



Telecommonitor Q3 2016

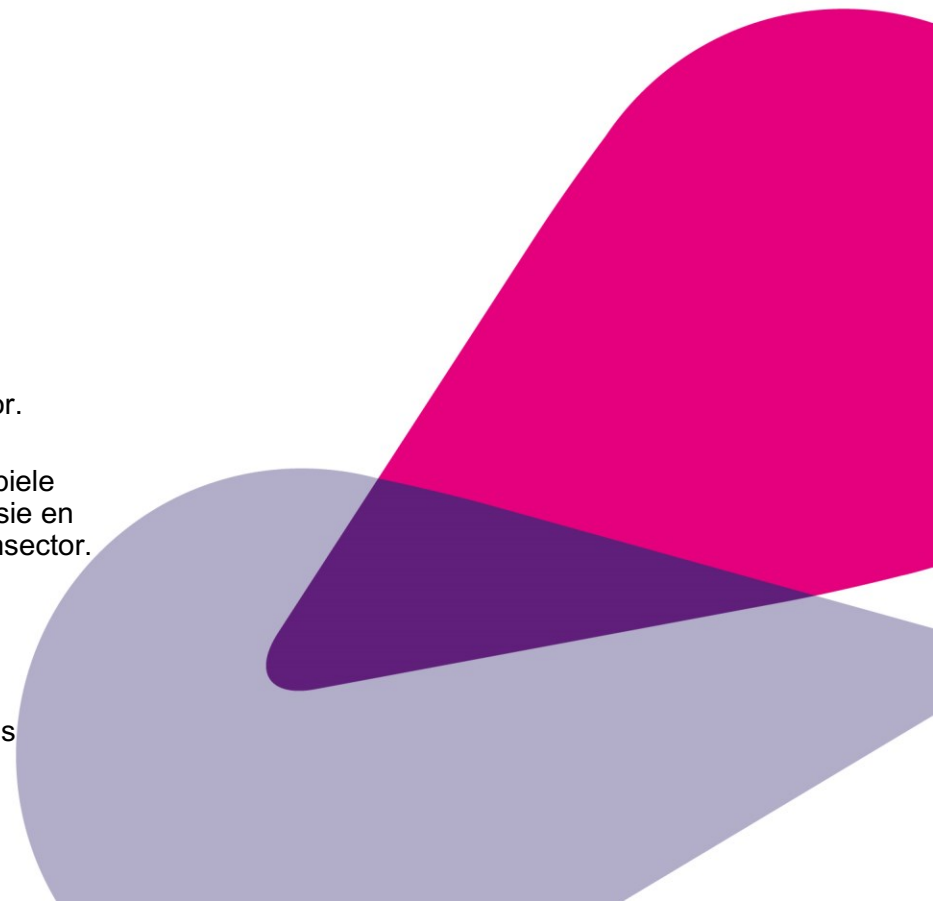
Openbare rapportage

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 Q3 2016

Mobiel datagebruik blijft toenemen en mobiele bundels steeds populairder

Het mobiele dataverbruik in Nederland is het afgelopen kwartaal met 16% gestegen tot ruim 50,6 miljard MB. Daarnaast hebben steeds meer eindgebruikers een mobiel abonnement met data en niet meer alleen bellen en sms'en. In het afgelopen kwartaal is het aantal mobiele bundels met data erin gestegen tot ruim 13,6 miljoen (+3,7%) aansluitingen. Alleen prepaid wordt op dit moment nog veelvuldig gebruikt voor alleen bellen en sms'en (7,1 miljoen aansluitingen). Dit betekent dat 67% van de mobiele aansluitingen nu ook data bevat.

Bellen via mobiel onverminderd populair

Het totaal aantal verbruikte (mobiele en vaste) belminuten is in Q3 2016 gestegen van 10,4 miljard naar 10,7 miljard belminuten ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Nederlanders zijn daarbij vaker gaan bellen met een mobiele telefoon (+10,5%) en minder via een vaste telefoon (-13%). Een mogelijk verklaring van deze trend is dat providers steeds vaker onbeperkt bellen toevoegen aan hun mobiele abonnementen. Klanten kunnen daardoor zonder meerkosten onbeperkt bellen via hun mobiele telefoon.

Méér dan één miljoen huishoudens maken gebruik van een glasvezelaansluiting

Voor het eerst maken meer dan één miljoen huishoudens thuis gebruik van een glasvezelverbinding (Fiber-to-the-Home) voor bellen, internet, en televisie. Via een glasvezelverbinding kunnen consumenten bij sommige aanbieders abonnementen afnemen met internetsnelheden tot maximaal 1000 Mbit/s. Daarmee is de maximale snelheid van een glasvezelverbinding hoger dan die van een koperlijn of een kabel aansluiting.

Sterke stijging van het aantal zakelijke glasvezelaansluitingen

In het afgelopen kwartaal is het aantal zakelijke glasvezelaansluitingen met circa 3 duizend gegroeid. Vooral het aantal glasvezelaansluitingen dat KPN en Eurofiber leveren aan derden (zoals Vodafone en Tele2) is flink gestegen. Via een zakelijke glasvezelaansluiting kunnen providers hoogwaardige telecomdiensten (clouddiensten, ontsluiten meerdere vestigingen, etc.) met breedbandsnelheden tot 10 Gbit/s leveren aan zakelijke eindgebruikers.

Inhoudsopgave

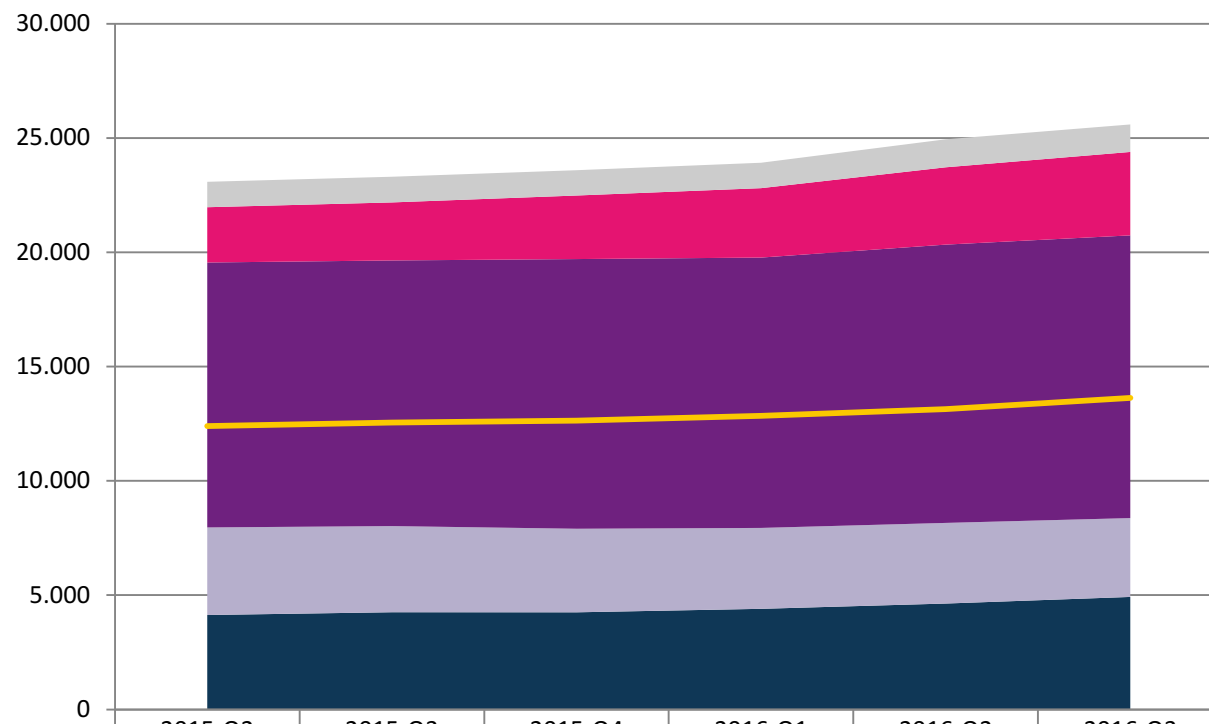
Mobiel	p. 4
Vaste telefonie	p. 12
Breedband	p. 26
Zakelijke netwerkdiensten	p. 39
Televisie	p. 45
Bundels	p. 52
Bevraagde marktpartijen	p. 57

Mobiel

Retailaansluitingen



Aantal aansluitingen x1.000

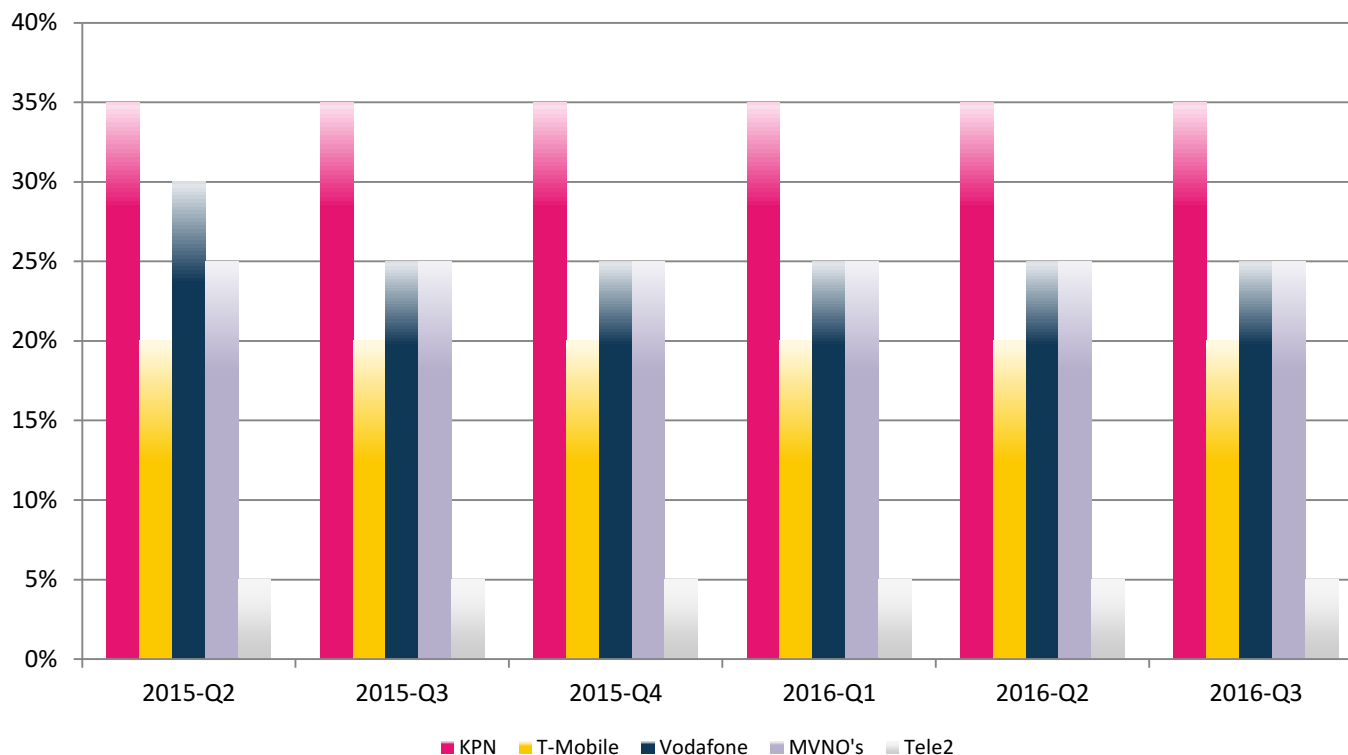


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
Data only mobiele aansluitingen	1.112	1.123	1.107	1.112	1.224	1.203
M2M	2.418	2.539	2.781	3.036	3.382	3.650
Postpaid MNO	11.589	11.620	11.797	11.827	12.175	12.367
Prepaid MNO	3.832	3.770	3.655	3.539	3.527	3.448
Post- en Prepaid aansluitingen MVNO	4.131	4.253	4.250	4.402	4.634	4.923
Mobiele bundel (data en spraak) aansluitingen	12.392	12.547	12.640	12.840	13.137	13.625

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

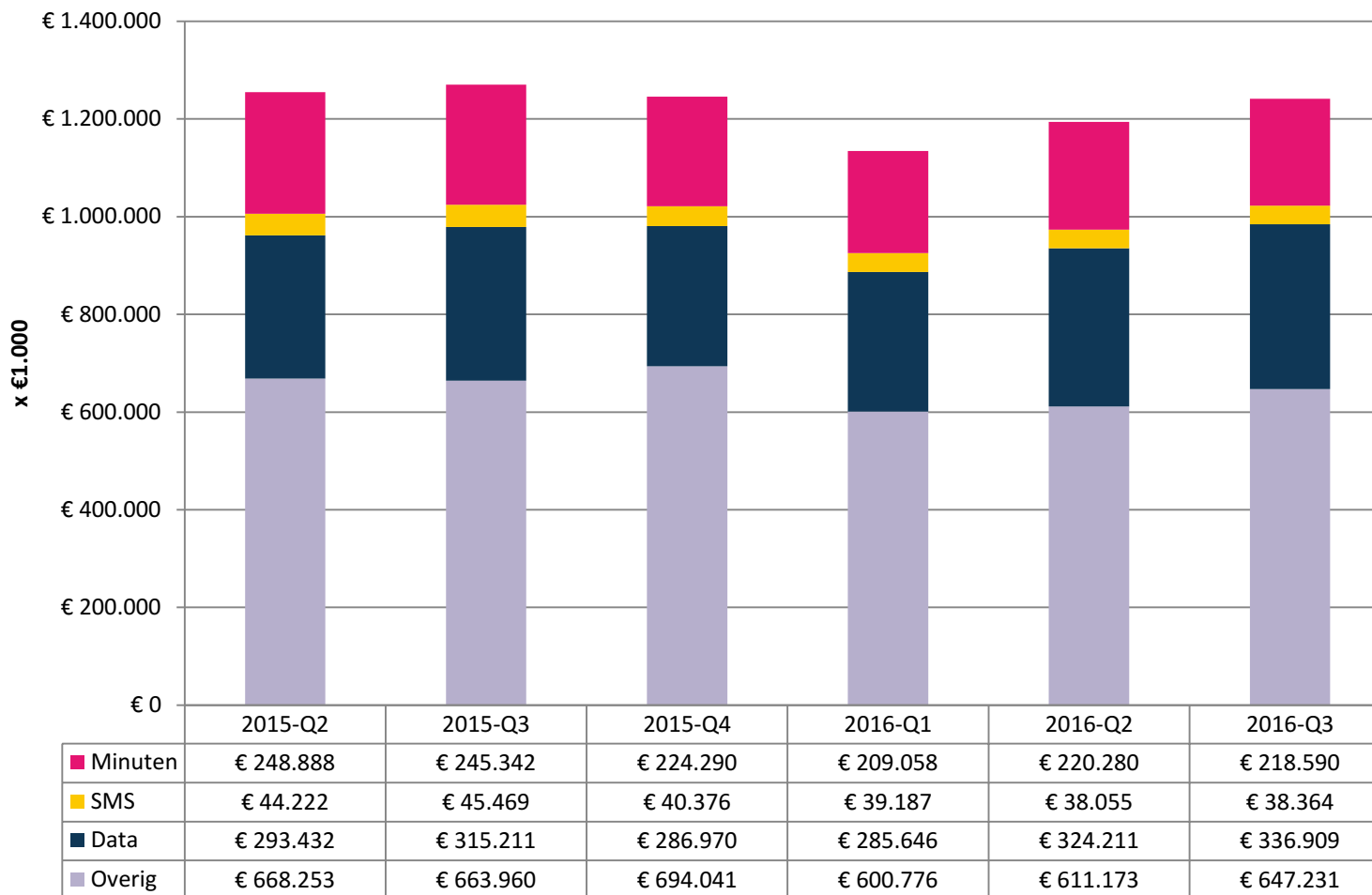


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
T-Mobile	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]
Vodafone	[25-30%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]
Tele2	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
MVNO's	[20-25%]	[20-25%]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

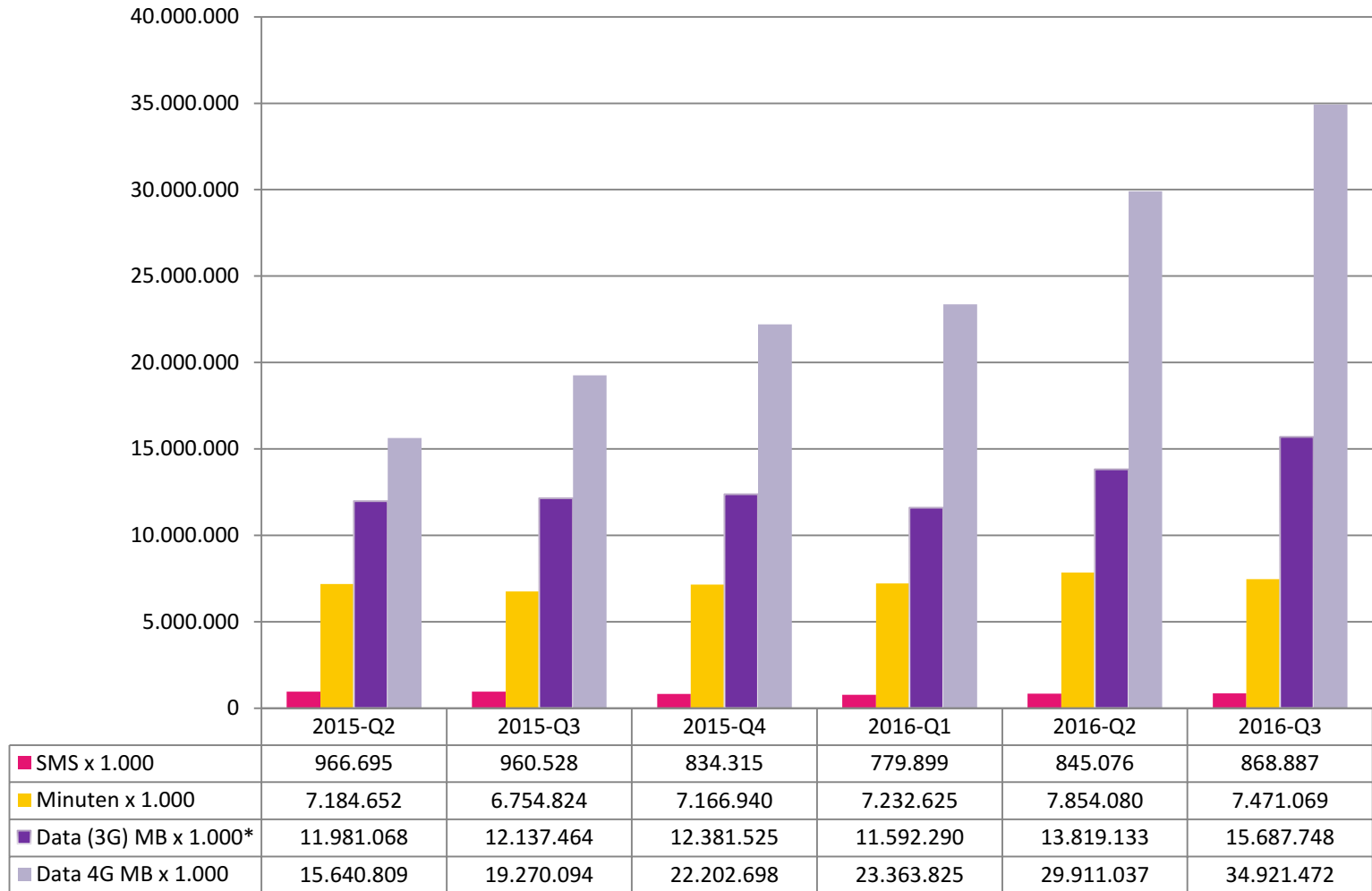
Retailomzet Mobile Network Operators (MNO's)



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

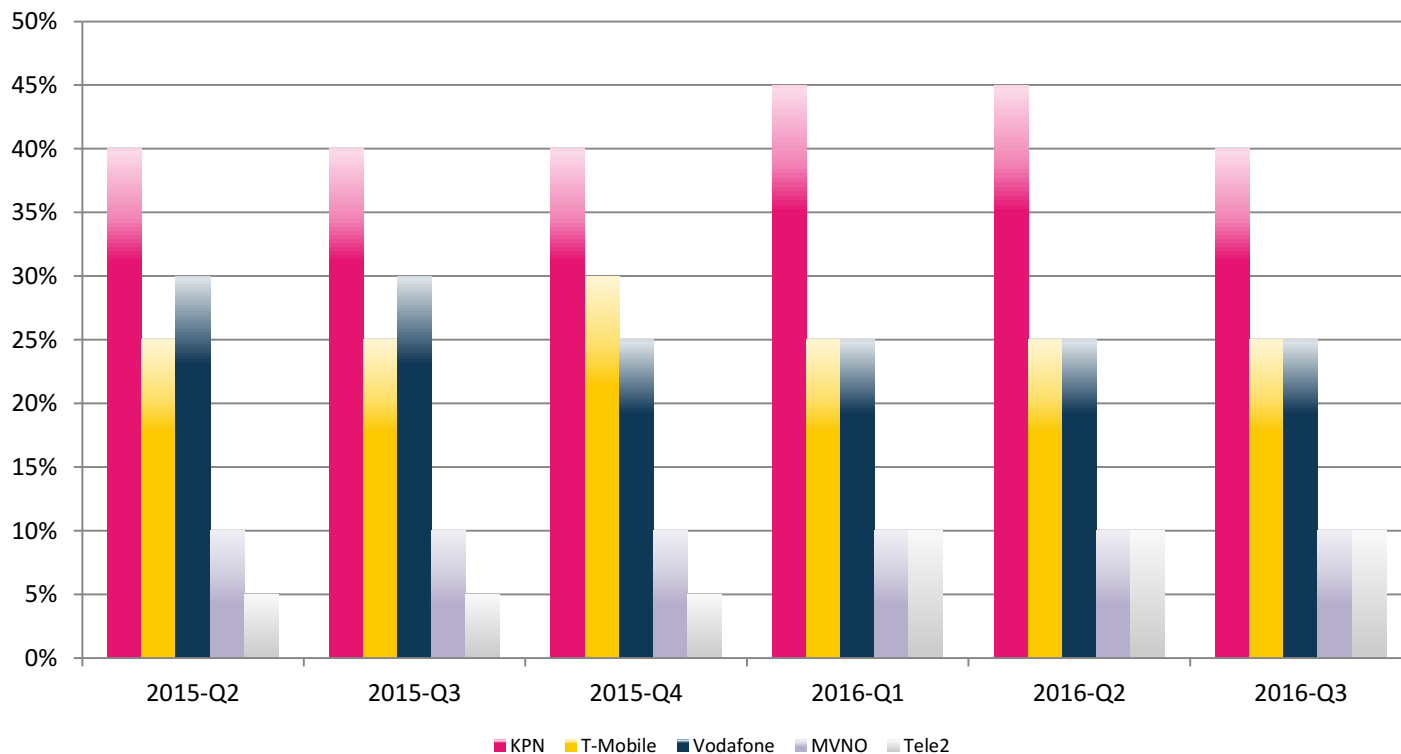
Retailvolume belminuten, data en SMS



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

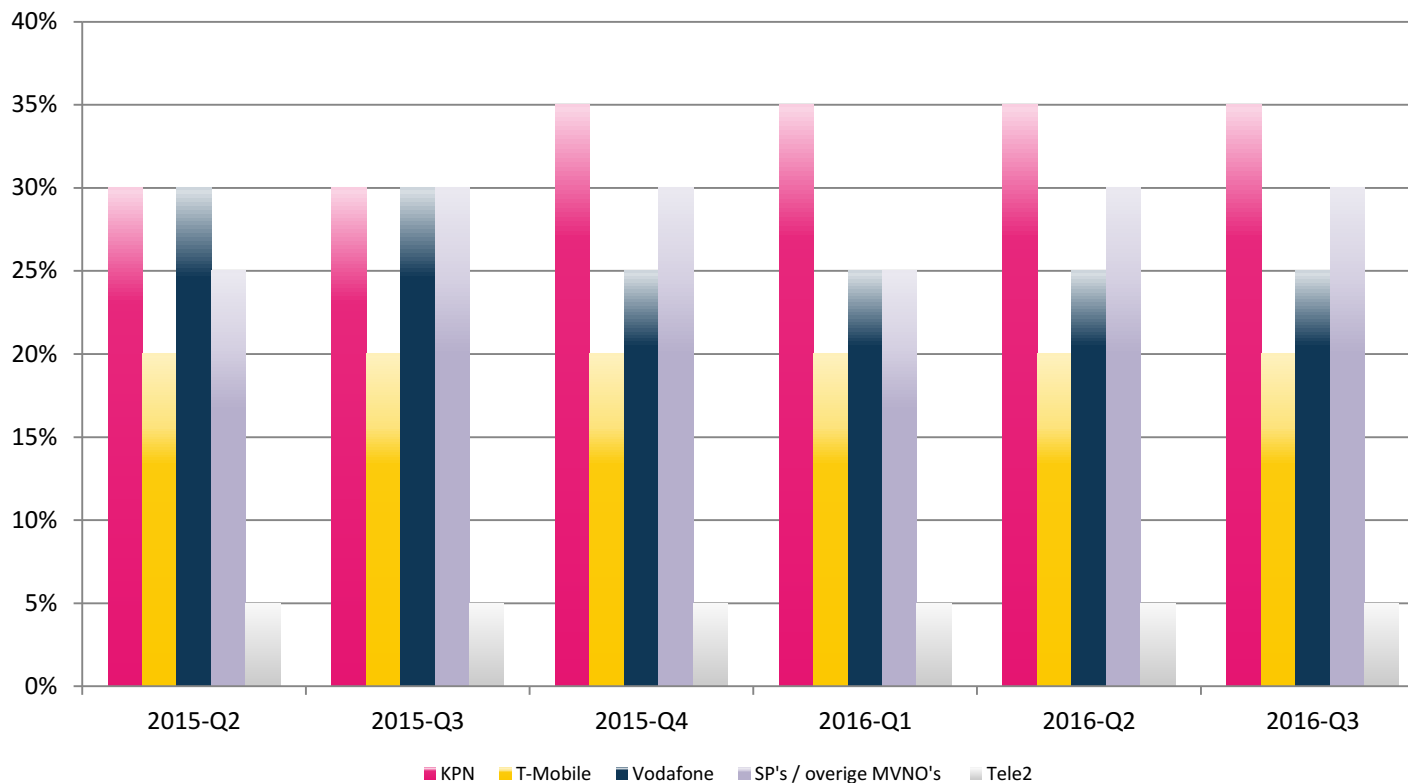


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]
T-Mobile	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Vodafone	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[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

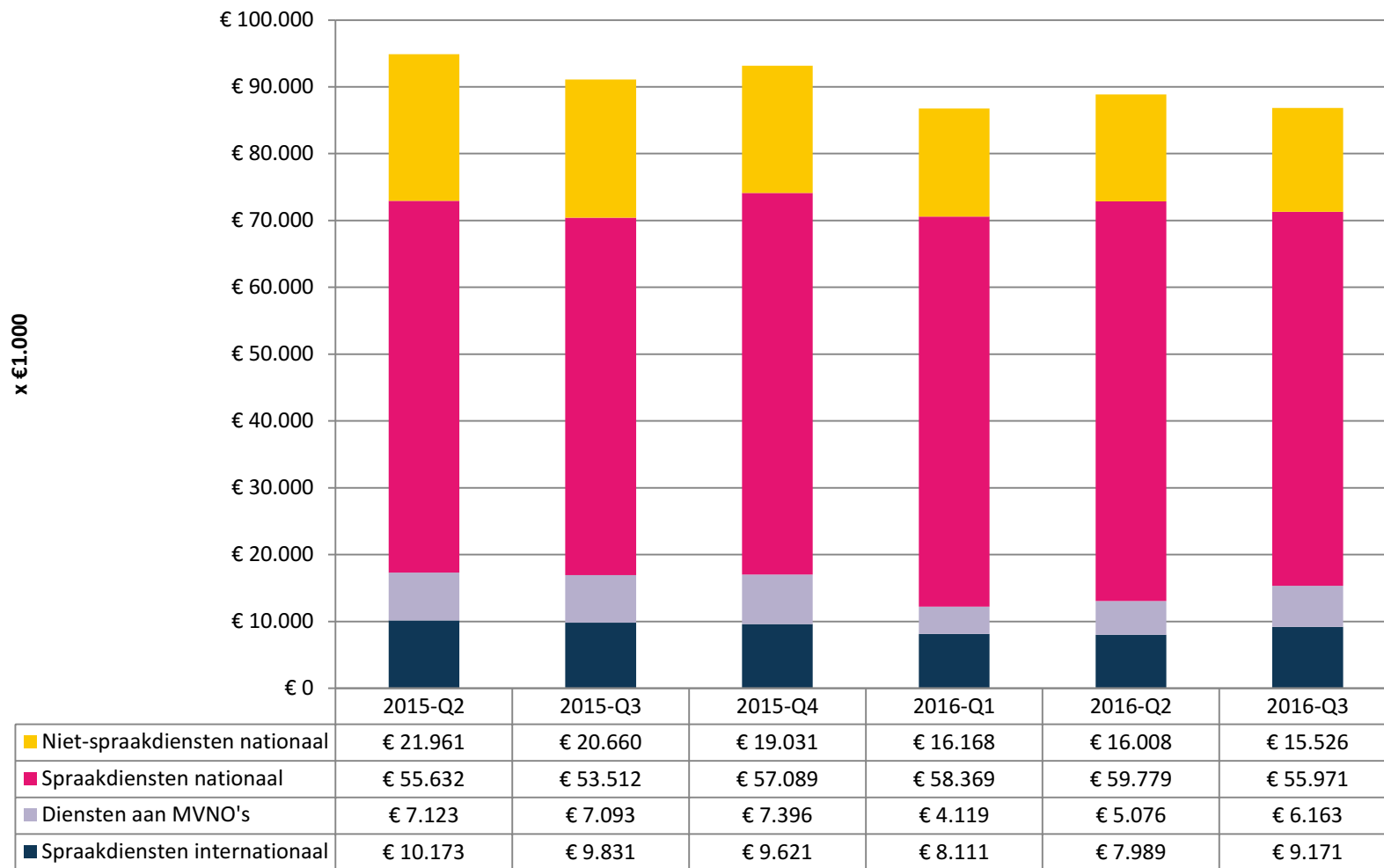


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
T-Mobile	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]
Vodafone	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]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

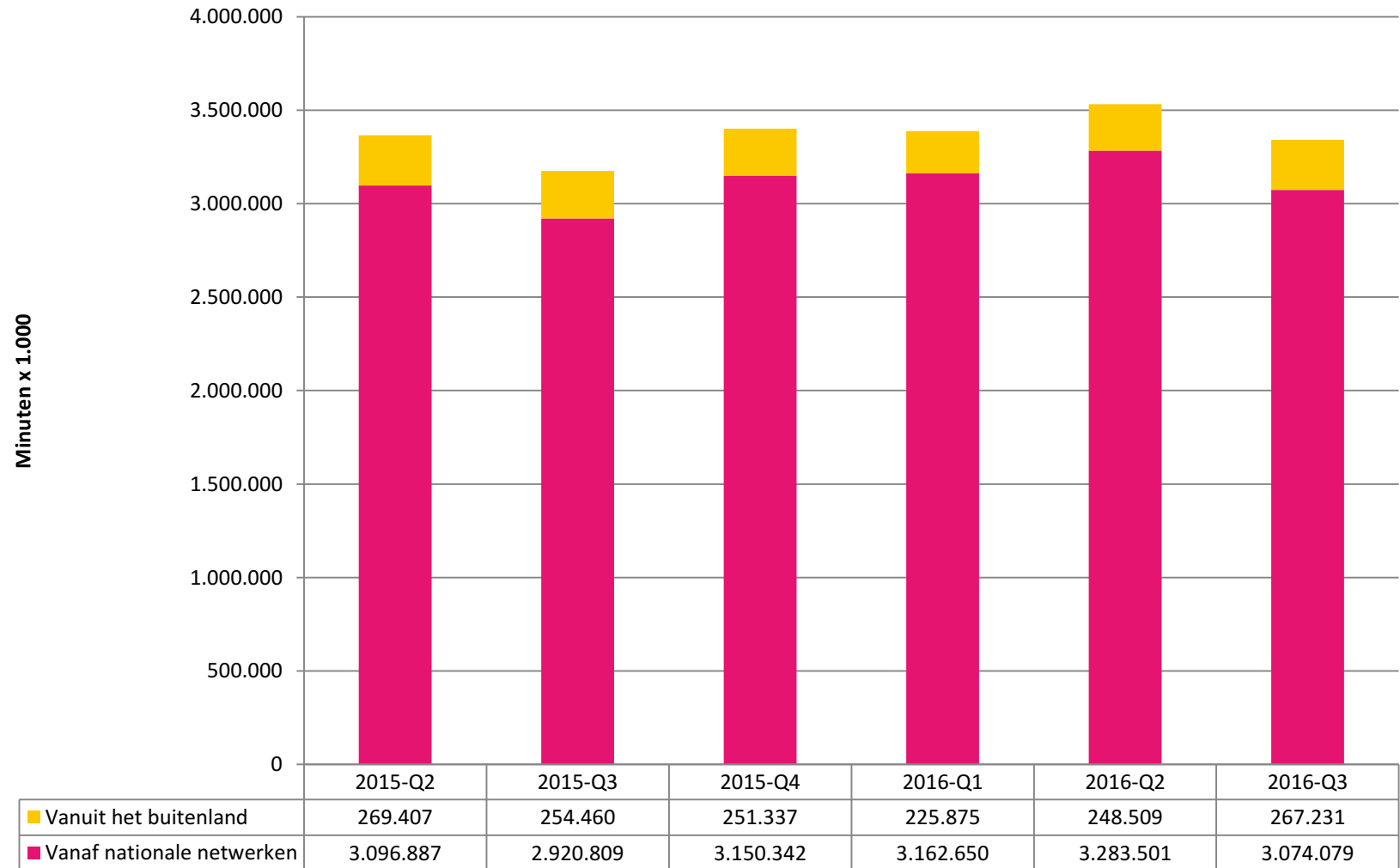
Wholesale omzet gespreksafgifte



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

Mobiel

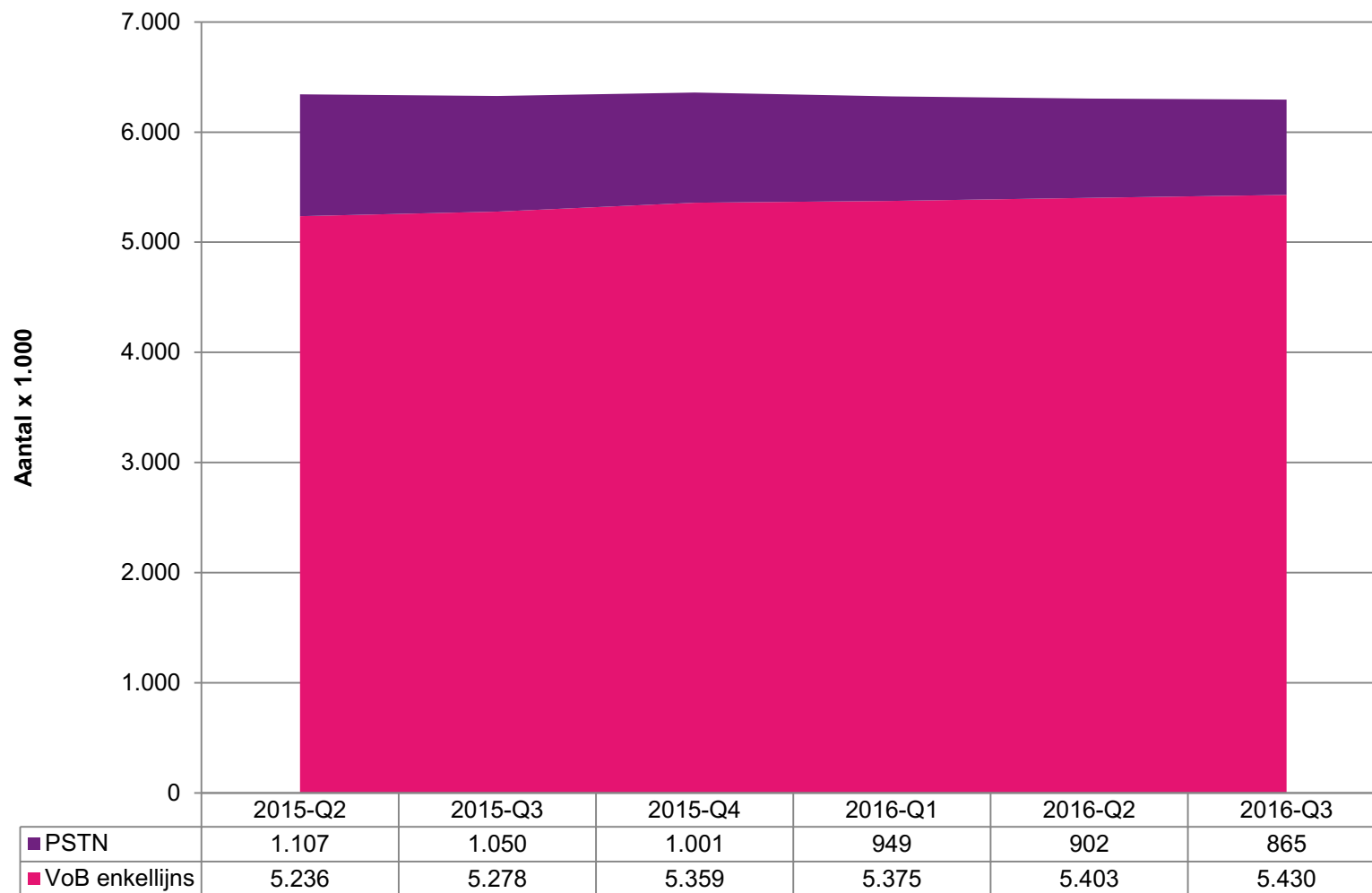
Wholesale volume gespreksafgifte (exclusief onnet)



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

Vaste telefonie

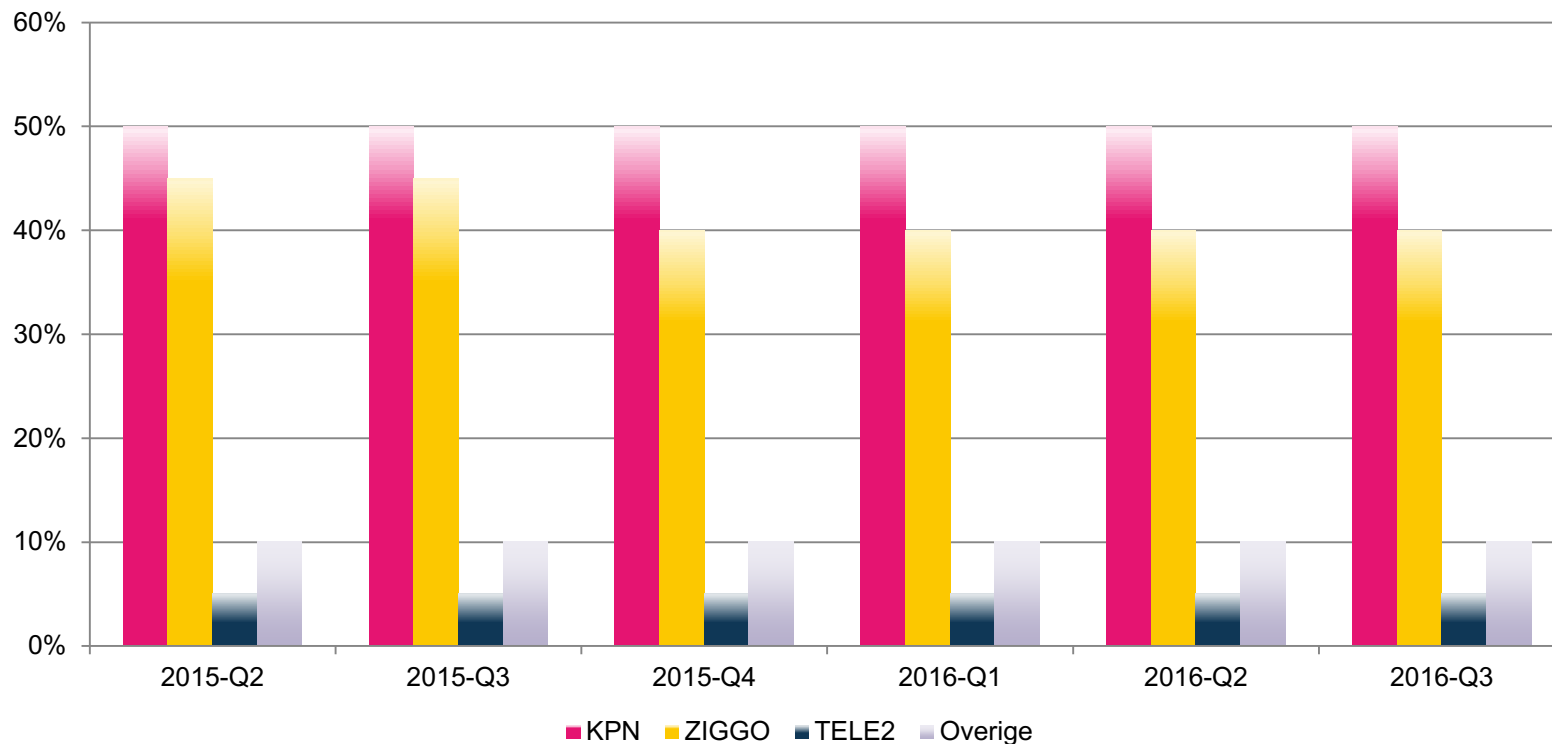
Retail enkelvoudige aansluitingen



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

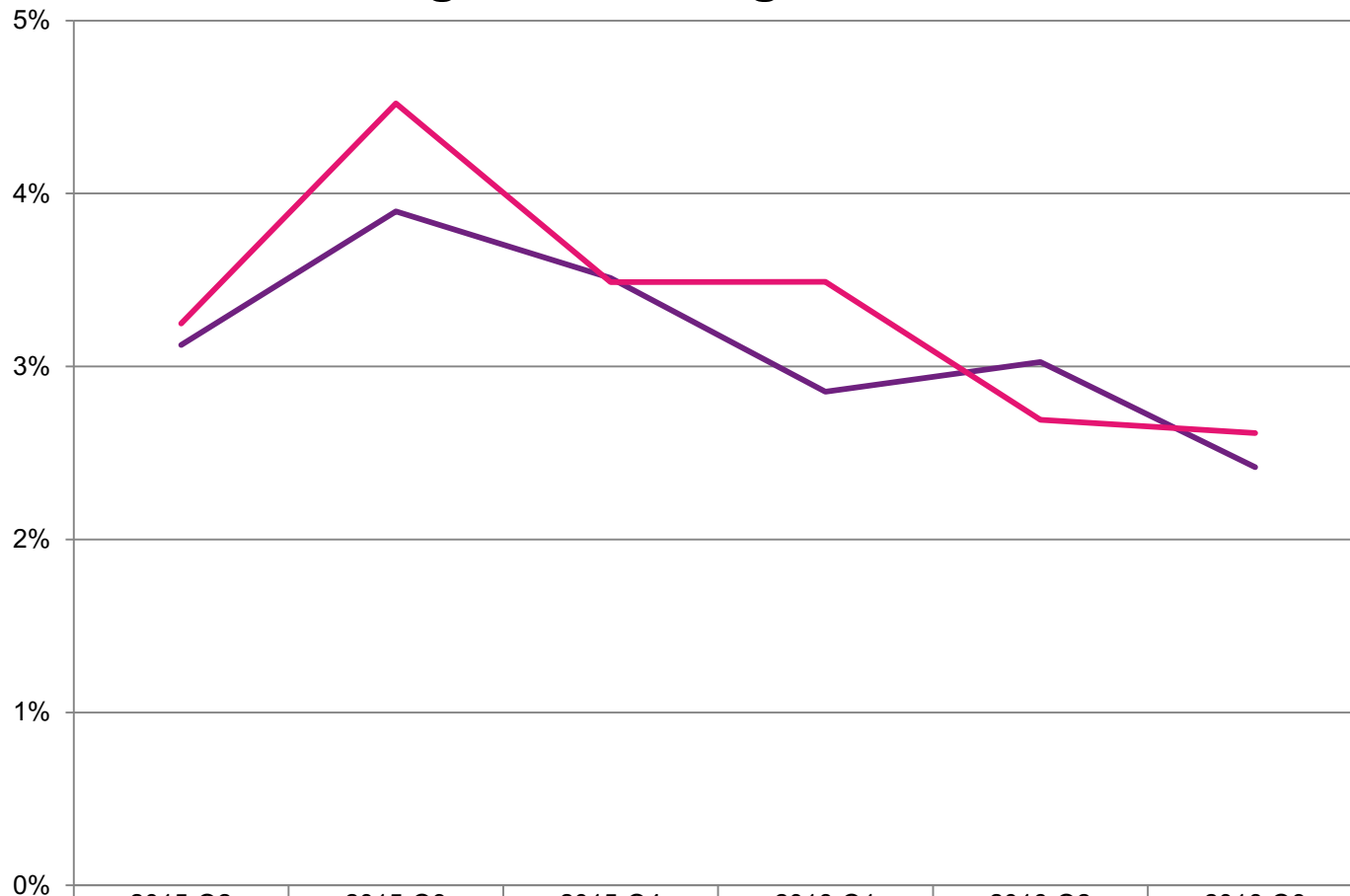


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5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

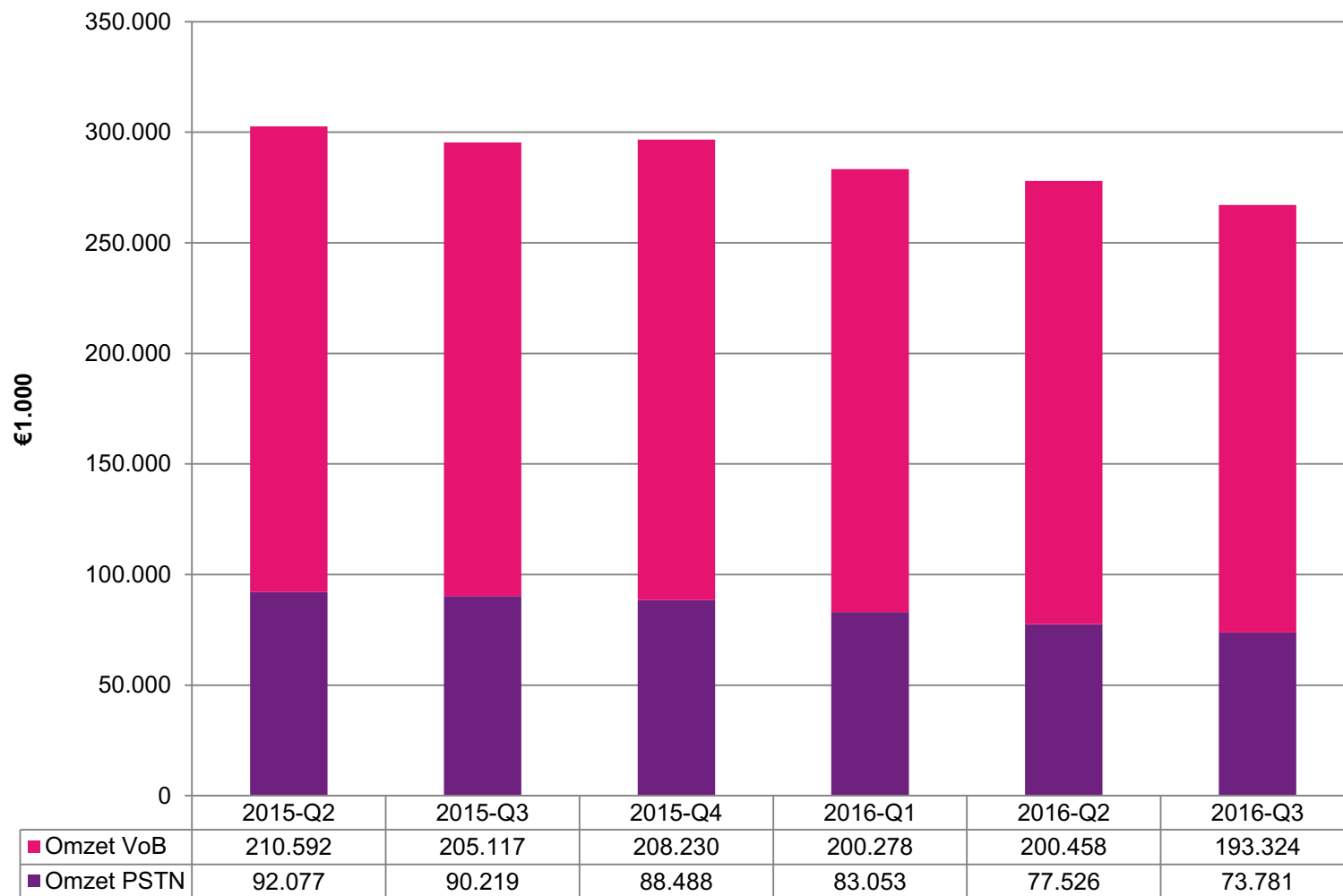
Vaste telefonie

Retail churn enkelvoudige aansluitingen



Vaste telefonie

Retailomzet PSTN en VoB



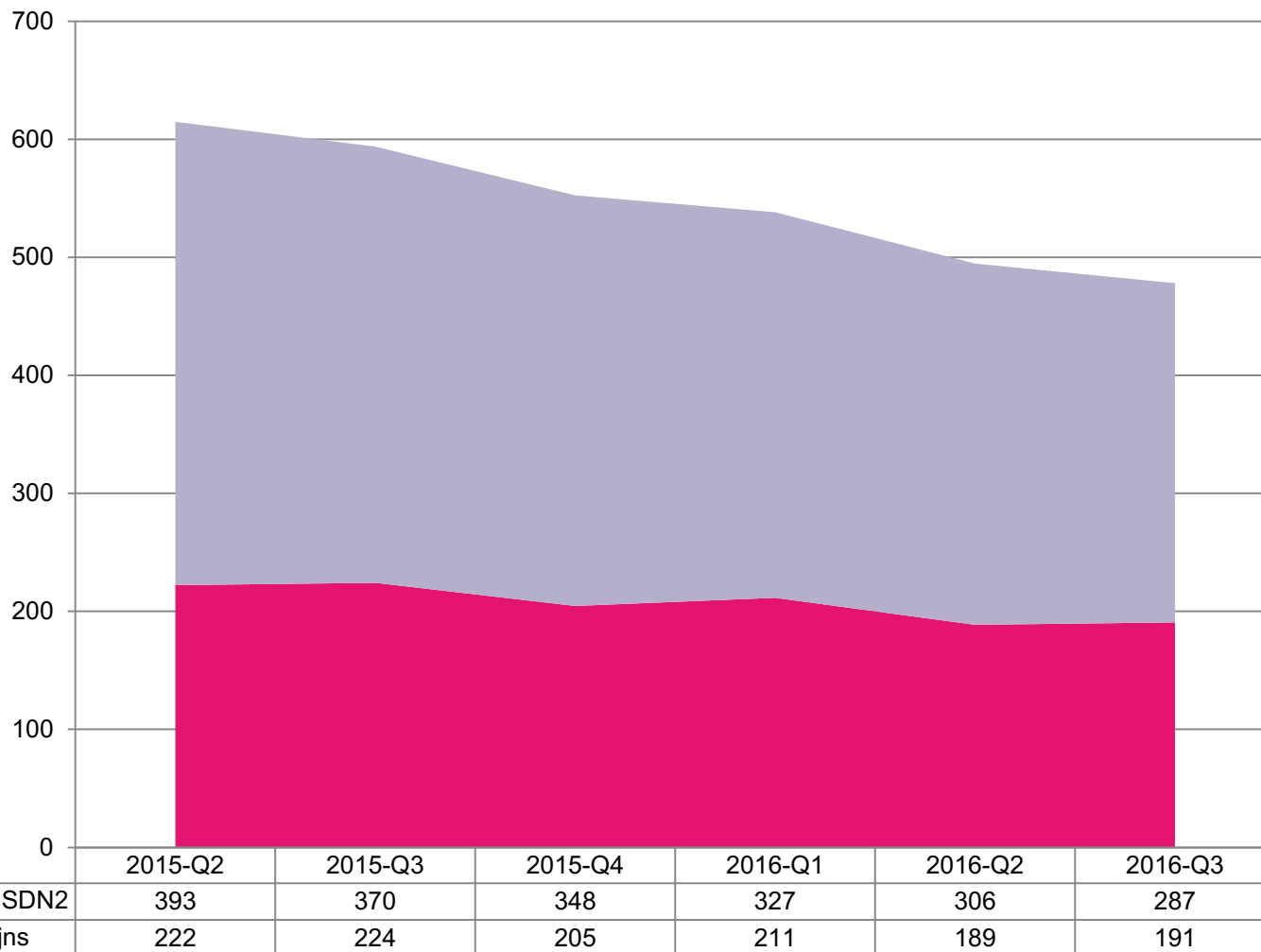
Op basis van vragen 20_A3_1_1, 20_A3_1_2, 20_A3_7_1, en 20_A3_7_2 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retail tweevoudige aansluitingen



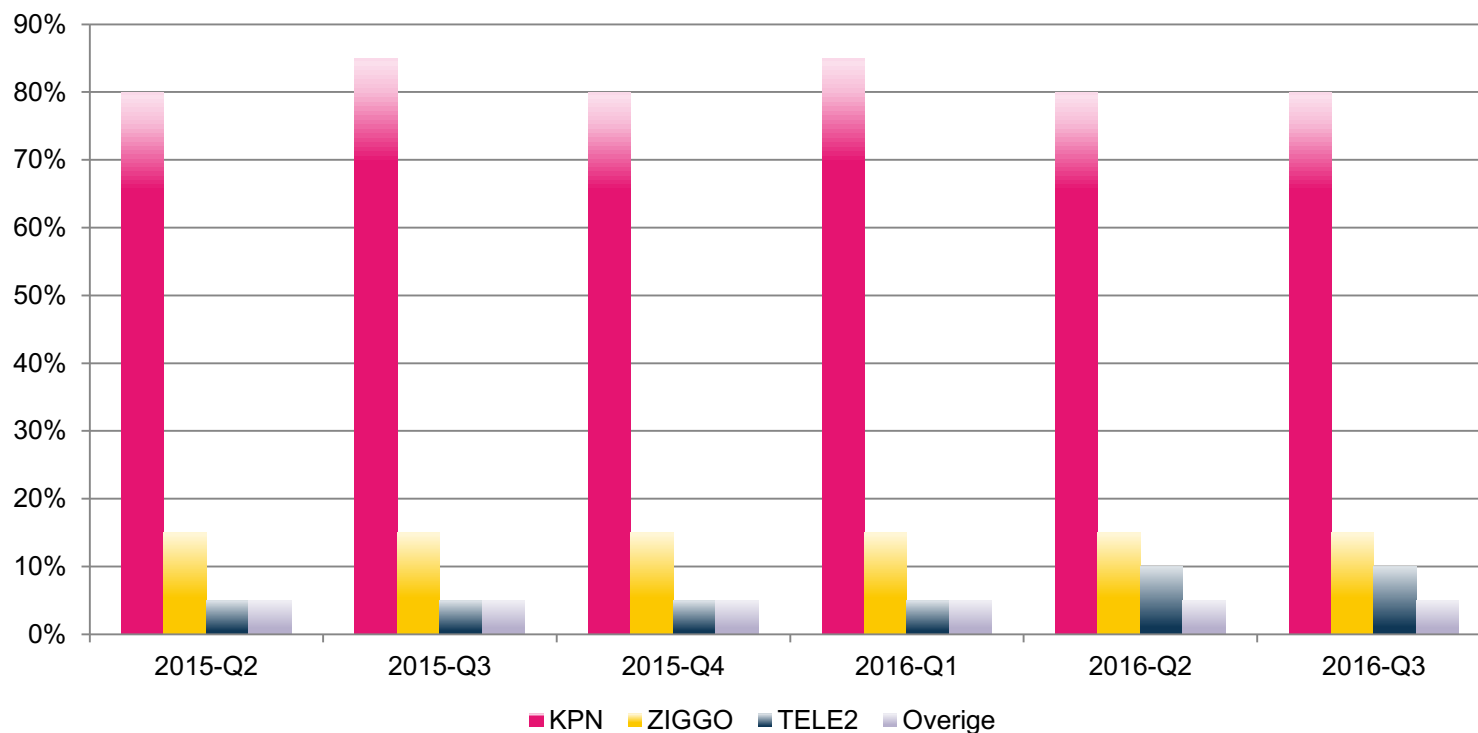
Aantal x 1.000



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

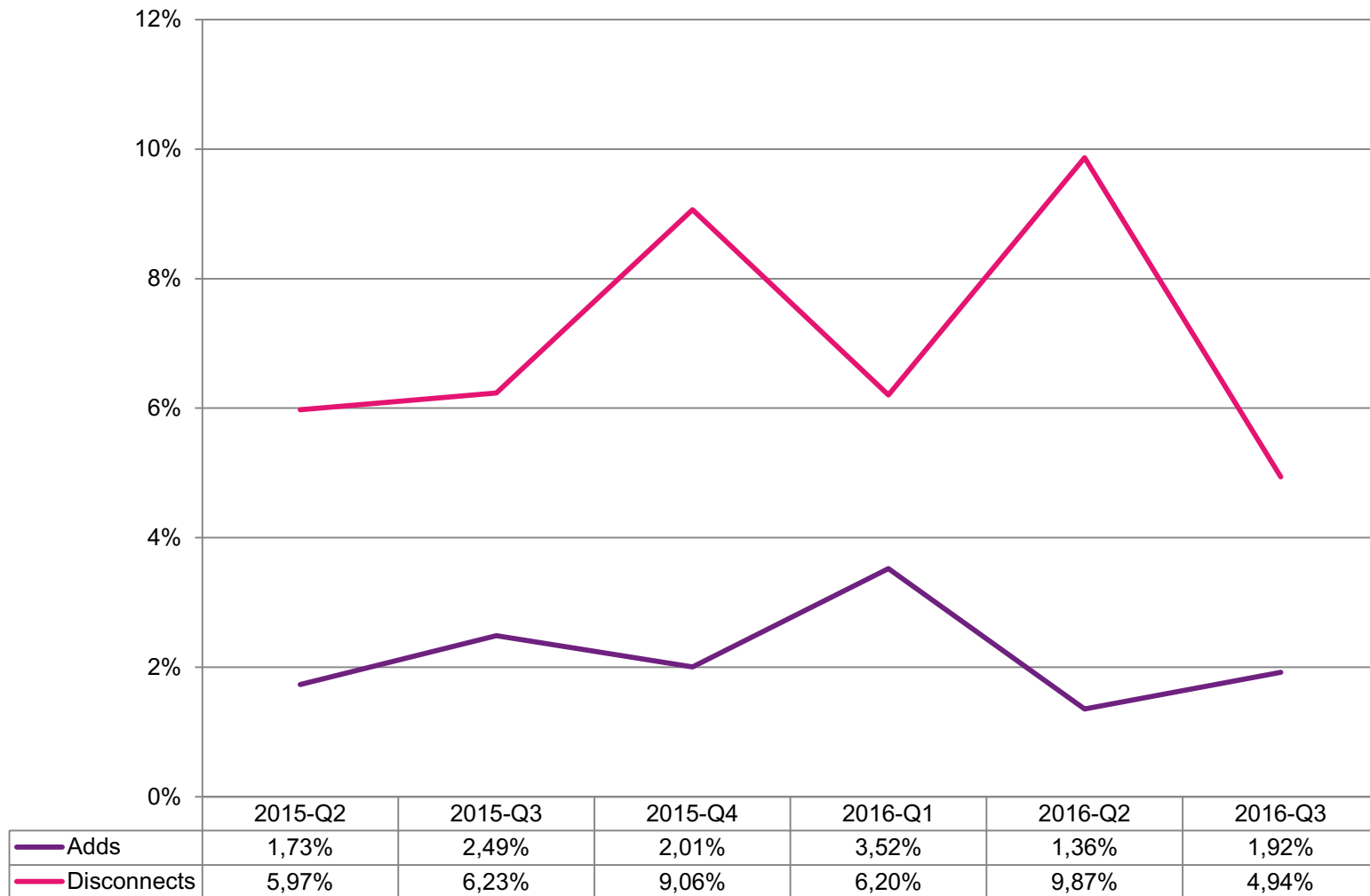


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[75 - 80%]	[80 - 85%]	[75 - 80%]	[80 - 85%]	[75 - 80%]	[75 - 80%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overige	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 -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

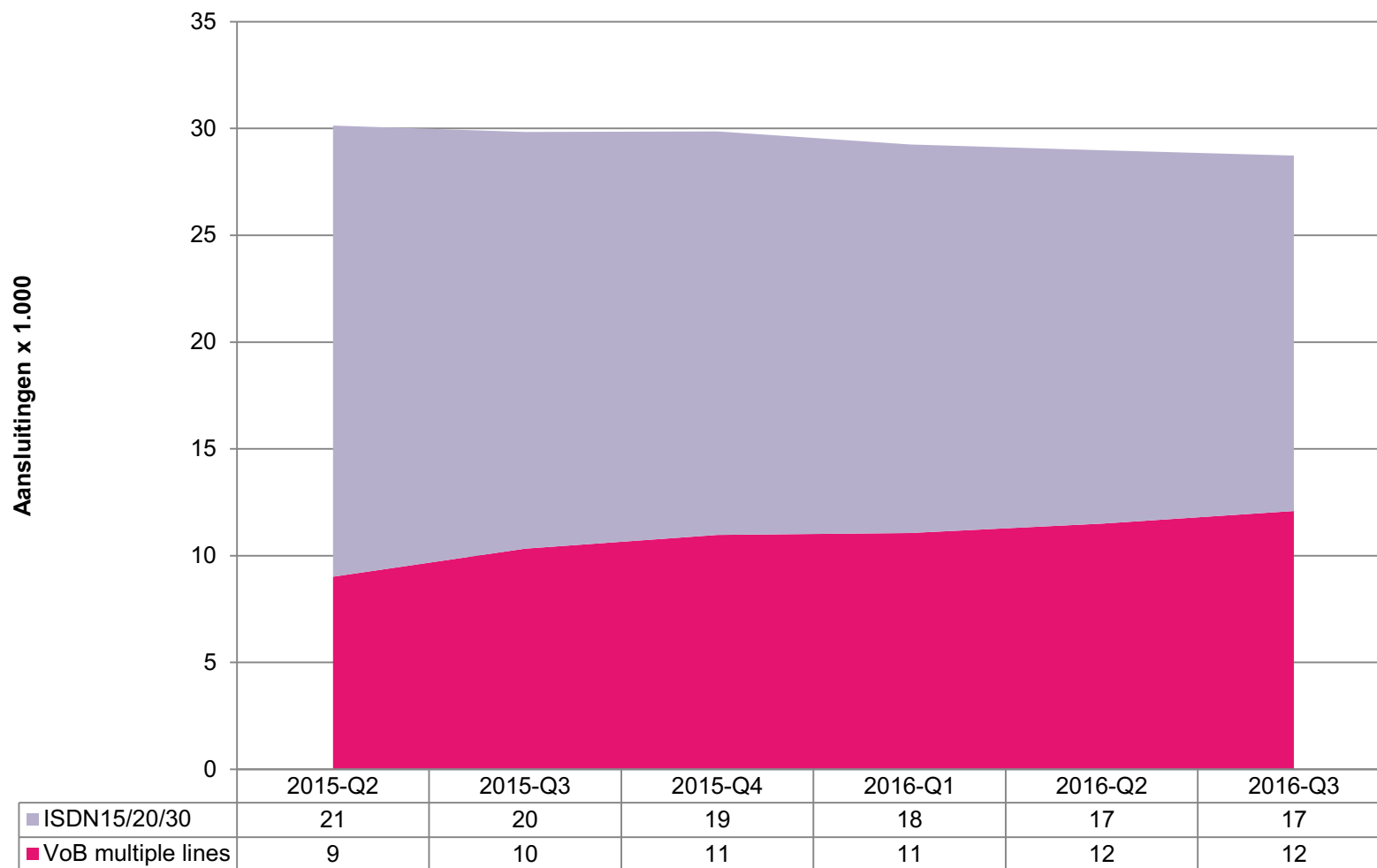
Retail churn tweevoudige aansluitingen



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

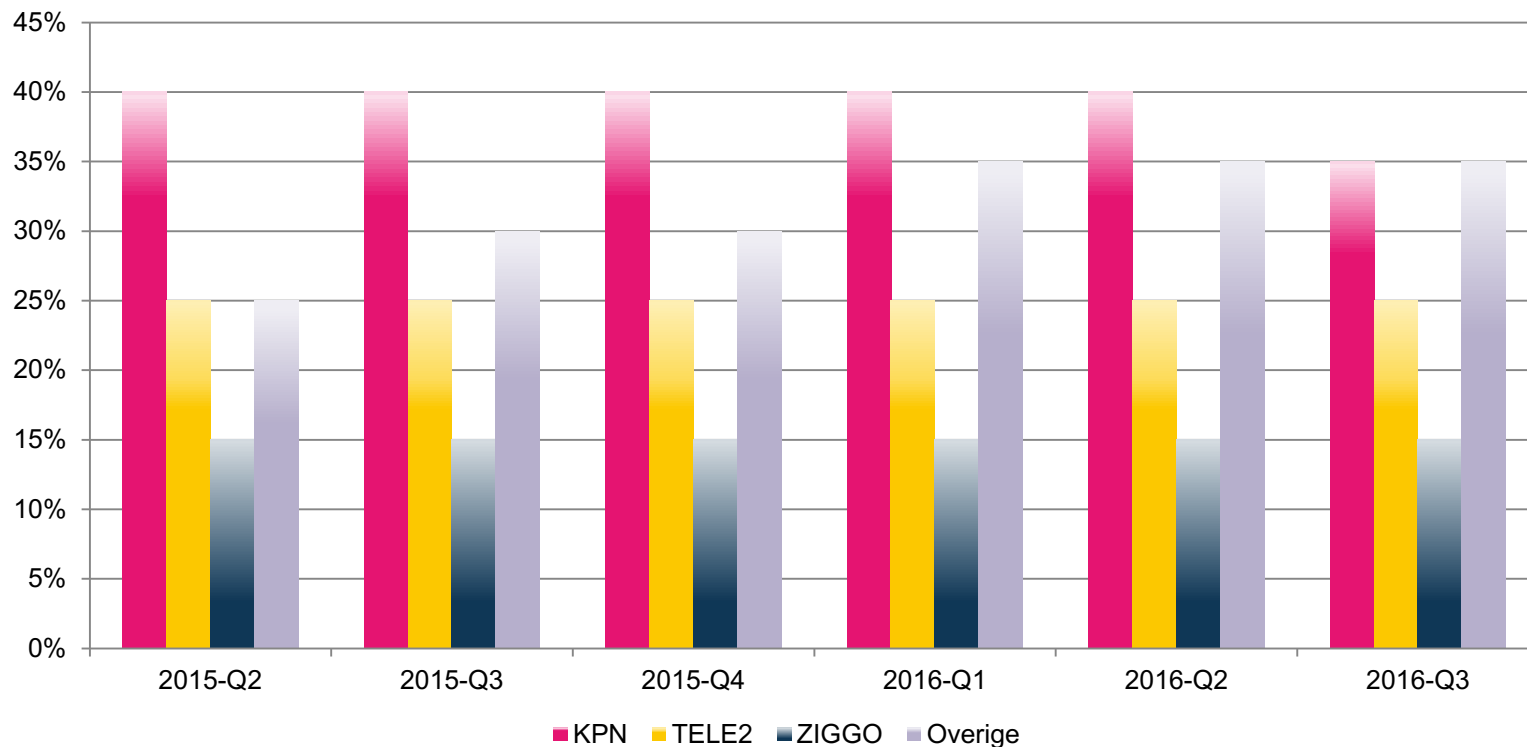
Retail meervoudige aansluitingen



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

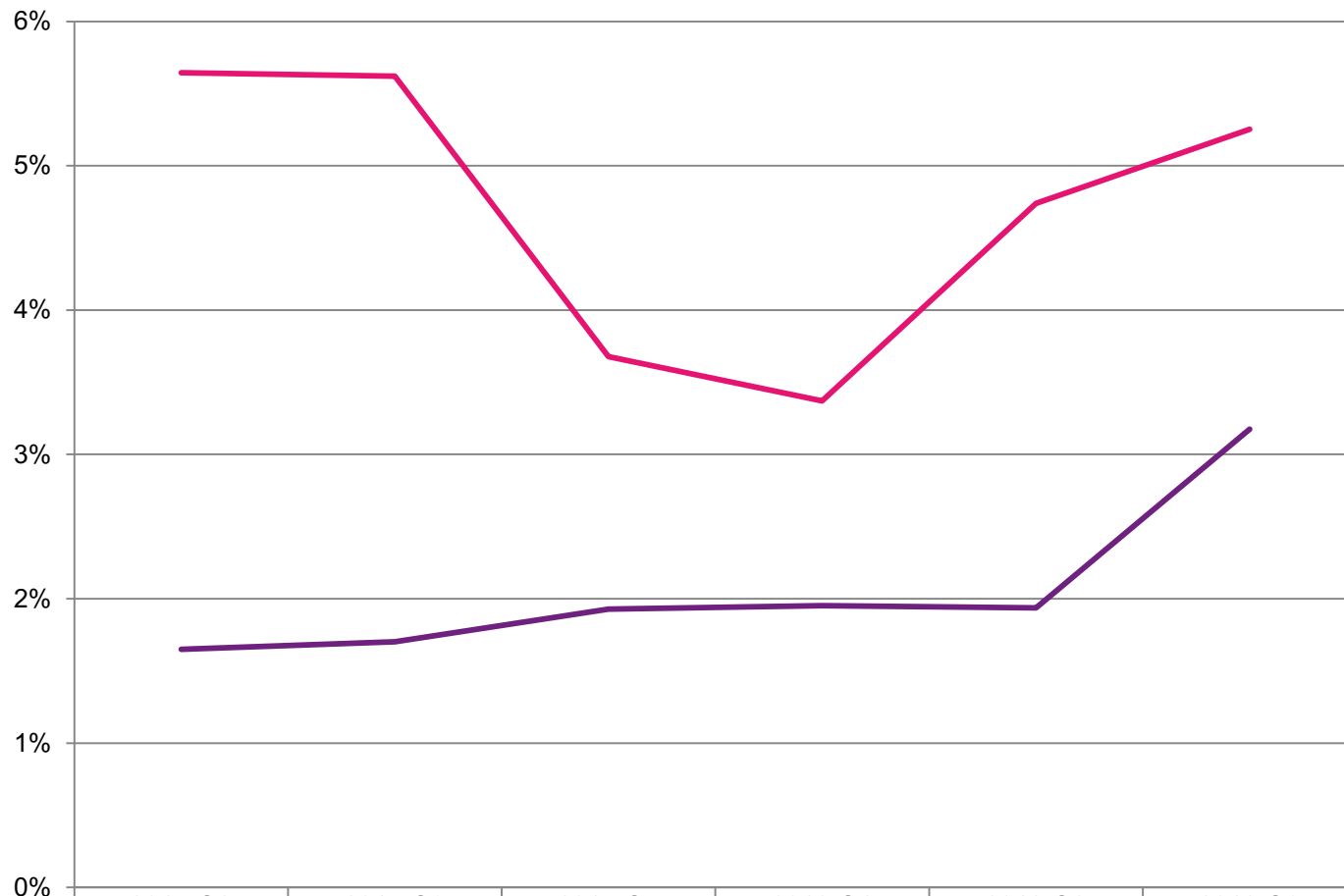


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[30 - 35%]
Tele2	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Overige	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]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

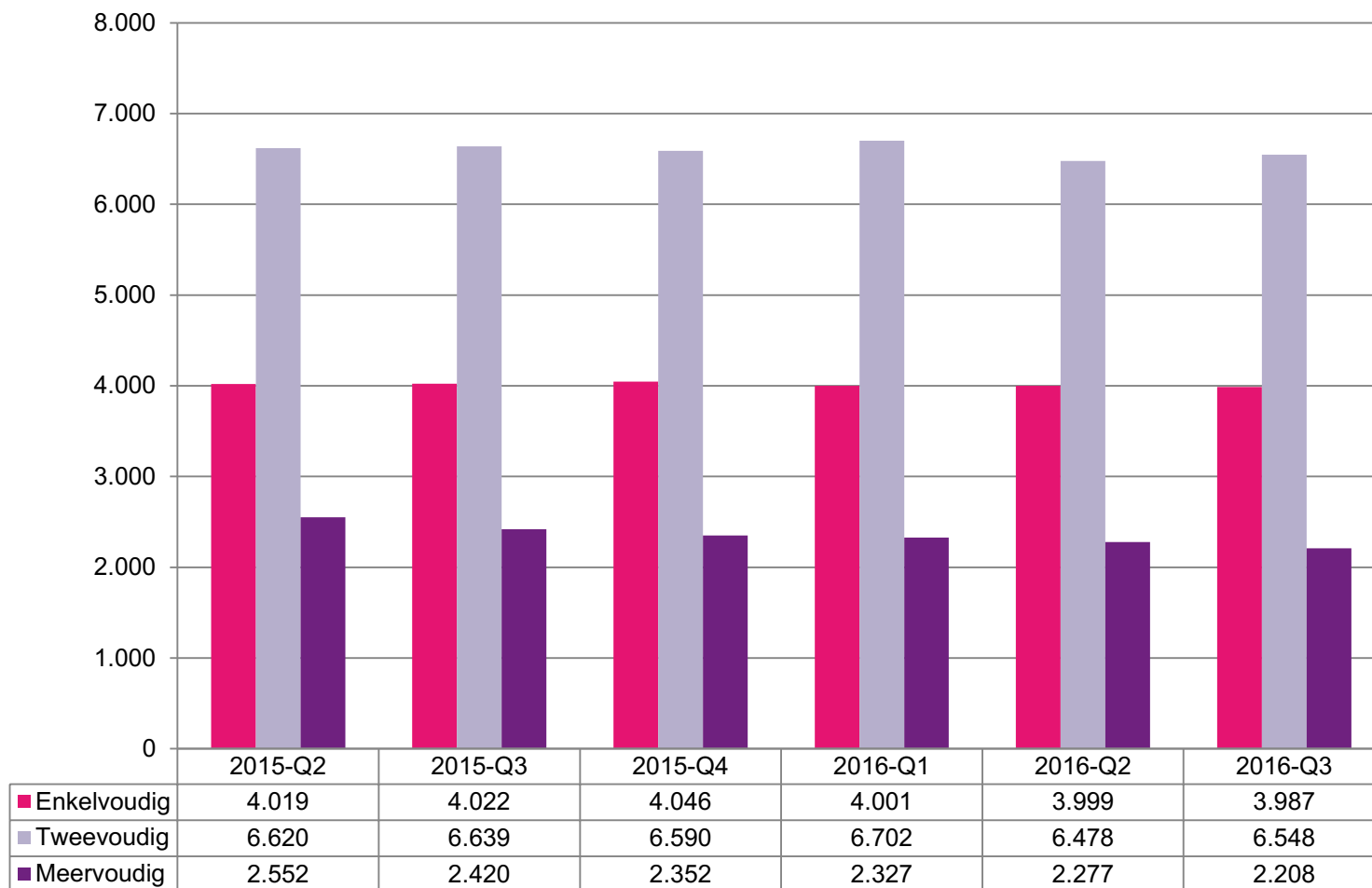
Vaste telefonie

Retail churn meervoudige aansluitingen



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

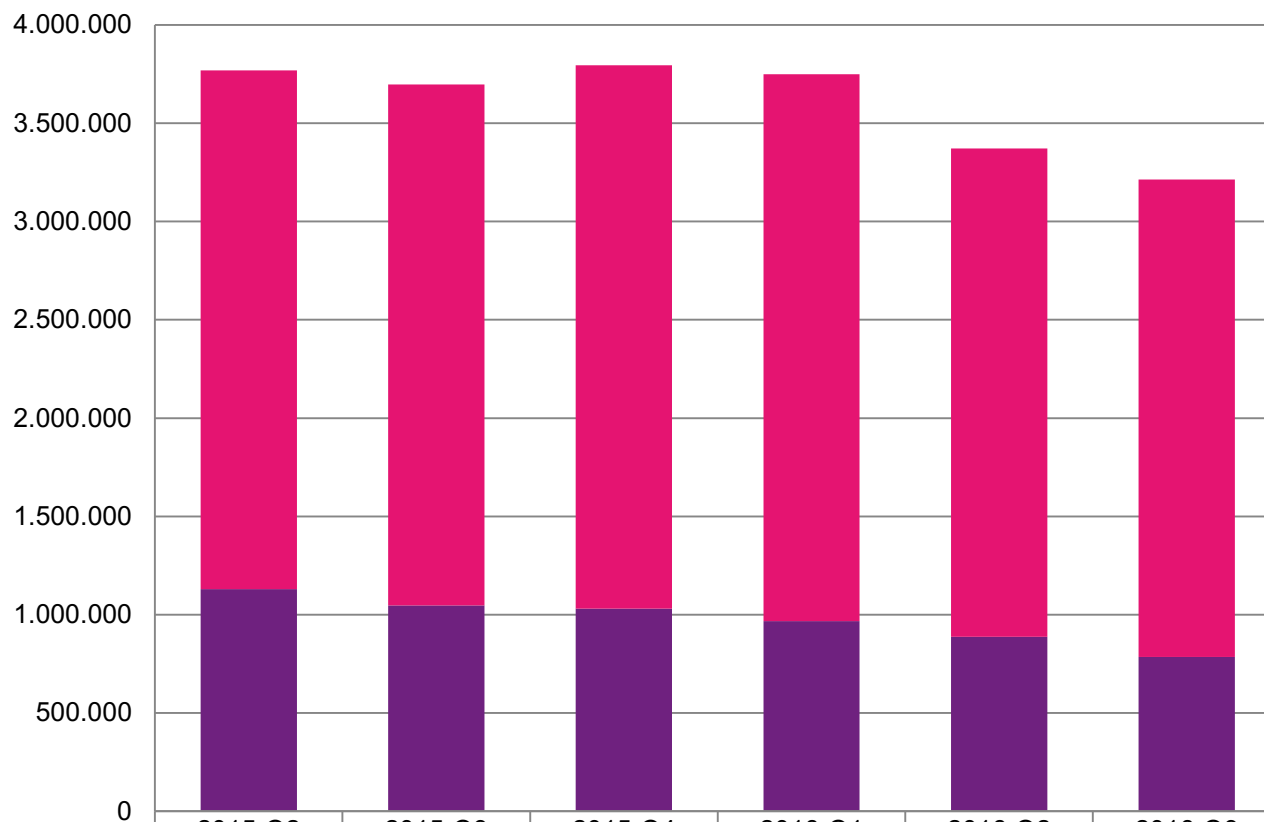
Vaste telefonie

Retailvolume belminuten

Totaal volume retail belminuten

Autoriteit
Consument & Markt

Aantal x1000

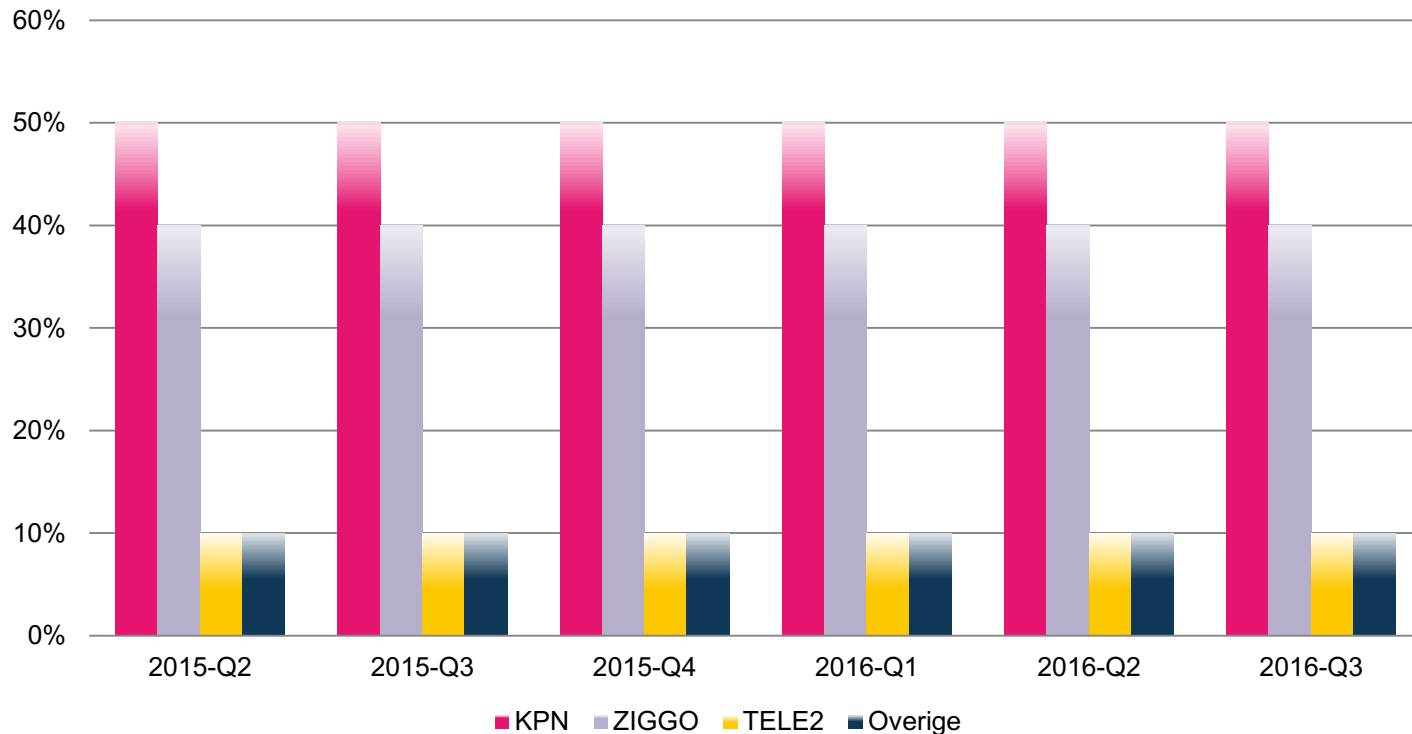


■ Belminuten bellen via breedband	2.638.485	2.651.358	2.763.053	2.781.188	2.483.466	2.430.597
■ Belminuten traditionele telefonie	1.129.831	1.046.543	1.031.358	967.587	887.930	783.950

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

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel o.b.v. belminuten

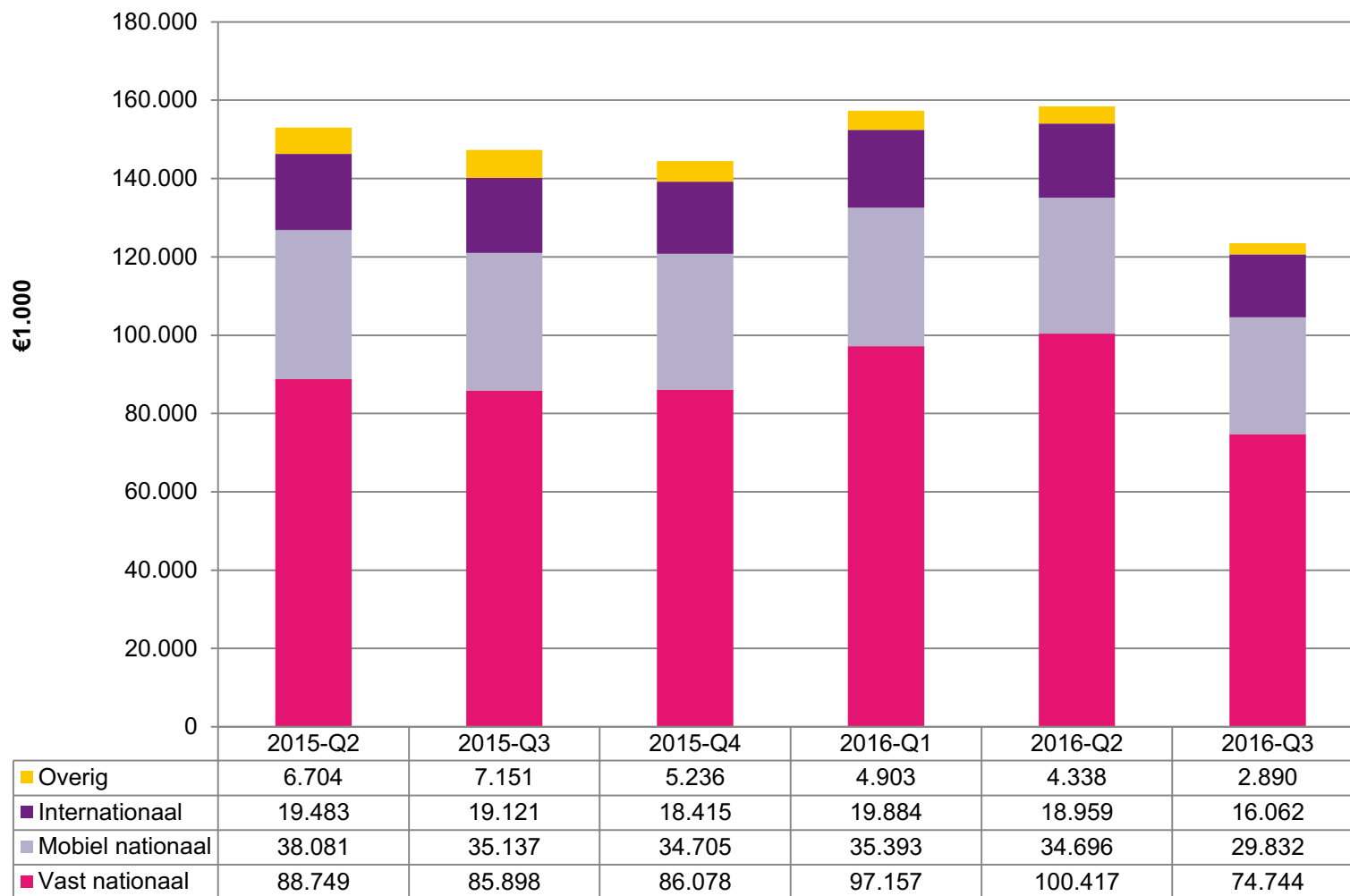


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Tele2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]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

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

Vaste telefonie

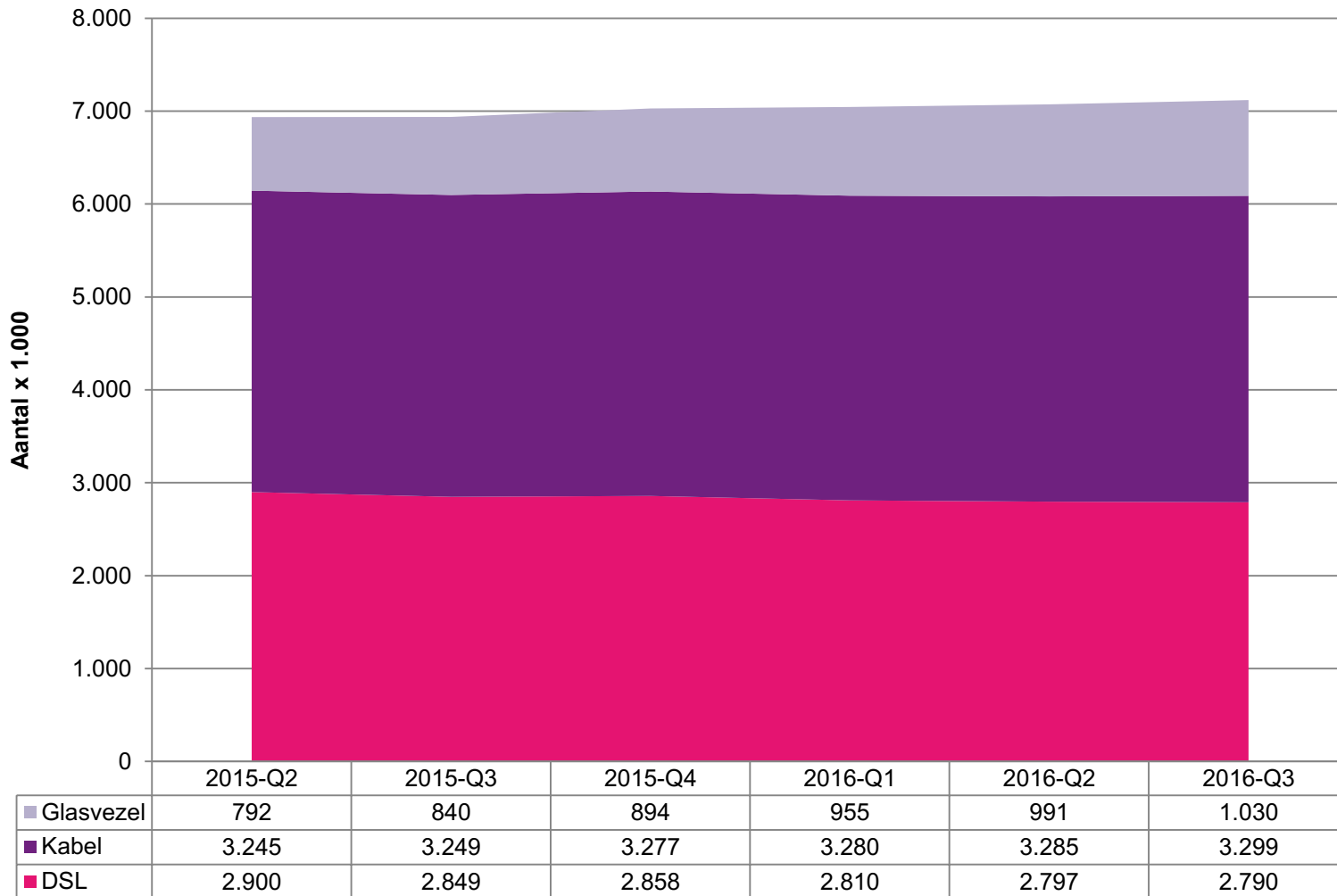
Retailomzet naar type verkeer



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

Breedband

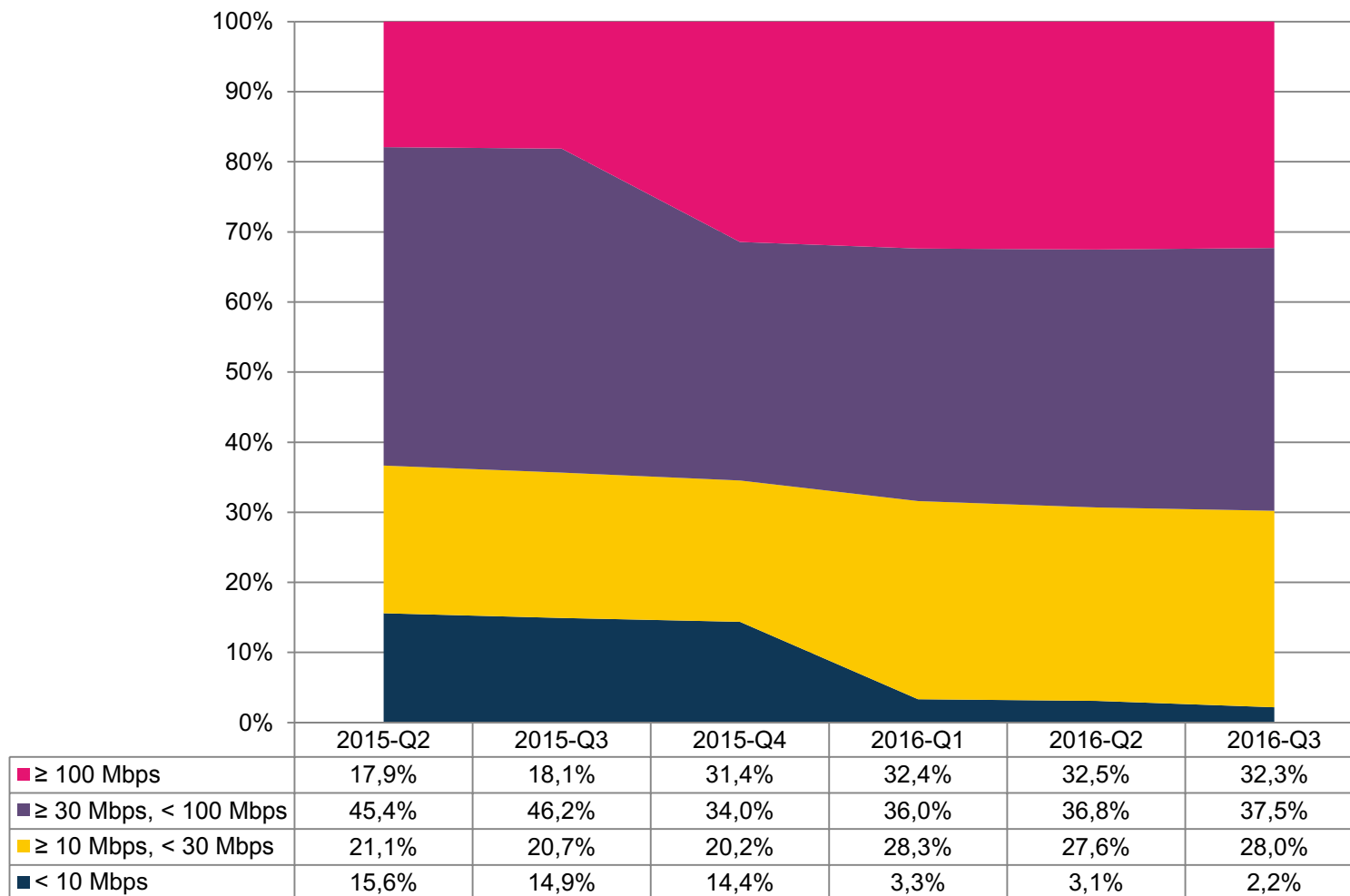
Retailaansluitingen per type



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

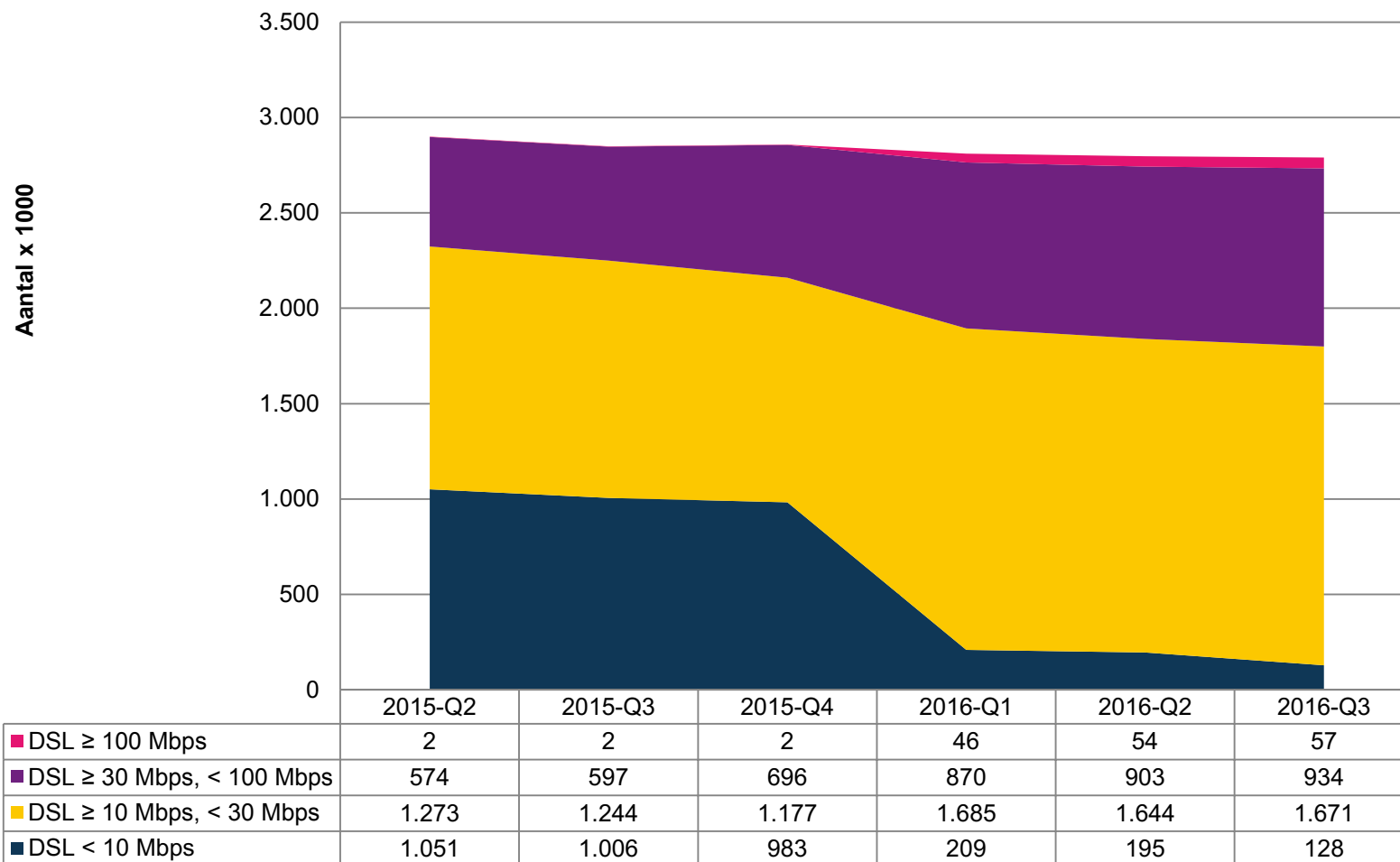
Retailaansluitingen naar snelheid



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
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail DSL-aansluitingen naar snelheid



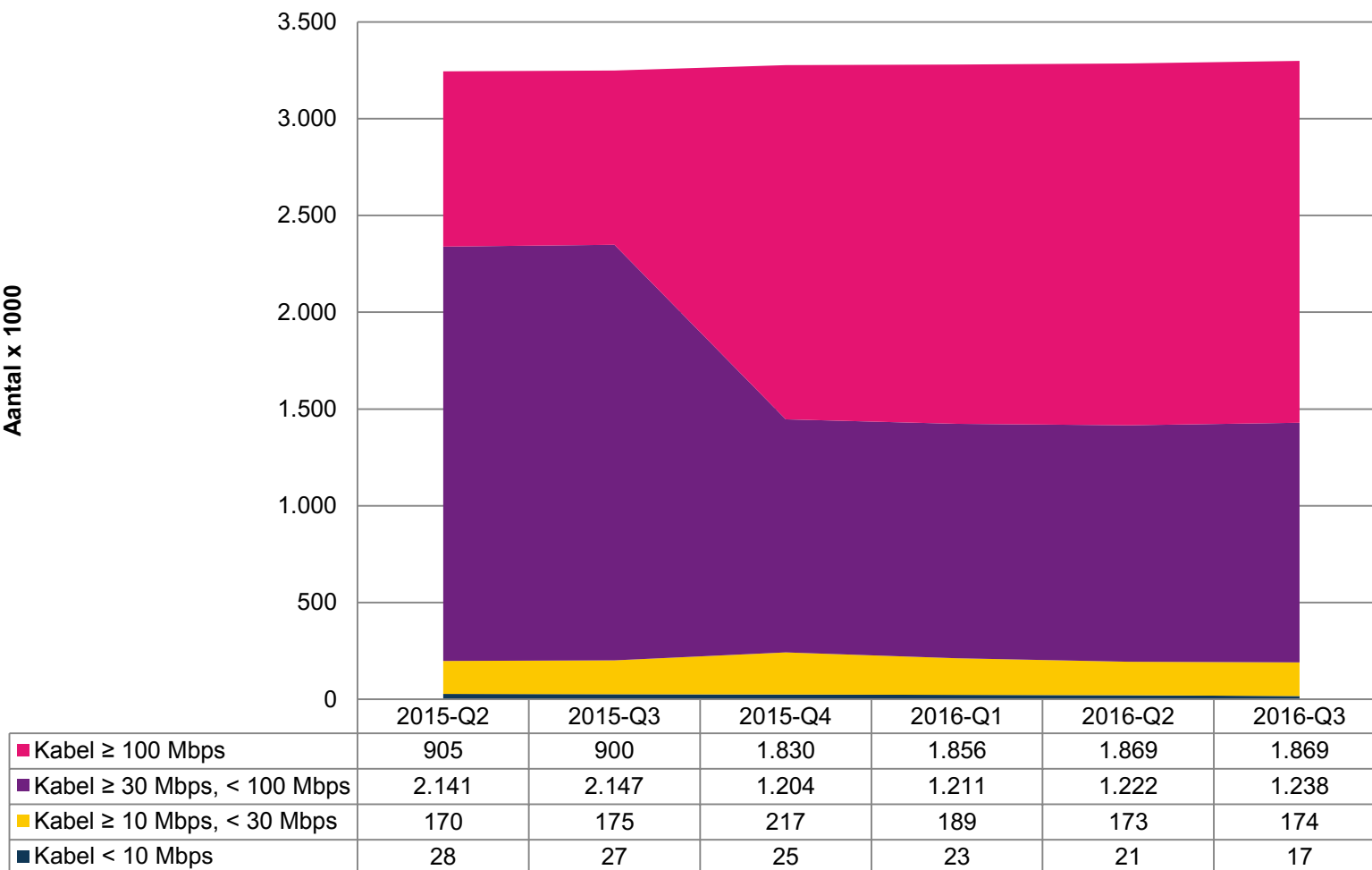
Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5 en 30_A1_2_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

* 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

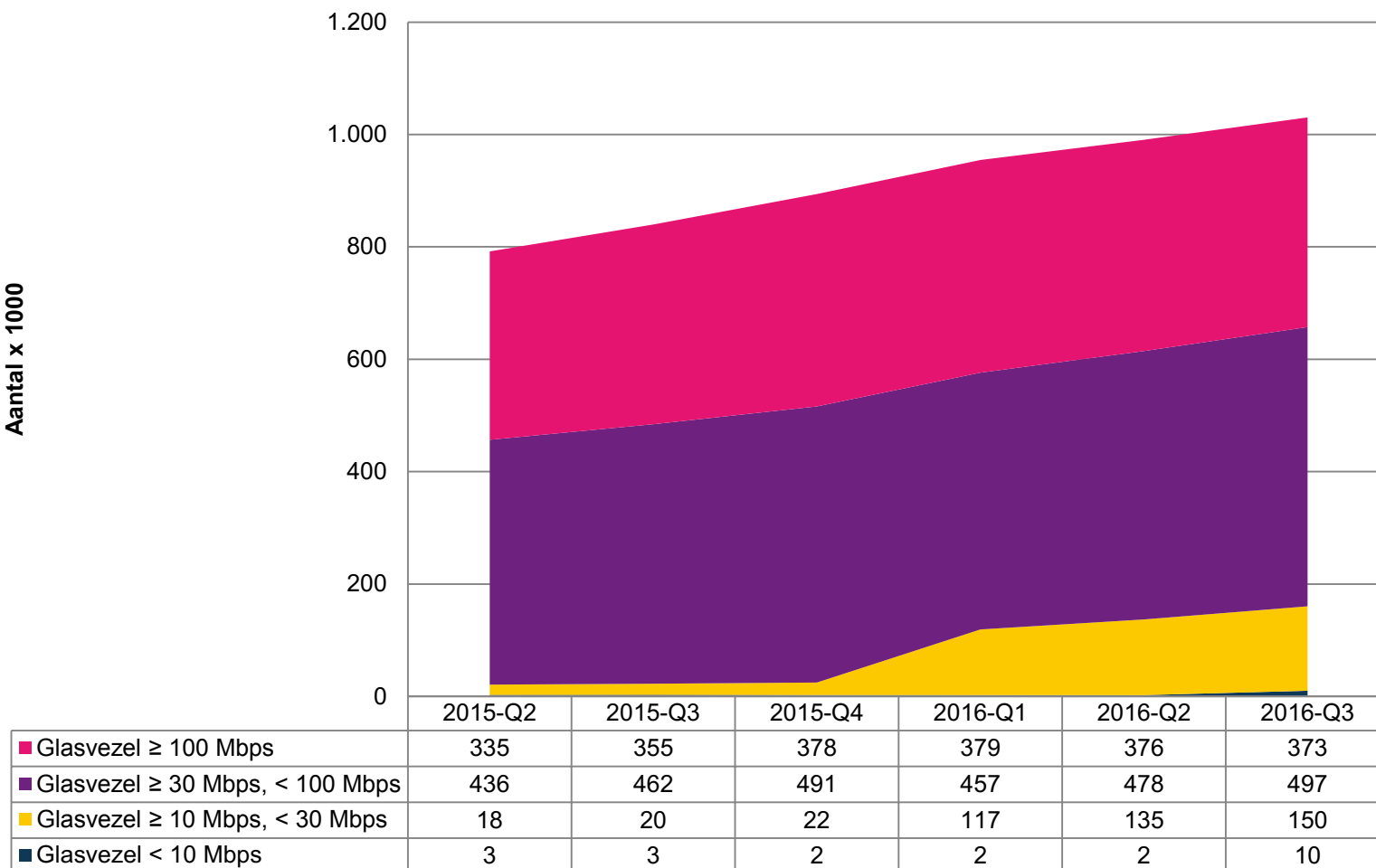


Op basis van vragen 30_A1_3_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail glasvezelaansluitingen naar snelheid

Aantal x 1000



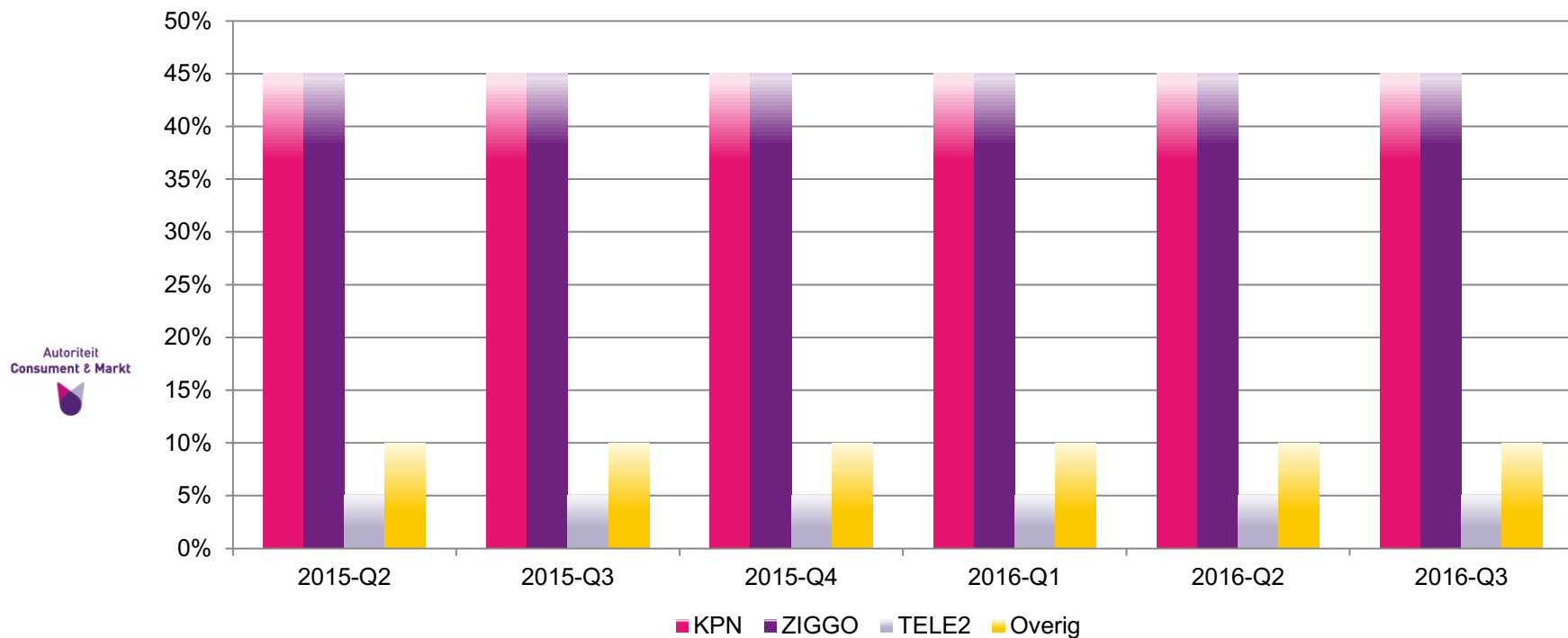
Op basis van vragen 30_A1_4_1-2-3-4-5, en 30_A1_5_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

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

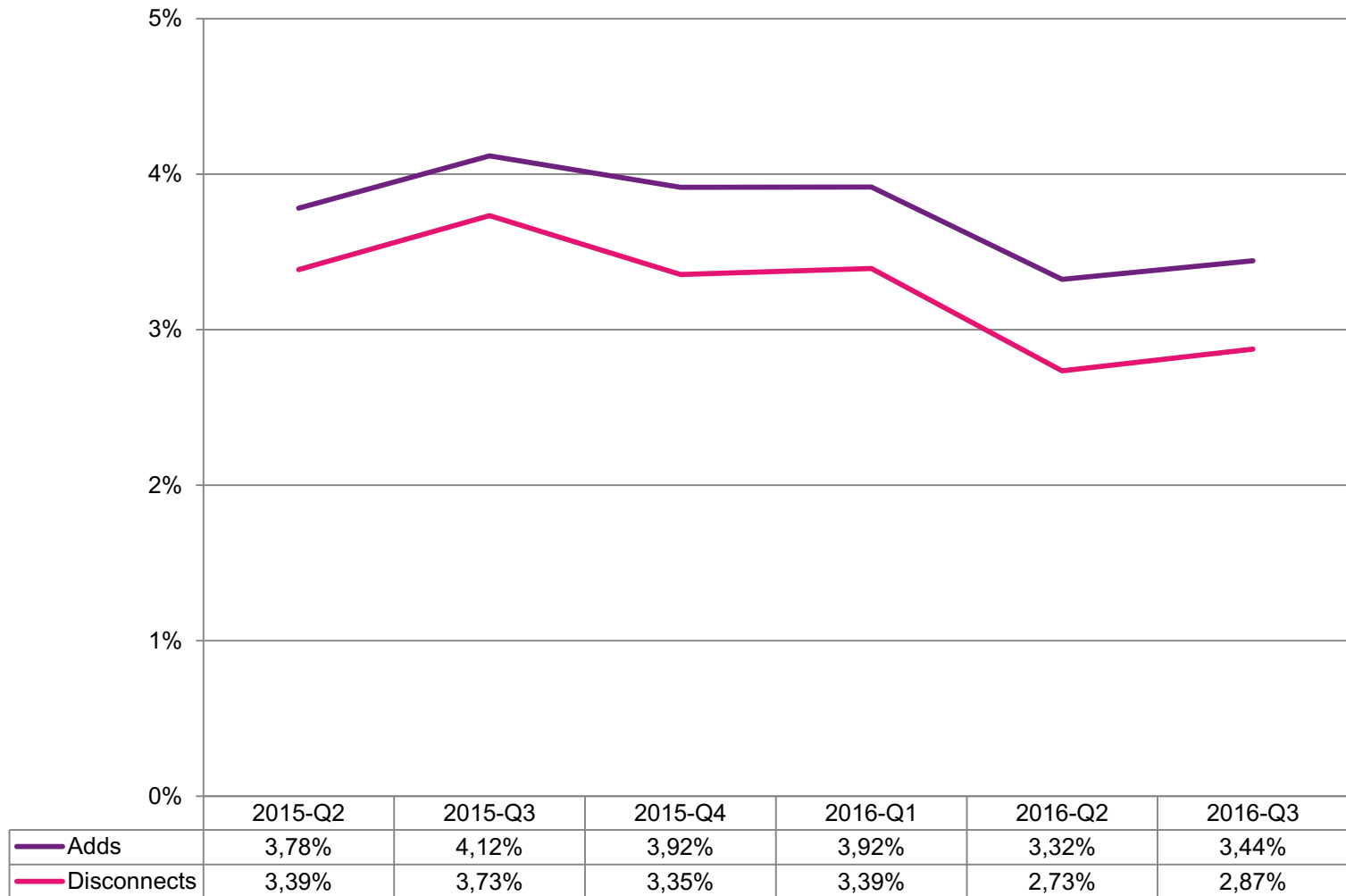


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Ziggo	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 -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

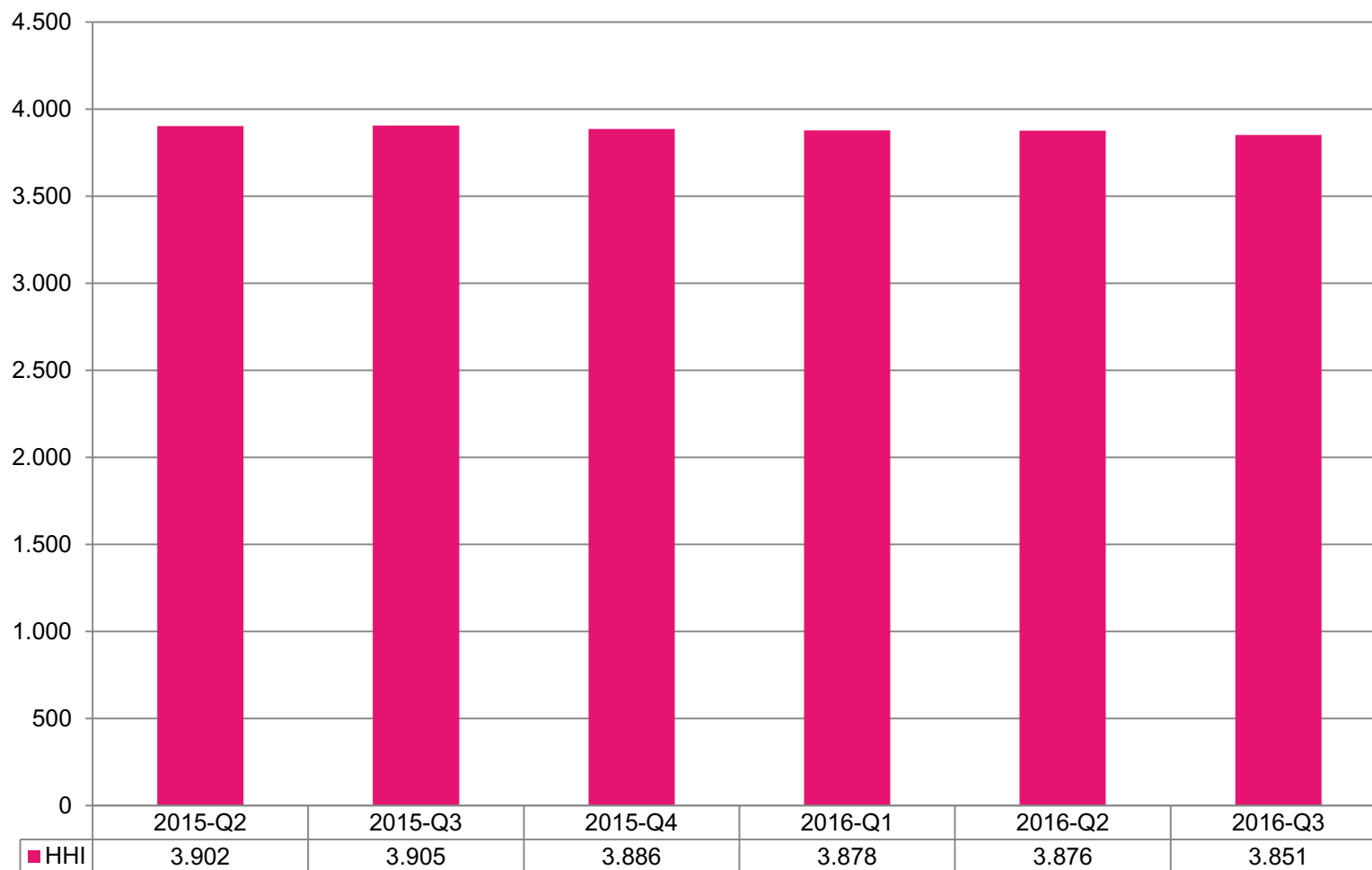
Retail churn o.b.v. aansluitingen



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

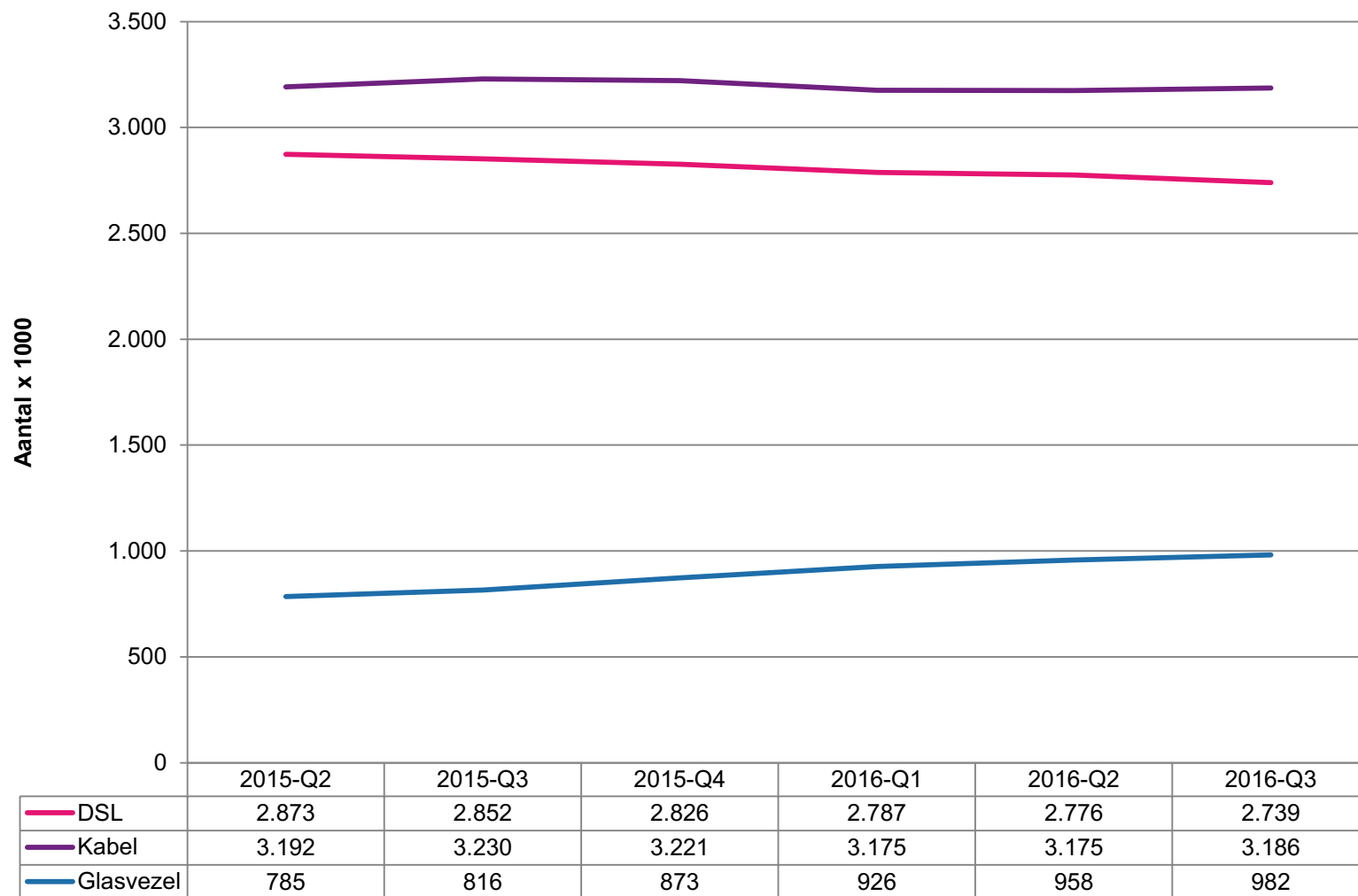
Hirschman Herfindahl index o.b.v. retail aansluitingen



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

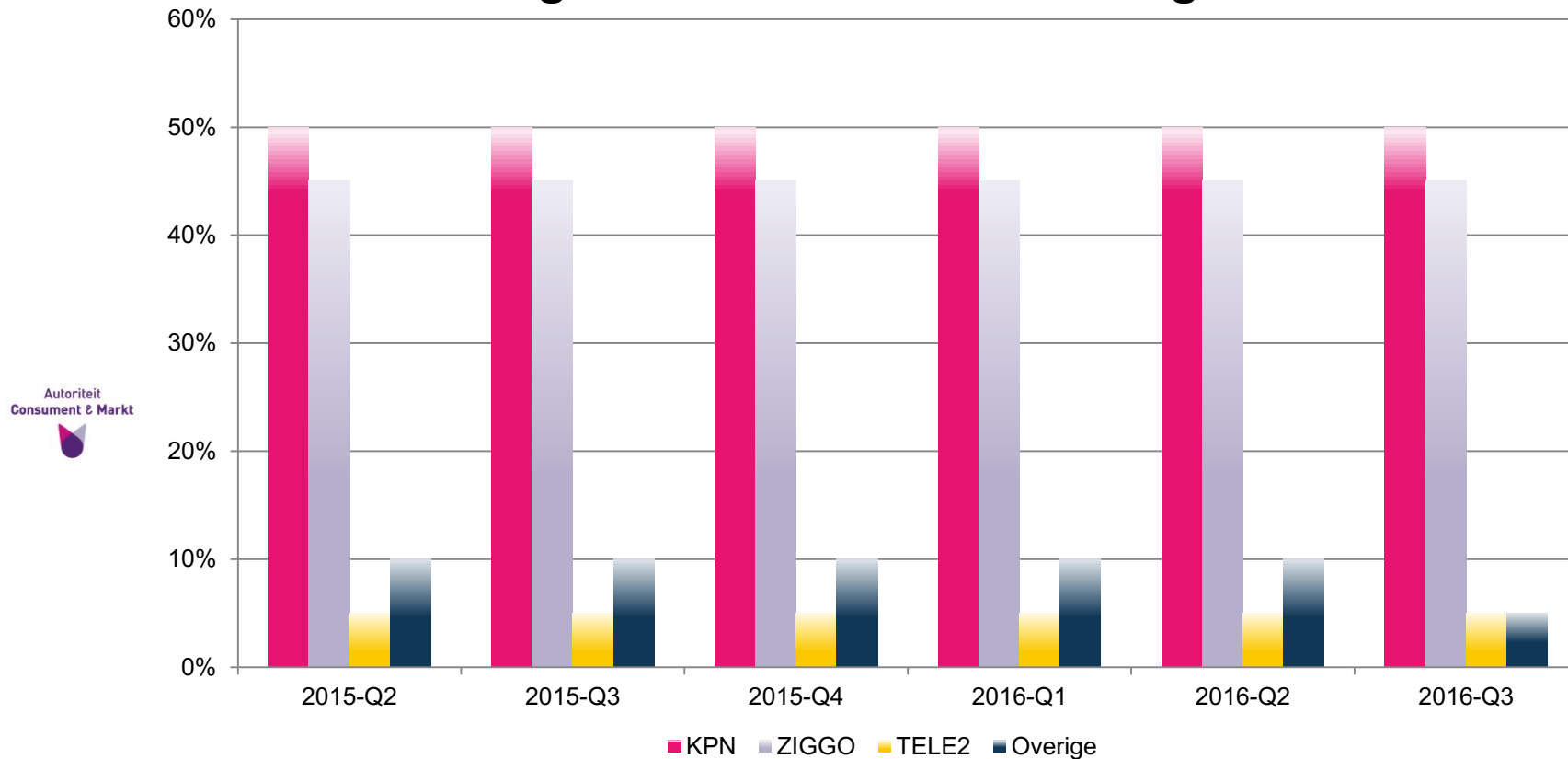
Breedband

Lage kwaliteit WBT aansluitingen



Breedband

Marktaandeel lage kwaliteit WBT-aansluitingen

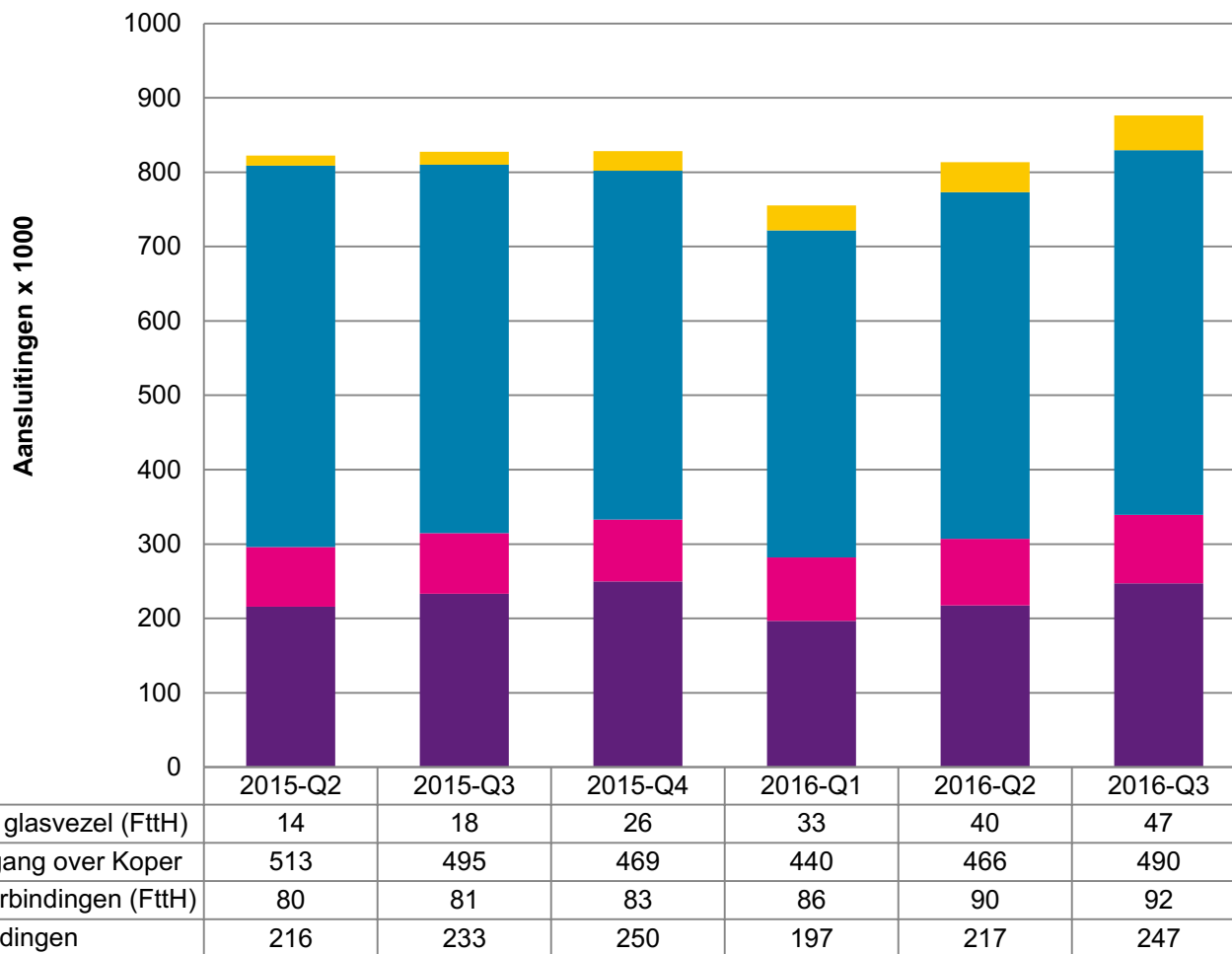


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5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

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

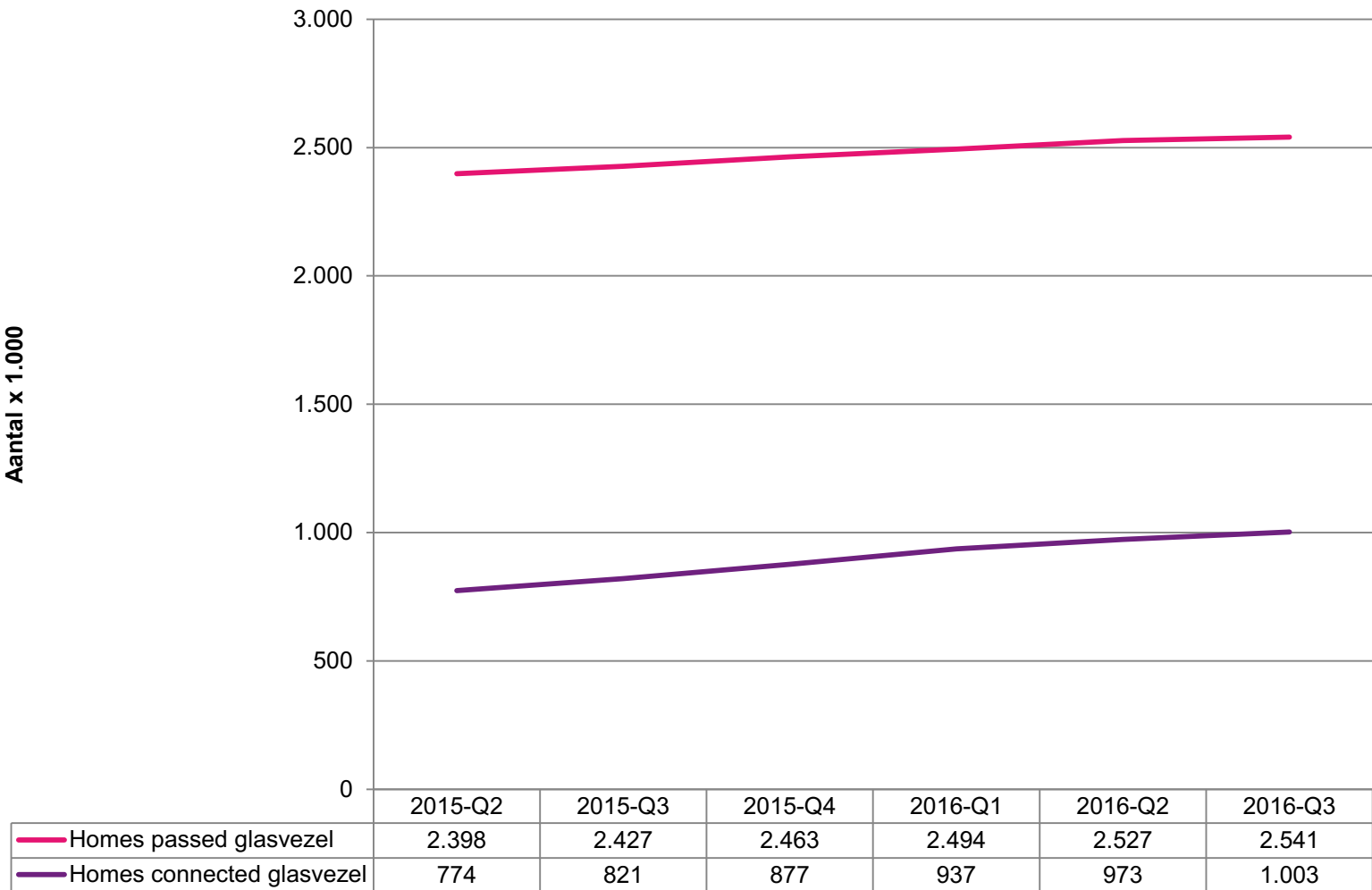


Op basis van vragen 30_B1_1_b-c, 30_B1_2_b-c, en 30_B1_3_b van de Telecommonitor

Breedband

Homes passed en connected (FttH)

Aantal x 1.000

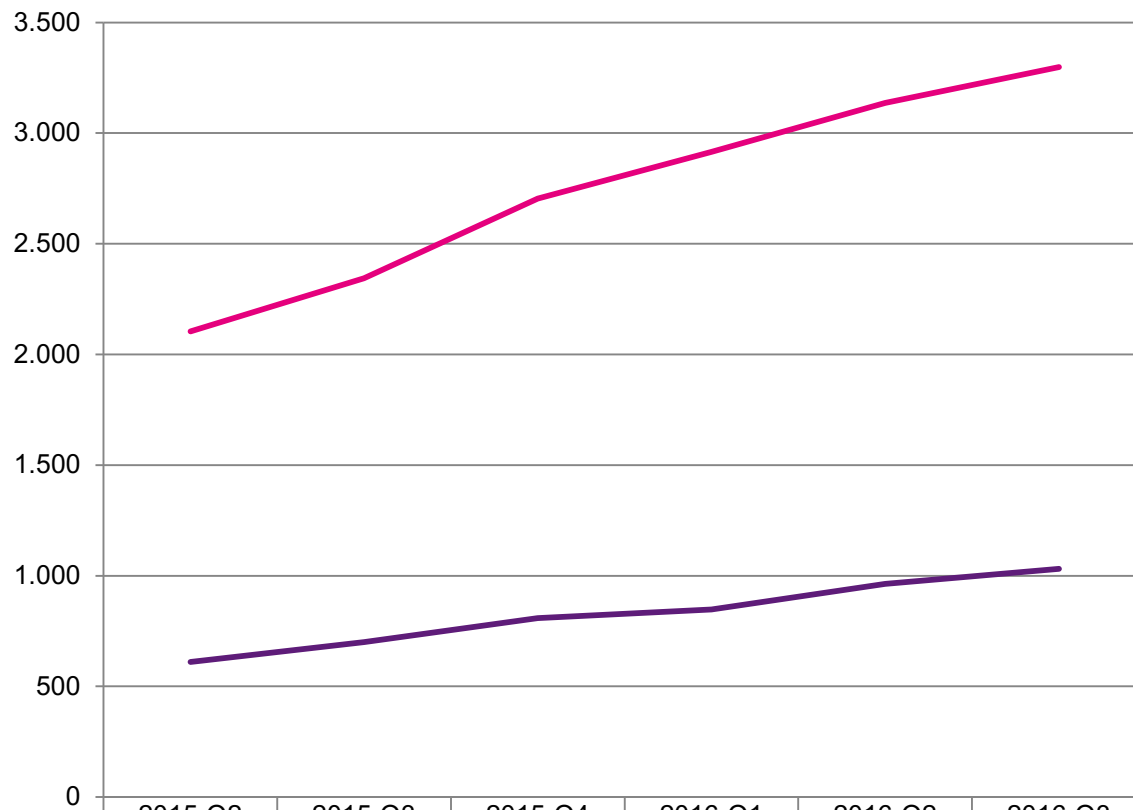


Op basis van vragen 0_A3_1_4 en 30_A1_4_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Breedband

Huishoudens aangesloten op upgraded koper

Aantal x 1.000



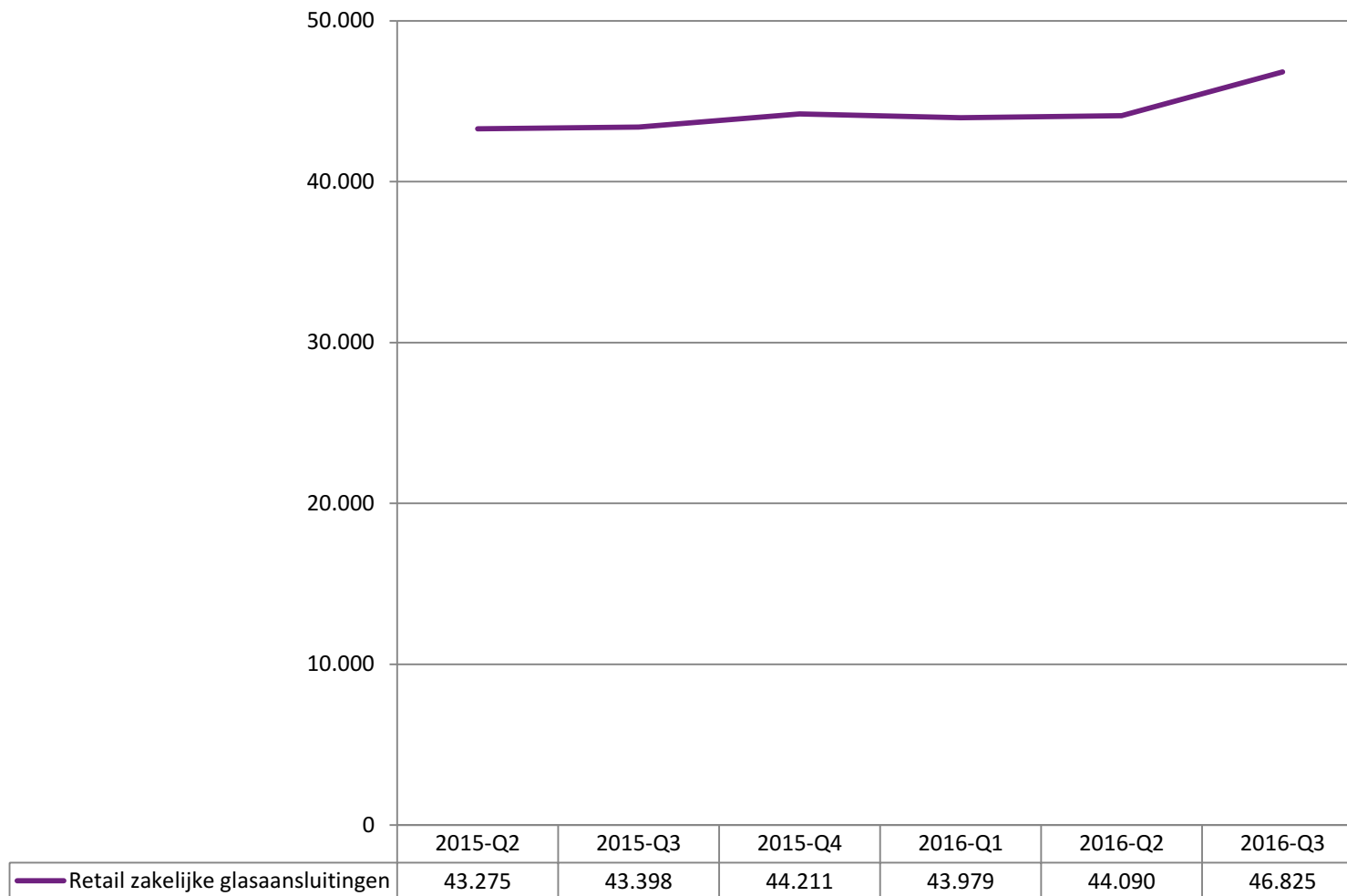
	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
Homes connected upgraded koper vanaf de straatkast	2.104	2.344	2.704	2.915	3.137	3.298
Homes activated upgraded koper vanaf de straatkast	610	701	808	848	963	1.031

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

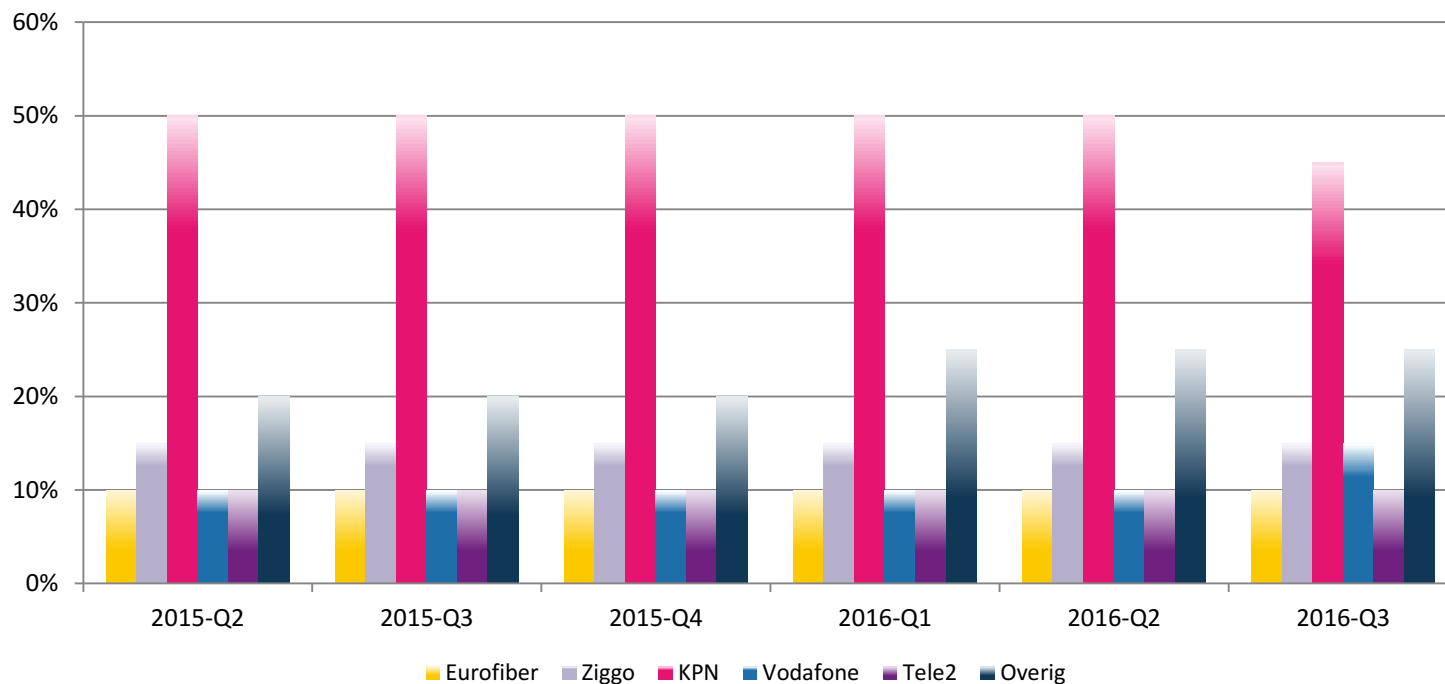
Retail zakelijke glasaansluitingen



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

Zakelijke netwerkdiensten

Marktaandeel retail zakelijke glasaansluitingen



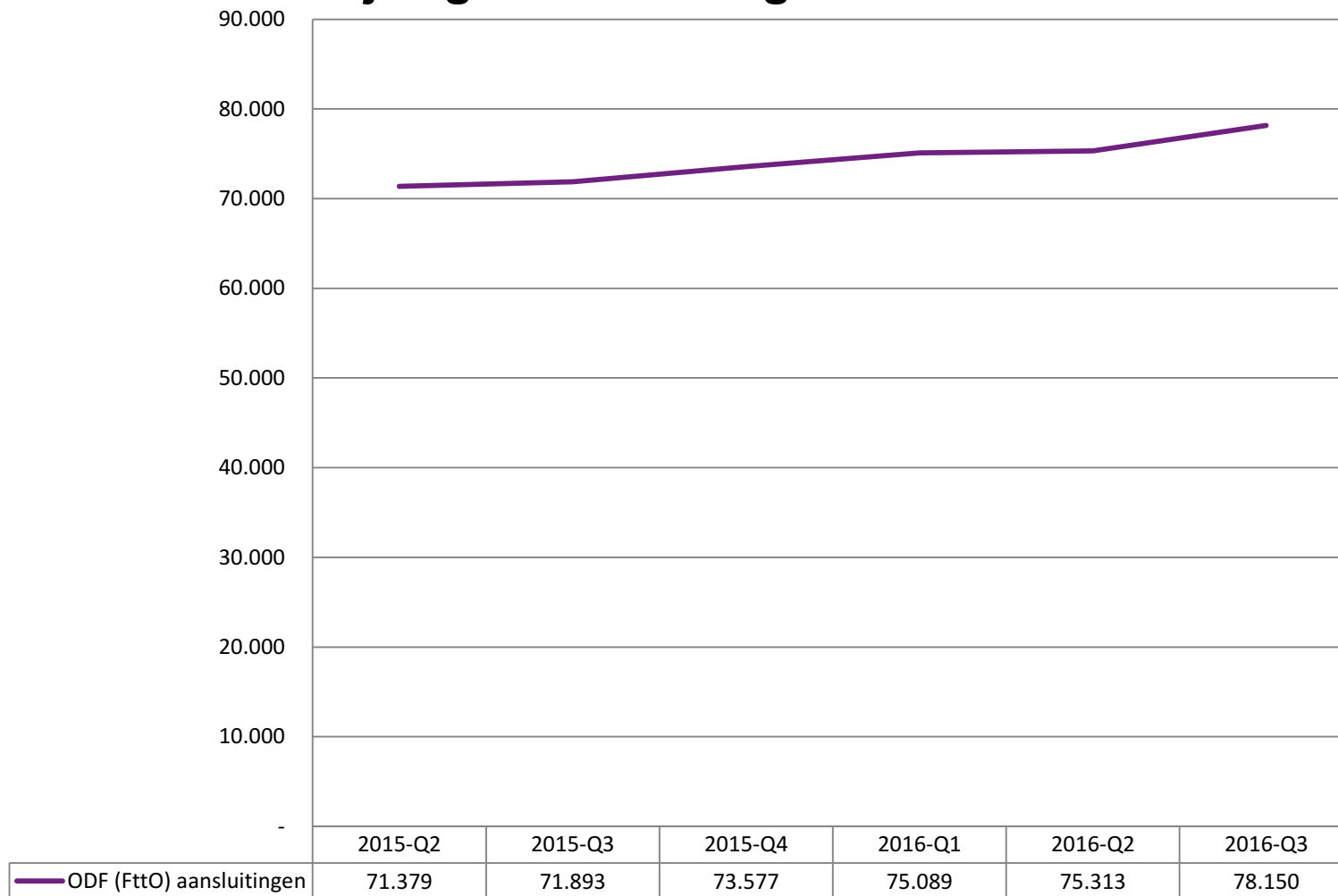
	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
Eurofiber	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[40 - 45%]
Vodafone	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]
Tele2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[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

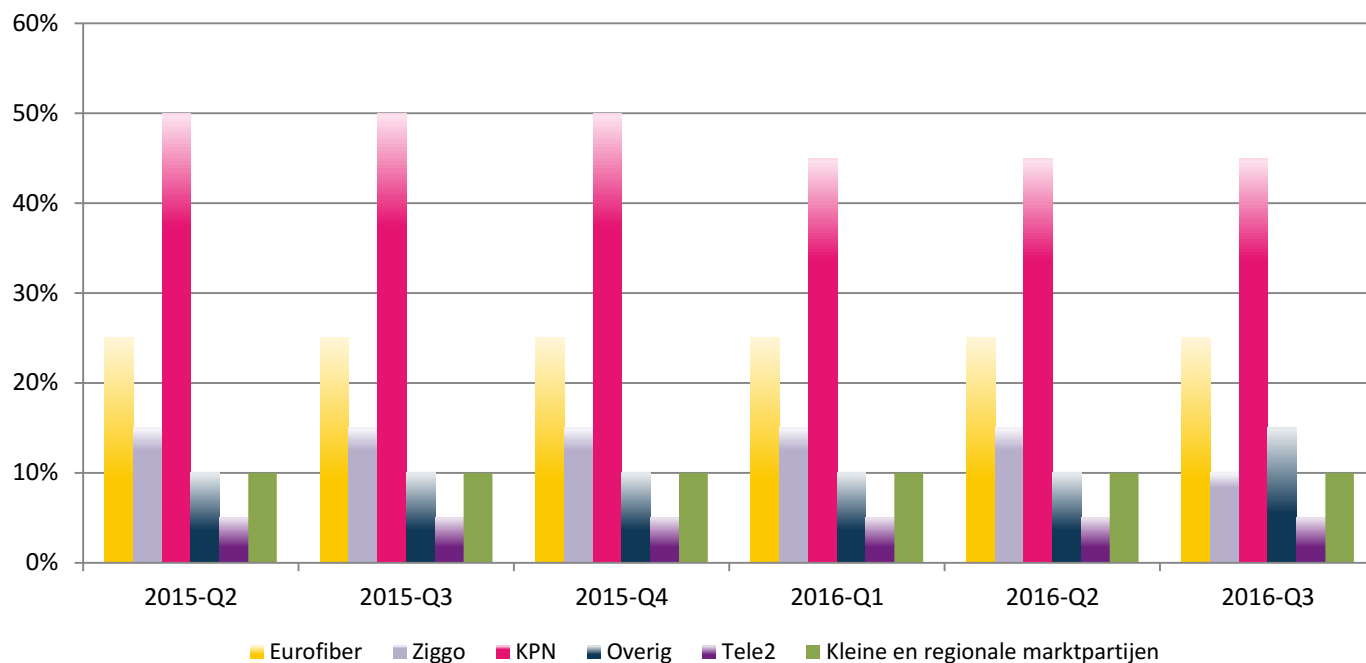
Wholesale zakelijke glasaansluitingen



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
Inclusief schatting aansluitingen kleine en regionale marktpartijen

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel zakelijke glasaansluitingen

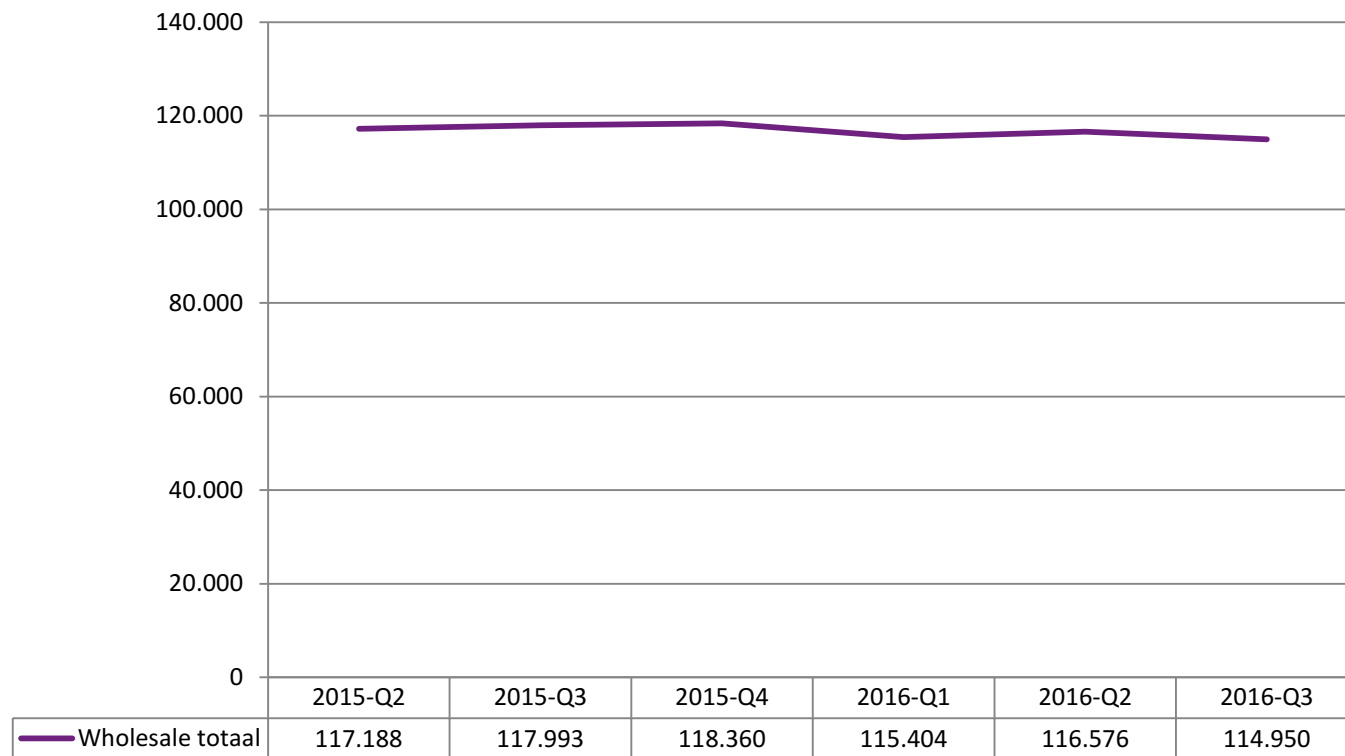


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
Eurofiber	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[5 - 10%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0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

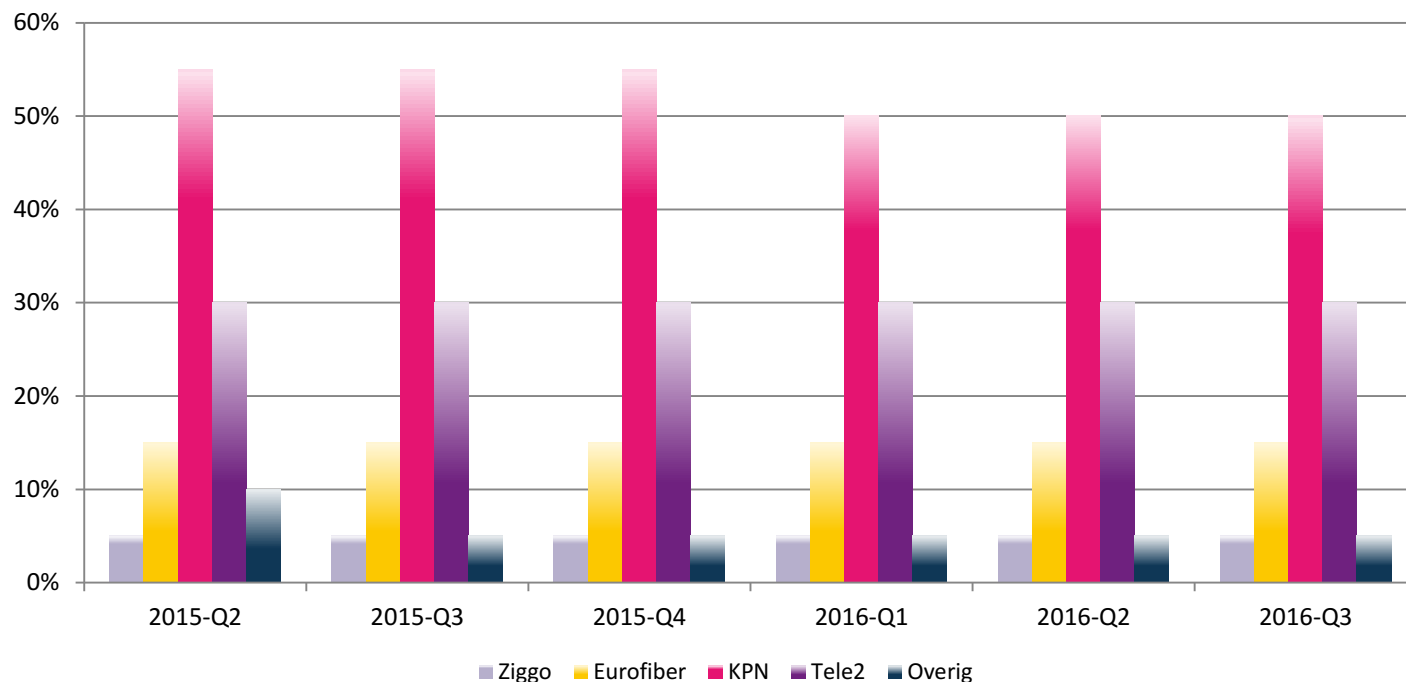


Op basis van vragen 30_A2_4_1, 30_B2_1_b-c-d, 30_B2_2_1-2-3, 30_B4_3_b-c-d-e, 30_B4_4_1-2-3-4, 30_B4_6_b-c, 30_B4_7_1-2 en 30_B4_8_1 van de Telecommonitor

* De cijfers zijn gebaseerd op de marktafbakening die volgt uit het marktanalysebesluit HKWBT/HL 2012

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel HKWBT en huurlijnen



	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
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	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Overig	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]

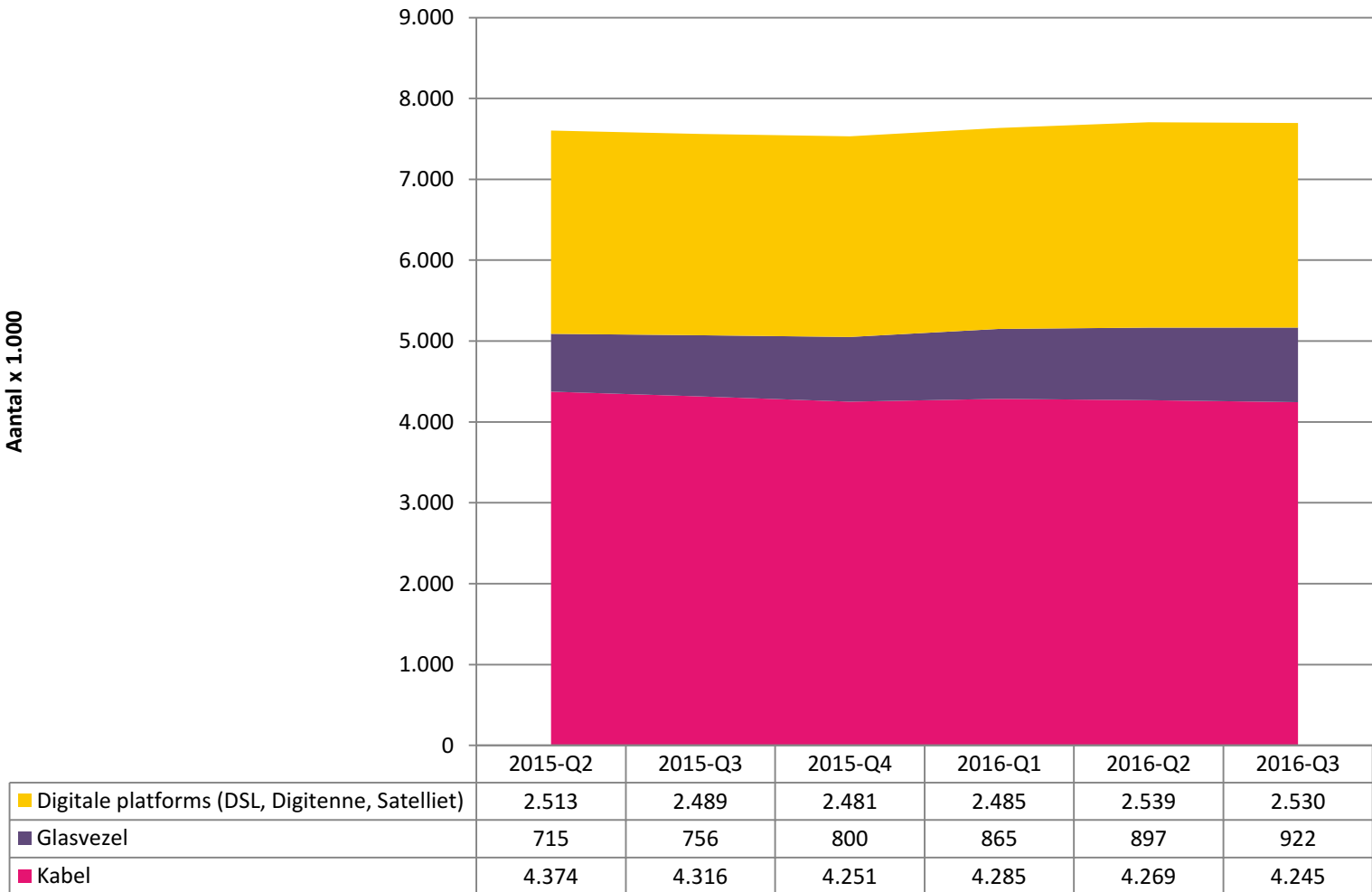
Op basis van vragen 30_A2_4_1, 30_B2_1_b-c-d, 30_B2_2_1-2-3, 30_B4_3_b-c-d-e, 30_B4_4_1-2-3-4, 30_B4_6_b-c, 30_B4_7_1-2 en 30_B4_8_1 van de Telecommonitor

* De cijfers zijn gebaseerd op de marktafbakening die volgt uit het marktanalysebesluit HKWBT/HL 2012

Televisie

Retailabbonnementen per type aansluiting

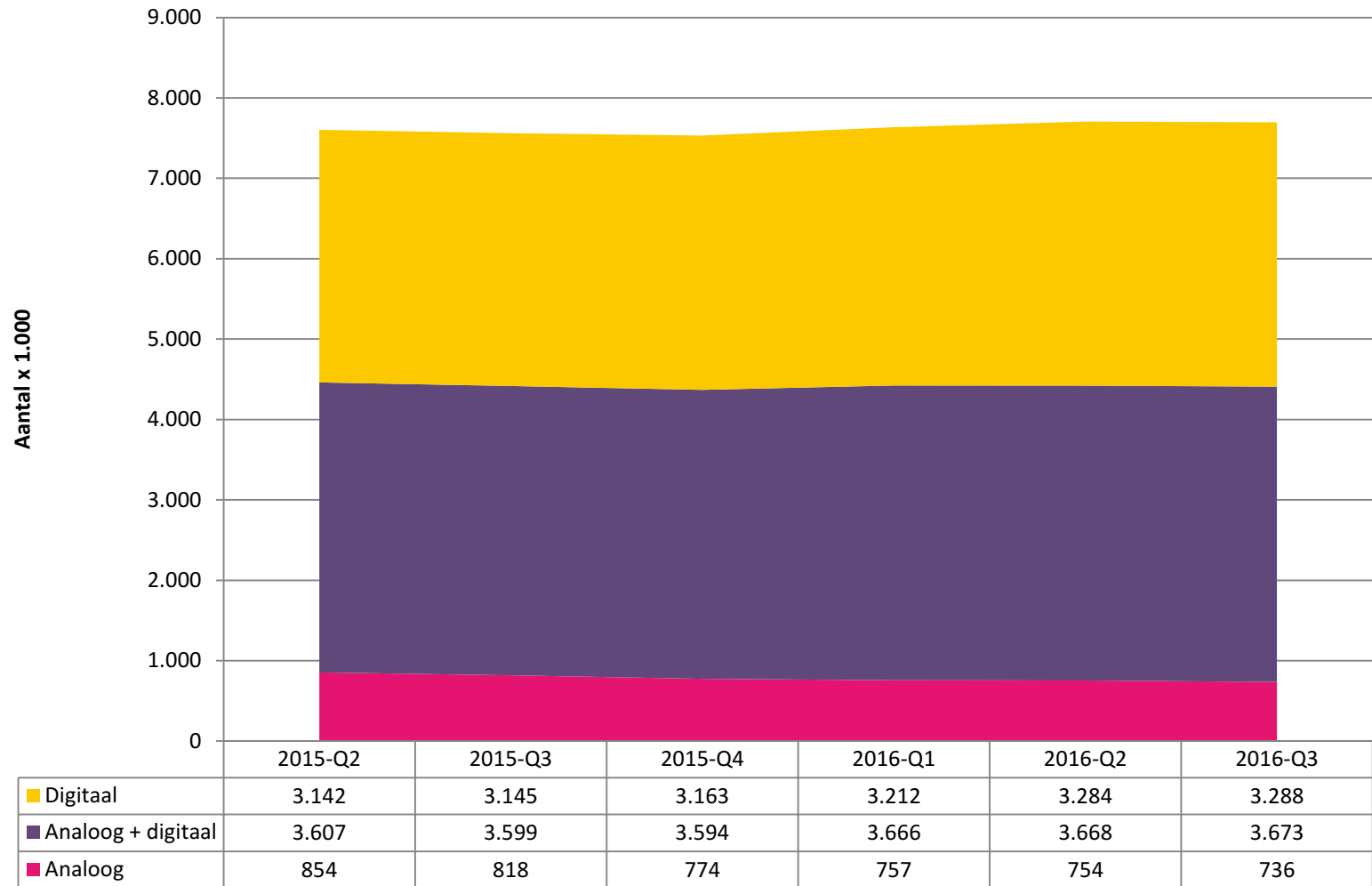
Aantal x 1.000



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

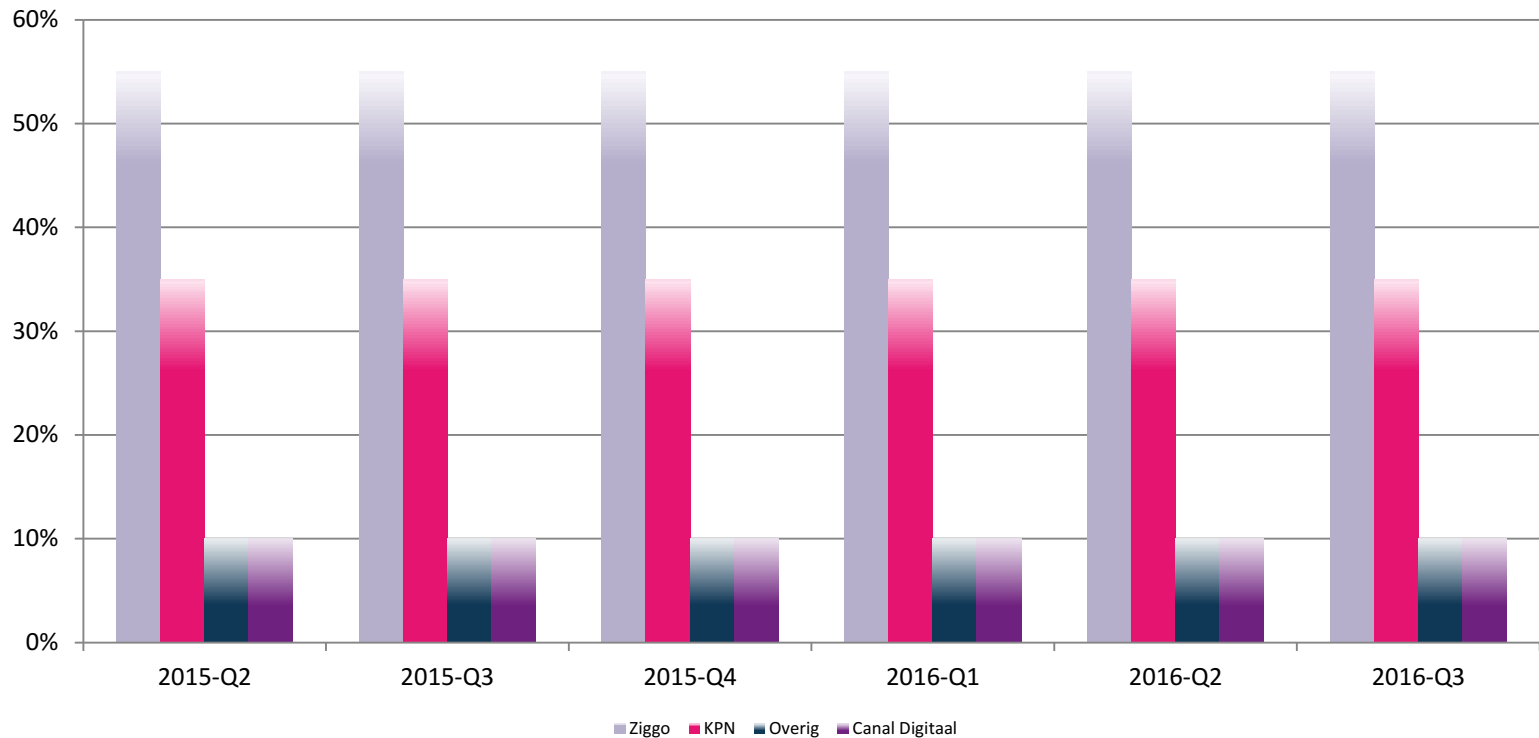
Digitalisering van televisie abonnementen



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

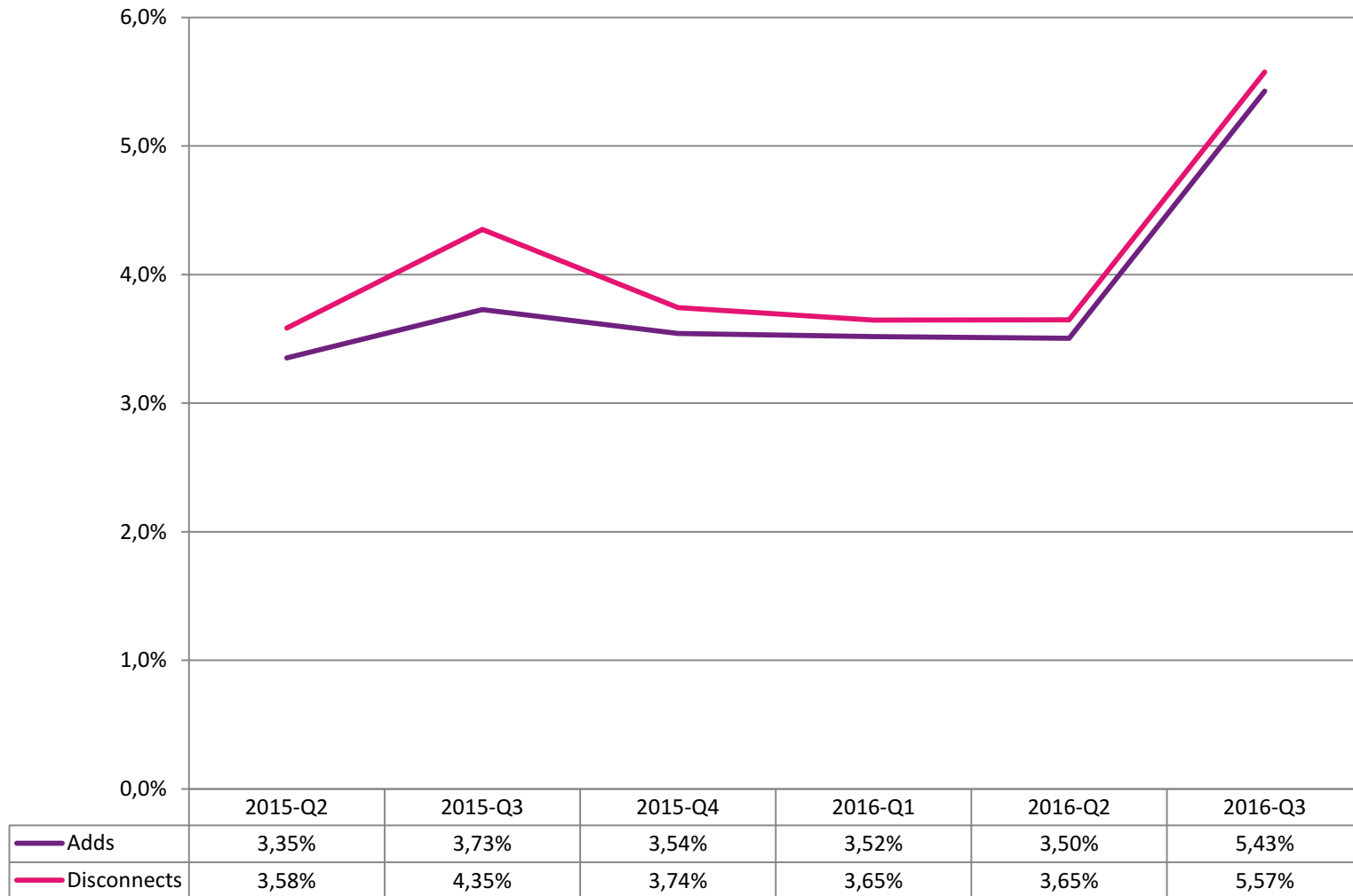


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
Ziggo	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
KPN	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
Canal Digitaal	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]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

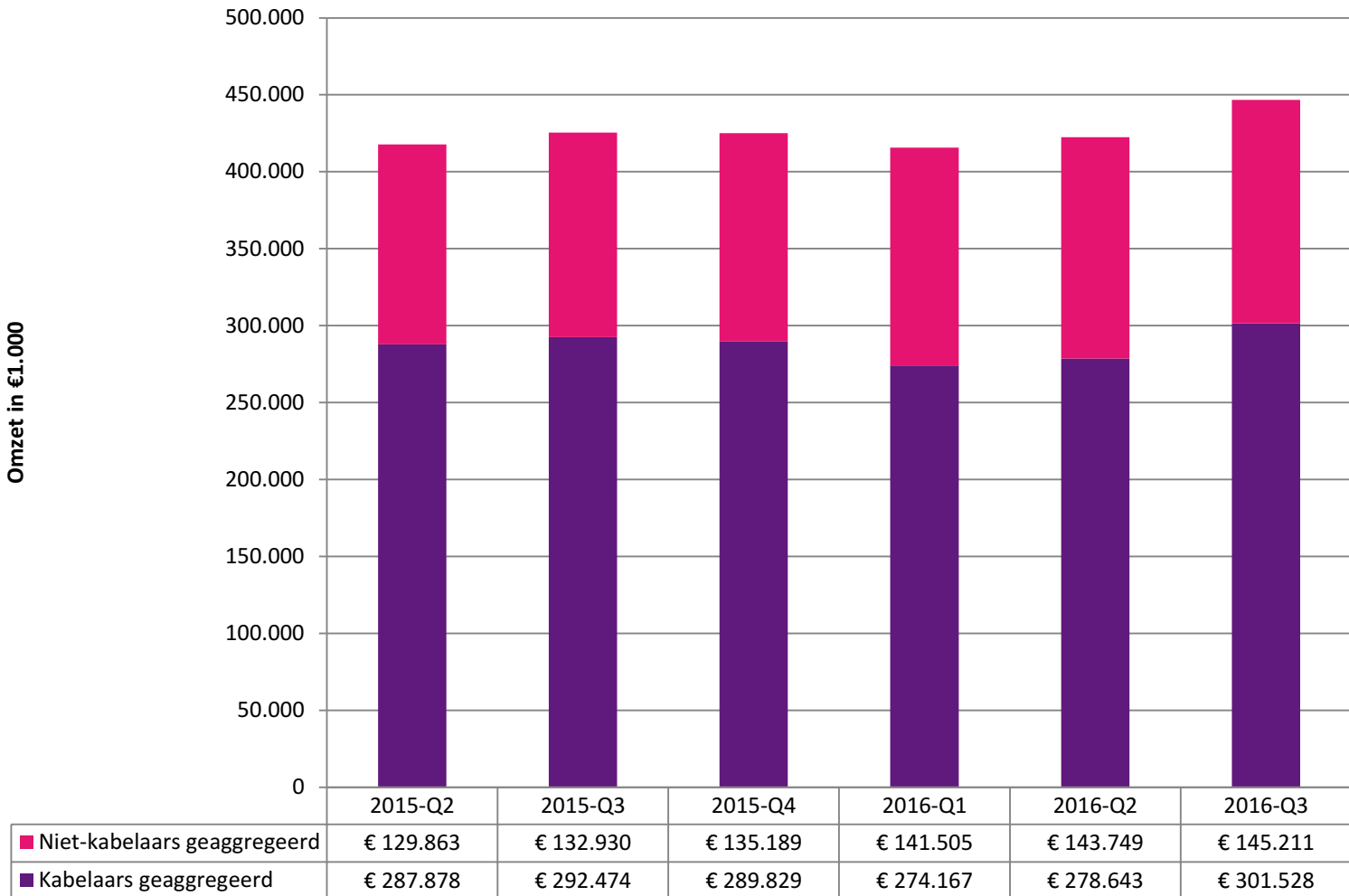


Op basis van vragen 40_A2_1_1-2, 40_A2_2_1-2, 40_A2_3_1-2, 40_A2_4_1-2, 40_A2_5_1-2 en 40_A2_6_1-2 van de Telecommonitor

Televisie

Retailomzet RTV-abonnementen

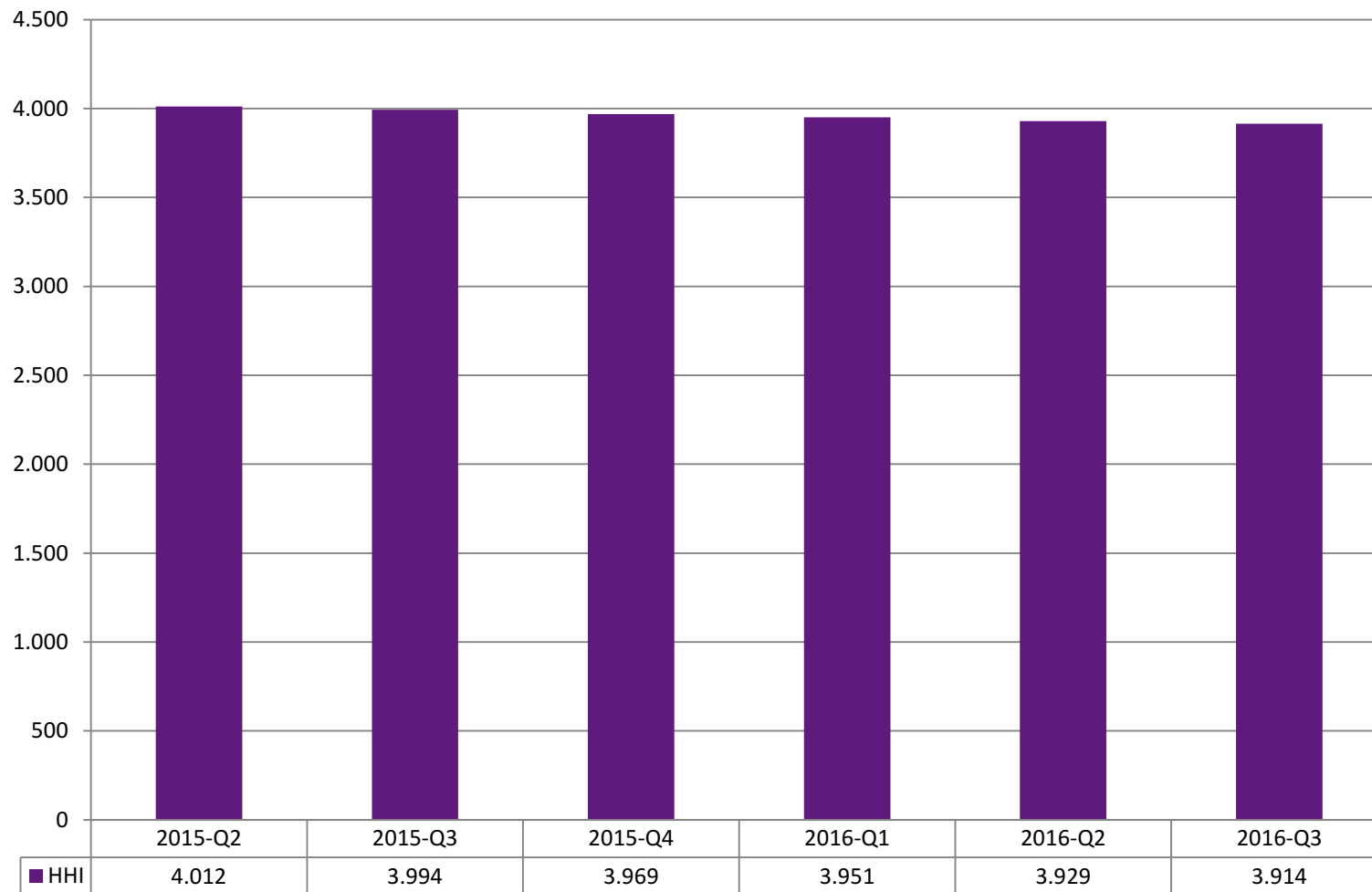
Omzet in €1.000



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

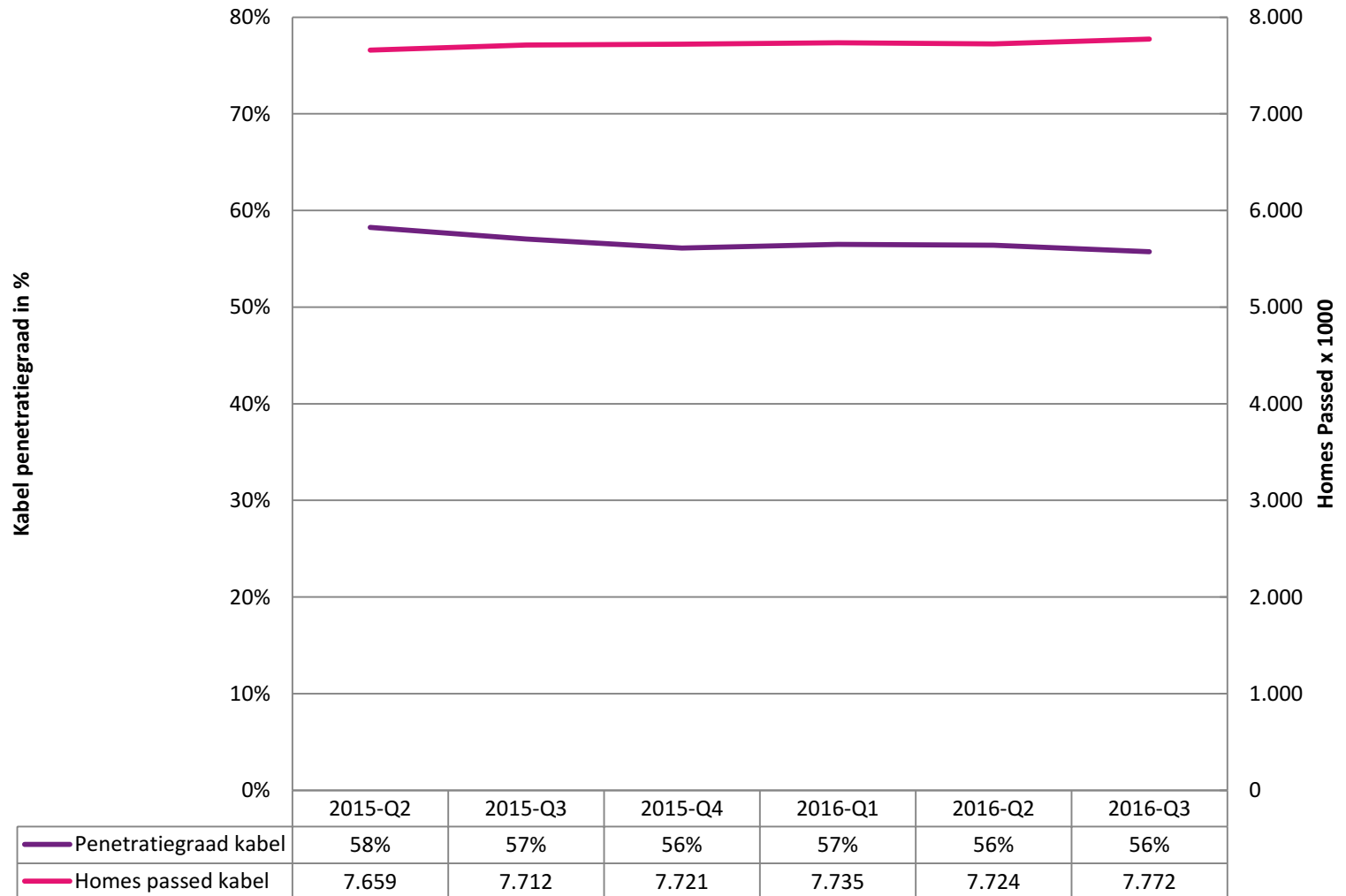
Herfindahl-Hirschman Index



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

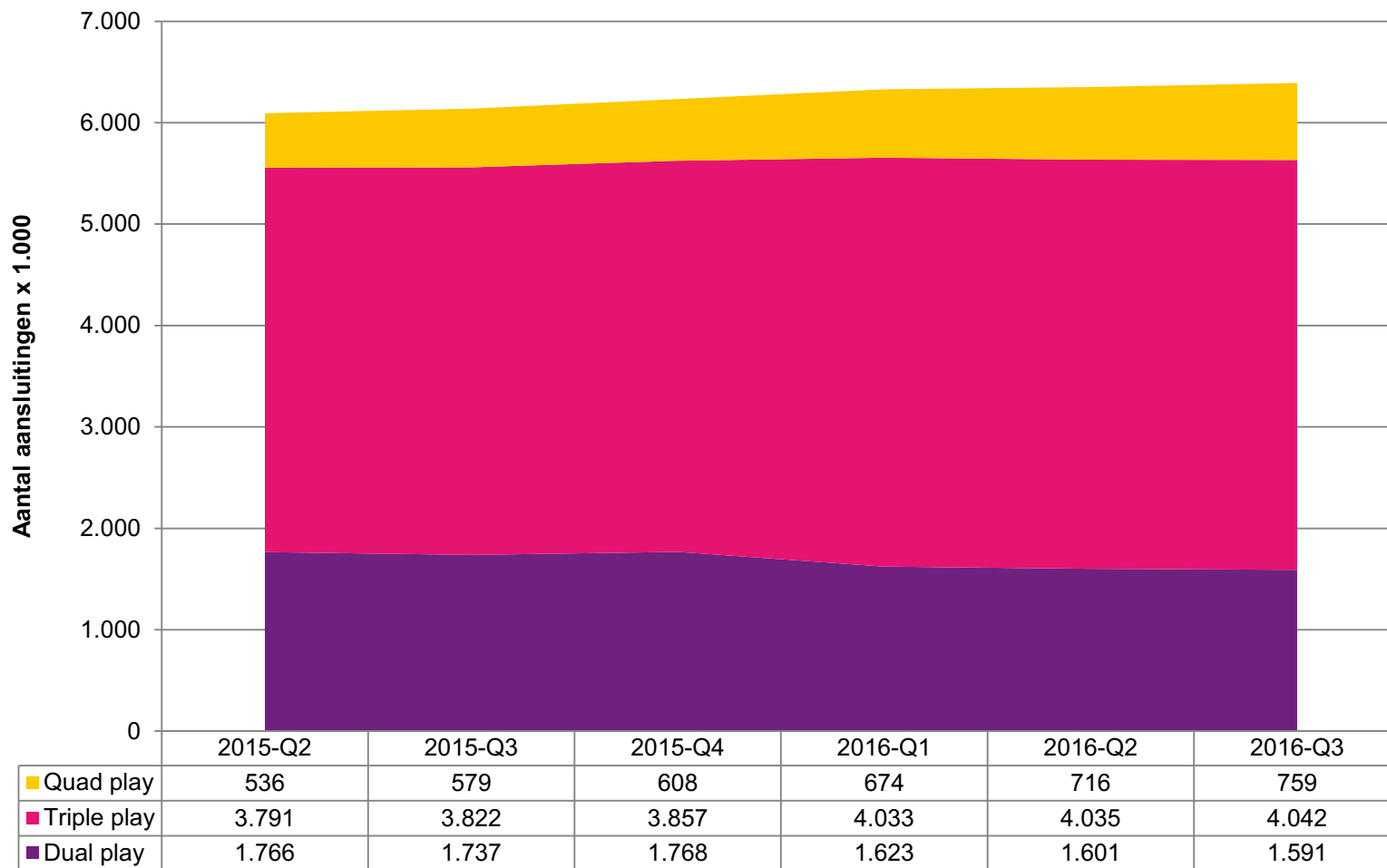
Homes passed en penetratiegraad kabel



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

Bundels

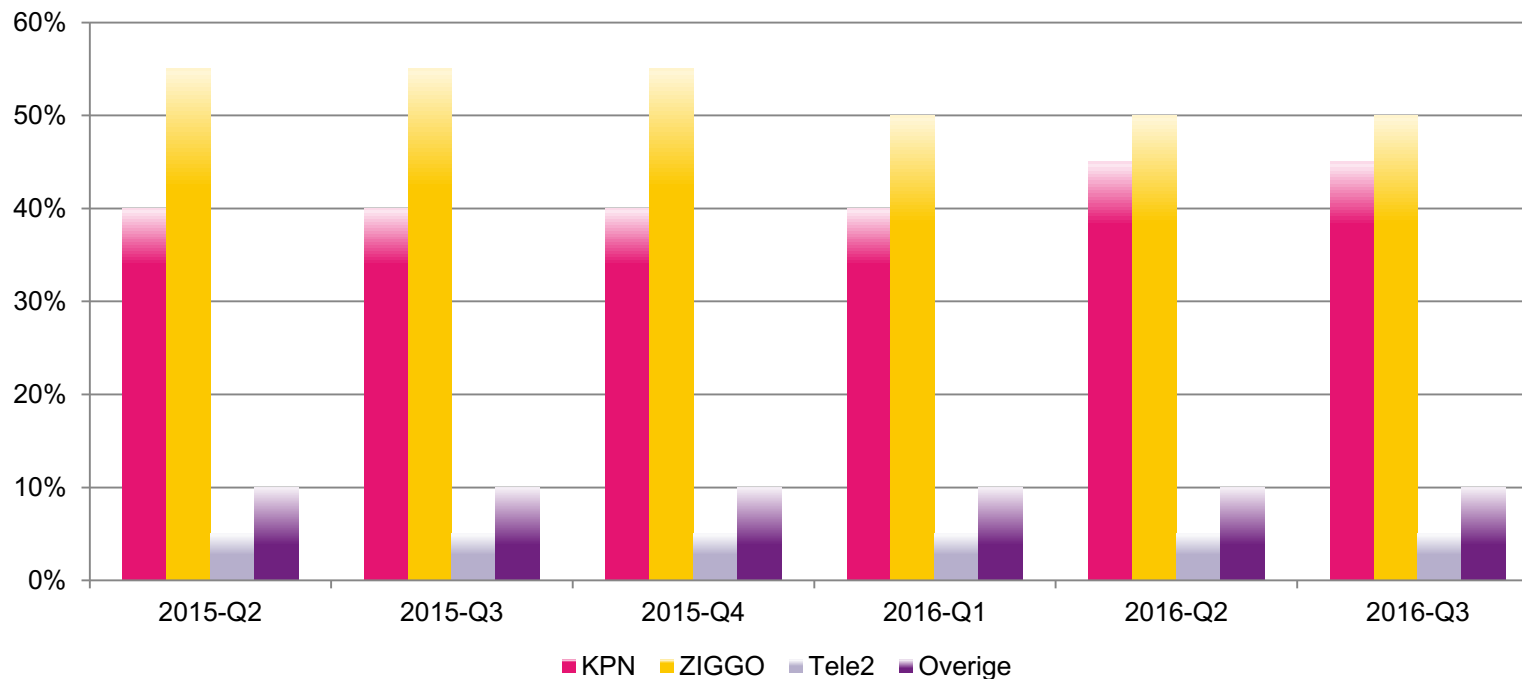
Retail aansluitingen bundels



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

Bundels

Retailmarktaandeel bundels



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

Bundels

Retailaansluitingen met breedband

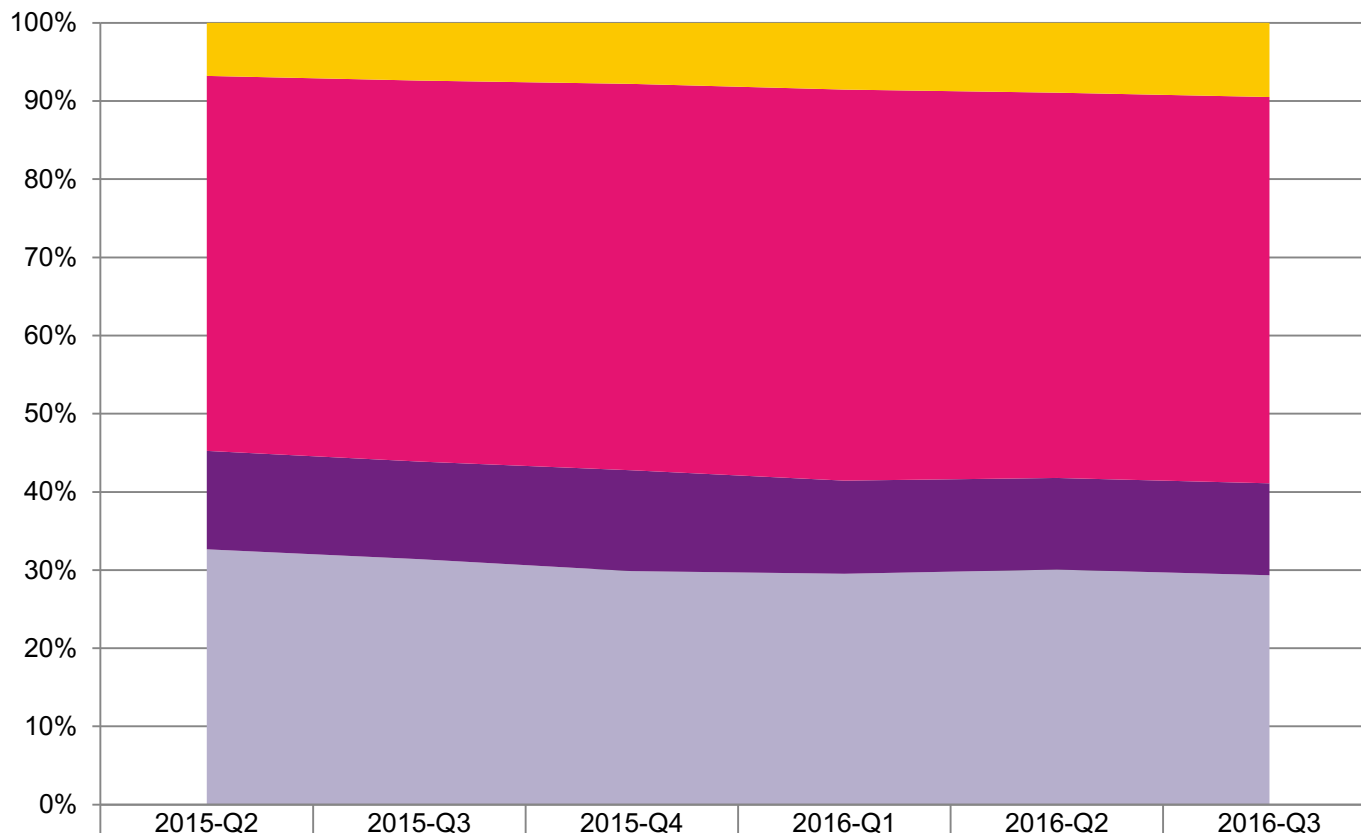


	2015-Q2	2015-Q3	2015-Q4	2016-Q1	2016-Q2	2016-Q3
■ Breedband in quad play	8%	8%	9%	10%	10%	11%
■ Breedband in triple play	55%	55%	55%	57%	57%	57%
■ Breedband in dual play	24%	24%	24%	22%	22%	22%
■ Breedband los	14%	12%	12%	11%	11%	11%

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

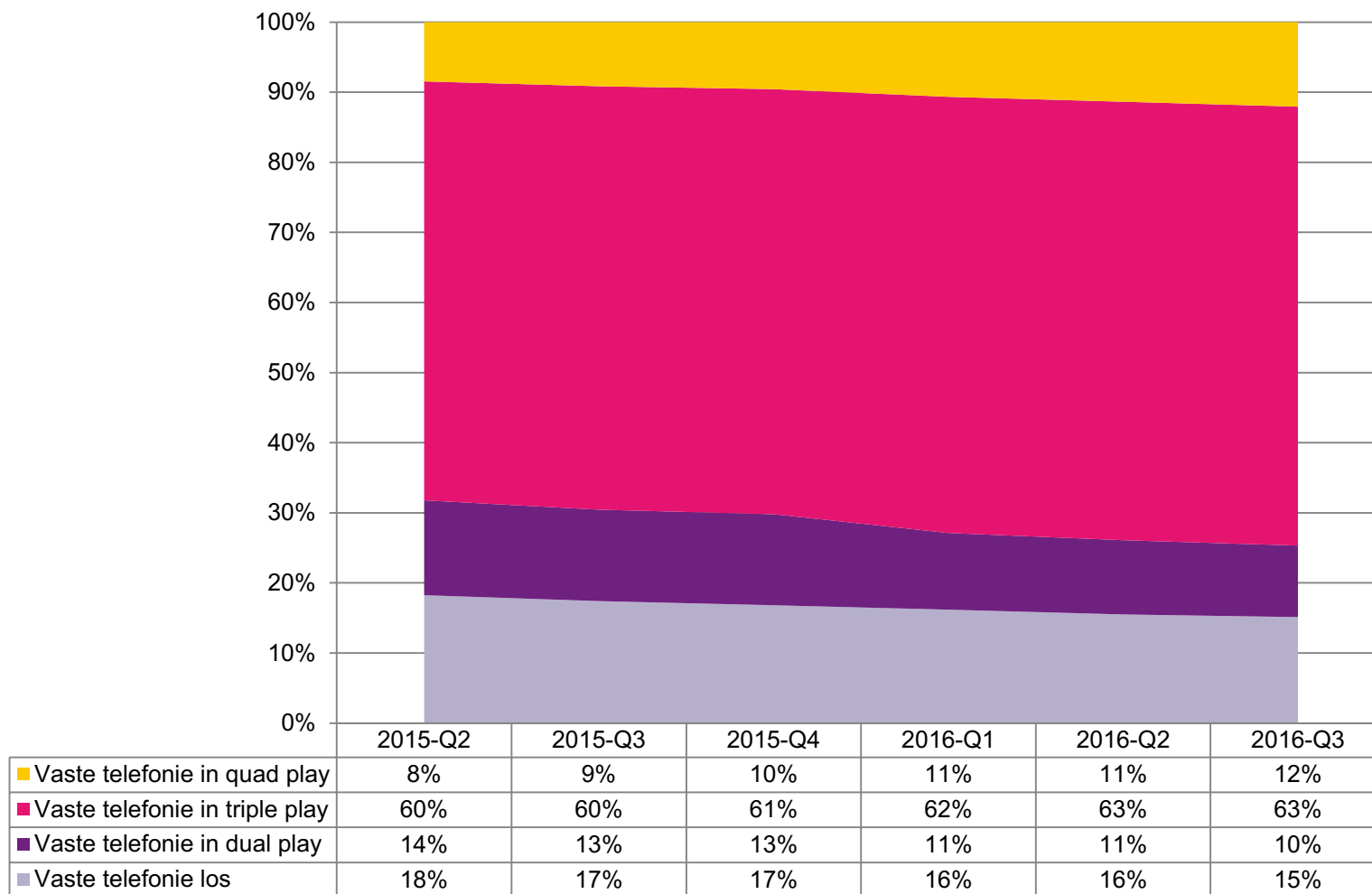
Bundels

Retailaansluitingen met Televisie



Bundels

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	Verizon
BT	Pretium	T-Mobile		BT	Vodafone
CAIW	Stipte	Vodafone		CAIW	Ziggo
CanalDigitaal	Tele2	Tele2		CanalDigitaal	
CIF	T-Mobile			Colt	
Cogas	Verizon			Delta	
Colt	Vodafone			KPN	
Delta	Ziggo			MTTM	
Easynet				Pretium	
Eurofiber				Stipte	
KPN				Tele2	
Breedband en netwerkdiensten		Televisie		Bundels	
AT&T	KPN	CAIW		CAIW	Ziggo
BT	Tele2	CanalDigitaal		CanalDigitaal	
CAIW	Verizon	Cogas		Cogas	
CanalDigitaal	Vodafone	Delta		Delta	
Colt	Ziggo	KPN		KPN	
Delta		Tele2		Stipte	
Easynet		Vodafone		Tele2	
Eurofiber		Ziggo		Vodafone	