

Autoriteit
Consument & Markt



Telecommonitor Q3 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

ACM kan deze informatie publiceren 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 marktanalyses die ACM elke drie jaar opstelt.

Inhoudsopgave

Trends Q3 2015	p. 4
Mobiel	p. 6
Vaste Telefonie	p. 15
Breedband	p. 29
Zakelijke netwerkdiensten	p. 41
Televisie	p. 49
Multi play	p. 56
Bevraagde marktpartijen	p. 62

Trends Q3 2015

Mobiele markt: dataverkeer via 4G-verbinding groeit sterk

Het afgelopen kwartaal laat een sterke stijging (25% groei) zien van het 4G-dataverkeer. Het dataverkeer via een 3G-verbinding groeit niet meer. De sterke groei van het 4G-datavolume kan verklaard worden doordat alle mobiele aanbieders nu grotendeels een landelijke 4G-dekking hebben en doordat mobiele klanten steeds vaker de beschikking hebben over een smartphone met 4G-verbinding en steeds grotere databundels.

Klanten van aanbieders die diensten leveren over het netwerk van een ander (MVNO's) gebruiken hun mobiele telefoon voornamelijk gebruiken om te bellen en nauwelijks om te internetten. Het marktaandeel van deze aanbieders op de spraakmarkt is tussen de 40% tot 45%, terwijl slechts 5% tot 10% van het datavolume wordt gegenereerd door klanten van deze aanbieders.



Vaste telefonie: aantal belminuten daalt

Het aantal minuten dat met de vaste telefoon gebeld wordt is t.o.v. dezelfde periode vorige jaar met 16% gedaald tot 3,75 miljard belminuten. Deels is hier sprake van een verschuiving naar mobiel bellen. Het aantal minuten dat met een mobiel gebeld wordt is licht gestegen ten opzichte van een jaar geleden.

Breedbandinternet stijgt licht

Het aantal huishoudens dat breedbandinternet afneemt via de kabel is in het derde kwartaal, na drie periodes van krimp, weer licht gestegen. Ook het aantal glasvezelklanten is in de afgelopen periode weer verder gegroeid. Daarentegen is het aantal koperverbindingen (DSL) het afgelopen kwartaal met 40 duizend aansluitingen afgenomen.

Zakelijke netwerkdiensten: aantal glasaansluitingen groeit

Op de markt voor zakelijke netwerkdiensten groeit het aantal glasaansluitingen. Daar tegenover staat een krimp van het aantal koperaansluitingen. Het totaal aantal aansluitingen daalt. De voornaamste reden daarvoor is dat zakelijke eindgebruikers meerdere koperverbindingen kunnen vervangen door één glasvezelaansluiting.

Trends Q3 2015

Televisie

In het derde kwartaal van 2015 is het aantal televisieverbindingen via de kabel en digitale platforms (DSL, Digitenne, en Satelliet) met 146 duizend aansluitingen gedaald. Aanbieders van glasvezelaansluitingen hebben met een groei van 6% aansluitingen in het derde kwartaal deels weten te profiteren.

Bundels met 3 of 4 producten-in-1 populairder

Het aantal bundelaansluitingen is het afgelopen kwartaal gestegen. Het aantal abonnees dat kiest voor quad play (vaste telefonie, mobiele telefonie, televisie en internet) neemt toe. Datzelfde geldt voor het aantal abonnees dat kiest voor een pakket internet en televisie. Het aantal abonnees dat kiest voor een andere bundelvorm kiest daalt.



Correctie cijfers Telecommonitor

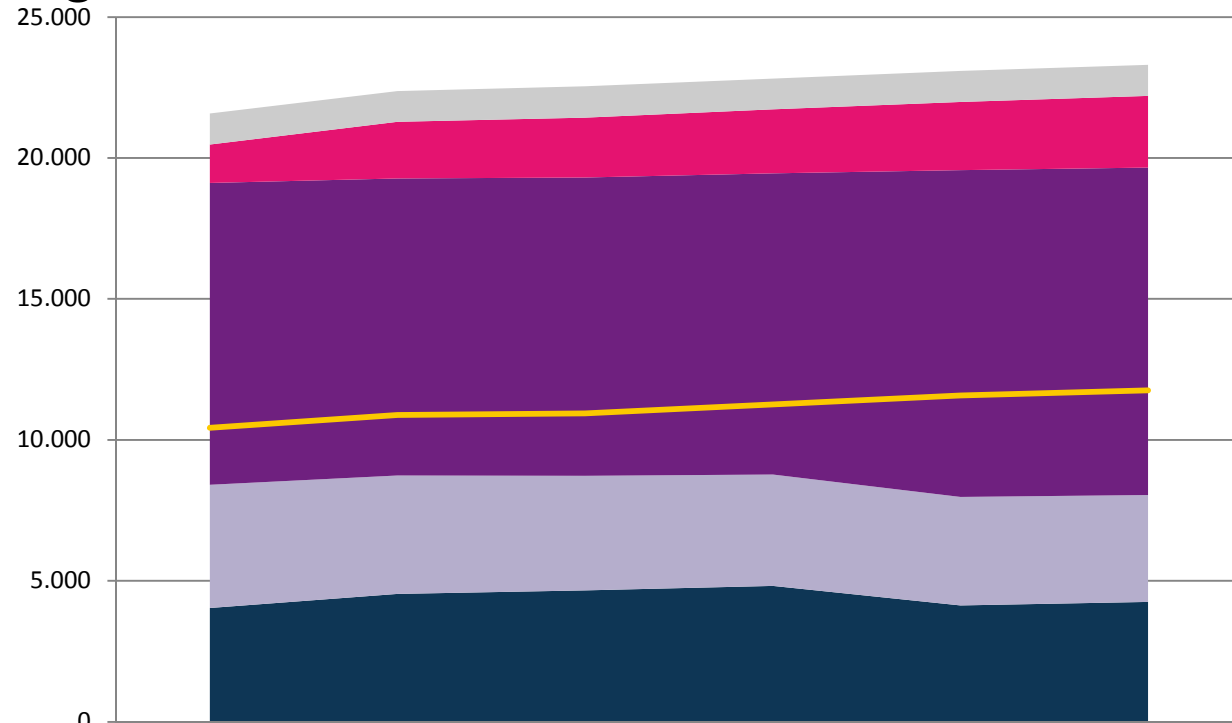
In het derde kwartaal heeft Ziggo een correctie doorgegeven van het aantal breedbandinternet- en televisieaansluitingen. Deze correctie heeft ertoe geleid dat het aantal kabelaansluitingen op zowel de breedband als de televisiemarkt minder hard is gedaald dan eerder is gepubliceerd.

Mobiel

Retailaansluitingen



Aantal aansluitingen x1.000

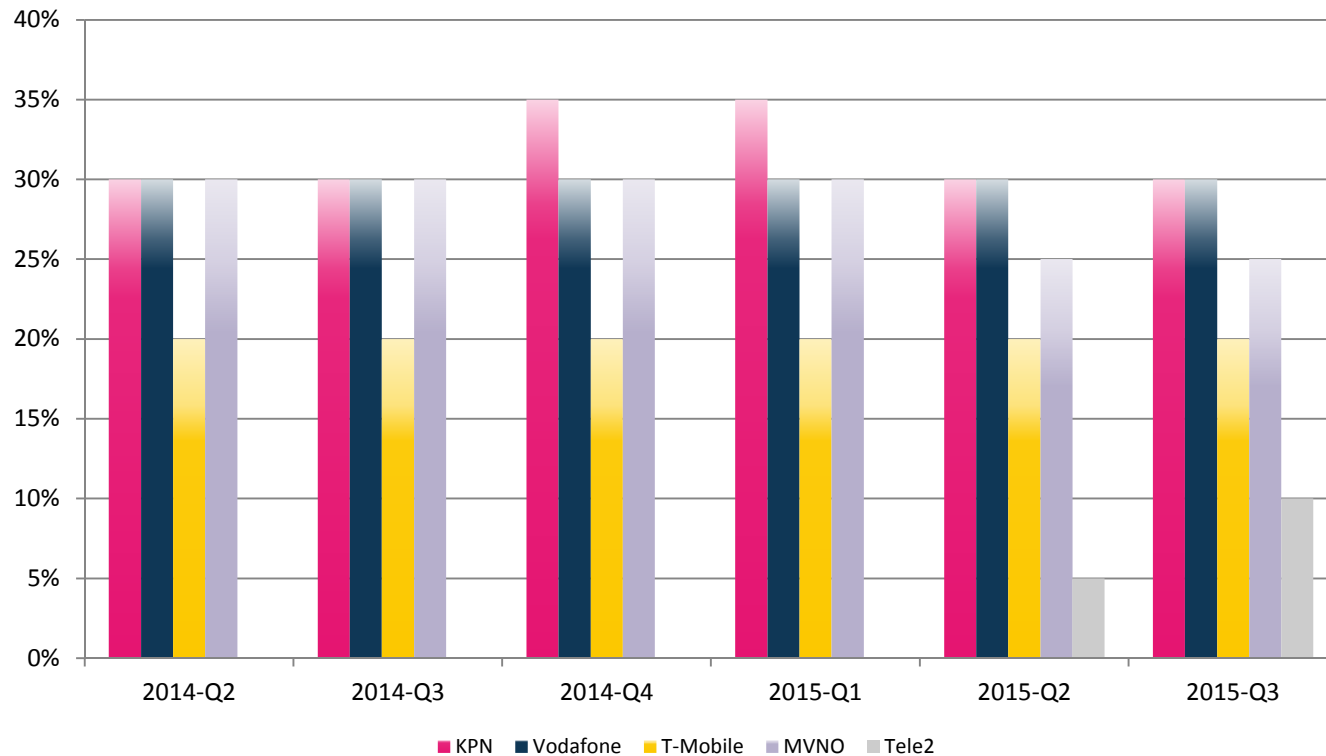


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
Data only mobiele aansluitingen	1.099	1.096	1.115	1.100	1.092	1.103
M2M	1.365	2.003	2.121	2.259	2.418	2.539
Postpaid MNO	10.697	10.539	10.583	10.684	11.589	11.620
Prepaid MNO	4.373	4.195	4.059	3.957	3.852	3.790
Post- en Prepaid aansluitingen MVNO	4.041	4.541	4.670	4.819	4.131	4.253
Mobiele bundel (data en spraak) aansluitingen	10.430	10.888	10.943	11.259	11.577	11.758

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

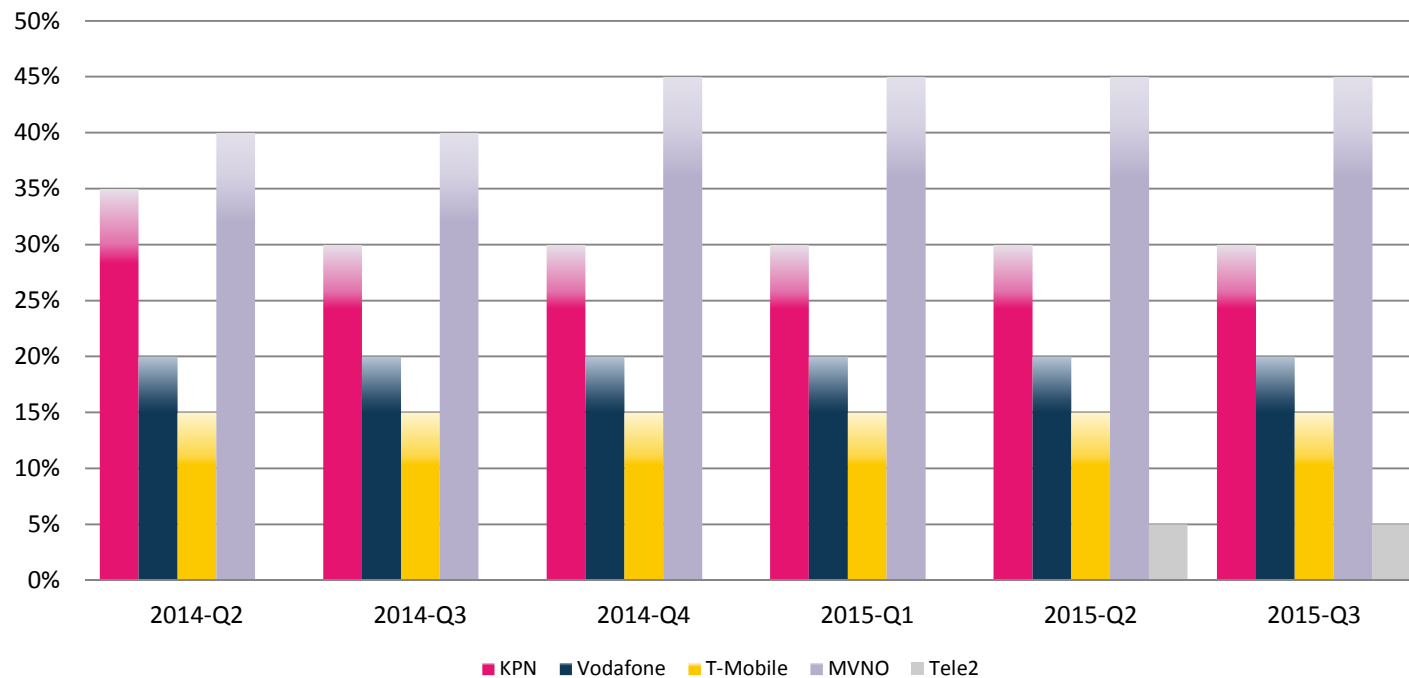


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]	[30-35%]
Vodafone	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[25-30%]	[20-25%]
T-Mobile	[20-25%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]	[15-20%]
Tele2	-	-	-	-	[0-5%]	[0-5%]
MVNO's	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]	[20-25%]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

Retailmarktaandeel o.b.v. spraak only aansluitingen

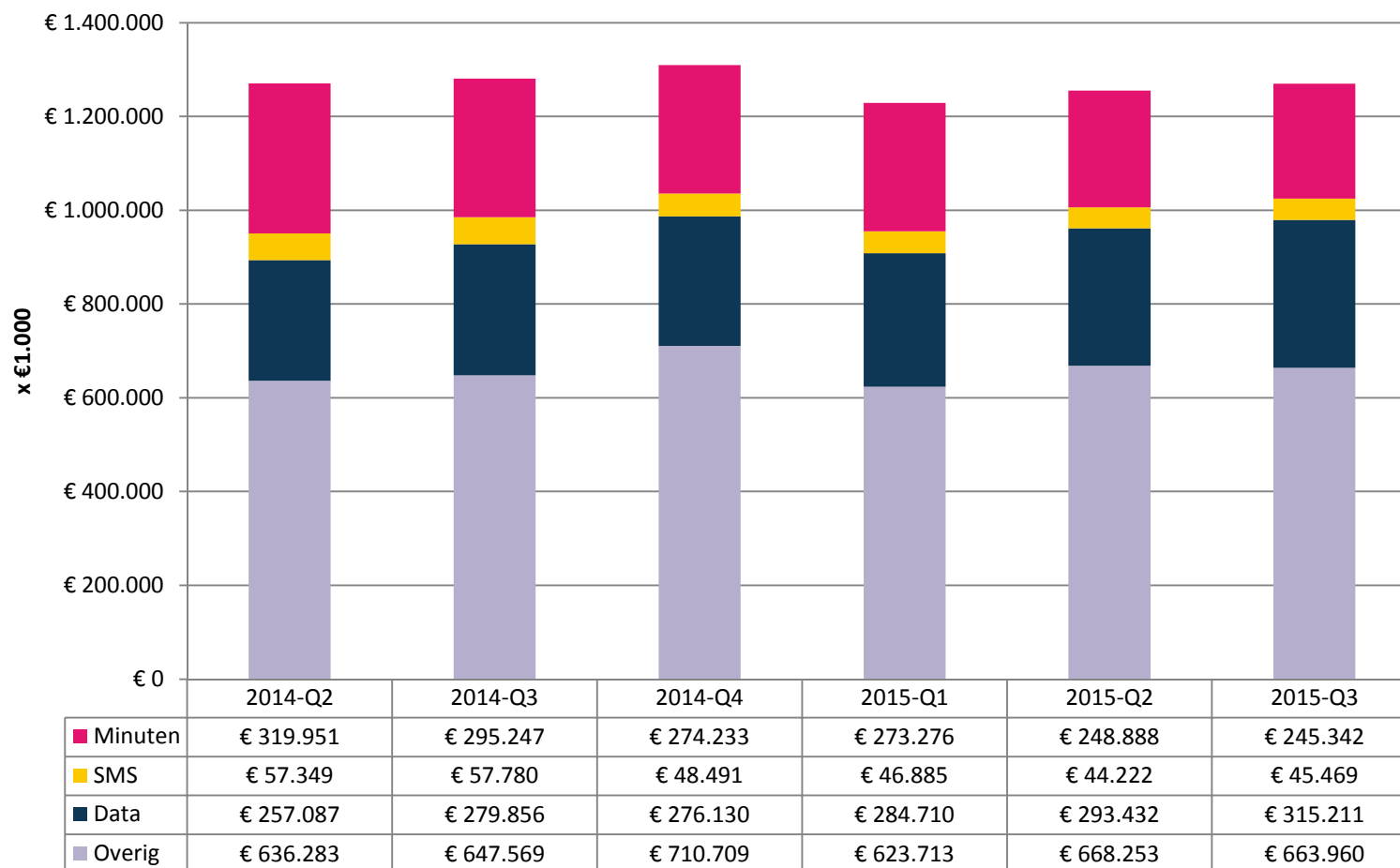


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Vodafone	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]
T-Mobile	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Tele2	-	-	-	-	[0 - 5%]	[0 - 5%]
MVNO's	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]

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

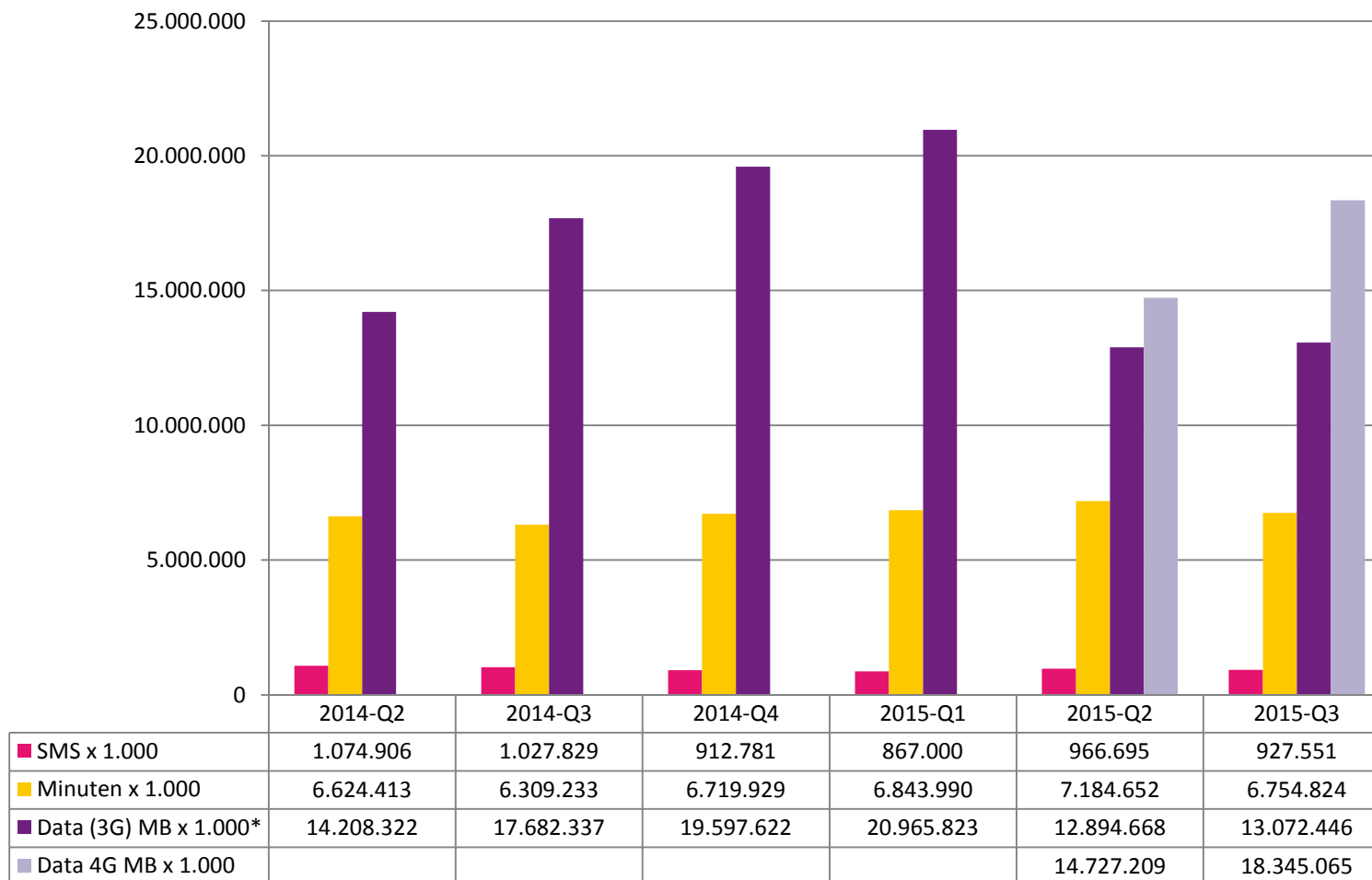
Retailomzet Mobile Network Operators (MNO's)



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

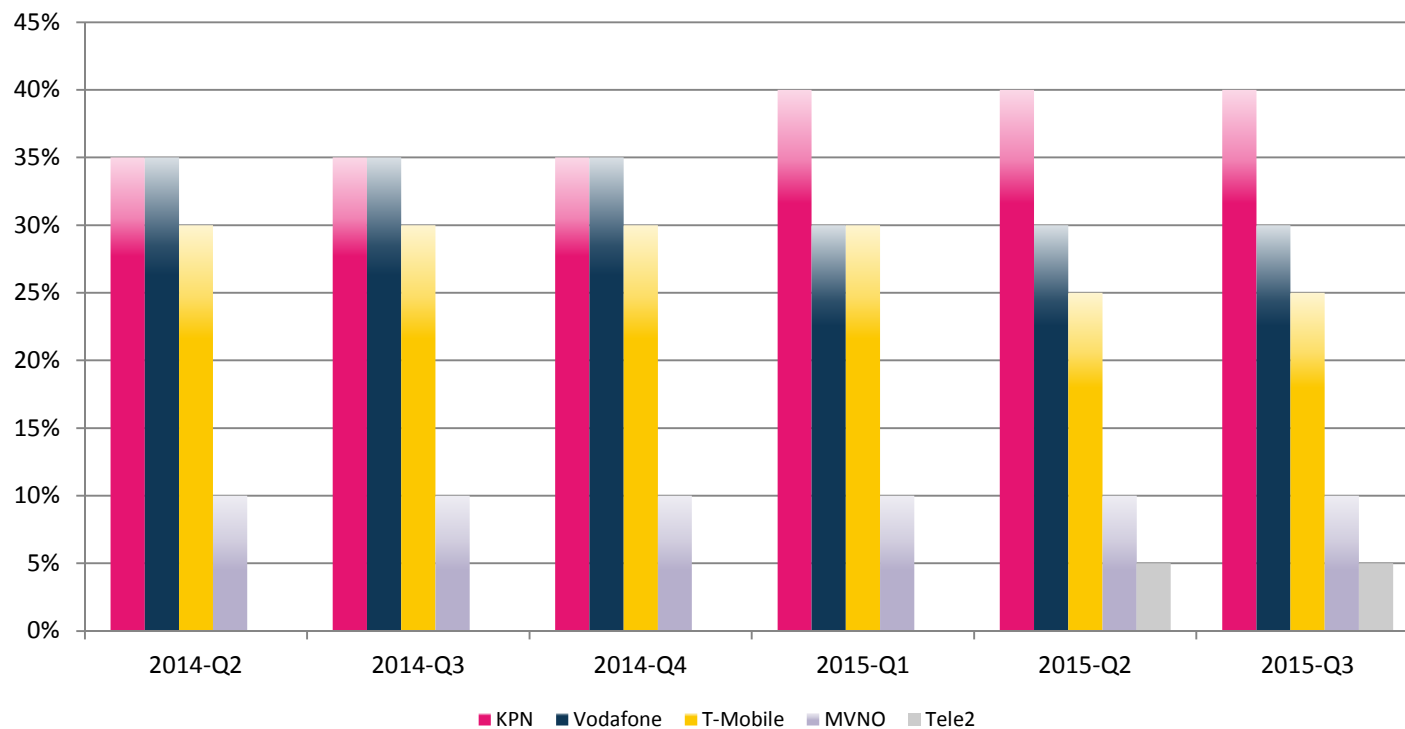


Op basis van vragen 10_A3_1_1-2-3, 10_A3_2_1-2-3, 10_A3_3_1-2-3, 10_A3_4_1-2-3, en 10_B3_1_1-2-3 van de Telecommonitor

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

Mobiel

Retailmarktaandeel o.b.v. dataverbruik

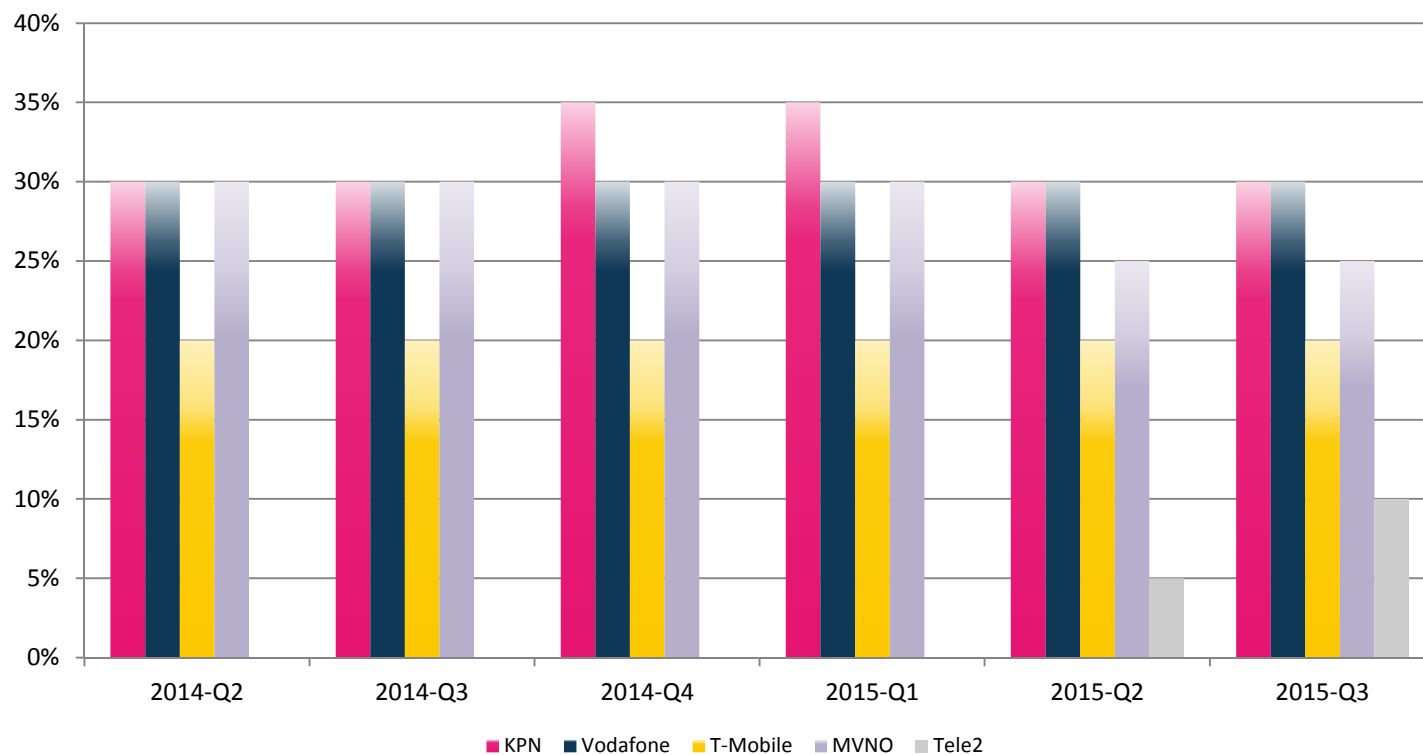


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Vodafone	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
T-Mobile	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Tele2	-	-	-	-	[0 - 5%]	[0 - 5%]
MVNO's	[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-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
T-Mobile	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]
Vodafone	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Tele2	-	-	-	-	[0 - 5%]	[5 - 10%]
MVNO's	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]

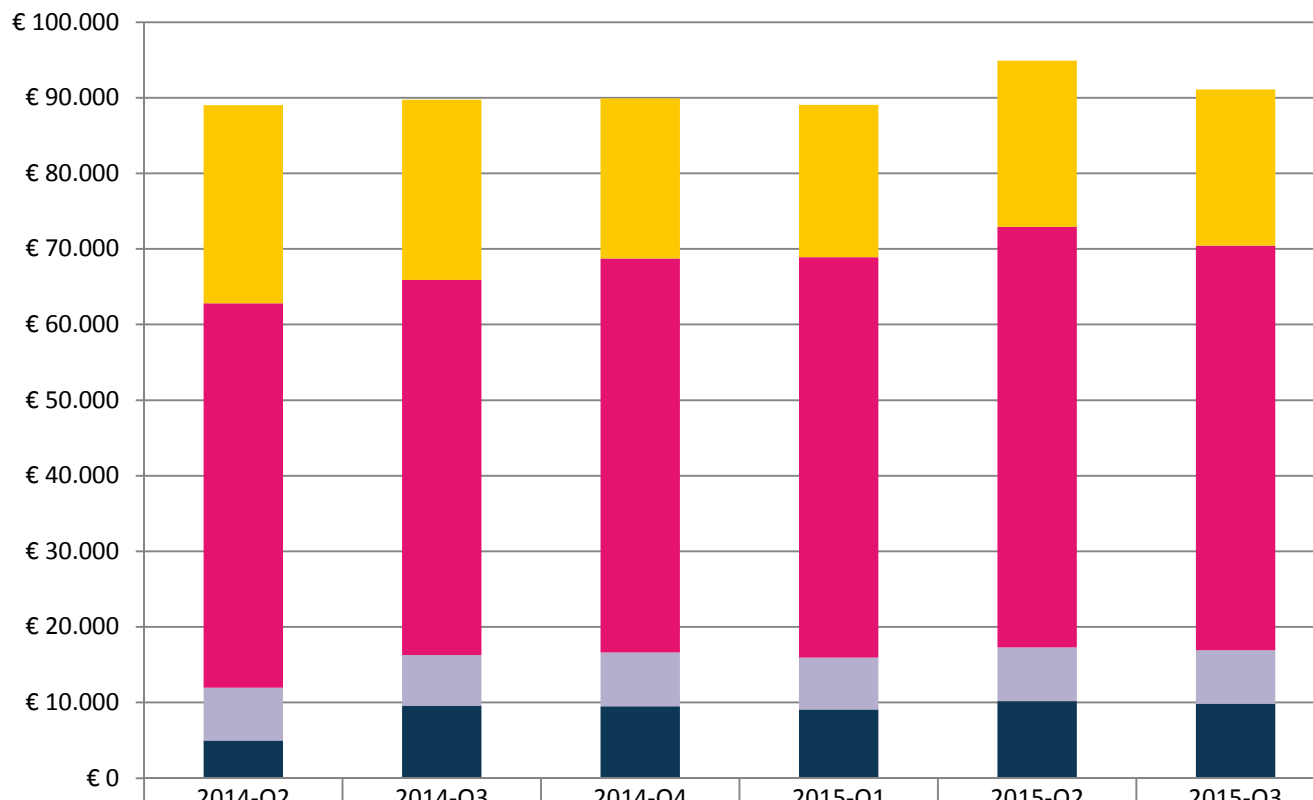
Op basis van vragen 10_A3_1_1, 10_A3_2_1, 10_A3_3_1, 10_A3_4_1, en 10_B3_1_1 van de Telecommonitor

Mobiel

Wholesale omzet gespreksafgifte



x €1.000

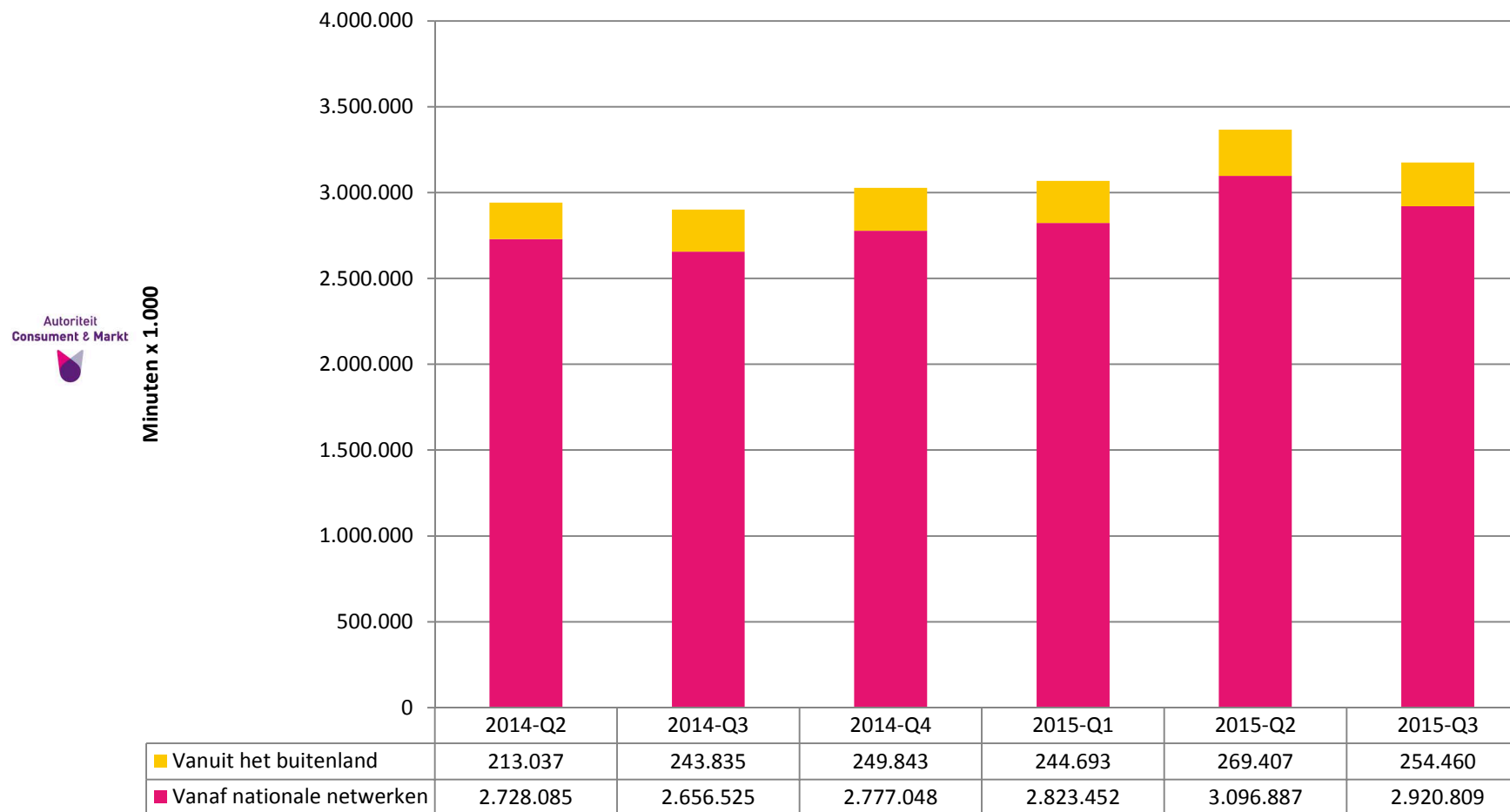


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Niet-spraakdiensten nationaal	€ 26.189	€ 23.834	€ 21.160	€ 20.123	€ 21.961	€ 20.660
■ Spraakdiensten nationaal	€ 50.849	€ 49.621	€ 52.084	€ 52.978	€ 55.632	€ 53.512
■ Diensten aan MVNO's	€ 6.971	€ 6.670	€ 7.114	€ 6.879	€ 7.123	€ 7.093
■ Spraakdiensten internationaal	€ 4.992	€ 9.598	€ 9.525	€ 9.065	€ 10.173	€ 9.831

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

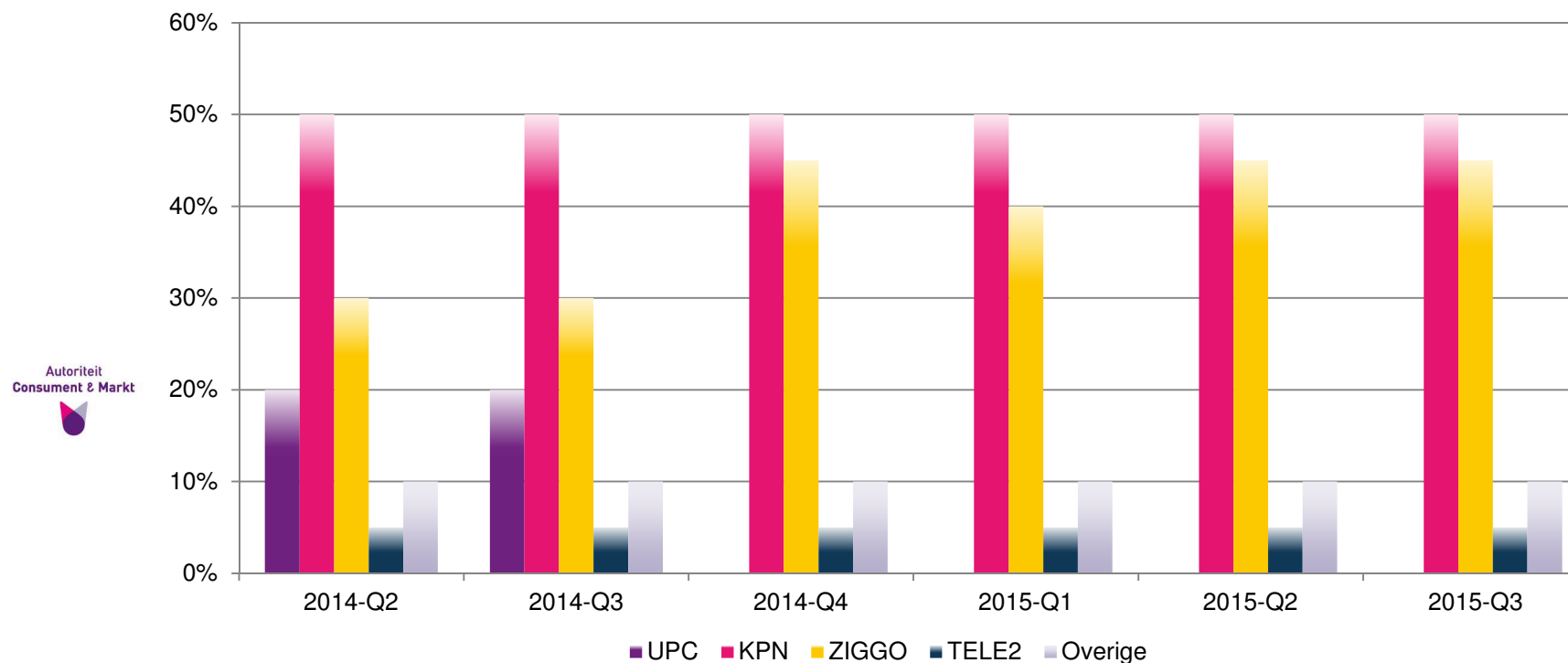
Retail enkelvoudige aansluitingen



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

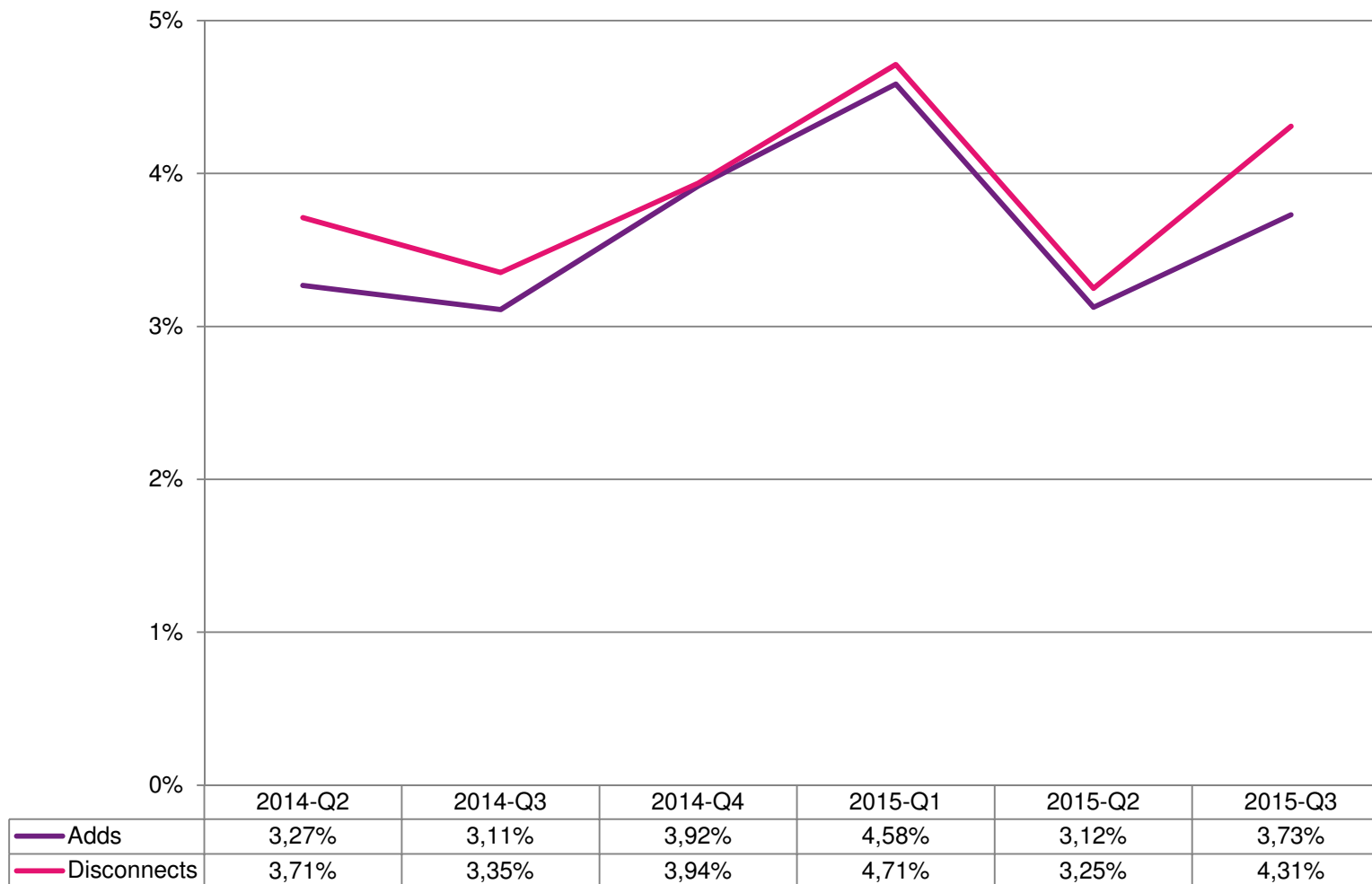


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-	-	-
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[40 - 45%]	[35 - 40%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]

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

Vaste telefonie

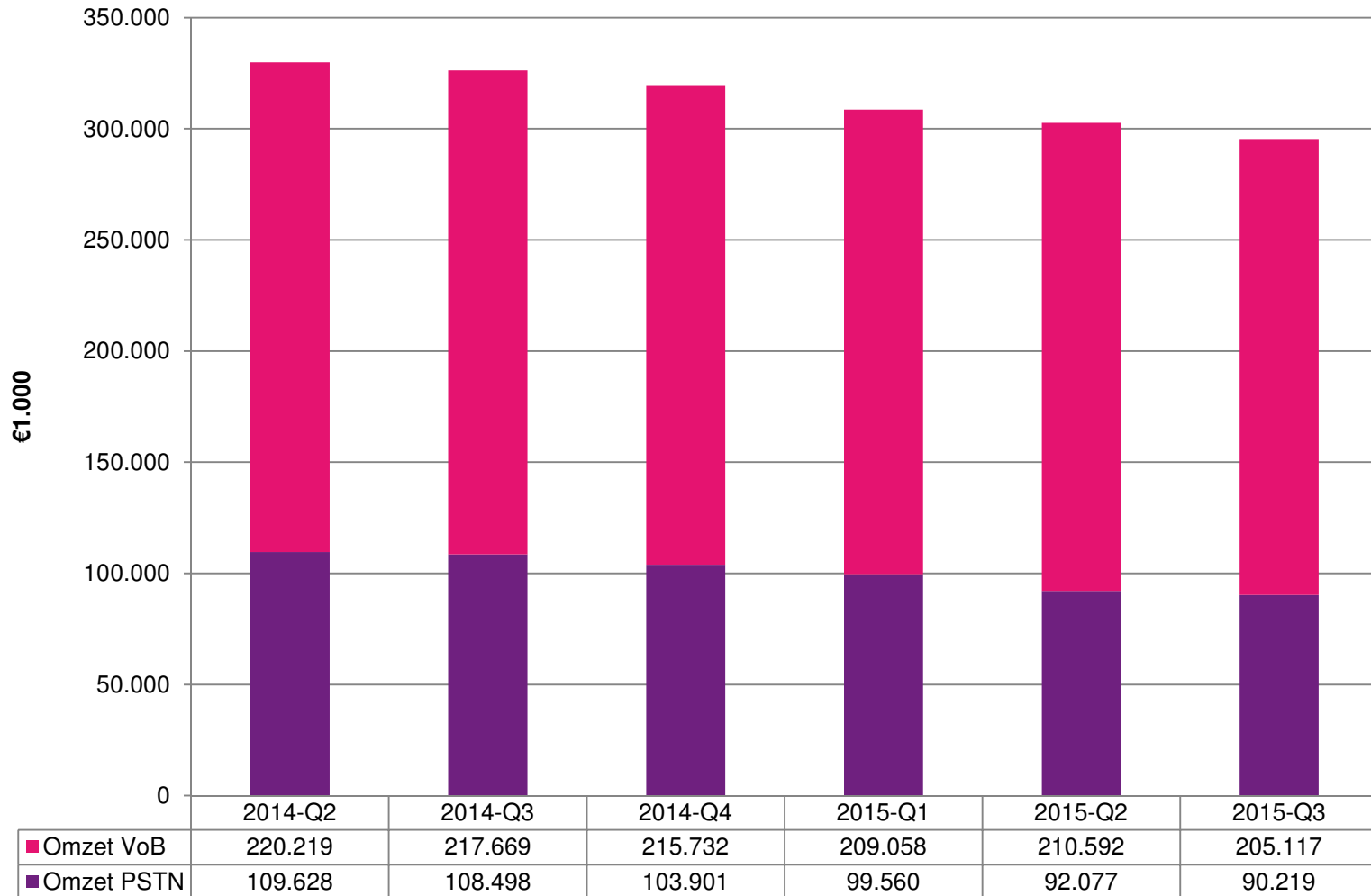
Retail churn enkelvoudige aansluitingen



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

Vaste telefonie

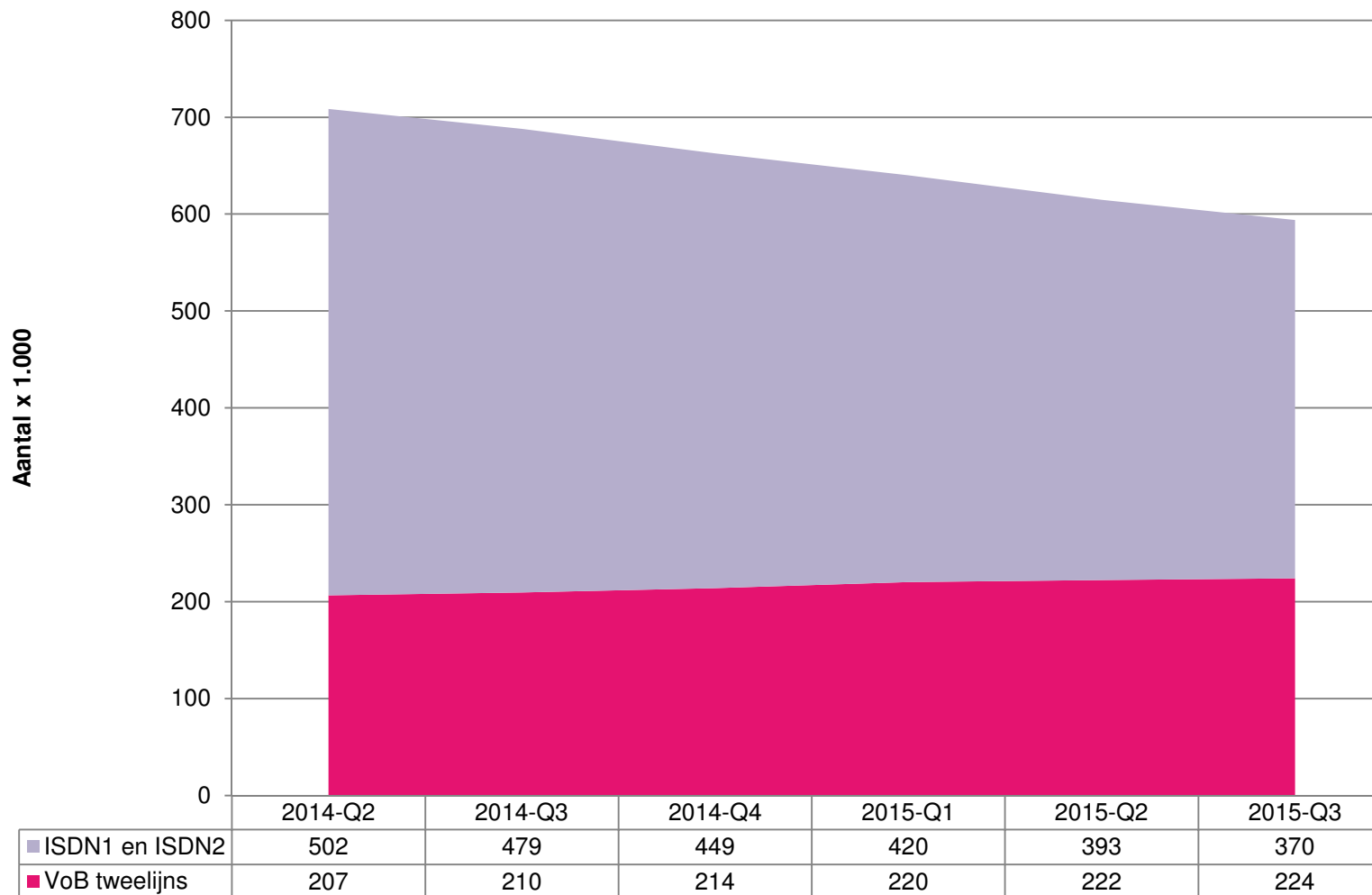
Retailomzet PSTN en VoB



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

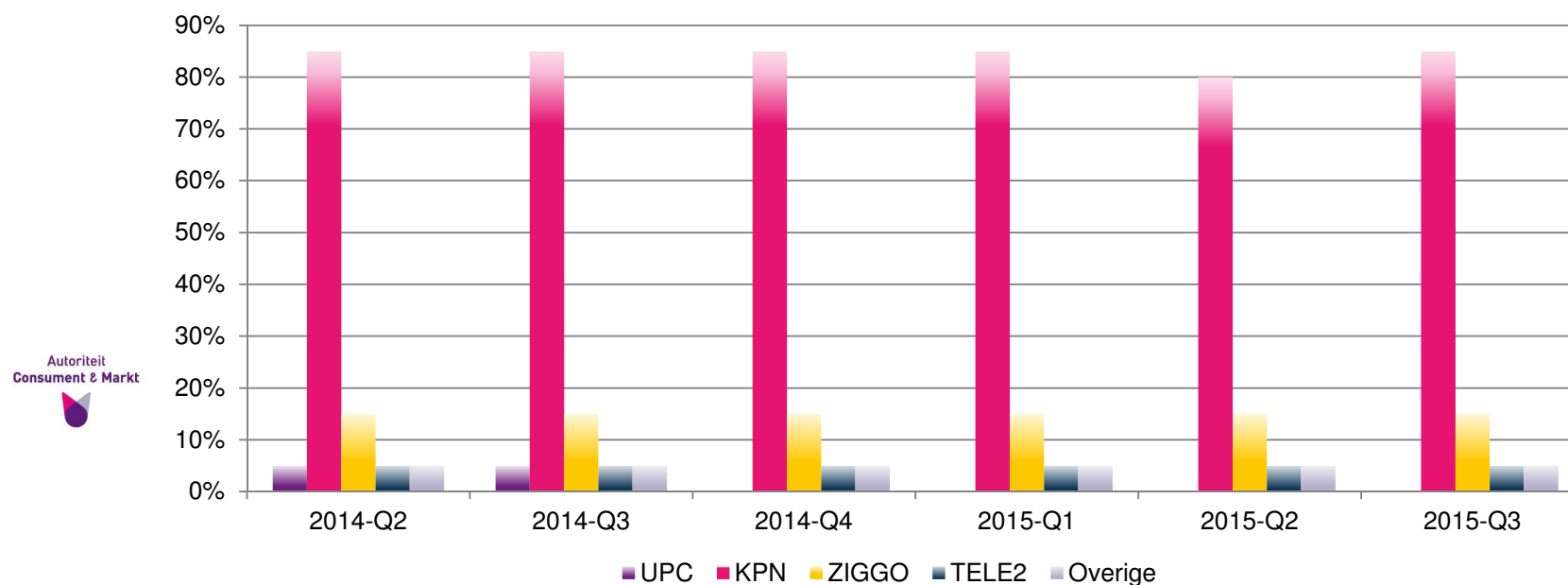
Retail tweevoudige aansluitingen



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

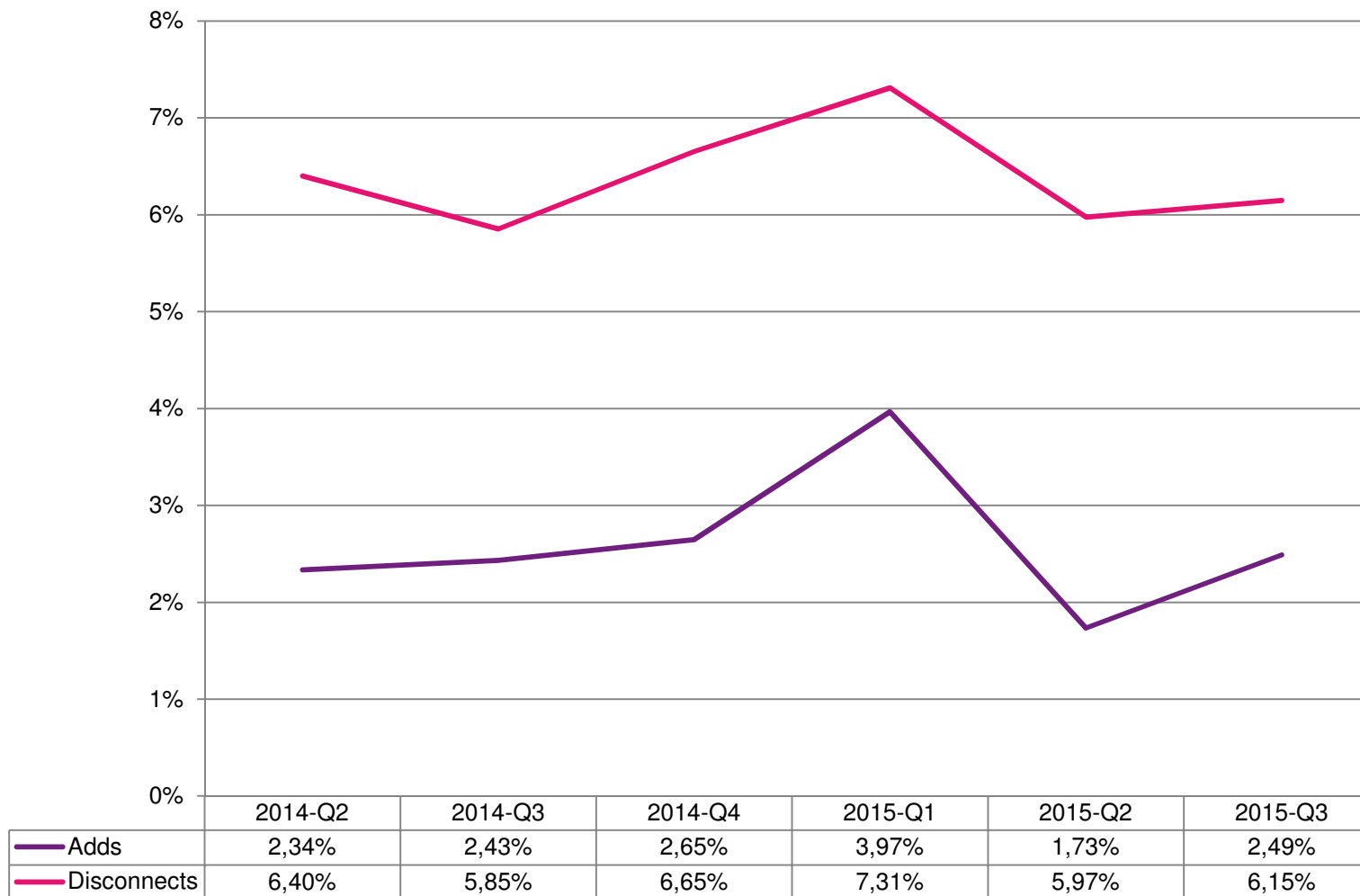


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
UPC	[0 - 5%]	[0 - 5%]	-	-	-	-
KPN	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[80 - 85%]	[75 - 80%]	[80 - 85%]
Ziggo	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[0 - 5%]	[0 -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

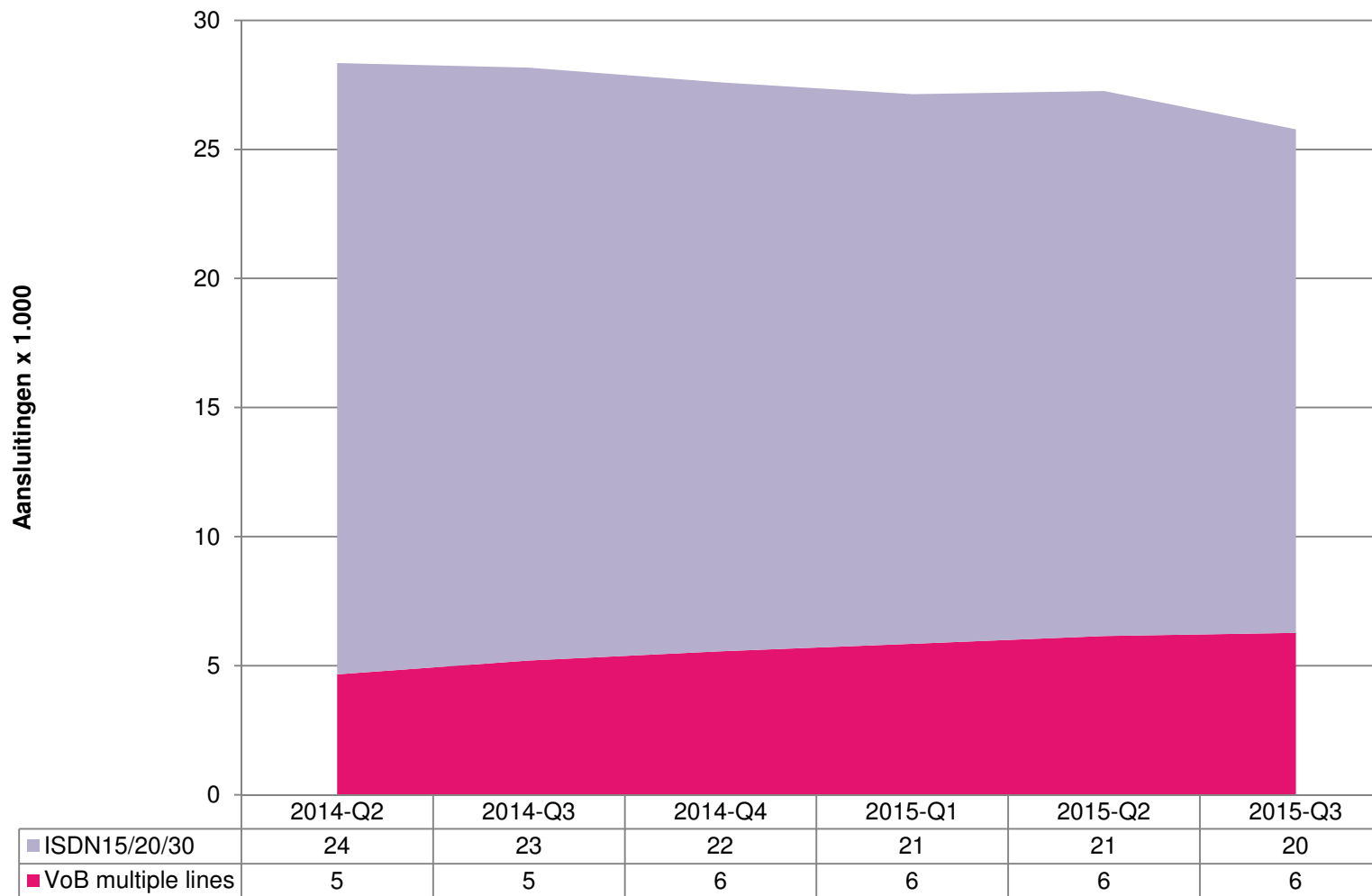
Retail churn tweevoudige aansluitingen



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

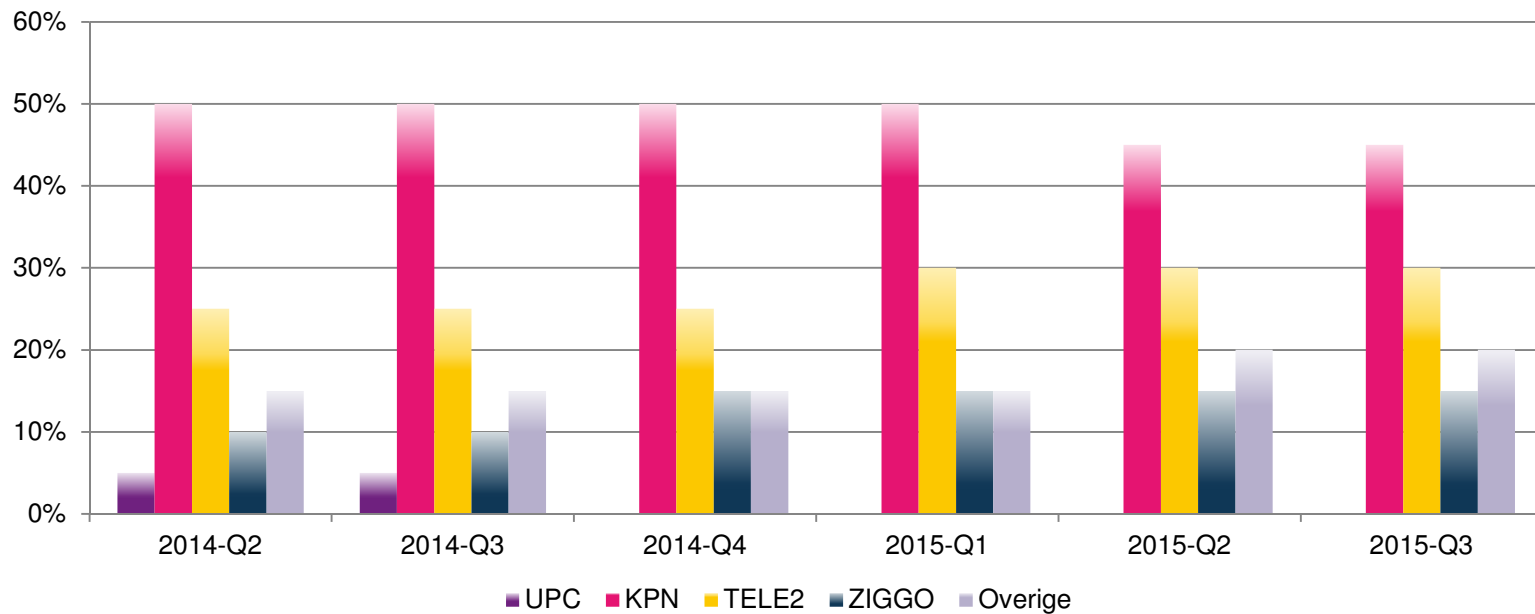
Retail meervoudige aansluitingen



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

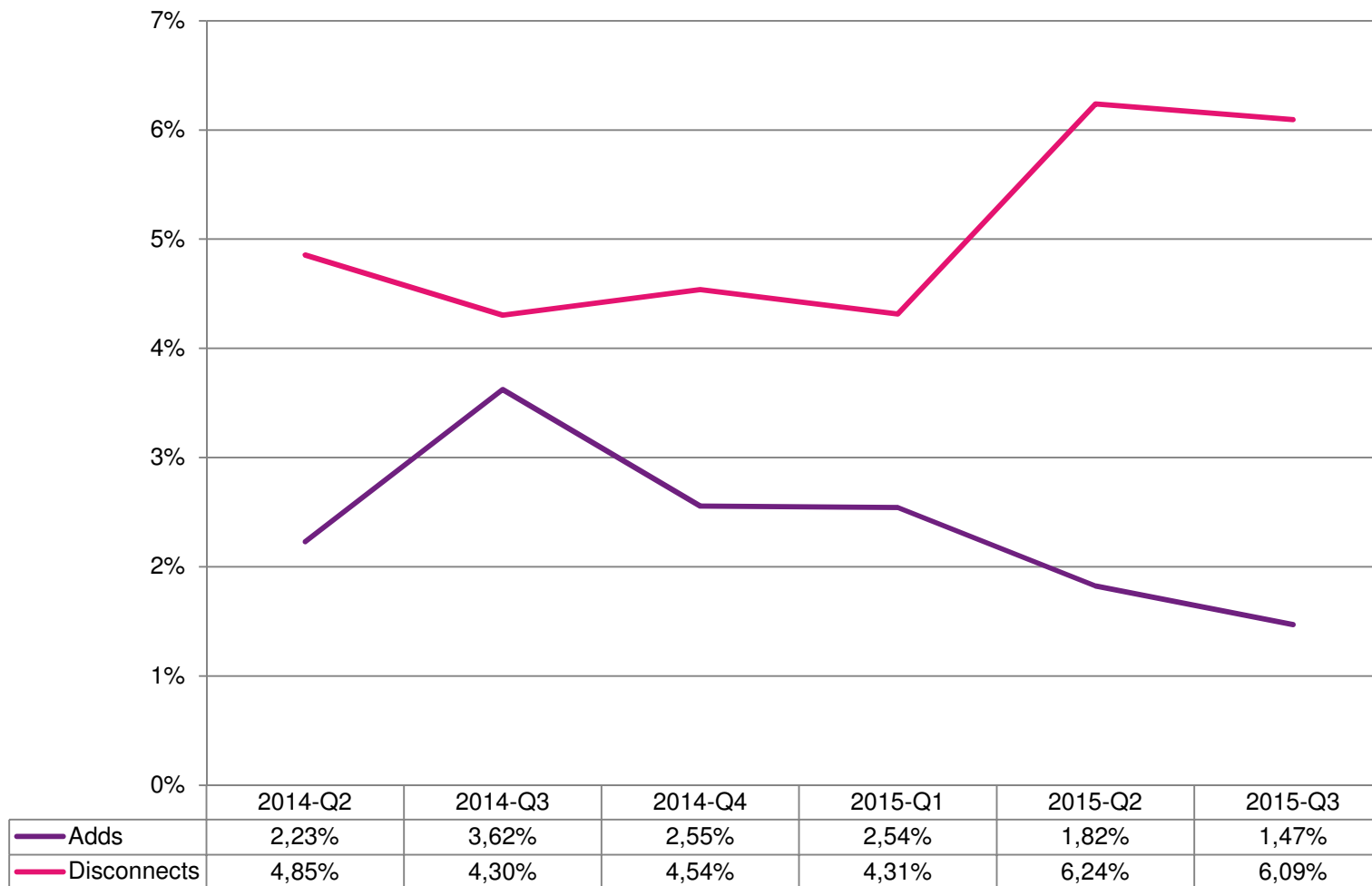


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
UPC	[0 - 5%]	[0 - 5%]	-	-	-	-
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Tele2	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]
Ziggo	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
Overige	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[15 - 20%]	[15 - 20%]

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

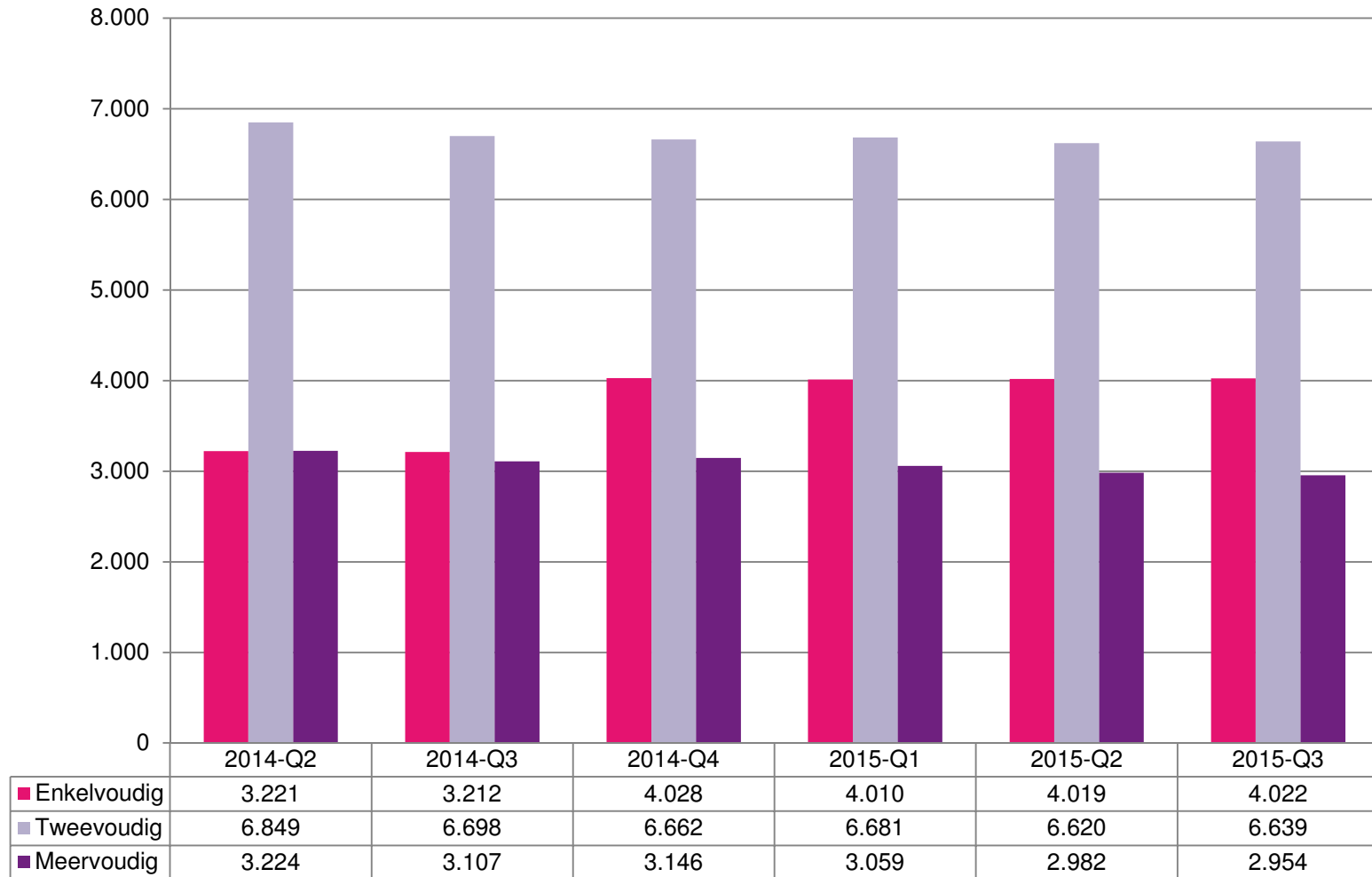
Retail churn meervoudige aansluitingen



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



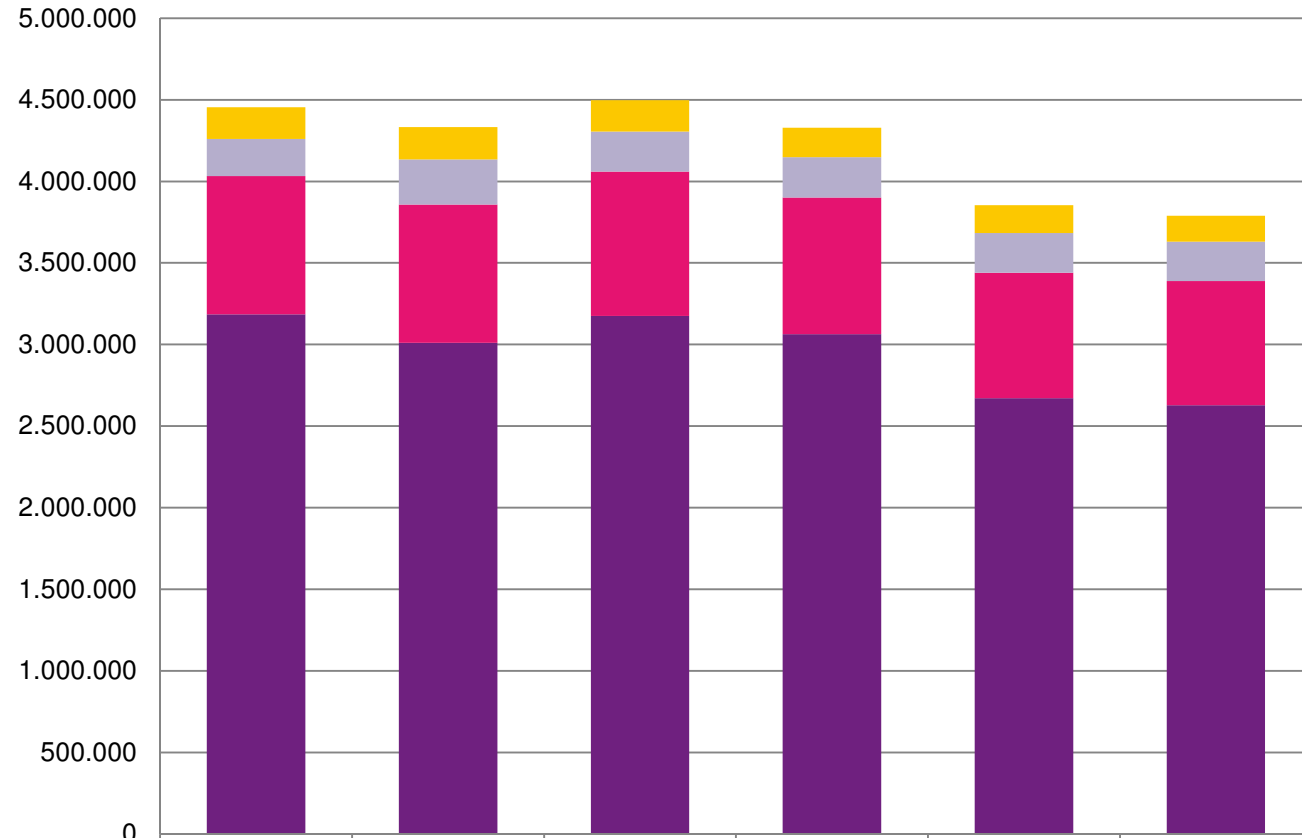
Op basis van vragen 20_A1_1_1-2-3-4-5-6, 20_A1_2_1-2-3-4-5-6, 20_A1_3_1-2-3-4-5-6, 20_A1_4_1-2-3-4-5-6, 20_A1_5_1-2-3-4-5-6, 20_A1_6_1-2-3-4-5-6, 20_A1_7_1-2-3-4-5-6, 20_A1_8_1-2-3-4-5-6 en 20_A1_9_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor

Vaste telefonie

Retailvolume belminuten



Aantal x1000

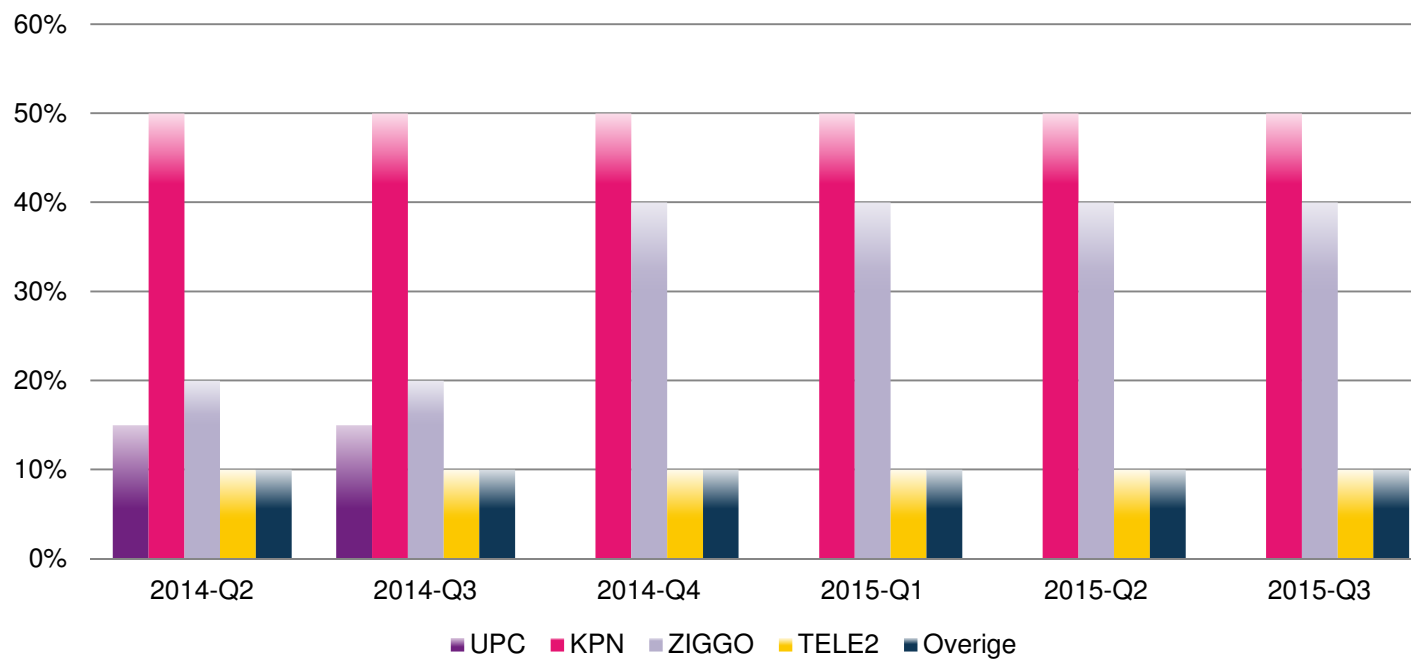


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Belminuten naar overig	194.665	199.203	193.012	181.022	172.170	157.429
■ Belminuten naar internationaal	227.429	275.824	244.938	247.419	242.712	242.124
■ Belminuten naar mobiel, nationaal	847.976	847.903	885.139	835.695	767.813	760.039
■ Belminuten naar vast, nationaal	3.184.965	3.010.463	3.174.697	3.064.483	2.672.080	2.628.878

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

Vaste telefonie

Retailmarktaandeel o.b.v. belminuten

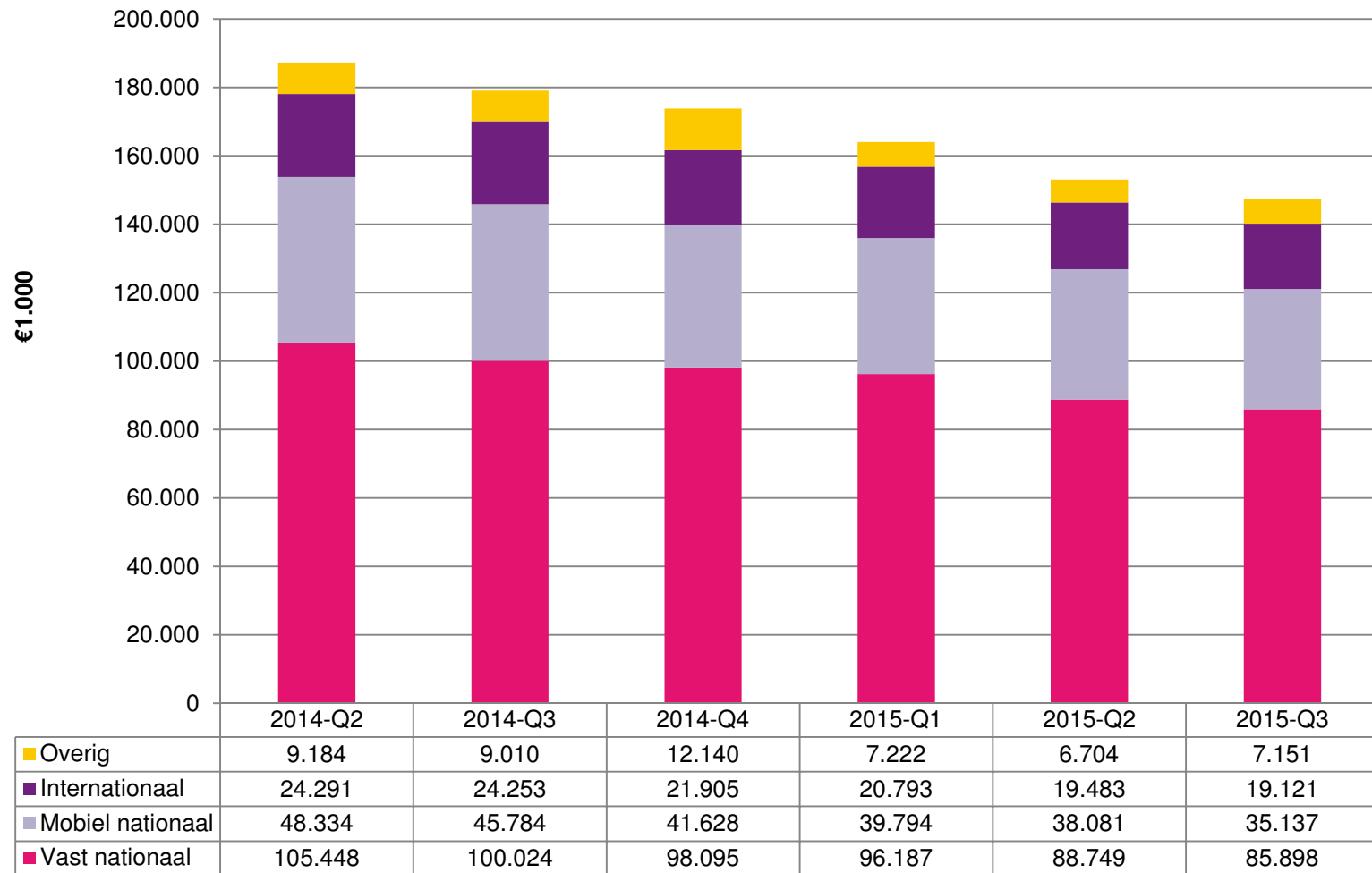


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[15 - 20%]	[15 - 20%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
UPC	[10 - 15%]	[10 - 15%]	-	-	-	-
Tele2	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[5 - 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

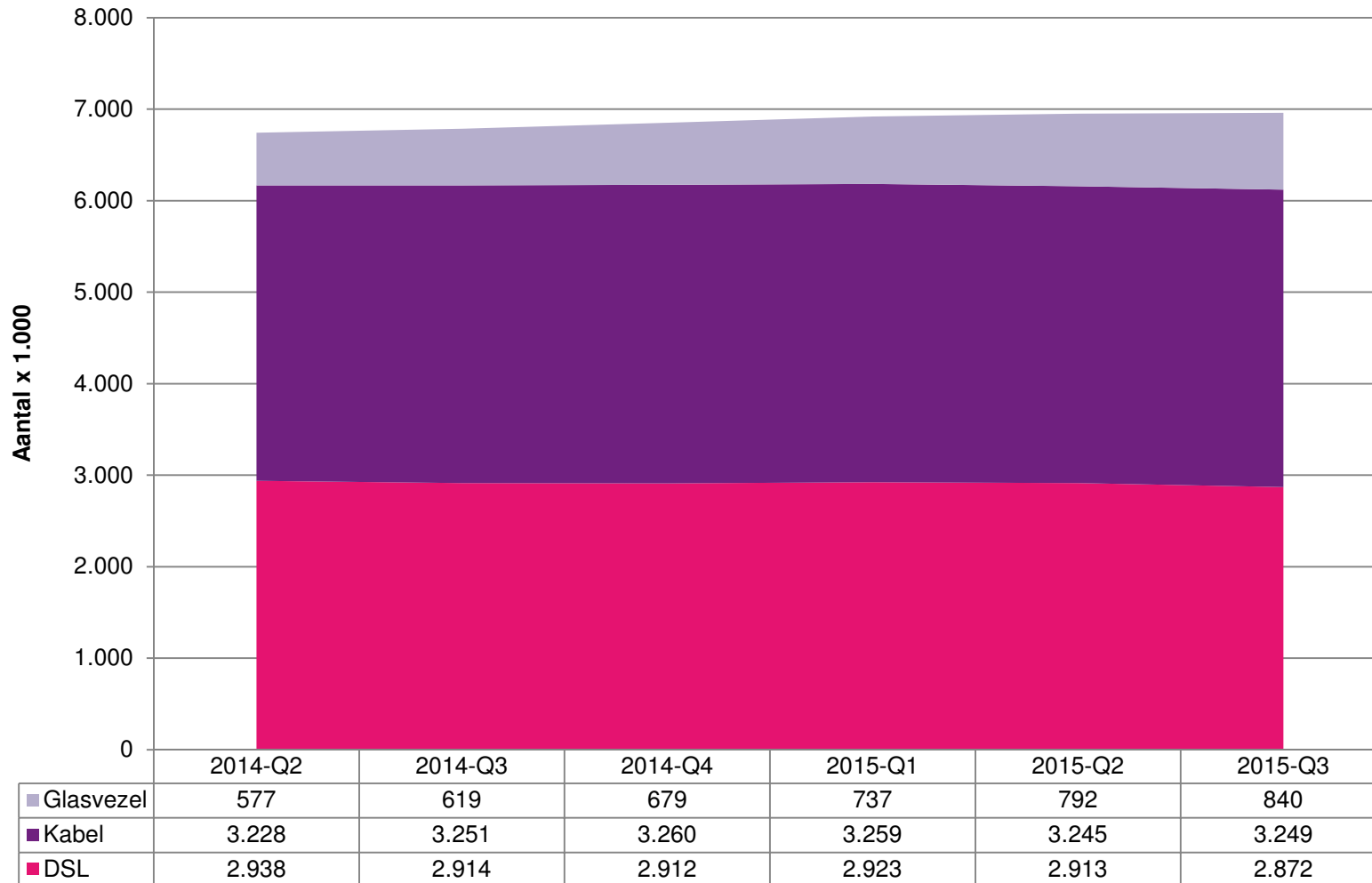
Retailomzet naar type verkeer



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

Breedband

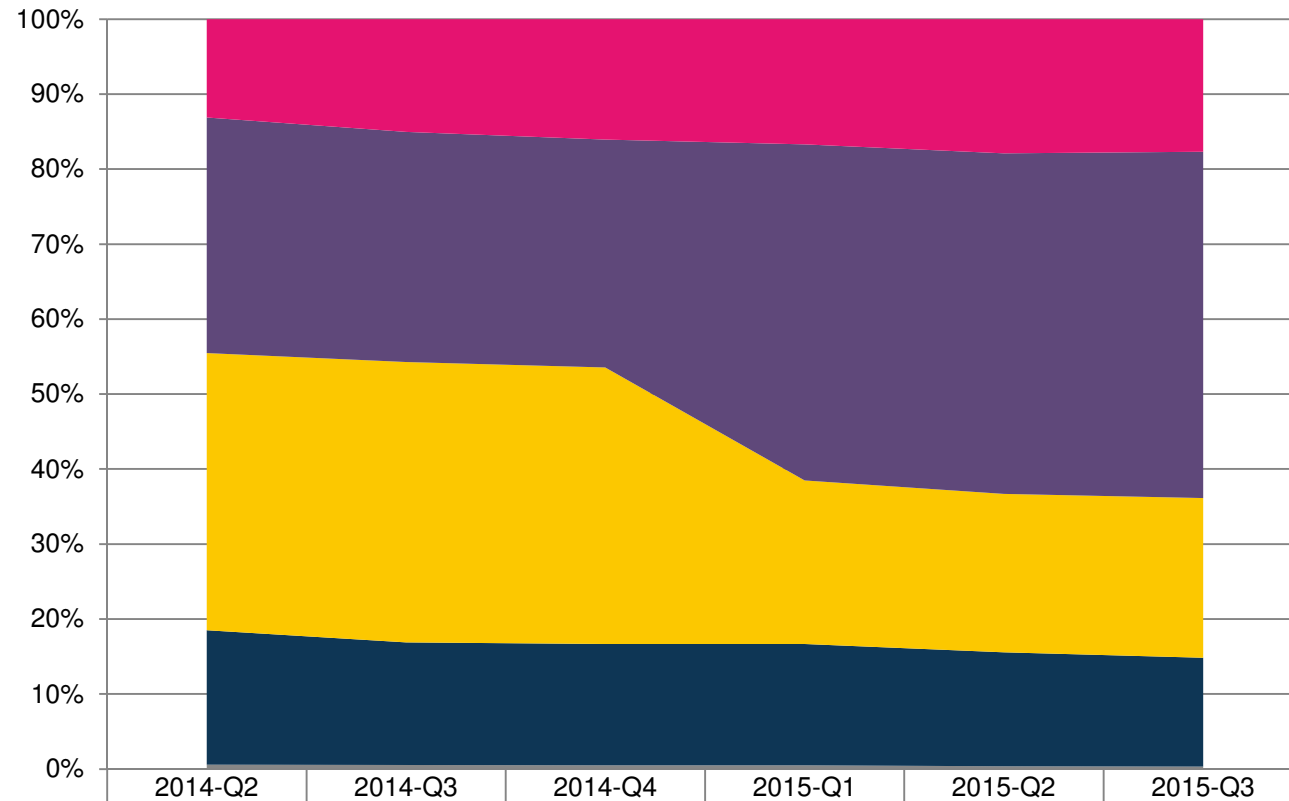
Retailaansluitingen per type



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



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ ≥ 100 Mbps	13%	15%	16%	17%	18%	18%
■ ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	31%	31%	30%	45%	45%	46%
■ ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	37%	37%	37%	22%	21%	21%
■ ≥ 2Mbps, < 10 Mbps	18%	16%	16%	16%	15%	15%
■ < 2 Mbps	1%	1%	1%	0,5%	0,4%	0,3%

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



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ DSL ≥ 100 Mbps	0	1	1	1	2	2
■ DSL ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	479	483	514	528	580	607
■ DSL ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	1.279	1.349	1.318	1.302	1.281	1.256
■ DSL ≥ 2Mbps, < 10 Mbps	1.142	1.045	1.046	1.059	1.027	982
■ DSL < 2 Mbps	37	35	33	33	24	23

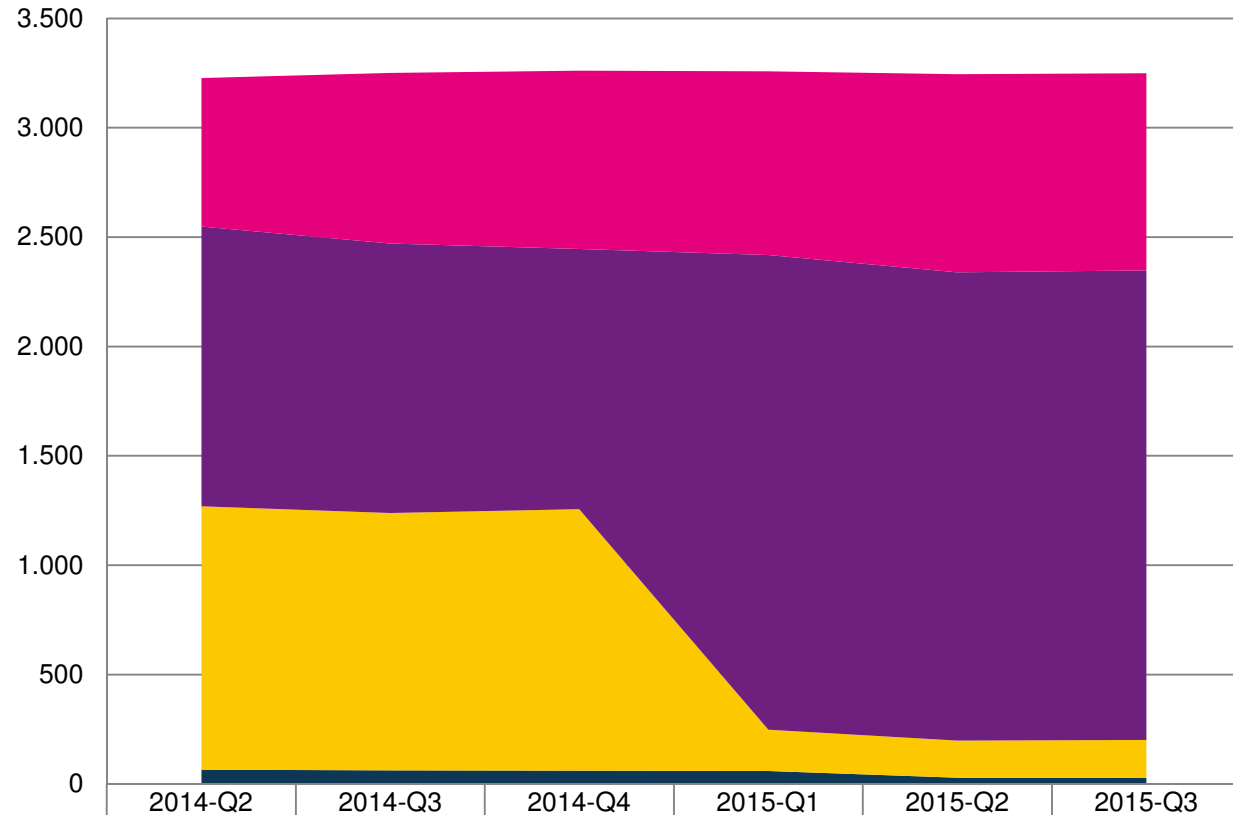
Op basis van vragen 30_A1_1_1-2-3-4-5 en 30_A1_2_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail kabelaan sluitingen naar snelheid



Aantal x 1000



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Kabel ≥ 100 Mbps	679	781	815	840	905	900
■ Kabel ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	1.279	1.232	1.190	2.170	2.141	2.147
■ Kabel ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	1.205	1.177	1.196	189	170	175
■ Kabel ≥ 2 Mbps, < 10 Mbps	64	62	60	59	28	26
■ Kabel < 2 Mbps	0,6	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3

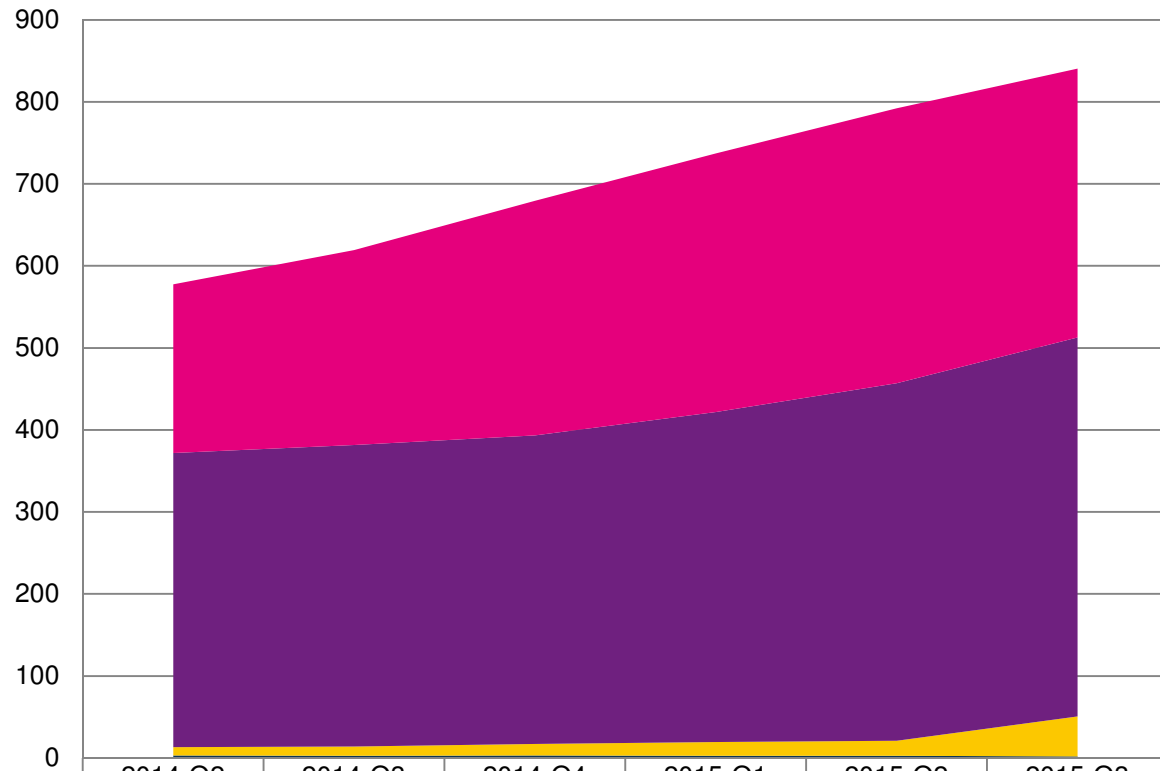
Op basis van vragen 30_A1_3_1-2-3-4-5 van de Telecommonitor
Snelheid op basis van geadverteerde snelheid

Breedband

Retail glasvezelaansluitingen naar snelheid



Aantal x 1000

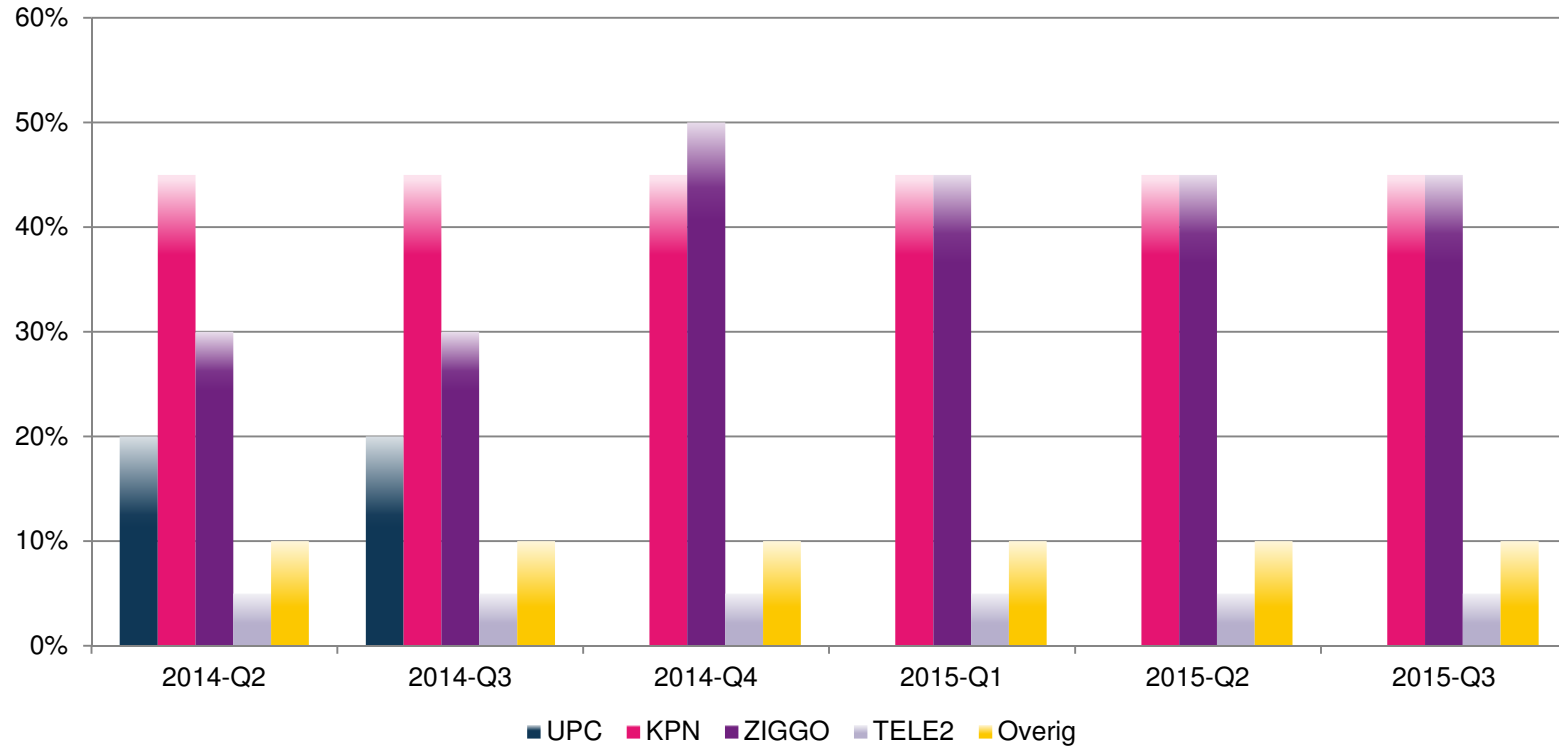


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Glasvezel ≥ 100 Mbps	205	238	286	315	335	328
■ Glasvezel ≥ 30 Mbps, < 100 Mbps	359	367	376	402	436	462
■ Glasvezel ≥ 10 Mbps, < 30 Mbps	10	12	14	17	18	49
■ Glasvezel ≥ 2 Mbps, < 10 Mbps	2	2	2	2	2	2
■ Glasvezel < 2 Mbps	1	1	1	1	1	0,2

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

Breedband

Retailmarktaandeel aansluitingen

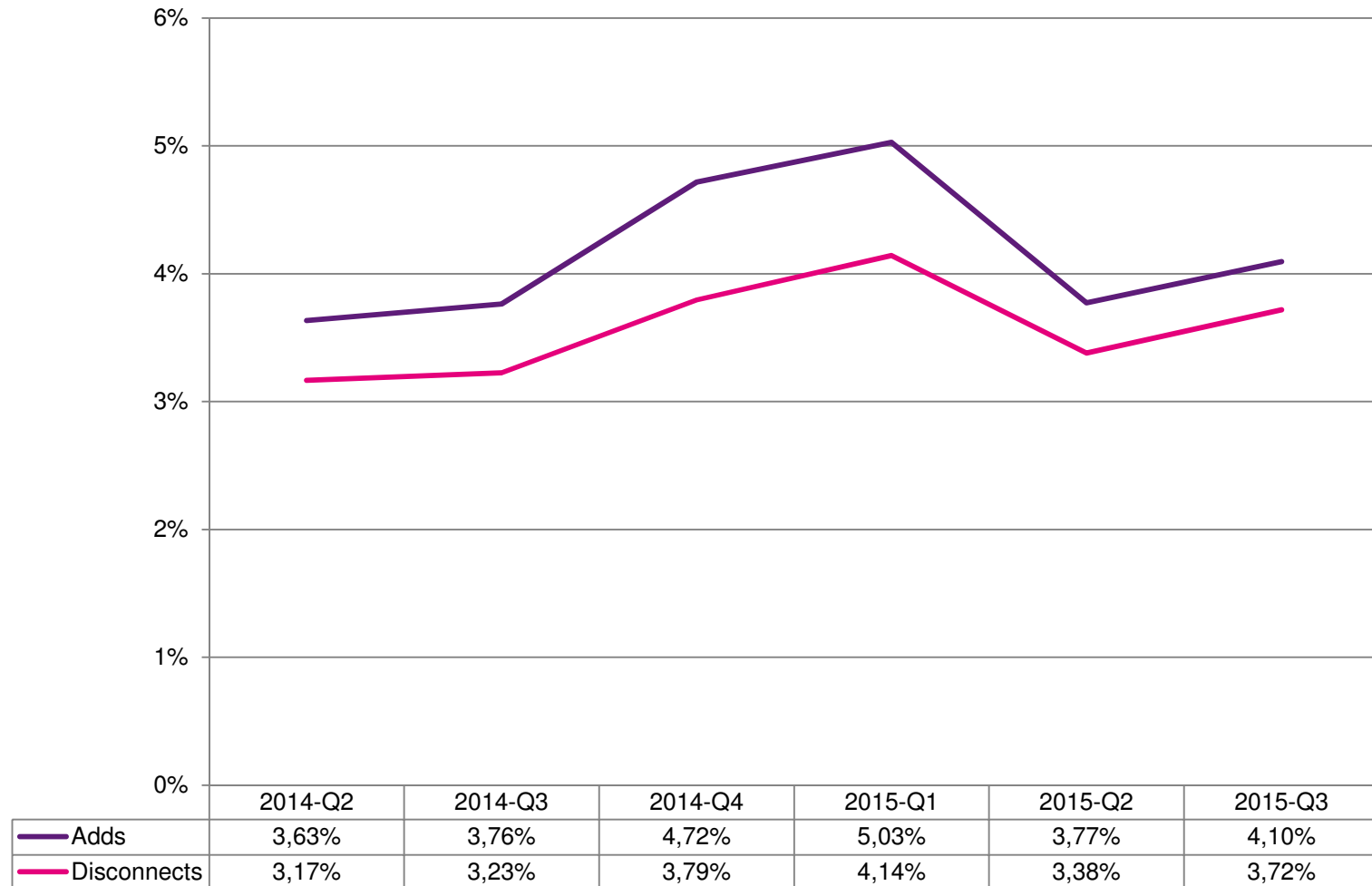


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
Ziggo	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[45 - 50%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-	-	-
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overig	[5 - 10%]	[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

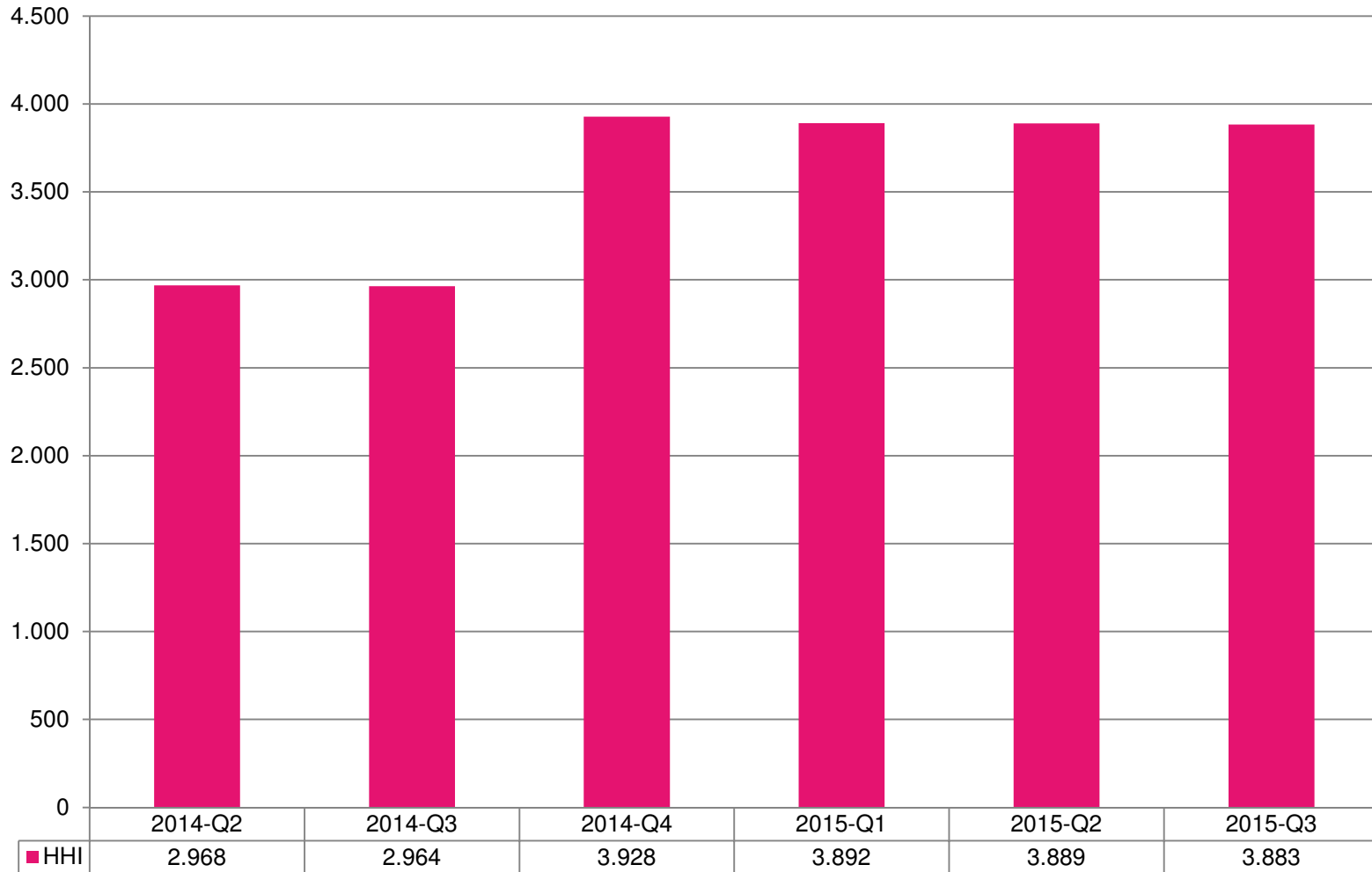
Retail churn o.b.v. aansluitingen



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

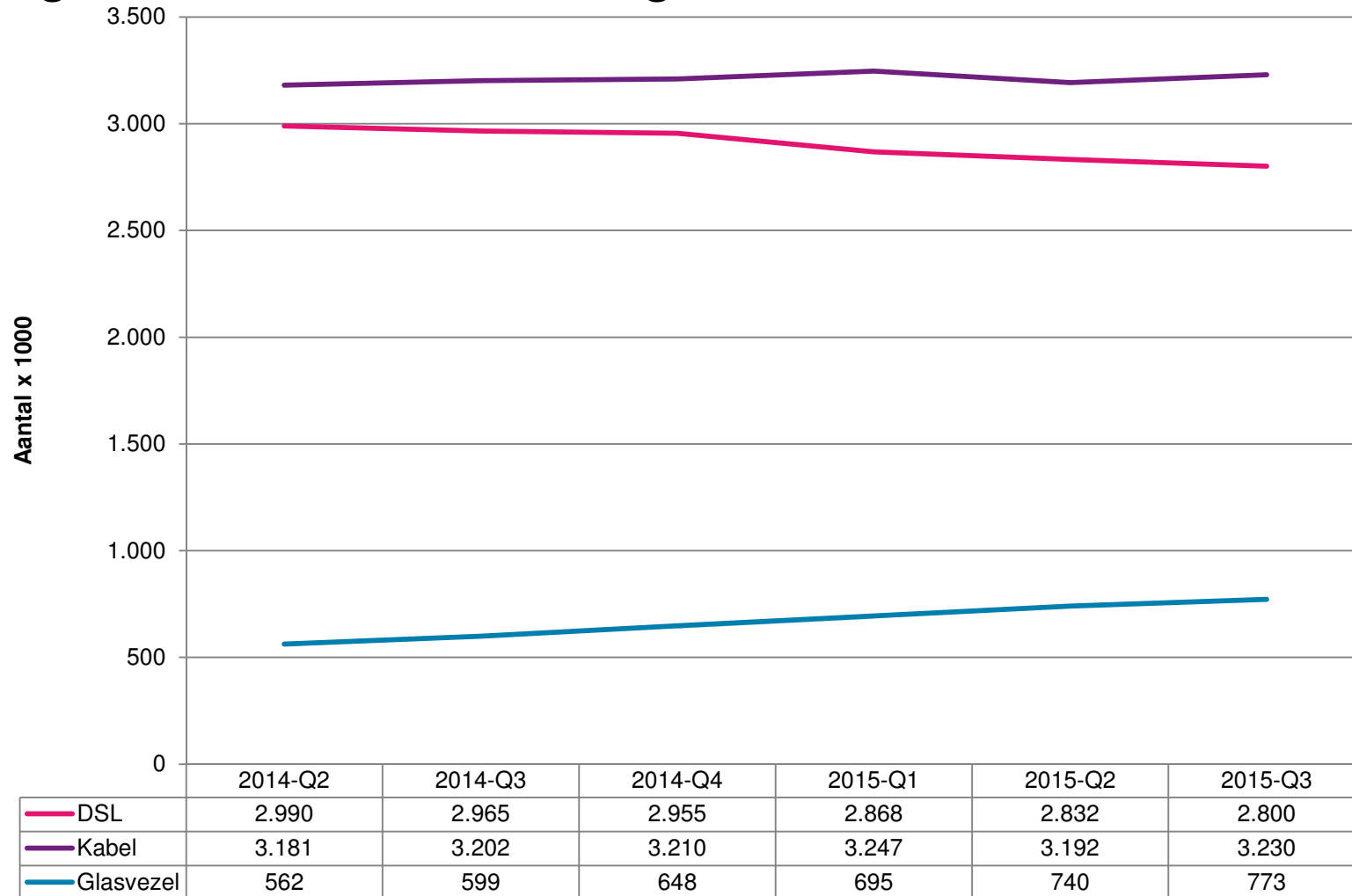
Hirschman Herfindahl index o.b.v. retail aansluitingen



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

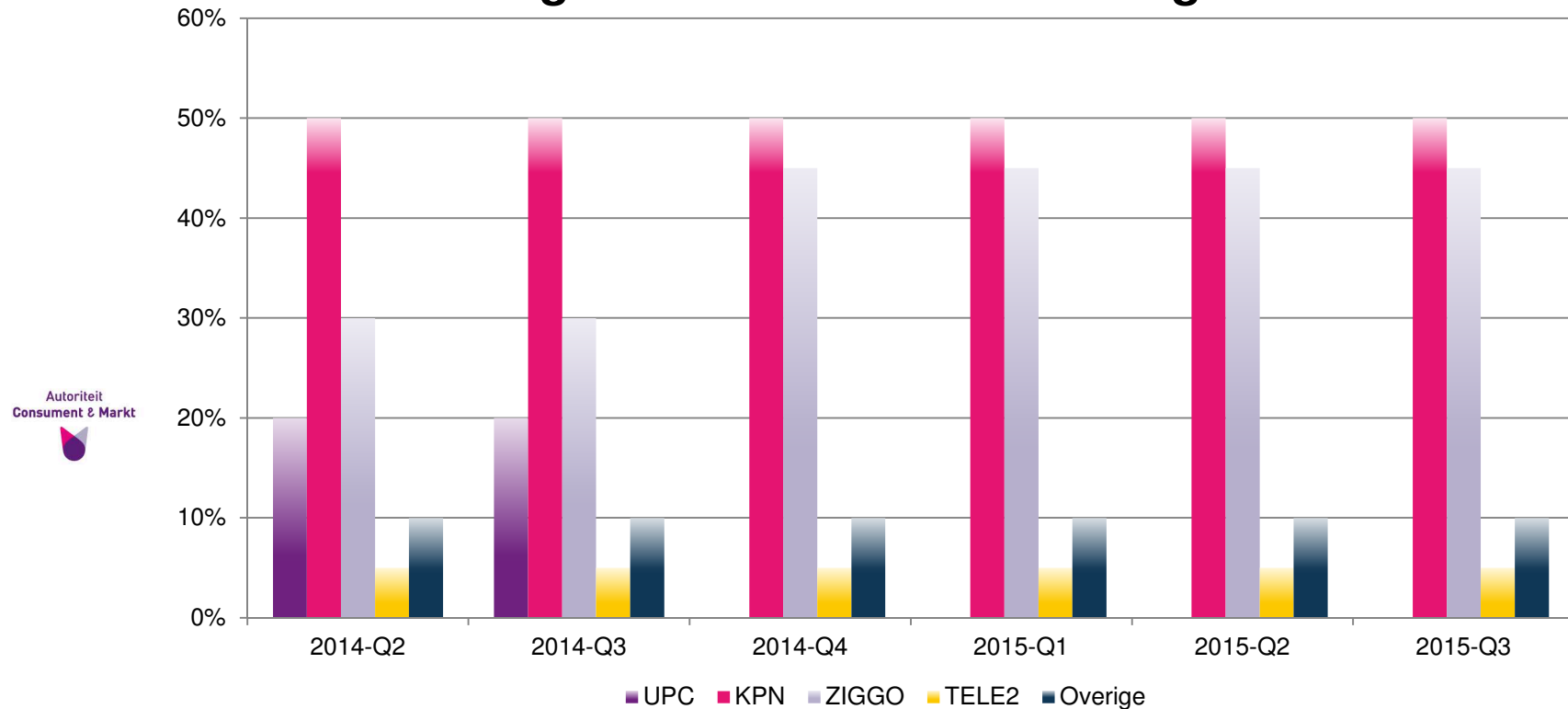
Lage kwaliteit WBT aansluitingen



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

Breedband

Marktaandeel lage kwaliteit WBT-aansluitingen



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Ziggo	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]	[40 - 45%]
UPC	[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%]

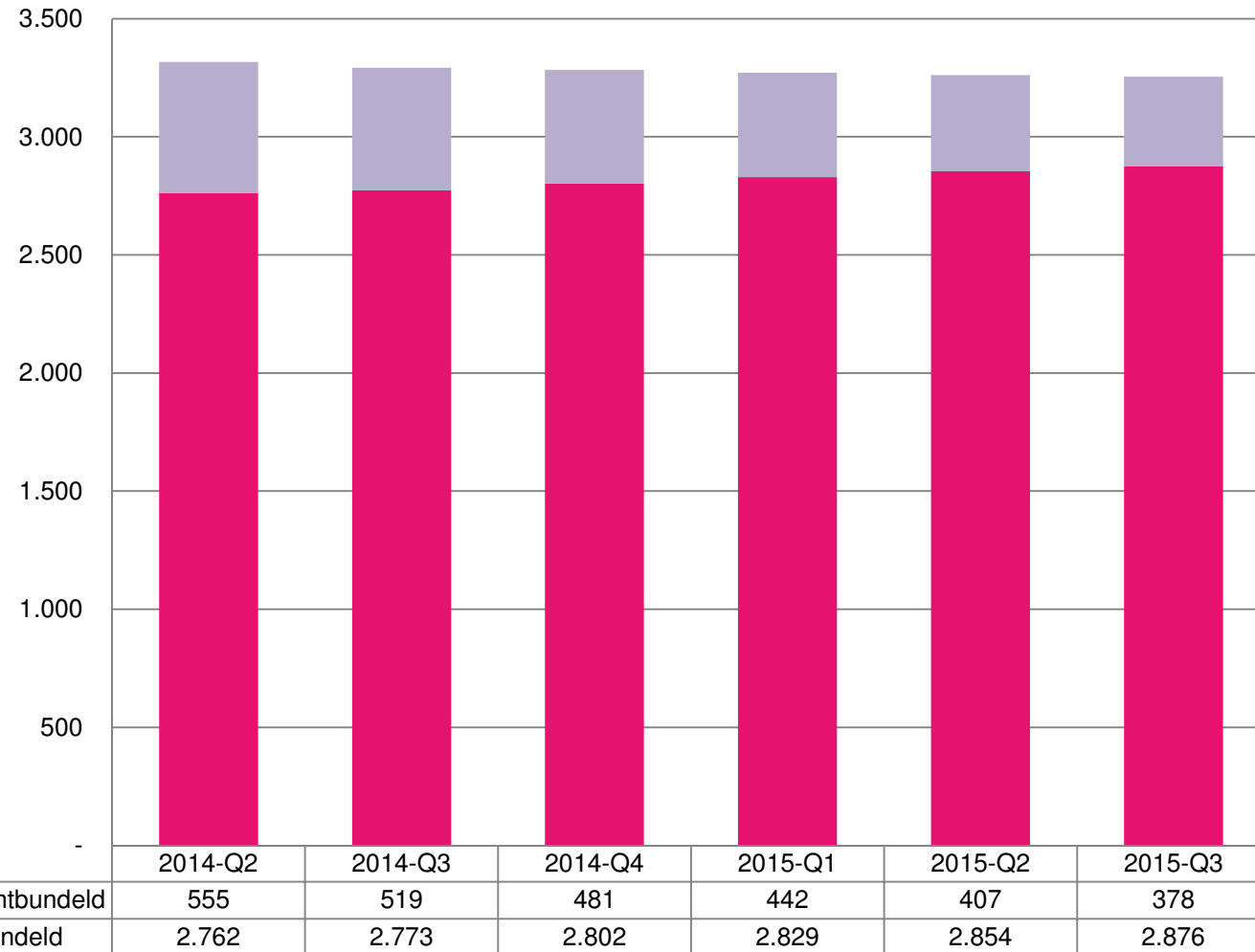
Op basis van vragen 30_B3_1_b-c-d-e en 30_B3_2_1-2-3-4 van de Telecommonitor

Breedband

Ontbundelde SDF- en MDF-aansluitingen per type



Aantal x1000



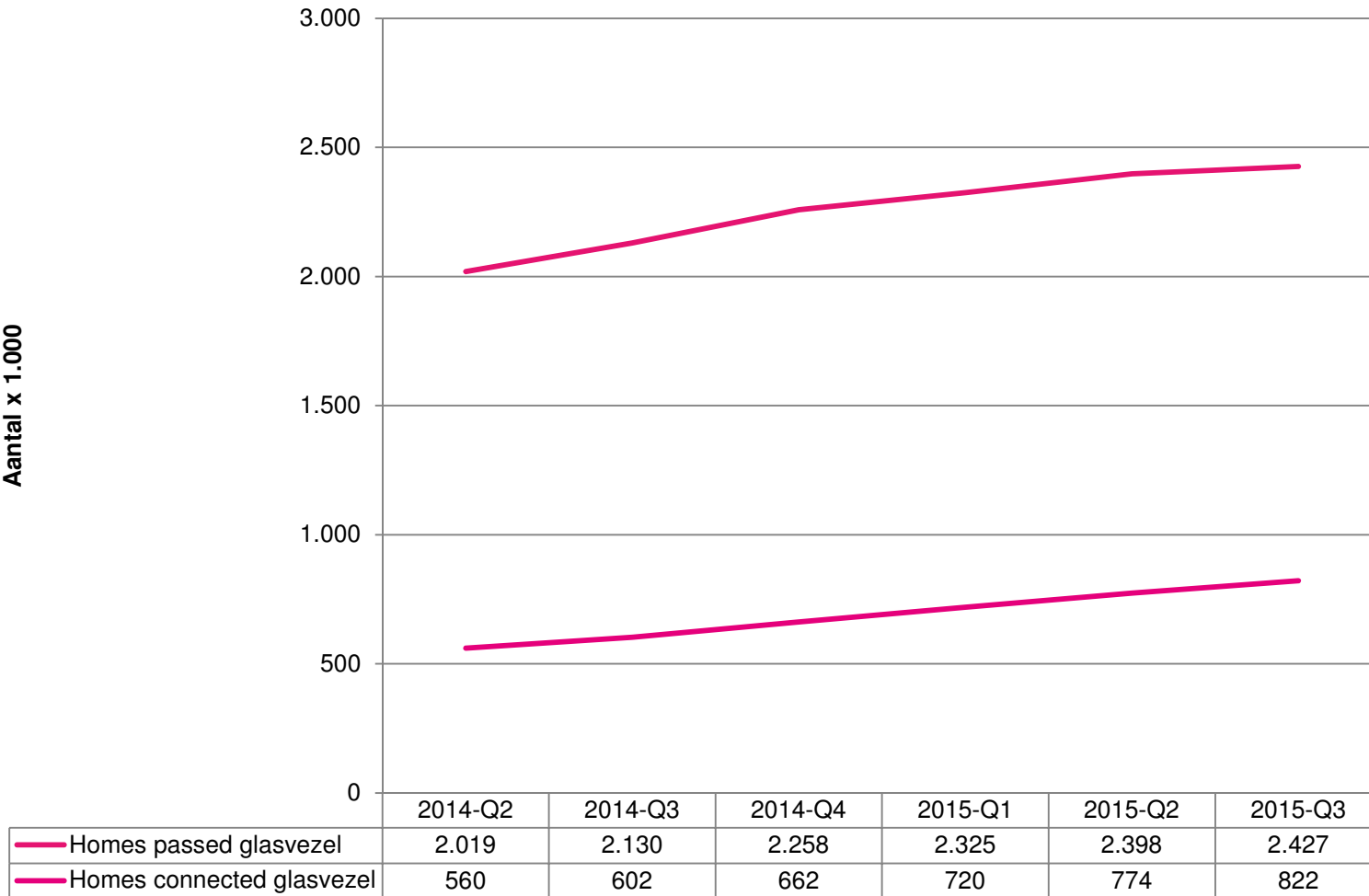
Op basis van vragen 30_B1_1_b-c van de Telecommonitor

Breedband

Homes passed en connected (FttH)



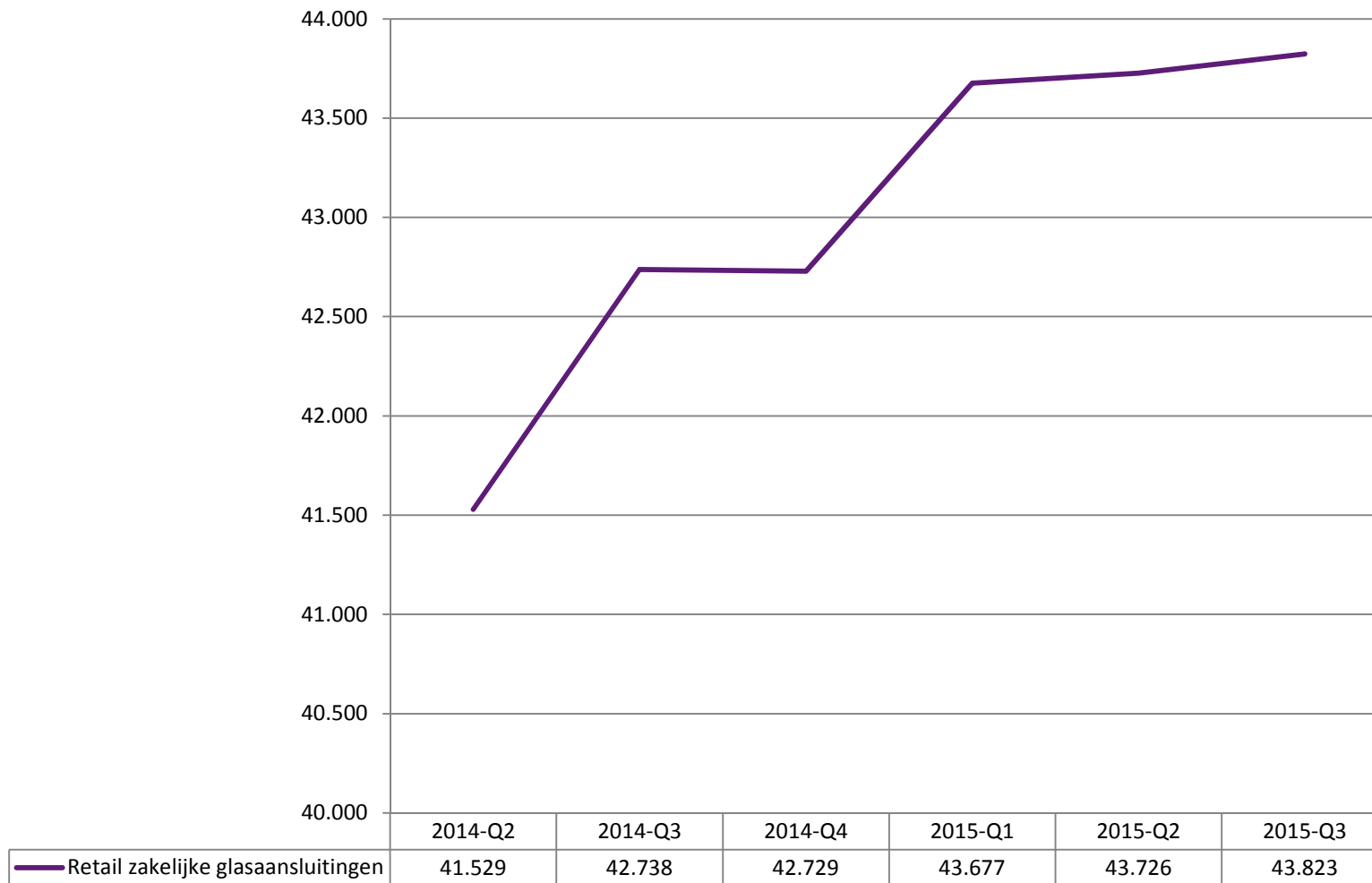
Aantal x 1.000



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

Zakelijke netwerkdiensten

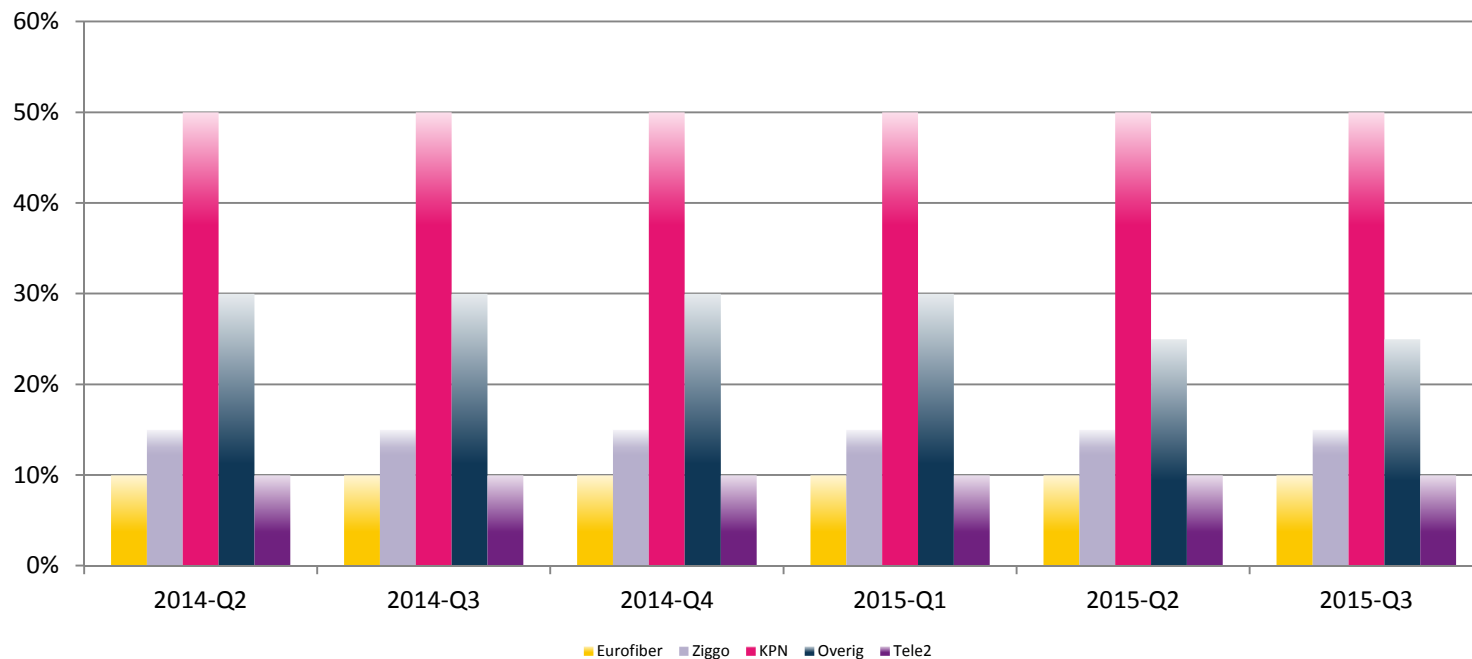
Retail zakelijke glasaansluitingen



Op basis van vragen 30_A2_1_1 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

Marktaandeel retail zakelijke glasaansluitingen



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
Eurofiber	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]

Op basis van vragen 30_A2_1_1 van de Telecommonitor

Zakelijke netwerkdiensten

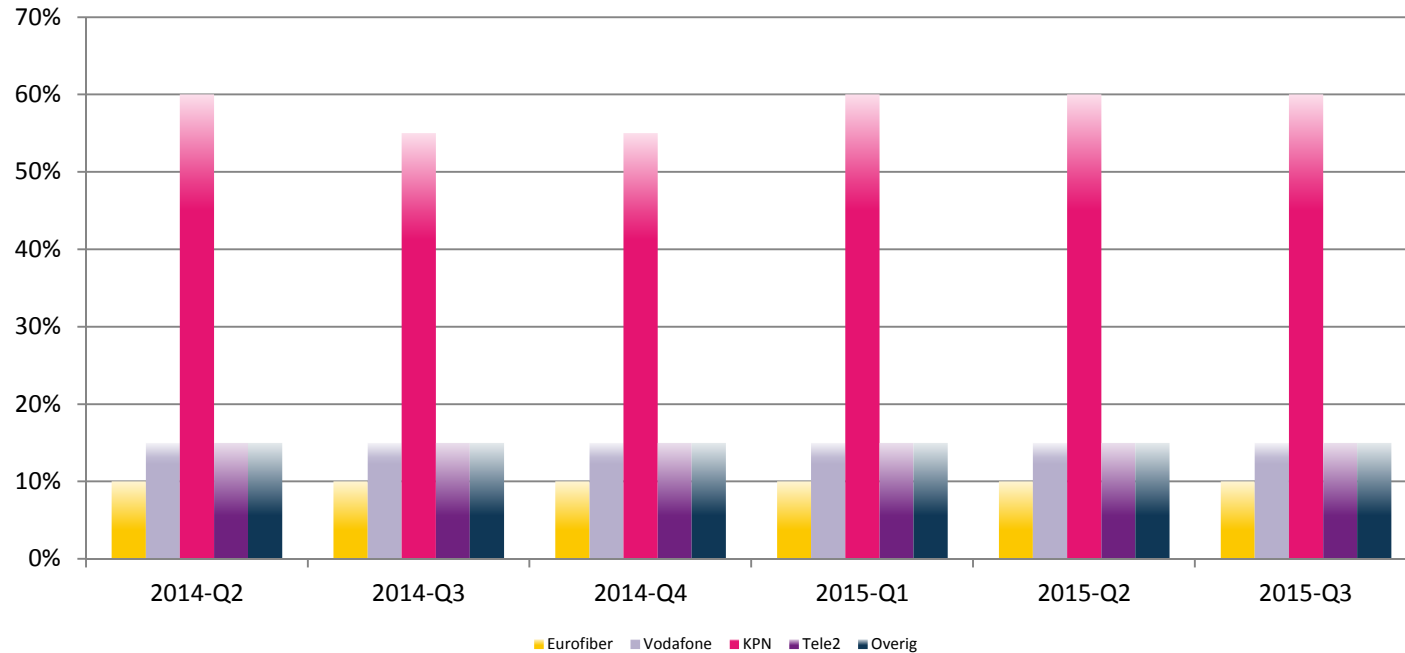
Retail zakelijke netwerkdiensten



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

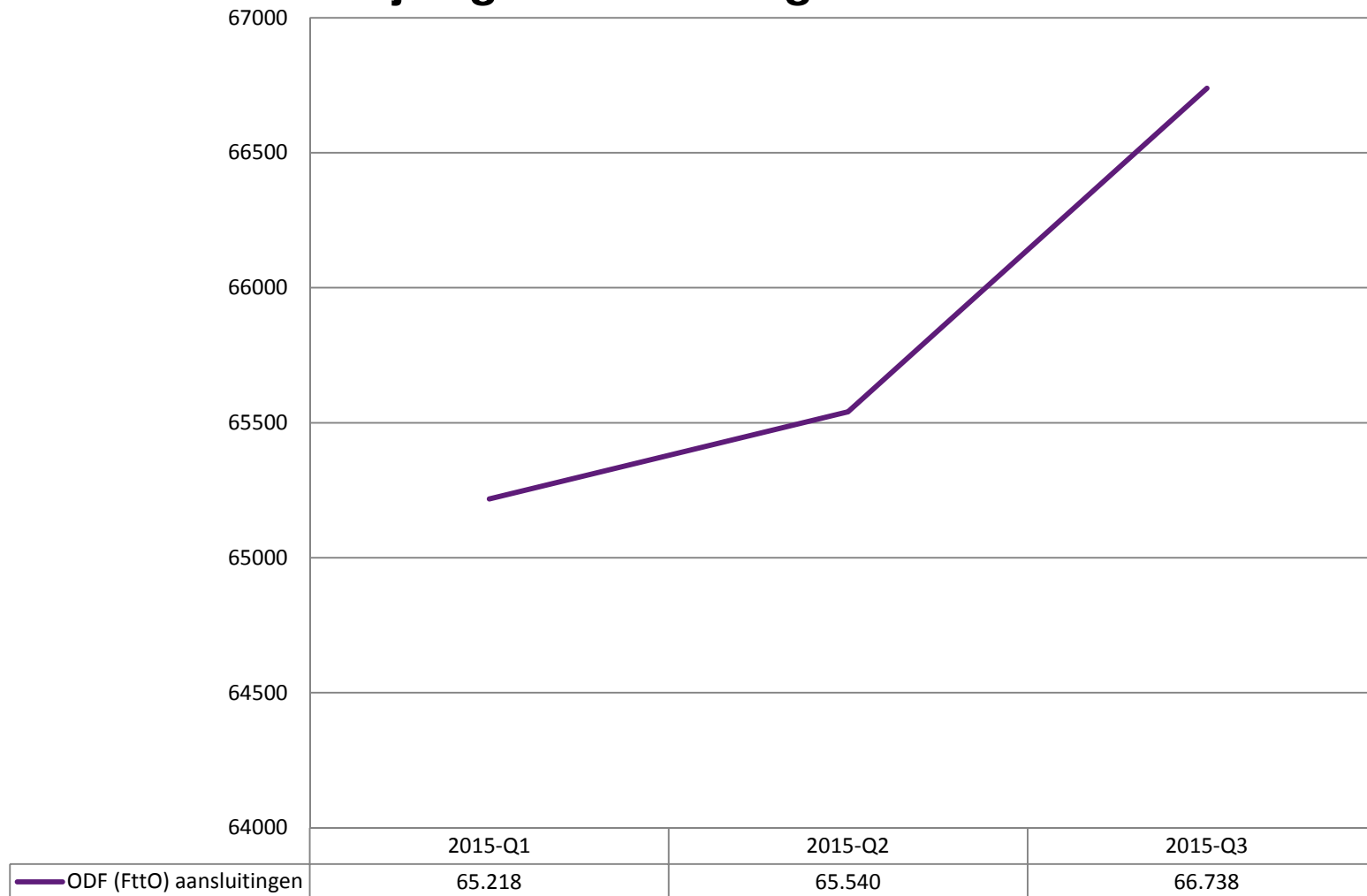


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
Eurofiber	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Vodafone	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[55 - 60%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]	[55 - 60%]
Tele2	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]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

Zakelijke netwerkdiensten

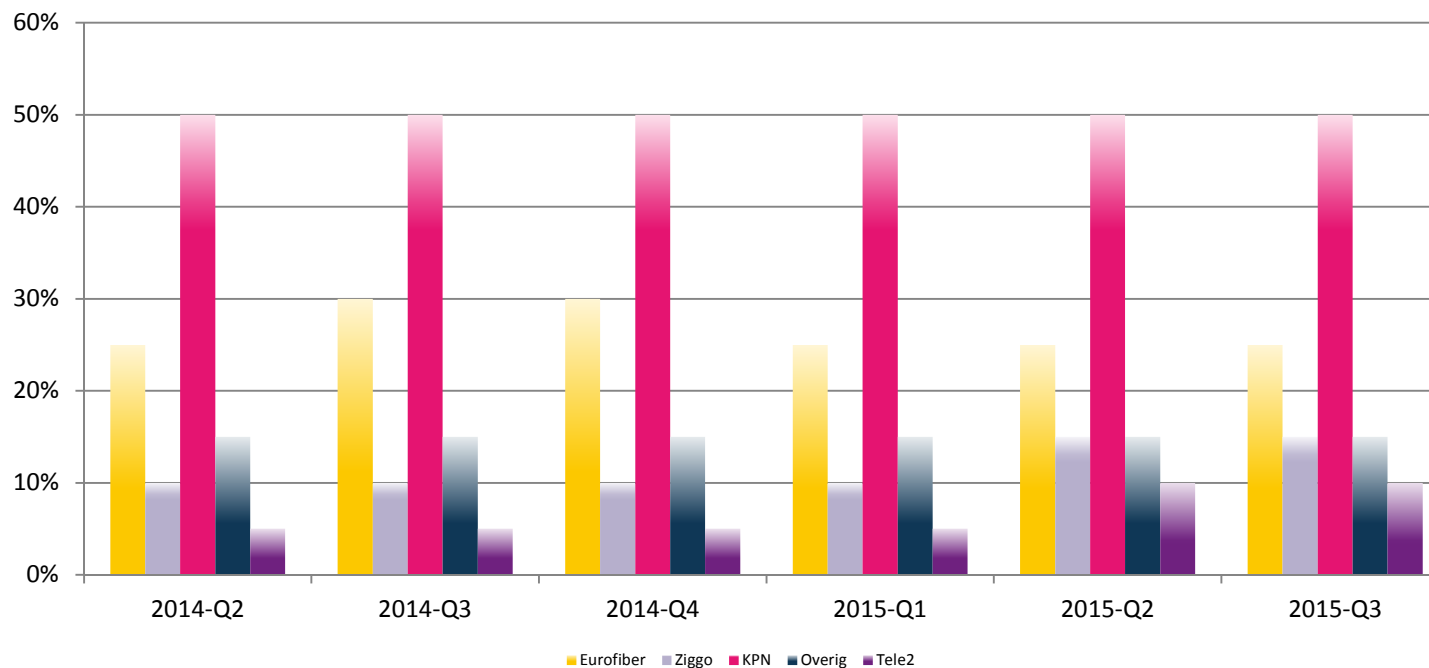
Wholesale zakelijke glasaansluitingen



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

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel zakelijke glasaansluitingen

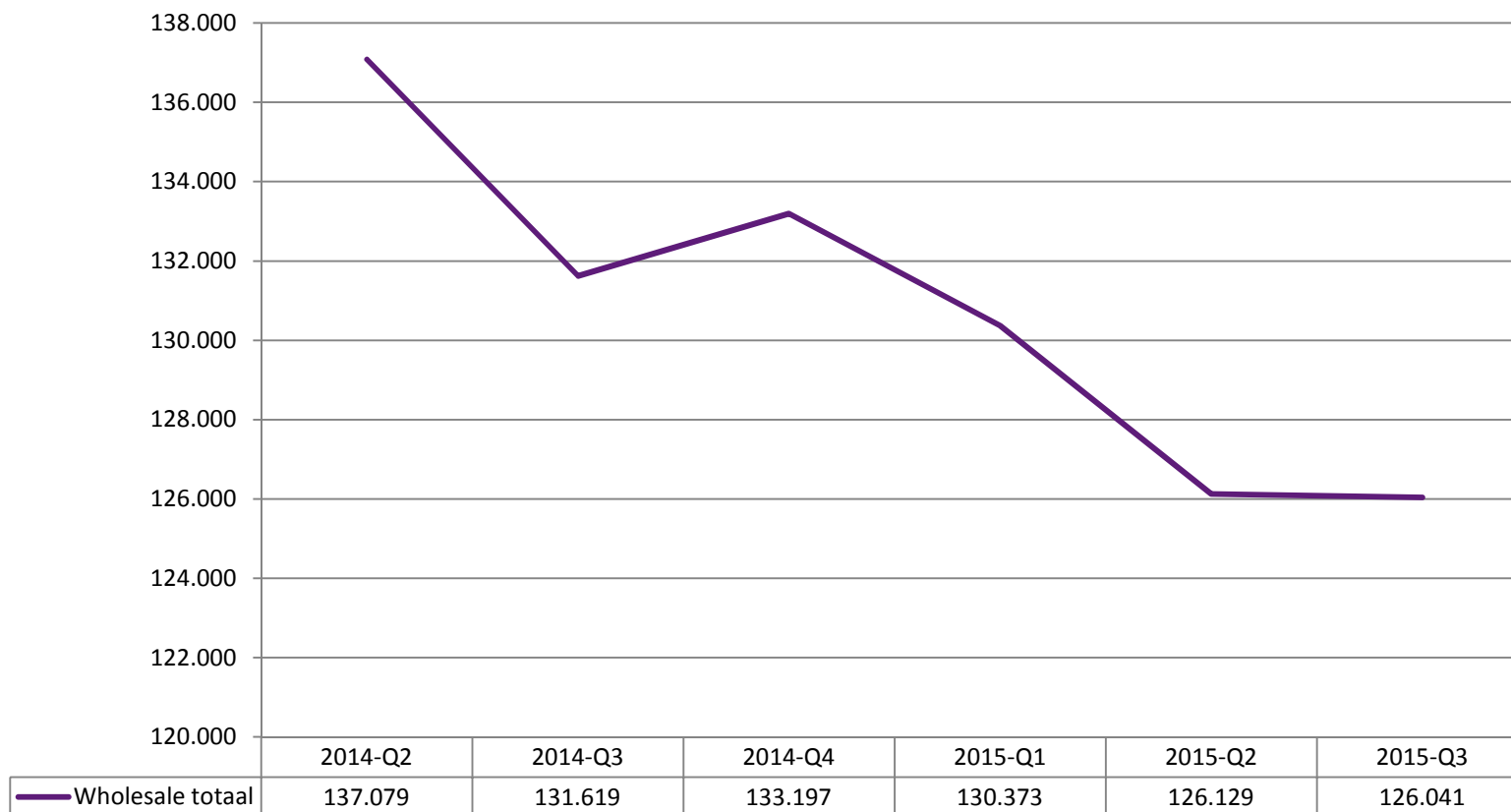


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
Eurofiber	[20 - 25%]	[25 - 30%]	[25 - 30%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]	[20 - 25%]
Ziggo	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]
KPN	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]	[10 - 15%]

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

Zakelijke netwerkdiensten

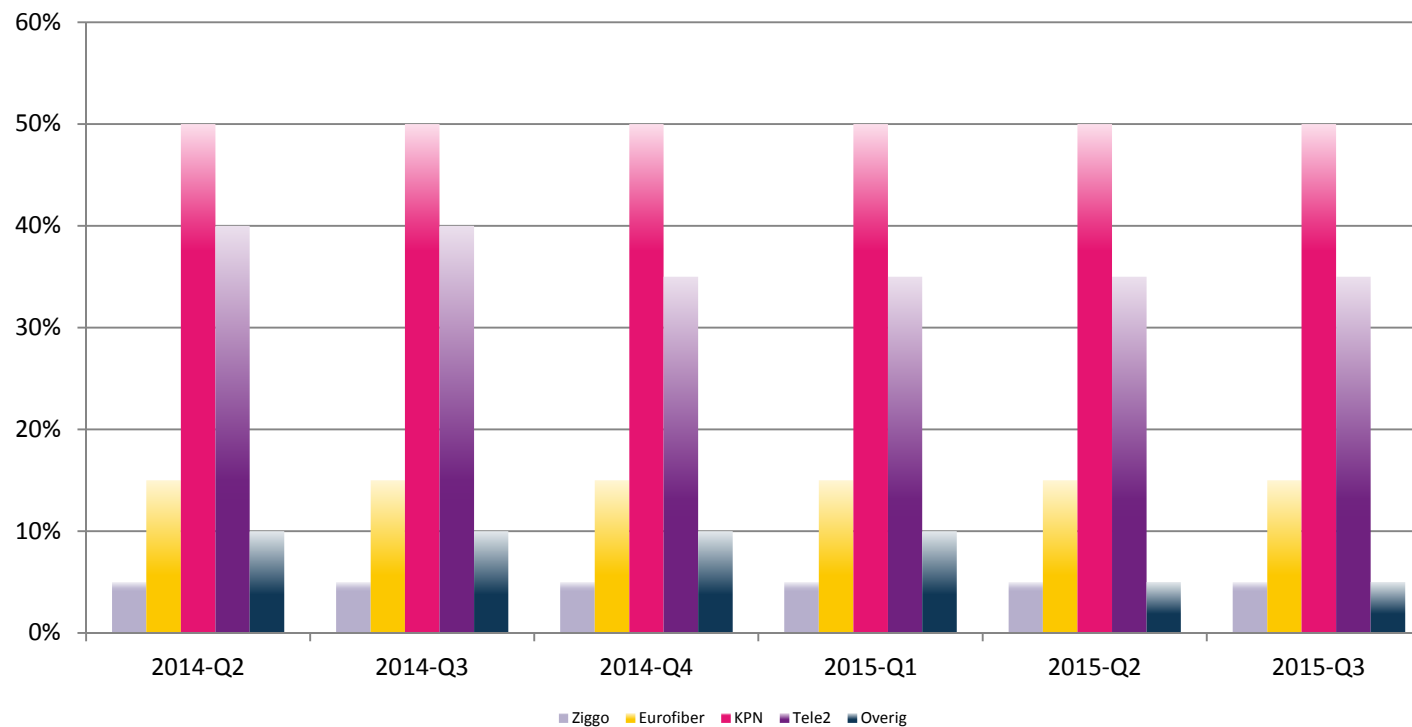
Wholesale HKWBT en huurlijnen



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

Zakelijke netwerkdiensten

Wholesale marktaandeel HKWBT en huurlijnen



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-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	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]	[45 - 50%]
Tele2	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
Overig	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]

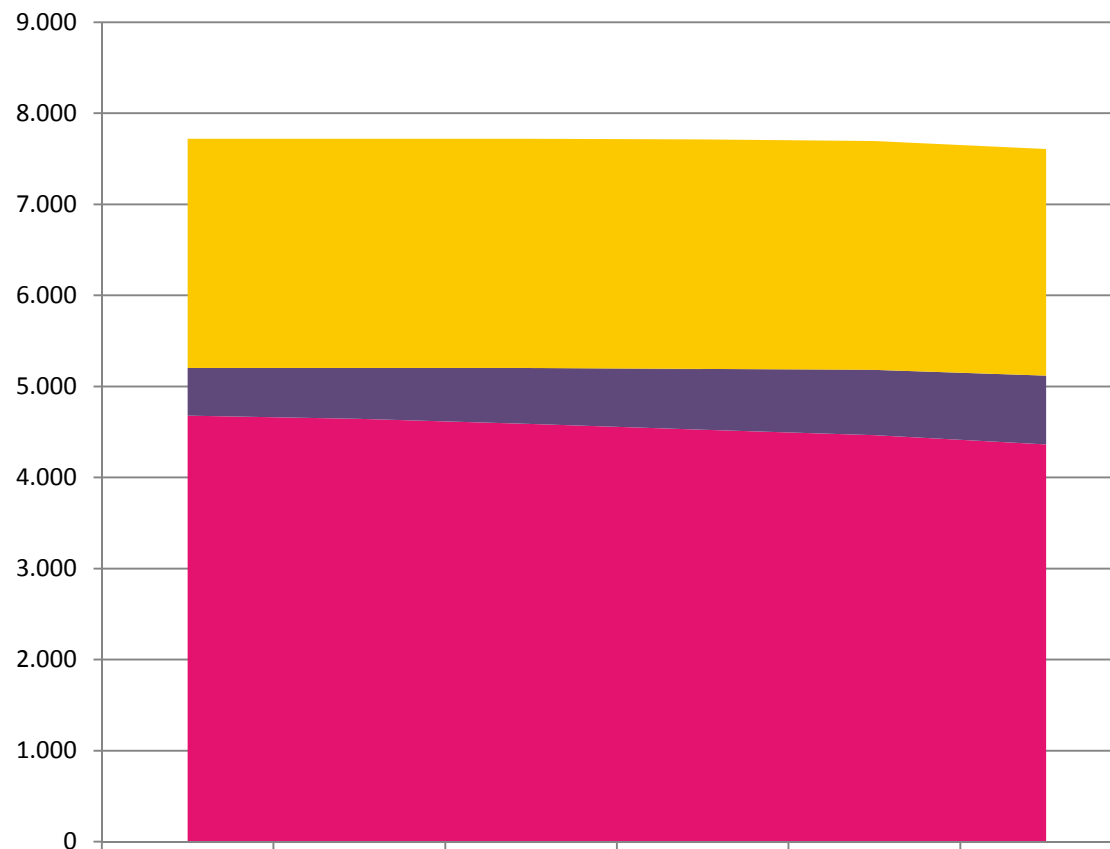
Op basis van vragen 30_A2_4_1, 30_B2_1_b-c-d, 30_B2_2_1-2-3, 30_B4_3_b-c-d-e, 30_B4_4_1-2-3-4, 30_B4_6_b-c, 30_B4_7_1-2 en 30_B4_8_1 van de Telecommonitor

Televisie

Retailabbonnementen per type aansluiting



Aantal x 1.000

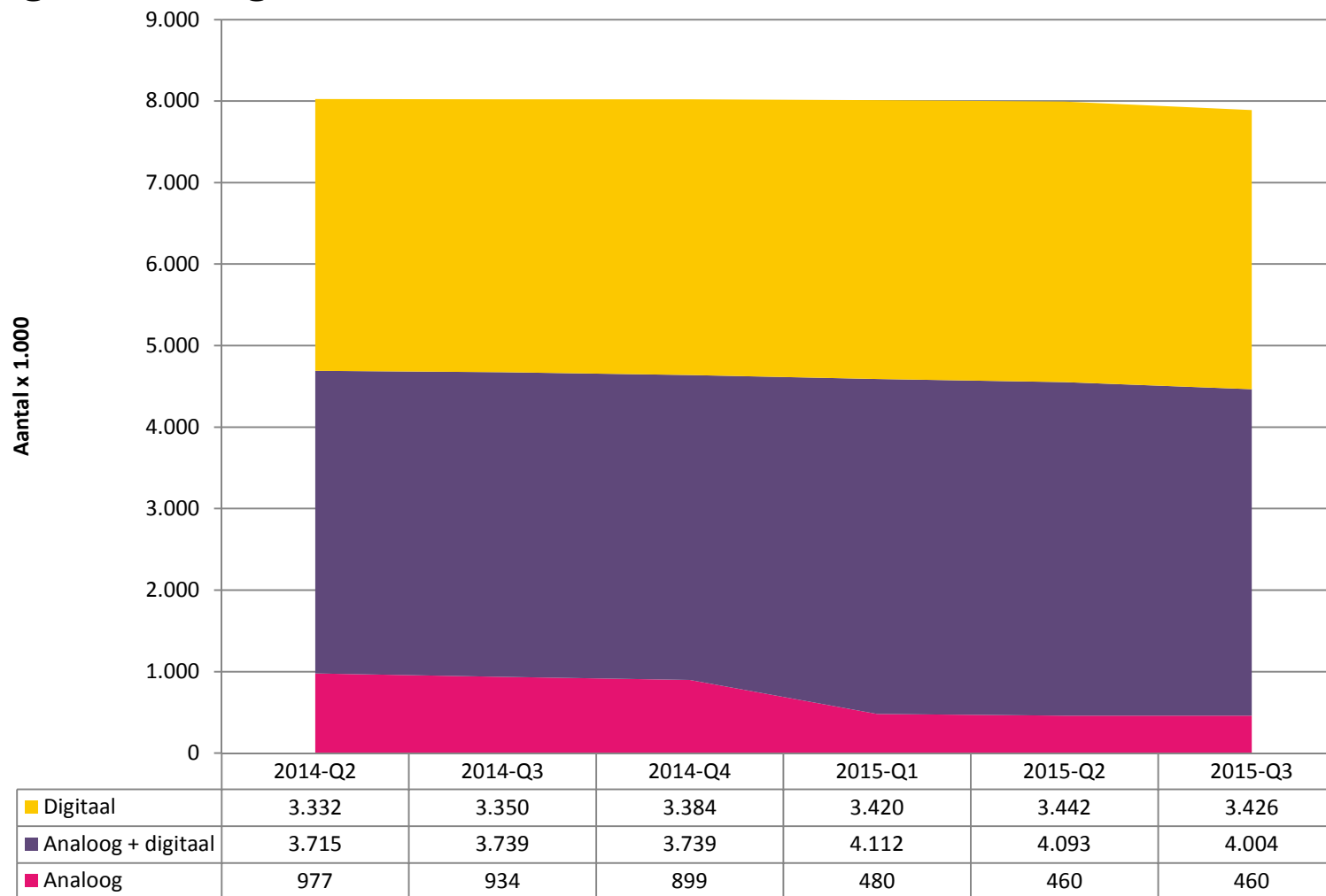


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
Digitale platforms (DSL, Digtienne, Satelliet)	2.516	2.515	2.517	2.518	2.513	2.489
Glasvezel	523	562	616	668	715	756
Kabel	4.679	4.642	4.586	4.525	4.466	4.363

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

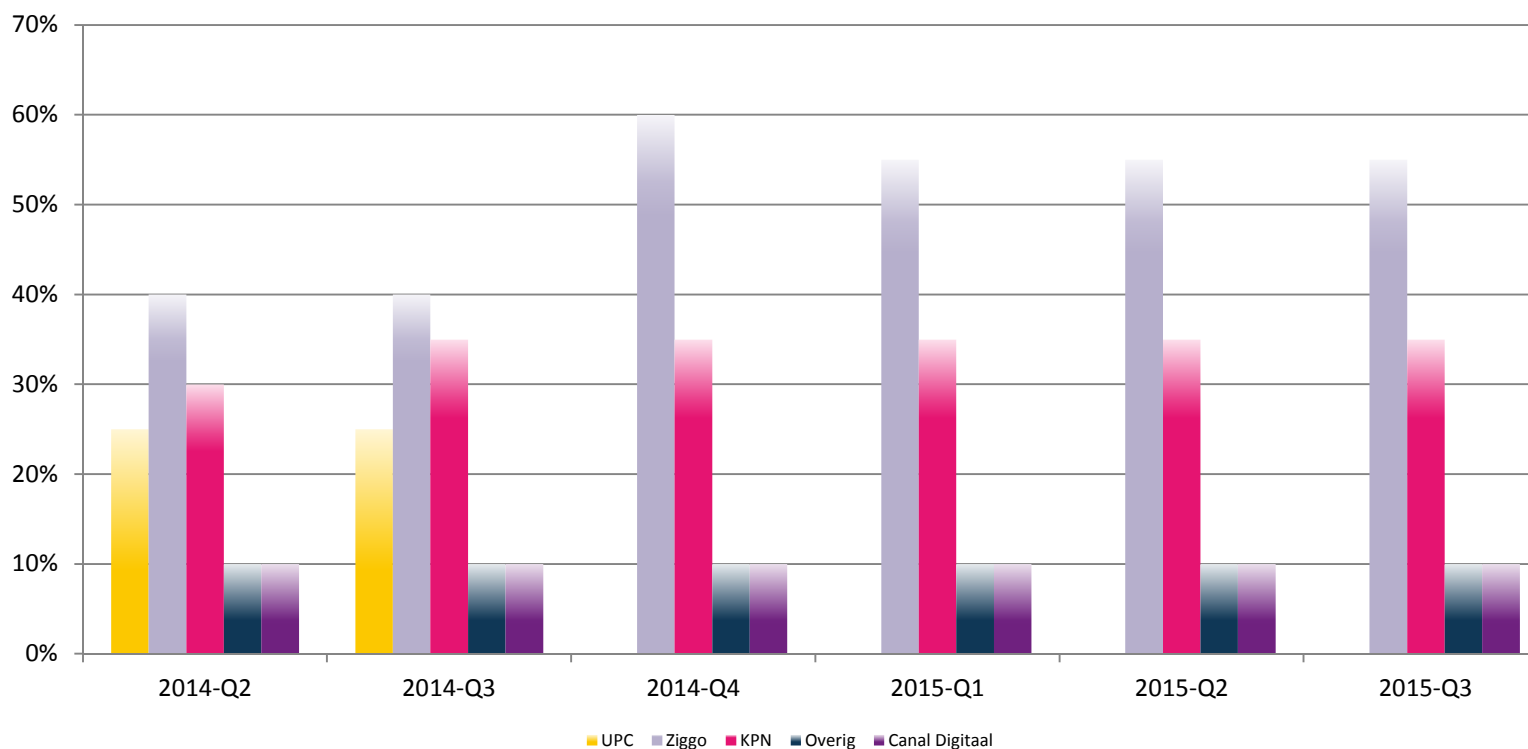
Digitalisering van televisie abonnementen



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

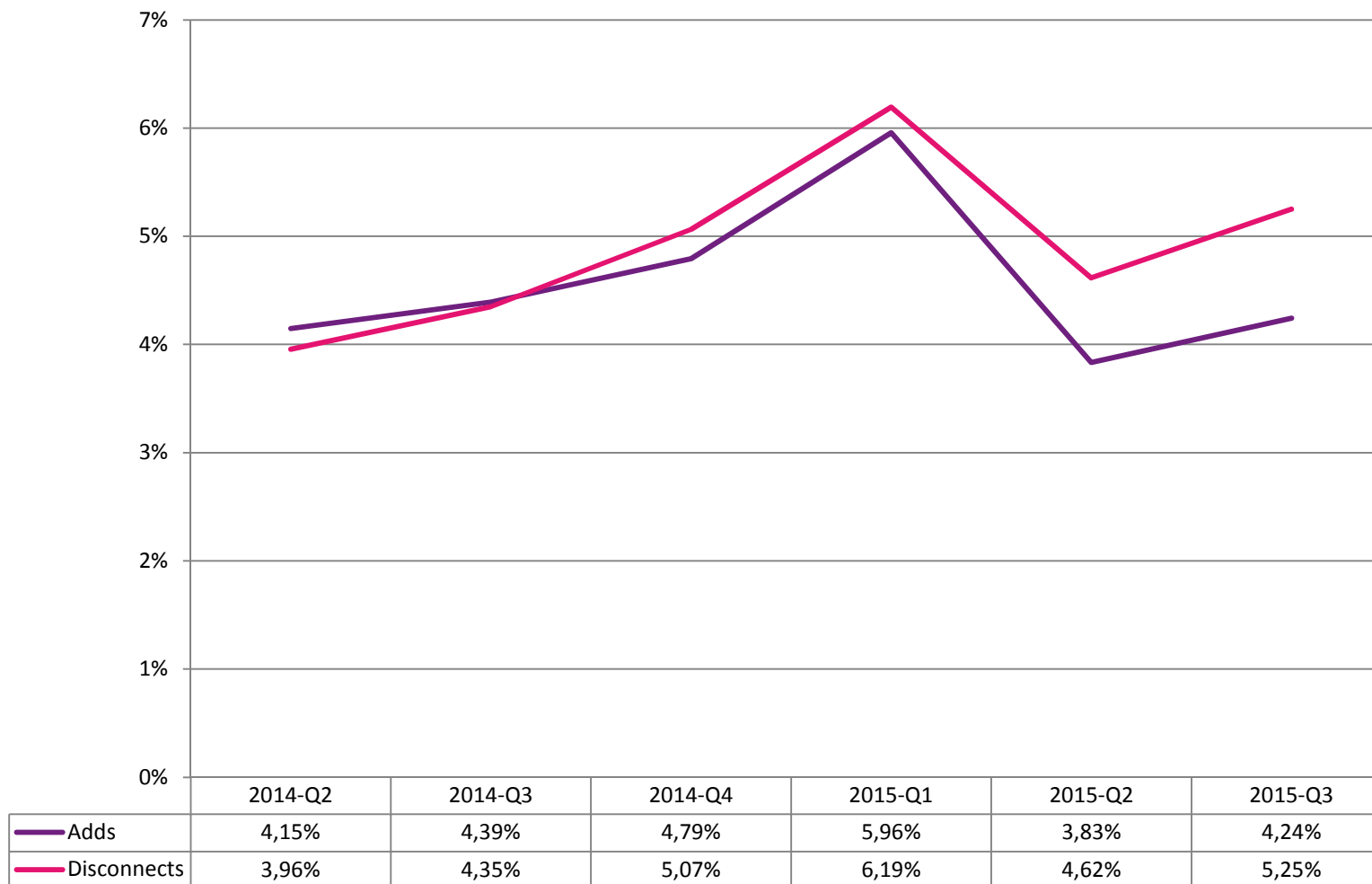


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
UPC	[20 - 25%]	[20 - 25%]	-	-	-	-
Ziggo	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[55 - 60%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
KPN	[25 - 30%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]	[30 - 35%]
Canal Digitaal	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]	[5 - 10%]
Overig	[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

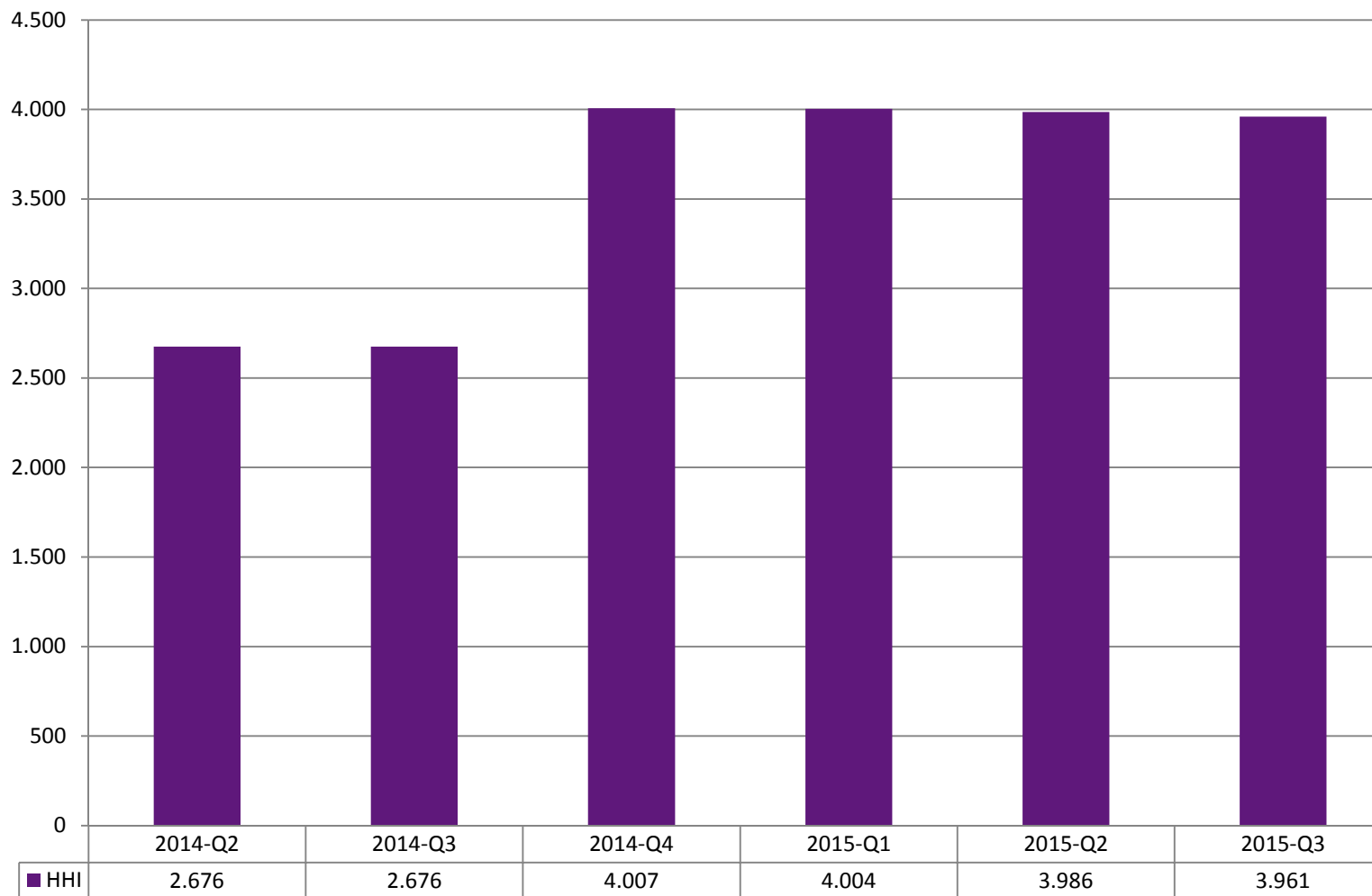
Retailomzet RTV-abonnementen



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

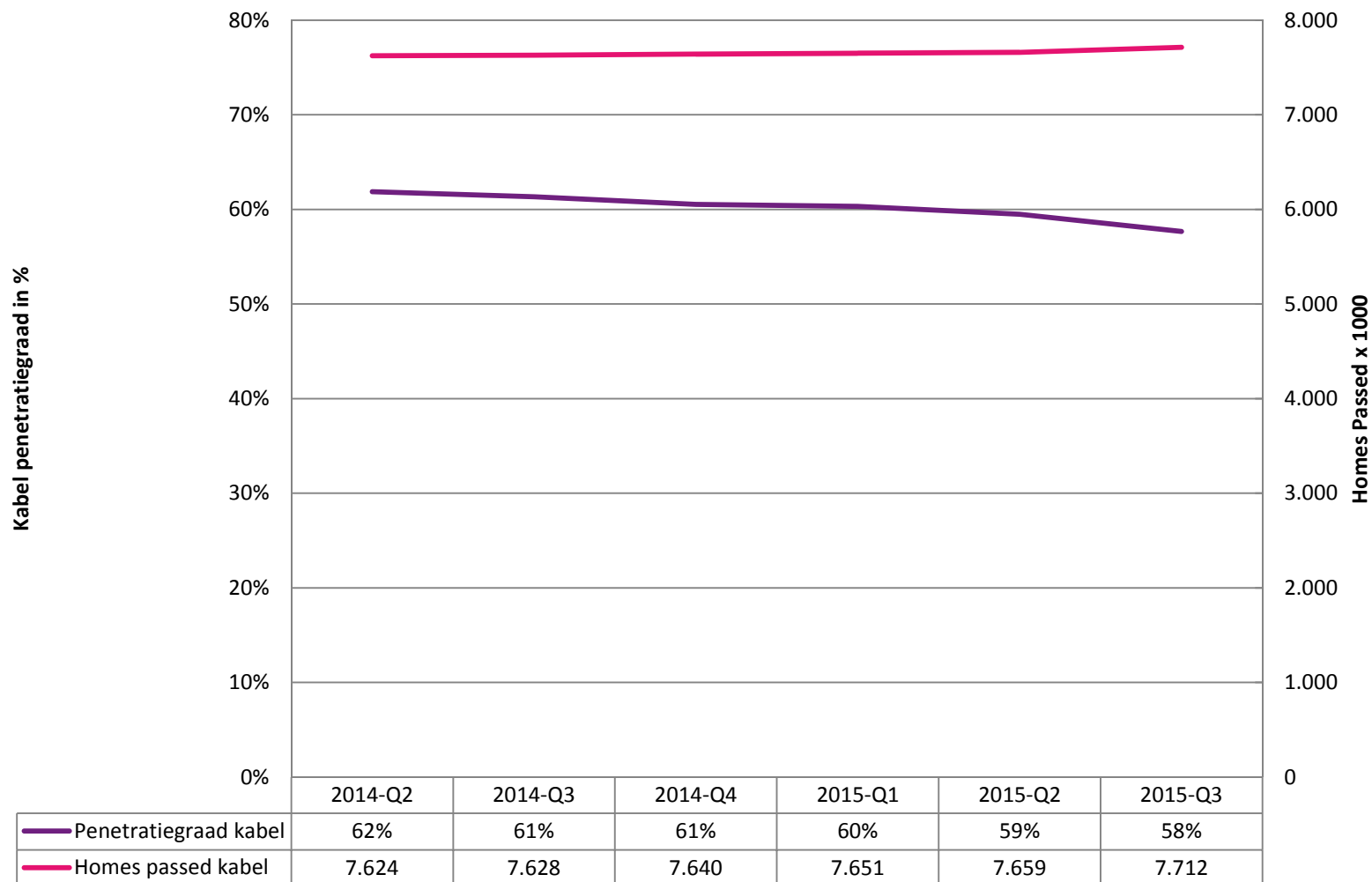
Herfindahl-Hirschman Index



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

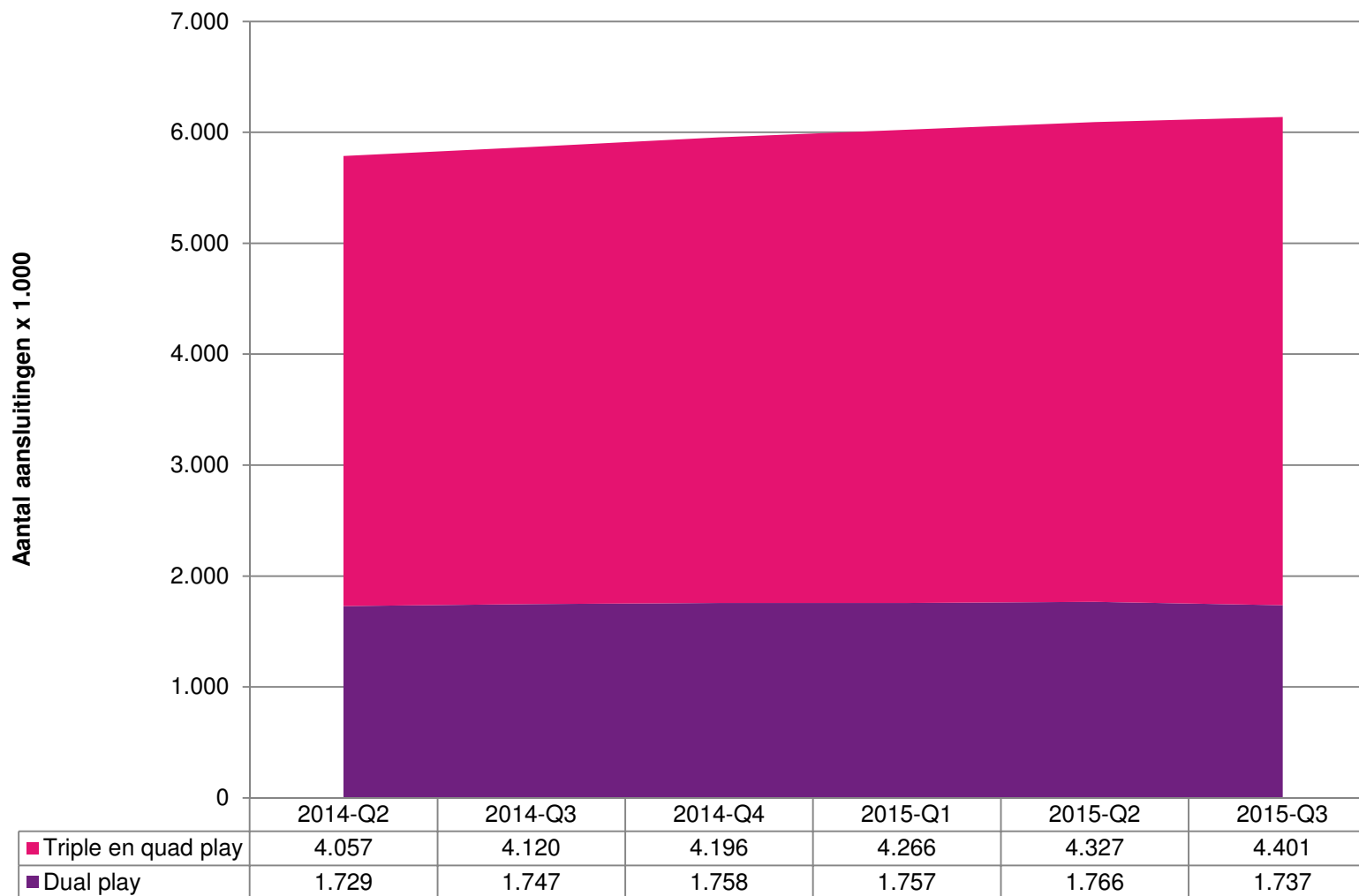
Homes passed en penetratiegraad kabel



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 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

Retail aansluiting multi play (in %)

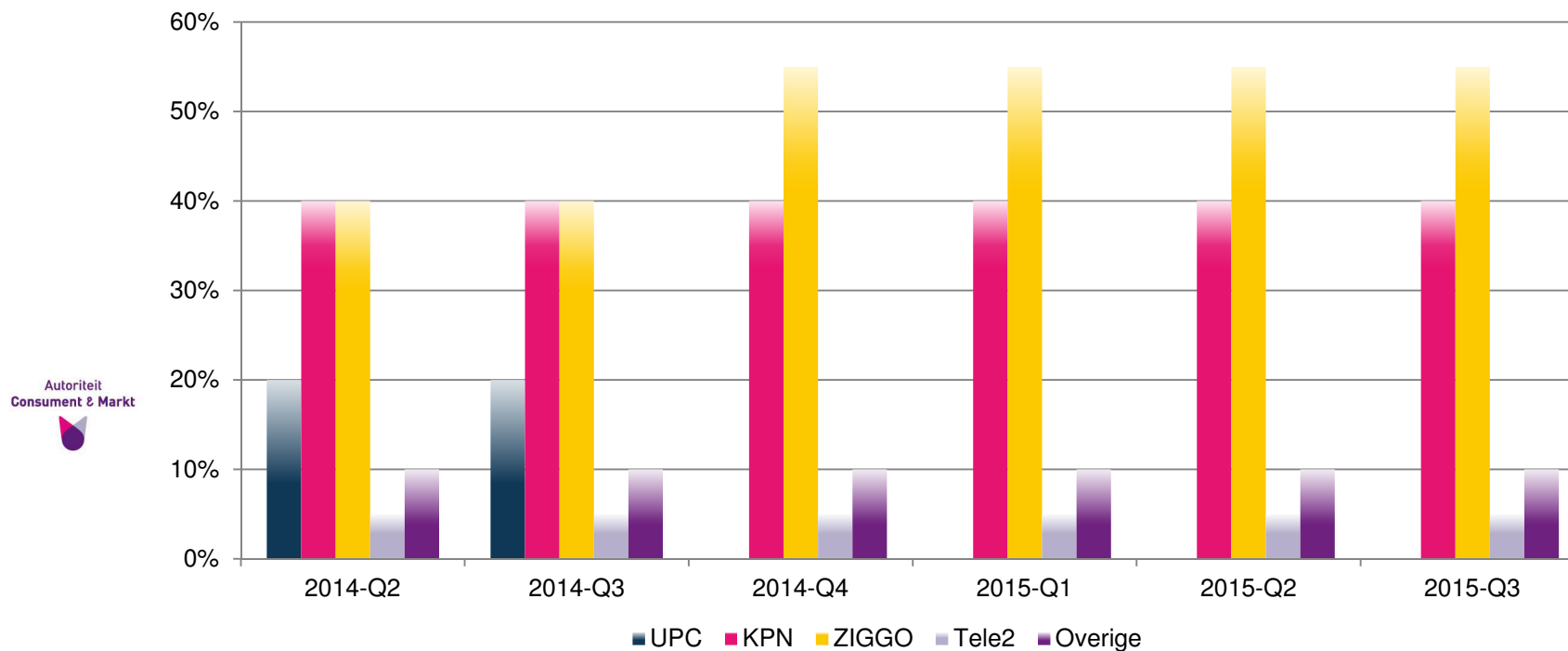


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Quad play - Breedband, RTV, Telefonie	5%	6%	7%	8%	9%	9%
■ Triple play - RTV, Breedband en vaste telefonie	65%	64%	63%	63%	62%	62%
■ Dual play - Breedband en RTV	14%	14%	14%	15%	15%	15%
■ Dual play - Breedband en vaste telefonie	14%	14%	14%	13%	13%	12%
■ Dual en Triple play - Overig	2%	2%	2%	1%	2%	1%

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

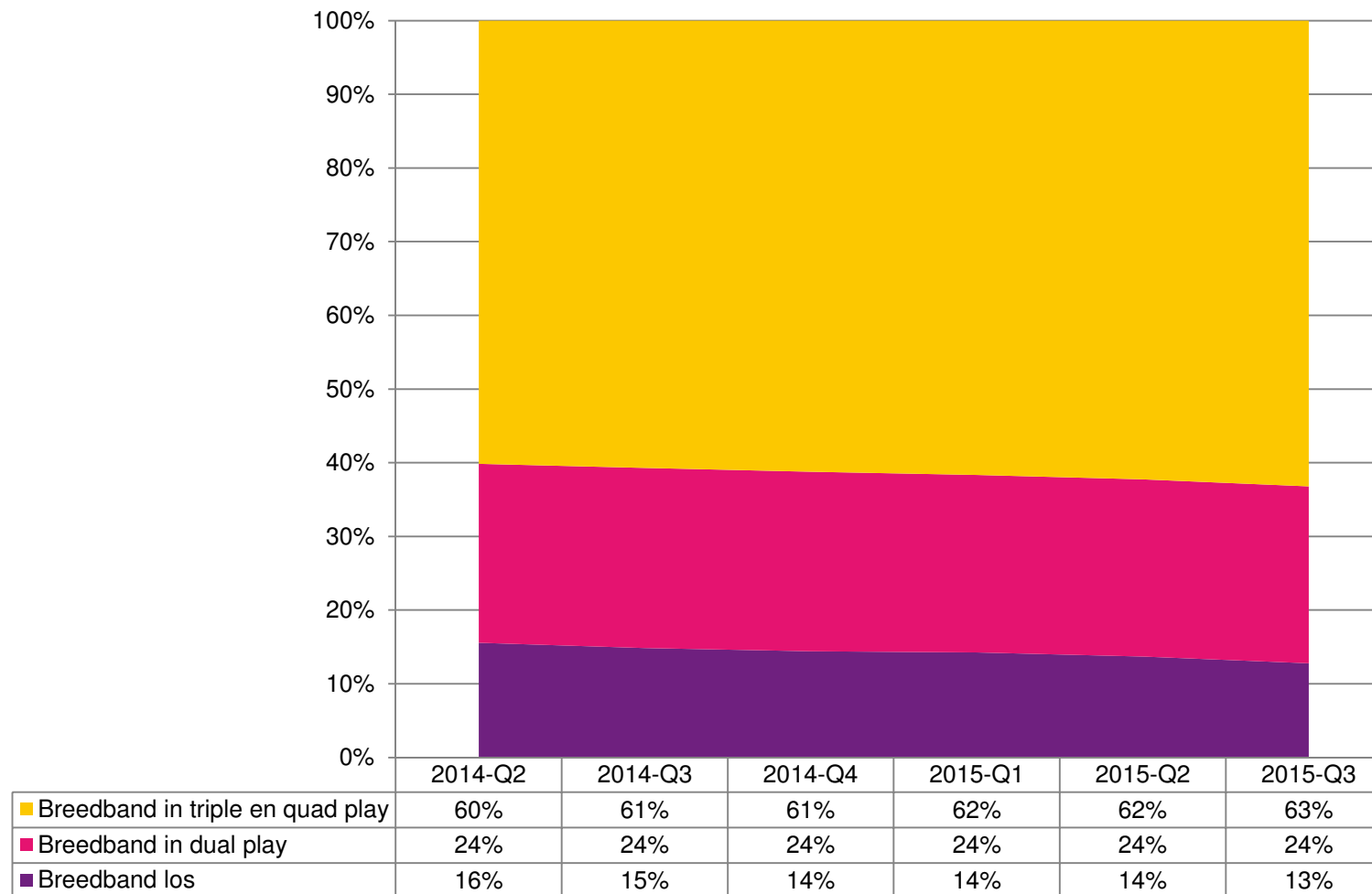


	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
KPN	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[35 - 40%]
Ziggo	[35 - 40%]	[35 - 40%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]	[50 - 55%]
UPC	[15 - 20%]	[15 - 20%]	-	-	-	-
Tele2	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]	[0 - 5%]
Overige	[5 - 10%]	[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

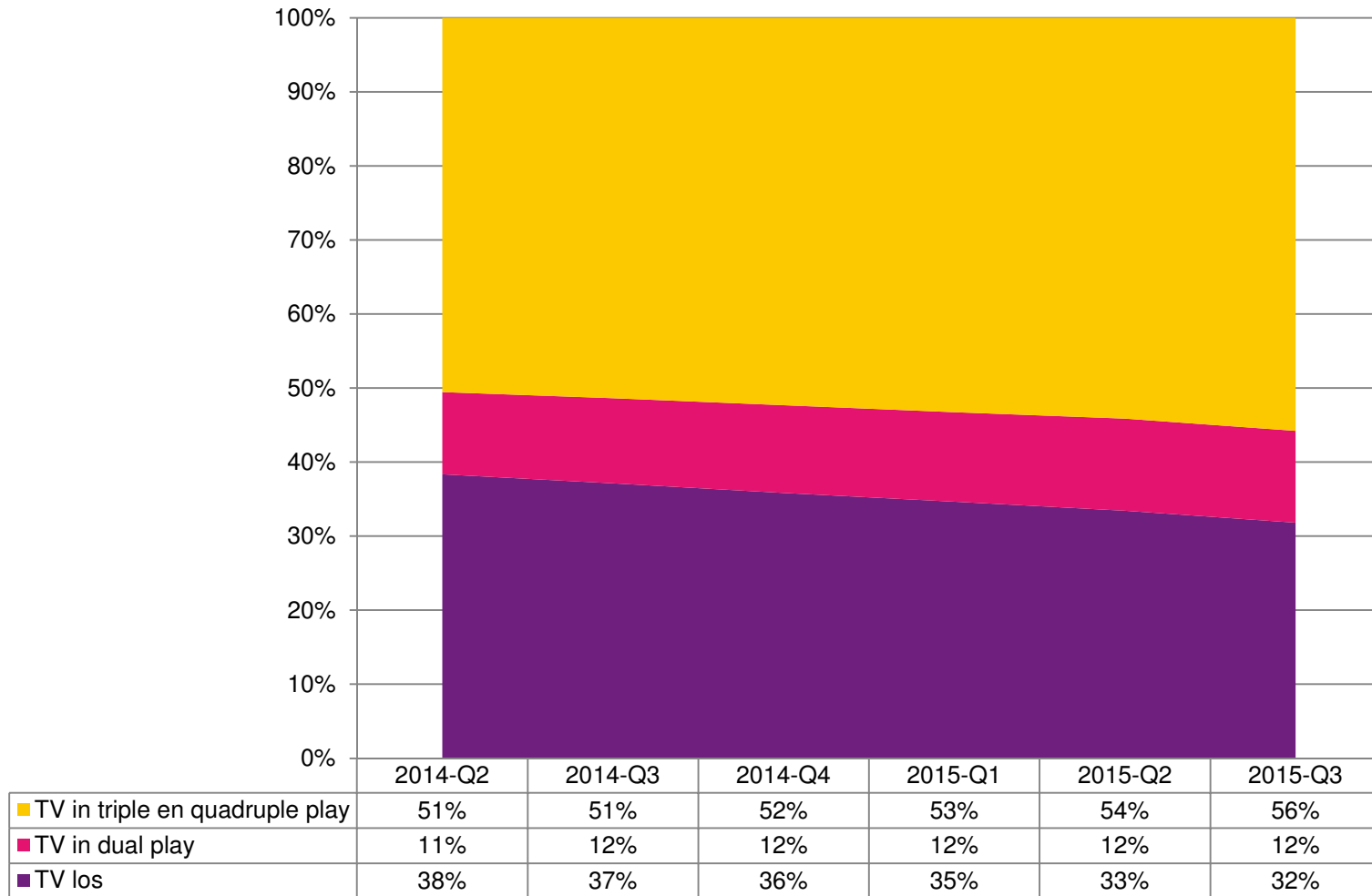
Retailaansluitingen met breedband



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

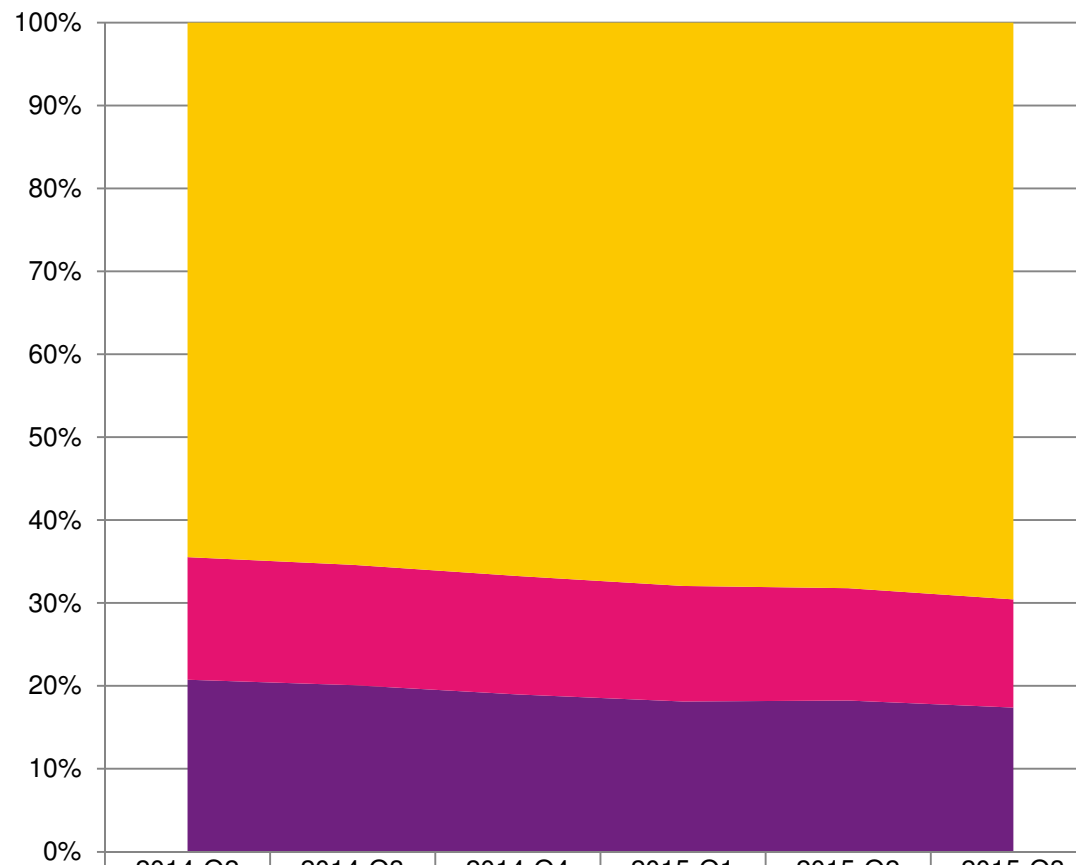
Retailaansluitingen met Televisie



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



	2014-Q2	2014-Q3	2014-Q4	2015-Q1	2015-Q2	2015-Q3
■ Vaste telefonie in triple en quad play	64%	65%	67%	68%	68%	70%
■ Vaste telefonie in dual play	15%	15%	14%	14%	14%	13%
■ Vaste telefonie los	21%	20%	19%	18%	18%	17%

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	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 (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					