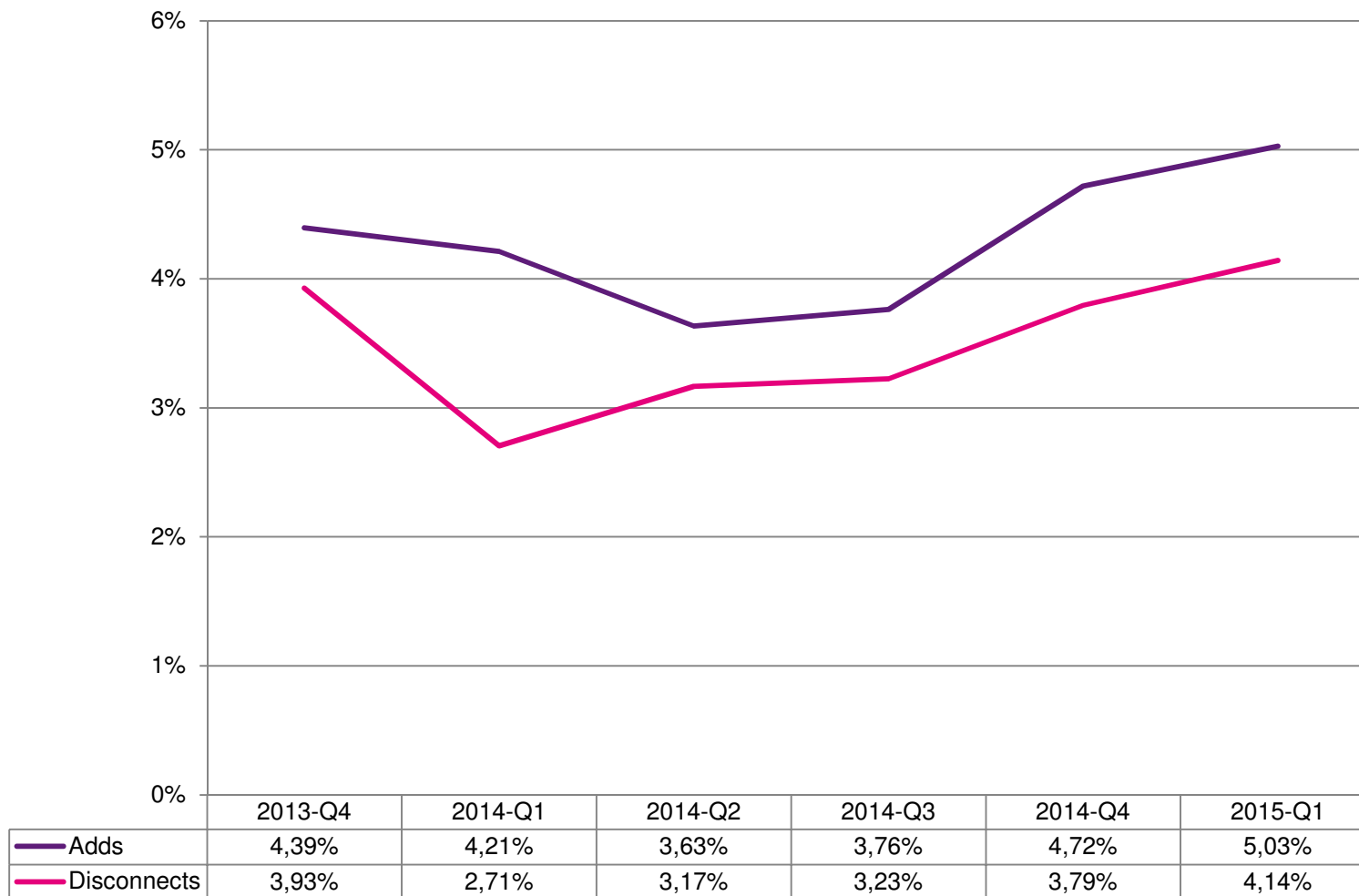


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
ZIGGO	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[45 - 50%]	[40 - 45%]
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[0 - 0%]	-
TELE2	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5, 30_A1_2_1-2-3-4-5, 30_A1_3_1-2-3-4-5, 30_A1_4_1-2-3-4-5, 30_A1_5_1-2-3-4-5, en 30_A1_6_1 van de Telecommonitor

Breedband

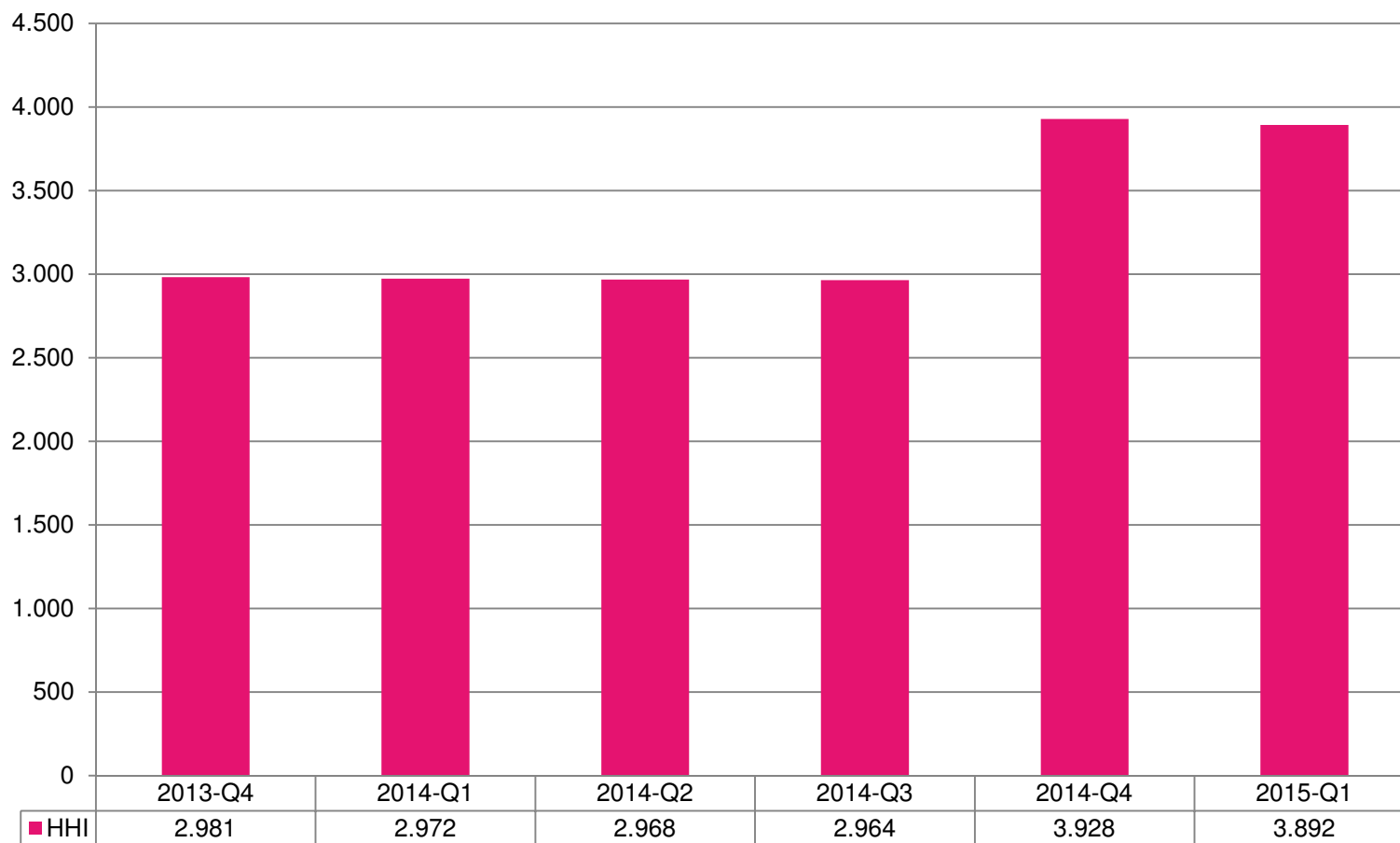
Retail churn o.b.v. aansluitingen



Op basis van vragen 30_A5_1_1-2, 30_A5_2_1-2, 30_A5_3_1-2, en 30_A5_4_1-2 van de Telecommonitor

Breedband

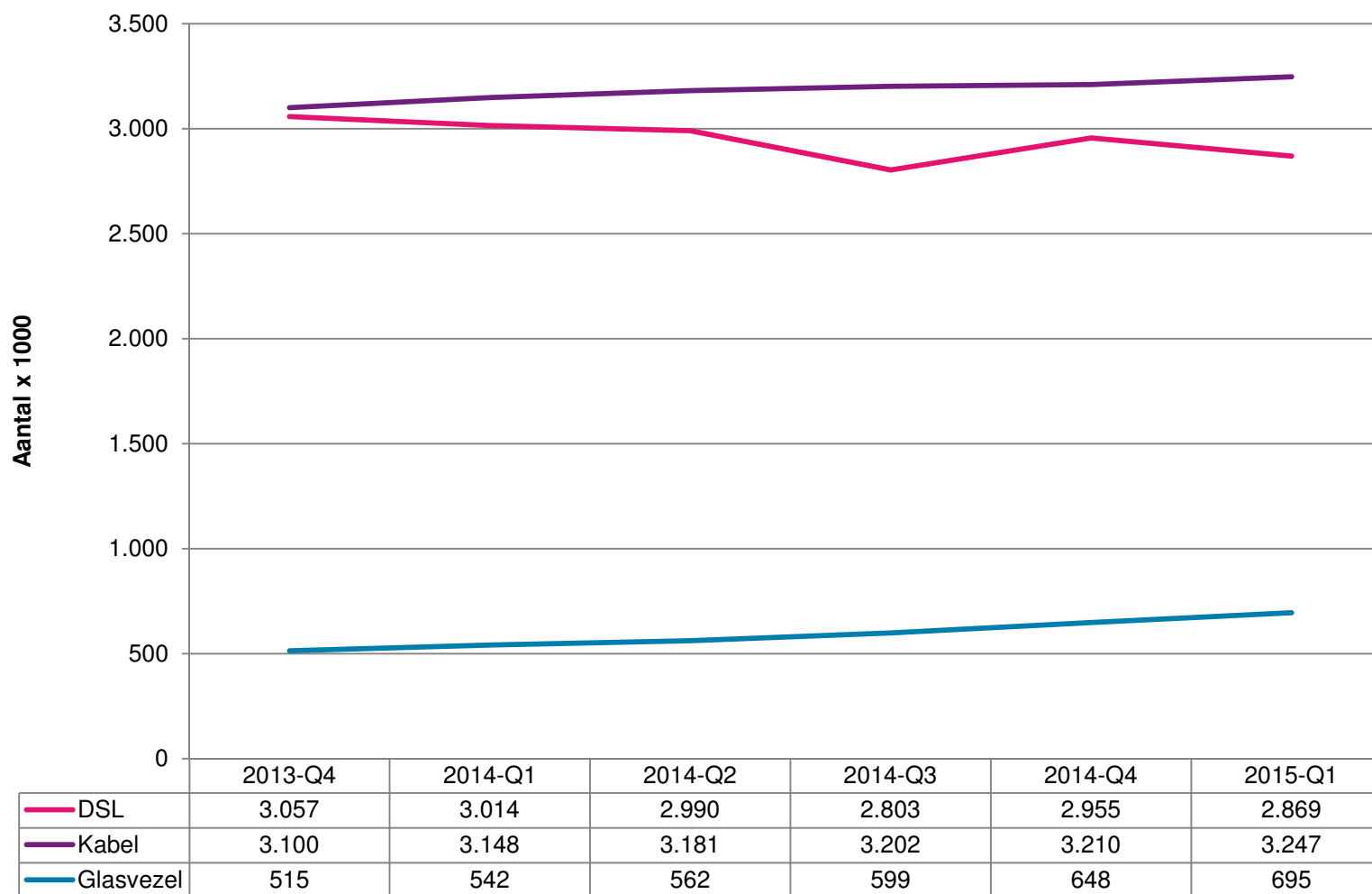
Hirschman Herfindahl index o.b.v. retail aansluitingen



Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5, 30_A1_2_1-2-3-4-5, 30_A1_3_1-2-3-4-5, 30_A1_4_1-2-3-4-5, 30_A1_5_1-2-3-4-5, en 30_A1_6_1 van de Telecommonitor

Breedband

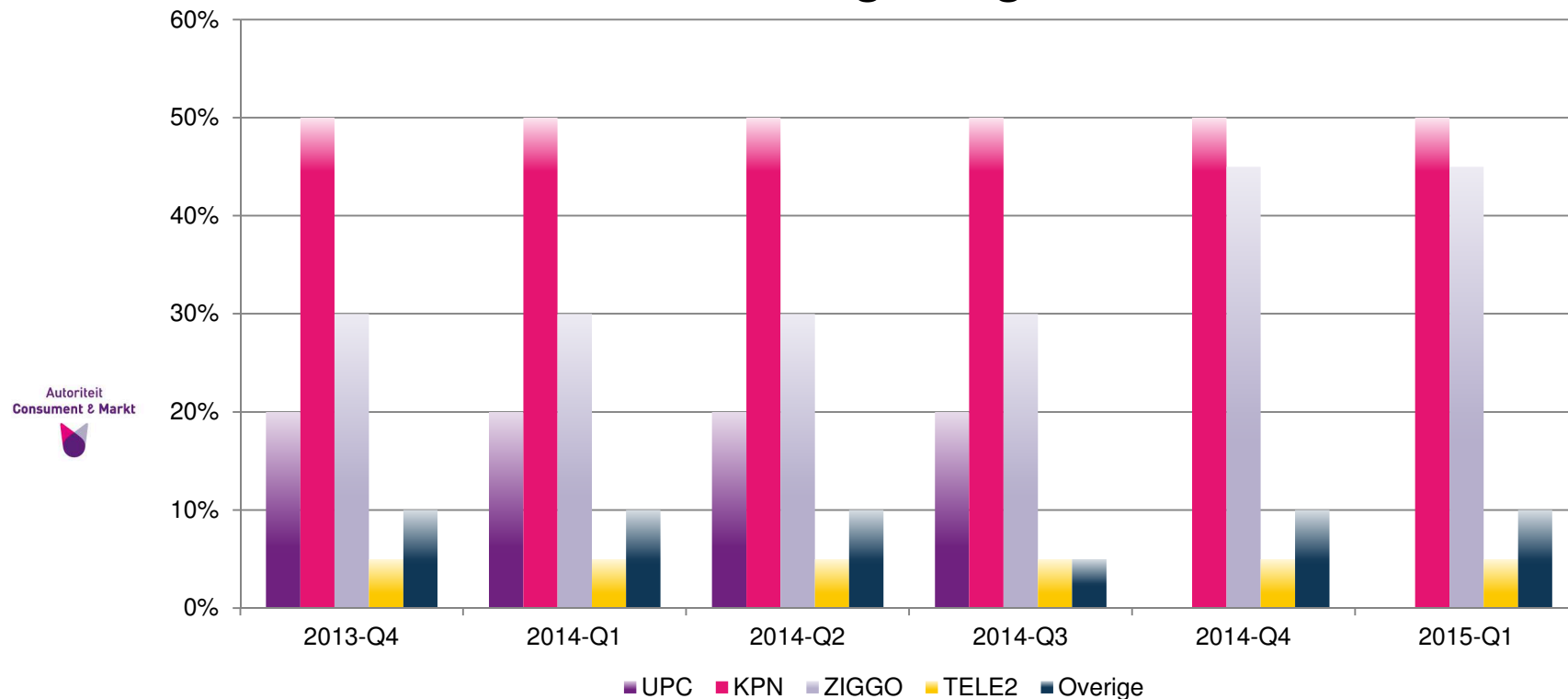
WBT lage kwaliteit aansluitingen



Op basis van vragen 30_B3_1_b-c-d-e en 30_B3_2_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Breedband

Marktaandeel WBT-aansluitingen lage kwaliteit

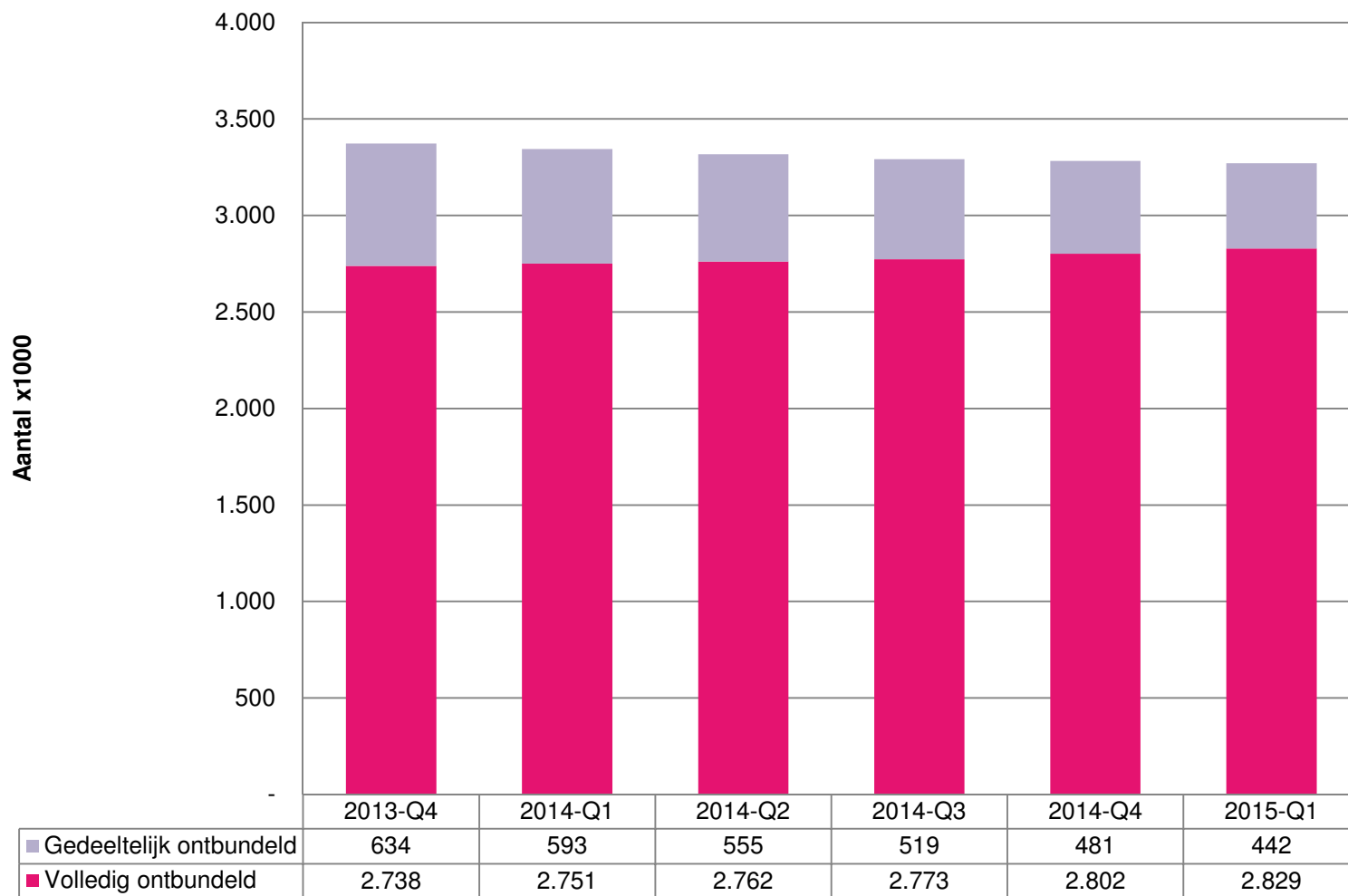


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
ZIGGO	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-
TELE2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 30_B3_1_b-c-d-e en 30_B3_2_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Breedband

Ontbundelde SDF- en MDF-aansluitingen per type



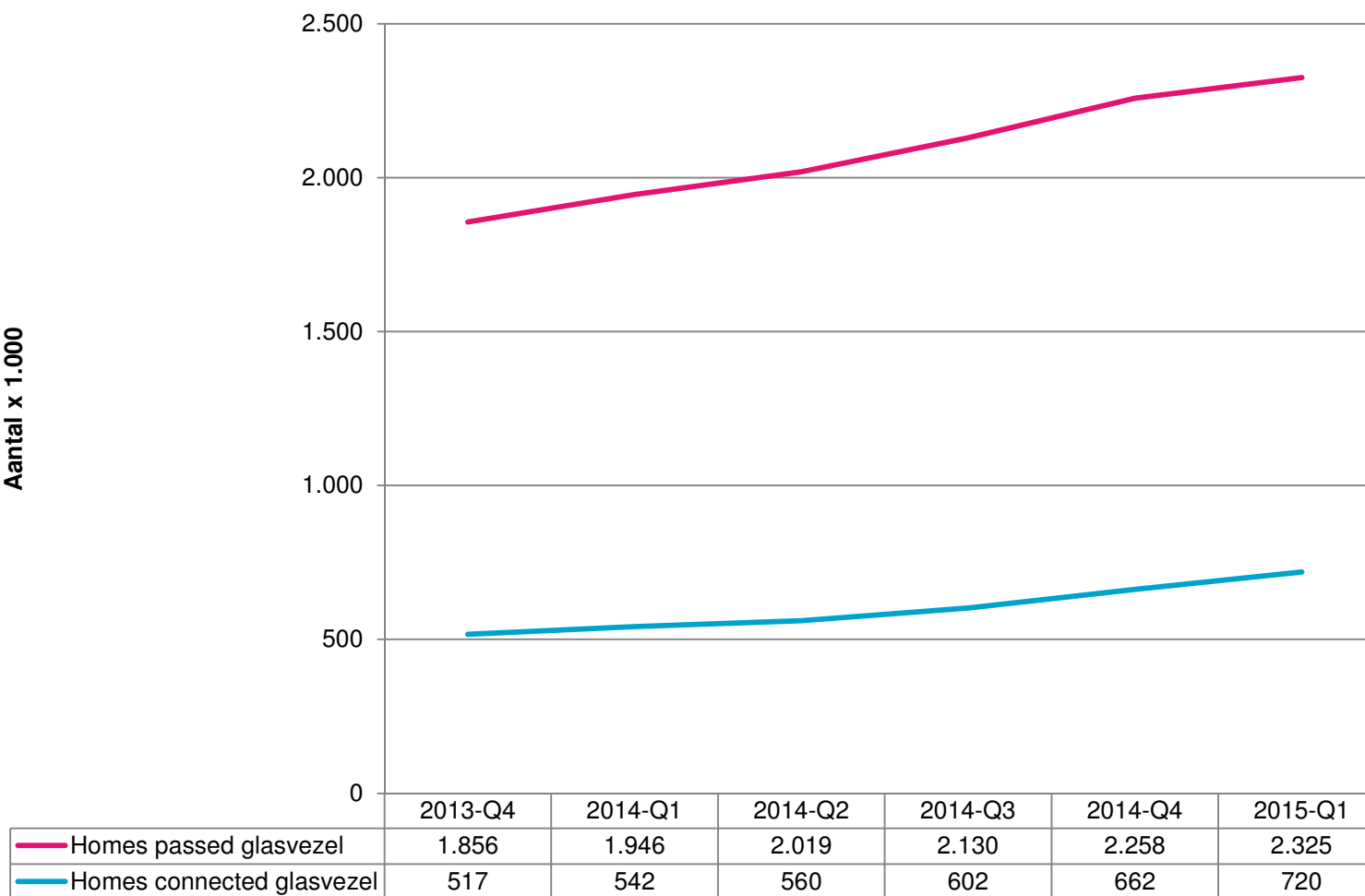
Op basis van vragen 30_B1_1_b-c van de Telecommonitor

Breedband

Homes passed en connected (FttH)



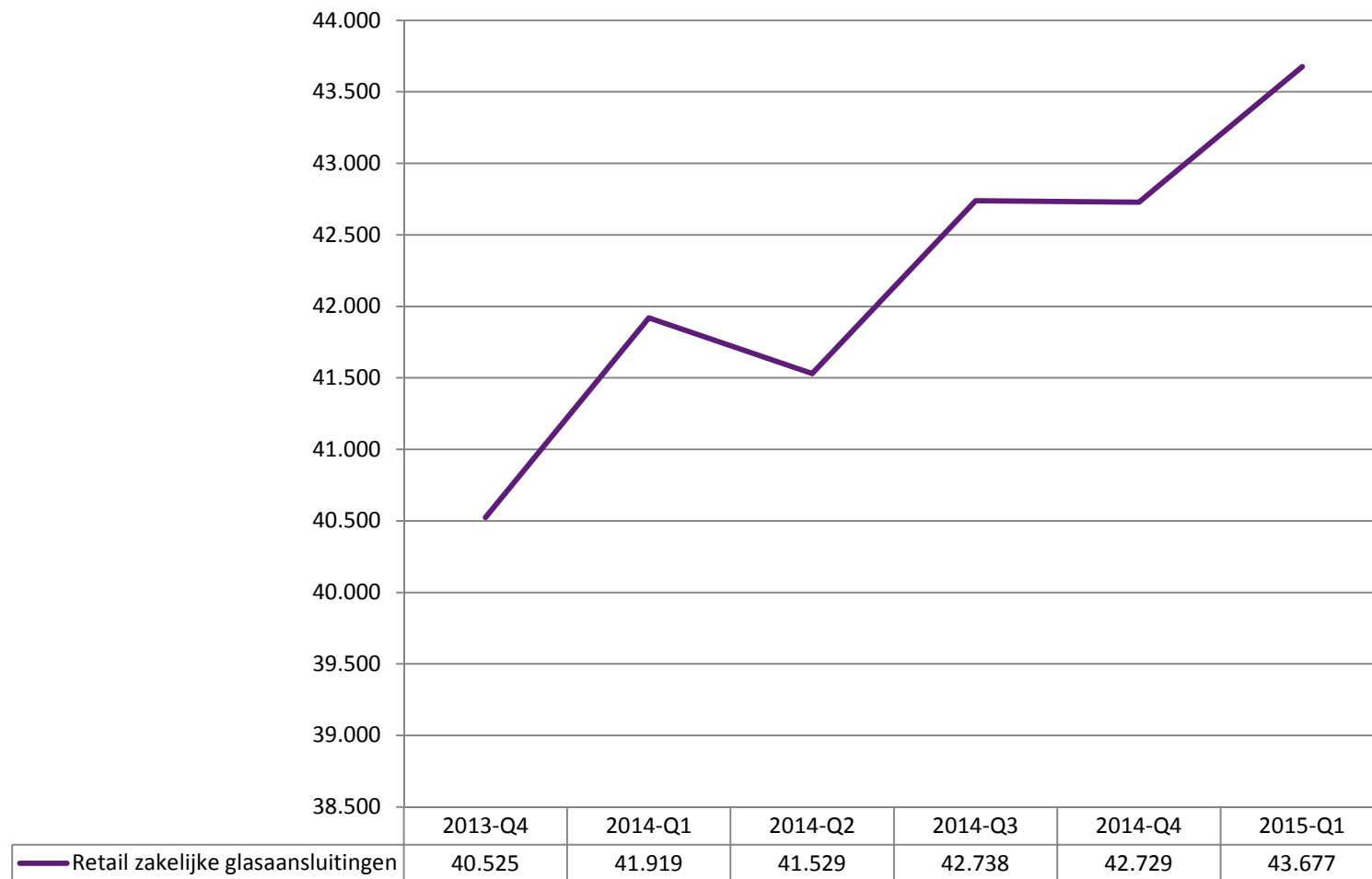
Aantal x 1.000



Op basis van vragen 0_A3_1_4 en 30_A1_4_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

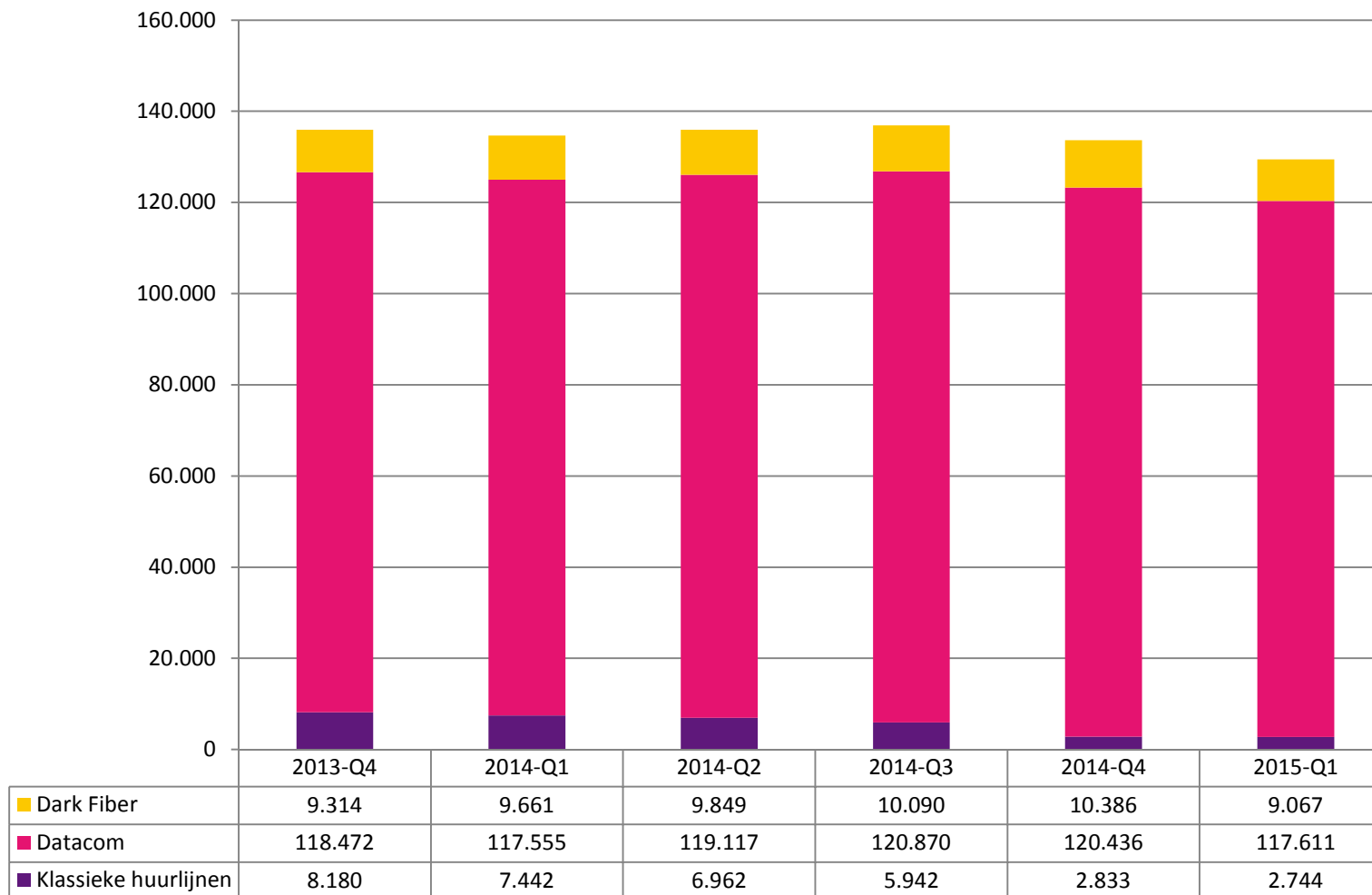
Retail zakelijke glasaansluitingen



Op basis van vragen 30_A2_1_1 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

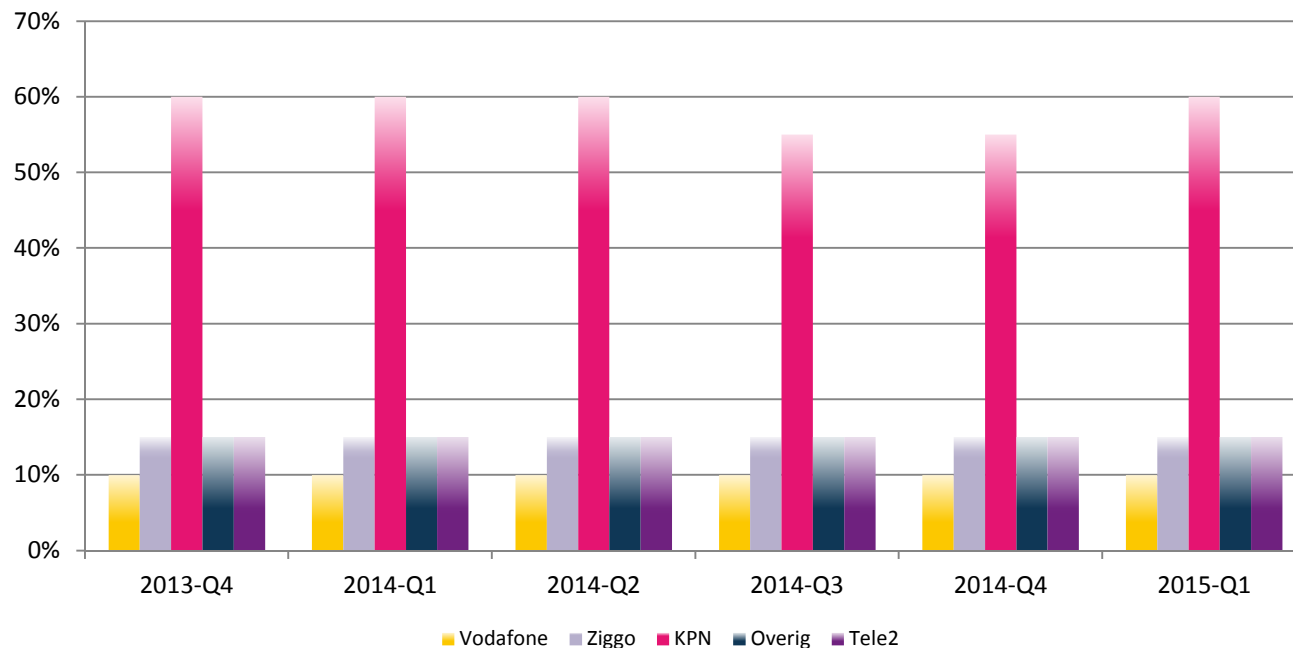
Retail zakelijke netwerkdiensten



Op basis van vragen 30_A2_2_1-2-3-4-5, 30_A2_3_1-2 en 30_A2_4_1 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

Retail marktaandeel zakelijke netwerkdiensten

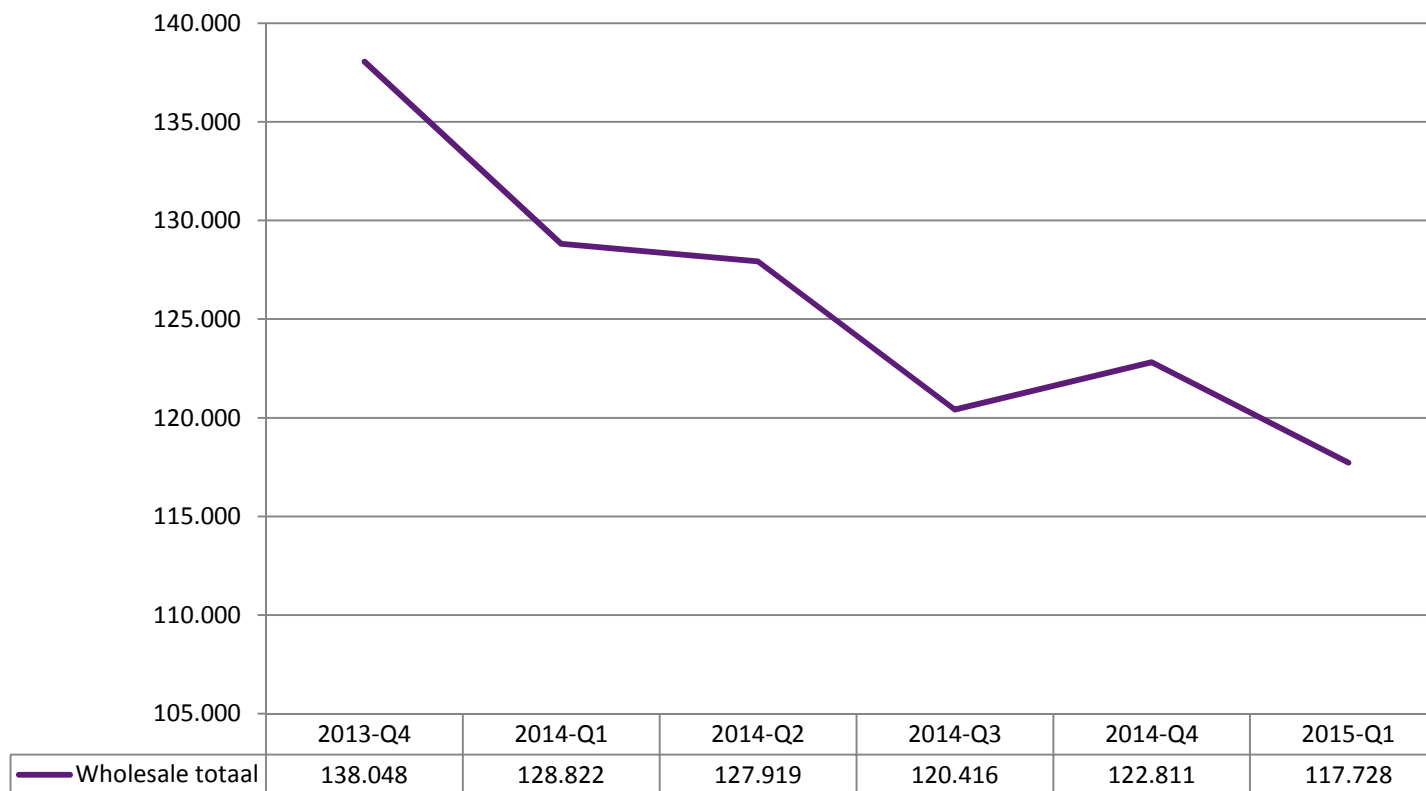


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
Eurofiber	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Vodafone	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[55 - 60%]
Tele2	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Overig	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]

Op basis van vragen 30_A2_2_1-2-3-4-5, 30_A2_3_1-2 en 30_A2_4_1 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

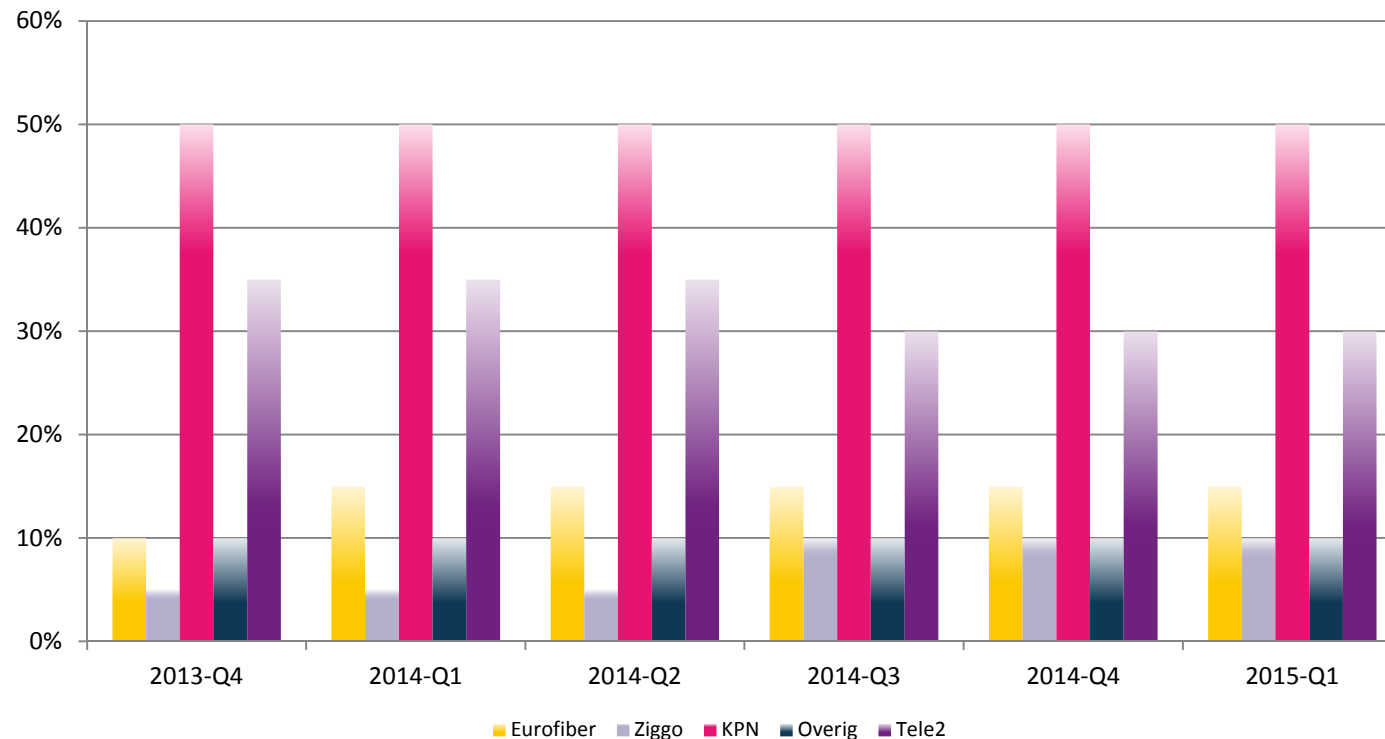
Wholesale HKWBT en huurlijnen



Op basis van vragen 30_B2_1_b-c-d, 30_B4_1_1-2, 30_B4_2_1-2-3-4, en 30_B4_5_1-2 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel HKWBT en huurlijnen



	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
Eurofiber	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Ziggo	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

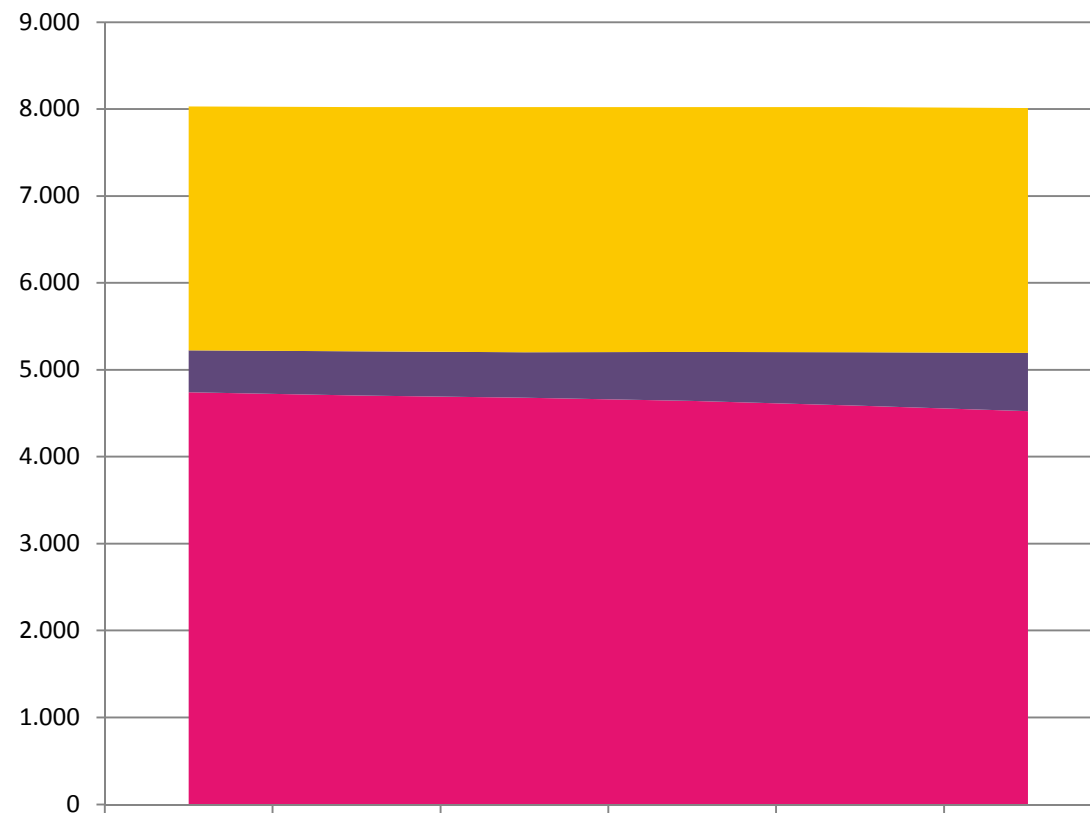
Op basis van vragen 30_B2_1_b-c-d, 30_B4_1_1-2, 30_B4_2_1-2-3-4, en 30_B4_5_1-2 van de Telecommonitor

Televisie

Retailabonnementen per type aansluiting



Aantal x 1.000

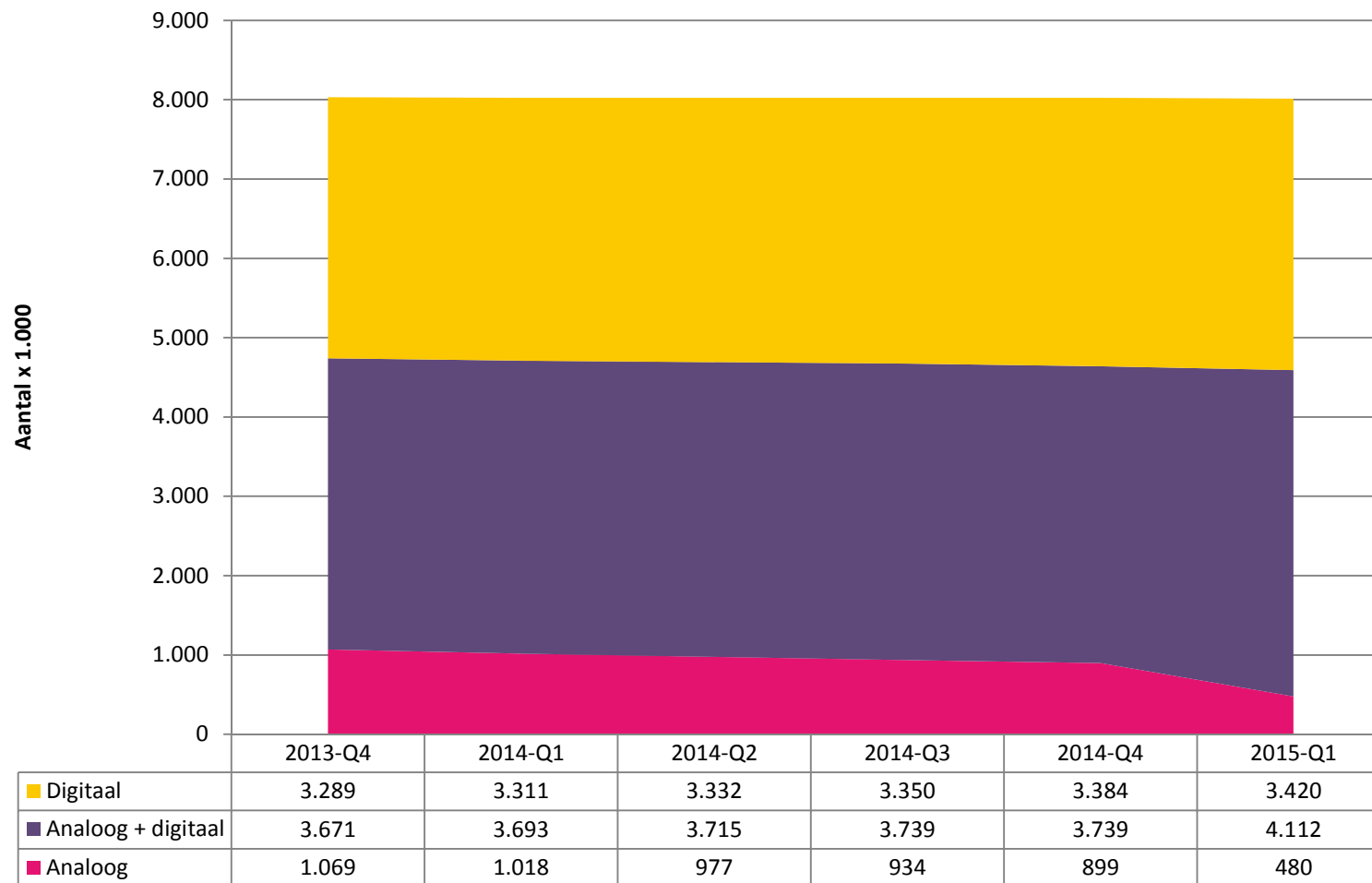


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
Digitale platforms (DSL, Digitenne, Satelliet)	2.806	2.810	2.821	2.819	2.821	2.819
Glasvezel	483	507	523	562	616	668
Kabel	4.740	4.705	4.679	4.642	4.586	4.525

Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, en 40_A1_4_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Televisie

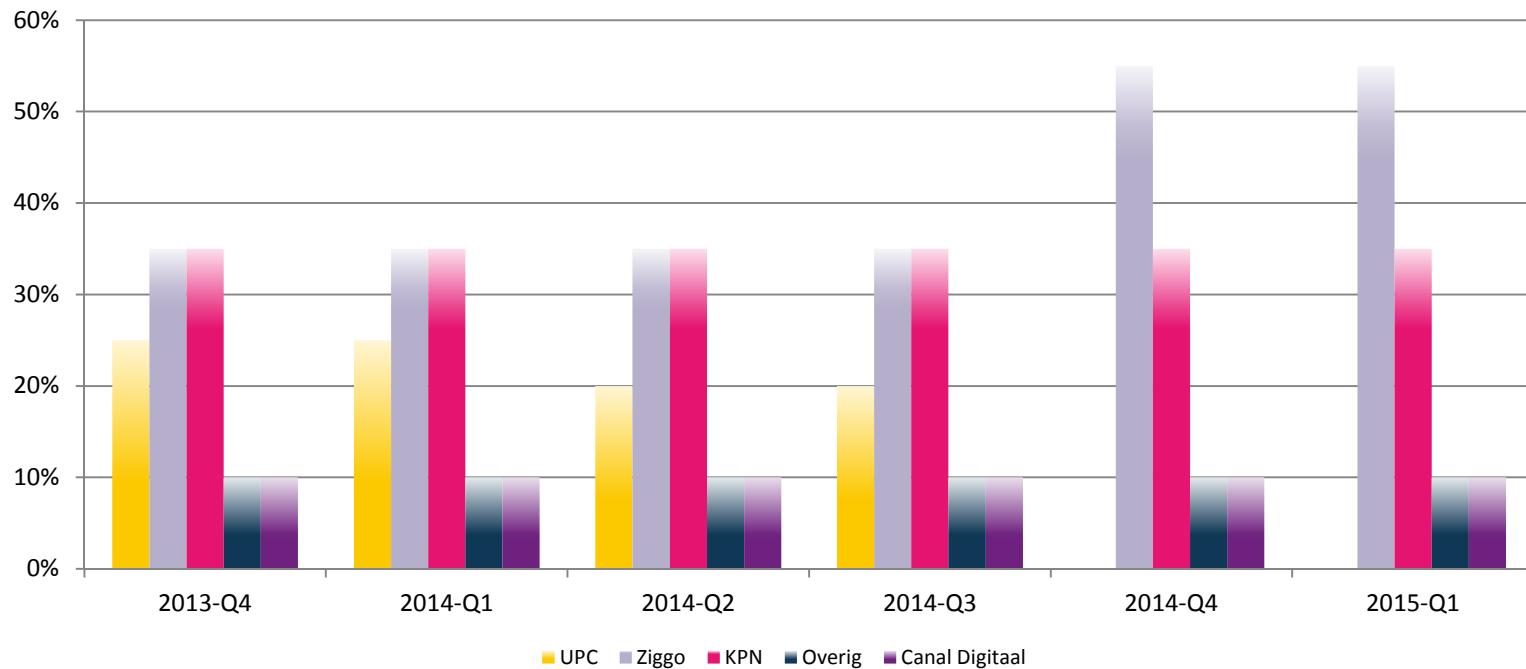
Digitalisering van televisie abonnementen



Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, en 40_A1_4_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Televisie

Retailmarktaandelen o.b.v. abonnementen

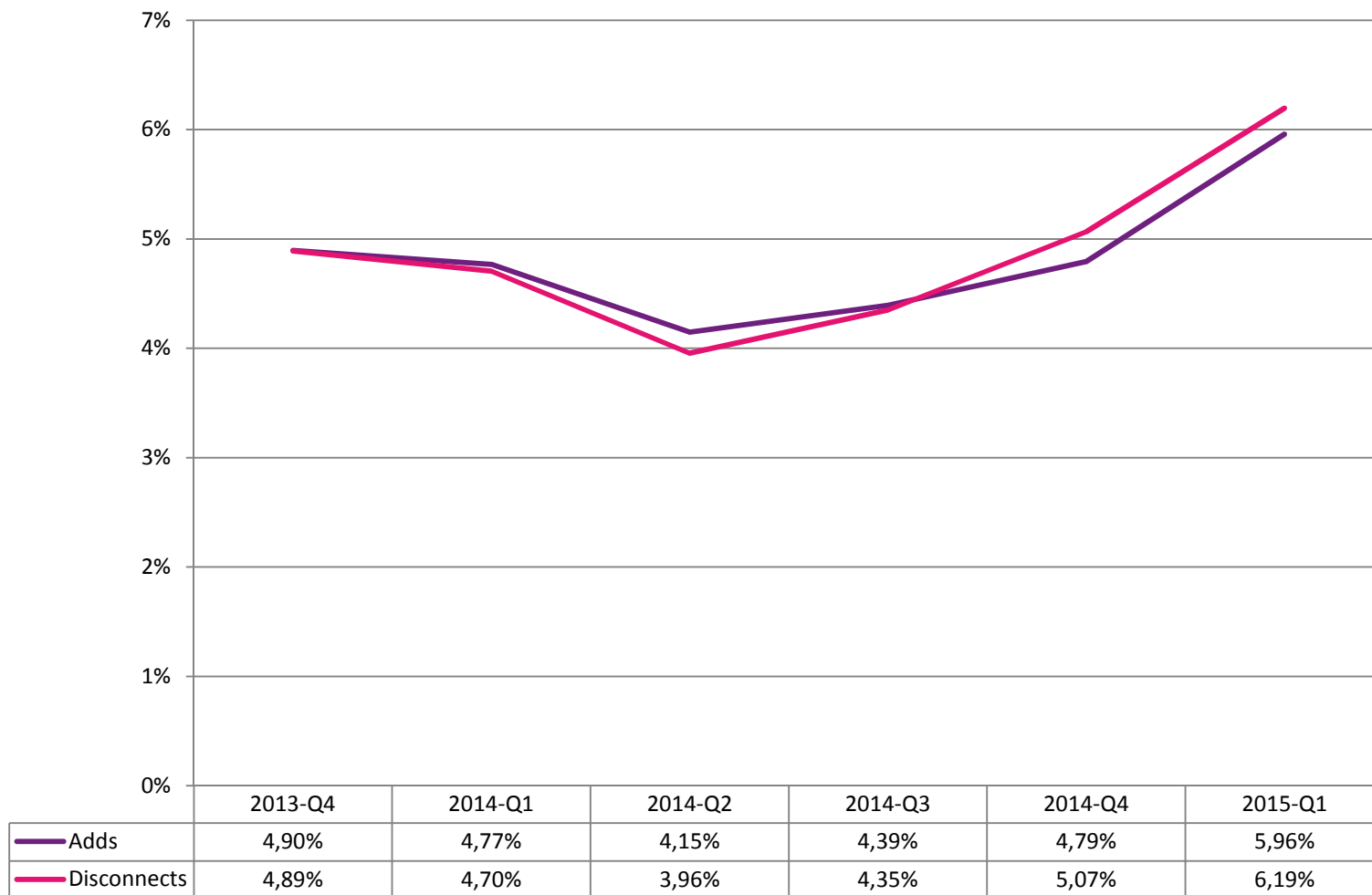


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
UPC	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-
Ziggo	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
KPN	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
Canal Digitaal	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, en 40_A1_4_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Televisie

Retail churn televisie abonnementen



Op basis van vragen 40_A2_1_1-2, 40_A2_2_1-2, 40_A2_3_1-2, 40_A2_4_1-2, 40_A2_5_1-2 en 40_A2_6_1-2 van de Telecommonitor

Televisie

Retailomzet RTV-abonnementen



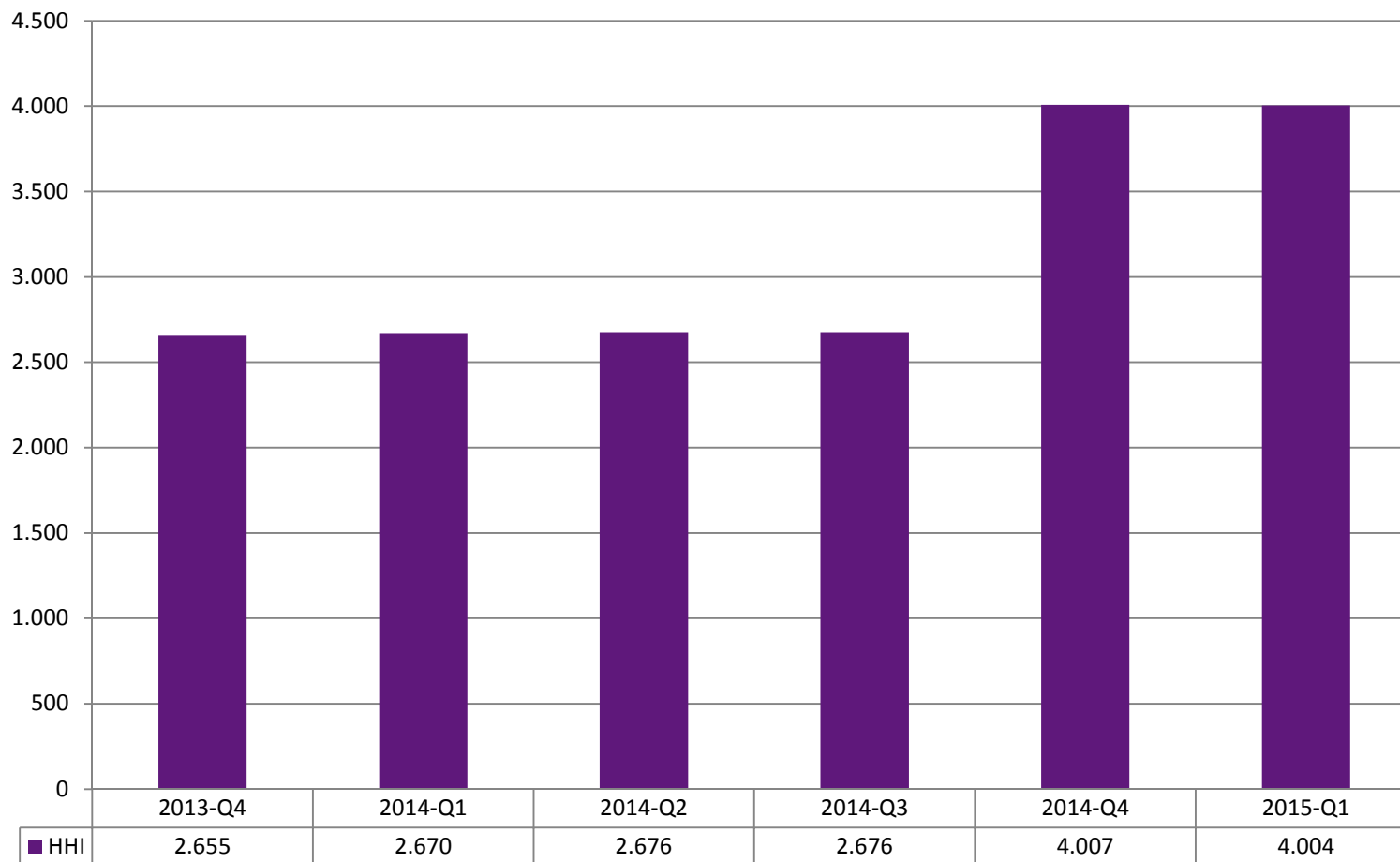
Omzet in €1.000



Op basis van vragen 40_A3_1_1-2-3, 40_A3_2_1-2-3, 40_A3_3_1-2, 40_A2_4_1-2 en 40_A2_5_1-2-3 van de Telecommonitor

Televisie

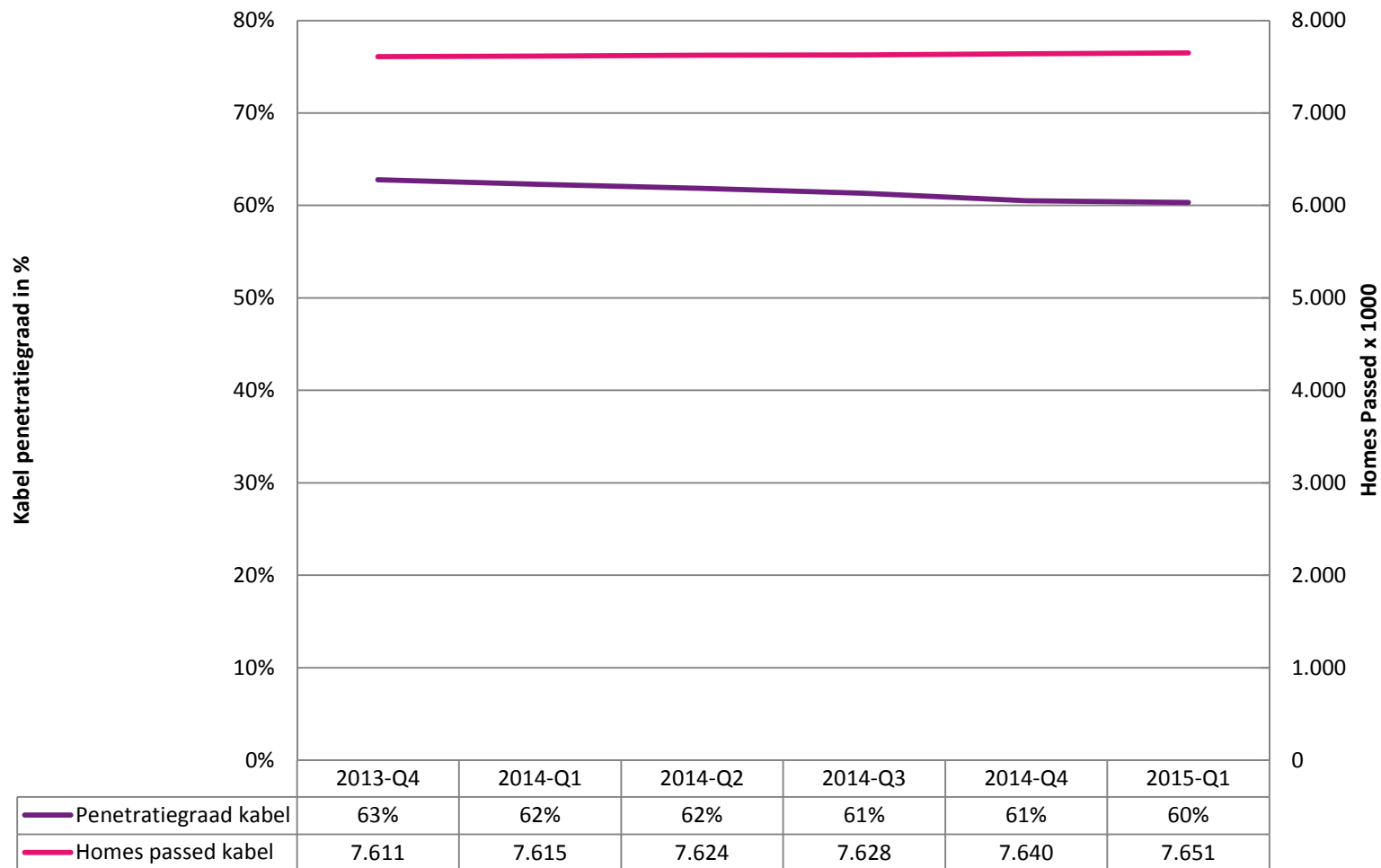
Herfindahl-Hirschman Index



Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, en 40_A1_4_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Televisie

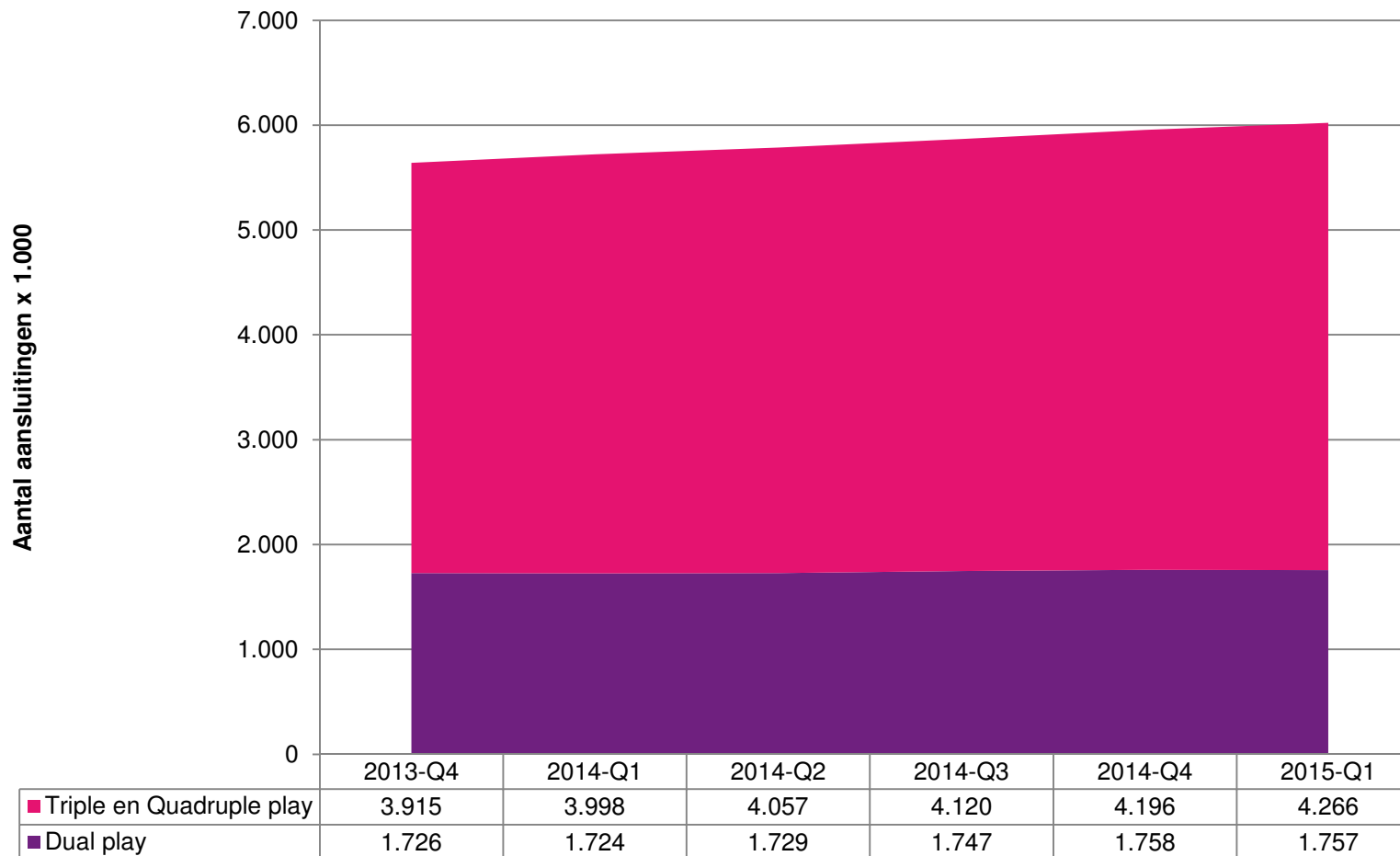
Homes passed en penetratiegraad kabel



Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, en 40_A1_4_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Multi play

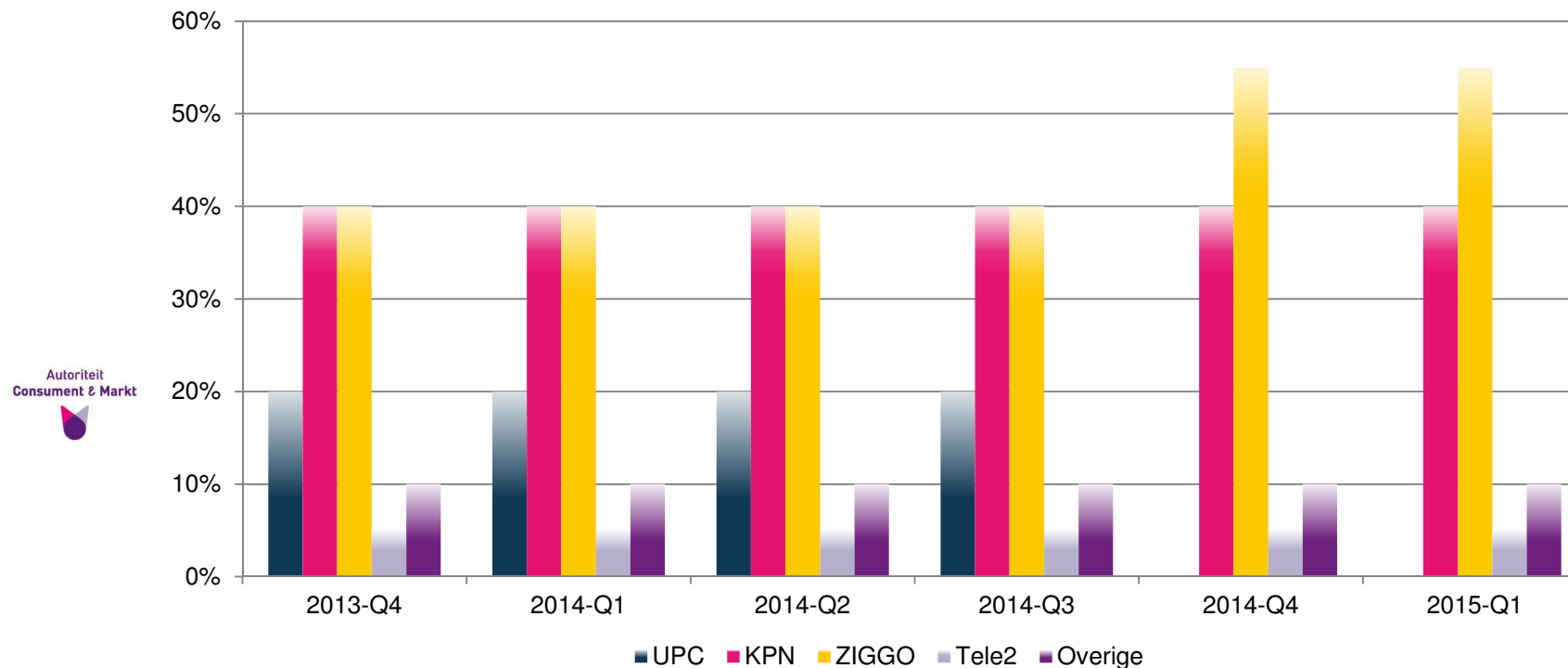
Retail aansluiting Multi play



Op basis van vragen 50_A1_1_1-2-3-5-6, 50_A1_2_1-2-3-4, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Multi play

Retailmarktaandeel Multi play

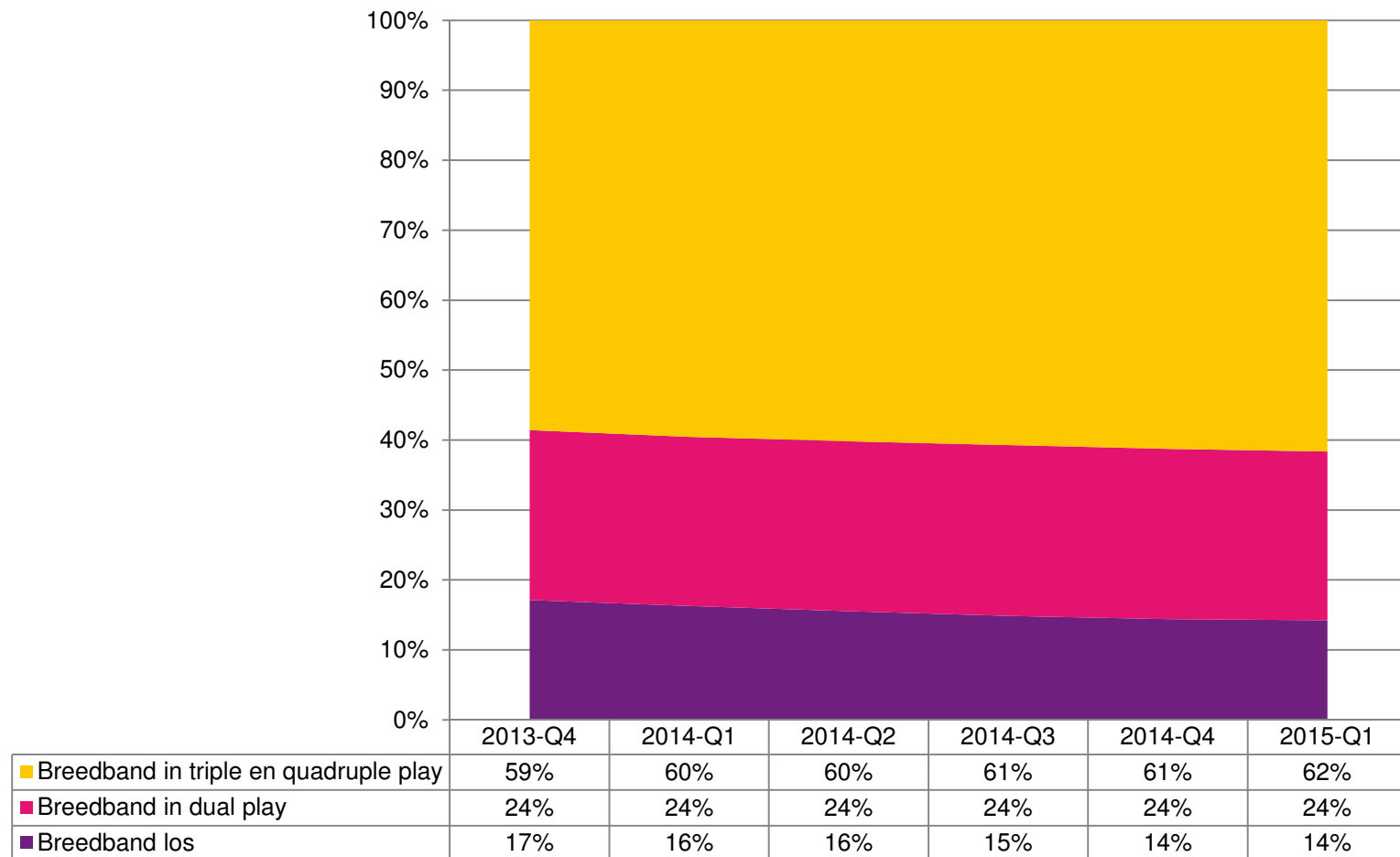


	2013-Q4	2014-Q1	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1
KPN	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
ZIGGO	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-
TELE2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

Op basis van vragen 50_A1_1_1-2-3-5-6, 50_A1_2_1-2-3-4, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Multi play

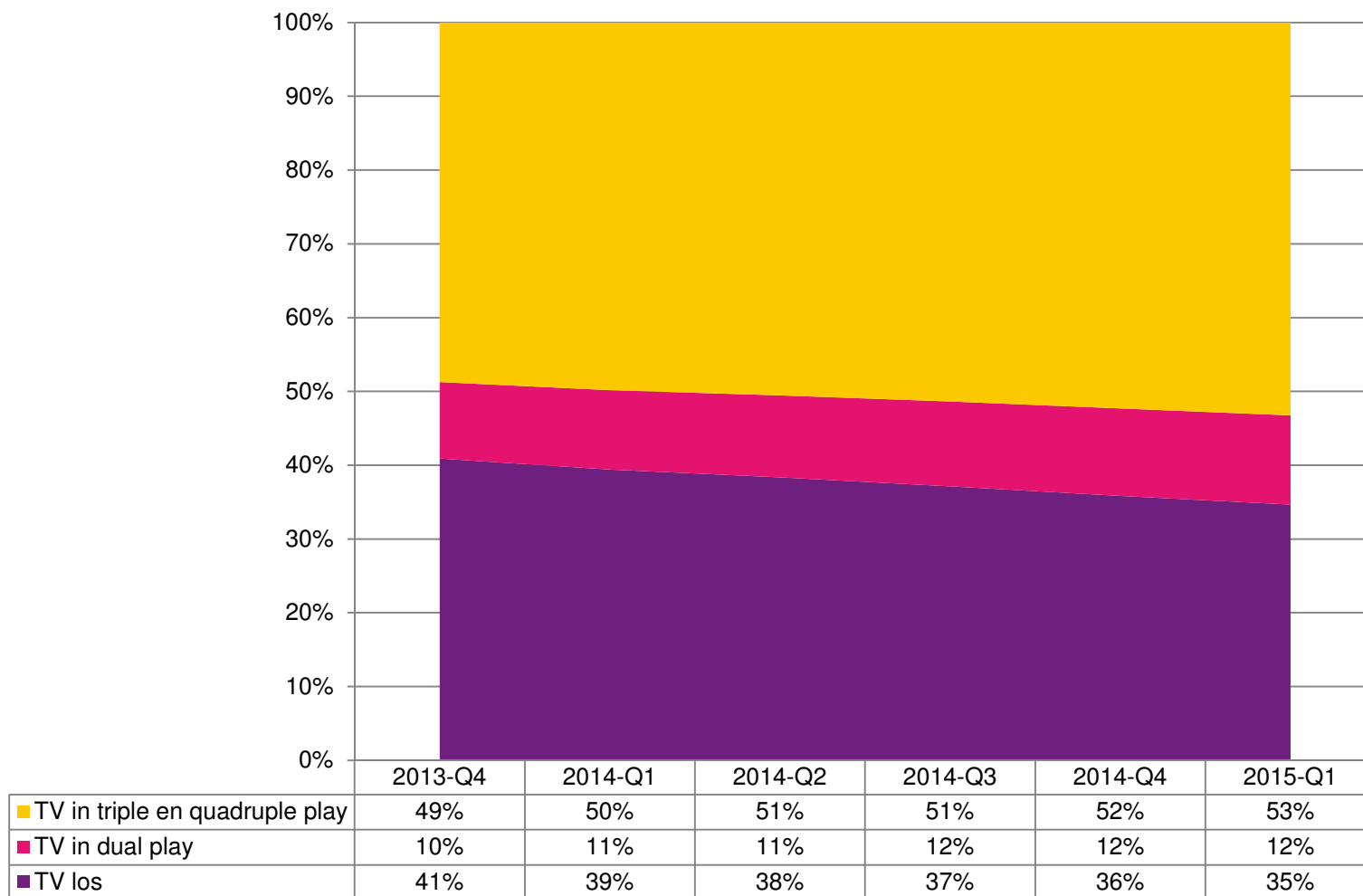
Retailaansluitingen met breedband



Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5, 30_A1_2_1-2-3-4-5, 30_A1_3_1-2-3-4-5, 30_A1_4_1-2-3-4-5, 30_A1_5_1-2-3-4-5, 50_A1_1_1-4-5, 50_A1_2_1-2-4, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Multi play

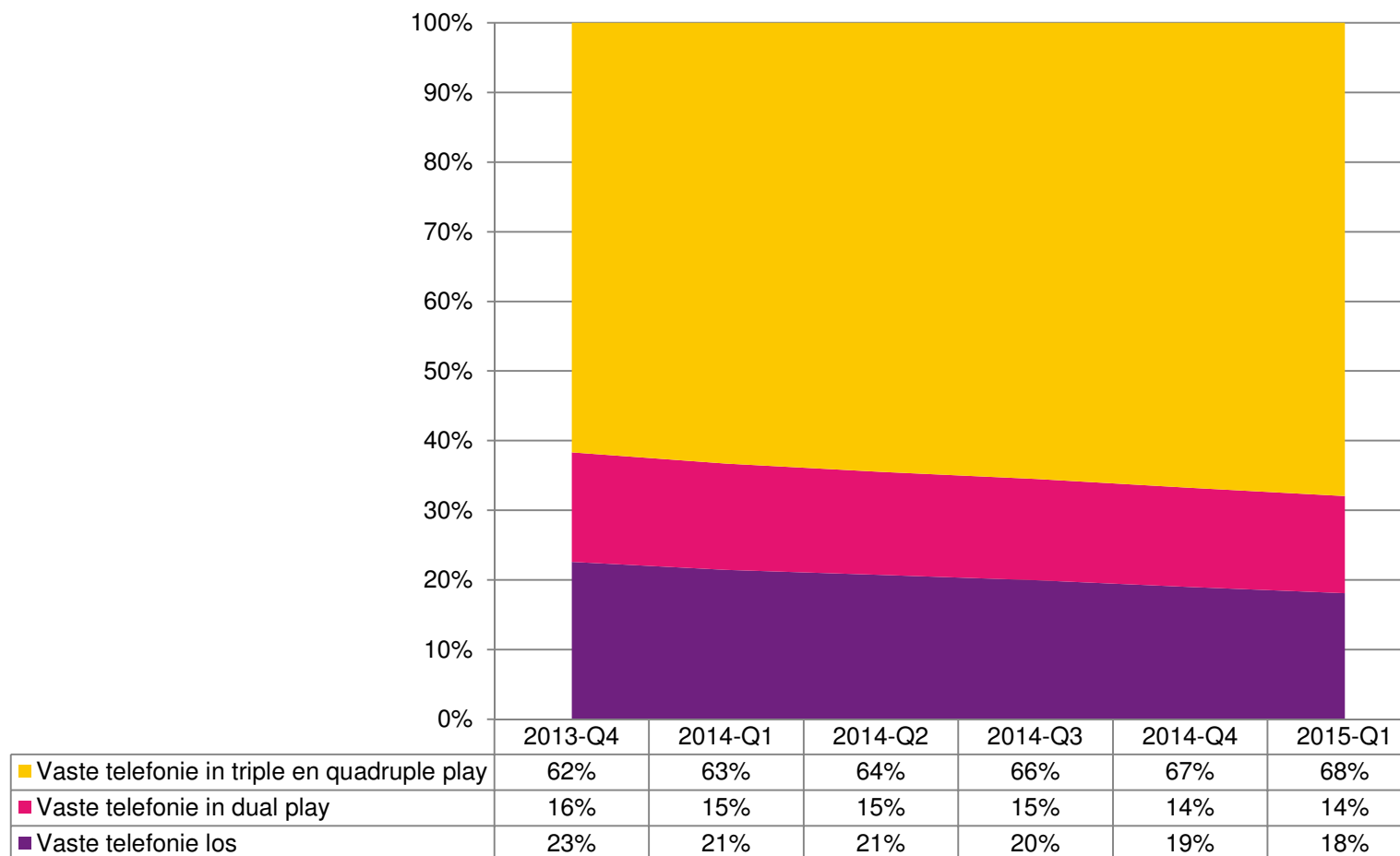
Retailaansluitingen met Televisie



Op basis van vragen 40_A1_1_1-2-3, 40_A1_2_1-2, 40_A1_3_1-2-3, 40_A1_4_1-2-3-4, 50_A1_1_1-2-3, 50_A1_2_1-3, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Multi play

Retailaansluitingen met Vaste Telefonie



Op basis van vragen 20_A1_1_1-2-3-4-5-6, 20_A1_7_1-2-3-4-5, 50_A1_1_2-4-6, 50_A1_2_1-3-4, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Bevraagde marktpartijen

Gegevens worden per markt aangeleverd door onderstaande marktpartijen

Algemeen		Mobiel		Vaste telefonie	
AT&T	MTTM	KPN		AT&T	Reggefiber (tot Q4 2014)
BT	Pretium	T-Mobile		BT	Stipte
CAIW	Reggefiber (tot Q4 2014)	Vodafone		CAIW	Tele2
CanalDigitaal	Stipte			CanalDigitaal (per Q1 2014)	T-Mobile (tot Q1 2014)
CIF (per Q4 2013)	Tele2			Colt	UPC (tot Q3 2014)
Cogas	T-Mobile			Delta	UPC Business (tot Q3 2014)
Colt	UPC (tot Q3 2014)			KPN	Verizon
Delta	UPC Business (tot Q3 2014)			MTTM	Vodafone
Easynet	Verizon			Pretium	Ziggo
Eurofiber	Vodafone				
KPN	Ziggo				
Breedband en netwerkdiensten		Televisie		Multi play	
AT&T	Reggefiber (tot Q4 2014)	CAIW	T-Mobile (tot Q1 2014)	CAIW	Tele2
BT	Tele2	CanalDigitaal	UPC (tot Q3 2014)	CanalDigitaal (per Q1 2014)	T-Mobile (tot Q1 2014)
CAIW	T-Mobile (tot Q1 2014)	Cogas	UPC Business (tot Q3 2014)	Cogas	UPC (tot Q3 2014)
CanalDigitaal (per Q1 2014)	UPC (tot Q3 2014)	Delta	Vodafone	Delta	UPC Business (tot Q3 2014)
Colt	UPC Business (tot Q3 2014)	KPN	Ziggo	KPN	Vodafone
Delta	Verizon	Tele2		Stipte	Ziggo
Easynet	Vodafone				
Eurofiber	Ziggo				
KPN					