



Telecommonitor Q1 2016

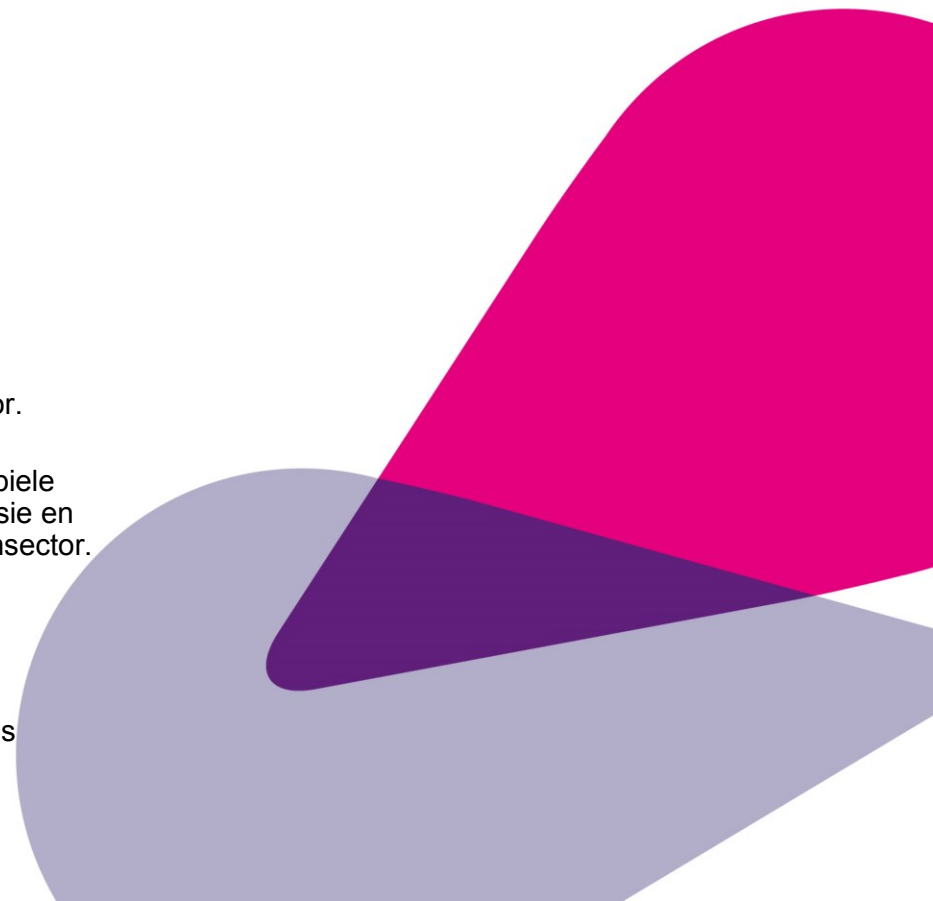
Openbare rapportage

Kwartaalrapportage van ACM met 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.



Trends Q1 2016

Meer 4G, minder 3G

We gebruiken steeds meer mobiele data. Sinds de ingebruikname van de 4G netwerken begin 2015 is het dataverbruik met ruim een kwart toegenomen. Het 4G verbruik steeg met ruim 1 miljard MB. Voor het eerst is er minder 3G data verbruikt ten opzicht van het kwartaal daarvoor. Mogelijk wordt deze daling veroorzaakt, doordat meerdere providers aan het einde van 2015 een actie hebben gehad, waarbij het dataverbruik in het vierde kwartaal van 2015 relatief hoog was. In de komende kwartalen wordt duidelijk of het 3G-dataverbruik inderdaad gaat dalen.

Minder dan één miljoen analoge telefonie klanten

Het aantal (consumenten) klanten dat belt via een traditionele analoge telefonielijn (PSTN) is voor het eerst gedaald tot onder de één miljoen aansluitingen. Consumenten stappen voor het bellen over naar bellen via een breedbandverbinding (VoB). Een VoB-telefonieverbinding wordt door providers vaak verkocht in een bundel met internet, televisie, en/of mobiel. Dit zien we terug in de groei van de multi play pakketten.

Triple en quad play pakketten steeds populairder

Op dit moment maken 6,3 miljoen huishoudens in Nederland gebruik van een bundelpakket bij een telecomprovider. In het afgelopen kwartaal is vooral het aantal triple (+5%) en quad (+11%) play bundels toegenomen. Bundels – waarbij breedband, TV, vaste en/of mobiele telefonie in een pakket worden afgenomen – worden populairder dan het afsluiten van afzonderlijke abonnementen voor de verschillende diensten. Zo is inmiddels 90% van de breedbandverbindingen en 84% van de vaste telefonielijnen onderdeel van zo'n pakket.

Trends Q1 2016

Klanten nemen steeds vaker hogere bandbreedtes af via koper

Het kopernetwerk wordt steeds sneller. KPN gaat door met het upgraden waardoor snelheden tot 200 Mbit/s gehaald kunnen worden. Bijna 3 miljoen huishoudens kunnen al gebruik van maken van zo'n snellere koperlijn. Ook kleinere telecomaanhouders profiteren van deze upgrades: dankzij de regulering van ACM kunnen zij virtueel toegang krijgen tot deze ge-upgrade verbindingen (VULA) en hun klanten zo hogere snelheden aanbieden.

Internet over glasvezel wordt steeds populairder. Terwijl het aantal aansluitingen via kabel schommelt en dat via koper daalt, stijgt het aantal aansluitingen via glasvezel. Bij alle soorten aansluitingen is een verschuiving te zien in de snelheden die worden afgenomen. Dit komt zowel deels door snelheidsveranderingen die zijn doorgevoerd in de pakketten die worden aangeboden. Het komt ook deels door verbeteringen in de administratiesystemen van telecomaanhouders, waardoor nu meer accurate informatie beschikbaar is.



Achtergrond bij de Telecommonitor

In dit kwartaal hebben twee partijen een correctie doorgevoerd in hun cijfers,

T-Mobile heeft een wijziging doorgevoerd in zijn klantadministratie, waardoor het aantal mobiele bundel (data en spraak) aansluitingen in deze rapportage is gestegen ten opzichte van voorgaande rapportages.

In het afgelopen kwartaal heeft KPN een wijziging doorgevoerd in zijn administratiesysteem, waardoor het aantal retail breedband aansluitingen afwijkt van eerdere kwartalen. Een correctie van eerdere opgeleverde data kon door KPN niet opgeleverd worden.

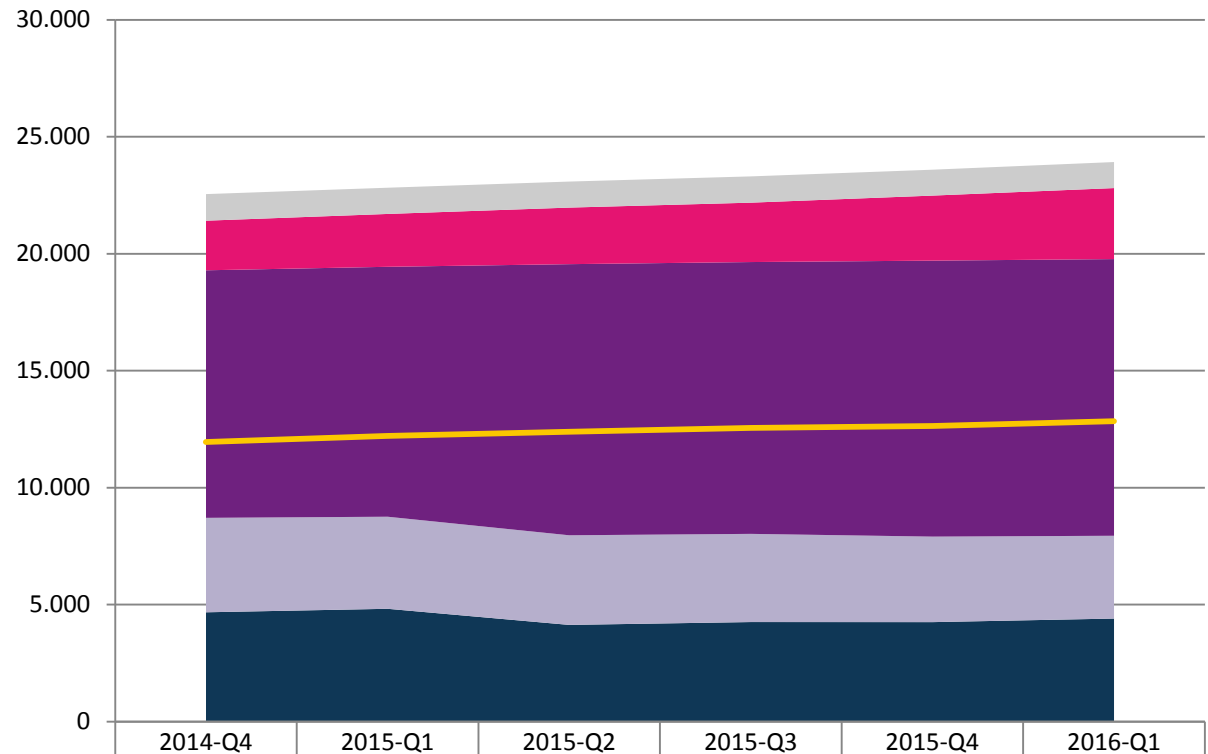
Inhoudsopgave

Mobiel	p. 5
Vaste telefonie	p. 13
Breedband	p. 27
Zakelijke netwerkdiensten	p. 40
Televisie	p. 48
Multi play	p. 55
Bevraagde marktpartijen	p. 60

Mobiel

Retailaansluitingen

Aantal aansluitingen x1.000

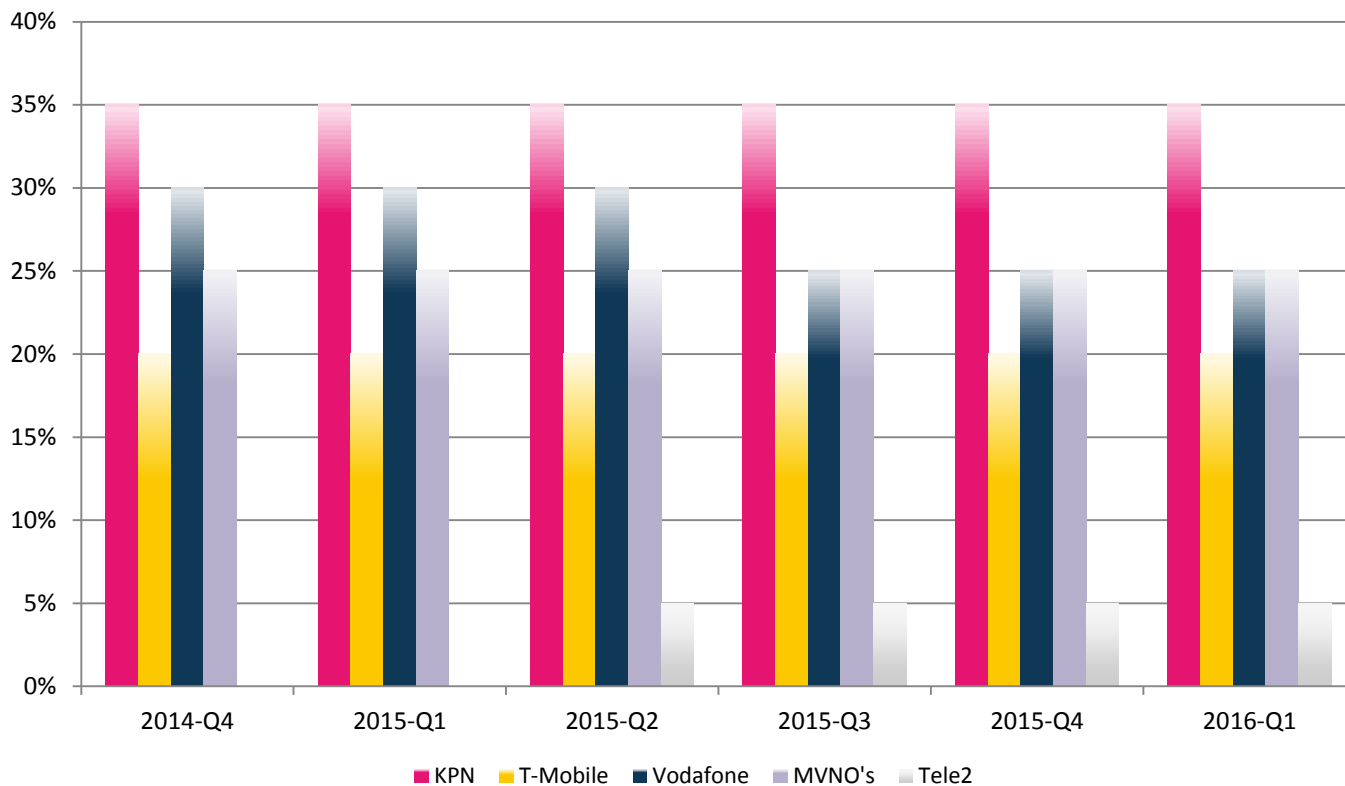


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
■ Data only mobiele aansluitingen	1.136	1.120	1.112	1.123	1.107	1.112
■ M2M	2.121	2.259	2.418	2.539	2.781	3.036
■ Postpaid MNO	10.583	10.684	11.589	11.620	11.797	11.827
■ Prepaid MNO	4.037	3.937	3.832	3.770	3.655	3.539
■ Post- en Prepaid aansluitingen MVNO	4.670	4.819	4.131	4.253	4.250	4.402
■ Mobiele bundel (data en spraak) aansluitingen	11.952	12.212	12.392	12.547	12.640	12.840

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

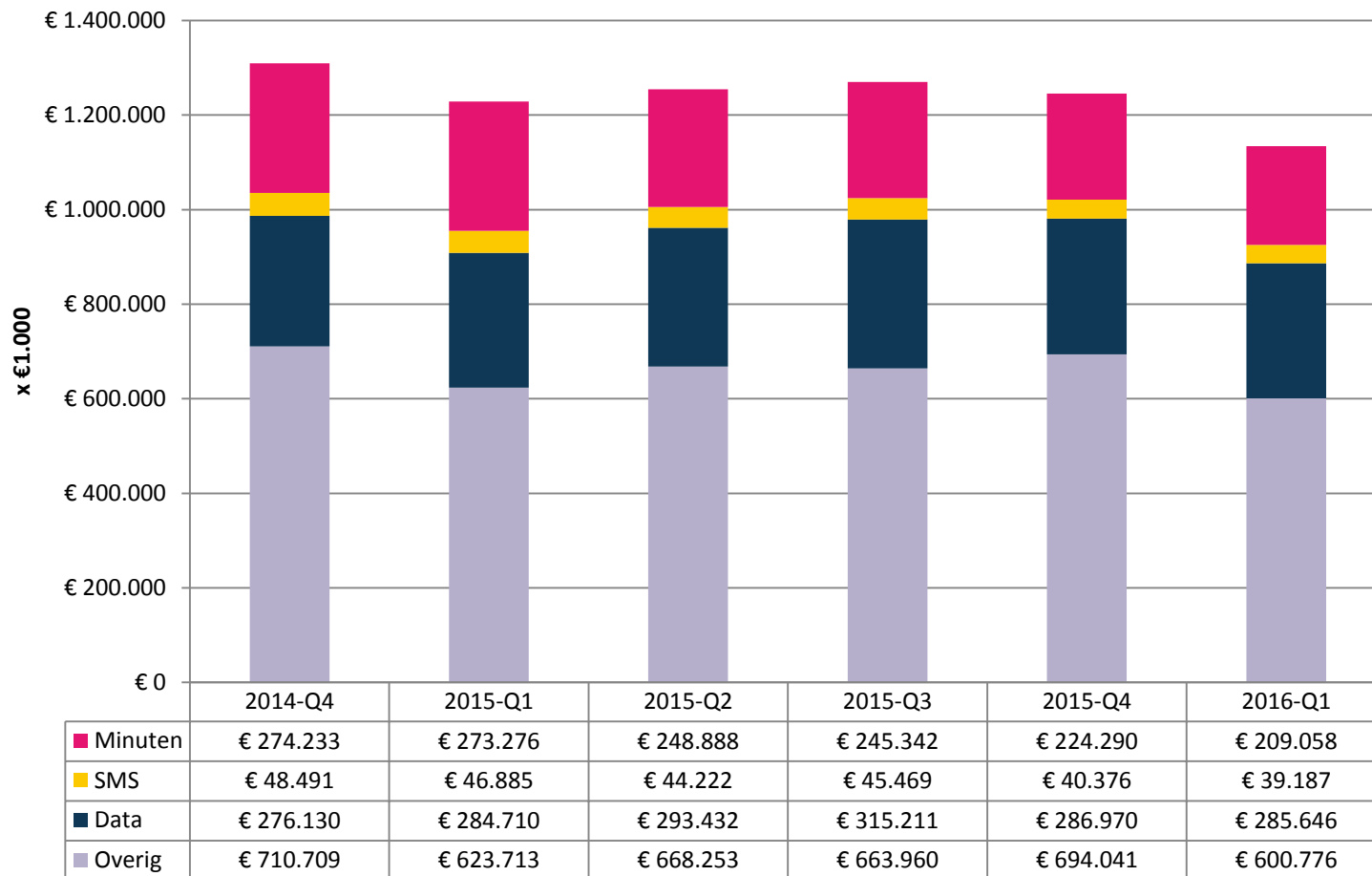


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
T-Mobile	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]
Vodafone	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
Tele2	-	-	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
MVNO's	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[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

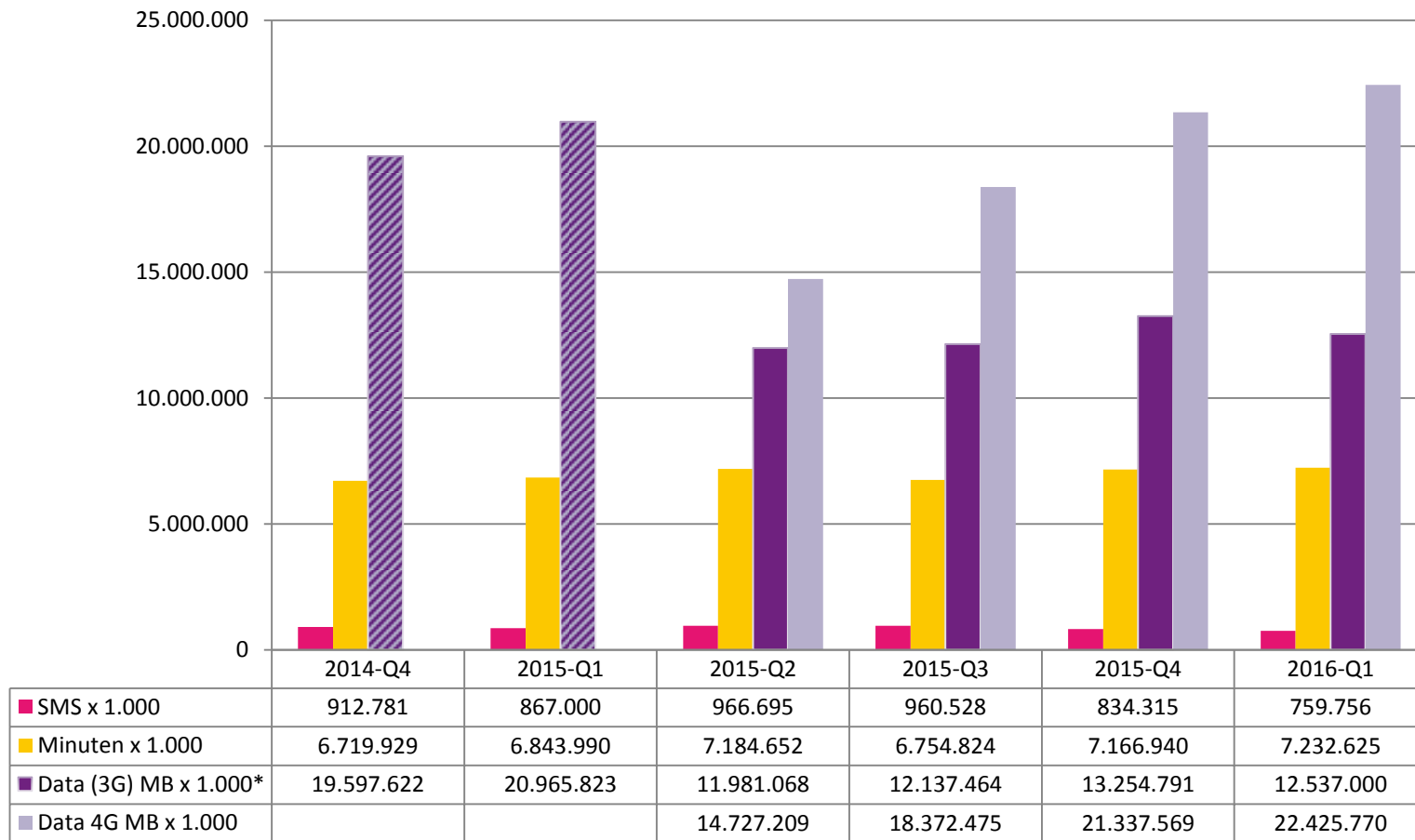
Retailomzet Mobiele Netwerk Operators (MNO's)



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

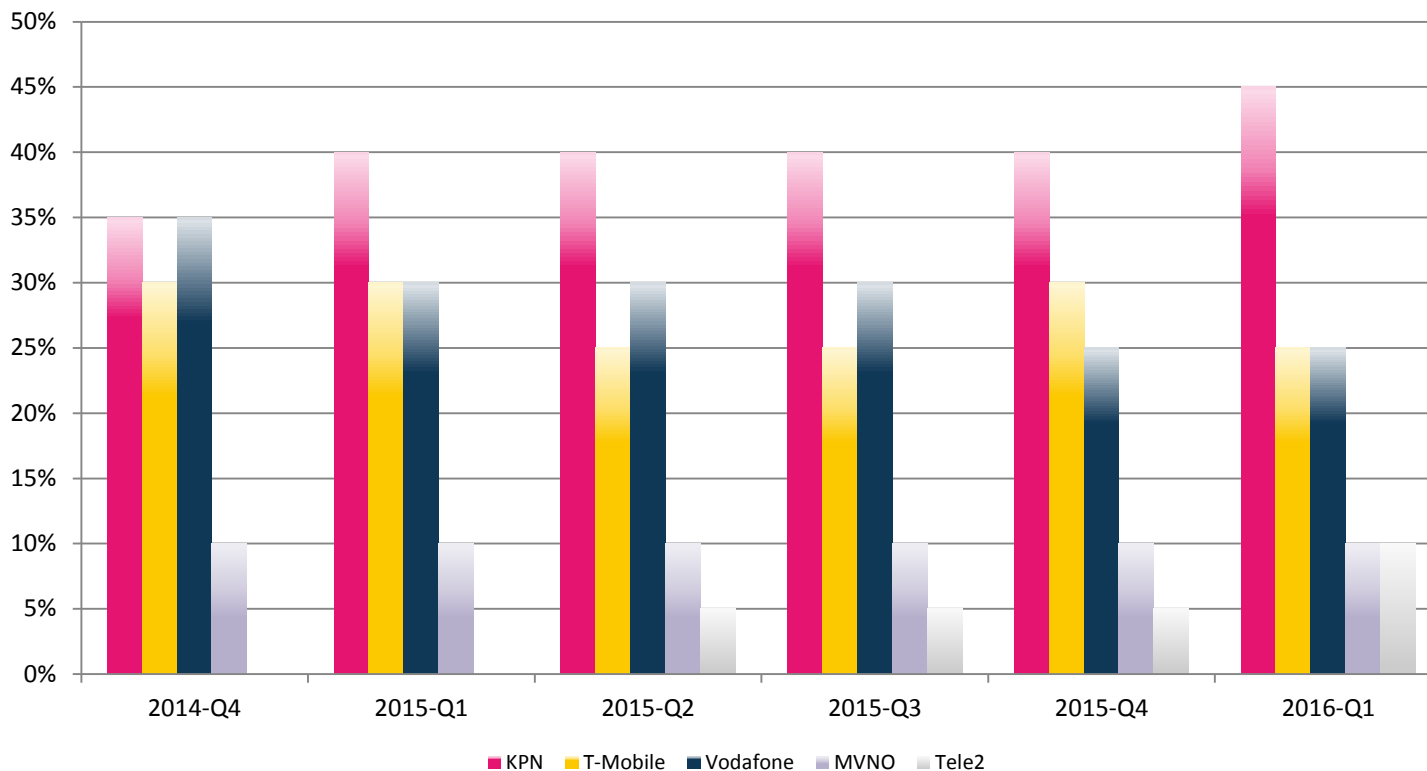


Op basis van vragen 10_A3_1_1-2-3, 10_A3_2_1-2-3, 10_A3_3_1-2-3, 10_A3_4_1-2-3, en 10_B3_1_1-2-3 van de Telecommonitor

*Vanaf Q2 2015 wordt er onderscheid gemaakt tussen 3G en 4G datavolume

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. dataverbruik

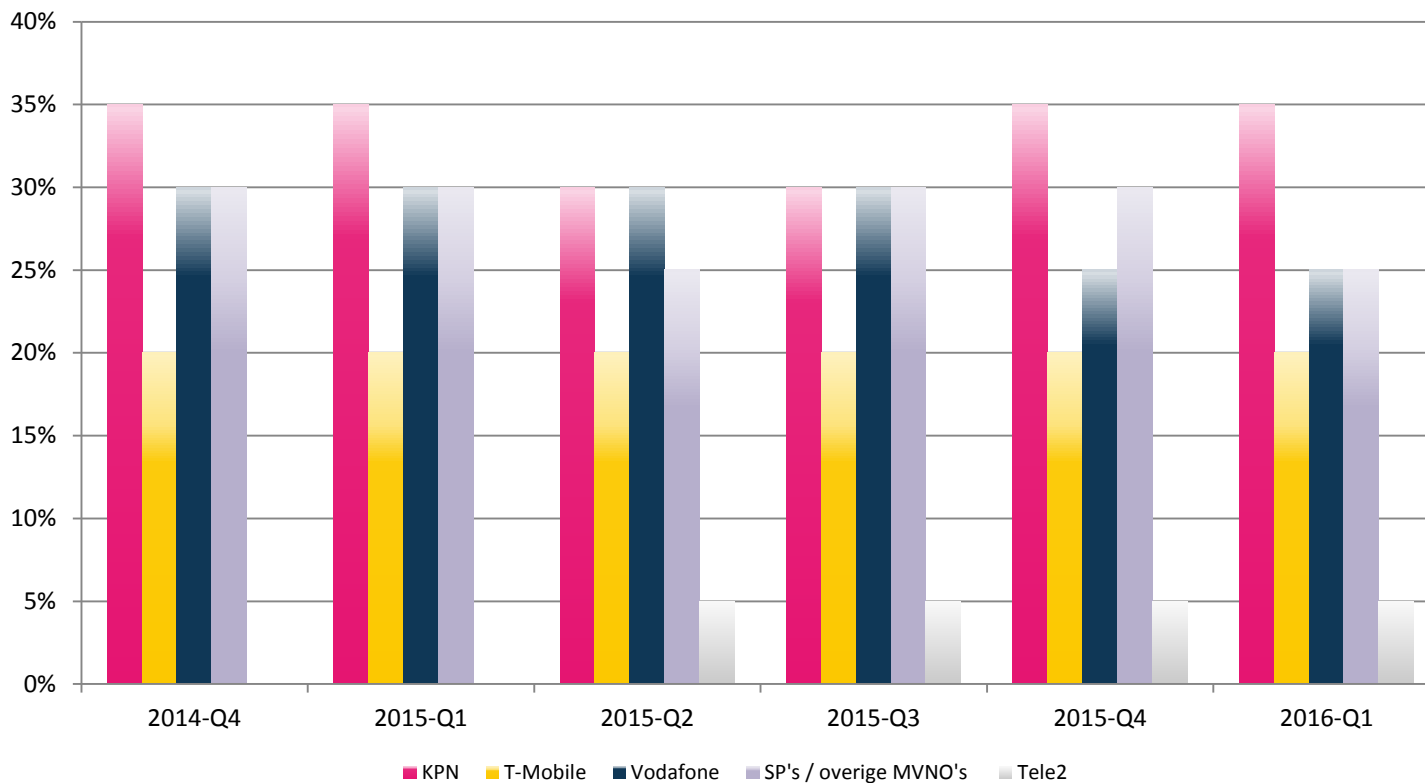


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[30 - 35%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[40 - 45%]
T-Mobile	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]
Vodafone	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Tele2	-	-	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]
MVNO's	[5 - 10%]	[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



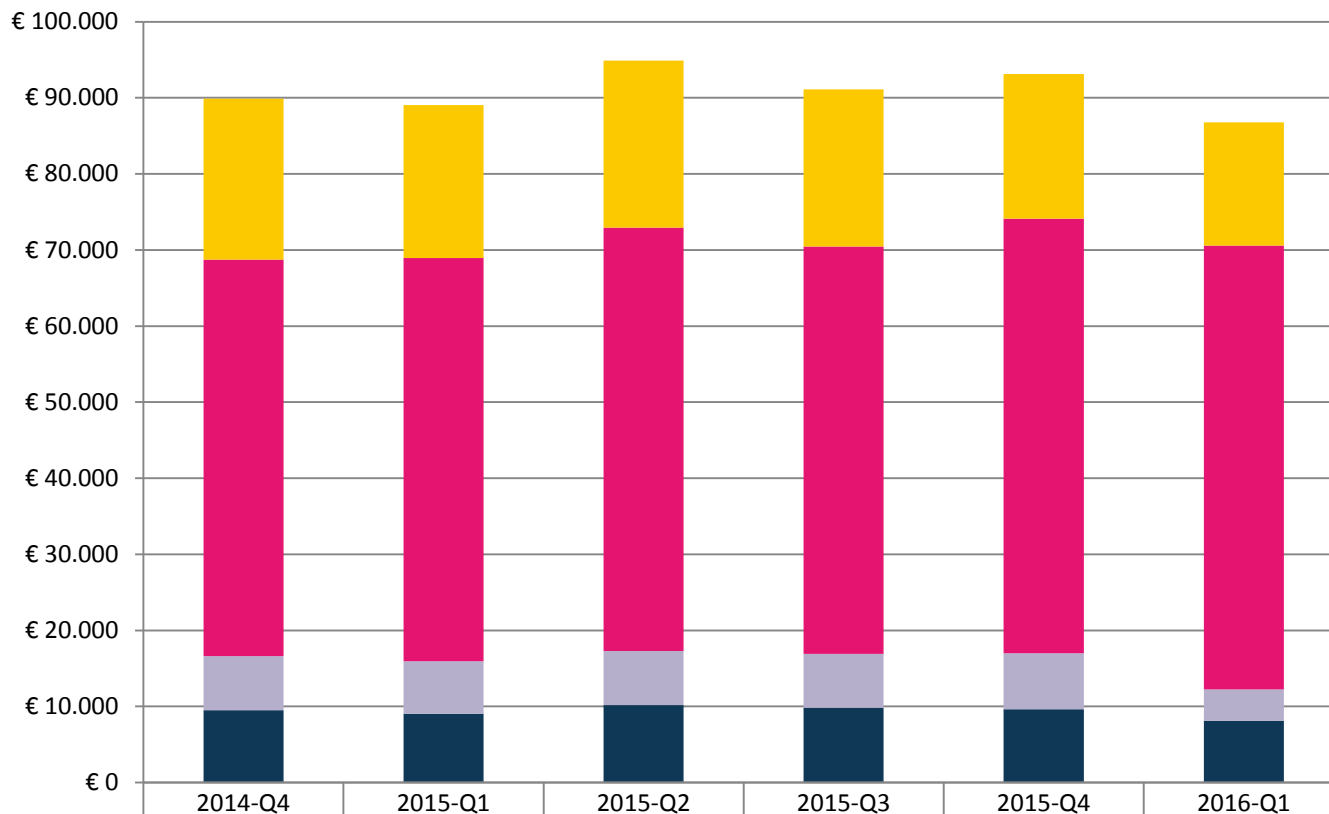
	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
T-Mobile	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]
Vodafone	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Tele2	-	-	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
MVNO's	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]

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

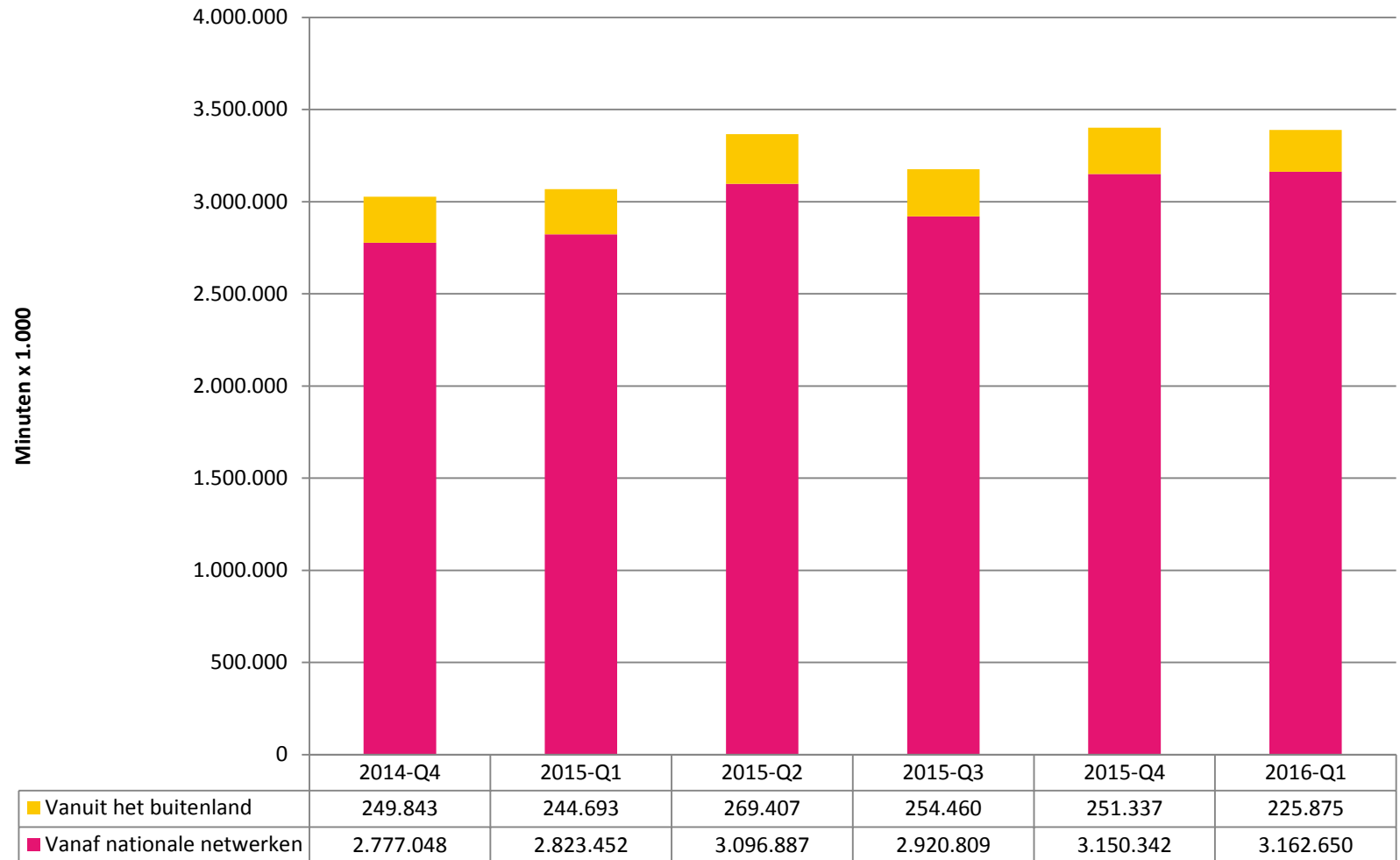
x €1.000



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

Mobiel

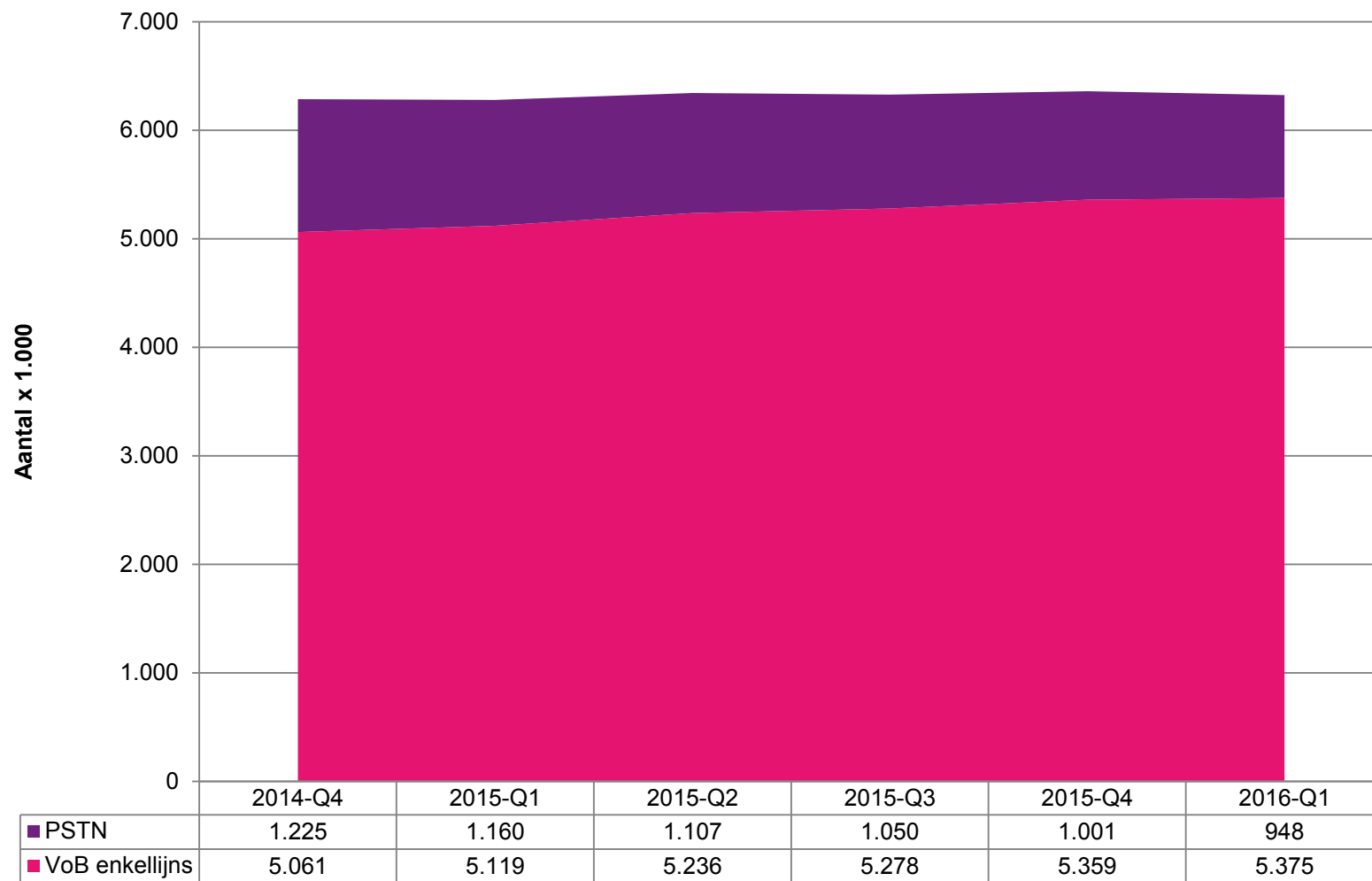
Wholesale volume gespreksafgifte (exclusief onnet)



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

Vaste telefonie

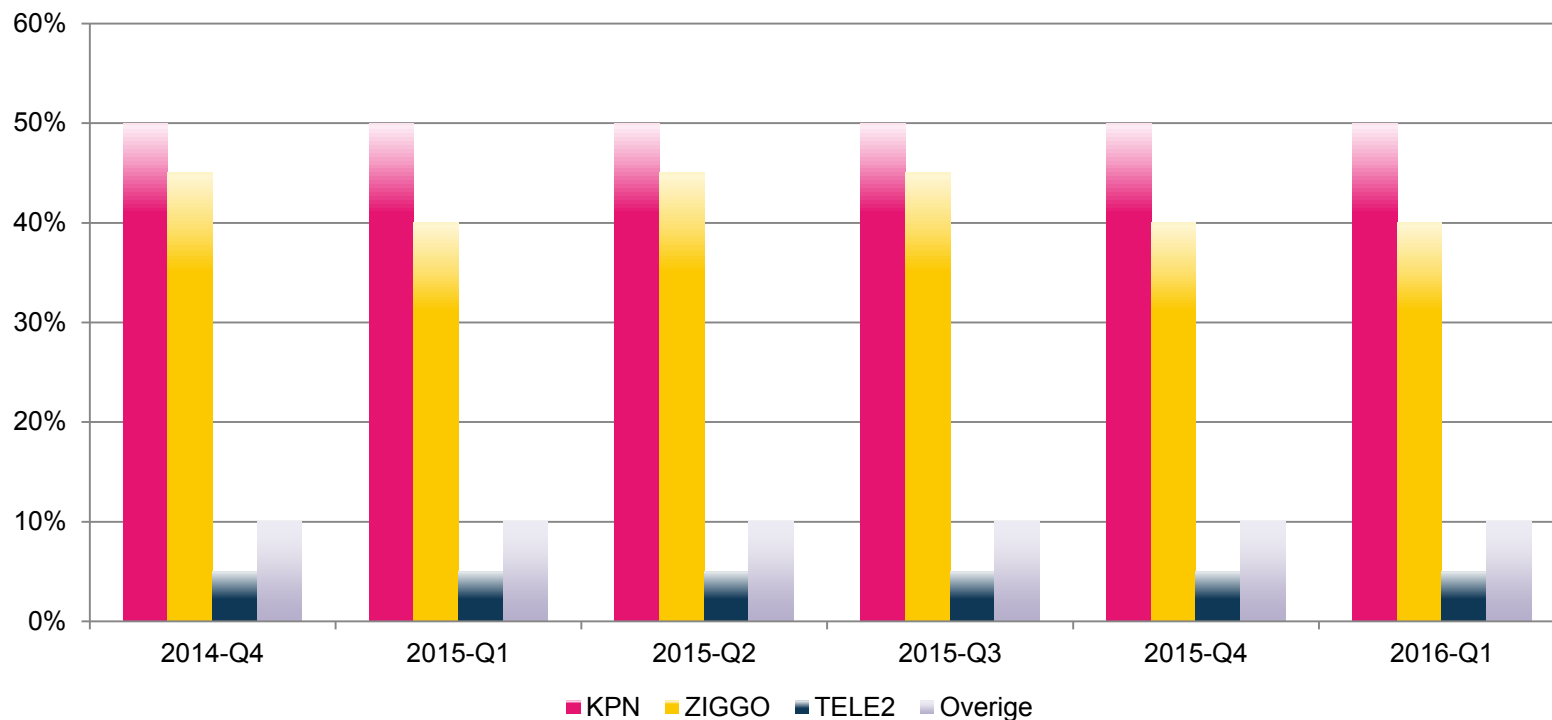
Retail enkelvoudige aansluitingen



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

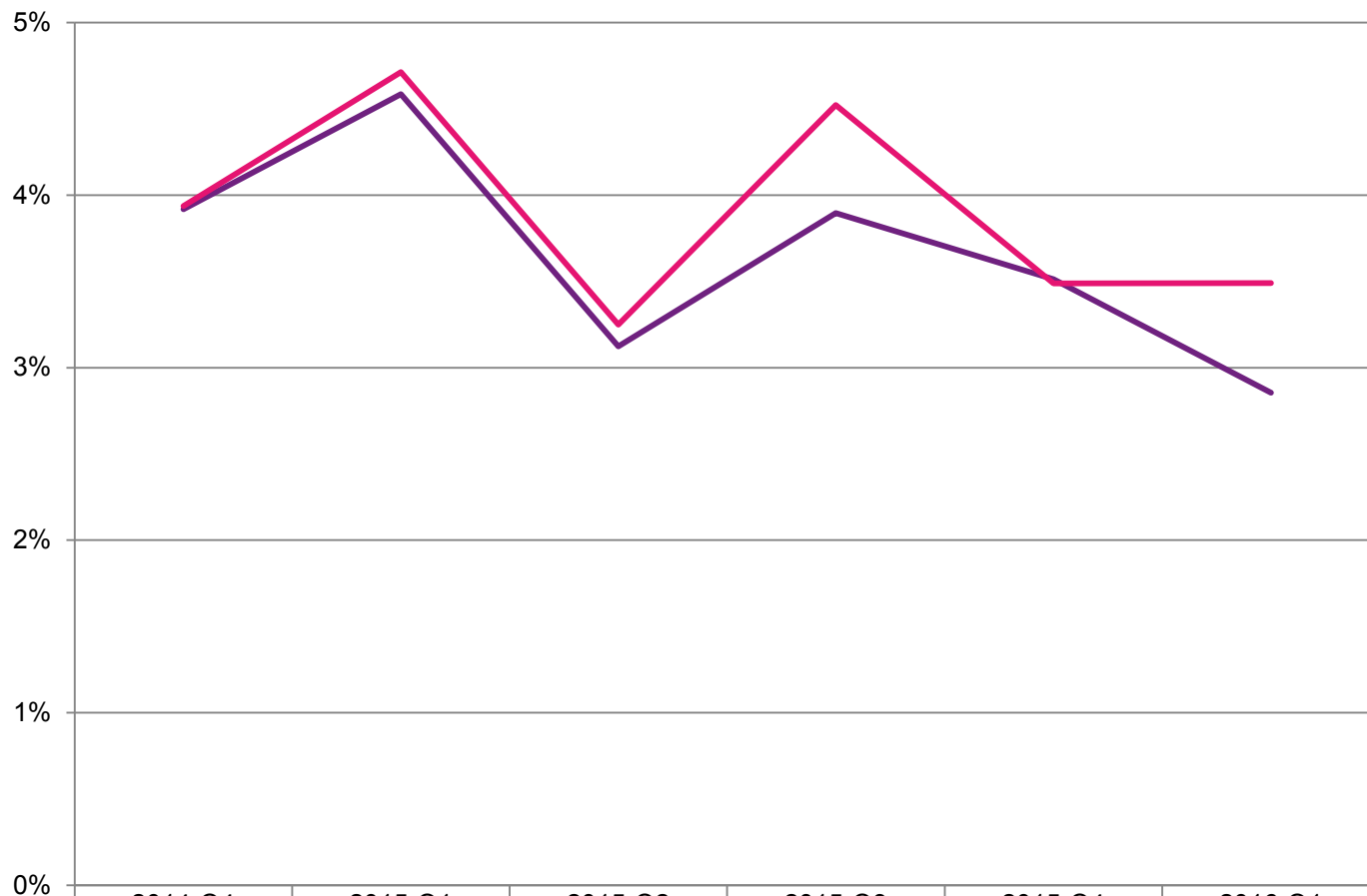


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[40 - 45%]	[35 - 40%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 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

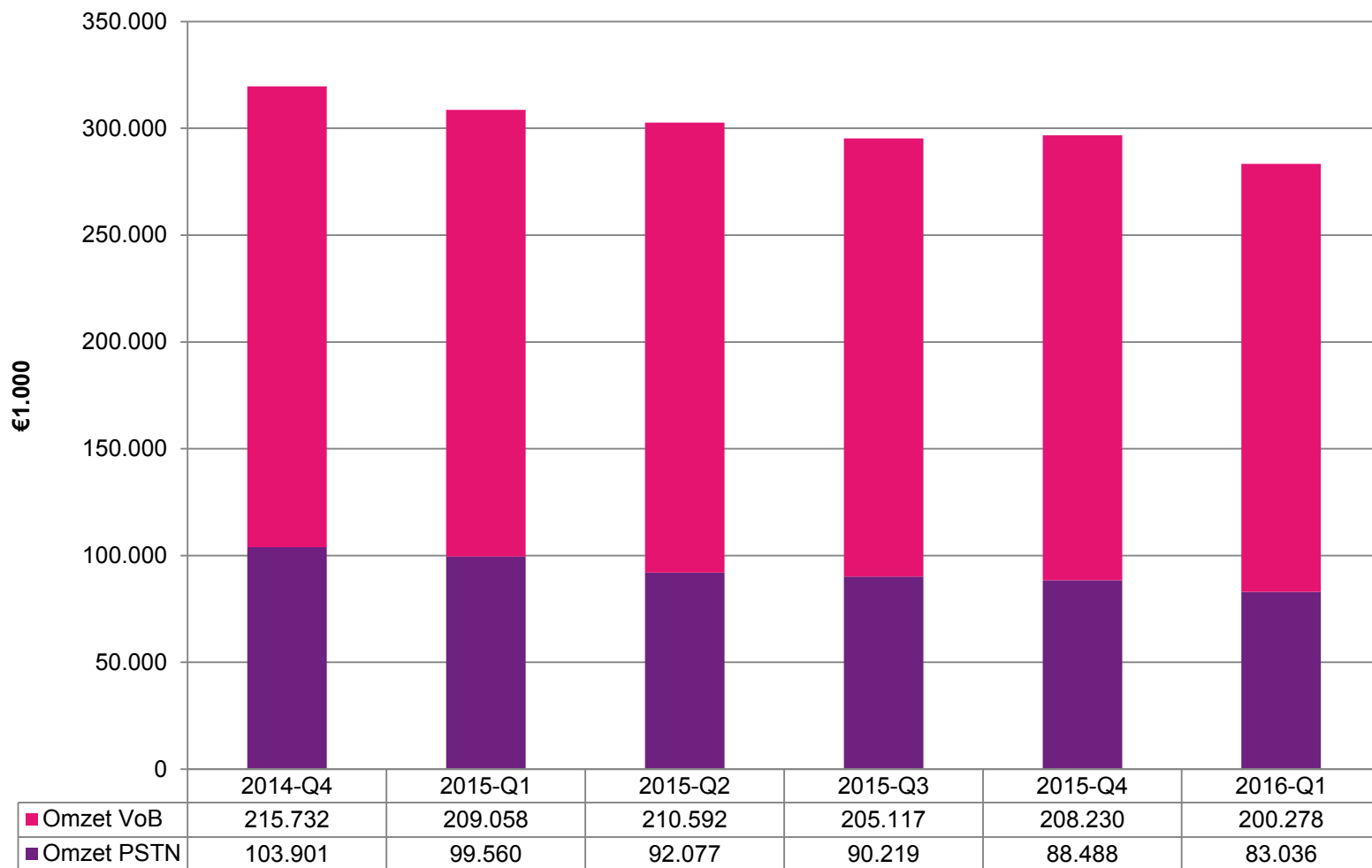
Vaste telefonie

Retail churn enkelvoudige aansluitingen



Vaste telefonie

Retailomzet PSTN en VoB



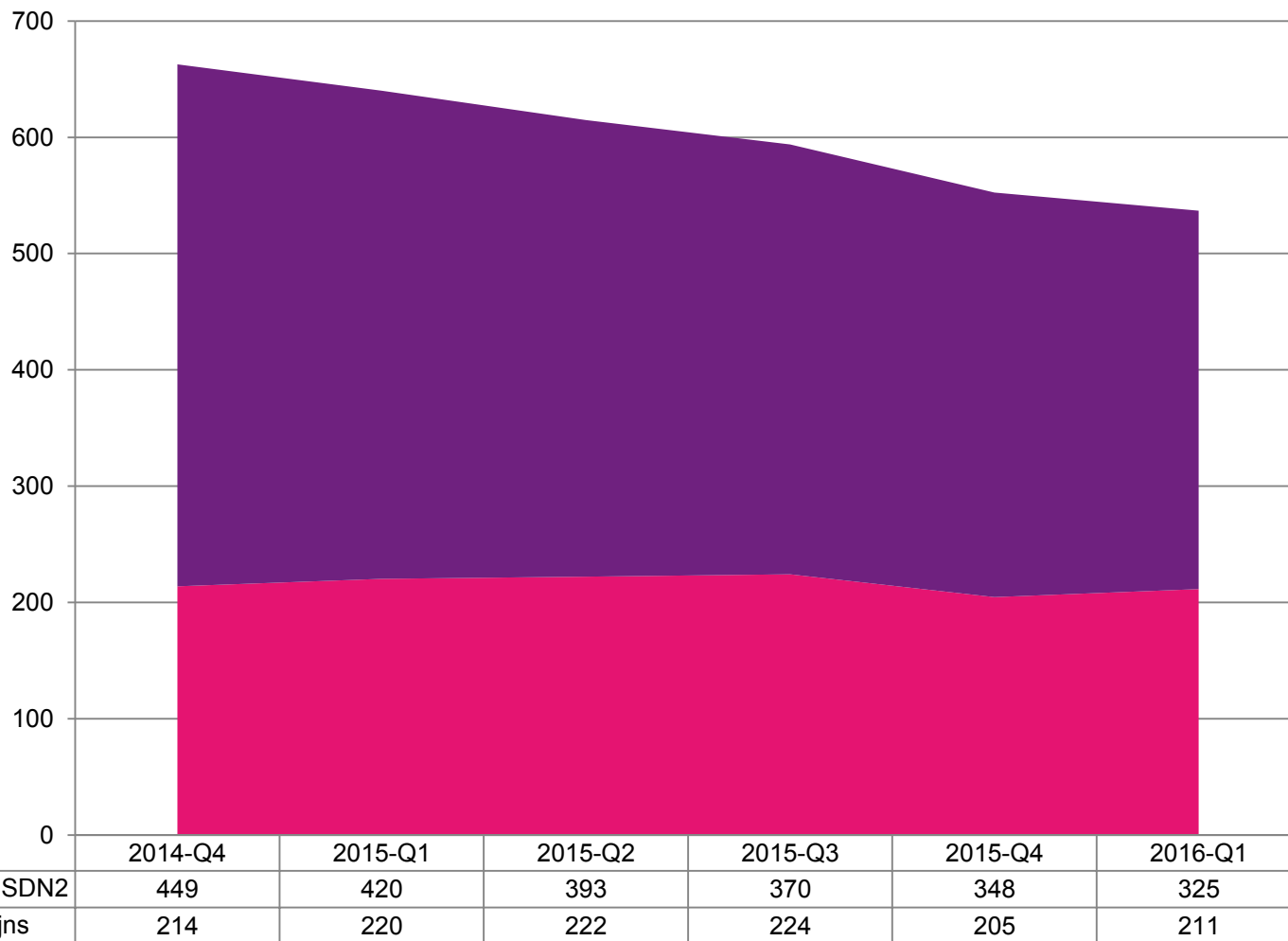
Op basis van vragen 20_A3_1_1, 20_A3_1_2, 20_A3_7_1, en 20_A3_7_2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retail tweevoudige aansluitingen



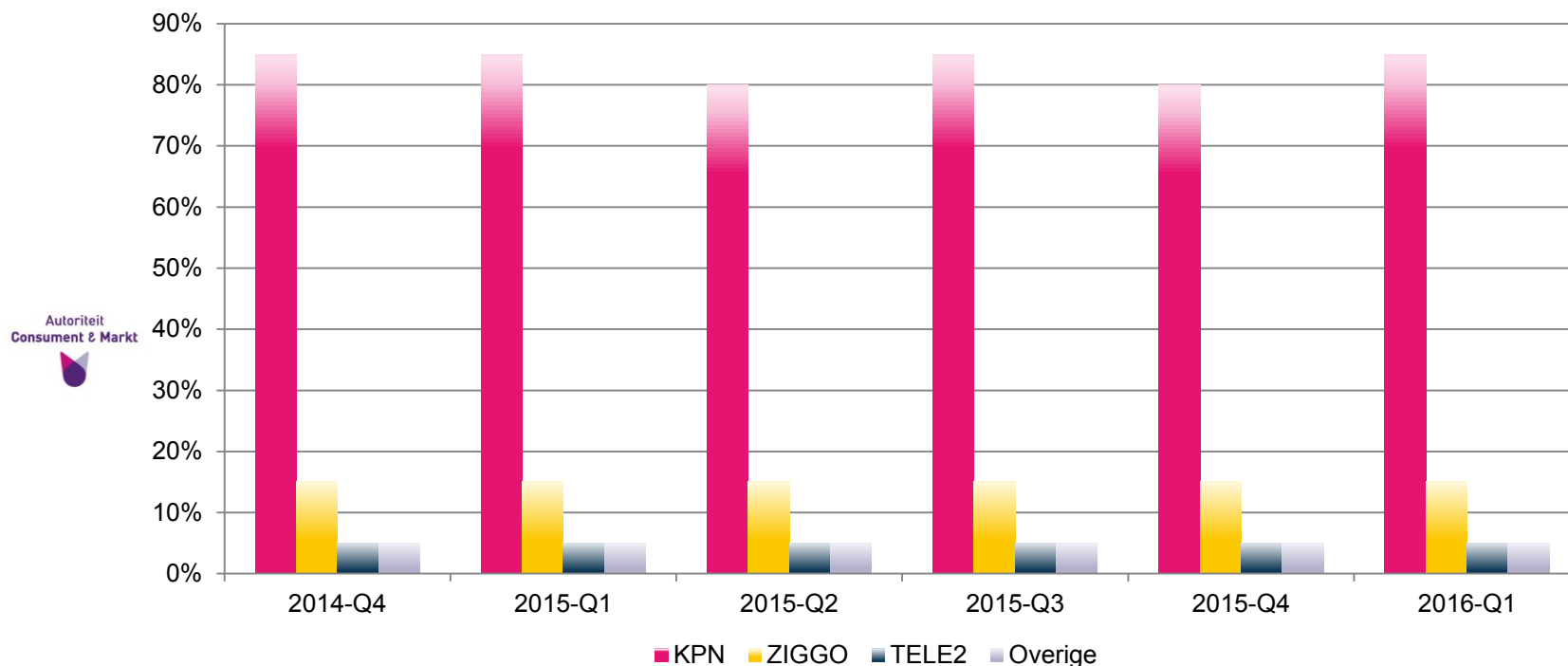
Aantal x 1.000



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

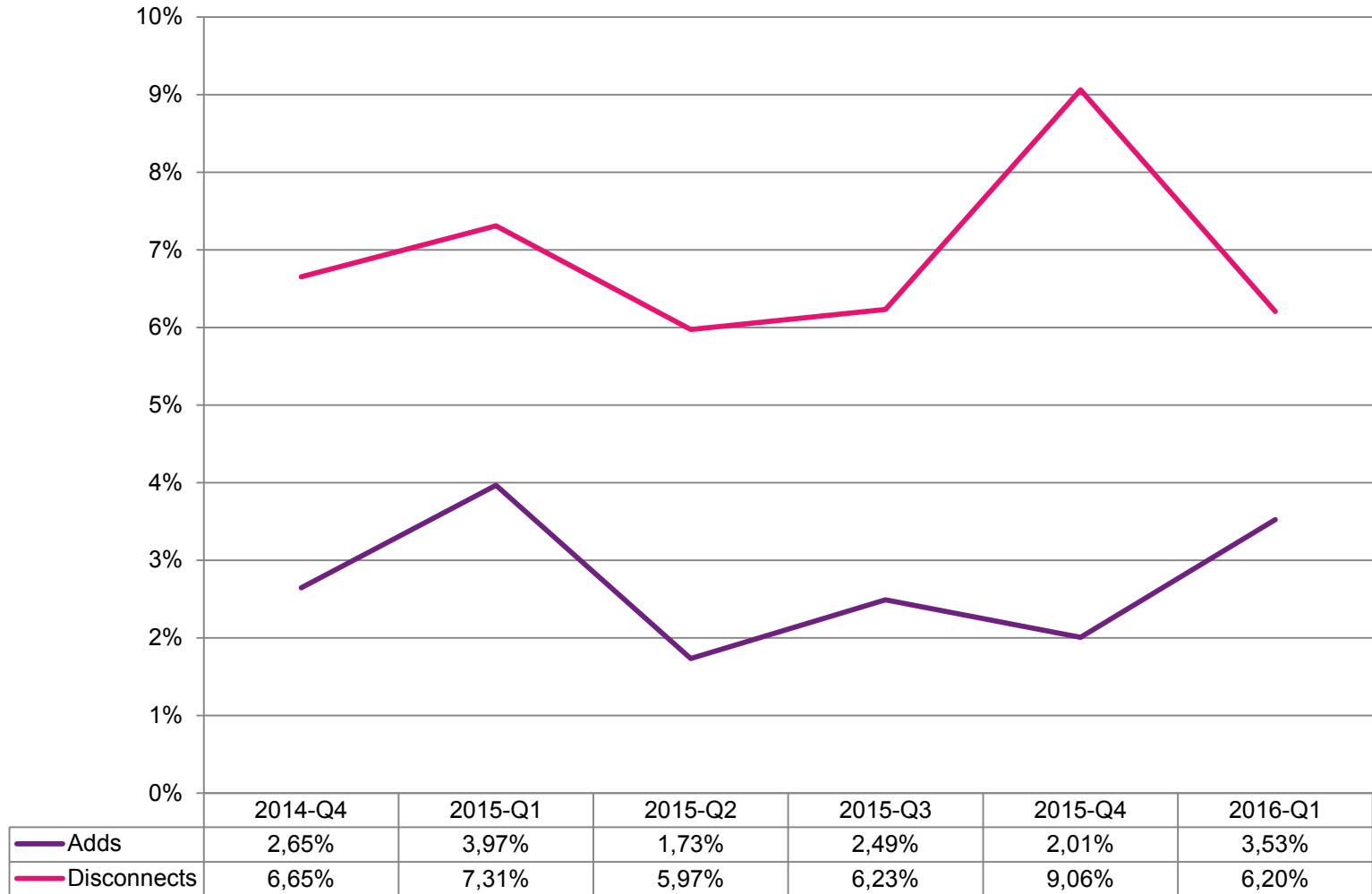


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[75 - 80%]	[80 - 85%]	[75 - 80%]	[80 - 85%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[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

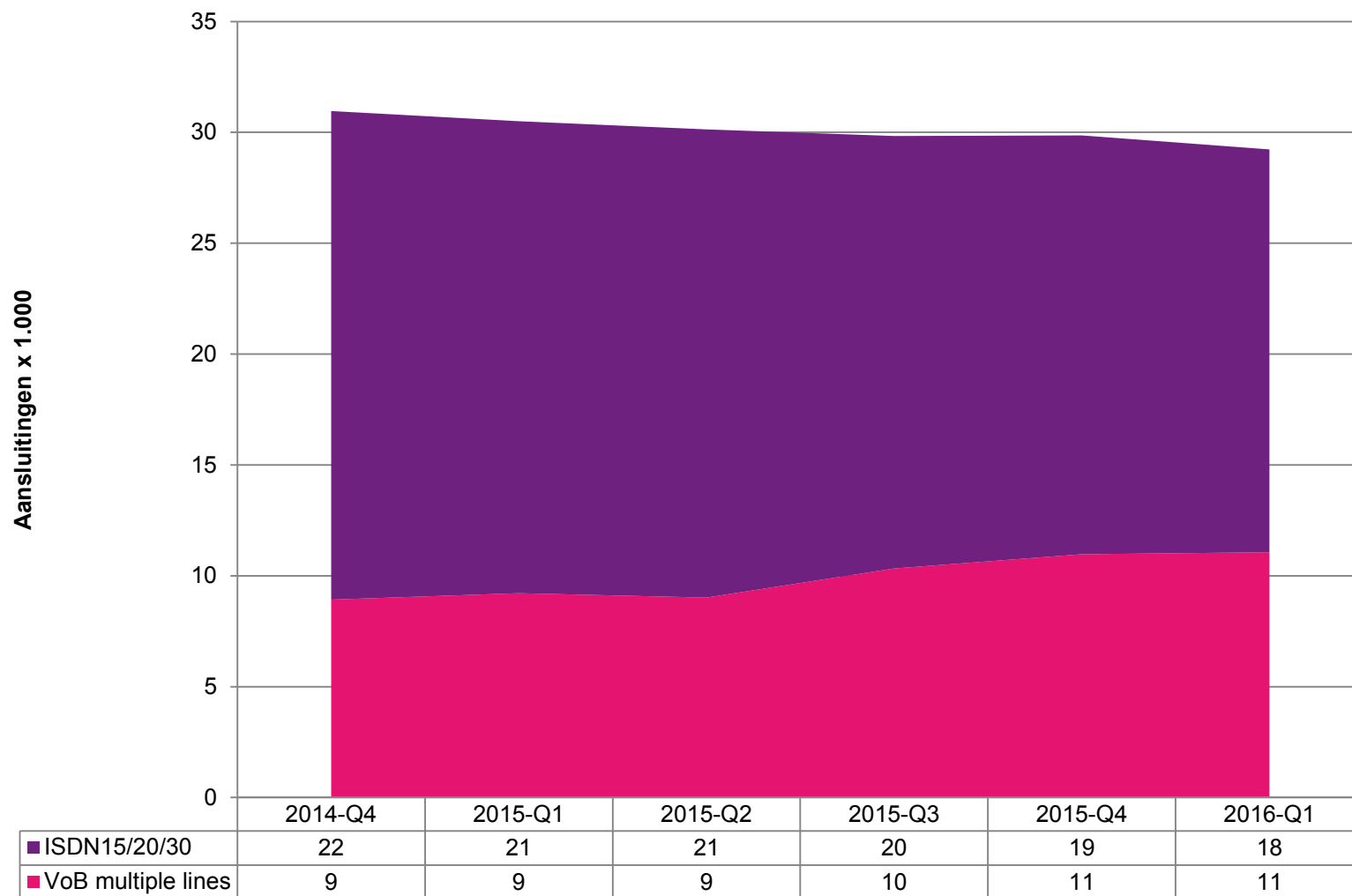
Retail churn tweevoudige aansluitingen



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

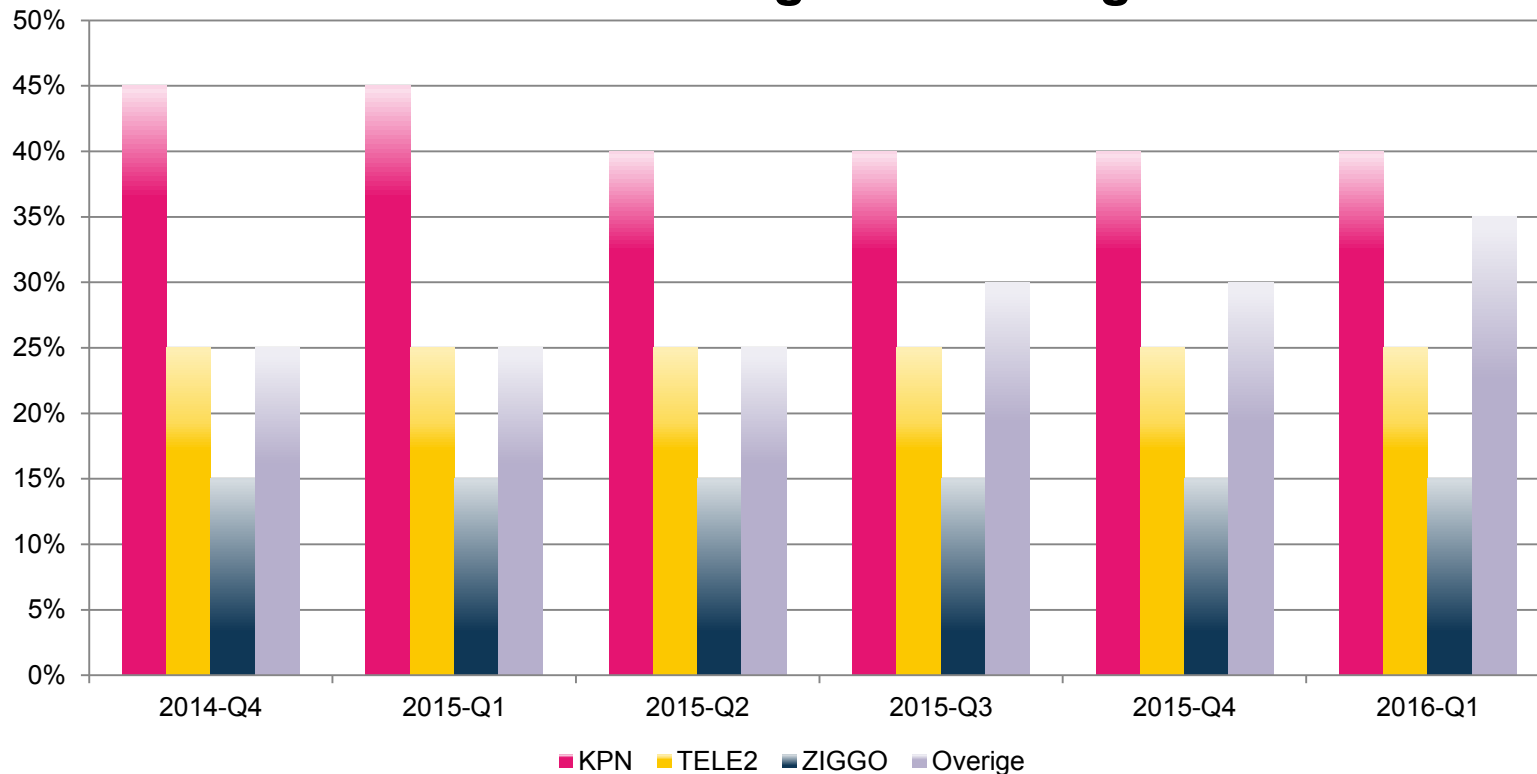
Retail meervoudige aansluitingen



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

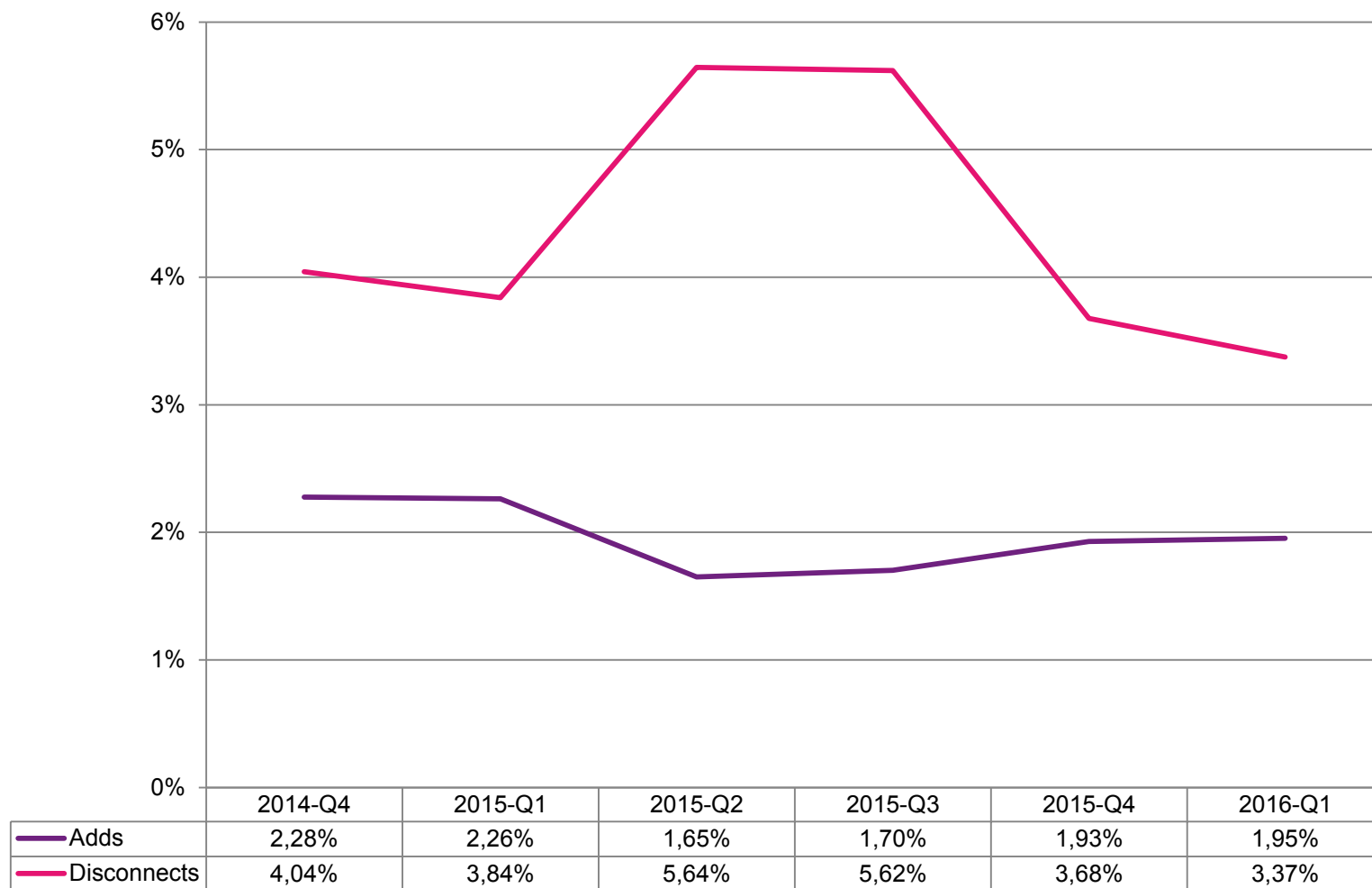


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Tele2	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Overige	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[30 - 35%]

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

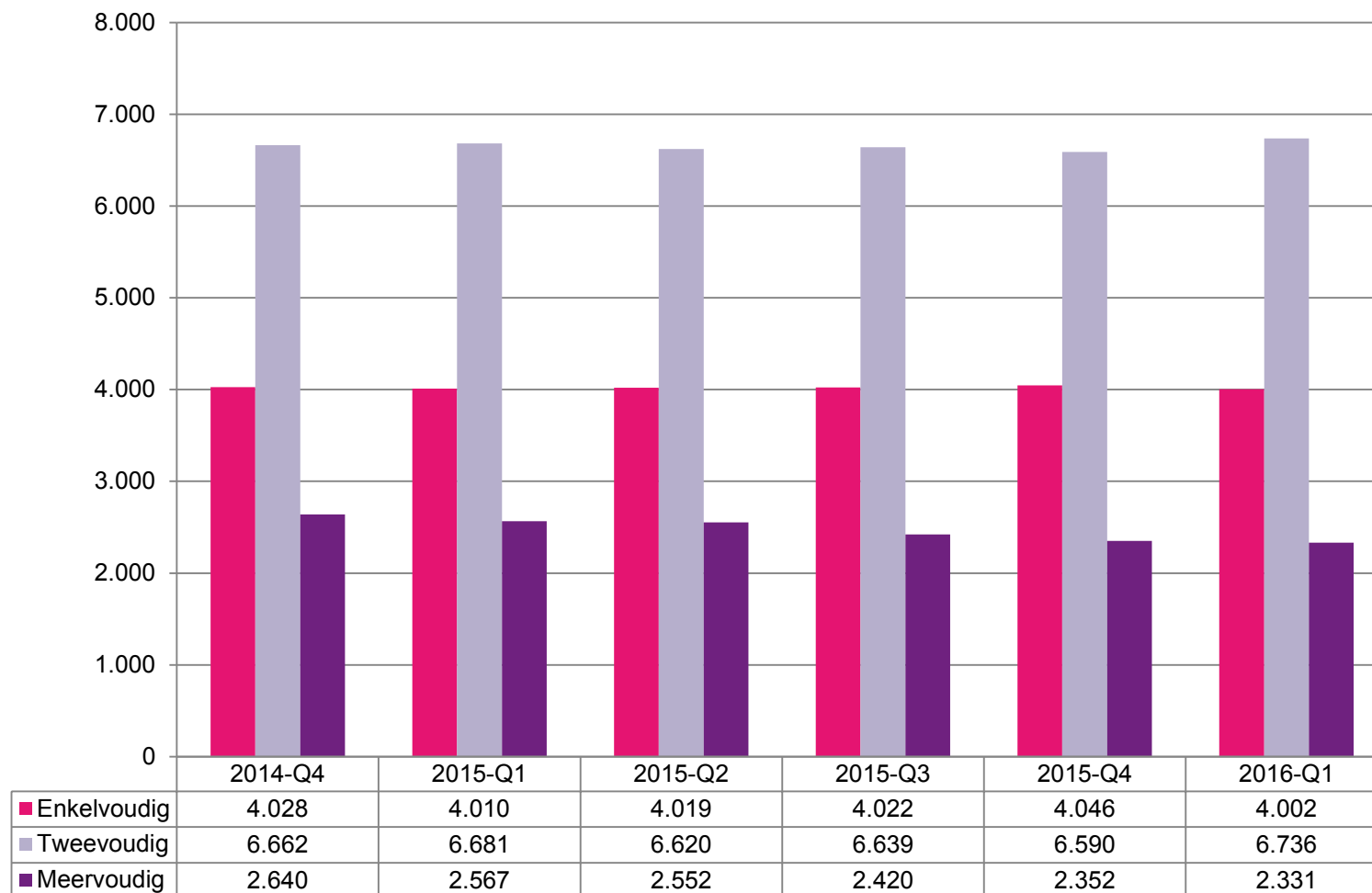
Retail churn meervoudige aansluitingen



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

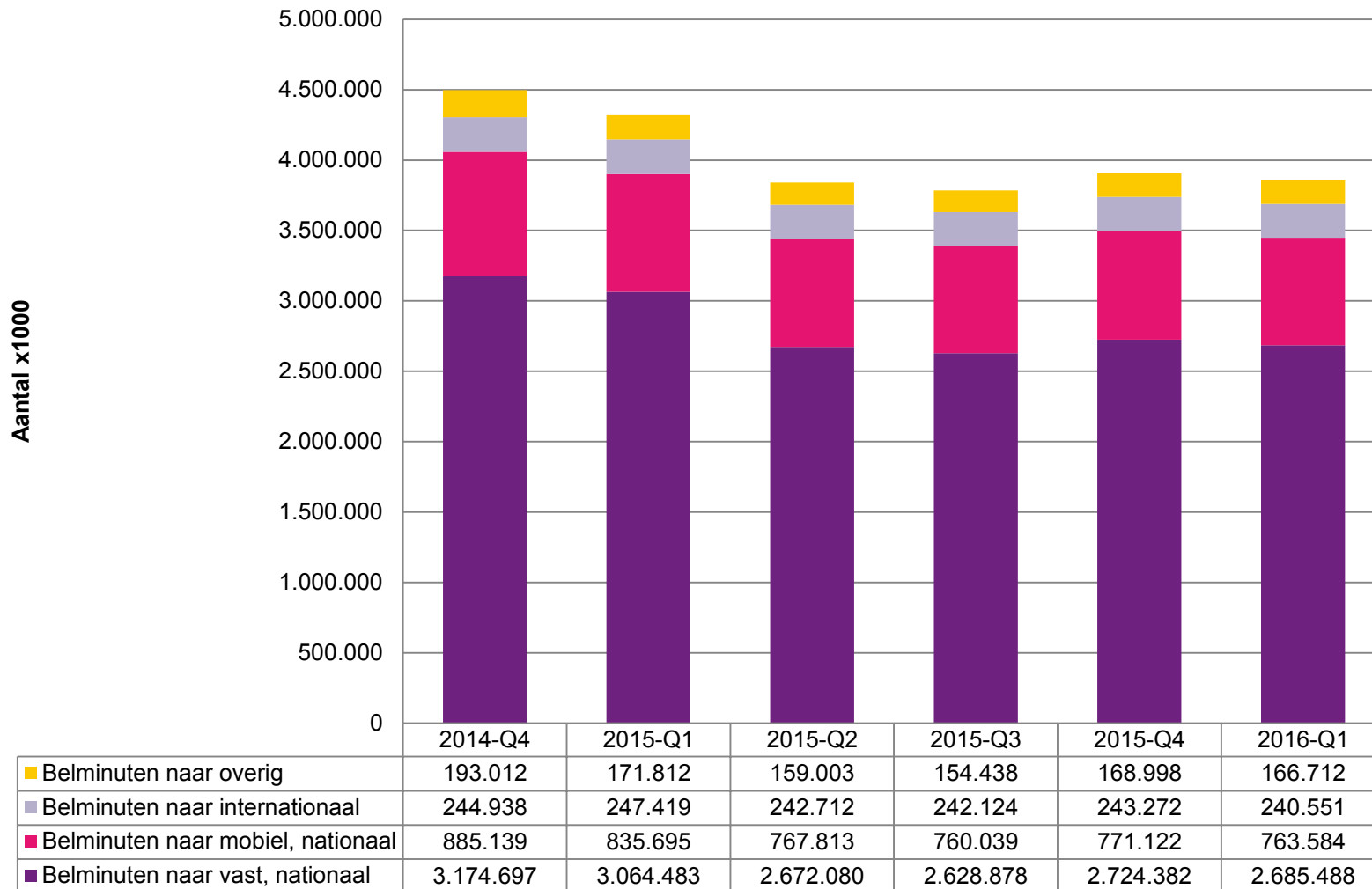
Hirschman Herfindahl index



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

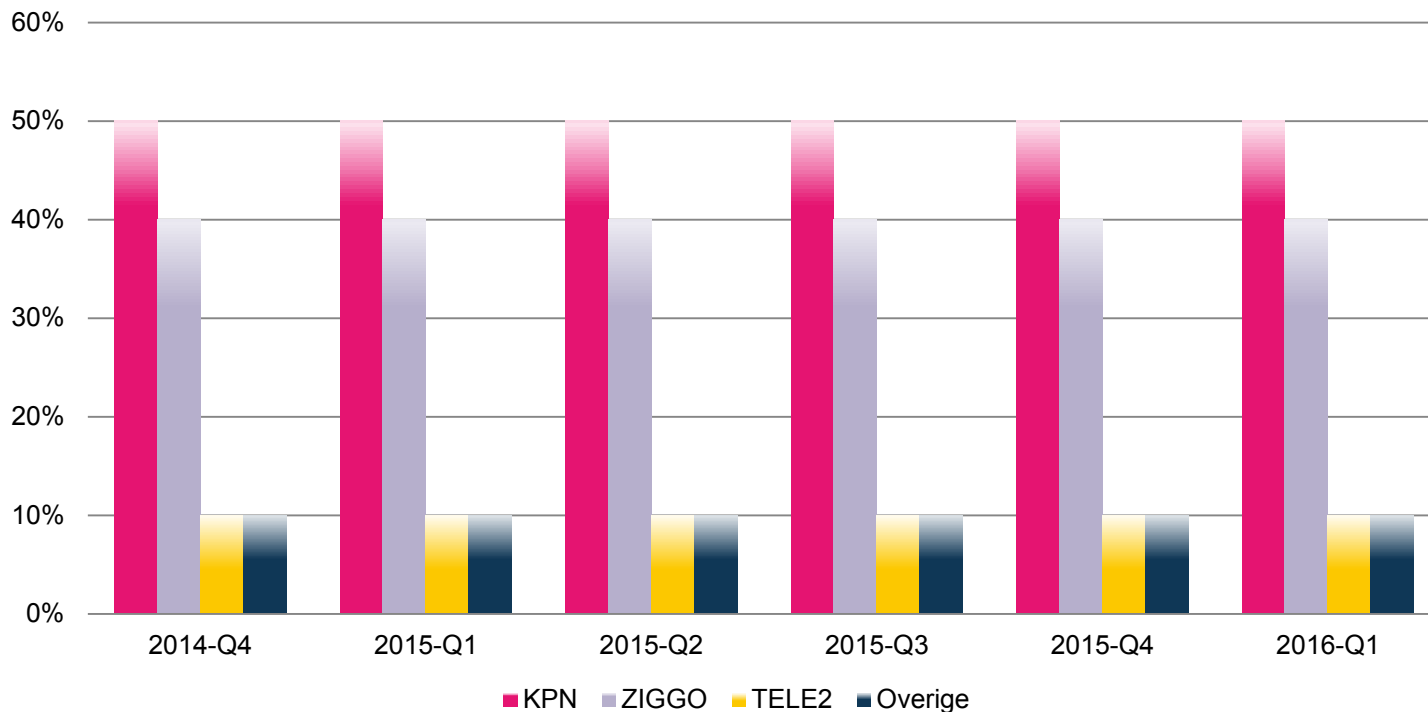
Vaste telefonie

Retailvolume belminuten



Vaste telefonie

Retailmarktaandeel o.b.v. belminuten

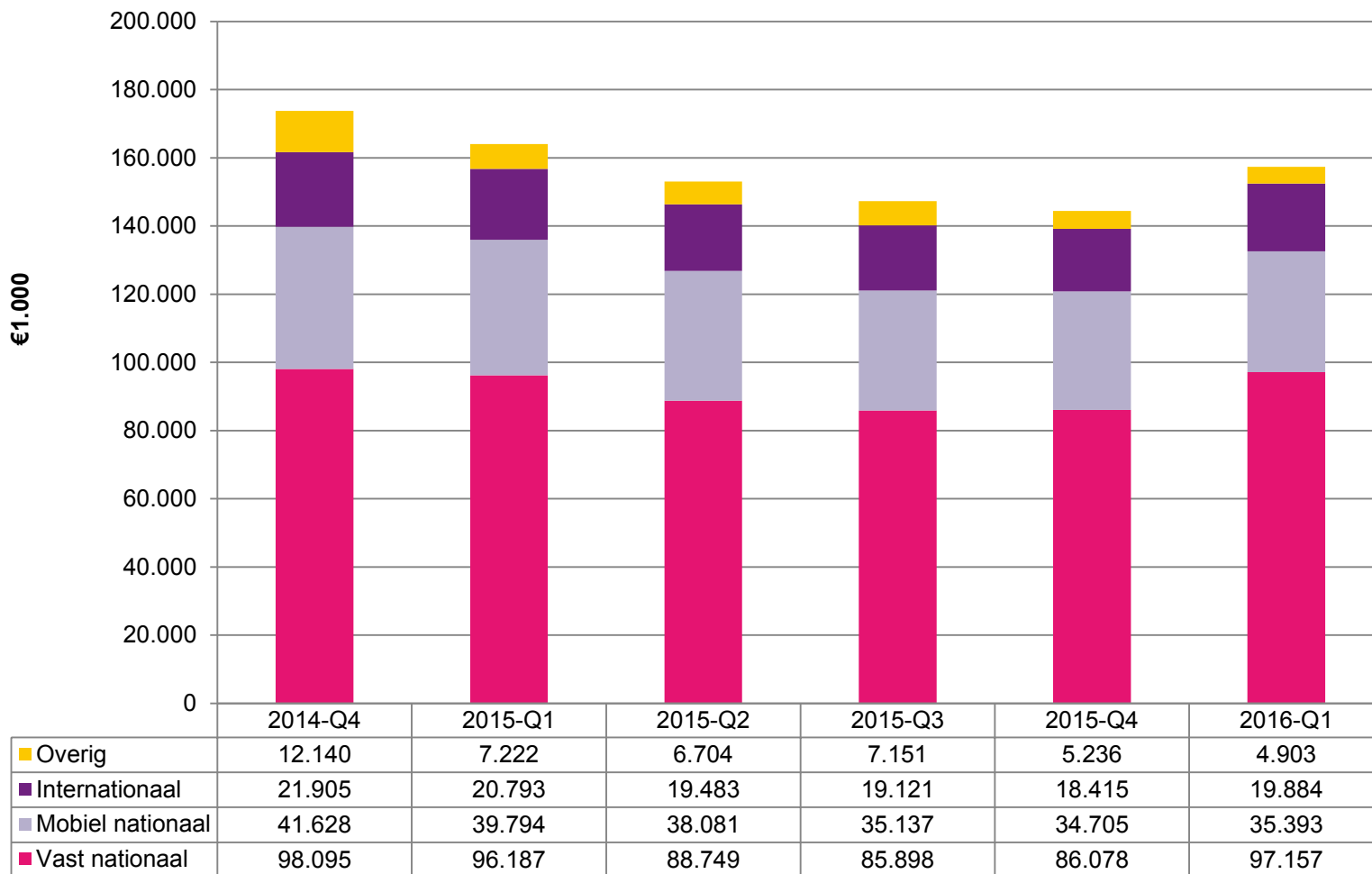


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Tele2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

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

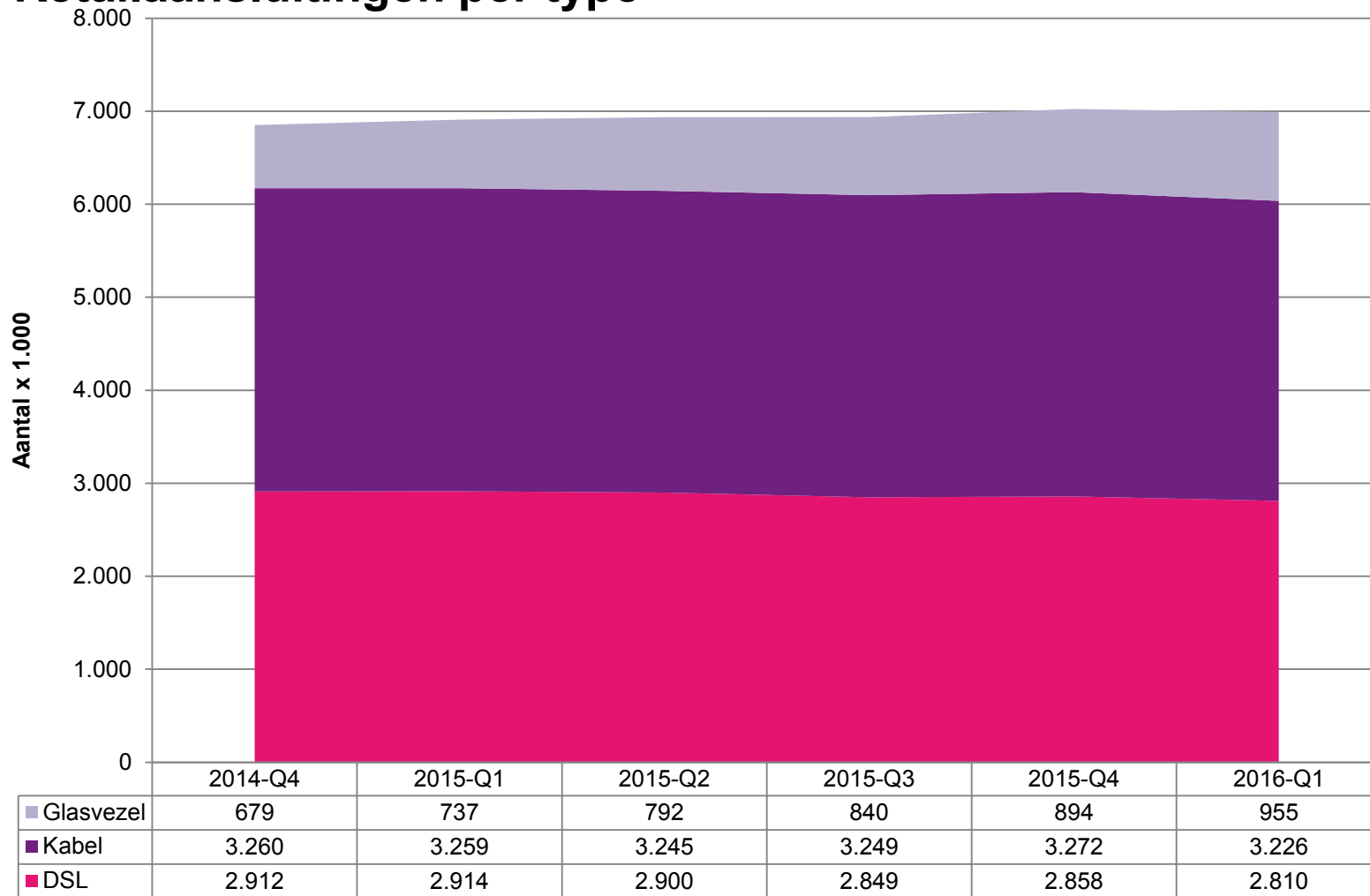
Vaste telefonie

Retailomzet naar type verkeer



Breedband

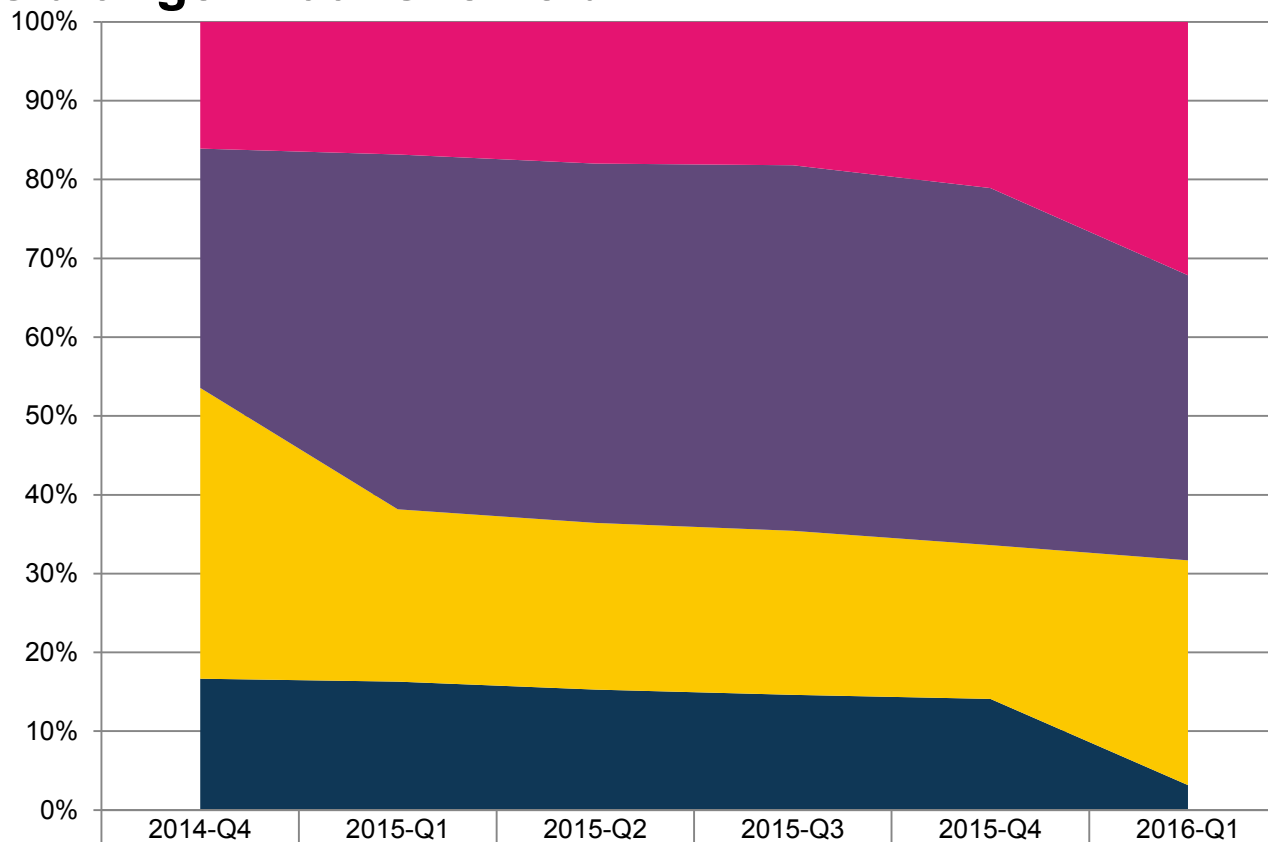
Retailaansluitingen per type



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



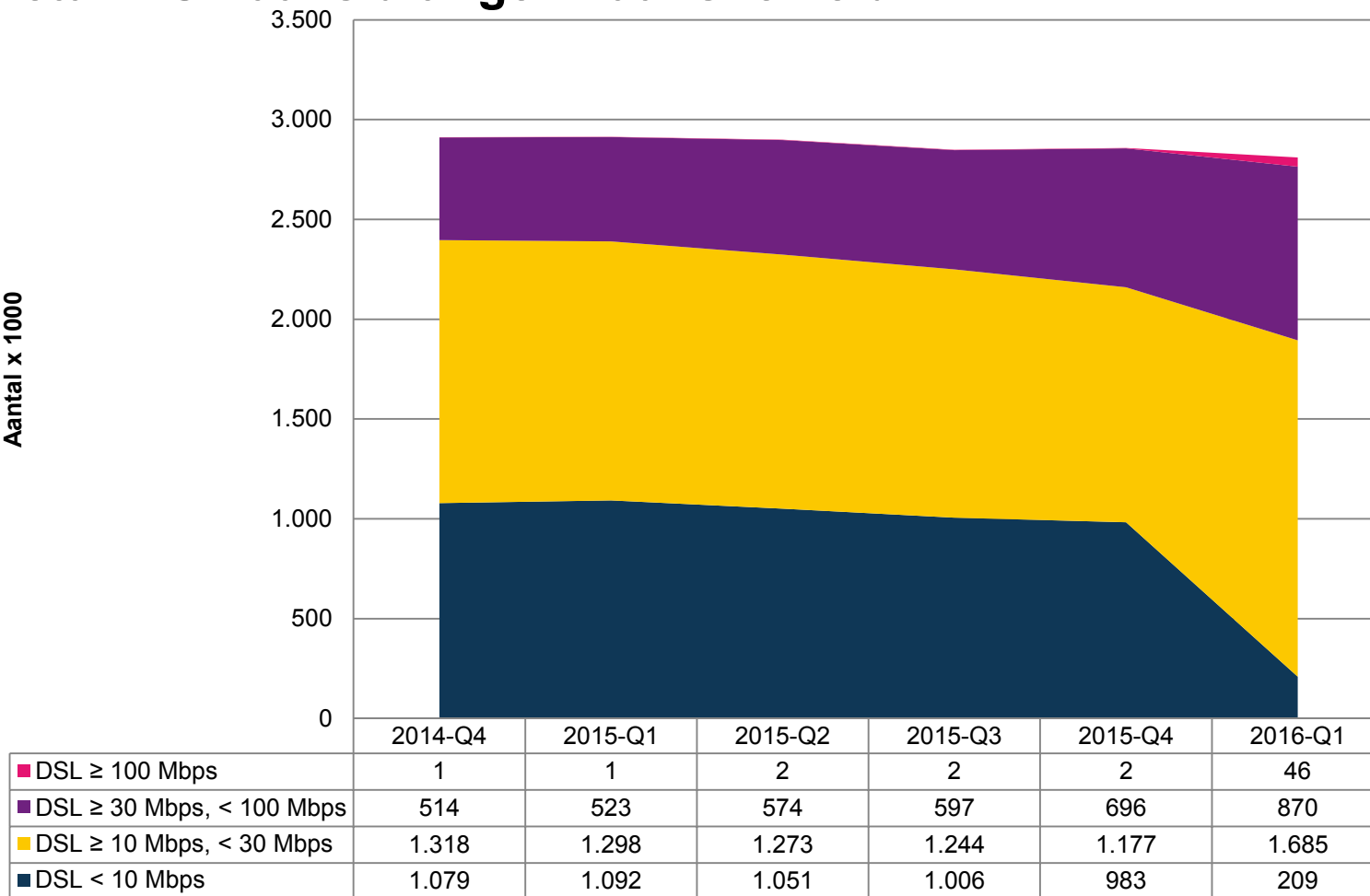
	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
■ ≥ 100 Mbps	16%	17%	18%	18%	21%	32%
■ ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	30%	45%	45%	46%	45%	36%
■ ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	37%	22%	21%	21%	19%	28%
■ < 10 Mbps	17%	16%	15%	15%	14%	3%

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
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail DSL-aansluitingen naar snelheid

Aantal x 1000



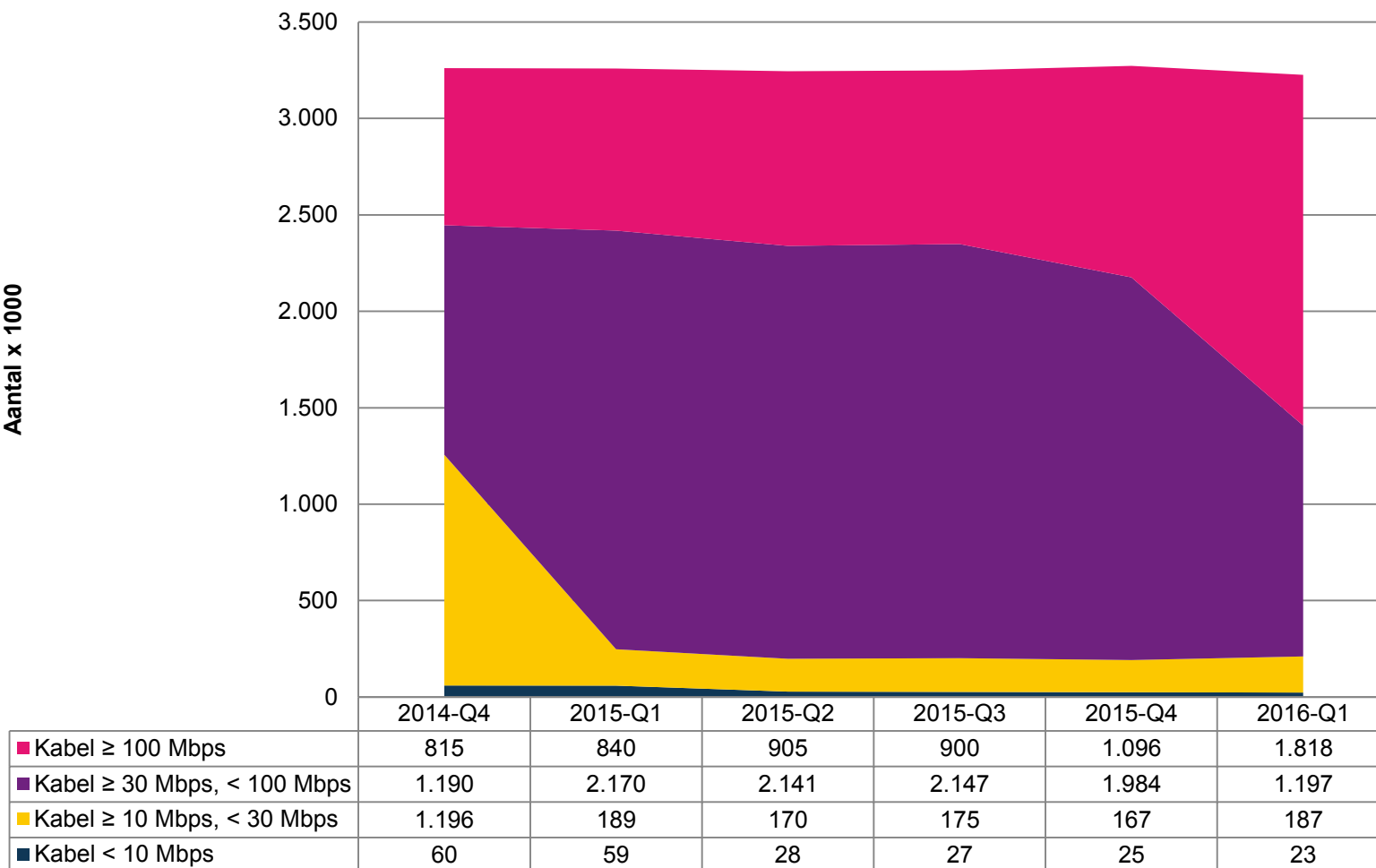
Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5 en 30_A1_2_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

* KPN maakt per Q1 2016 gebruik van een nieuw administratiesysteem, waardoor de cijfers afwijken van eerdere kwartalen

Breedband

Retail kabelaan sluitingen naar snelheid

Aantal x 1000

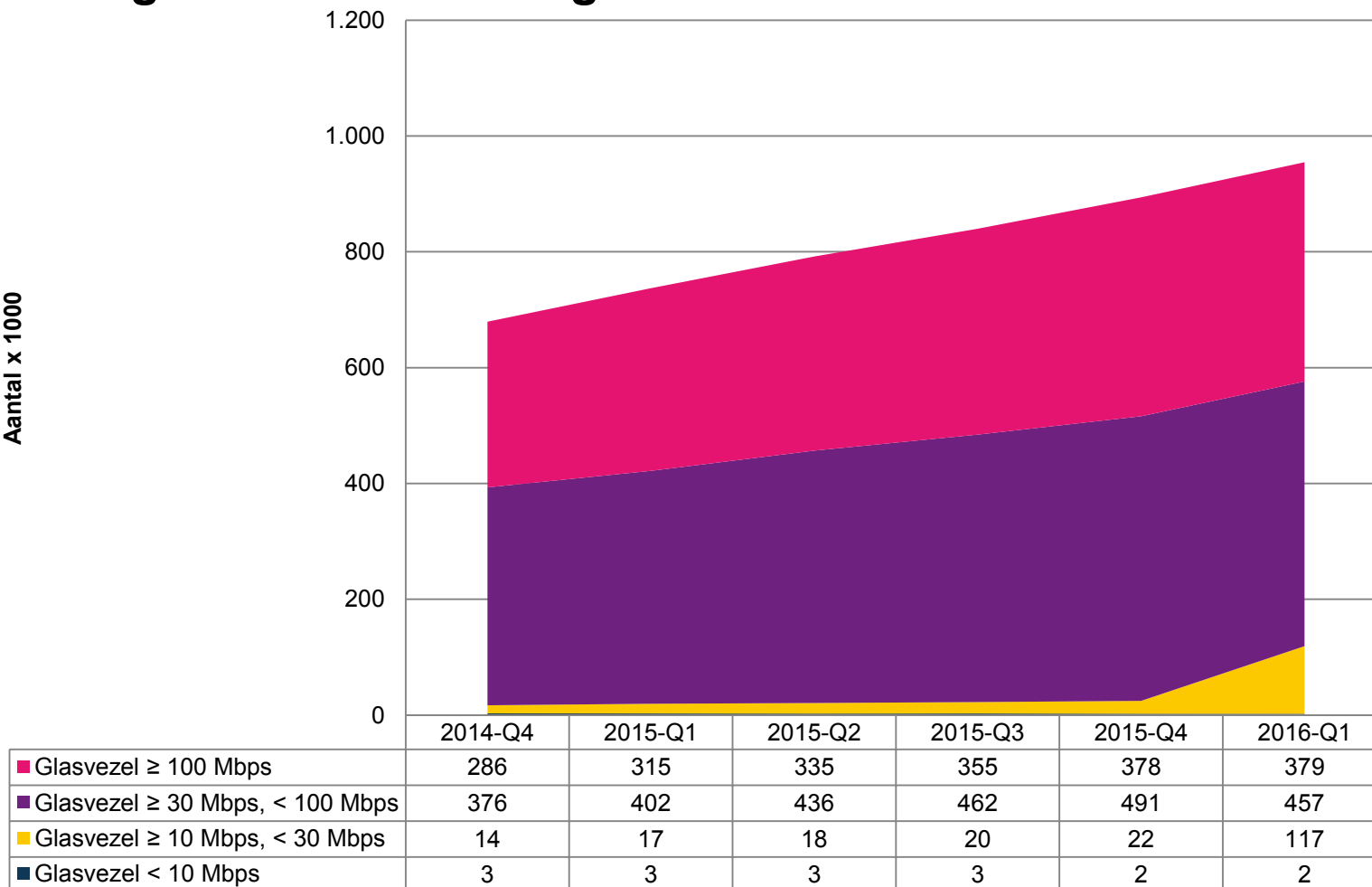


Op basis van vragen 30_A1_3_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail glasvezelaansluitingen naar snelheid

Aantal x 1000



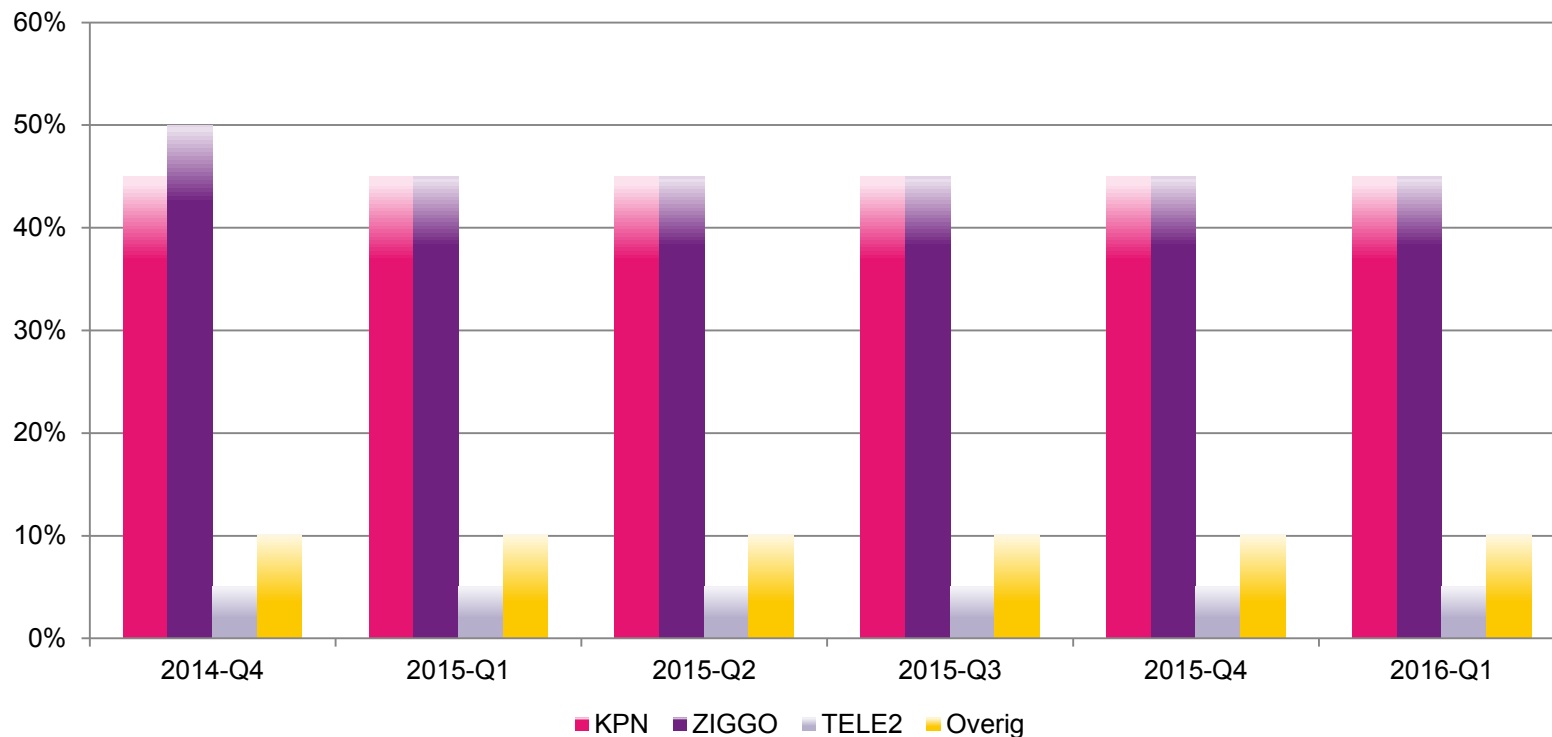
Op basis van vragen 30_A1_4_1-2-3-4-5, en 30_A1_5_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

* KPN maakt per Q1 2016 gebruik van een nieuw administratiesysteem, waardoor de cijfers afwijken van eerdere kwartalen

Breedband

Retailmarktaandeel aansluitingen

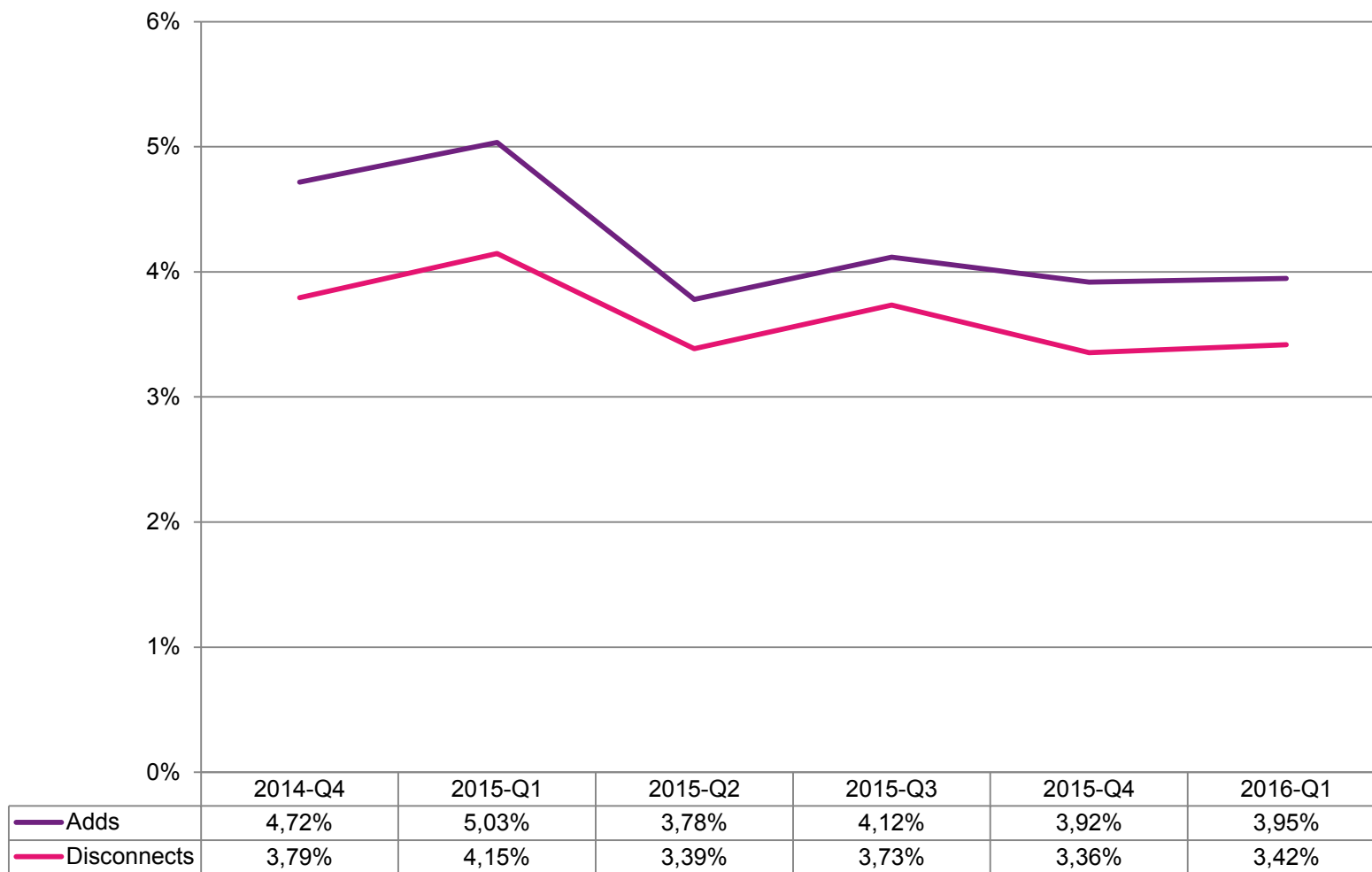


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Ziggo	[45 - 50%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 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

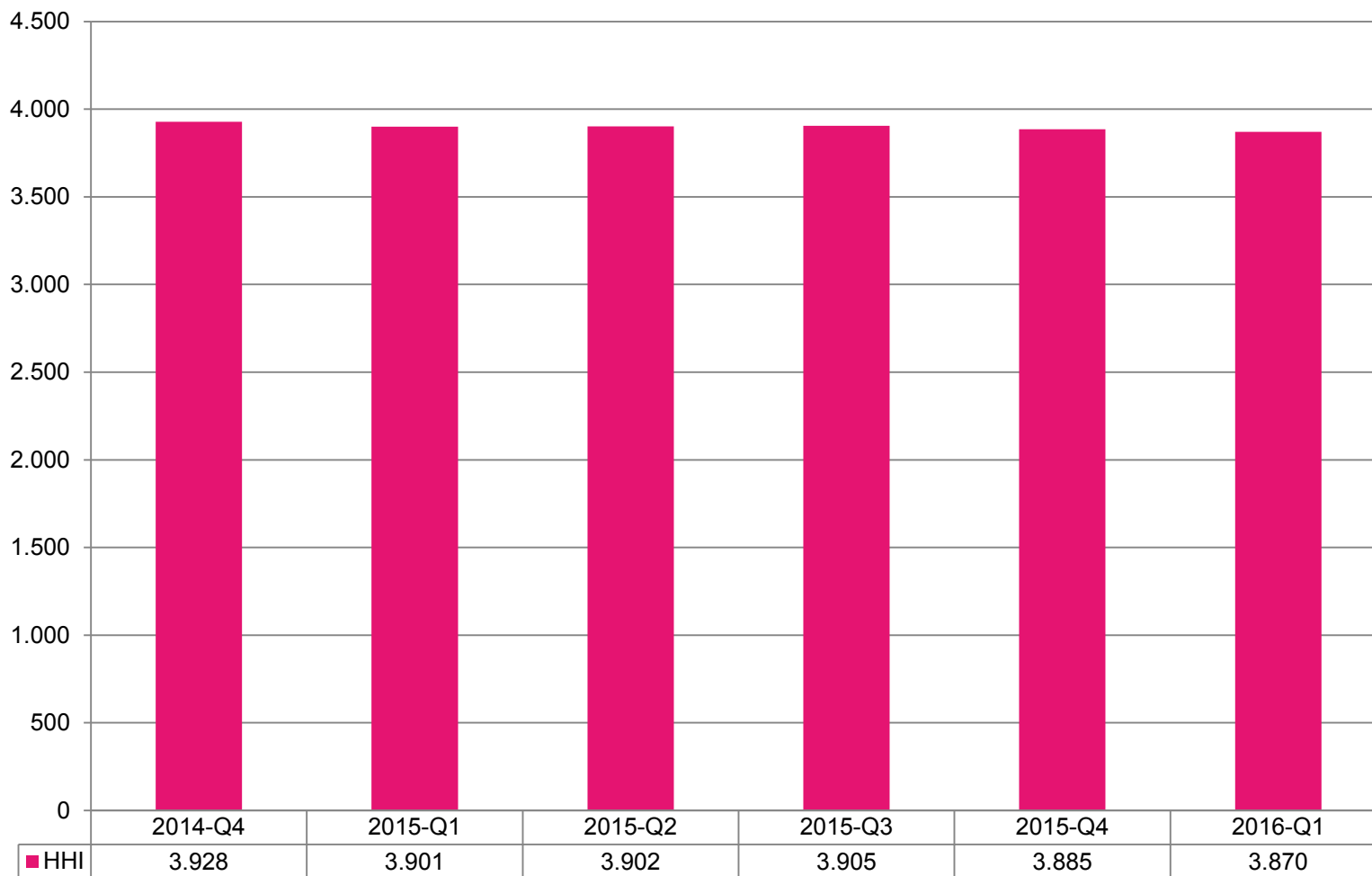
Retail churn o.b.v. aansluitingen



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

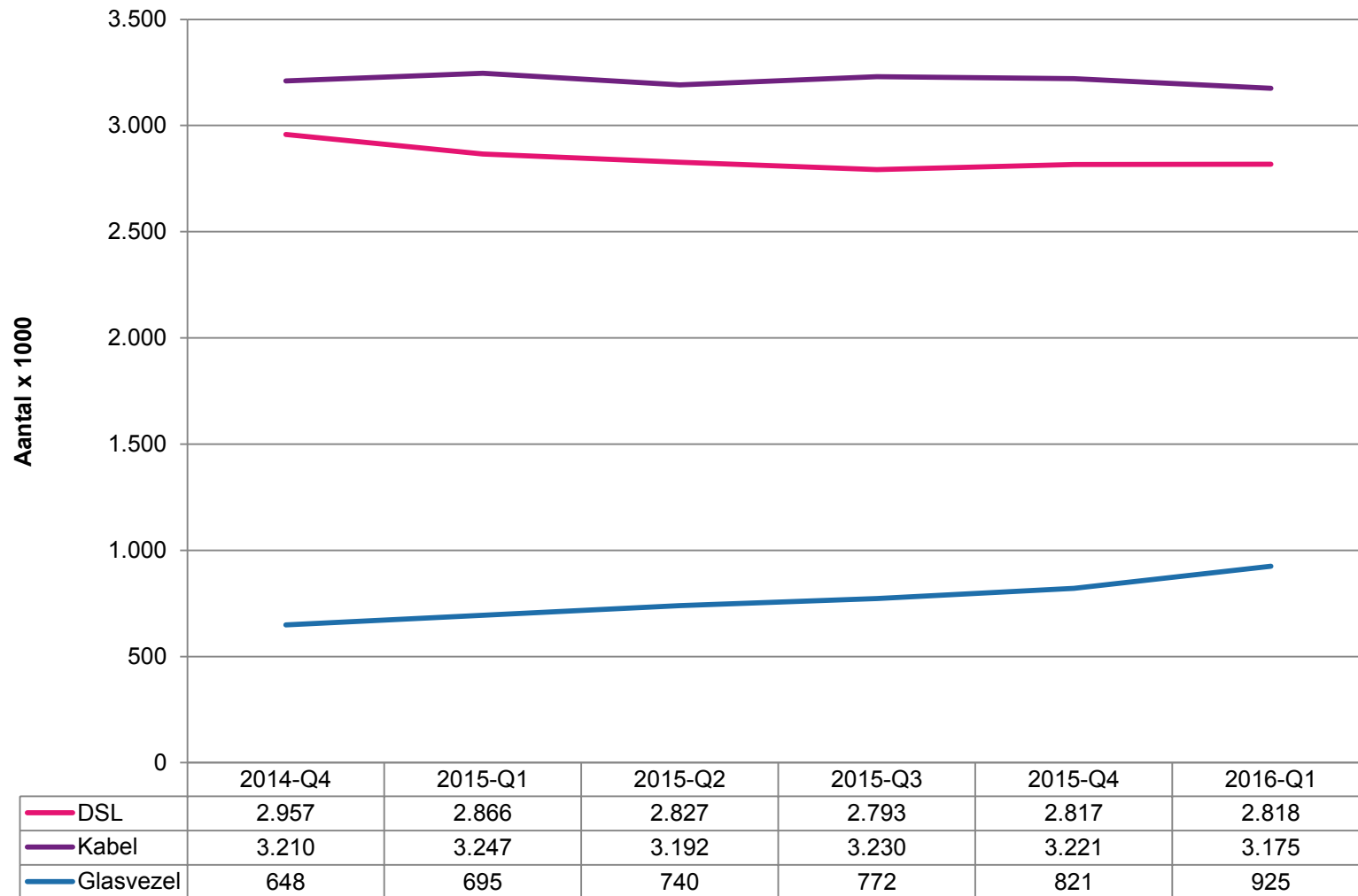
Hirschman Herfindahl index o.b.v. retail aansluitingen



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

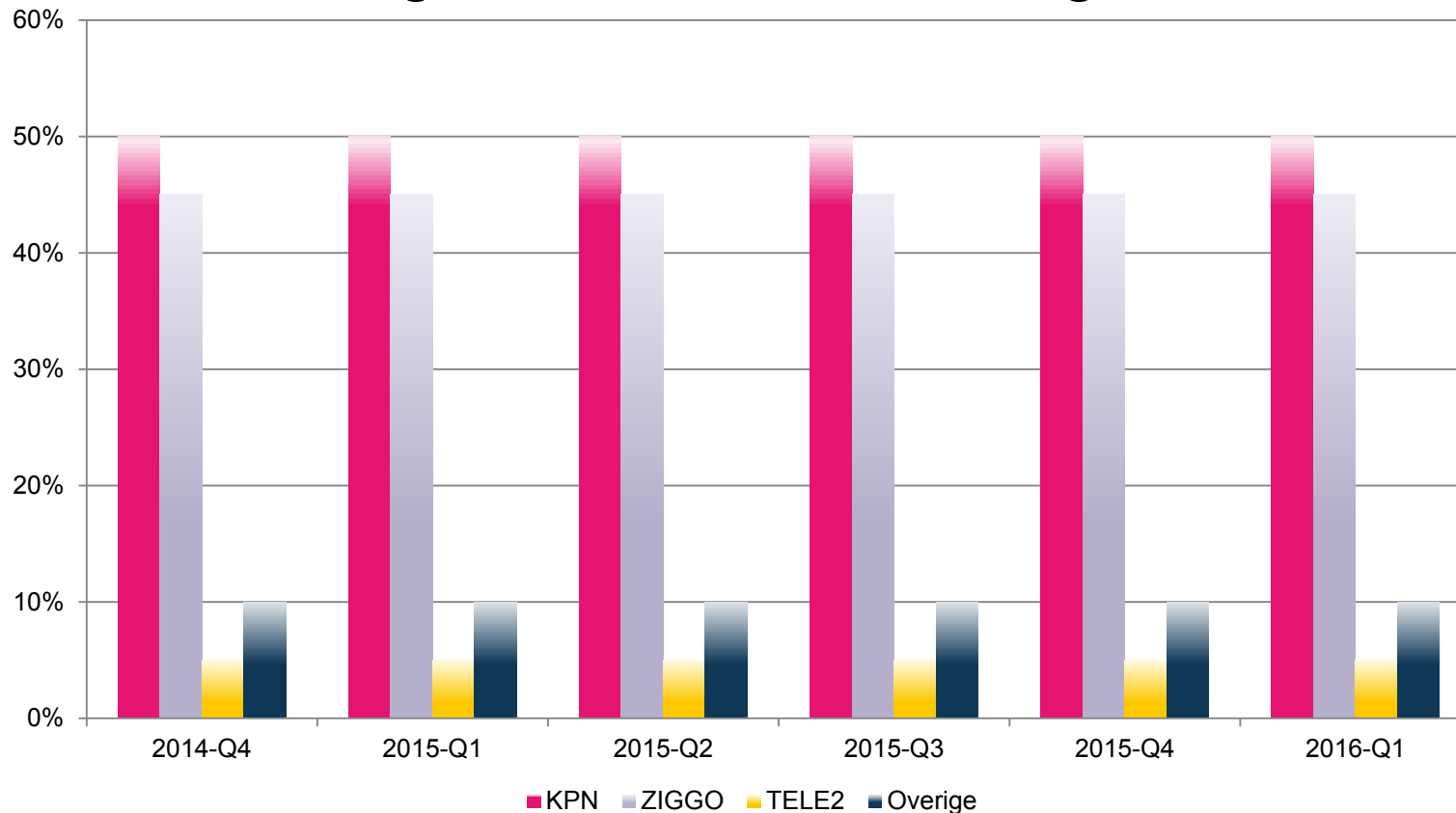
Breedband

Lage kwaliteit WBT aansluitingen



Breedband

Marktaandeel lage kwaliteit WBT-aansluitingen

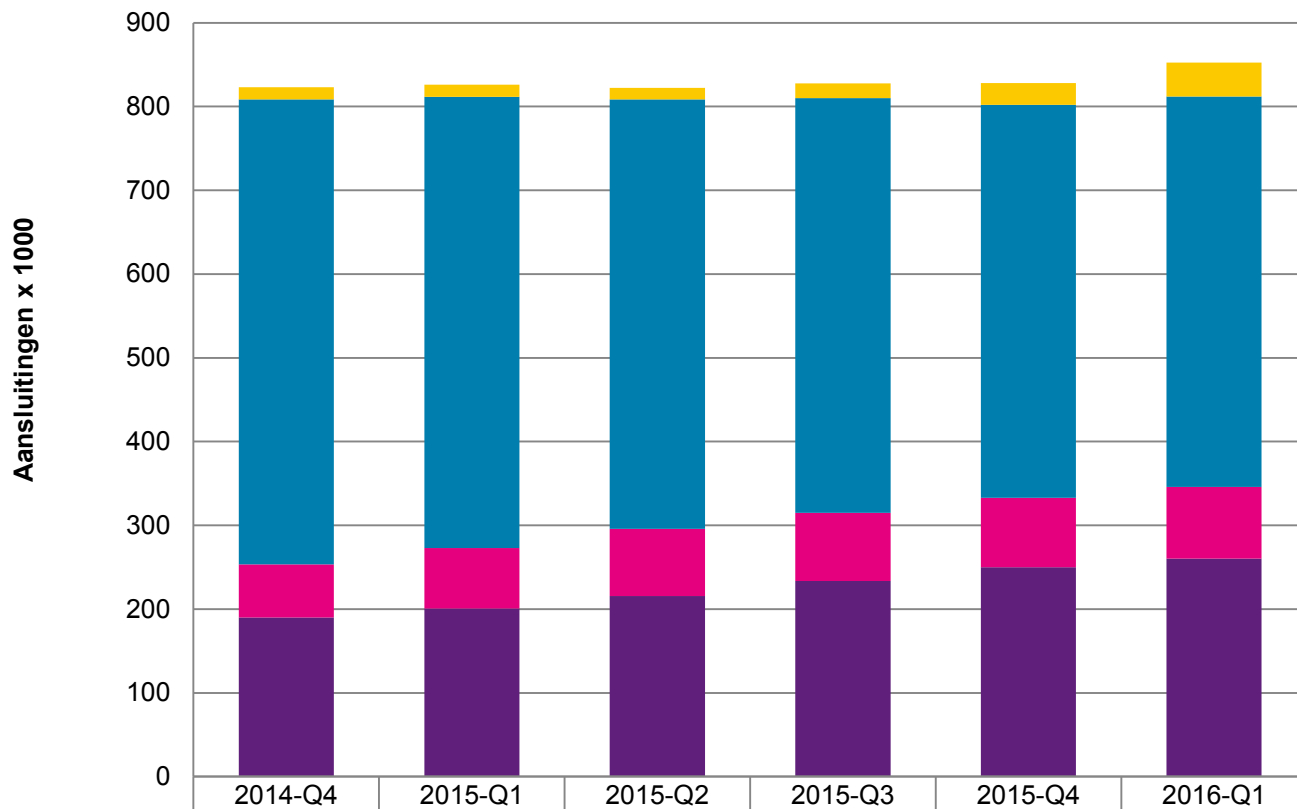


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[25 - 30%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

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

Breedband

Ontbundelde toegang en externe inkoop koper en glasvezel (FttH) door alternatieve aanbieders bij KPN



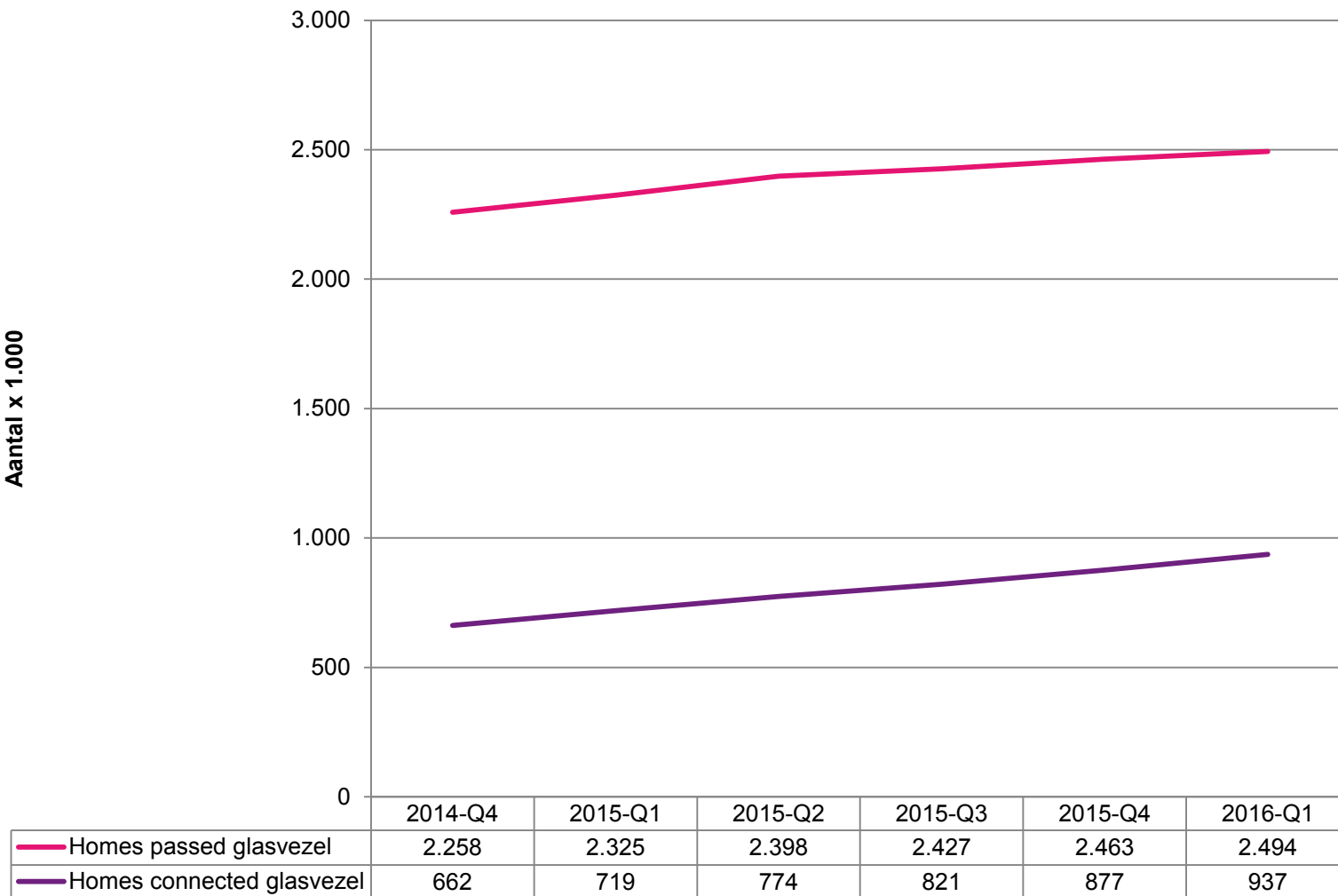
■ Ontbundelde toegang over glasvezel (FttH)	15	14	14	18	26	40
■ Ontbundelde toegang over Koper	555	539	513	495	469	466
■ Inkoop actieve glasvezelverbindingen (FttH)	63	72	80	81	83	86
■ Inkoop actieve koperverbindingen	190	201	216	233	250	260

Op basis van vragen 30_B1_1_b-c, 30_B1_2_b-c, en 30_B1_3_b van de Telecommonitor

Breedband

Homes passed en connected (FttH)

Aantal x 1.000

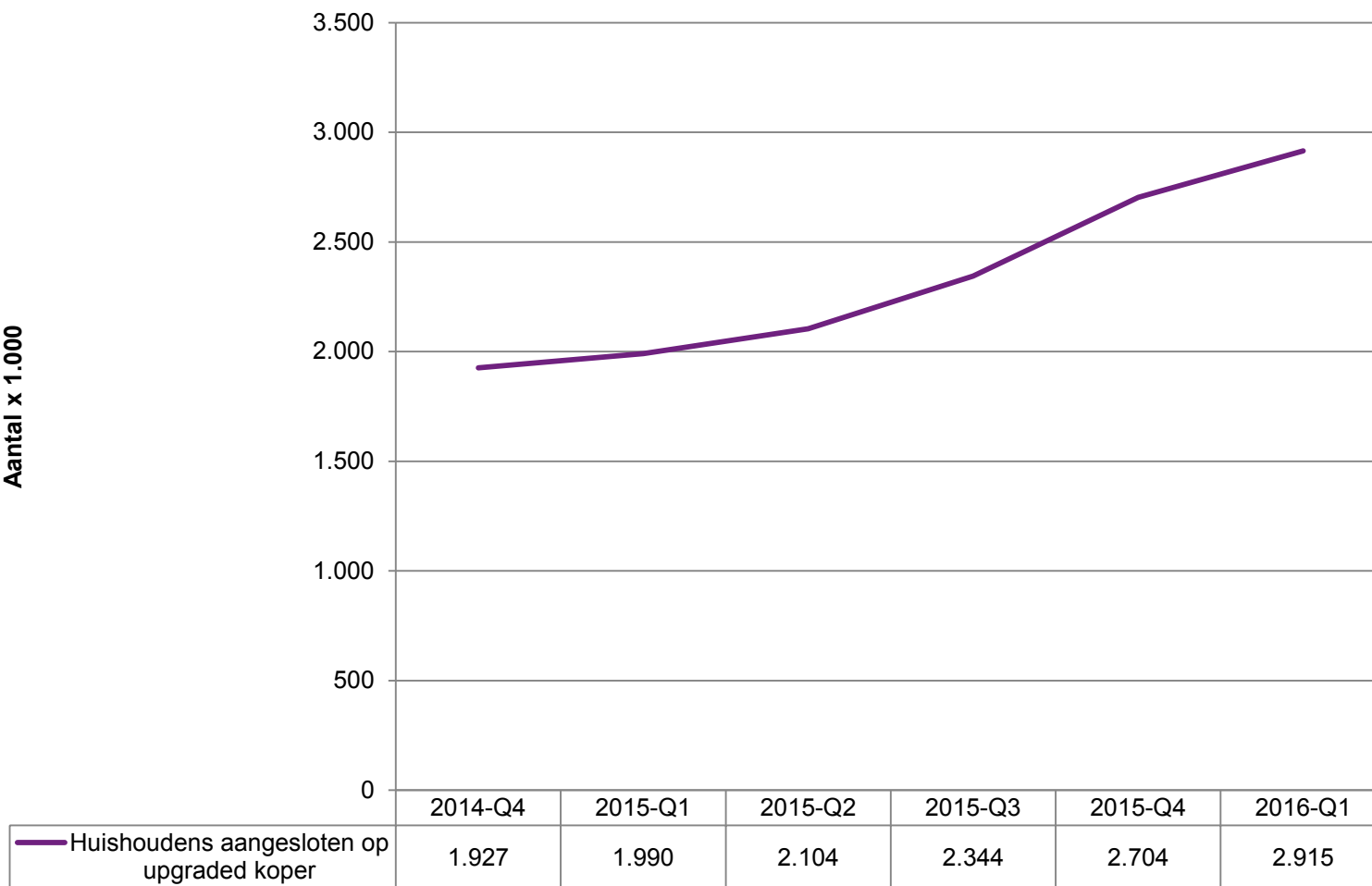


Op basis van vragen 0_A3_1_4 en 30_A1_4_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Huishoudens aangesloten op upgraded koper

Aantal x 1.000

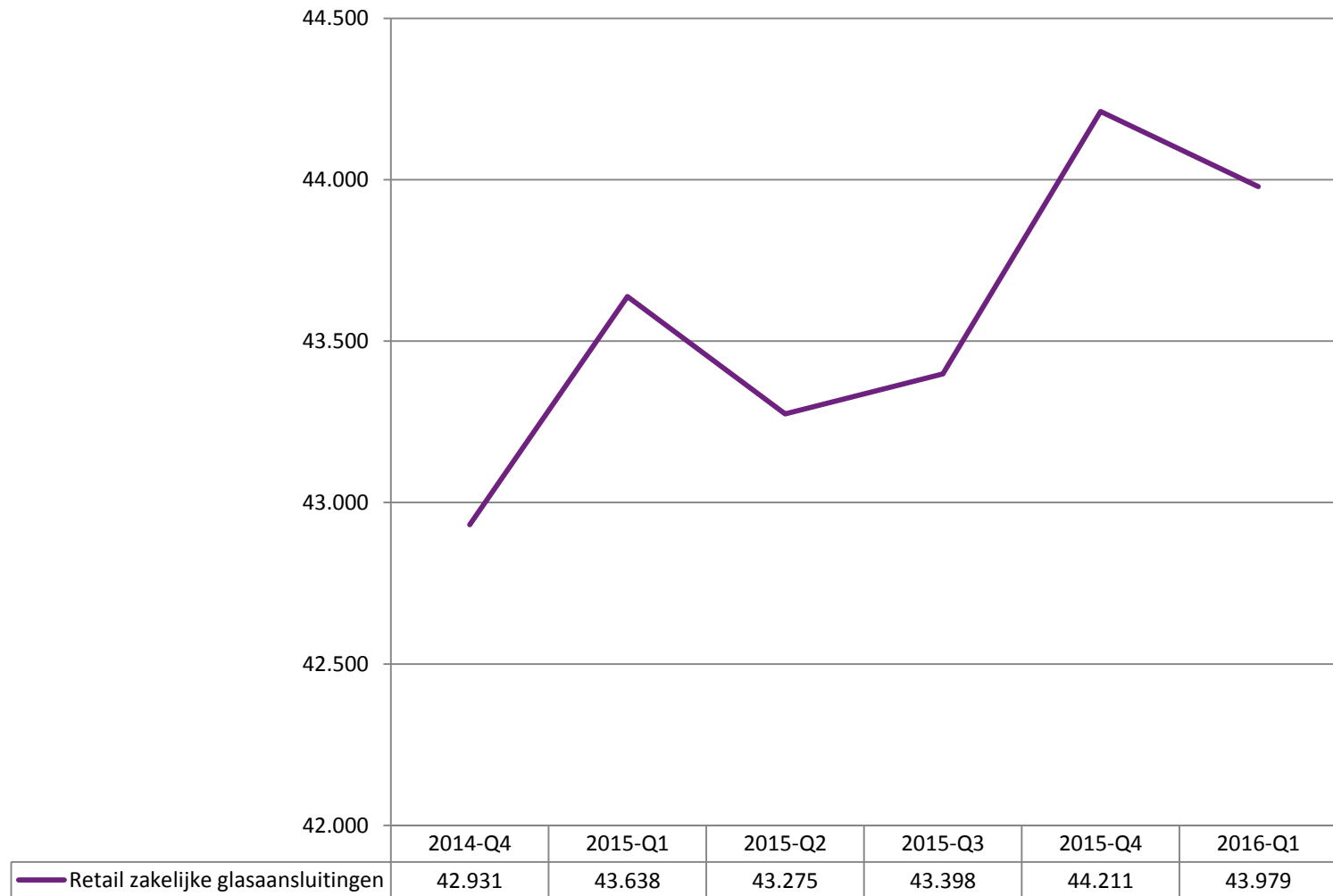


Op basis van vragen 0_A3_1_4 en 30_A1_4_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

* Vanaf de straatkast (SDF) zijn hogere xDSL bandbreedte snelheden (tot 200Mbit/s) leverbaar dan via de wijkcentrale (MDF)

Zakelijke netwerkdiensten

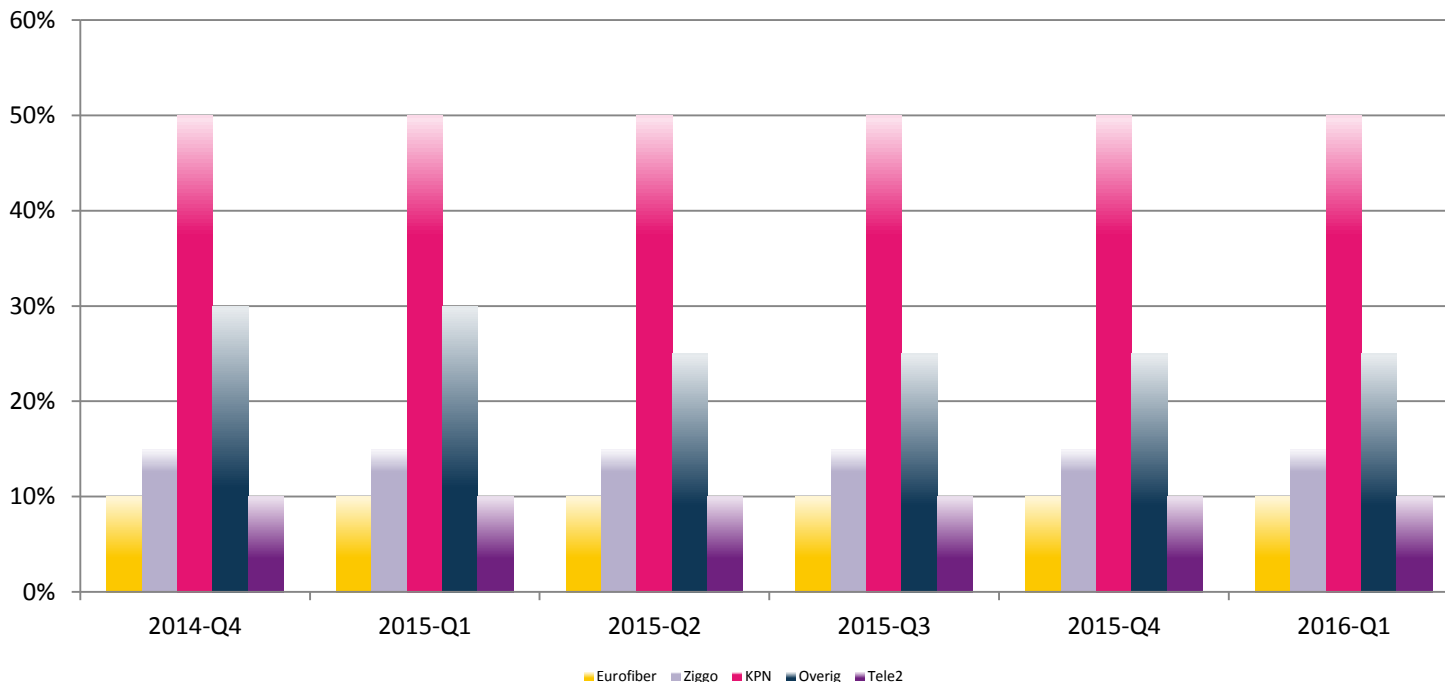
Retail zakelijke glasaansluitingen



Op basis van vragen 30_A2_1_1 van de Telecommonitor
Exclusief aansluitingen kleine en regionale marktpartijen

Zakelijke netwerkdiensten

Marktaandeel retail zakelijke glasaansluitingen



	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Eurofiber	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]

Op basis van vragen 30_A2_1_1 van de Telecommonitor
Aansluitingen kleine en regionale marktpartijen wordt niet meegenomen in het berekenen van het marktaandeel

Zakelijke netwerkdiensten

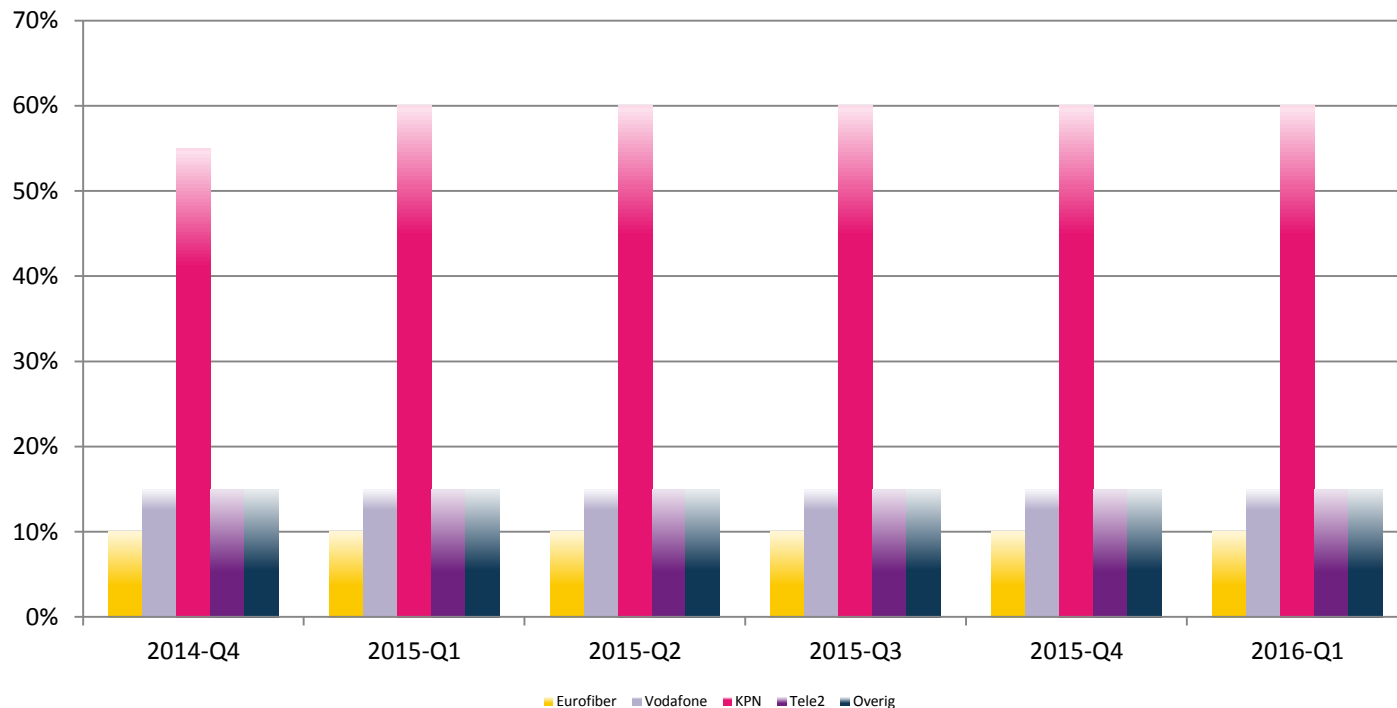
Retail zakelijke netwerkdiensten



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

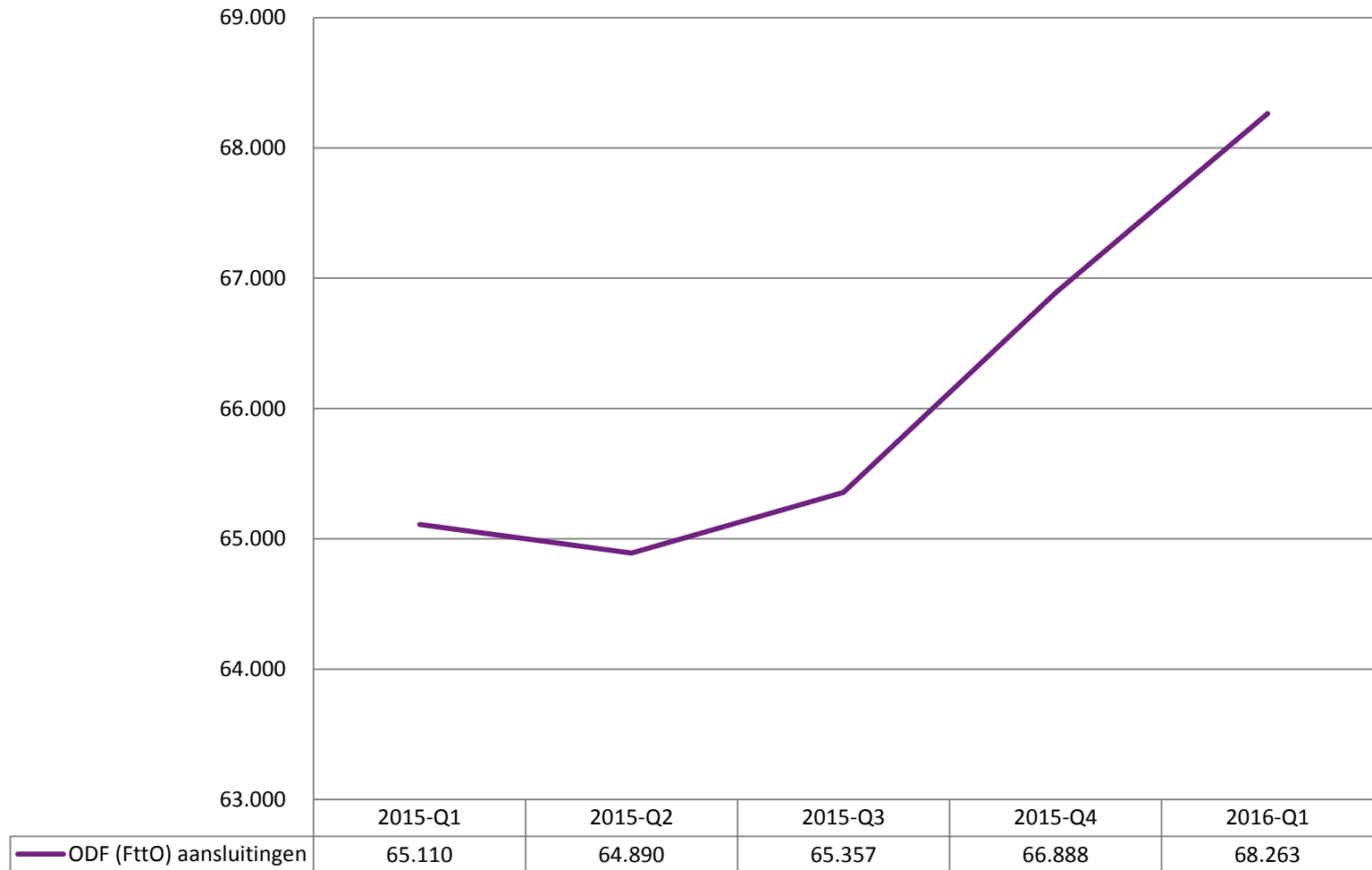


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Eurofiber	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Vodafone	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[50 - 55%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]
Tele2	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[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 Telecommunitor

Zakelijke netwerkdiensten

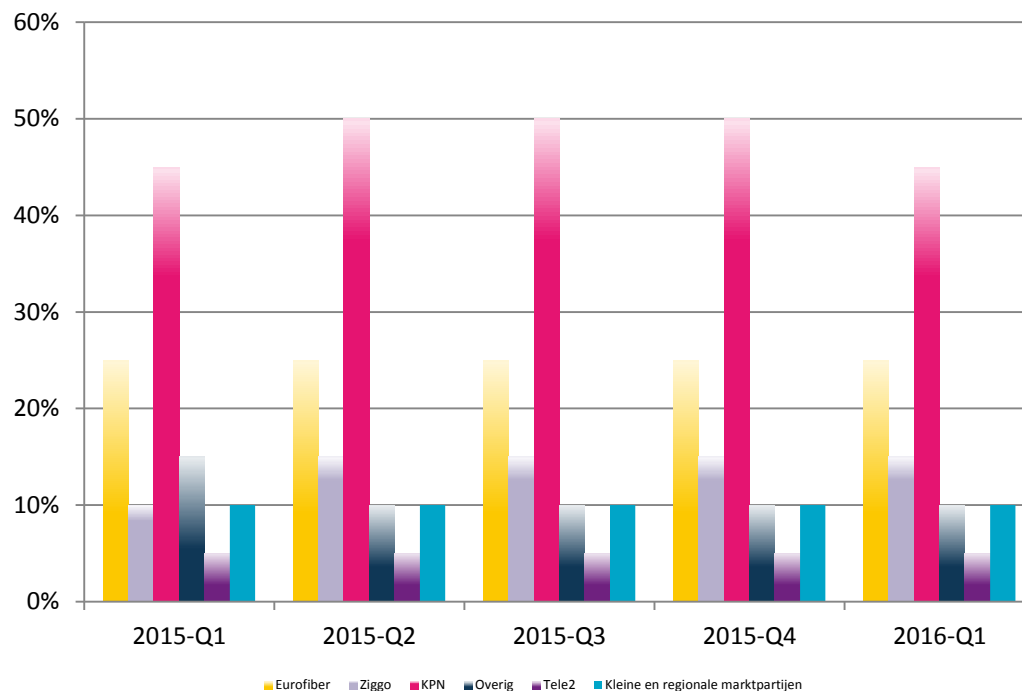
Wholesale zakelijke glasaansluitingen



Op basis van vragen 30_B4_1_1-3, 30_B4_8_1, 30_A2_1_1-2, en 30_A2_4_1 van de Telecommonitor
Exclusief aansluitingen kleine en regionale marktpartijen

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel zakelijke glasaansluitingen

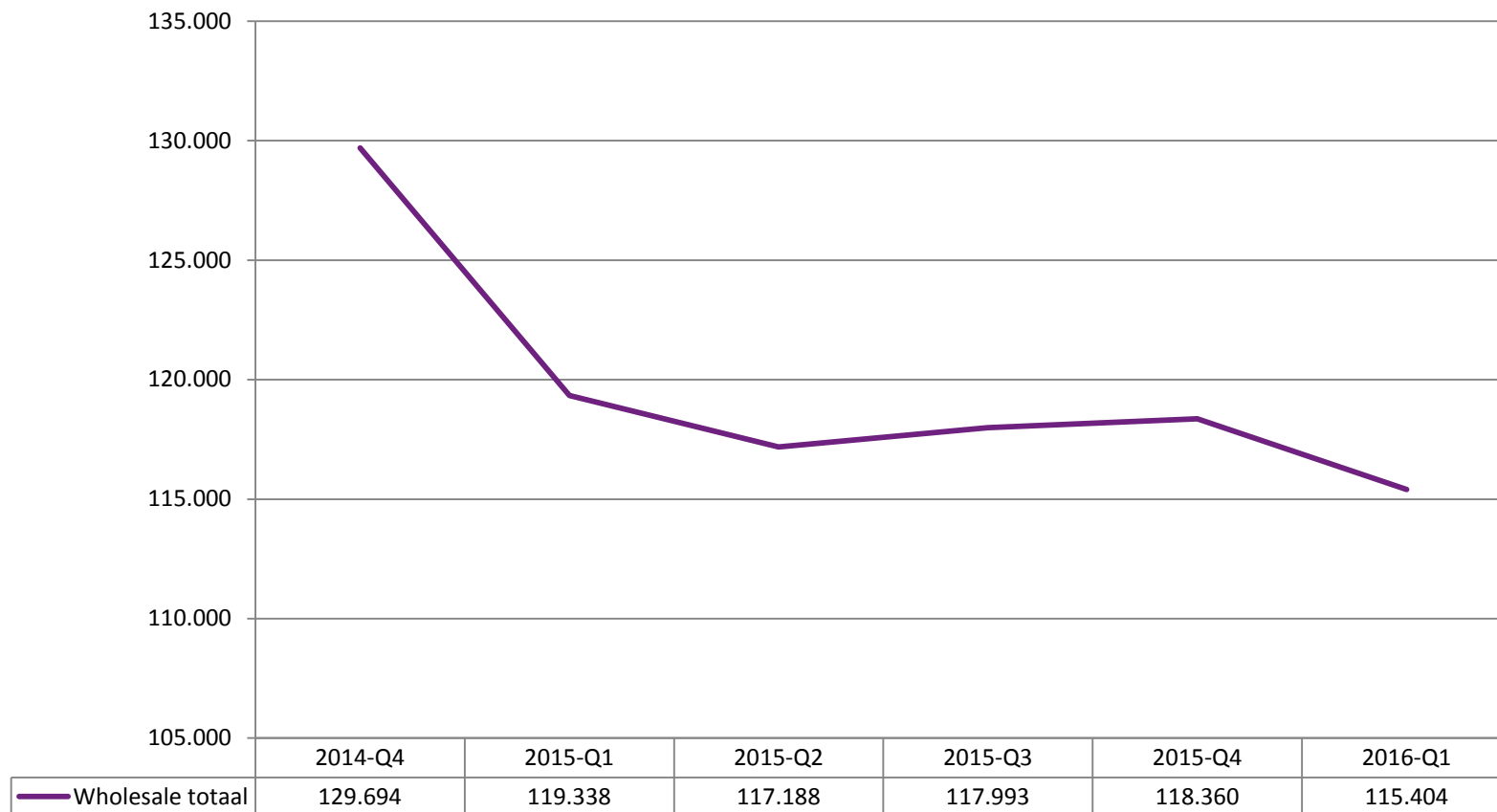


	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Eurofiber	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overig	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Kleine en regionale marktpartijen	10%	10%	10%	10%	10%

30_A2_1_1-2, en 30_A2_4_1 van de Telecommonitor
Marktaandeel kleine en regionale marktpartijen zijn geschat op 10% (zie marktanalyse ODF-Access (FtTO))

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale HKWBT en huurlijnen

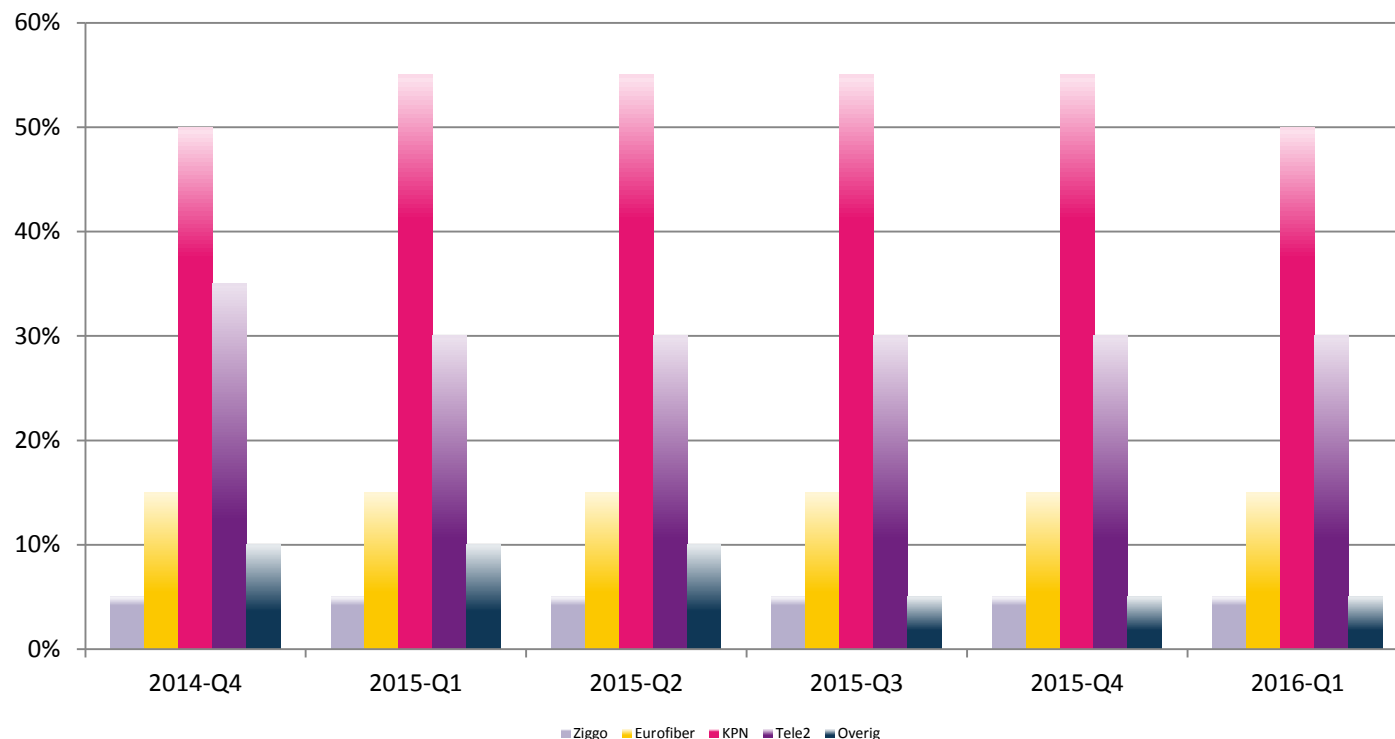


Op basis van vragen 30_A2_4_1, 30_B2_1_b-c-d, 30_B2_2_1-2-3, 30_B4_3_b-c-d-e, 30_B4_4_1-2-3-4, 30_B4_6_b-c, 30_B4_7_1-2 en 30_B4_8_1 van de Telecommonitor

* Cijfers gebaseerd op marktafbakening HKWBT/HL besluit 2012

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel HKWBT en huurlijnen



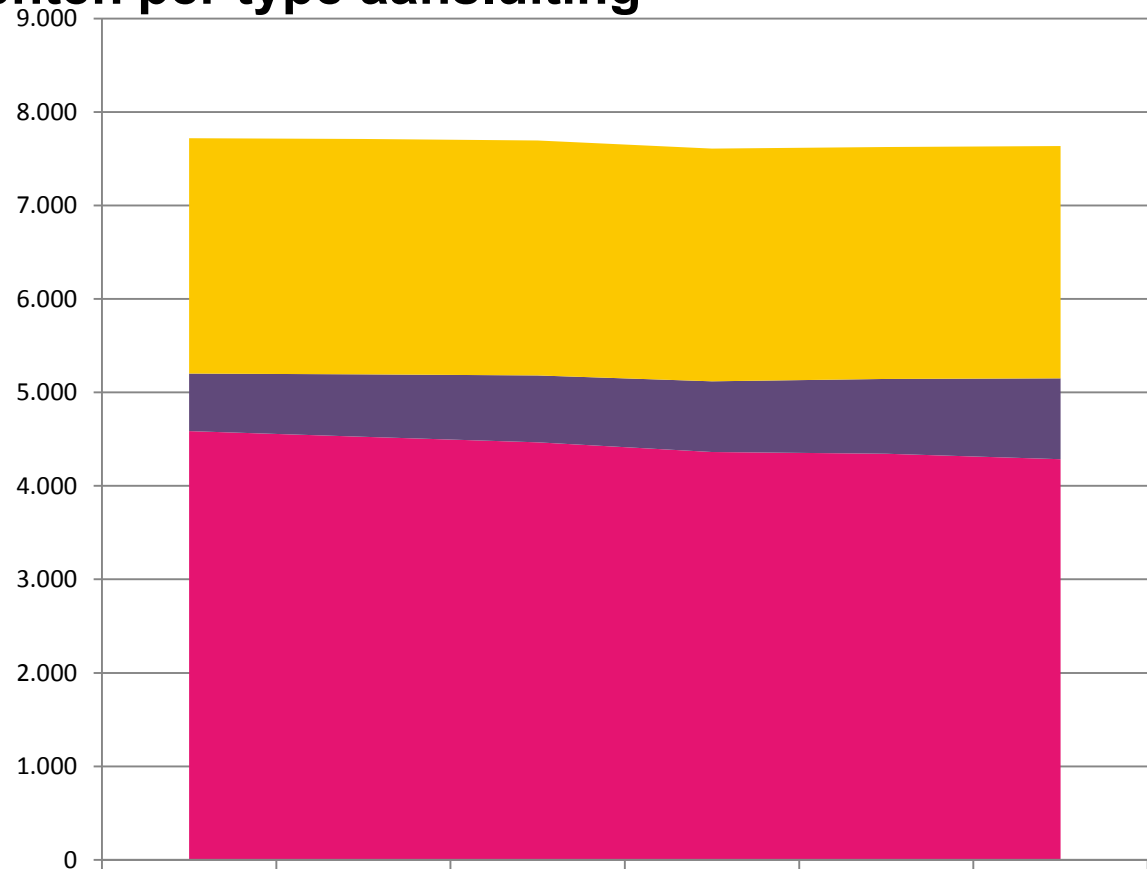
	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Ziggo	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Eurofiber	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[45 - 50%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[45 - 50%]
Tele2	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]

Op basis van vragen 30_A2_4_1, 30_B2_1_b-c-d, 30_B2_2_1-2-3, 30_B4_3_b-c-d-e, 30_B4_4_1-2-3-4, 30_B4_6_b-c, 30_B4_7_1-2 en 30_B4_8_1 van de Telecommonitor

* Cijfers gebaseerd op marktafbakening HKWBT/HL besluit 2012

Televisie

Retailabbonnementen per type aansluiting

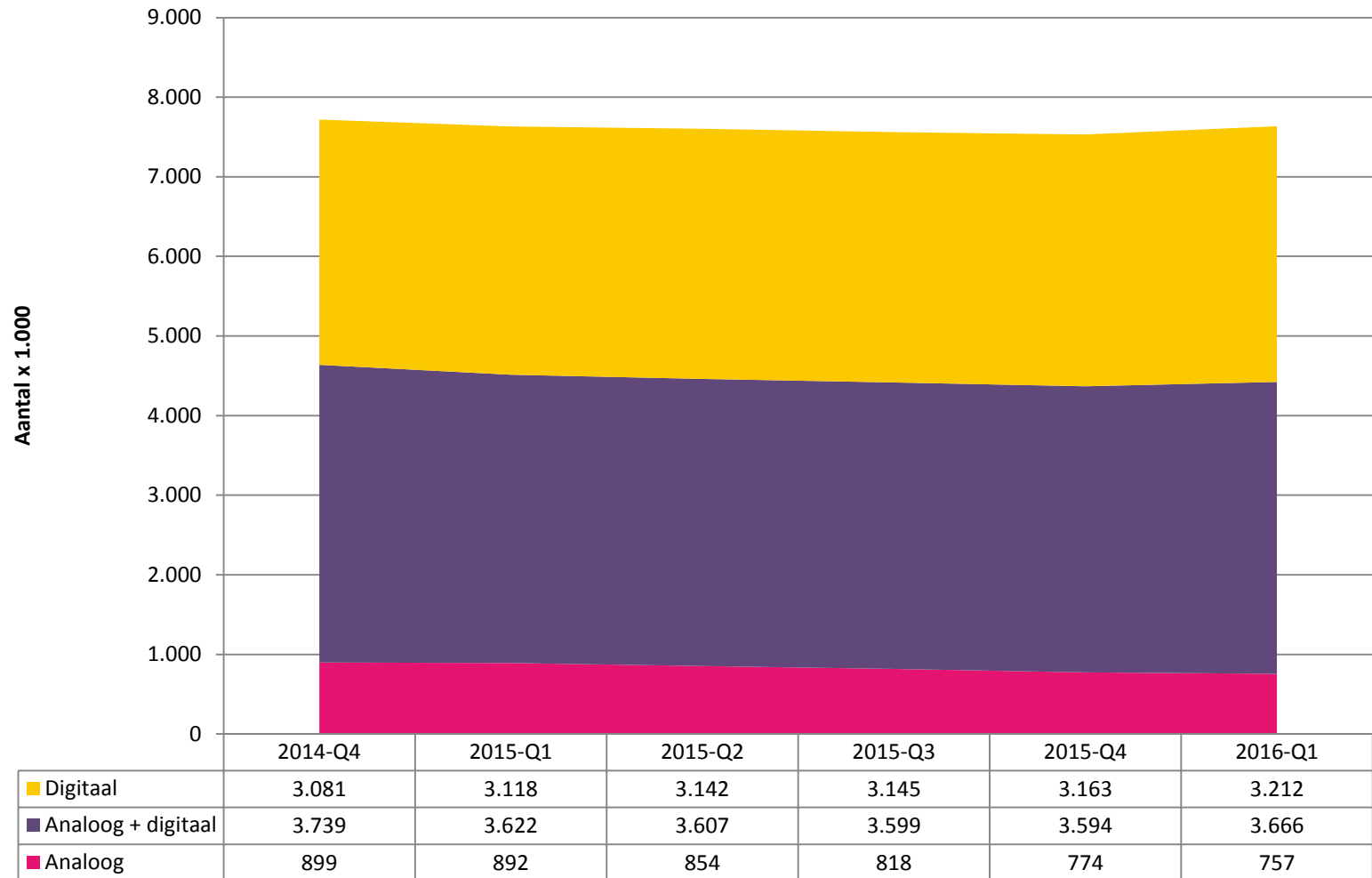


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Digitale platforms (DSL, Digitenne, Satelliet)	2.517	2.518	2.513	2.489	2.481	2.485
Glasvezel	616	668	715	756	800	865
Kabel	4.586	4.525	4.466	4.363	4.344	4.285

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

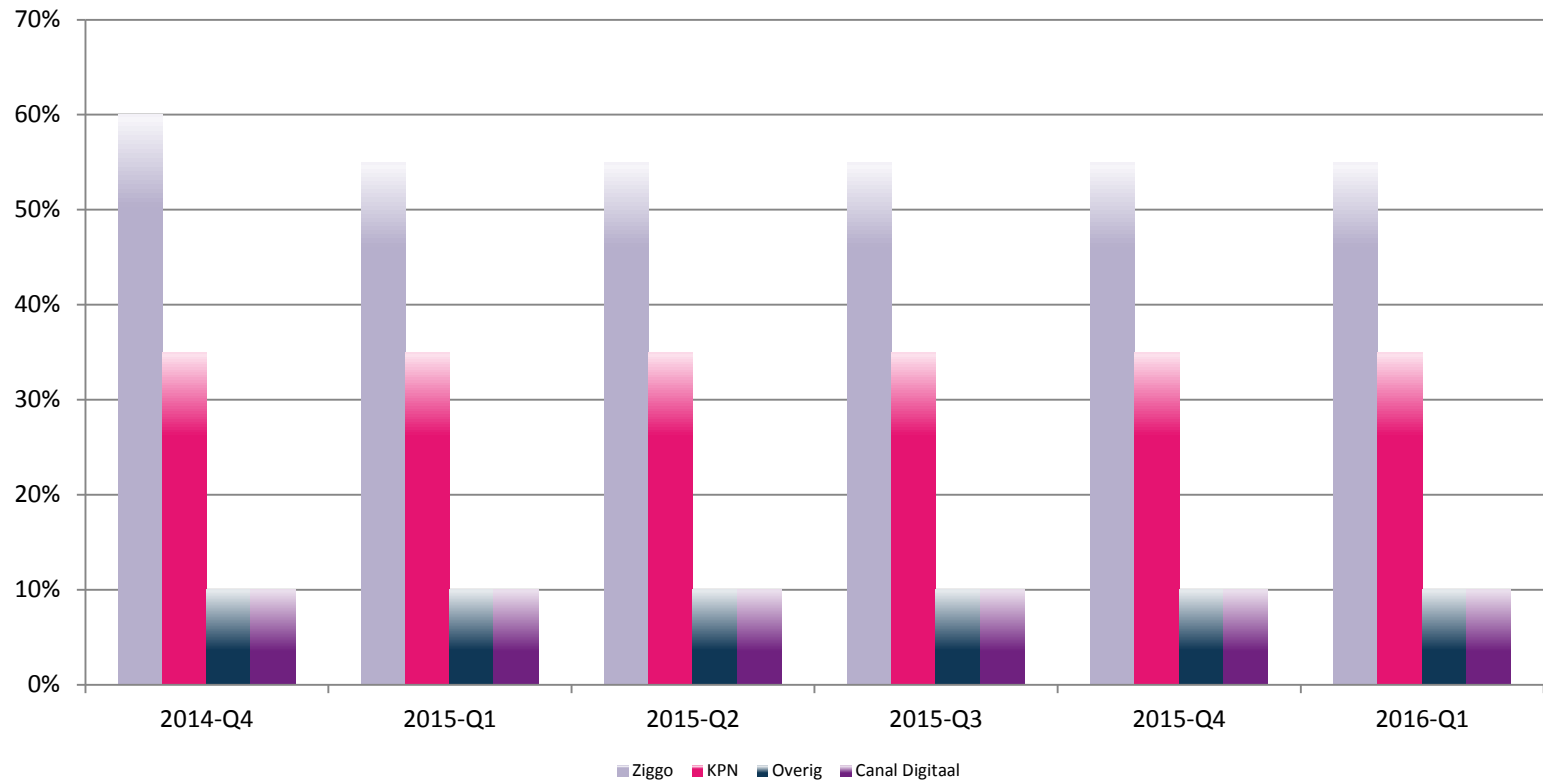
Digitalisering van televisie abonnementen



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

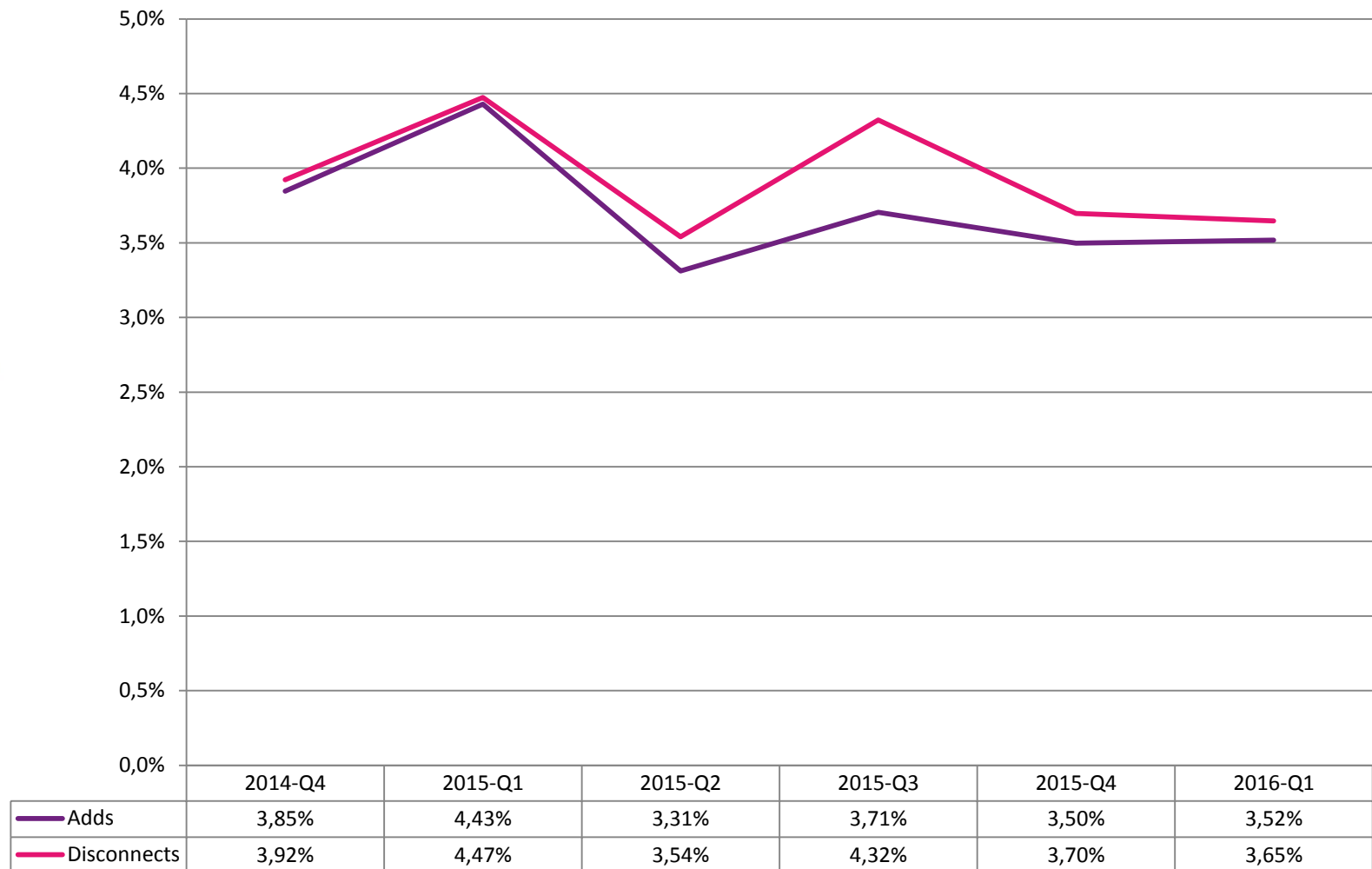


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
Ziggo	[55 - 60%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
KPN	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
Canal Digitaal	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[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

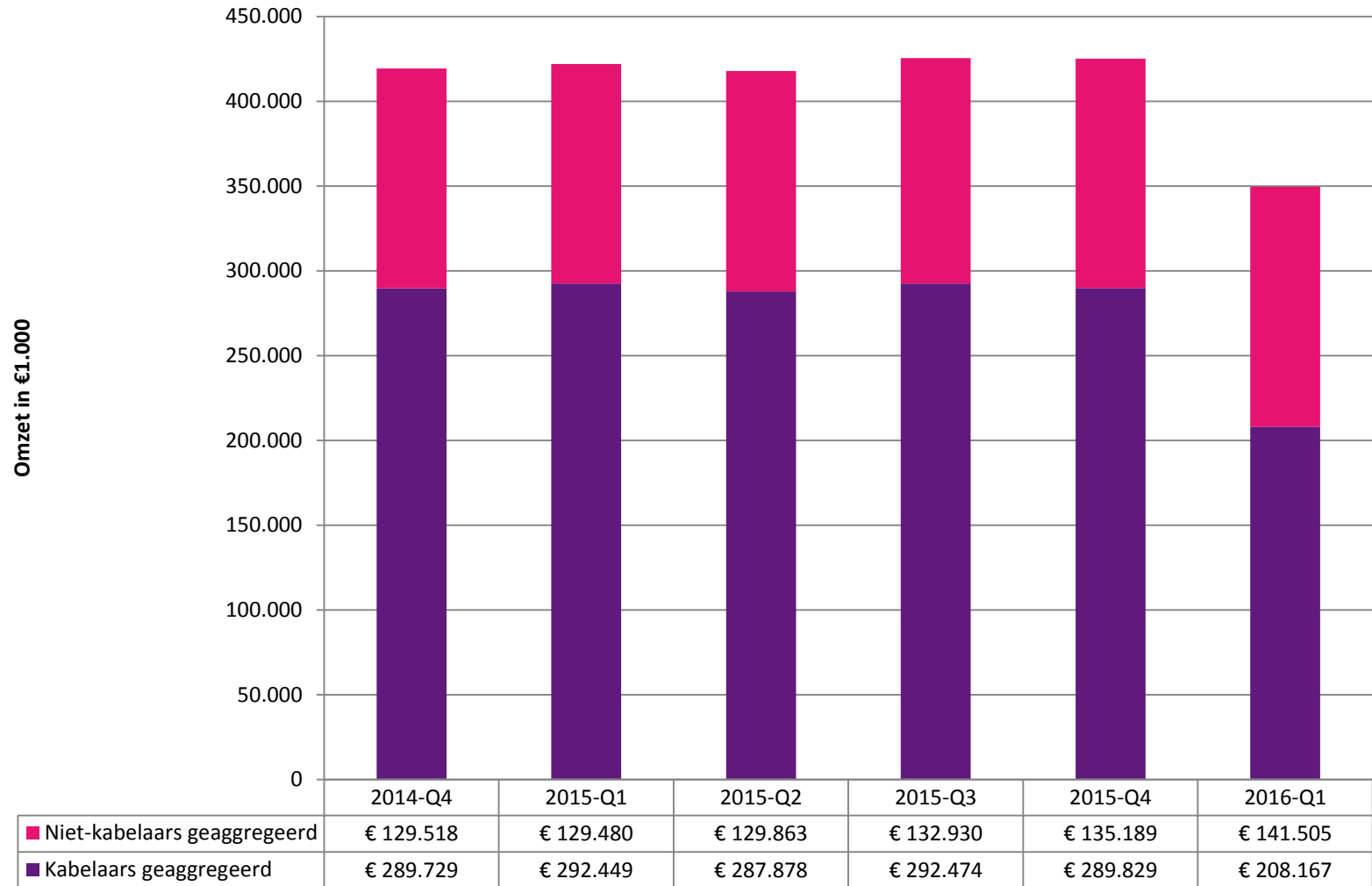
Retail churn televisie abonnementen



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

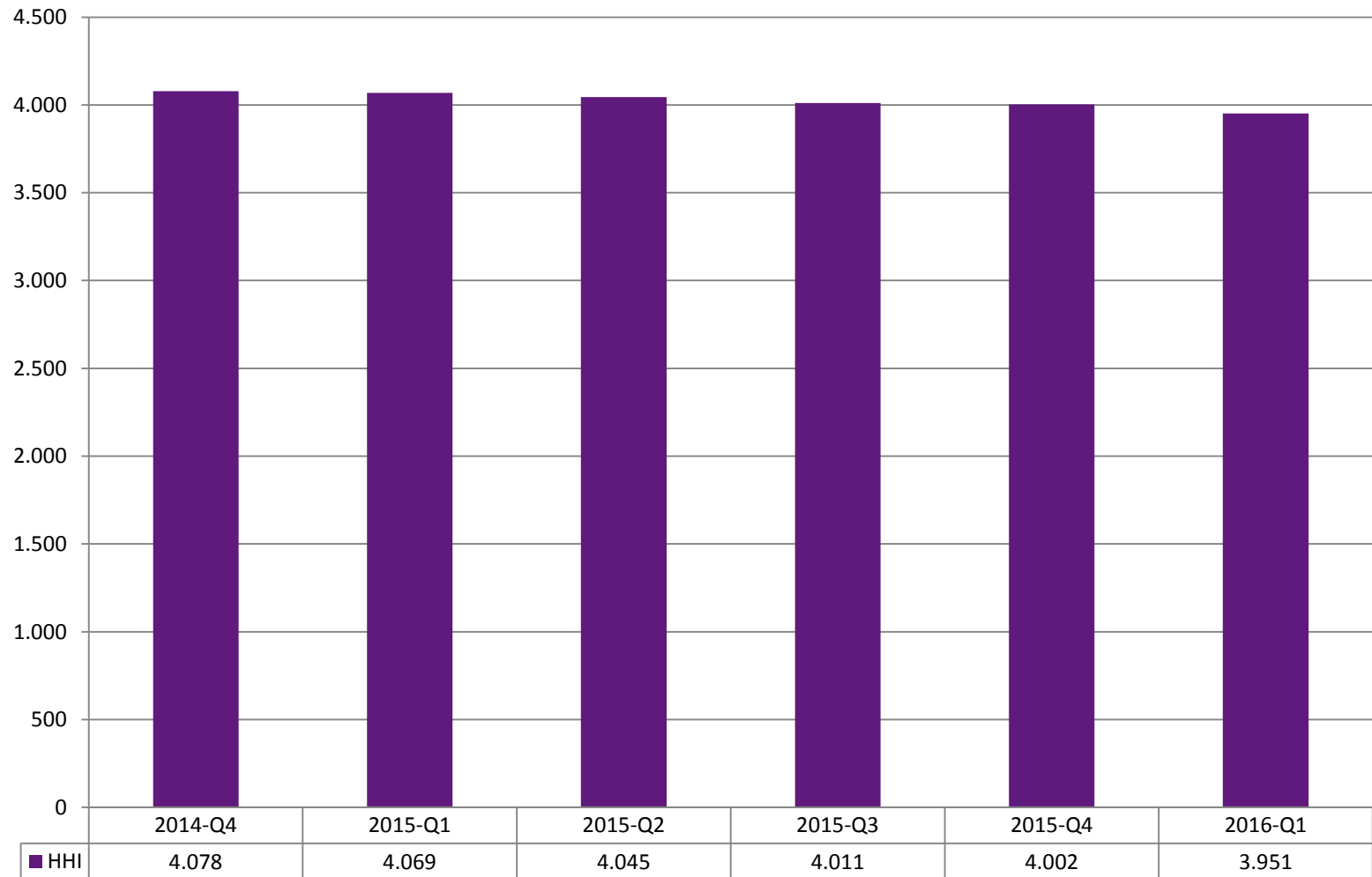
Retailomzet RTV-abonnementen



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

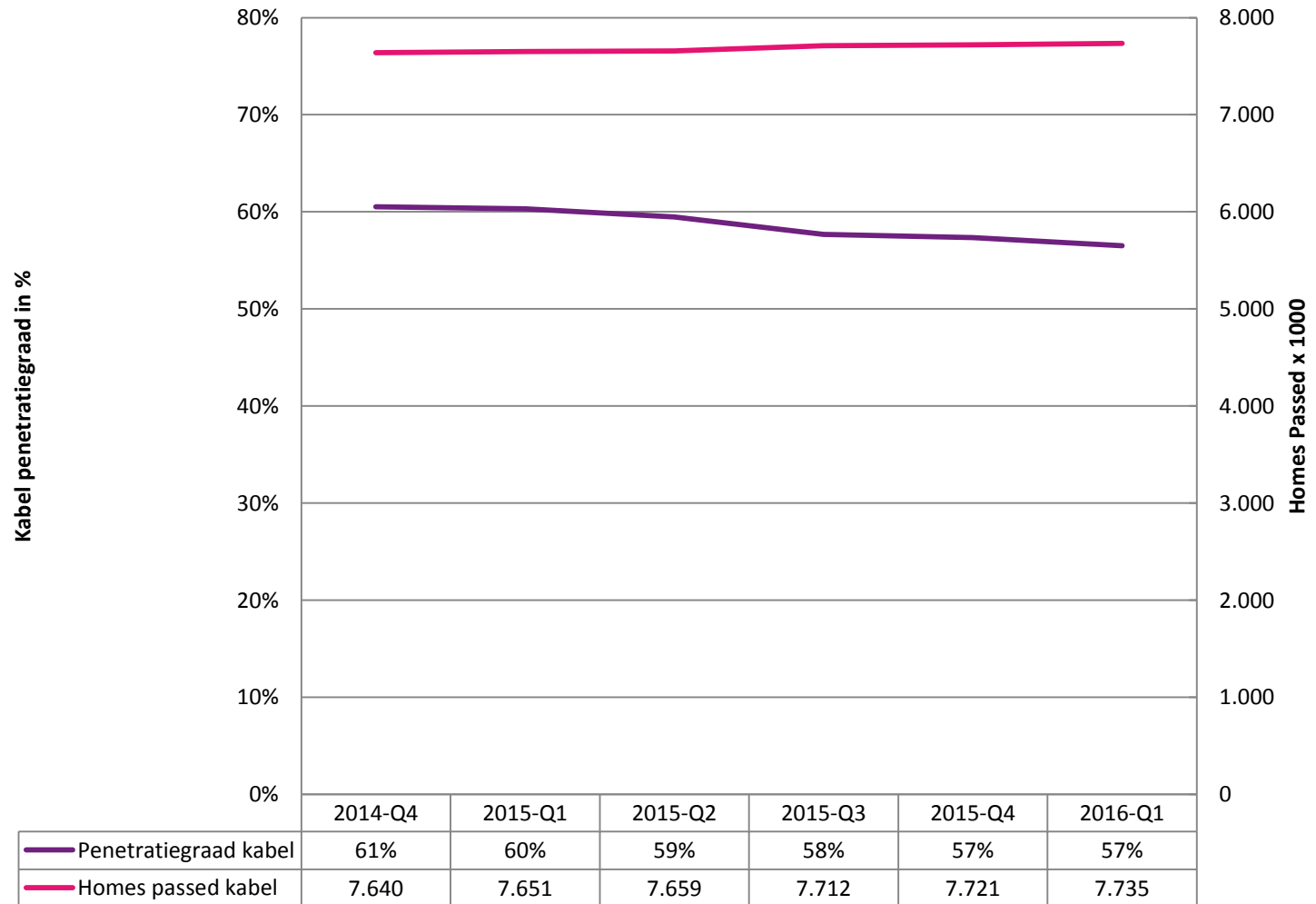
Herfindahl-Hirschman Index



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

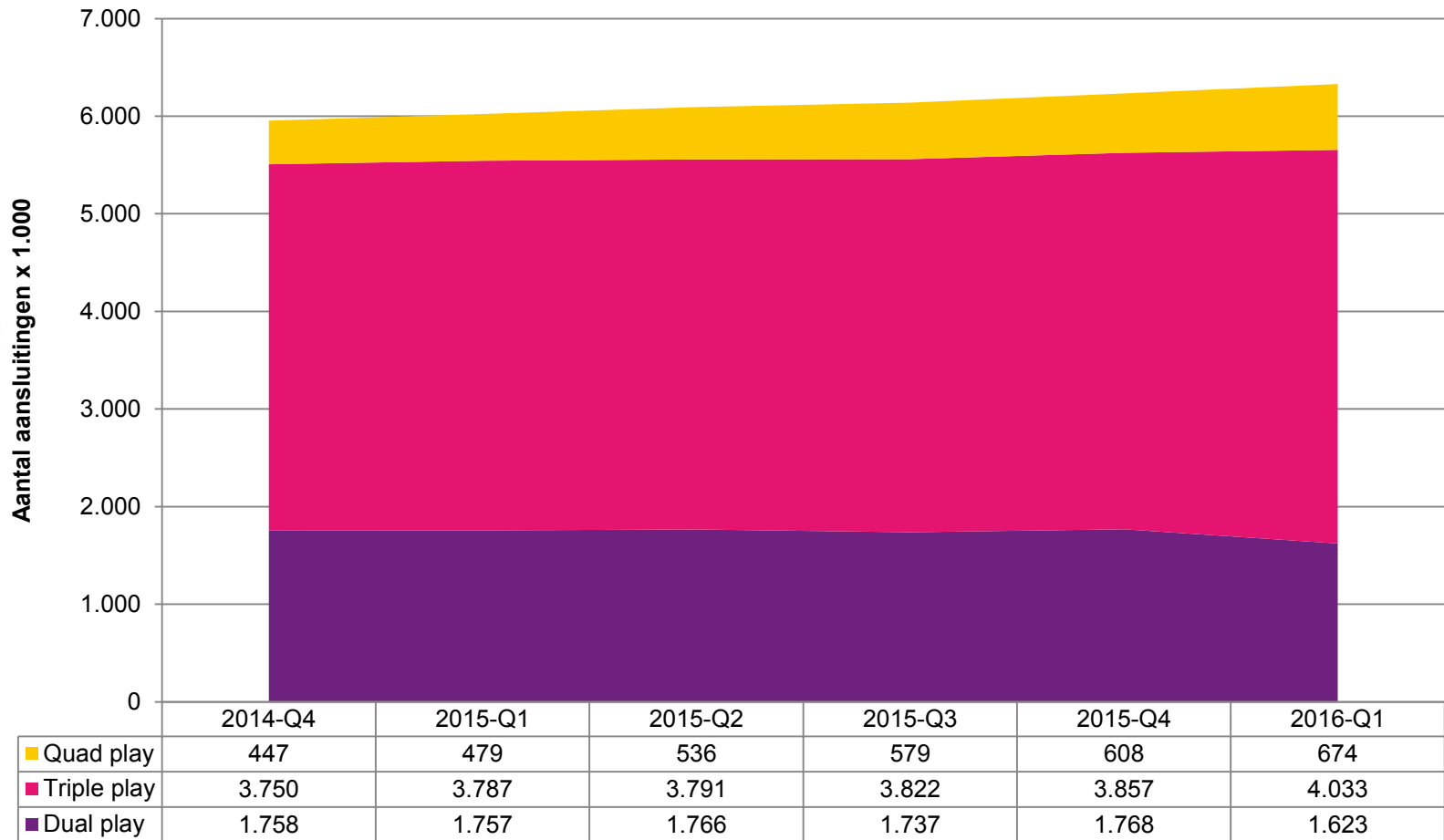
Homes passed en penetratiegraad kabel



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

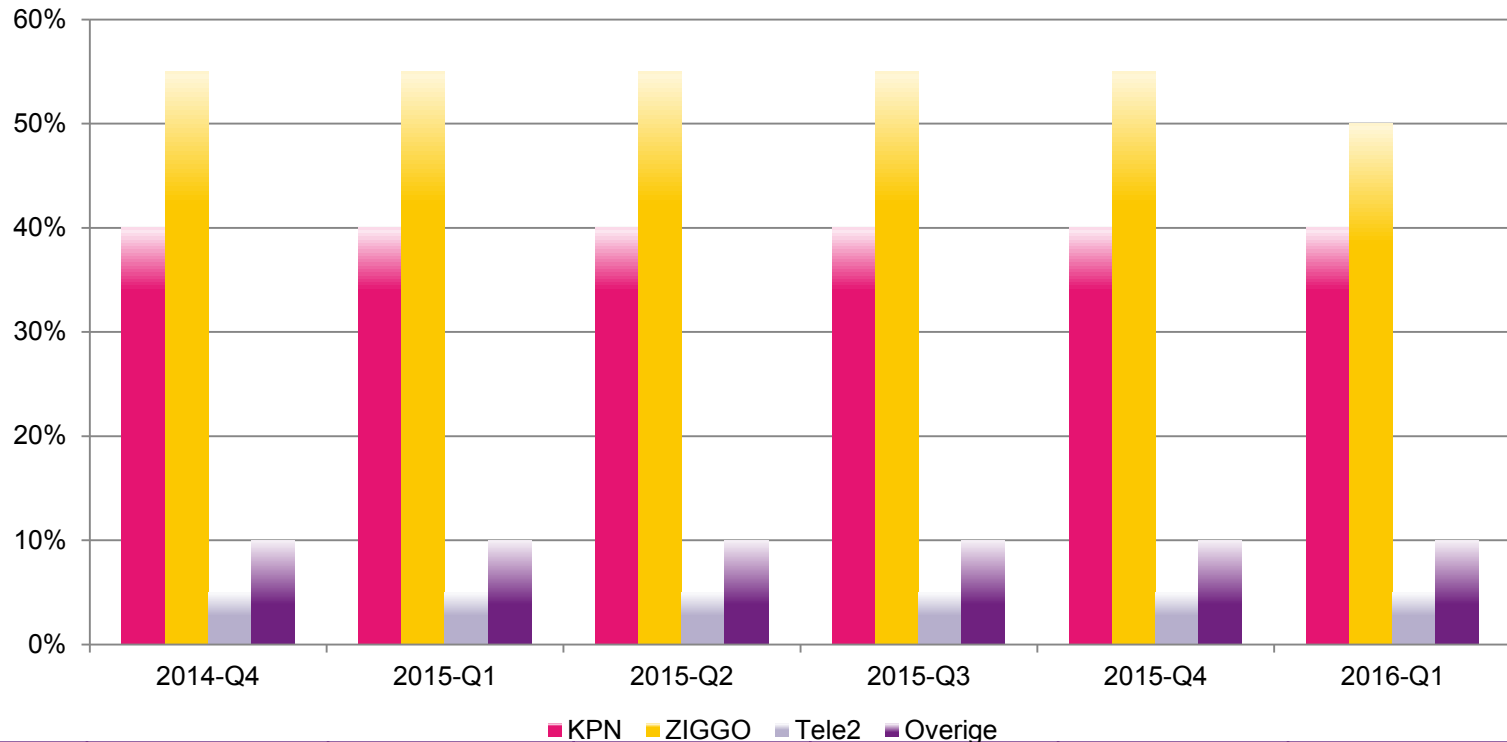
Retail aansluitingen multi play



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



	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
KPN	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Ziggo	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[45 - 50%]
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

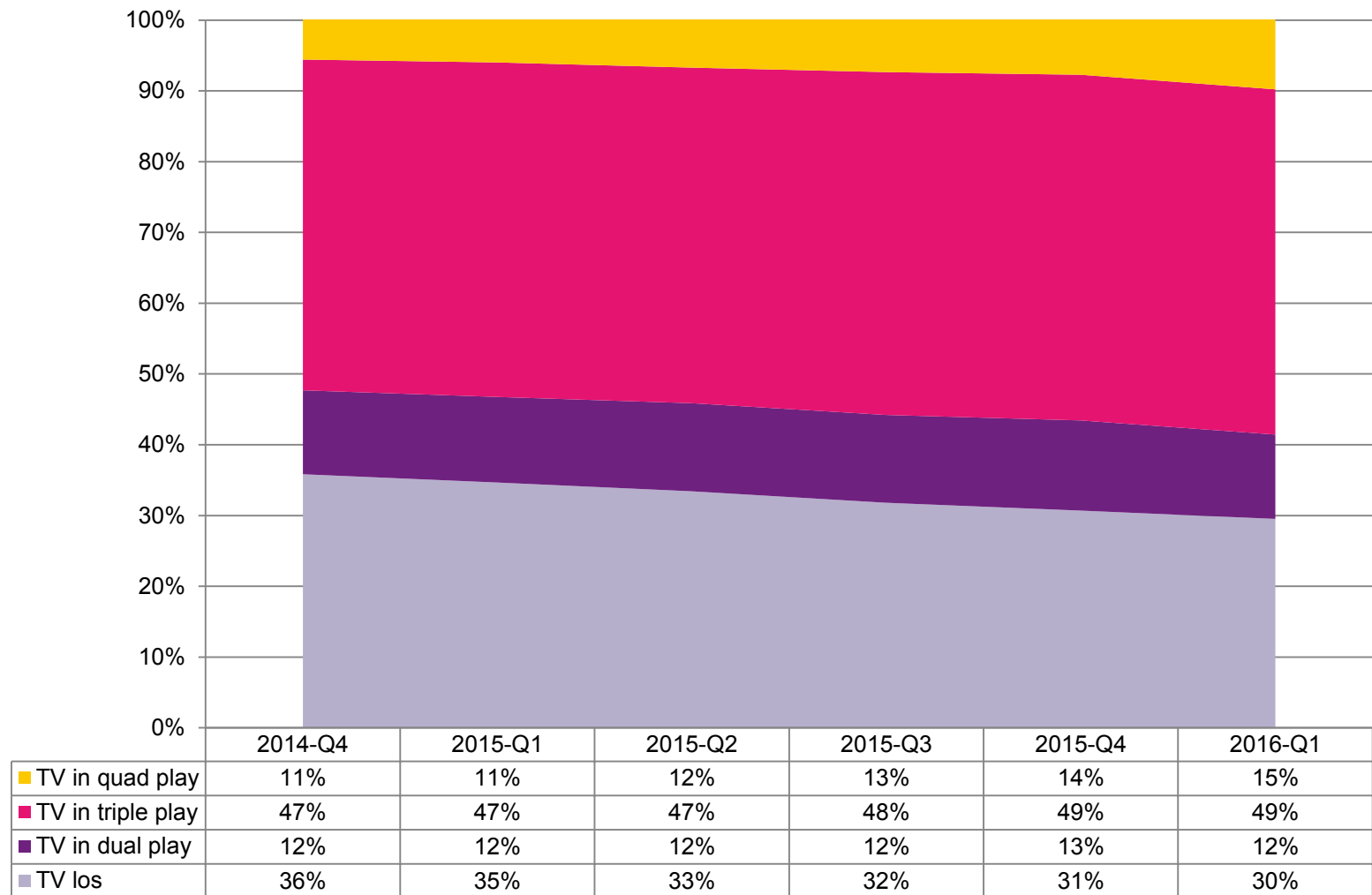


	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1
■ Breedband in quad play	7%	7%	8%	8%	9%	10%
■ Breedband in triple play	55%	55%	55%	55%	55%	58%
■ Breedband in dual play	24%	24%	24%	24%	24%	22%
■ Breedband los	14%	14%	14%	12%	12%	10%

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, 50_A1_1_1-4-5, 50_A1_2_1-2-4, en 50_A1_3_1 van de Telecommonitor

Multi play

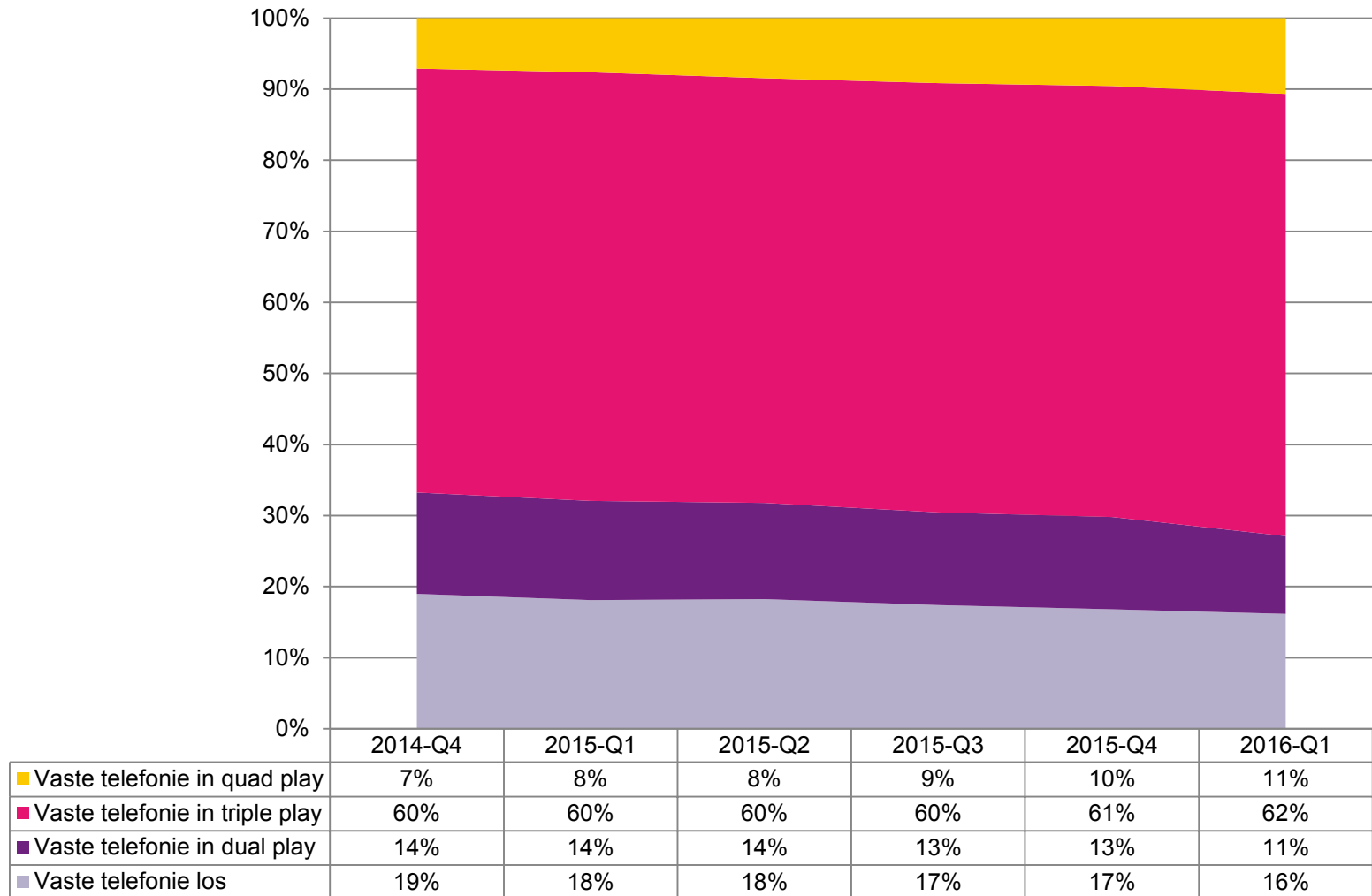
Retailaansluitingen met Televisie



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

Autoriteit
Consument & Markt



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	Tele2 (vanaf Q2 2015)		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	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					