

# Eindgebruikersonderzoek vaste telefonie onder consumenten

**t.b.v. OPTA**

**Breda, 11 april 2011**

**Heliview Research**

Drs. Willeke van Baars, Business Unit Manager ICT

Lage Mosten 1

Postbus 3327, 4800 DH Breda

Tel: +31 (0)76 5482000

Fax: +31 (0)76 5482099

## Inhoudsopgave

<b>Lijst van tabellen en figuren .....</b>	<b>4</b>
<b>1 Inleiding .....</b>	<b>7</b>
1.1 Achtergrond .....	7
1.2 Doelstelling .....	7
1.3 Heliview Research B.V. ....	7
<b>2 Samenvatting .....</b>	<b>8</b>
<b>3 Onderzoeksverantwoording .....</b>	<b>13</b>
3.1 Onderzoeksmethode .....	13
3.2 Populatie en steekproef.....	13
3.3 Wijze van steekproeftrekken en bron adresgegevens .....	14
3.4 Betrouwbaarheid .....	15
3.5 Weging.....	16
3.6 Veldwerk .....	16
3.6.1 Vragenlijst .....	16
3.6.2 Pilot fase .....	16
3.6.3 De briefing.....	16
3.6.4 De interviews .....	16
3.6.5 Gehanteerde gedragscodes .....	17
3.7 Verwerking.....	17
3.7.1 Invoercontrole .....	17
3.7.2 Verwerking van de (open) vragen.....	17
3.8 Projectcoördinatie .....	17
3.9 Opmerkingen met betrekking tot het onderzoek en rapportage.....	17
<b>4 Gebruik en verbruik telefoonproducten .....</b>	<b>18</b>
4.1 Vaste telefonie .....	18
4.1.1 Infrastructuur.....	18
4.1.2 Telefonieaanbieder .....	19
4.1.3 Gebruik gecombineerd abonnement .....	21
4.1.4 Gebruik zakelijke telefoonproducten .....	25
4.1.5 Gebruik afgekocht telefoonverkeer.....	26
4.1.6 Gebruik vaste telefoondiensten .....	27
4.1.7 Belgedrag.....	28
4.2 Mobiele telefonie .....	29
4.2.1 Mobile only.....	30
4.2.2 Belgedrag.....	31
4.3 Internetbellen .....	32
4.3.1 Penetratie internetbellen .....	32
4.4 Samenvatting gebruik telefoonproducten .....	36

4.5	Ontwikkeling volume telefoonverkeer.....	36
4.5.1	Ontwikkeling volume telefoonverkeer: 6 maanden geleden en komende 6 maanden....	36
4.5.2	Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar mobiele telefonie .....	38
4.5.3	Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar internetbellen via PC ...	39
4.5.4	Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar internetbellen via .....	40
	mobiele telefoon .....	40
<b>5</b>	<b>Churn .....</b>	<b>41</b>
5.1	Overstapgedrag infrastructuur.....	41
5.2	Overstap bij prijsverhoging van 10%.....	46
5.3	Overstapgedrag telefonieaanbieder .....	53
5.4	Overstapgedrag: aansluiting versus aanbieder.....	55
5.5	Overstapdrempels .....	56
<b>6</b>	<b>Mogelijke alternatieven voor vaste telefonie .....</b>	<b>66</b>
6.1	Gepercipieerde verschillen in kenmerken: vaste telefonie vs. mobiele telefonie.....	66
6.2	Gepercipieerde verschillen in kenmerken: vaste telefonie vs. internetbellen .....	76
6.3	Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10% .....	84

## Lijst van tabellen en figuren

- Figuur 1: Ingeschakelde Carrier Pre Select aanbieders, 21*
- Figuur 2: Mate waarin men vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afneemt, 21*
- Figuur 3: Type gecombineerd abonnement, 22*
- Figuur 4: Gebruik zakelijke telefoonproducten, 25*
- Figuur 5: Redenen waarom men voor een zakelijk telefoonproduct heeft gekozen, 25*
- Figuur 6: Gebruik afgekocht telefoonverkeer, 26*
- Figuur 7: Opties afgekocht telefoonverkeer, 27*
- Figuur 8: Aantal mobiele telefoons binnen het huishouden, 29*
- Figuur 9: Mate waarin mobile only gebruikers binnen de komende 6 maanden een vaste telefoonaansluiting verwachten aan te schaffen, 31*
- Figuur 10: Penetratie internetbellen, 32*
- Figuur 11: Redenen om over te stappen: op totaalniveau, 42*
- Figuur 12: Redenen om over te stappen: naar huidige aanbieder, 44*
- Figuur 13: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur, 47*
- Figuur 14: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aansluiting, 47*
- Figuur 15: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aanbieder, 48*
- Figuur 16: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging, 50*
- Figuur 17: Overstapgedrag: vaste telefoonproduct versus telefonieaanbieder, 56*
- Figuur 18: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap, 57*
- Figuur 19: Toelichting waarom men overstappen als moeilijk percipieert, 60*
- Figuur 20: Toelichting waarom men van mening is dat een gecombineerd abonnement een overstap zou bemoeilijken, 62*
- Figuur 21: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder, 64*
- Figuur 22: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie prefereert, 66*
- Figuur 23: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie prefereert: naar situatie vaste/mobiele telefonie, 68*
- Figuur 24: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie prefereert, 69*
- Figuur 25: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie prefereert: naar situatie vaste/mobiele telefonie, 71*
- Figuur 26: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen, 72*
- Figuur 27: Redenen waarom men wel zou overgaan op mobile only, 73*
- Figuur 28: Redenen waarom men niet zou overgaan op mobile only, 74*
- Figuur 29: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven internetbellen prefereert, 76*
- Figuur 30: Kenmerken omwille waarvan men internetbellen boven vaste telefonie prefereert, 78*
- Figuur 31: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie, 79*
- Figuur 32: Redenen waarom men internetbellen als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet, 81*
- Figuur 33: Redenen waarom men internetbellen niet als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet, 83*
- Figuur 34: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%, 85*

- Tabel 1: Redenen waarom men van het huidige vaste telefoonproduct gebruik maakt, 19
- Tabel 2: Redenen waarom men voor de huidige vaste telefonieaanbieder heeft gekozen, 20
- Tabel 3: Redenen waarom men vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afneemt, 23
- Tabel 4: Redenen waarom men vaste telefonie niet in een gecombineerd abonnement afneemt, 23
- Tabel 5: Meest doorslaggevende factor bij keuze voor gecombineerd abonnement, 24
- Tabel 6: Minst doorslaggevende factor bij keuze voor gecombineerd abonnement, 24
- Tabel 7: Gebruik vaste telefoondiensten, 27
- Tabel 8: Aantal uitgaande gesprekken vanaf de vaste telefoon per maand, 28
- Tabel 9: Aantal gebelde minuten vanaf de vaste telefoon per maand, 29
- Tabel 10: Redenen om alleen mobiel te bellen, 30
- Tabel 11: Aantal uitgaande gesprekken vanaf de mobiele telefoon per maand, 31
- Tabel 12: Aantal gebelde minuten vanaf de mobiele telefoon per maand, 32
- Tabel 13: Mate waarin men internetbelt, 33
- Tabel 14: Gebruikte programma's om te internetbellen, 33
- Tabel 15: Belgedrag internetbellen, 34
- Tabel 16: Redenen waarom men niet internetbelt, 35
- Tabel 17: Samenvatting gebruik telefoonproducten, 36
- Tabel 18: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: vaste telefonie, 37
- Tabel 19: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: mobiele telefonie, 37
- Tabel 20: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: internetbellen via PC, 37
- Tabel 21: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: internetbellen via mobiele telefoon, 38
- Tabel 22: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar mobiele telefonie: 6 maanden geleden, 38
- Tabel 23: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vast telefonie naar mobiele telefonie: komende 6 maanden, 39
- Tabel 24: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via PC: 6 maanden geleden, 39
- Tabel 25: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via PC: komende 6 maanden, 39
- Tabel 26: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via mobiele telefoon: 6 maanden geleden, 40
- Tabel 27: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via mobiele telefoon: komende 6 maanden, 40
- Tabel 28: Mate waarin men is overgestapt naar een ander type vaste telefoonproduct in de afgelopen 12 maanden, 41
- Tabel 29: Overstap infrastructuur: naar infrastructuur, 42
- Tabel 30: Overstap aansluiting: naar aansluiting, 42
- Tabel 31: Redenen om over te stappen, 43
- Tabel 32: Andere overwogen telefoonproducten bij overstap, 44
- Tabel 33: Andere overwogen aansluitingen bij overstap, 45
- Tabel 34: Redenen waarom type vaste telefoonproduct een reëel alternatief was bij overstap, 45
- Tabel 35: Redenen waarom type vaste telefoonproduct geen reëel alternatief was bij overstap, 46
- Tabel 36: Alternatieve vaste telefoonproducten bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur, 48
- Tabel 37: Alternatieve aansluitingen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aansluiting, 49

- Tabel 38: Alternatieve vaste telefoonproducten bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aanbieder, 49*
- Tabel 39: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging, 51*
- Tabel 40: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging: naar aanbieder, 52*
- Tabel 41: Overstap van/naar aanbieder, 53*
- Tabel 42: Redenen om over te stappen naar een andere aanbieder: naar vorige en huidige aanbieder, 54*
- Tabel 43: Redenen om over te stappen naar een andere aanbieder: naar huidige infrastructuur en aansluiting, 55*
- Tabel 44: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar infrastructuur, 57*
- Tabel 45: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar aansluiting, 58*
- Tabel 46: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar aanbieder, 58*
- Tabel 47: Toelichting waarom men overstappen als moeilijk percipieert: naar infrastructuur en aansluiting, 61*
- Tabel 48: Toelichting waarom men van mening is dat een gecombineerd abonnement een overstap zou bemoeilijken, 63*
- Tabel 49: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder: naar infrastructuur, 64*
- Tabel 50: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder: naar aansluiting, 65*
- Tabel 51: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie prefereert, 67*
- Tabel 52: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie prefereert, 70*
- Tabel 53: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen: naar infrastructuur en aansluiting, 72*
- Tabel 54: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen: naar demografische kenmerken, 73*
- Tabel 55: Redenen waarom men wel zou overgaan op mobile only, 74*
- Tabel 56: Redenen waarom men niet zou overgaan op mobile only, 75*
- Tabel 57: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven internetbellen prefereert, 77*
- Tabel 58: Kenmerken omwille waarvan men internetbellen boven vaste telefonie prefereert, 78*
- Tabel 59: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie: naar infrastructuur en aansluiting, 79*
- Tabel 60: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie: naar demografische kenmerken, 80*
- Tabel 61: Redenen waarom men internetbellen als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet, 82*
- Tabel 62: Redenen waarom men internetbellen niet als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet, 84*
- Tabel 63: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur en aansluiting, 85*
- Tabel 64: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%: naar demografische kenmerken, 86*

# 1 Inleiding

In opdracht van OPTA heeft Heliview Research een kwantitatief onderzoek uitgevoerd naar eindgebruikers in de consumentenmarkt voor vaste telefonie.

## 1.1 Achtergrond

De markt voor telefonie in Nederland heeft aan de consumentenzijde een behoorlijk aantal belangrijke ontwikkelingen doorgemaakt in de afgelopen jaren. Voorbeelden hiervan zijn de technologische ontwikkeling die spraak over datanetwerken mogelijk maakt en hiermee samenhangend de opkomst van het afnemen van meerdere producten in één bundel. Het markt- en concurrentielandschap is mede door deze ontwikkelingen mogelijk gewijzigd. In dit licht heeft de consument een steeds breder scala aan keuzes met betrekking tot telefonie.

## 1.2 Doelstelling

Met dit onderzoek wil OPTA cijfers achterhalen, specifiek met betrekking tot de vraagzijde van de vaste telefonie markt, ten behoeve van het marktanalysebesluit vaste telefonie voor de reguleringsperiode 2012-2014. De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

1. Welke typen producten worden afgenomen door consumenten en welke redenen liggen aan de keuze van producten ten grondslag?
2. Hoe groot is de churn, hoe kenmerkt de churn zich en welke redenen liggen hieraan ten grondslag?
3. Welke producten ziet de consument als alternatief voor het vaste telefonieproduct dat momenteel wordt afgenomen en welke productkenmerken zijn bepalend voor de keuze van een vaste telefonieproduct?

Op deze vragen worden gaandeweg de rapportage antwoorden geformuleerd en ze vormen de leidraad voor het hoofdstuk "Samenvatting".

## 1.3 Heliview Research B.V.

Heliview Research B.V. is bijna 30 jaar actief op de Nederlandse markt als informatiespecialist en full-service marktonderzoeker. Onderzoeksgebieden waar Heliview Research in de afgelopen jaren expertise in heeft opgebouwd zijn: ICT, HM, Finance, Mobiliteit, Office en Charitatief. Op deze gebieden voert Heliview Research zowel single client (maatwerkonderzoek) als multi client onderzoek uit (onderzoek op eigen initiatief van Heliview Research), waarbij onder andere voor ICT sprake is van onderzoek onder consumenten en zakelijke doelgroepen. Heliview Research is actief in Nederland, Europa en daarbuiten.

## 2 Samenvatting

In totaal hebben 3.066 Nederlandse huishoudens telefonisch of via internet aan het eindgebruikersonderzoek naar vaste telefonie dat Heliview Research in opdracht van OPTA heeft uitgevoerd, deelgenomen. In dit onderzoek staat een drietal vragen centraal, waarop in dit hoofdstuk antwoord zal worden gegeven.

### **1. Welke typen producten worden afgenomen door consumenten en welke redenen liggen aan de keuze van producten ten grondslag?**

De meest genoemde redenen om voor een VoB-aansluiting te kiezen zijn: gecombineerd abonnement met vaste telefonie (32%), kwaliteit/betrouwbaarheid van de verbinding (29%) en prijs (29%). Kabelgebruikers lijken hun keuze vooral te hebben gebaseerd op een pakket waar ook vaste telefonie in zit (39%) en glasvezelgebruikers op de kwaliteit. De prijs lijkt vooral de doorslaggevende factor te zijn geweest bij ADSL-gebruikers.

KPN wordt vooral uit gewoonte gekozen, men heeft deze aanbieder altijd al gehad (46%). OnsBrabantNet, UPC en Ziggo worden met name ingeschakeld vanwege het aanbod van gecombineerde abonnementen (respectievelijk 47%, 42% en 41%).

Van de huishoudens die via de traditionele telefoonlijn bellen maakt 23% gebruik van Carrier Pre Select (CPS). CPS wordt met name gebruikt vanwege het kostenaspect (73%). Van de CPS-gebruikers geeft 13% aan gebruik te maken van Wholesale Line Rental (WLR). Tele2 en Pretium worden het meest ingeschakeld voor CPS (57% en 25%).

Negen op de tien huishoudens die via VoB bellen, neemt vaste telefonie in een gecombineerd abonnement af. Met name kabel- en glasvezelgebruikers zijn geïnteresseerd in een dergelijk abonnement. Het populairste abonnement is "vaste telefonie, internet en (digitale) televisie" (65%). De keuze voor een gecombineerd abonnement wordt met name bepaald door de aanwezigheid van internet (meest doorslaggevende factor: 40%; minst doorslaggevende factor: 8%). Vaste telefonie speelt duidelijk een minder belangrijke rol in het keuzeproces (meest doorslaggevende factor: 9%; minst doorslaggevende factor: 43%).

De meeste huishoudens die vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afnemen, zien het voordeel van de pakketkorting; 60% geeft aan dat een pakket met vaste telefonie voordeliger is dan een los telefoonabonnement. De meest genoemde reden om geen gecombineerd abonnement af te nemen is dat men tevreden is met de huidige situatie, dit zijn veelal de huishoudens die nog op de traditionele manier bellen.

In 3% van de gevallen wordt een zakelijk telefoonproduct afgenomen. Twee op de vijf huishoudens die een zakelijk telefoonproduct afnemen, heeft een eigen bedrijf of kantoor aan huis en nemen daarom een zakelijk telefoonproduct af.



De helft van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting heeft een extra optie afgesloten om onbeperkt te kunnen bellen. Het onbeperkt bellen naar vaste telefoonnummers is de meest gebruikte optie (42%).

De meest genoemde reden om alleen mobiel te bellen is dat het mobiele telefoonabonnement reeds in alle behoeftes voorziet (53%). Andere redenen om alleen mobiel te bellen die relatief vaak worden genoemd zijn: ik maakte geen/weinig gebruik van mijn vaste telefoon (34%), minder kosten (33%) en ik ben weinig thuis (29%).

Van de mobile only gebruikers verwacht 5% binnen het komende half jaar een vaste telefoonaansluiting aan te schaffen.

Een derde (32%) van de huishoudens geeft aan wel eens via internet te bellen (via de PC met beeld: 26%; via de PC zonder beeld: 24%; via de mobiele telefoon: 11%). Internetbellen is met name populair onder jongeren en hoger opgeleiden.

Bij internettelefonie via de PC wordt met name naar andere internetbellers gebeld (ongeacht of dit naar internetbellers in Nederland of in het buitenland is). Bij internettelefonie via de mobiele telefoon wordt minder vaak naar internetbellers in het buitenland gebeld dan bij internettelefonie via de PC (46% vs. 64%). Daarentegen zijn huishoudens die gebruik maken van internettelefonie via de mobiele telefoon meer bereid om te betalen voor het bellen naar vaste en mobiele telefoonnummers.

Skype is het meest gebruikte programma om te internetbellen, gevolgd door Windows Live Microsoft Messenger en Google Talk. Het laatstgenoemde programma wordt vaker ingezet voor internetbellen via de mobiele telefoon dan voor internetbellen via de PC.

31% Van de huishoudens die niet internetbellen geeft aan hier geen behoefte aan te hebben.

Daarnaast geeft een vergelijkbaar percentage aan zich er nooit in te hebben verdiept en niet weet hoe het werkt (29%).

Over het algemeen wordt er meer gebeld vanaf de vaste telefoon dan vanaf de mobiele telefoon (meer dan 20 nationale gesprekken per maand: respectievelijk 56% en 41%). Bij mobile only gebruikers is het volume van mobiel telefoonverkeer (54%) vergelijkbaar met het volume van vast telefoonverkeer. Vanaf de vaste telefoon wordt vooral naar vaste telefoonnummers gebeld en vanaf de mobiele telefoon vooral naar mobiele telefoonnummers. De huishoudens die alleen vast bellen, lijken minder vaak naar mobiele telefoonnummers te bellen dan huishoudens die zowel vast als mobiel bellen. Met uitzondering van het bellen naar mobiele telefoonnummers is het belgedrag (vanaf de vaste telefoon) van huishoudens met alleen vaste telefonie vrijwel gelijk aan dat van huishoudens met zowel vaste als mobiele telefonie.

Eén op de vijf (19%) huishoudens met een vaste telefoonaansluiting belt op het moment van interviewen (eind februari/begin maart) minder vanaf de vaste telefoon dan een half jaar geleden. Het percentage huishoudens dat meer is gaan bellen vanaf de vaste telefoon ligt lager (10%). Bij mobiele telefonie en internetbellen (ongeacht of dit via de PC of mobiele telefoon is) lijkt het omgekeerde het geval. Bij deze vormen van telefonie ligt het percentage huishoudens dat meer is gaan bellen hoger dan het percentage huishoudens dat minder is gaan bellen.

Het percentage huishoudens dat het afgelopen half jaar minder vast is gaan bellen en meer mobiel ligt lager dan het percentage huishoudens dat meer vast is gaan bellen en minder mobiel. Bij internettelefonie wordt ook een dergelijk verschil waargenomen, echter gaat het hier om een gering verschil.

## 2. Hoe groot is de churn, hoe kenmerkt de churn zich en welke redenen liggen hieraan ten grondslag?

Eén op de tien huishoudens met een vaste telefoonaansluiting is het afgelopen jaar overgestapt naar een ander type vaste telefoonproduct. Men stapt het vaakst over naar een kabelaansluiting (42% op totaalniveau). Twee derde van de huishoudens die voorheen ADSL hadden, zijn overgestapt naar kabel. Deze groep lijkt minder vaak te zijn overgestapt naar glasvezel (31%). ADSL en glasvezel blijken bij voormalig gebruikers van kabel allebei even interessant (respectievelijk 47% en 50%). Bij ongeveer de helft (53%) van de overgestapte huishoudens was de prijs de belangrijkste reden om over te stappen, dit geldt met name voor huishoudens die naar een koperen aansluiting zijn overgestapt (67%). Een ander belangrijke reden is dat men een voorkeur had voor een gecombineerd abonnement bij een andere aanbieder.

Drie op de tien huishoudens met een vaste telefoonaansluiting geeft aan over te stappen naar een ander type vaste telefoonproduct wanneer alle aanbieders van het door hen gebruikte telefoonproduct de prijzen blijvend met 10% zouden verhogen. Vooral huishoudens met een koperen aansluiting zijn geneigd om in een dergelijke situatie over te stappen (34%). Glasvezel wordt het vaakst als reëel alternatief gezien. Opvallend is dat 14% van de huishoudens die zouden overstappen door het gebruik van de categorie 'Anders, namelijk' spontaan hebben aangegeven vaste telefonie op te zeggen en volledig over te stappen op mobiele telefonie.

De meest genoemde redenen om niet over te stappen bij een blijvende prijsverhoging van 10%, is dat overstappen als "te veel gedoe" wordt gezien en dat het huidige vaste telefoonproduct betrouwbaar wordt gevonden (beide 29%). Bij koper- en glasvezelgebruikers speelt met name de betrouwbaarheid een rol. Kabelaanbieders zien daarentegen het overstappen vooral als "te veel gedoe", dit heeft mogelijk te maken met het feit dat kabelgebruikers vaste telefonie relatief vaak in een gecombineerd abonnement afnemen.

Circa 9% van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting is het afgelopen jaar overgestapt naar een andere telefonieaanbieder. In de meeste gevallen is bij de overstap naar een andere telefonieaanbieder ook het type vaste telefoonproduct gewijzigd (58%).

KPN, Ziggo en UPC blijken de meest interessante aanbieders om naar over te stappen. KPN-klienten zijn met name overgestapt naar de kabelaanbieders Ziggo en UPC (beide 21%).

Bij de overstap naar een ander vast telefoonproduct, was al te zien dat de prijs de meest genoemde reden was om over te stappen. Dit aspect lijkt ook bij de overstap naar een andere aanbieder de grootste rol te spelen (49%). Ook hier zijn relatief veel huishoudens overgestapt vanwege de voorkeur voor een gecombineerd abonnement (35%).

Met name KPN, Ziggo en UPC werden als serieuze alternatieven gezien naast de aanbieder die uiteindelijk is ingeschakeld (respectievelijk 25%, 24% en 21%).

Drie op de tien huishoudens met een vaste telefoonaansluiting ervaart het overstappen naar een andere telefonieaanbieder als moeilijk, vooral huishoudens met een koperen aansluiting delen deze mening (33%). 42% Geeft aan dat de afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement een eventuele overstap bemoeilijkt. Wanneer wordt gevraagd naar een toelichting waarom het moeilijk is om over te stappen, dan noemt 8% de afname van een gecombineerd abonnement. De meest genoemde reden waarom overstappen als moeilijk wordt gepercipieerd, is dat het te veel (administratieve) rompslomp/te veel gedoe met zich meebrengt (29%). 13% Geeft aan dat de overgangsfase van de oude naar de nieuwe aansluiting vaak niet soepel verloopt, men wordt vaak te vroeg afgesloten waardoor men voor een bepaalde tijd zonder telefonie en/of internet komt te zitten. Een vergelijkbaar percentage geeft aan dat er altijd wel iets misgaat bij een overstap (12%). Het vervallen van het pakketvoordeel is de meest genoemde reden waarom het afnemen van vaste telefonie in een bundel een eventuele overstap bemoeilijkt (19%).

Bij de keuze voor een vaste telefonieaanbieder lijkt met name de vaste telefoondienst "nummerweergave" van belang; 76% van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting geeft aan dit (zeer) belangrijk te vinden.

### **3. Welke producten ziet de consument als alternatief voor het vaste telefonieproduct dat momenteel wordt afgenomen en welke productkenmerken zijn bepalend voor de keuze van een vaste telefonieproduct?**

Vaste telefonie wordt met name boven mobiele telefonie geprefereerd vanwege de prijs (40%). Een ander kenmerk waarom vaste telefonie boven mobiele telefonie wordt verkozen, is dat de vaste telefoonaansluiting voor het hele gezin beschikbaar is (24%). Kenmerken die gekoppeld zijn aan de kwaliteit worden minder vaak genoemd (betere kwaliteit telefoongesprekken: 12%; minder storingen: 10%).

De meest genoemde kenmerken om mobiele telefonie boven vaste telefonie te prefereren zijn: mogelijkheid tot sms-en (31%), persoonsgebonden (22%), prijs (17%), meer mogelijkheden (anders dan sms en mobiel internet) (16%) en de mogelijkheid tot mobiel internet (14%). Het kenmerk "prijs" wordt genoemd als voordeel van zowel vaste als mobiele telefonie, echter dit kenmerk wordt significant vaker als voordeel van vaste telefonie gezien.

Van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting verwacht 2% binnen een half jaar de vaste telefoonaansluiting te hebben opgezegd en volledig te zijn overgestapt op mobiele telefonie, 3% geeft te kennen hier over na te denken. Jongeren zijn meer geneigd om over te gaan op mobile only dan ouderen. Redenen hiervoor die het vaakst voorkomen, zijn dat men te weinig of geen gebruik maakt van de vaste telefoon (32%) en dat men dan minder abonnementskosten betaalt (31%). De prijs is veruit de meest genoemde reden om niet volledig over te stappen op mobiele telefonie; 37% van de huishoudens die negatief staan tegenover een overstap naar mobile only, geeft aan dat vaste telefonie goedkoper is dan mobiele telefonie. Dit is dan ook het belangrijkste kenmerk van vaste telefonie.

Het voor iedereen bereikbaar zijn op een vast telefoonnummer is het voornaamste kenmerk om vaste telefonie boven internetbellen te prefereren (29%). Opvallend is dat 23% de prijs als voordeel van vaste telefonie boven internetbellen aanhaalt. Betere kwaliteit van de telefoongesprekken wordt in 17% van de gevallen als voordeel van vaste telefonie boven internetbellen gezien en minder storingen in 16% van de gevallen.

Internetbellen wordt boven vaste telefonie geprefereerd vanwege de prijs (48%). Een ander kenmerk dat relatief vaak wordt genoemd is de mogelijkheid om elkaar te zien (27%).

Iets meer dan de helft (56%) van de huishoudens die internetbellen, ziet dit als serieus alternatief voor vaste telefonie (ja, zeer zeker: 23%; ja, enigszins: 33%). Internetbellen wordt met name als alternatief voor vaste telefonie gezien vanwege de prijs (61%).

De voornaamste reden om internetbellen niet als serieus alternatief te zien voor vaste telefonie, is dat de ander online moet zijn (30%). Dit is in lijn met de voordelen van vaste telefonie ten opzichte van internetbellen; vaste telefonie wordt met name boven internetbellen geprefereerd vanwege het hebben van een vast telefoonnummer.

Wanneer aan de huishoudens met vaste telefoonaansluiting wordt gevraagd wat men zou doen als alle aanbieders van vaste telefonie hun prijzen duurzaam met 10% zouden verhogen dan geeft 74% aan niets te doen. Ongeveer een kwart van de huishoudens geeft aan wel tot actie over te gaan, 16% geeft aan volledig over te stappen op mobiele telefonie en 10% op internetbellen. Het zijn vooral de jongere huishoudens die mogelijk tot actie over zouden gaan (< 30 jaar: 34%; 30-40 jaar: 33%).

## 3 Onderzoeksverantwoording

### 3.1 Onderzoeksmethode

In opdracht van OPTA zijn uit naam van Heliview Research met betrekking tot de vragenlijst netto 3.066 interviews afgerond. Deze interviews zijn deels via een internetpanel (2.617 interviews) uitgevoerd en deels telefonisch (449 interviews), op locatie van Heliview Research te Breda.

De interviews hebben plaatsgevonden binnen het kader van het onderzoek en hadden uitsluitend betrekking op het betreffende onderwerp. Dat wil zeggen dat er in het veldwerk geen combinatie van verschillende onderwerpen heeft plaatsgevonden.

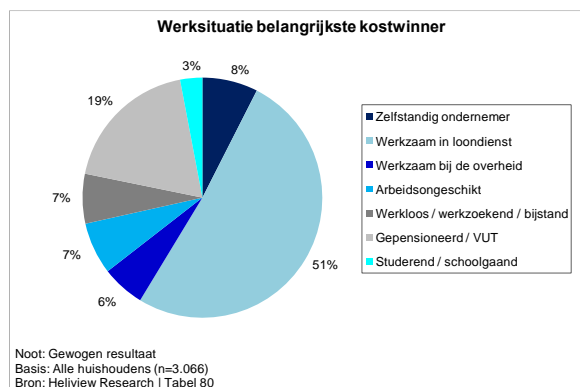
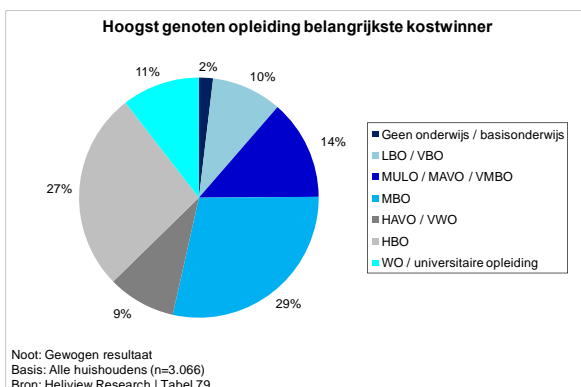
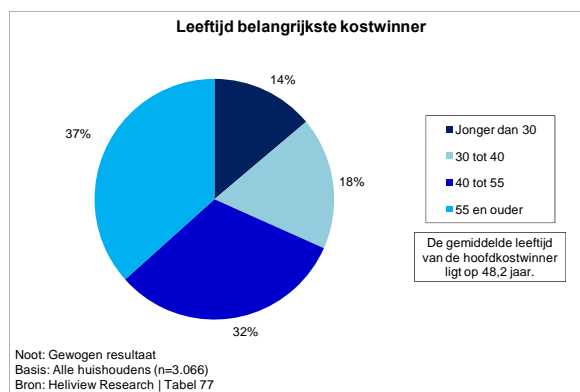
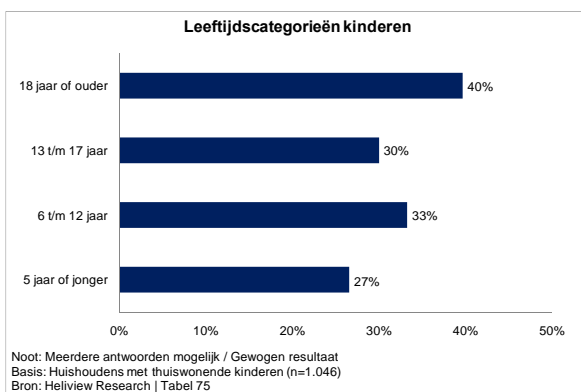
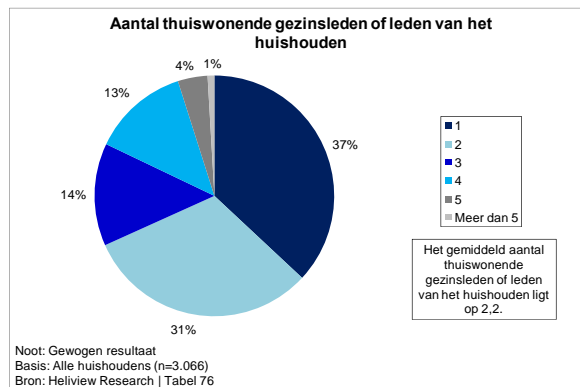
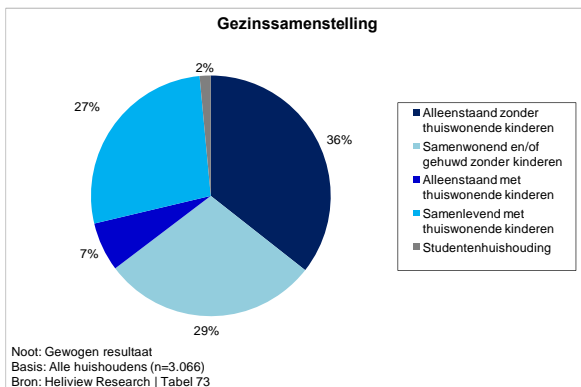
### 3.2 Populatie en steekproef

De onderzoekspopulatie van dit onderzoek wordt gevormd door alle huishoudens in Nederland. Daarnaast kunnen twee afzonderlijk subpopulaties worden gedefinieerd waarover in de rapportage afzonderlijke uitspraken worden gedaan. Dit zijn alle huishoudens met een vaste telefoonaansluiting (n=2.611) en huishoudens die mobile only zijn (n=455). In onderstaand schema staat de verdeling van de subpopulatie "huishoudens met een vaste telefoonaansluiting" naar infrastructuur en aansluiting weergegeven.

<b>Infrastructuur</b>	<b>n=2.611</b>
Koper (PSTN / ISDN / ADSL)	1.269
Kabel	1.067
Glasvezel	275
<b>Aansluiting</b>	<b>n=2.611</b>
PSTN	310
ISDN	30
VoB (Kabel / ADSL / Glasvezel)	2.271

De meting heeft plaatsgevonden op het niveau van het huishouden, met uitzondering van een aantal vragen over mobiele telefonie en een aantal vragen naar demografische kenmerken. In het totaal telt Nederland 7.386.144 huishoudens (CBS, maart 2010). Hierbinnen is vooraf gesegmenteerd naar de provincie waarin de respondent woonachtig is.

Op de volgende pagina zijn enkele sociaal-demografische kenmerken van de steekproef weergegeven.



### 3.3 Wijze van steekproeftrekken en bron adresgegevens

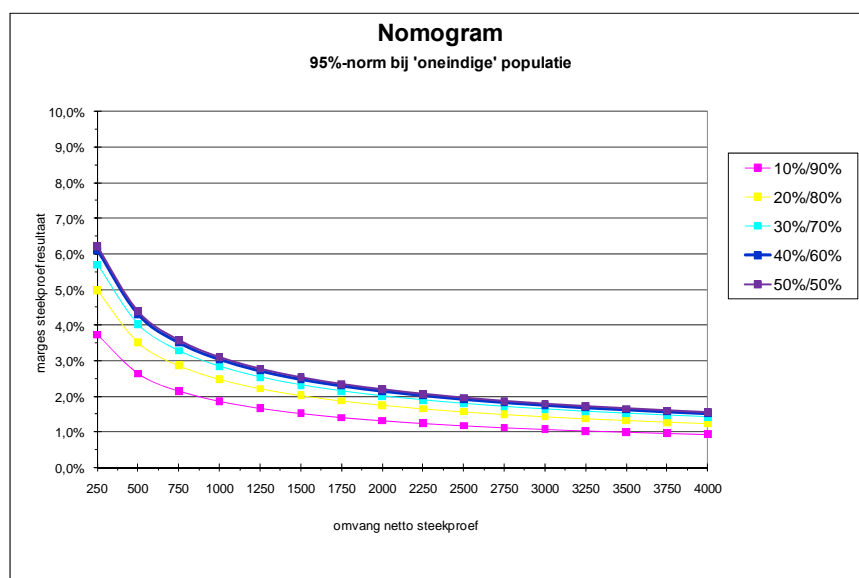
Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een a-selecte gestratificeerde steekproef. Vooraf is een verdeling over de provincies opgesteld aan de hand waarvan de interviews zijn verzameld. Binnen de provincies is vervolgens willekeurig geselecteerd. Daarnaast is er gestuurd op huishoudens die alleen mobiele telefonie hebben en huishoudens die een glasvezelaansluiting hebben. Op deze wijze zijn deze afzonderlijke groepen voldoende groot om daar betrouwbare uitspraken over te kunnen doen. Voor de online interviews werkt Heliview Research samen met PanelClix. Er is sprake van een zeer uitgebreid panel van ruim 220.000 leden, waaruit een steekproef getrokken is. De adresgegevens voor het telefonische veldwerk zijn afkomstig uit de digitale telefoongids.

### 3.4 Betrouwbaarheid

De uitkomsten in dit onderzoek zijn onderhevig aan steekproeffouten/-marges, hetgeen betekent dat de gemeten waarden in werkelijkheid hoger of lager uitvallen. Bij de interpretatie van de gegevens dient hiermee rekening te worden gehouden. Om te bepalen hoeveel de waarden in werkelijkheid kunnen variëren, kan gebruik worden gemaakt van onderstaande berekening inzake het 95% betrouwbaarheidsinterval.

$$marge = 1,96 \times \sqrt{\left(\frac{P \times Q}{n - 1}\right)} \quad \text{waarbij:} \quad \begin{array}{l} P = \text{steekproefuitkomst} \\ Q = 1 - P \\ n = \text{aantal respondenten} \end{array}$$

Op basis van deze berekening kan met 95% waarschijnlijkheid worden berekend hoeveel hoger of lager de gemeten waarden in werkelijkheid zouden kunnen zijn. In het onderstaande nomogram voor nauwkeurigheidsmarges kunnen deze betrouwbaarheidsintervallen voor de respectievelijke steekproefresultaten worden afgelezen.



In het nomogram is te zien dat voor een steekproef van 3.066 interviews met als interviewresultaat 10% (of 90%), een boven- en ondermarge geldt van ongeveer 1,1%. Dit betekent dat bij herhaling van het onderzoek bij een soortgelijke steekproef, met 95% zekerheid, het resultaat zal liggen binnen de range (10-1,1)% tot (10+1,1)%. Of anders gezegd, in "werkelijkheid" zal, met 95% zekerheid, het antwoord liggen tussen 8,9% en 11,1%.

Indien we bij een volgende meting uitkomen op 20% bij een zelfde aantal interviews dan ligt het "werkelijke" percentage (zie nomogram) tussen 18,6% en 21,4% (20% +/- 1,4%). Bovengenoemde range (8,9% - 11,1%) en de nu gevonden range (18,6% - 21,4%) overlappen elkaar niet. Dit betekent dat het verschil tussen het eerste percentage (10%) en het tweede percentage (20%) statistisch significant is. Er is dus pas sprake van een significant verschil als beide ranges elkaar niet overlappen.

### 3.5 Weging

Uit de populatie- en steekproefbeschrijving is reeds naar voren gekomen dat er binnen dit onderzoek sprake is van een populatie met daarin huishoudens met een vaste telefoonaansluiting en een populatie met daarin huishoudens die mobile only zijn. Over deze aparte groepen worden afzonderlijk uitspraken gedaan. Daarom is het niet nodig om voor de groepen de onderzoeksresultaten te wegen. Bij de vragen die als basis “alle huishoudens” hebben, ligt dit anders. In deze totaalgroep is het wel van belang om de onderzoeksresultaten te wegen. Omdat voor bepaalde groepen gericht is uitgestuurd/gebeld, kan het zijn dat de verhoudingen in de steekproef niet overeenkomen met de verhoudingen in populatie (alle Nederlandse huishoudens). We spreken in dat geval van een disproportionele steekproef. Om hiervoor te controleren, zijn deze resultaten gewogen. Concreet betreft dit voornamelijk de vragen over internetbellen en demografische kenmerken. Wanneer in de rapportage een gewogen resultaat is weergegeven, is dit aangegeven in de bijbehorende tabel en/of figuur.

### 3.6 Veldwerk

#### 3.6.1 Vragenlijst

Heliview Research heeft een gestructureerde vragenlijst opgesteld na uitgebreid overleg met OPTA. Tevens is gebruik gemaakt van de door Heliview Research opgebouwde expertise van onderzoek binnen de consumentenmarkt en de ICT-markt.

#### 3.6.2 Pilot fase

Voor de daadwerkelijke start is de gehanteerde vragenlijst uitgebreid getest op lengte, consistentie en validiteit. Bij de online dataverzameling is gebruik gemaakt van een CAWI-systeem (Computer Assisted Web Interviewing). Bij de telefonische verzameling van de gegevens is gebruik gemaakt van een CATI-systeem (Computer Assisted Telephone Interviewing). Bij beide systemen worden de gegeven antwoorden van de respondent direct opgeslagen.

#### 3.6.3 De briefing

Met betrekking tot de telefonische interviews, hebben de enquêteurs een interne opleiding op het gebied van consumentenonderzoek gehad. Voorafgaand aan het veldwerk zijn de interviewers uitgebreid mondeling ingelicht over: de achtergronden van het onderzoek, de opdrachtgever, de wijze van steekproeftrekken, de gewenste respondenten, de vraagstelling, de te verwachten problemen tijdens de interviews en de mogelijkheid dat er wordt meegelusterd door de veldwerkleiding. Dit laatste dient als controlemiddel.

#### 3.6.4 De interviews

Voor de telefonische interviews zijn 20 interviewers in dienst van Heliview Research ingeschakeld. De interviews zijn uitgevoerd in het call center van Heliview Research te Breda. De interviews zijn afgerond op werkdagen van 17.15 tot 21.00 uur. Een gesprek duurde gemiddeld circa 11 minuten.



### 3.6.5 Gehanteerde gedragscodes

De interviews zijn uitgevoerd conform de gedragscodes van ESOMAR en MOA (MarktOnderzoeksAssociatie) voor marktonderzoek en de WBP (Wet Bescherming Persoonsgegevens). Dit betekent onder andere dat geen informatie kan worden geleverd over wie wat heeft geantwoord.

## 3.7 Verwerking

### 3.7.1 Invoercontrole

De telefonische interviews zijn gecontroleerd door steekproefsgewijs en onaangekondigd meeluisteren door de veldwerkleiding door middel van een geautomatiseerde controle op de interne consistentie (CATI/SPSS). Deze geautomatiseerde controle is ook van toepassing geweest op de online afgeronde interviews.

### 3.7.2 Verwerking van de (open) vragen

Met behulp van het softwarepakket SPSS zijn de onderzoeksgegevens geanalyseerd en verwerkt tot tabellen en overzichten. Na afronding van de interviews zijn de tekstuele antwoorden onder “overig” zoveel mogelijk gecategoriseerd naar bestaande codes of voorzien van een nieuwe code. Antwoorden die niet konden worden gecategoriseerd, zijn weergegeven in zogenaamde “open vraag tabellen”. “Missing values” worden buiten beschouwing gelaten in het onderzoeksresultaat en worden als normaal verdeeld verondersteld.

## 3.8 Projectcoördinatie

De algehele coördinatie van het onderzoek is in handen van de Business Unit Manager. Daarnaast dragen gekwalificeerde analisten die het gehele project hebben begeleid, zorg voor de controle en kwaliteitsbewaking van het veldwerk, de statistische analyse en de rapportage.

## 3.9 Opmerkingen met betrekking tot het onderzoek en rapportage

De antwoorden en opvattingen van de respondent zijn generaliseerbaar naar de populatie, maar er moet bij de interpretatie van de resultaten rekening mee worden gehouden dat deze zijn gebaseerd op interviewgegevens en dat antwoorden van de respondenten kunnen afwijken van de feitelijke realiteit. Tevens kan het voorkomen dat onderzoeksresultaten gebaseerd zijn op de antwoorden van een gering aantal respondenten. Bij minder dan 10 waarnemingen worden de resultaten niet weergegeven en bij minder dan 30 waarnemingen dienen de resultaten slechts als indicatief te worden beschouwd (dit is met een asterisk aangegeven).

Bij de rapportage van resultaten gebaseerd op een schaal, of vragen waarbij slechts één antwoord mogelijk is, komt het soms voor dat het totaal aan antwoorden uitkomt op een enkel procent meer of minder dan 100%. Dit is het gevolg van een optelling van afgeronde cijfers. Er is voor gekozen geen correcties in de resultaten aan te brengen om optelling tot 100% mogelijk te maken; dit om een zo exact mogelijk beeld weer te geven van de afzonderlijke onderzoeksuitkomsten.

## 4 Gebruik en verbruik telefoonproducten

Dit onderzoek is er op ingericht om gedrag en attitudes ten aanzien van het gebruik van telefoonproducten te achterhalen, niet zozeer om penetraties te meten. Om een volledig beeld van het gebruik van telefoonproducten te kunnen schetsen, zijn in dit hoofdstuk enkele relevante penetraties uit het rapport “Markttrends vaste telefonie Q3 2010” weergegeven. Dit rapport is onderdeel van de Digital Provider Monitor, een monitor die Heliview Research jaarlijks uitvoert om de “digitale consument” in kaart te brengen.

### 4.1 Vaste telefonie

Om over het gebruik van mobile only betrouwbaar te kunnen rapporteren (hiervoor dient de steekproef voldoende groot te zijn), is er gericht gestuurd op mobile only. Dit betekent dat de interviews niet willekeurig zijn verdeeld over het wel of niet hebben van vaste en/of mobiele telefonie. Doordat er gericht is gestuurd op mobile only kan met dit onderzoek de penetratie vaste telefonie niet worden vastgesteld. Uit de Digital Provider Monitor Q3 2010 blijkt dat 86% van de Nederlandse huishoudens een vaste telefoonaansluiting heeft. In dit onderzoek bestaat de steekproef uit 2.611 huishoudens, dit komt neer op een penetratie van 85%.

#### 4.1.1 Infrastructuur

De steekproef van dit onderzoek bestaat uit 1.269 huishoudens die via koper (PSTN, ISDN of ADSL) bellen, 1.067 huishoudens die via kabel bellen en 275 huishoudens die via glasvezel bellen. De steekproef van glasvezel (hierop is gericht gestuurd) is voldoende groot om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over het gebruik van glasvezel. Volgens de Digital Provider Monitor Q3 2010 beschikt 4% van de Nederlandse huishoudens over een vaste telefoonaansluiting via glasvezel (ongeacht of vaste telefonie in een gecombineerd abonnement wordt afgenomen).

De meest genoemde reden om via koper te bellen is de kwaliteit/betrouwbaarheid van de verbinding (35%). Ook glasvezelgebruikers hebben hun keuze vooral op de kwaliteit gebaseerd (40%). Bij kabelgebruikers is een gecombineerd abonnement met vaste telefonie in de meeste gevallen de doorslaggevende factor geweest bij de keuze (39%).

Wanneer wordt gekeken naar het type aansluiting dan is te zien dat de keuze voor een analoge telefoonlijn met name voortkomt uit het vertrouwd zijn met dit type vaste telefoonproduct (51% voor PSTN en ISDN tezamen). Een ISDN-aansluiting wordt hoofdzakelijk gekozen vanwege de mogelijkheid van meerdere lijnen (32%). De volgende criteria zijn van belang bij de keuze voor een VoB-aansluiting: gecombineerd abonnement met vaste telefonie (32%), kwaliteit van de verbinding (29%) en prijs (29%). Het zijn vooral de ADSL-gebruikers die hun keuze op de prijs hebben gebaseerd (33%).

Tabel 1: Redenen waarom men van het huidige vaste telefoonproduct gebruik maakt

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.611)
	Koper (n=1.269)	Kabel (n=1.067)	Glasvezel (n=275)	PSTN (n=310)	ISDN (n=30)	VoB (n=2.271)	
Betrouwbaar / goede kwaliteit van de verbinding	35%	24%	40%	50%	18%	29%	31%
Gekozen voor een bepaald pakket waar ook vaste telefonie in zit	18%	39%	32%	2%	7%	32%	28%
Prijs	29%	27%	23%	20%	0%	29%	28%
Vertrouwd / uit gewoonte	32%	15%	9%	53%	25%	18%	23%
Gekozen voor een bepaalde aanbieder	10%	13%	18%	5%	4%	13%	12%
Geen ander vaste telefoonproduct mogelijk	4%	2%	2%	4%	7%	3%	3%
Heeft vaste telefonie i.c.m. internet afgenomen, hierbij was (snelheid van) internet doorslaggevend factor	1%	0%	5%	0%	0%	1%	1%
Mogelijkheid van meerdere lijnen	1%	0%	0%	0%	32%	0%	1%

Noot: Redenen die op totaalniveau door minder dan 1% zijn genoemd, staan niet afgebeeld / Meerdere antwoorden mogelijk  
Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Bijna een kwart (23%) van de huishoudens die via de traditionele telefoonlijn belt maakt gebruik van Carrier Pre Select (CPS). De belangrijkste redenen om Carrier Pre Select te gebruiken, zijn:

- Lagere kosten: 73%
- Destijds van een aanbieding gebruik gemaakt: 29%
- Bewuste keuze om niet bij KPN telefonie af te nemen: 11%

Van de huishoudens die gebruik maken van Carrier Pre Select geeft 13% aan gebruik te maken van Wholesale Line Rental (WLR).

#### 4.1.2 Telefonieaanbieder

In de tabel op de volgende pagina worden de redenen weergegeven waarom men voor de huidige vaste telefonieaanbieder heeft gekozen. Alleen de telefonieaanbieders met 30 of meer waarnemingen staan in de tabel afgebeeld.

Tabel 2: Redenen waarom men voor de huidige vaste telefonieaanbieder heeft gekozen

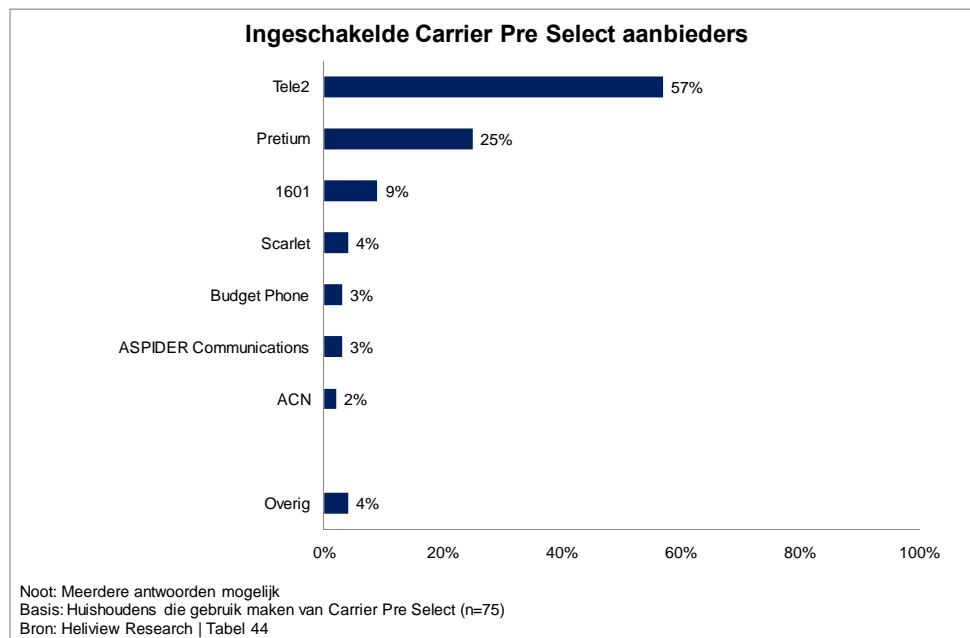
	KPN (n=827)	Online (n=104)	Ons Brabant Net (n=87)	Tele2 (n=197)	Telfort (n=72)	UPC (n=370)	Zeeland Net (n=37)	Ziggo (n=628)	XMS (n=39)	Totaal (n=2.536)
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij deze aanbieder	14%	30%	<b>47%</b>	31%	22%	<b>42%</b>	<b>30%</b>	<b>41%</b>	<b>45%</b>	<b>30%</b>
Heb altijd al deze aanbieder gehad	<b>46%</b>	10%	6%	9%	4%	19%	22%	20%	0%	25%
Prijs	13%	<b>53%</b>	18%	<b>45%</b>	<b>57%</b>	24%	19%	23%	26%	24%
Betrouwbaarheid	35%	9%	11%	16%	9%	8%	24%	13%	11%	19%
Aanbieding	6%	35%	22%	25%	13%	18%	8%	12%	16%	13%
Betere kwaliteit telefoongesprekken	9%	4%	10%	5%	6%	2%	3%	3%	16%	6%
Voorkeur voor aanbieder	7%	2%	6%	4%	1%	3%	14%	5%	5%	6%
Minder storingen	7%	6%	4%	9%	6%	3%	0%	3%	11%	5%
Overname vorige aanbieder (niet zelf gekozen)	2%	1%	4%	2%	16%	1%	0%	7%	0%	4%
Meer mogelijkheden (extra diensten bij huidige aanbieder)	3%	1%	5%	3%	1%	3%	3%	3%	3%	3%
Beperkte mogelijkheden op dit adres	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%
Voorkeur voor glasvezel (enige aanbieder)	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	1%
Voorkeur voor alles in 1 pakket	0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	1%

*Noot: Redenen die op totaalniveau door minder dan 1% zijn genoemd, staan niet afgebeeld / Meerdere antwoorden mogelijk  
Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting (m.u.v. huishoudens die gebruik maken van Carrier Pre Select)*

KPN wordt vooral uit gewoonte gekozen, 46% heeft deze telefonieaanbieder altijd al gehad. Het lijkt erop dat kabel- en glasvezelaanbieders met name worden ingeschakeld vanwege de gecombineerde abonnementen die deze aanbieders aanbieden (OnsBrabantNet: 47%; XMS: 45%; UPC: 42%; Ziggo: 41%; ZeelandNet: 30%). Bij Telfort, Online en Tele2 was vooral de prijs de doorslaggevende factor (respectievelijk 57%, 53% en 45%).

In figuur 1 zijn de aanbieders weergegeven die voor Carrier Pre Select worden ingeschakeld. Tele2 wordt het meest ingeschakeld voor CPS (57%), gevolgd door Pretium (25%).

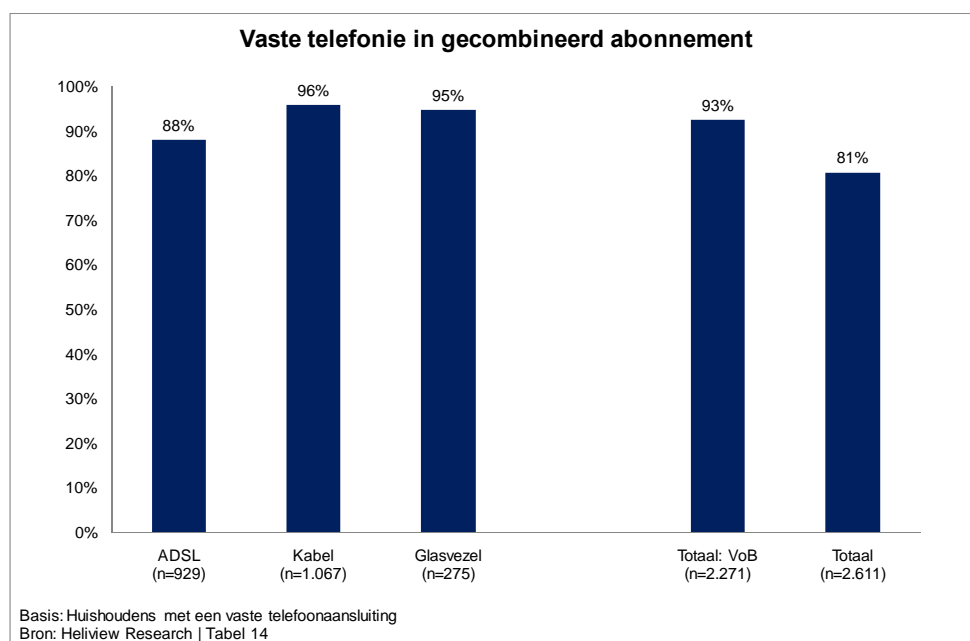
Figuur 1: Ingeschakelde Carrier Pre Select aanbieders



#### 4.1.3 Gebruik gecombineerd abonnement

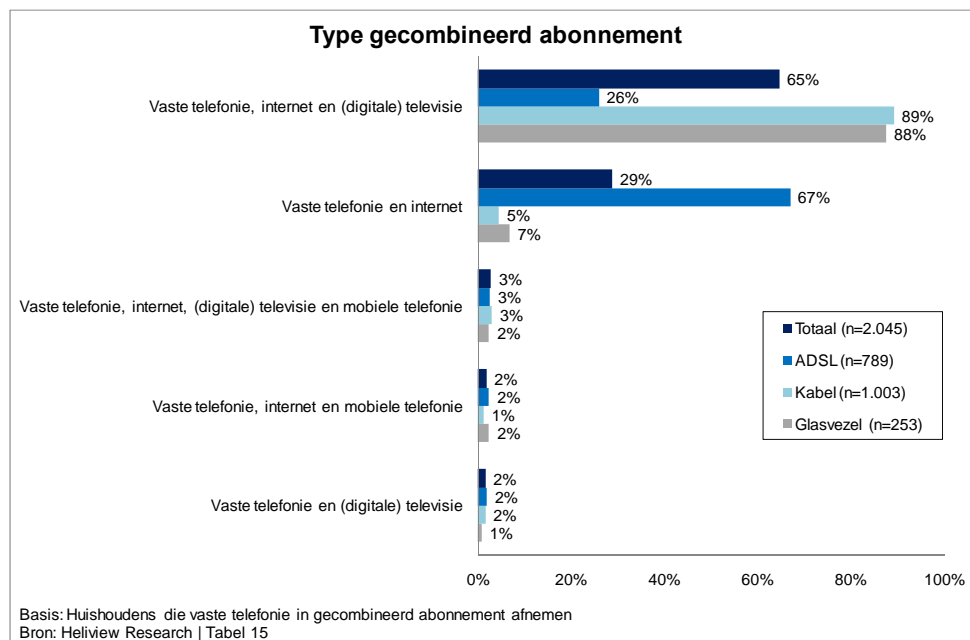
Een ruime meerderheid (93%) van de huishoudens die via VoB belt, neemt vaste telefonie af in een gecombineerd abonnement. Gecombineerde abonnementen zijn met name populair onder kabel- en glasvezelgebruikers (96% resp. 95%).

Figuur 2: Mate waarin men vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afneemt



Een gecombineerd abonnement met vaste telefonie, internet en (digitale) televisie wordt het meest afgenomen (65%). Vooral kabel- en glasvezelgebruikers zijn geïnteresseerd in dit abonnement (89% respectievelijk 88%). Het abonnement met vaste telefonie en internet is vooral populair onder ADSL-gebruikers.

Figuur 3: Type gecombineerd abonnement



De meest genoemde reden om vaste telefonie in een gecombineerd abonnement af te nemen is het voordeel van de pakketkorting; 60% geeft aan dat het voordeliger is om vaste telefonie in een gecombineerd abonnement af te nemen dan in een los abonnement.

Ruim een derde (36%) van de huishoudens die vaste telefonie niet in een gecombineerd abonnement afnemen, dit zijn veelal de huishoudens met een traditionele telefoonlijn, geven aan tevreden te zijn met de huidige situatie. Andere redenen die relatief vaak worden genoemd zijn: wil niet afhankelijk zijn van één aanbieder (18%), geen interesse in ander(e) product(en) (17%) en overstappen is te veel gedoe (16%).

Tabel 3: Redenen waarom men vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afneemt

	ADSL (n=789)	Kabel (n=1.003)	Glasvezel (n=253)	Totaal (n=2.045)
Voordeliger om vaste telefonie in gecombineerd abonnement af te nemen dan in los abonnement (pakketkorting)	62%	60%	56%	60%
Eén factuur	25%	28%	29%	27%
Eenvoudiger, want slechts eenmaal het keuzeprocess doorlopen	13%	13%	16%	13%
Heb vaste telefonie (gratis) erbij gekregen	7%	16%	7%	11%
Niet echt bewust voor gekozen	10%	6%	5%	7%
Vaste telefonie in een los abonnement niet mogelijk bij huidige aanbieder	2%	2%	3%	2%
Aantrekkelijke aanbieding (bv. met gratis installatie of laptop)	1%	1%	1%	1%
Gratis (onderling) bellen	0%	1%	0%	1%
Betrouwbaar / betere of snellere verbinding (voor alle producten)	1%	0%	1%	1%
Voorkeur om alles via glasvezel te laten lopen	0%	0%	4%	1%

Noot: Redenen die op totaalniveau door minder dan 1% zijn genoemd, staan niet afgebeeld / Meerdere antwoorden mogelijk  
Basis: Huishoudens die vaste telefonie in gecombineerd abonnement afnemen

Tabel 4: Redenen waarom men vaste telefonie niet in een gecombineerd abonnement afneemt

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=488)
	Koper (n=430)	Kabel (n=44)	Glasvezel (n=14)*	PSTN (n=293)	ISDN (n=30)	VoB (n=165)	
Tevreden met afnemen telefonie bij huidige aanbieder	38%	28%	27%	37%	39%	35%	36%
Wil niet afhankelijk zijn van 1 provider	18%	14%	0%	20%	25%	11%	18%
Geen interesse in ander(e) product(en)	16%	25%	27%	17%	7%	18%	17%
Overstappen te veel gedoe	17%	6%	18%	18%	14%	14%	16%
Geen zin uit te zoeken	13%	8%	9%	13%	14%	10%	12%
Voorkeur traditionele telefonie vanwege betere kwaliteit	10%	11%	0%	11%	11%	8%	10%
Geen vertrouwen in digitale telefonie	6%	0%	9%	7%	0%	4%	5%
Voorkeur voor een andere aanbieder voor vaste telefonie	4%	11%	9%	2%	18%	8%	5%
Los abonnement is goedkoper / voordeliger	2%	0%	0%	2%	0%	1%	2%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Redenen die op totaalniveau door minder dan 2% zijn genoemd, staan niet afgebeeld / Meerdere antwoorden mogelijk  
Basis: Huishoudens die vaste telefonie niet in gecombineerd abonnement afnemen

Internet is in de meeste gevallen de doorslaggevende factor geweest bij de keuze voor een gecombineerd abonnement (40%). Vaste telefonie speelde bij 9% van de huishoudens die vaste telefonie in een gecombineerd abonnement afnemen de doorslaggevende rol. Bij geen enkel huishouden was mobiele telefonie de doorslaggevende factor, dit komt onder andere doordat er relatief weinig gecombineerde abonnementen met mobiele telefonie worden afgenomen. Daarom is tabel 5 weergegeven naar het product dat in de bundel zit. Bij 7% van de huishoudens die een gecombineerd abonnement met mobiele telefonie afnemen was mobiele telefonie bepalend voor de keuze.

Tabel 5: Meest doorslaggevende factor bij keuze voor gecombineerd abonnement

	Bundel met:				Totaal (n=2.034)
	Vaste telefonie (n=2.034)	Internet (n=1.996)	(Digitale) televisie (n=1.405)	Mobiele telefonie (n=98)	
Vaste telefonie	9%	9%	7%	7%	9%
Internet	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>35%</b>	<b>34%</b>	<b>40%</b>
(Digitale) televisie	14%	14%	21%	7%	14%
Mobiele telefonie	0%	0%	0%	7%	0%
Geen van de producten in het bijzonder	36%	36%	38%	44%	36%

Basis: Huishoudens die vaste telefonie in gecombineerd abonnement afnemen (m.u.v. de huishoudens die niet hebben aangegeven welk type gecombineerd abonnement ze afnemen)

In tabel 5 kwam al duidelijk naar voren dat vaste telefonie een minder belangrijke rol heeft gespeeld in het keuzeproses voor een gecombineerd abonnement, dit wordt in tabel 6 bevestigd. Bij 43% van de huishoudens met een gecombineerd abonnement was vaste telefonie het minst doorslaggevende product bij de keuze.

Tabel 6: Minst doorslaggevende factor bij keuze voor gecombineerd abonnement

	Bundel met:				Totaal (n=2.034)
	Vaste telefonie (n=2.034)	Internet (n=1.996)	(Digitale) televisie (n=1.405)	Mobiele telefonie (n=98)	
Vaste telefonie	<b>43%</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>26%</b>	<b>43%</b>
Internet	8%	8%	4%	5%	8%
(Digitale) televisie	9%	9%	13%	8%	9%
Mobiele telefonie	1%	1%	1%	21%	1%
Geen van de producten in het bijzonder	40%	40%	43%	40%	40%

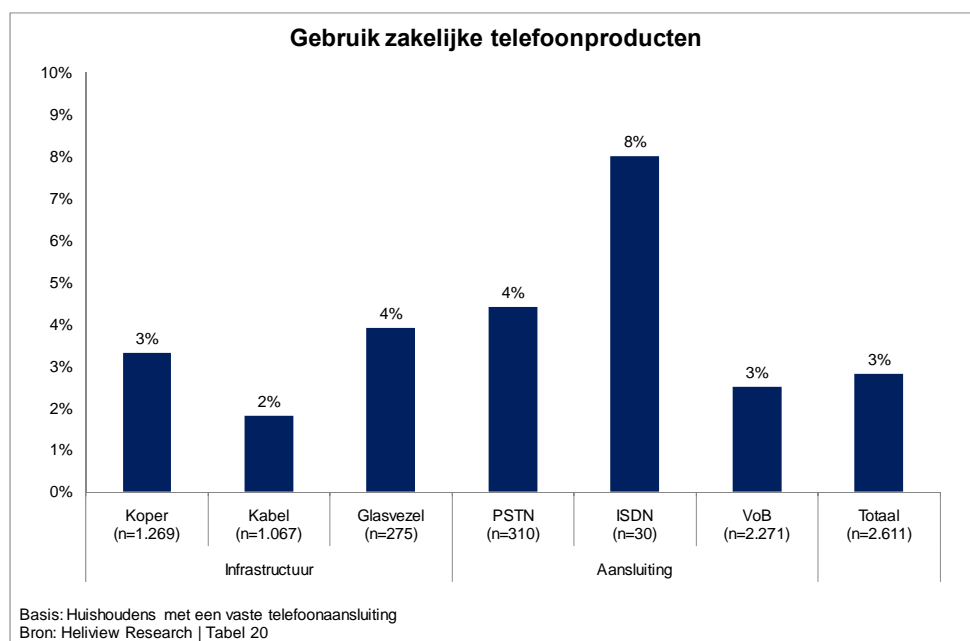
Basis: Huishoudens die vaste telefonie in gecombineerd abonnement afnemen (m.u.v. de huishoudens die niet hebben aangegeven welk type gecombineerd abonnement ze afnemen)



#### 4.1.4 Gebruik zakelijke telefoonproducten

Van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting geeft 3% aan een zakelijk telefoonproduct af te nemen. De afname van zakelijke telefoonproducten is het hoogst bij huishoudens met een ISDN-aansluiting (8%).

Figuur 4: Gebruik zakelijke telefoonproducten



Figuur 5: Redenen waarom men voor een zakelijk telefoonproduct heeft gekozen

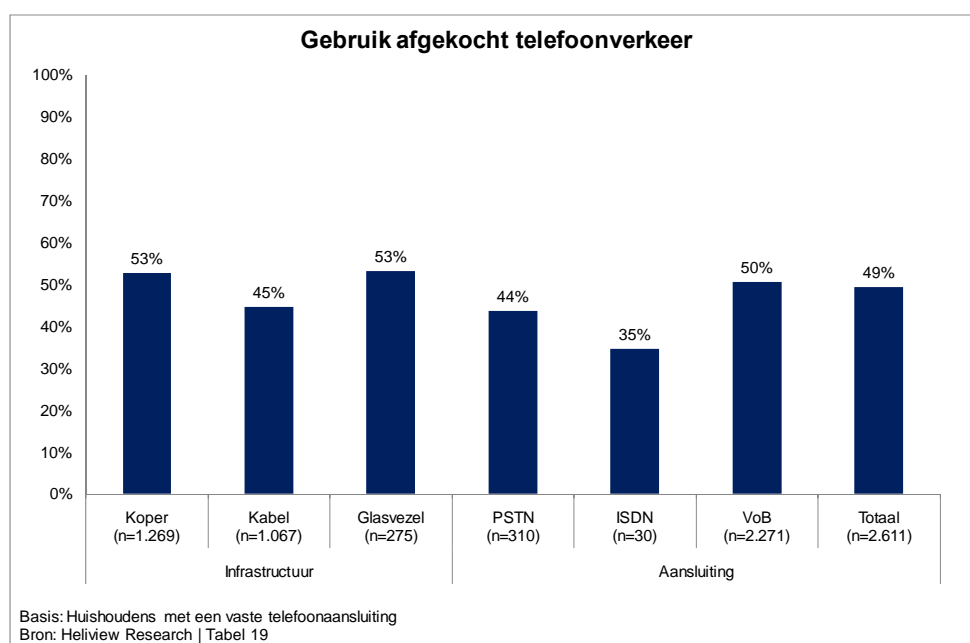


De huishoudens die zakelijke telefoonproducten afnemen zijn gevraagd naar de naam van het telefoonproduct dat men afneemt. In de meeste gevallen weten de respondenten geen productnaam te noemen, maar wordt louter de aanbieder genoemd. Telefonieaanbieders die vooral worden genoemd zijn: KPN, Ziggo en Tele2.

Een eigen bedrijf of kantoor aan huis is de belangrijkste reden om een zakelijk telefoonproduct af te nemen (41%). Ongeveer een kwart (27%) van de huishoudens die een zakelijk telefoonproduct afnemen geeft aan dat een zakelijk product voordeliger is.

#### 4.1.5 Gebruik afgekocht telefoonverkeer

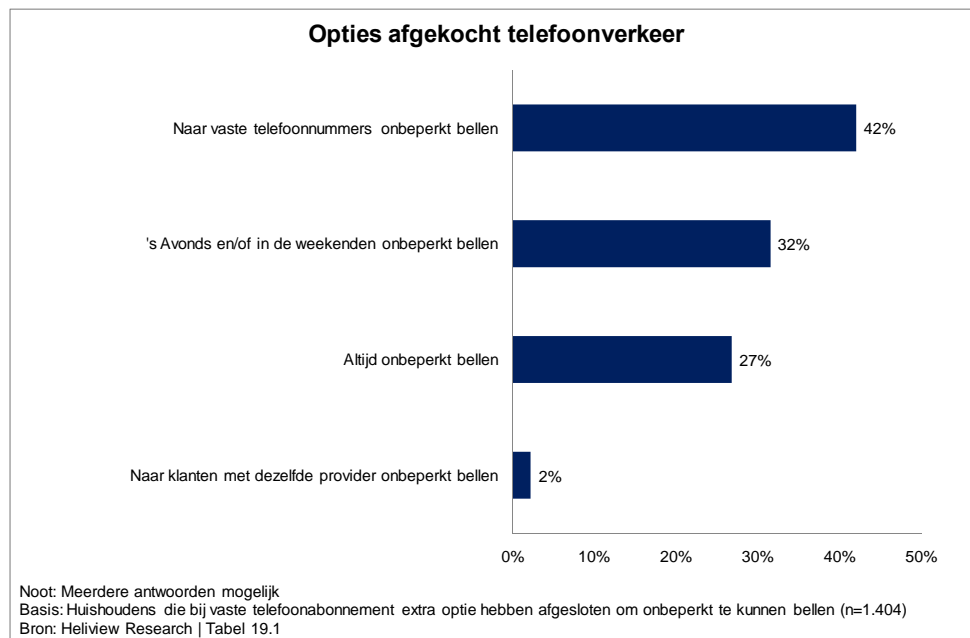
Figuur 6: Gebruik afgekocht telefoonverkeer



De helft (49%) van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting heeft een extra optie afgesloten om onbeperkt te kunnen bellen. Bij huishoudens met een koperen aansluiting wordt het telefoonverkeer vaker afgekocht dan gemiddeld (53%). Bij huishoudens met een kabel aansluiting geldt het omgekeerde; 45% van de huishoudens die via kabel belt heeft een extra optie genomen om onbeperkt te kunnen bellen.

Het onbeperkt bellen naar vaste telefoonnummers is de meest gebruikte optie (42%), gevolgd door 's avonds en/of in de weekenden onbeperkt bellen (32%). Ongeveer een kwart (27%) van de huishoudens die telefoonverkeer hebben afgekocht belt altijd onbeperkt voor een vast bedrag per maand.

Figuur 7: Opties afgekocht telefoonverkeer



#### 4.1.6 Gebruik vaste telefondiensten

In de onderstaande tabel staat het gebruik van een zevental vaste telefondiensten weergegeven.

Tabel 7: Gebruik vaste telefondiensten

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.611)
	Koper (n=1.269)	Kabel (n=1.067)	Glasvezel (n=275)	PSTN (n=310)	ISDN (n=30)	VoB (n=2.271)	
Nummerweergave	75%	81%	87%	57%	83%	81%	78%
Voicemail	31%	27%	37%	26%	32%	30%	30%
Direct doorschakelen	18%	17%	16%	16%	39%	18%	18%
Toets bij bezet	20%	12%	14%	20%	38%	15%	16%
Meerdere telefoonnummers	13%	7%	11%	7%	67%	10%	11%
Wisselgesprek	9%	10%	10%	8%	20%	10%	10%
SMS voor vaste telefoon	11%	6%	10%	9%	23%	9%	9%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Nummerweergave is veruit de meest gebruikte vaste telefoondienst; 78% van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting maakt gebruik van deze dienst. Wanneer naar het type aansluiting wordt gekeken, is te zien dat huishoudens met een analoge telefoonlijn minder vaak gebruik maken van nummerweergave dan gemiddeld (57%). Glasvezelgebruikers maken daarentegen bovengemiddeld vaak gebruik van deze vaste telefoondienst (87%). Een andere vaste telefoondienst die relatief vaak wordt gebruikt door huishoudens met een glasvezelaansluiting is voicemail; 37% maakt hier gebruik van.

Huishoudens met een ISDN-aansluiting is een opvallende groep als het gaat om het gebruik van de vaste telefoondiensten “meerdere telefoonnummers”, “direct doorschakelen” en “toets bij bezet” (respectievelijk 67%, 39% en 38%), deze diensten worden bovengemiddeld gebruikt door deze groep.

#### 4.1.7 Belgedrag

Vanaf de vaste telefoon worden vooral nationale gesprekken gevoerd. Iets meer dan de helft (56%) van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting heeft meer dan 20 nationale gesprekken per maand. Internationale gesprekken worden minder vaak gevoerd vanaf de vaste telefoon; 2% van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting belt meer dan 20 keer per maand naar het buitenland. Daarnaast wordt met de vaste telefoon vaker naar vaste dan naar mobiele telefoonnummers gebeld. Dit geldt zowel voor huishoudens met vaste en mobiele telefonie als voor huishoudens met alleen vaste telefonie, echter wordt door de laatstgenoemde groep minder vaak naar mobiele telefoonnummers gebeld. 6% Van de huishoudens die alleen vast bellen, belt meer dan 20 keer per maand naar mobiele telefoonnummers, tegenover 19% van de huishoudens die zowel vast als mobiel bellen. Met uitzondering van het bellen naar mobiele telefoonnummers is het belgedrag (vanaf de vaste telefoon) van beide groepen huishoudens vrijwel gelijk.

Tabel 8: Aantal uitgaande gesprekken vanaf de vaste telefoon per maand

	Nationale gesprekken	Internationale gesprekken	Gesprekken naar vast	Gesprekken naar mobiel
Minder dan 10 gesprekken per maand	19%	93%	24%	54%
10 t/m 19	26%	5%	29%	28%
20 t/m 49	35%	1%	31%	13%
50 t/m 99	15%	1%	12%	4%
100 gesprekken per maand of meer	6%	0%	4%	2%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting (n=2.611)

Wanneer naar het aantal gebelde minuten vanaf de mobiele telefoon wordt gekeken dan is hetzelfde beeld te zien. Het belvolume in aantal belminuten vanaf de vaste telefoon is het hoogst bij nationale gesprekken en gesprekken naar vaste telefoonnummers.

Tabel 9: Aantal gebelde minuten vanaf de vaste telefoon per maand

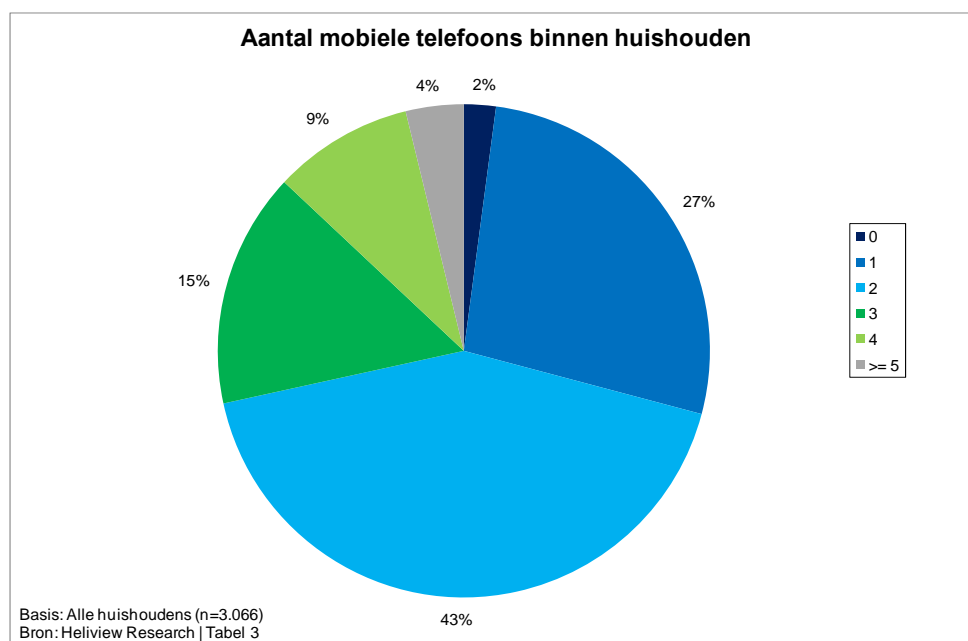
	Nationale gesprekken	Internationale gesprekken	Gesprekken naar vast	Gesprekken naar mobiel
Minder dan 100 minuten per maand	48%	94%	51%	81%
100 t/m 199	26%	4%	26%	12%
200 t/m 299	13%	1%	12%	4%
300 t/m 399	6%	1%	6%	1%
400 t/m 499	3%	0%	3%	1%
500 minuten per maand of meer	4%	0%	3%	1%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting (n=2.611)

## 4.2 Mobiele telefonie

Bij bijna alle huishoudens met een vaste telefoonaansluiting is er minimaal één mobiele telefoon in het huishouden aanwezig (98%). Het gemiddelde aantal mobiele telefoons binnen het huishouden komt uit op 2,2. Het lijkt erop dat in de meeste gevallen één mobiele telefoon per persoon in het huishouden aanwezig is, omdat de gemiddelde grootte van het huishouden uitkomt op 2,3.

Figuur 8: Aantal mobiele telefoons binnen het huishouden



#### 4.2.1 Mobile only

Uit de Digital Provider Monitor blijkt dat 16% van de Nederlandse huishoudens alleen mobiel belt (mobile only). In de steekproef van dit onderzoek is een vergelijkbaar percentage mobile only gebruikers opgenomen, namelijk 15% (455 mobile only gebruikers).

De meest genoemde reden om alleen mobiel te bellen is dat het mobiele telefoonabonnement al in alle behoeftes voorziet (53%). Een derde van de mobile only gebruikers maakte geen of weinig gebruik van de vaste telefoon en is daarom volledig overgestapt op mobiele telefonie. Bij een vergelijkbaar percentage speelde vooral het kostenaspect een rol; 33% geeft aan dat aan het afnemen van alleen mobiele telefonie minder (abonnements)kosten verbonden zijn. Een andere reden die relatief vaak wordt genoemd is dat men weinig thuis is (29%).

Tabel 10: Redenen om alleen mobiel te bellen

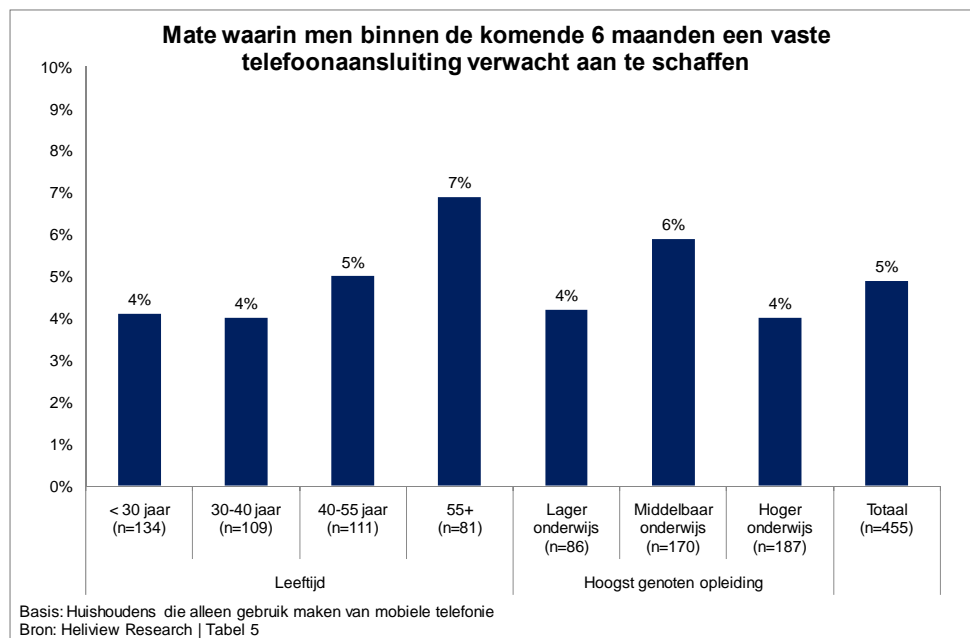
	Leeftijd				Hoogst genoten opleiding			Totaal (n=455)
	< 30 jaar (n=134)	30-40 jaar (n=109)	40-55 jaar (n=111)	55+ (n=81)	Lager onderwijs (n=86)	Middelbaar onderwijs (n=170)	Hoger onderwijs (n=187)	
Mijn mobiele abonnement voorziet reeds in alle behoeftes	72%	57%	25%	49%	43%	48%	62%	53%
Ik maakte geen / weinig gebruik van mijn vaste telefoon	35%	33%	33%	34%	35%	35%	32%	34%
Minder (abonnements)kosten	25%	35%	37%	36%	29%	31%	35%	33%
Ik ben weinig thuis	37%	34%	23%	21%	23%	30%	32%	29%
Altijd bereikbaar (op 1 nummer)	1%	0%	1%	3%	1%	1%	1%	1%
Ik woon in een studentenhuis / tijdelijke woning	2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%
Overig	2%	1%	0%	0%	0%	0%	2%	1%

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens die alleen gebruik maken van mobiele telefonie

Aan de huishoudens die alleen gebruik maken van mobiele telefonie is gevraagd of men binnen de komende 6 maanden een vaste telefoonaansluiting verwacht aan te schaffen (figuur 9). Ongeveer 5% van de mobile only gebruikers geeft aan plannen te hebben voor een vaste telefonieaansluiting. De leeftijd en de hoogst genoten opleiding van de respondent lijken nauwelijks invloed te hebben op de aanschafintentie. De 55-plussers lijken met 7% het meest geneigd om het komend half jaar een vaste telefoonaansluiting aan te schaffen, hoewel het hier niet om een significant verschil gaat.

Figuur 9: Mate waarin mobile only gebruikers binnen de komende 6 maanden een vaste telefoonaansluiting verwachten aan te schaffen



#### 4.2.2 Belgedrag

Over het algemeen wordt er meer gebeld vanaf de vaste telefoon dan vanaf de mobiele telefoon. Iets meer dan de helft (56%) van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting voert meer dan 20 nationale gesprekken per maand vanaf de vaste telefoon, bij mobiele telefonie komt dit percentage uit op 41%. Echter wanneer naar de huishoudens die alleen mobiel bellen wordt gekeken dan is wel een vergelijkbaar percentage te zien; 54% van de mobile only gebruikers voert meer dan 20 nationale gesprekken per maand vanaf de mobiele telefoon.

Hoewel vanaf de vaste telefoon vooral naar vaste telefoonnummers wordt gebeld, geldt voor het bellen vanaf de mobiele telefoon het omgekeerde. Vanaf de mobiele telefoon wordt vaker naar mobiele telefoonnummers dan naar vaste telefoonnummers gebeld.

Tabel 11: Aantal uitgaande gesprekken vanaf de mobiele telefoon per maand

	Nationale gesprekken	Internationale gesprekken	Gesprekken naar vast	Gesprekken naar mobiel
Minder dan 10 gesprekken per maand	35%	94%	47%	33%
10 t/m 19	25%	4%	30%	27%
20 t/m 49	23%	1%	15%	24%
50 t/m 99	12%	0%	5%	11%
100 gesprekken per maand of meer	6%	0%	2%	5%

Basis: Respondenten met een mobiele telefoon (n=2.953)

Tabel 12: Aantal gebelde minuten vanaf de mobiele telefoon per maand

	Nationale gesprekken	Internationale gesprekken	Gesprekken naar vast	Gesprekken naar mobiel
Minder dan 100 minuten per maand	64%	96%	76%	61%
100 t/m 199	20%	2%	16%	24%
200 t/m 299	9%	1%	5%	9%
300 t/m 399	4%	1%	1%	3%
400 t/m 499	2%	0%	1%	1%
500 minuten per maand of meer	2%	0%	1%	2%

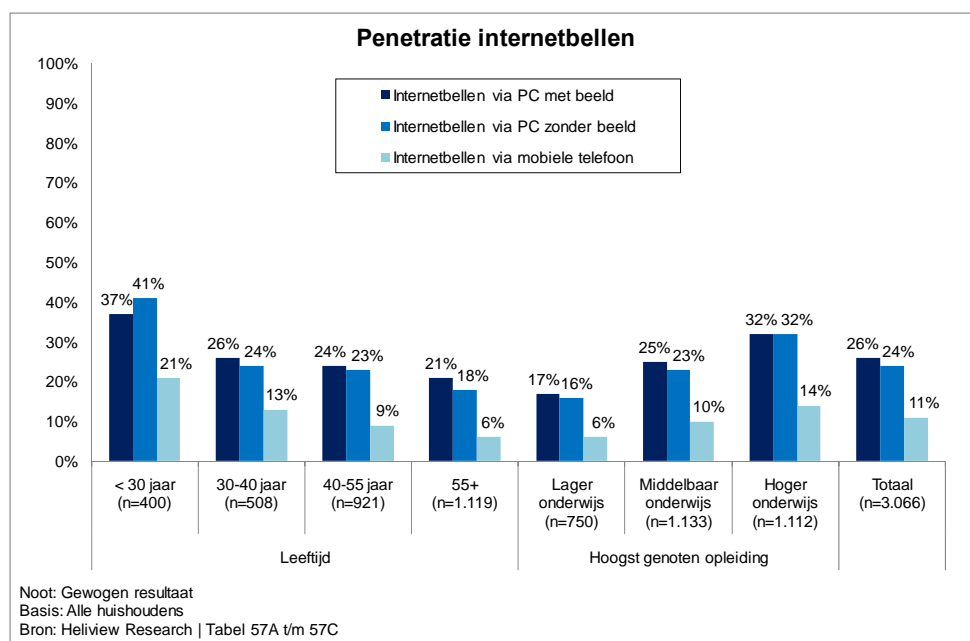
Basis: Respondenten met een mobiele telefoon (n=2.953)

In tabel 12 wordt het aantal gebelde minuten vanaf de mobiele telefoon per maand weergegeven. Deze tabel laat zien dat mobiele telefoongebruikers niet alleen vaker naar mobiele telefoonnummers bellen, maar ook dat het belvolume in het aantal belminuten hoger ligt bij gesprekken naar mobiele telefoonnummers. Ongeveer 15% van de respondenten met een mobiele telefoon belt 200 minuten of meer per maand naar mobiele telefoonnummers.

### 4.3 Internetbellen

#### 4.3.1 Penetratie internetbellen

Figuur 10: Penetratie internetbellen





Een derde (32%) van de Nederlandse huishoudens belt wel eens via internet (ongeacht of dit via de PC of mobiele telefoon is). Een kwart (26%) geeft aan wel eens te internetbellen via de PC met beeld en een kwart (24%) geeft aan dit te doen zonder beeld. Het internetbellen via de mobiele telefoon gebeurt in 11% van de gevallen. Internetbellen is met name populair onder jongeren en hoger opgeleiden (dit geldt voor alle drie de vormen).

Tabel 13: Mate waarin men internetbelt

	Internetbellen via PC met beeld	Internetbellen via PC zonder beeld	Internetbellen via mobiele telefoon
Dagelijks	3%	3%	1%
Wekelijks	7%	6%	2%
Maandelijks	5%	5%	2%
Minder vaak dan maandelijks	10%	10%	5%
Nooit	74%	76%	89%

Noot: Gewogen resultaat

Basis: Alle huishoudens (n=3.066)

In tabel 13 is de mate waarin men internetbelt weergegeven. Tussen internetbellen via de PC met beeld en zonder beeld is nauwelijks verschil te zien in de mate waarin men internetbelt; beide vormen van internetbellen wordt door 3% van de huishoudens dagelijks gebruikt. De mobiele variant van internetbellen wordt minder vaak dagelijks gebruikt; 1% internetbelt dagelijks via de mobiele telefoon.

Tabel 14: Gebruikte programma's om te internetbellen

	Internetbellen via PC met/zonder beeld (n=931)	Internetbellen via mobiele telefoon (n=333)
Skype	86%	67%
Windows Live Microsoft Messenger	23%	18%
Google Talk	7%	17%
Voip buster	6%	6%
Viber	0%	5%
Tango	0%	1%
FaceTime	0%	2%
Overig	2%	2%

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk / Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen

Skype is met 86% het meest gebruikte programma om te internetbellen via de PC (ongeacht of het met of zonder beeld is), gevolgd door Windows Live Microsoft Messenger (23%) en Google Talk (7%). Internetbellen via de mobiele telefoon kent dezelfde top 3 (respectievelijk 67%, 18% en 17%), echter Skype en Windows Live Microsoft Messenger worden minder vaak ingezet voor internetbellen via de mobiele telefoon dan voor internetbellen via de PC; terwijl Google Talk juist vaker wordt ingezet.

Tabel 15: Belgedrag internetbellen

	Internetbellen via PC met/zonder beeld (n=931)	Internetbellen via mobiele telefoon (n=333)
Andere internetbellers in Nederland	69%	62%
Andere internetbellers in het buitenland	64%	46%
Nederlandse telefoonnummers (vast/mobiel)	23%	41%
Buitenlandse telefoonnummers (vast/mobiel)	26%	32%

Noot: Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen

Huishoudens die via de PC (met of zonder beeld) internetbellen, bellen vooral naar andere internetbellers. Er wordt vaker naar andere internetbellers in Nederland gebeld dan naar andere internetbellers in het buitenland, echter gaat het om een klein verschil (69% vs. 64%). Naar vaste en mobiele telefoonnummers (zowel Nederlands als buitenlands) wordt duidelijk minder vaak gebeld, dit heeft mogelijk te maken met de kosten die hieraan gekoppeld zijn.

Bij internetbellen via de mobiele telefoon wordt tevens voornamelijk gebeld naar andere internetbellers in Nederland dan naar andere internetbellers in het buitenland, echter, bij deze vorm van internetbellen is het verschil groter (62% vs. 46%). Opmerkelijk is dat huishoudens die via de mobiele telefoon internetbellen meer bereid zijn om te betalen voor het internetbellen naar vaste en mobiele telefoonnummers, dan huishoudens die internetbellen via de PC.

In tabel 16 zijn de redenen weergegeven waarom men niet internetbelt. Opvallend is dat de redenen erg uiteen lopen. Bijna een derde van de redenen om niet te internetbellen hangt samen met het geen behoefte hebben aan of het niet geïnteresseerd zijn in internettelefonie (geen behoefte: 16%; niet nodig: 9%; geen interesse: 6%). Een vergelijkbaar percentage weet niet hoe het werkt of heeft zich er nooit in verdiept (weet niet hoe het werkt: 10%; nooit in verdiept: 8%; onbekend mee: 7%; nooit geprobeerd: 4%). Daarnaast geeft 5% aan dat het vaste en/of mobiele telefoonabonnement reeds in alle behoeftes voorziet.

Tabel 16: Redenen waarom men niet internetbelt

	Leeftijd				Hoogst genoten opleiding			Totaal (n=701)
	< 30 jaar (n=46)	30-40 jaar (n=103)	40-55 jaar (n=224)	55+ (n=293)	Lager onderwijs (n=225)	Middelbaar onderwijs (n=280)	Hoger onderwijs (n=181)	
Geen behoefte	19%	19%	16%	14%	13%	16%	18%	16%
Weet niet hoe het werkt	4%	8%	12%	10%	11%	8%	9%	10%
Niet nodig	11%	11%	9%	8%	8%	10%	9%	9%
Nooit in verdiept	6%	11%	8%	7%	7%	9%	8%	8%
Onbekend mee	8%	5%	9%	7%	7%	8%	6%	7%
Geen interesse	6%	8%	7%	6%	7%	8%	5%	6%
Weinig mensen gebruiken het / geen bekenden die het gebruiken	9%	6%	8%	3%	2%	5%	9%	6%
Mijn vaste en/of mobiele abonnement voorziet reeds in alle behoeftes	8%	8%	3%	3%	3%	5%	6%	5%
Nooit geprobeerd	8%	3%	3%	3%	4%	5%	2%	4%
Te ingewikkeld / te lastig	3%	3%	2%	5%	5%	3%	3%	4%
Teveel gedoe / PC moet worden opgestart	5%	3%	3%	4%	3%	3%	5%	4%
Niet geïnstalleerd / niet aanwezig op PC	2%	3%	5%	3%	5%	2%	3%	3%
Geen internet	0%	0%	1%	7%	7%	1%	2%	3%
Slechte kwaliteit (geen of slecht geluid, vertraagd beeld)	3%	0%	4%	3%	3%	4%	2%	3%
Bezit niet de juiste apparatuur (verouderde PC/mobiele telefoon, geen headset/webcam)	2%	3%	3%	2%	2%	3%	3%	2%
Geen PC	0%	1%	0%	5%	4%	1%	1%	2%
Bel nu heel goedkoop / heb genoeg belminuten	2%	2%	2%	2%	3%	1%	2%	2%

Noot: Redenen die op totaalniveau door minder dan 2% zijn genoemd, staan niet afgebeeld / Meerdere antwoorden mogelijk / Gewogen resultaat  
Basis: Huishoudens die niet internetbellen en een toelichting hebben gegeven

## 4.4 Samenvatting gebruik telefoonproducten

In de onderstaande tabel staat het gebruik van telefoonproducten samengevat.

Tabel 17: Samenvatting gebruik telefoonproducten

	n	Huishoudens met vaste telefonie (n=2.611)	Huishoudens met mobiele telefonie (n=3.001)	Huishoudens die internetbellen (n=969)	Alle huishoudens (n=3.066)
Vaste telefonie: totaal	2.611	100%	-	-	85%
Mobiele telefonie: totaal	3.001	-	100%	-	98%
Internetbellen: totaal	969	-	-	100%	32%
Vaste telefonie en mobiele telefonie	2.546	98%	85%	-	83%
Vaste telefonie en internetbellen	826	32%	-	85%	27%
Mobiele telefonie en internetbellen	964	-	32%	99%	31%
Alleen vaste telefonie	65	2%	-	-	2%
Alleen mobiele telefonie	455	-	15%	-	15%

Van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting maakt 98% gebruik van mobiele telefonie en 32% van internettelefonie. Van de huishoudens met mobiele telefonie heeft 85% een vaste telefoonaansluiting, het percentage mobile only komt hiermee uit op 15%. Het hebben van een vaste telefoonaansluiting of mobiele telefoon heeft vrijwel geen invloed op het gebruik van internettelefonie; 32% van de huishoudens met mobiele telefonie maakt gebruik van internettelefonie.

## 4.5 Ontwikkeling volume telefoonverkeer

### 4.5.1 Ontwikkeling volume telefoonverkeer: 6 maanden geleden en komende 6 maanden

Het lijkt erop dat het volume van vast telefoonverkeer het afgelopen half jaar iets is afgenomen. Eén op de vijf (19%) huishoudens met een vaste telefoonaansluiting belt op het moment van interviewen (eind februari/begin maart) minder vanaf de vaste telefoon dan een half jaar geleden. Het percentage huishoudens dat meer is gaan bellen vanaf de vaste telefoon ligt lager (10%).

Wanneer naar het verwachte volume van vast telefoonverkeer wordt gekeken dan lijkt het komende half jaar sprake te zijn van een vergelijkbare daling; 14% verwacht minder te gaan bellen en 5% meer.

Tabel 18: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: vaste telefonie

6 MAANDEN GELEDEN ► KOMENDE 6 MAANDEN ▼	Meer (n=248)	Evenveel (n=1.814)	Minder (n=479)	Totaal (n=2.611)
Meer (n=118)	30%	2%	2%	5%
Evenveel (n=2.045)	59%	95%	43%	82%
Minder (n=343)	11%	3%	56%	14%
Totaal (n=2.611)	10%	71%	19%	100%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Bij mobiele telefonie geldt het omgekeerde, het volume van mobiel telefoonverkeer lijkt het afgelopen half jaar iets te zijn toegenomen. 17% Van de huishoudens met mobiele telefonie is het afgelopen half jaar meer gaan bellen vanaf de mobiele telefoon en 14% minder.

De verwachting is dat het volume van mobiel telefoonverkeer de komende 6 maanden wellicht niet verder zal toenemen; 10% verwacht meer te gaan bellen en 9% minder.

Tabel 19: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: mobiele telefonie

6 MAANDEN GELEDEN ► KOMENDE 6 MAANDEN ▼	Meer (n=481)	Evenveel (n=1.990)	Minder (n=402)	Totaal (n=2.953)
Meer (n=268)	37%	3%	7%	10%
Evenveel (n=2.304)	57%	94%	51%	82%
Minder (n=254)	6%	3%	41%	9%
Totaal (n=2.953)	17%	69%	14%	100%

Basis: Respondenten met een mobiele telefoon

Zowel voor internettelefonie via de PC als voor internettelefonie via de mobiele telefoon lijkt te gelden dat het volume van telefoonverkeer het afgelopen half jaar is toegenomen. Een derde (32%) van de huishoudens die via de PC internetbellen is het afgelopen half jaar meer gaan bellen en 23% minder. Van de huishoudens die via de mobiele telefoon internetbellen is 22% meer gaan bellen en 14% minder.

Tabel 20: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: internetbellen via PC

6 MAANDEN GELEDEN ► KOMENDE 6 MAANDEN ▼	Meer (n=281)	Evenveel (n=410)	Minder (n=202)	Totaal (n=931)
Meer (n=197)	50%	10%	7%	22%
Evenveel (n=548)	47%	84%	46%	64%
Minder (n=120)	3%	6%	47%	14%
Totaal (n=931)	32%	46%	23%	100%

Basis: Huishoudens die internetbellen via PC

Tabel 21: Ontwikkeling volume telefoonverkeer: internetbellen via mobiele telefoon

6 MAANDEN GELEDEN ► KOMENDE 6 MAANDEN ▼	Meer (n=77)	Evenveel (n=156)	Minder (n=62)	Totaal (n=333)
Meer (n=61)	63%	7%	5%	21%
Evenveel (n=174)	34%	86%	26%	60%
Minder (n=57)	3%	7%	69%	19%
Totaal (n=333)	22%	64%	14%	100%

Basis: Huishoudens die internetbellen via mobiele telefoon

Het ziet er naar uit dat het volume van telefoonverkeer over internet het komende half jaar iets gaat toenemen, al lijkt dit niet op te gaan voor internetbellen via de mobiele telefoon. Bij deze vorm van internettelefonie zal het volume van telefoonverkeer wellicht gelijk blijven; 21% verwacht meer te gaan bellen en 19% minder.

#### 4.5.2 Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar mobiele telefonie

Bij ruim de helft (57%) van de huishoudens die gebruik maken van vaste en mobiele telefonie is het afgelopen half jaar het volume van zowel vast als mobiel telefoonverkeer niet veranderd. 7% Van de huishoudens is het afgelopen half jaar minder gaan bellen vanaf de vaste telefoon en meer vanaf de mobiele telefoon. Het percentage huishoudens dat het afgelopen jaar meer is gaan bellen van de vaste telefoon en minder vanaf de mobiele telefoon ligt lager (3%), dit zou mogelijk een positieve ontwikkeling richting mobiele telefonie kunnen betekenen. Het enigszins toenemende volume van mobiel telefoonverkeer lijkt niet altijd ten koste te gaan van het volume van vast telefoonverkeer. Bij 7% van de huishoudens is het volume van mobiel telefoonverkeer toegenomen, maar is het volume van vast telefoonverkeer gelijk gebleven. Bij 3% is naast het volume van mobiel telefoonverkeer ook het volume van vast telefoonverkeer toegenomen.

Tabel 22: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar mobiele telefonie: 6 maanden geleden

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR MOBIELE TELEFONIE ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	3%	7%	7%
Evenveel	4%	57%	8%
Minder	3%	6%	4%

Basis: Huishoudens met zowel vaste als mobiele telefonie (n=2.439)

Wanneer naar het volume van zowel vast als mobiel telefoonverkeer in het komende half jaar wordt gekeken, dan is een enigszins vergelijkbaar beeld te zien. 4% Van de huishoudens verwacht minder te gaan bellen vanaf de vaste telefoon en meer vanaf de mobiele telefoon. Daarnaast verwacht 1% van de huishoudens meer telefoonverkeer over vast en minder telefoonverkeer over mobiel.

Tabel 23: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vast telefonie naar mobiele telefonie: komende 6 maanden

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR MOBIELE TELEFONIE ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	1%	5%	4%
Evenveel	2%	72%	7%
Minder	1%	5%	3%

Basis: Huishoudens met zowel vaste als mobiele telefonie (n=2.403)

#### 4.5.3 Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar internetbellen via PC

Eén op de tien huishoudens is het afgelopen half jaar minder gaan bellen vanaf de vaste telefoon en is meer gaan internetbellen via de PC. Dit percentage ligt significant hoger dan het percentage huishoudens dat meer is gaan bellen vanaf de vaste telefoon en minder is gaan internetbellen via de PC (3%).

Tabel 24: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via PC: 6 maanden geleden

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR INTERNETBELLEN VIA PC ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	4%	18%	10%
Evenveel	4%	33%	9%
Minder	3%	13%	6%

Basis: Huishoudens met zowel vaste telefonie als internettelefonie via de PC (n=779)

Het komende half jaar verwacht 6% van de huishoudens met zowel vaste telefonie als internettelefonie via de PC minder te gaan bellen vanaf de vaste telefoon en meer te gaan internetbellen via de PC. Het percentage huishoudens dat meer verwacht te bellen vanaf de vaste telefoon en minder te gaan internetbellen via de PC komt uit op 1%.

Tabel 25: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via PC: komende 6 maanden

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR INTERNETBELLEN VIA PC ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	3%	14%	6%
Evenveel	3%	52%	8%
Minder	1%	9%	4%

Basis: Huishoudens met zowel vaste telefonie als internettelefonie via de PC (n=761)

#### 4.5.4 Ontwikkeling volume telefoonverkeer: van vaste telefonie naar internetbellen via mobiele telefoon

Van de huishoudens die gebruik maken van zowel vaste telefonie als internettelefonie via de mobiele telefoon, is 9% minder gaan bellen vanaf de vaste telefoon en meer gaan internetbellen vanaf de mobiele telefoon. Het percentage huishoudens dat meer is gaan bellen vanaf de vaste telefoon en minder is gaan internetbellen via de mobiele telefoon ligt lager.

Voor het komende half jaar wordt een min of meer vergelijkbaar verschil verwacht.

*Tabel 26: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via mobiele telefoon: 6 maanden geleden*

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR INTERNETBELLEN VIA MOBIELE TELEFOON ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	4%	12%	9%
Evenveel	4%	32%	17%
Minder	4%	12%	6%

*Basis: Huishoudens met zowel vaste telefonie als internettelefonie via de mobiele telefoon (n=285)*

*Tabel 27: Ontwikkeling volume telefoonverkeer van vaste telefonie naar internetbellen via mobiele telefoon: komende 6 maanden*

VAN VASTE TELEFONIE ► NAAR INTERNETBELLEN VIA MOBIELE TELEFOON ▼	Meer	Evenveel	Minder
Meer	5%	12%	6%
Evenveel	4%	45%	9%
Minder	2%	12%	6%

*Basis: Huishoudens met zowel vaste telefonie als internettelefonie via de mobiele telefoon (n=277)*



## 5 Churn

In dit hoofdstuk wordt het overstapgedrag van de huishoudens in kaart gebracht. Aan bod komen: het overstapgedrag van en naar een type infrastructuur en van en naar een bepaalde aanbieder en de overstapintentie naar een ander vaste telefoonproduct bij een prijsverhoging van 10%. Tot slot worden eventuele overstapdrempels weergegeven.

### 5.1 Overstapgedrag infrastructuur

Op totaalniveau geeft 10% van de huishoudens aan overgestapt te zijn op een ander type vaste telefoonproduct in de afgelopen 12 maanden. Onderstaand is de mate van overstappen weergegeven per type infrastructuur en aansluiting. De mate waarin men is gechurnd, is het hoogst onder huishoudens die nu glasvezel hebben (21%). Onder de huishoudens die momenteel een PSTN- of ISDN-aansluiting hebben, is de mate van overstappen in het afgelopen jaar het laagst (respectievelijk 4% en 3%).

Tabel 28: Mate waarin men is overgestapt naar een ander type vaste telefoonproduct in de afgelopen 12 maanden

	Infrastructuur				Aansluiting		Totaal (n=2.611)
	Koper (n=1.269)	Kabel (n=1.067)	Glasvezel (n=275)	PSTN (n=310)	ISDN (n=30)	VoB (n=2.271)	
Ja, overgestapt	8%	10%	21%	4%	3%	11%	10%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting en/of mobiele telefonie

Het vaakst is men overgestapt naar een kabelaansluiting (42% op totaalniveau). Met name huishoudens die voorheen van ADSL (67%) gebruik maakten, zijn nu overgestapt op een kabelaansluiting. Verder valt op dat ongeveer de helft van de voormalig kabelgebruikers aangeeft te zijn overgestapt op een ADSL-aansluiting (47%) en de andere helft op een glasvezelaansluiting (50%). Huishoudens die voorheen een analoge telefoonlijn hadden, geven voornamelijk de voorkeur aan kabel en ADSL; respectievelijk 47% en 39% van deze groep is overgestapt naar dit type infrastructuur.

In de twee schema's op de volgende pagina zijn de overstap van infrastructuur en respectievelijk de overstap van aansluiting tegen elkaar afgezet. Van de huishoudens die voorheen een PSTN-aansluiting hadden, geeft vrijwel iedereen aan te zijn overgestapt naar Voice over Broadband (99%). Hetzelfde geldt voor huishoudens die reeds een VoB-aansluiting hadden; 98% blijft bij dit type aansluiting.

Tabel 29: Overstap infrastructuur: naar infrastructuur

OVERGESTAPT VAN ►	Infrastructuur			Totaal (n=214)	
	OVERGESTAPT NAAR ▼	Koper (n=170)	Kabel (n=36)		Glasvezel (n=te laag)
Koper		30%	50%	-	49%
Kabel		49%	-	-	41%
Glasvezel		21%	50%	-	11%

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven  
Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die zijn overgestapt naar een ander type vaste telefoonaansluiting

Tabel 30: Overstap aansluiting: naar aansluiting

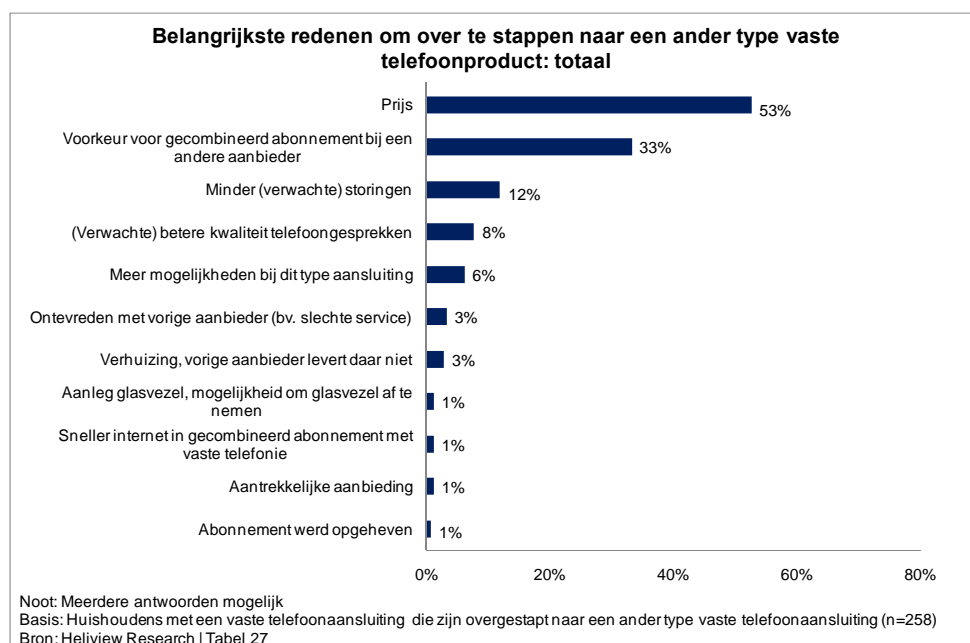
OVERGESTAPT VAN ►	Aansluiting			Totaal (n=214)	
	OVERGESTAPT NAAR ▼	PSTN (n=90)	ISDN (n=29)*		VoB (n=95)
PSTN		-	17%	2%	12%
ISDN		1%	-	0%	1%
VoB		99%	83%	98%	87%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven  
Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die zijn overgestapt naar een ander type vaste telefoonaansluiting

De figuren en het schema op deze en de volgende pagina's geven weer welke redenen ten grondslag hebben gelegen aan de keuze om over te stappen naar een ander type vaste telefoonproduct. Figuur 11 geeft de redenen weer op totaalniveau

Figuur 11: Redenen om over te stappen: op totaalniveau



De keuze om over te stappen is het vaakst gebaseerd op de kosten; 53% van de overgestapte huishoudens geeft aan dat de prijs hiervoor de reden is geweest. Uit het schema blijkt dat de prijs een belangrijke beweegreden is geweest voor huishoudens die nu een koperen aansluiting hebben (67%; huishoudens met kabel: 54%; huishoudens met glasvezel: 29%).

Naast de prijs geeft een derde van de churners aan (mede) te zijn overgestapt vanwege een voorkeur voor een gecombineerd abonnement bij een andere aanbieder. De redenen die daarop volgen hebben te maken met de kwaliteit van de verbinding (minder storingen: 12%; betere kwaliteit telefoongesprekken: 8%).

Tabel 31: Redenen om over te stappen

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=258)
	Koper (n=94)	Kabel (n=107)	Glasvezel (n=57)	PSTN (n=11)*	ISDN (n=te laag)	VoB (n=246)	
Prijs	<b>67%</b>	<b>54%</b>	29%	<b>100%</b>	-	<b>50%</b>	<b>53%</b>
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij een andere aanbieder	20%	39%	<b>46%</b>	0%	-	35%	33%
Minder (verwachte) storingen	15%	10%	11%	10%	-	12%	12%
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	6%	5%	16%	0%	-	8%	8%
Meer mogelijkheden bij dit type aansluiting	12%	2%	6%	10%	-	6%	6%
Ontevreden met vorige aanbieder (bv. slechte service)	1%	5%	4%	0%	-	3%	3%
Verhuizing, vorige aanbieder levert daar niet	3%	3%	2%	0%	-	3%	3%
Aanleg glasvezel, mogelijkheid om glasvezel af te nemen	0%	0%	6%	0%	-	1%	1%
Sneller internet in gecombineerd abonnement met vaste telefonie	0%	2%	2%	0%	-	1%	1%
Aantrekkelijke aanbieding	1%	2%	0%	0%	-	1%	1%
Abonnement werd opgeheven	2%	0%	0%	0%	-	1%	1%

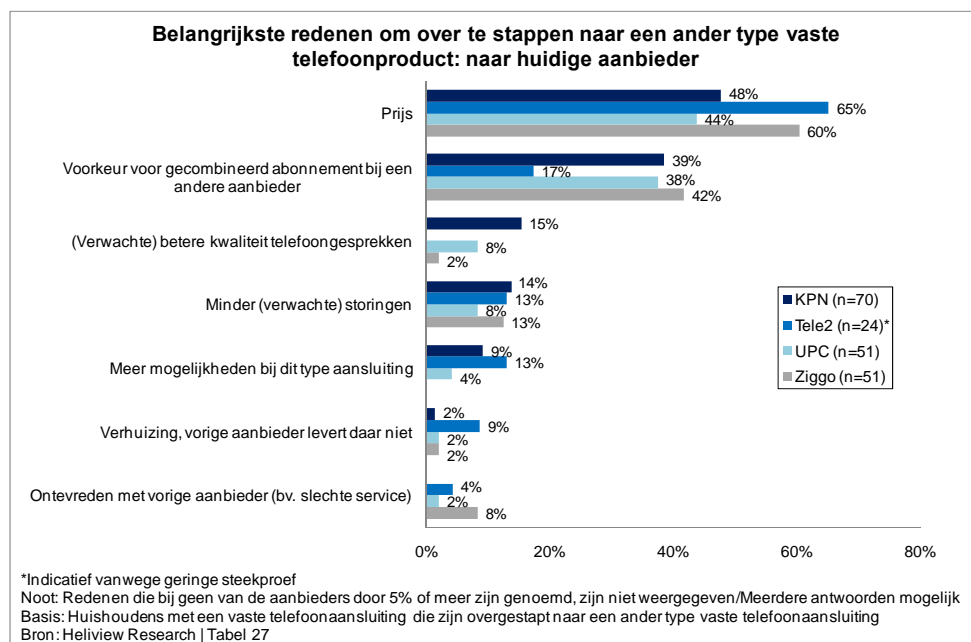
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die zijn overgestapt naar een ander type vaste telefoonaansluiting

In de figuur naar de grootste aanbieders is af te lezen dat de prijs een relatief grote rol heeft gespeeld voor de huidige klanten van Ziggo (60%) en Tele2 (65%). Vanwege de kleine steekproeven kan in beide gevallen slechts gesproken worden van een indicatief verschil.

Figuur 12: Redenen om over te stappen: naar huidige aanbieder



In de volgende tabellen is per huidig type infrastructuur en type aansluiting aangegeven welk type infrastructuur en aansluiting men in overweging heeft genomen naast het product waar uiteindelijk de keuze op is gevallen.

Tabel 32: Andere overwogen telefoonproducten bij overstap

OVERWOGEN INFRASTRUCTUUR ▼	Infrastructuur			Totaal (n=74)
	Koper (n=32)	Kabel (n=29)*	Glasvezel (n=13)*	
Koper	63%	55%	54%	58%
Kabel	28%	-	46%	20%
Glasvezel	19%	59%	-	31%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De respondenten die hier 'geen enkele' hebben geantwoord of geen antwoord konden of wilden geven, zijn buiten beschouwing gelaten / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met traditionele telefoonlijn, ISDN, kabel, ADSL of glasvezel en die zijn overgestapt naar traditionele telefoonlijn, ISDN, kabel, ADSL of glasvezel

Tabel 33: Andere overwogen aansluitingen bij overstap

OVERWOGEN TYPE AANSLUITING ▼	Aansluiting			Totaal (n=74)
	PSTN (n=te laag)	ISDN (n=te laag)	VoB (n=70)	
PSTN	-	-	19%	18%
ISDN	-	-	26%	26%
VoB	-	-	67%	68%

Noot: De respondenten die hier 'geen enkele' hebben geantwoord of geen antwoord konden of wilden geven, zijn buiten beschouwing gelaten / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met traditionele telefoonlijn, ISDN, kabel, ADSL of glasvezel en die zijn overgestapt naar traditionele telefoonlijn, ISDN, kabel, ADSL of glasvezel

Bij de vraag welk ander type vaste telefoonproduct men heeft overwogen bij de overstap naar het huidige telefoonproduct, antwoordt de helft (110 respondenten) van de huishoudens "Geen enkele". Dit kwam vooral voor bij de huishoudens die nu glasvezel afnemen; 70% (37 respondenten) van die groep heeft aangegeven destijds geen enkele andere aanbieder te hebben overwogen.

Aan de overgestapte respondenten is gevraagd waarom zij de overwogen type(n) vaste telefoonproduct(en) als een reëel alternatief zagen voor hun huidige aansluiting. Deze redenen zijn af te lezen in de onderstaande tabel. De prijs lijkt ook hier een belangrijk criterium, al zijn de resultaten indicatief.

Tabel 34: Redenen waarom type vaste telefoonproduct een reëel alternatief was bij overstap

OVERWOGEN INFRASTRUCTUUR ►	Traditionele telefoonlijn (n=12)*	ISDN (n=17)*	Via kabel (n=13)*	Via ADSL (n=14)*	Via glasvezel (n=22)*
REDEN WAAROM REËEL ALTERNATIEF ▼					
Prijs	33%	47%	46%	21%	50%
Meer mogelijkheden bij dit type aansluiting	25%	24%	15%	14%	18%
Minder (verwachte) storingen	25%	35%	8%	21%	18%
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	25%	12%	15%	7%	23%
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij een andere aanbieder	-	-	46%	64%	23%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens waarbij het betreffende vaste telefoonproduct wel een serieus alternatief was bij de overstap

Tevens is de respondenten gevraagd waarom bepaalde vaste telefoonproducten geen reëel alternatief waren bij een overstap. Deze redenen zijn onderstaand weergegeven. De prijs wordt het vaakst als reden genoemd om juist niet voor een bepaald type aansluiting te kiezen. Daarnaast speelt bij de traditionele telefoonproducten de voorkeur voor een gecombineerd abonnement een relatief grote rol (traditionele telefoonlijn: 46%; ISDN: 43%). Glasvezel wordt het vaakst niet als reëel alternatief gezien omdat het niet verkrijgbaar is op het adres van het huishouden (55%).

Tabel 35: Redenen waarom type vaste telefoonproduct geen reëel alternatief was bij overstap

NIET OVERWOGEN INFRASTRUCTUUR ► REDEN WAAROM <u>GEEN</u> REËEL ALTERNATIEF ▼	Traditionele telefoonlijn (n=72)	ISDN (n=98)	Via kabel (n=38)	Via ADSL (n=39)	Via glasvezel (n=62)
Prijs	44%	38%	<b>45%</b>	<b>46%</b>	34%
Minder mogelijkheden bij dit type aansluiting	4%	9%	13%	15%	5%
Gevoeliger voor storingen	11%	6%	18%	28%	7%
Slechtere kwaliteit telefoongesprekken	10%	10%	18%	10%	3%
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij een andere aanbieder	<b>46%</b>	<b>43%</b>	-	-	-
Niet mogelijk/niet beschikbaar	-	-	-	-	<b>55%</b>

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens waarbij het betreffende vaste telefoonproduct geen serieus alternatief was bij de overstap

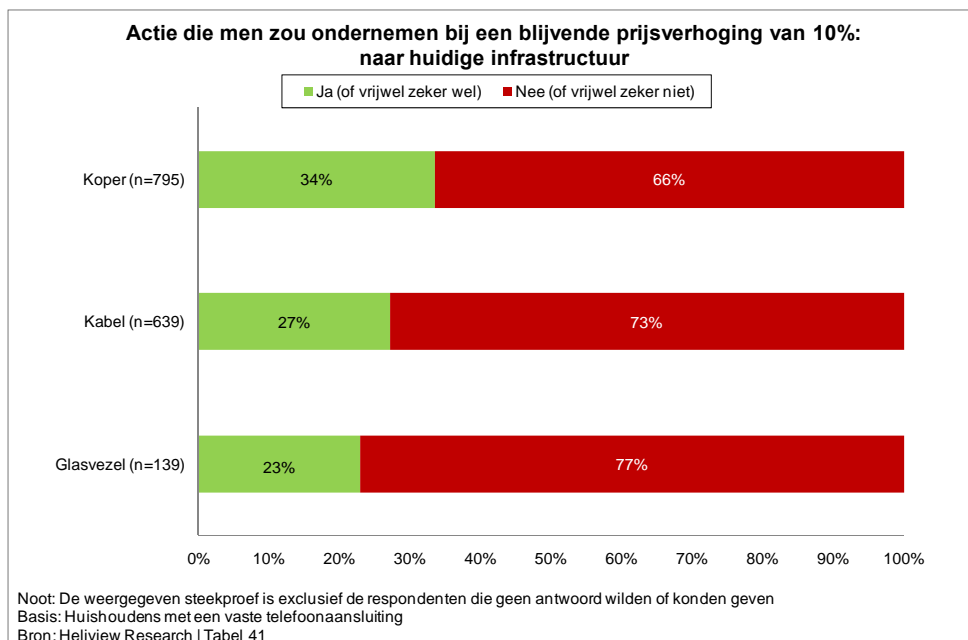
## 5.2 Overstap bij prijsverhoging van 10%

Aan alle respondenten met een vaste telefoonaansluiting is gevraagd of ze zouden overstappen naar een ander type vaste telefoonproduct, indien alle aanbieders van het door hen gebruikte telefoonproduct de prijzen blijvend met 10% zouden verhogen.

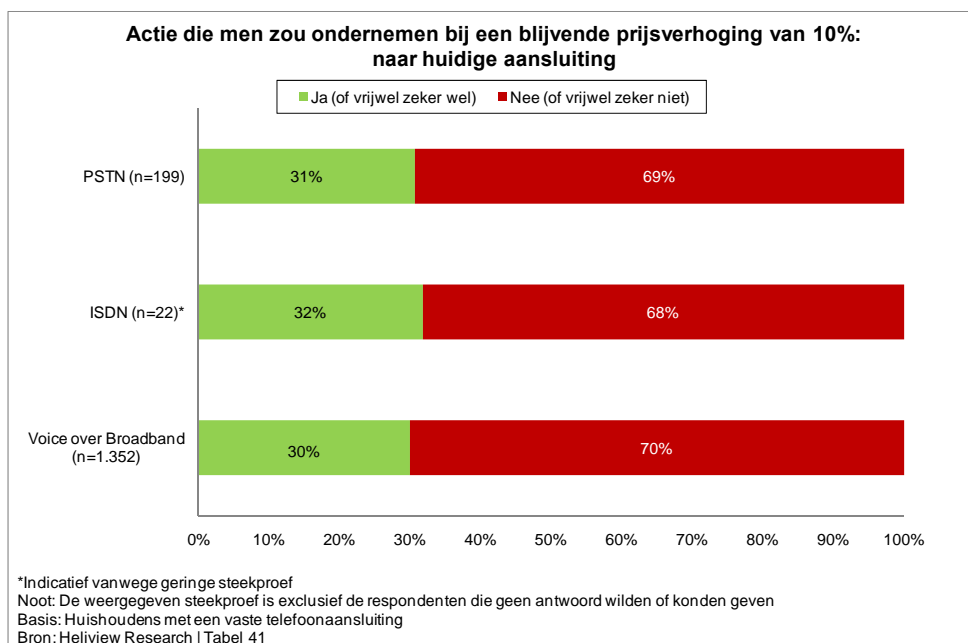
Op totaalniveau geeft drie op de tien huishoudens aan dat zij (vrijwel zeker) zouden overstappen naar een ander type vaste telefoonproduct wanneer de prijzen blijvend verhoogd zouden worden. Dit betekent dat 70% van de huishoudens aangeeft dit niet te doen.

In de volgende figuren zijn de uitkomsten weergegeven per type infrastructuur, type aansluiting en huidige aanbieder. Huishoudens met een koperen aansluiting (34%) geven vaker dan huishoudens met kabel (27%) of glasvezel (23%) aan dat zij zouden overstappen bij een prijsverhoging van 10%. Het verschil tussen huishoudens met kabel en huishoudens met glasvezel is niet significant. Wanneer gekeken wordt naar de indeling naar type aansluiting (PSTN, ISDN of VoB) wordt duidelijk dat daar vrijwel geen verschil in zit. In alle gevallen geeft ongeveer 30% van de huishoudens aan over te stappen. Wat betreft de aanbieders wordt duidelijk dat de klanten van de meer traditionele aanbieders enigszins loyaler lijken te zijn aan hun aanbieder. Onder Telfort-klanten is de intentie om over te stappen bij een prijsverhoging het hoogst (47%).

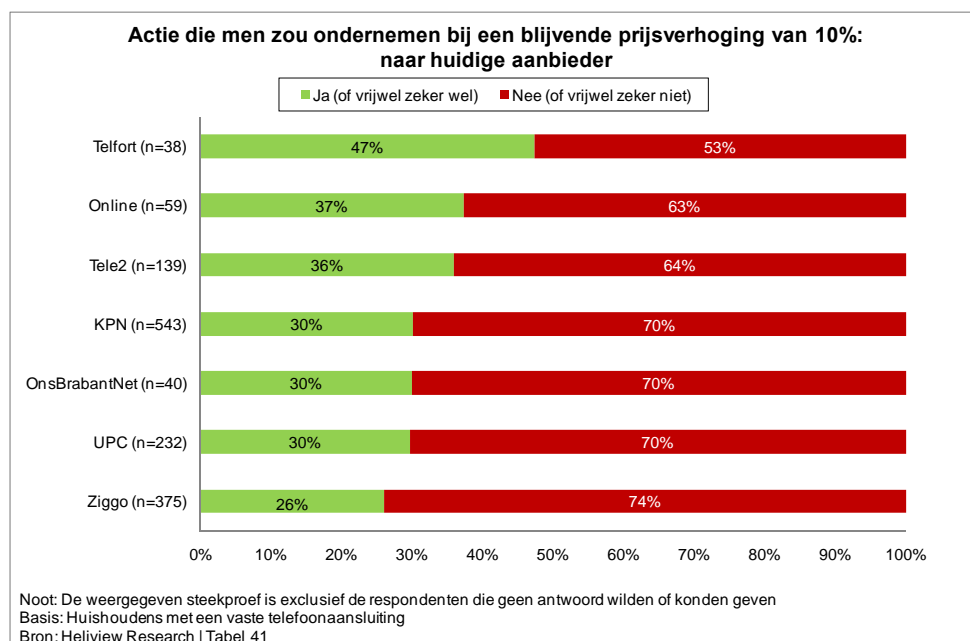
Figuur 13: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur



Figuur 14: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aansluiting



Figuur 15: Actie die men zou ondernemen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aanbieder



In de volgende tabellen wordt getoond welke vaste telefoonproducten men als alternatief ziet bij een prijsverhoging van 10% van hun huidige telefoonproduct. Dit is gevraagd aan de huishoudens die aangeven in dat geval over te stappen. De resultaten zijn weergegeven naar infrastructuur, aansluiting en aanbieder.

Op totaalniveau wordt een glasvezelaansluiting het vaakst als een reëel alternatief gezien voor de huidige aansluiting (31%). Een deel van de huishoudens dat zou overstappen heeft door het gebruik van de categorie 'Anders, namelijk' bij deze vraag spontaan aangegeven vaste telefonie op te zeggen en volledig over te stappen op mobiele telefonie (14%).

Tabel 36: Alternatieve vaste telefoonproducten bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur

REËELE ALTERNATIEVEN ▼	Infrastructuur			Totaal (n=303)
	Koper (n=183)	Kabel (n=99)	Glasvezel (n=19)*	
Koper	29%	47%	63%	37%
Kabel	43%	-	47%	29%
Glasvezel	30%	38%	-	31%
Mobile only	9%	20%	21%	14%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die overstappen bij een prijsverhoging van 10%



Tabel 37: Alternatieve aansluitingen bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aansluiting

REËLE ALTERNATIEVEN ▼	Aansluiting			Totaal (n=303)
	PSTN (n=44)	ISDN (n=te laag)	VoB (n=252)	
PSTN	-	-	16%	15%
ISDN	23%	-	8%	10%
VoB	71%	-	65%	66%
Mobile only	9%	-	15%	14%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die overstappen bij een prijsverhoging van 10%

Tabel 38: Alternatieve vaste telefoonproducten bij een blijvende prijsverhoging van 10%: naar aanbieder

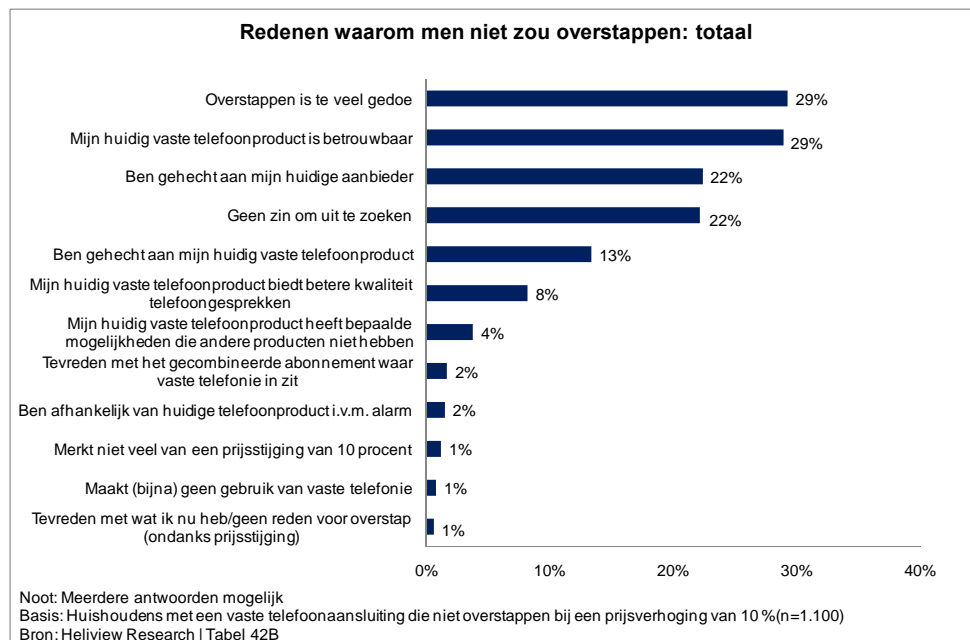
REËLE ALTERNATIEVEN ▼	HUIDIGE AANBIEDER ►				Totaal (n=303)
	KPN (n=109)	Tele2 (n=35)	UPC (n=43)	Ziggo (n=53)	
Koper	31%	31%	44%	49%	37%
Kabel	39%	46%	2%	0%	29%
Glasvezel	30%	23%	40%	36%	31%
PSTN	10%	11%	19%	19%	15%
ISDN	13%	11%	5%	8%	10%
VoB	69%	74%	65%	55%	66%
Mobile only	10%	9%	14%	26%	14%

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die overstappen bij een prijsverhoging van 10%

Aan de huishoudens die aangeven niet over te stappen bij een blijvende prijsverhoging van 10% is gevraagd welke reden(en) daaraan ten grondslag liggen. De twee belangrijkste redenen zijn dat overstappen als "te veel gedoe" wordt ervaren en dat het huidige telefoonproduct betrouwbaar is (beide 29%). Daarop volgen de redenen dat men gehecht is aan de huidige aanbieder en dat men geen zin heeft om alles uit te zoeken (beide 22%).

Figuur 16: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging



In de tabellen op de volgende pagina's zijn de redenen onderverdeeld naar type infrastructuur, aansluiting en aanbieder. Daaruit blijkt dat huishoudens met een koperen aansluiting vaker dan gemiddeld aangeven niet over te stappen omdat hun huidige telefoonproduct betrouwbaar is (34%). Kabelgebruikers dragen daarentegen deze reden minder vaak dan gemiddeld aan als reden om niet over te stappen (22%). Daarnaast blijkt dat huishoudens met glasvezel andere beweegredenen hebben dan koper- en kabelgebruikers. Zij zijn minder gehecht aan hun aanbieder; slechts 13% van deze groep huishoudens noemt dit als reden (huishoudens met koperen aansluiting: 22%; huishoudens met kabelaansluiting: 25%). De huishoudens met glasvezel zien daarnaast minder vaak als reden om over te stappen dat zij geen zin hebben om alles uit te zoeken (9%). Bij koper- en kabelgebruikers speelt deze reden een veel grotere rol (respectievelijk 22% en 26%). Tot slot geven huishoudens met glasvezel vaker aan dat de betere kwaliteit van de telefoongesprekken een reden is om niet over te stappen (18% voor glasvezel, huishoudens met koperen aansluiting: 9%; huishoudens met kabelaansluiting: 5%).

Tabel 39: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=1.100)
	Koper (n=528)	Kabel (n=465)	Glasvezel (n=107)	PSTN (n=138)	ISDN (n=15)*	VoB (n=947)	
Overstappen is te veel gedoe	30%	<b>29%</b>	28%	<b>36%</b>	7%	<b>29%</b>	<b>29%</b>
Mijn huidig vaste telefoonproduct is betrouwbaar	<b>34%</b>	22%	<b>35%</b>	30%	36%	<b>29%</b>	<b>29%</b>
Ben gehecht aan mijn huidige aanbieder	22%	25%	13%	23%	7%	23%	22%
Geen zin om uit te zoeken	22%	26%	9%	23%	14%	22%	22%
Ben gehecht aan mijn huidig vaste telefoonproduct	15%	13%	9%	19%	7%	13%	13%
Mijn huidig vaste telefoonproduct biedt betere kwaliteit telefoongesprekken	9%	5%	18%	8%	0%	8%	8%
Mijn huidig vaste telefoonproduct heeft bepaalde mogelijkheden die andere vaste telefoonproducten niet hebben	4%	3%	4%	2%	<b>50%</b>	3%	4%
Tevreden met het gecombineerde abonnement waar vaste telefonie in zit	0%	3%	5%	0%	0%	2%	2%
Ben afhankelijk van huidige telefoonproduct i.v.m. alarm	2%	1%	2%	2%	14%	1%	2%
Merkt niet veel van een prijsstijging van 10 procent	1%	2%	0%	2%	0%	1%	1%
Maakt (bijna) geen gebruik van vaste telefonie	1%	1%	3%	1%	0%	1%	1%
Tevreden met wat ik nu heb/geen reden voor overstap (ondanks prijsstijging)	0%	1%	1%	0%	0%	1%	1%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die niet overstappen bij een prijsverhoging van 10%

Tabel 40: Redenen waarom men niet zou overstappen bij een blijvende prijsverhoging: naar aanbieder

REDENEN OM NIET OVER TE STAPPEN ▼	HUIDIGE AANBIEDER ►						
	KPN (n=379)	Online (n=37)	Ons Brabant Net (n=28)*	Tele2 (n=89)	UPC (n=163)	Ziggo (n=277)	Totaal (n=303)
Overstappen is te veel gedoe	30%	20%	23%	34%	<b>31%</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>
Mijn huidig vaste telefoonproduct is betrouwbaar	<b>33%</b>	<b>31%</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	18%	24%	<b>29%</b>
Ben gehecht aan mijn huidige aanbieder	23%	20%	15%	21%	26%	24%	22%
Geen zin om uit te zoeken	21%	29%	8%	16%	22%	28%	22%
Ben gehecht aan mijn huidig vaste telefoonproduct	16%	14%	8%	13%	12%	14%	13%
Mijn huidig vaste telefoonproduct biedt betere kwaliteit telefoongesprekken	11%	9%	15%	9%	4%	6%	8%
Mijn huidig vaste telefoonproduct heeft bepaalde mogelijkheden die andere producten niet hebben	4%	3%	0%	4%	2%	4%	4%
Tevreden met het gecombineerde abonnement waar vaste telefonie in zit	0%	0%	8%	1%	4%	2%	2%
Ben afhankelijk van huidige telefoonproduct i.v.m. alarm	1%	3%	4%	2%	1%	1%	2%
Merkt niet veel van een prijsstijging van 10 procent	1%	0%	0%	0%	2%	2%	1%
Maakt (bijna) geen gebruik van vaste telefonie	0%	0%	4%	1%	1%	0%	1%
Tevreden met wat ik nu heb/geen reden voor overstap (ondanks prijsstijging)	0%	3%	0%	0%	1%	1%	1%

Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die niet overstappen bij een prijsverhoging van 10%

### 5.3 Overstapgedrag telefonieaanbieder

Op totaalniveau geeft 9% van de huishoudens aan in de afgelopen 12 maanden te zijn overgestapt op een andere aanbieder van vaste telefonie. Onderstaand is samengevat wie de vorige aanbieder was en waarnaar men is overgestapt. Het schema moet voor de meeste aanbieders (met uitzondering van KPN) vanwege de geringe steekproef als indicatief worden beschouwd. De overgestapte KPN-klanten geven aan met name te zijn overgestapt op de kabelaars UPC en Ziggo (beide 32%).

Tabel 41: Overstap van/naar aanbieder

OVERGESTAPT VAN ►	KPN (n=87)	Online (n=17)*	Tele2 (n=18)*	Telfort (n=21)*	UPC (n=18)*	Ziggo (n=23)*	Totaal (n=241)
OVERGESTAPT NAAR ▼							
Caiway (CAIW)	0%	0%	0%	0%	6%	4%	1%
KPN	-	29%	39%	14%	39%	57%	22%
Online	6%	-	11%	24%	11%	4%	7%
OnsBrabantNet	5%	0%	0%	0%	11%	4%	4%
Solcon	1%	0%	0%	0%	6%	0%	1%
Tele2	8%	24%	-	14%	22%	9%	11%
Telfort	1%	6%	0%	-	0%	4%	1%
UPC	32%	18%	22%	24%	-	4%	21%
Vodafone	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Zeelandnet	0%	6%	0%	0%	0%	0%	0%
Ziggo	32%	18%	22%	24%	0%	-	21%
Pretium	2%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Lybrandt	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
XMS Net	5%	0%	6%	0%	6%	13%	4%
XS4ALL	5%	0%	0%	0%	0%	0%	2%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die zijn overgestapt naar een andere telefonieaanbieder

Op de volgende pagina zijn de redenen van de churners om over te stappen weergegeven, onderverdeeld naar de vorige aanbieder en de huidige aanbieder. In lijn met voorgaande resultaten, blijkt op totaalniveau de prijs de grootste rol te spelen bij die keuze (49%). Daarop volgt met 35% dat men is overgestapt vanwege een voorkeur voor een gecombineerd abonnement bij de nieuwe (dus de huidige) aanbieder. De overige redenen worden aanzienlijk minder vaak genoemd.

In de tweede tabel (tabel 43) zijn de redenen tevens weergegeven naar infrastructuur en aansluiting.

Tabel 42: Redenen om over te stappen naar een andere aanbieder: naar vorige en huidige aanbieder

VORIGE AANBIEDER ►	KPN (n=87)	Online (n=17)*	Tele2 (n=18)*	Telfort (n=21)*	UPC (n=18)*	Ziggo (n=23)*	Totaal (n=241)
Prijs	<b>55%</b>	38%	28%	<b>45%</b>	<b>50%</b>	<b>46%</b>	<b>49%</b>
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij huidige aanbieder	36%	19%	<b>50%</b>	<b>45%</b>	17%	18%	35%
Minder storingen	7%	<b>50%</b>	11%	30%	0%	32%	15%
Aanbieding	13%	13%	17%	20%	17%	18%	14%
Betrouwbaarheid	5%	19%	22%	20%	6%	9%	10%
Betere kwaliteit telefoongesprekken	1%	6%	17%	20%	6%	23%	7%
Meer mogelijkheden (extra) diensten bij huidige aanbieder	5%	0%	11%	0%	6%	9%	6%
Vanwege een verhuizing	3%	0%	0%	0%	0%	14%	3%
Overname vorige aanbieder (niet zelf gekozen)	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
HUIDIGE AANBIEDER ►	KPN (n=56)	Online (n=17)*	Tele2 (n=23)*	Telfort (n=te laag)	UPC (n=49)	Ziggo (n=49)	Totaal (n=241)
Prijs	<b>39%</b>	<b>44%</b>	<b>64%</b>	-	45%	<b>51%</b>	<b>49%</b>
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij huidige aanbieder	28%	25%	27%	-	<b>51%</b>	47%	35%
Minder storingen	22%	13%	14%	-	8%	17%	15%
Aanbieding	17%	31%	14%	-	12%	9%	14%
Betrouwbaarheid	22%	0%	0%	-	4%	13%	10%
Betere kwaliteit telefoongesprekken	19%	6%	5%	-	6%	2%	7%
Meer mogelijkheden (extra) diensten bij huidige aanbieder	7%	0%	0%	-	2%	9%	6%
Vanwege een verhuizing	2%	0%	5%	-	4%	0%	3%
Overname vorige aanbieder (niet zelf gekozen)	6%	0%	0%	-	0%	2%	2%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die zijn overgestapt naar een andere telefonieaanbieder

Tabel 43: Redenen om over te stappen naar een andere aanbieder: naar huidige infrastructuur en aansluiting

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=241)
	Koper (n=94)	Kabel (n=100)	Glasvezel (n=47)	PSTN (n=te laag)	ISDN (n=te laag)	VoB (n=230)	
Prijs	57%	49%	32%	-	-	46%	49%
Voorkeur voor gecombineerd abonnement bij deze aanbieder	23%	48%	28%	-	-	35%	35%
Minder storingen	16%	12%	19%	-	-	15%	15%
Aanbieding	18%	10%	15%	-	-	15%	14%
Betrouwbaarheid	12%	7%	13%	-	-	11%	10%
Betere kwaliteit telefoongesprekken	12%	4%	4%	-	-	8%	7%
Meer mogelijkheden (extra) diensten bij huidige aanbieder	4%	5%	9%	-	-	6%	6%
Vanwege een verhuizing	2%	3%	4%	-	-	3%	3%
Overname vorige aanbieder (niet zelf gekozen)	2%	1%	2%	-	-	2%	2%

*\*Indicatief vanwege geringe steekproef*

*Noot: Meerdere antwoorden mogelijk*

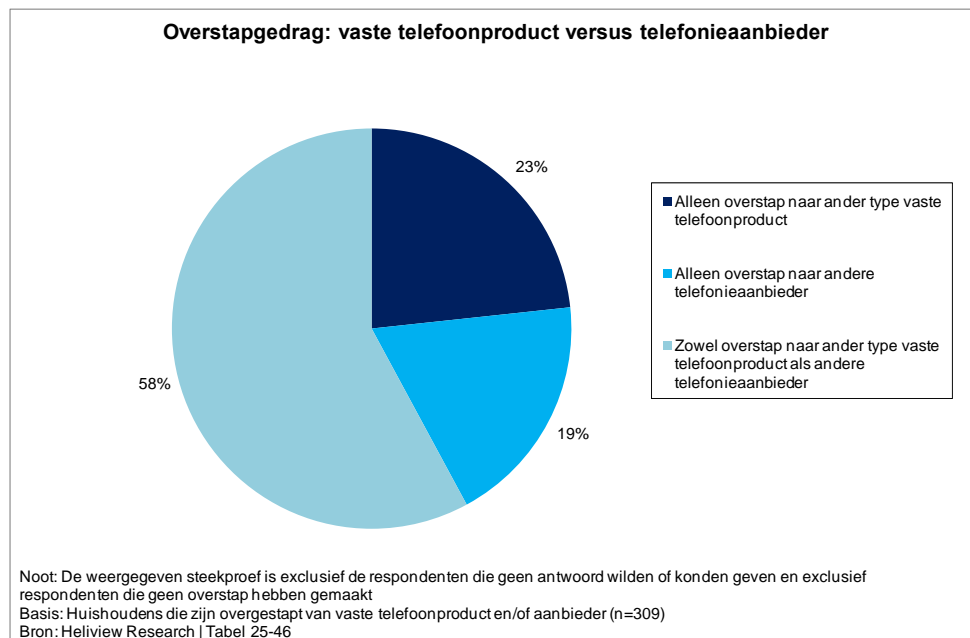
*Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting die niet overstappen bij een prijsverhoging van 10%*

Aan de overgestapte huishoudens is gevraagd welke aanbieders zij bij de overstap zagen als reëel alternatief voor hun huidige aanbieder. Een groot aantal huishoudens dat is gechurd (40%) heeft bij deze vraag aangegeven geen enkele andere aanbieder als serieus alternatief te hebben beschouwd. Dit heeft tot gevolg dat het tonen van een indeling naar huidige aanbieder niet zinvol is daar de steekproeven te laag zijn. Op totaalniveau zijn KPN (25%), UPC (24%) en Ziggo (21%) het vaakst overwogen als serieuze alternatieven voor de huidige aanbieder.

#### 5.4 Overstapgedrag: aansluiting versus aanbieder

Op de volgende pagina is weergegeven of de huishoudens die zijn overgestapt alleen van type aansluiting zijn veranderd, alleen van aanbieder of van beide. In de meeste gevallen heeft een overstap plaatsgevonden van aanbieder en van type vaste telefoonproduct (58%).

Figuur 17: Overstapgedrag: vaste telefoonproduct versus telefonieaanbieder



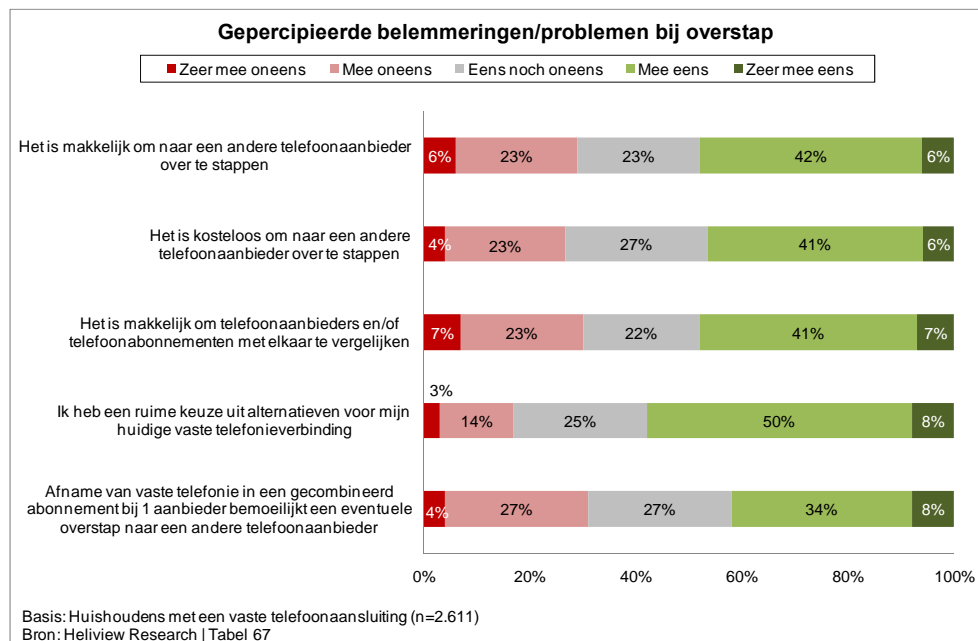
## 5.5 Overstapdrempels

In deze paragraaf zullen de gepercipieerde overstapdrempels en belemmeringen worden behandeld. Aan de hand van een aantal stellingen worden eventuele overstapdrempels blootgelegd. De mate waarin men zich in de stellingen kan vinden, is weergegeven in de volgende figuur en schema's. Bijna drie op de tien huishoudens is van mening dat overstappen niet gemakkelijk is. Daarnaast is 42% van de huishoudens het eens met de stelling dat het afnemen van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement een mogelijke overstap bemoeilijkt.

In de schema's naar infrastructuur, aansluiting en aanbieder is het percentage huishoudens weergegeven dat het (zeer) eens of (zeer) oneens is met de stellingen. Hieruit komt naar voren dat huishoudens met een koperen aansluiting vaker denken dat overstappen naar een andere aanbieder niet kosteloos is (30%; kabel: 24%; glasvezel: 25%). Daarnaast zijn huishoudens met een koperen aansluiting het vaker niet eens met de stelling dat het gemakkelijk is om over te stappen (33%; kabel: 25%; glasvezel: 27%).



Figuur 18: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap



Tabel 44: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar infrastructuur

NAAR INFRASTRUCTUUR	Koper (n=1.269)		Kabel (n=1.067)		Glasvezel (n=275)	
	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens
Het is makkelijk om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	33%	48%	25%	49%	27%	51%
Het is kosteloos om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	30%	45%	24%	47%	25%	47%
Het is makkelijk om telefoonaanbieders en/of telefoonabonnementen met elkaar te vergelijken	32%	46%	28%	50%	34%	46%
Ik heb een ruime keuze uit alternatieven voor mijn huidige vaste telefonieverbinding	16%	59%	16%	57%	18%	58%
Afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement bij 1 aanbieder bemoeilijkt een eventuele overstap naar een andere telefoonaanbieder	34%	41%	29%	42%	31%	43%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Tabel 45: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar aansluiting

NAAR AANSLUITING	PSTN (n=310)		ISDN (n=30)		VoB (n=2.271)	
	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens
Het is makkelijk om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	35%	43%	36%	46%	28%	49%
Het is kosteloos om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	27%	47%	25%	33%	27%	47%
Het is makkelijk om telefoonaanbieders en/of telefoonabonnementen met elkaar te vergelijken	34%	39%	40%	45%	30%	49%
Ik heb een ruime keuze uit alternatieven voor mijn huidige vaste telefonieverbinding	15%	58%	32%	52%	17%	58%
Afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement bij 1 aanbieder bemoeilijkt een eventuele overstap naar een andere telefoonaanbieder	24%	48%	26%	43%	32%	41%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Tabel 46: Gepercipieerde belemmeringen/problemen bij overstap: naar aanbieder

NAAR AANBIEDER (1)	KPN (n=827)		Online (n=104)		OnsBrabantNet (n=87)	
	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens
Het is makkelijk om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	34%	44%	28%	55%	28%	49%
Het is kosteloos om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	30%	45%	29%	49%	34%	41%
Het is makkelijk om telefoonaanbieders en/of telefoonabonnementen met elkaar te vergelijken	33%	44%	24%	50%	31%	41%
Ik heb een ruime keuze uit alternatieven voor mijn huidige vaste telefonieverbinding	18%	55%	14%	64%	19%	58%
Afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement bij 1 aanbieder bemoeilijkt een eventuele overstap naar een andere telefoonaanbieder	32%	41%	31%	33%	30%	45%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

NAAR AANBIEDER (2)	Tele2 (n=236)		Telfort (n=72)		UPC (n=370)	
	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens
Het is makkelijk om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	30%	50%	24%	59%	26%	46%
Het is kosteloos om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	26%	47%	25%	48%	25%	42%
Het is makkelijk om telefoonaanbieders en/of telefoonabonnementen met elkaar te vergelijken	29%	49%	23%	55%	27%	51%
Ik heb een ruime keuze uit alternatieven voor mijn huidige vaste telefonieverbinding	14%	61%	8%	69%	15%	59%
Afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement bij 1 aanbieder bemoeilijkt een eventuele overstap naar een andere telefoonaanbieder	37%	37%	35%	44%	27%	44%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

NAAR AANBIEDER (3)	ZeelandNet (n=37)		Ziggo (n=628)		XMS (n=39)	
	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens	(Zeer) oneens	(Zeer) eens
Het is makkelijk om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	23%	42%	24%	51%	20%	63%
Het is kosteloos om naar een andere telefoonaanbieder over te stappen	14%	41%	22%	51%	25%	47%
Het is makkelijk om telefoonaanbieders en/of telefoonabonnementen met elkaar te vergelijken	12%	51%	28%	50%	34%	55%
Ik heb een ruime keuze uit alternatieven voor mijn huidige vaste telefonieverbinding	3%	71%	18%	56%	9%	68%
Afname van vaste telefonie in een gecombineerd abonnement bij 1 aanbieder bemoeilijkt een eventuele overstap naar een andere telefoonaanbieder	4%	50%	32%	41%	30%	42%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Aan de respondenten die hebben aangegeven dat zij overstappen als moeilijk ervaren en/of die hebben aangegeven dat het afnemen van vaste telefonie in een bundel een overstap bemoeilijkt, is gevraagd of ze dat kunnen toelichten.

De belangrijkste toelichting van de huishoudens die overstappen als moeilijk ervaren is dat het te veel (administratieve) rompslomp met zich mee zou brengen (29%). Daarop volgen de redenen dat de overgangsfase vaak niet soepel verloopt, waardoor men te vroeg wordt afgesloten (13%) en daarmee samenhangend dat er altijd wel iets misgaat bij een overstap (12%).

In het schema op de volgende pagina zijn de resultaten naar infrastructuur en aansluiting weergegeven.

Figuur 19: Toelichting waarom men overstappen als moeilijk percipieert



Tabel 47: Toelichting waarom men overstappen als moeilijk percipieert: naar infrastructuur en aansluiting

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=645)
	Koper (n=354)	Kabel (n=228)	Glasvezel (n=63)	PSTN (n=85)	ISDN (n=te laag)	VoB (n=550)	
Te veel (administratieve) rompslomp/te veel gedoe	29%	27%	30%	45%	-	27%	29%
Overgangsfase verloopt vaak niet soepel/wordt vaak te vroeg afgesloten (dagen zonder internet/telefonie)	14%	10%	17%	0%	-	15%	13%
Er gaat altijd iets fout bij een overstap	10%	13%	17%	5%	-	13%	12%
Zit vast aan (jaar)contract/heb te maken met opzegtermijn	9%	11%	2%	5%	-	10%	9%
Gecombineerd abonnement bemoeilijkt een overstap	6%	11%	9%	8%	-	8%	8%
Slechte ervaringen in het verleden/veel problemen gehad bij eerdere overstap	11%	2%	6%	3%	-	8%	8%
Te veel uitzoekwerk/kost te veel tijd om alles uit te zoeken	9%	6%	0%	10%	-	7%	7%
Duurt te lang/te lange wachttijden	3%	6%	9%	0%	-	5%	5%
Problemen met nummerbehoud/niet bekend of nummer kan worden behouden	2%	7%	11%	3%	-	5%	5%
Vorige/huidige telefonieaanbieder werkt overstap tegen	4%	3%	6%	0%	-	4%	4%
Aanbiedingen zijn vaak verwarrend/addertjes onder het gras	4%	2%	0%	8%	-	2%	3%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Toelichtingen die door minder dan 3% van de respondenten zijn genoemd, zijn niet weergegeven/Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens die het overstappen naar een andere telefonieaanbieder als moeilijk percipiëren

De meest voorkomende toelichting van de huishoudens die verwachten dat een overstap bemoeilijkt wordt door het afnemen van telefonie in een bundel, is dat bij een overstap het pakketvoordeel verdwijnt (19%).

*Figuur 20: Toelichting waarom men van mening is dat een gecombineerd abonnement een overstap zou bemoeilijken*



In het schema naar infrastructuur en aansluiting valt op dat huishoudens met glasvezel aanzienlijk vaker aangeven dat zij vastzitten aan een contract of te maken hebben met een opzegtermijn (20%; koper: 7%; kabel: 4%).

Tabel 48: Toelichting waarom men van mening is dat een gecombineerd abonnement een overstap zou bemoeilijken

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=645)
	Koper (n=354)	Kabel (n=228)	Glasvezel (n=63)	PSTN (n=85)	ISDN (n=te laag)	VoB (n=550)	
Als 1 product in pakket wordt opgezegd dan verdwijnt pakketkorting/totaalpakket is voordeliger dan losse producten	10%	<b>28%</b>	<b>20%</b>	6%	-	<b>20%</b>	<b>19%</b>
Te veel rompslomp/te veel gedoe (er moet van alles geregeld worden)	<b>17%</b>	9%	9%	<b>21%</b>	-	11%	13%
Alle producten moeten dan mee (hele pakket moet worden overgezet)/andere producten moeten dan ook worden opgezegd	7%	9%	11%	6%	-	9%	9%
Feit dat vaste telefonie in totaalpakket zit, pakket moet dan worden opengebrouwen (kan niet altijd)	5%	11%	11%	6%	-	9%	9%
Zit vast aan (jaar)contract/heb te maken met opzegtermijn	7%	4%	<b>20%</b>	6%	-	7%	7%
Elke aanbieder biedt andere pakketten/combinaties aan	10%	3%	0%	15%	-	4%	6%
Er zijn geen of weinig andere (betere/voordeligere) alternatieven/geen andere aanbieder mogelijk	5%	7%	0%	6%	-	5%	5%
Overgangsfase verloopt vaak niet soepel/wordt vaak te vroeg afgesloten (zit dagen zonder internet en/of telefonie)	7%	3%	6%	4%	-	5%	5%
Raakt e-mailadres kwijt/krijgt nieuw e-mailadres	5%	3%	0%	4%	-	4%	4%
Vorige/huidige telefonieaanbieder werkt overstap tegen	3%	4%	0%	2%	-	3%	3%
Problemen met nummerbehoud	5%	2%	0%	2%	-	3%	3%
Er gaat altijd iets fout bij een overstap/geen vertrouwen dat overstap goed verloopt	3%	3%	4%	2%	-	3%	3%

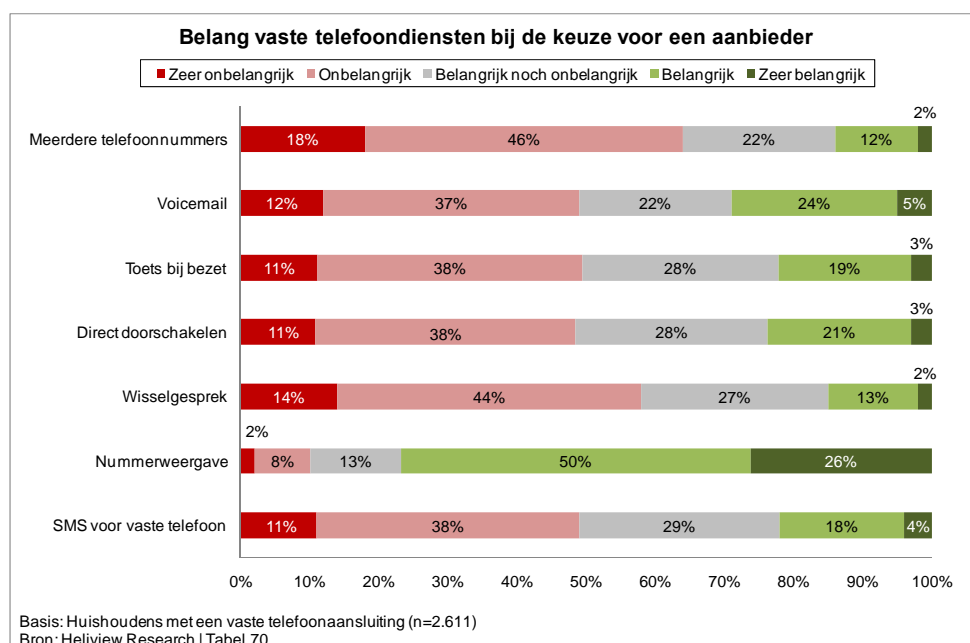
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Toelichtingen die door minder dan 3% van de respondenten zijn genoemd, zijn niet weergegeven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens die het overstappen naar een andere telefonieaanbieder als moeilijk percipiëren

Bij de keuze voor een aanbieder van vaste telefonie kunnen verschillende diensten die met vaste telefonie worden aangeboden, mogelijk een rol spelen. Het grootste belang wordt gehecht aan nummerweergave; 76% van de huishoudens geeft aan dit (zeer) belangrijk te vinden. De resultaten zijn tevens in de schema's weergegeven naar infrastructuur en aansluiting. Huishoudens met ISDN hechten vaker een groter belang aan verschillende diensten. Dit geldt (logischerwijs) met name voor het hebben van meerdere telefoonnummers (70%; PSTN: 16%; VoB: 14%).

Figuur 21: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder



Tabel 49: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder: naar infrastructuur

NAAR INFRASTRUCTUUR	Koper (n=1.269)		Kabel (n=1.067)		Glasvezel (n=275)	
	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk
Meerdere telefoonnummers	64%	16%	64%	13%	62%	15%
Voicemail	51%	30%	49%	28%	45%	28%
Toets bij bezet	50%	24%	49%	20%	49%	19%
Direct doorschakelen	50%	26%	47%	23%	45%	21%
Wisselgesprek	60%	15%	56%	16%	56%	16%
Nummerweergave	13%	75%	9%	77%	5%	79%
SMS voor vaste telefoon	52%	23%	47%	20%	43%	20%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting



Tabel 50: Belang vaste telefoniediensten bij het kiezen voor een aanbieder: naar aansluiting

NAAR AANSLUITING	PSTN (n=310)		ISDN (n=30)		VoB (n=2.271)	
	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk	(Zeer) onbelangrijk	(Zeer) belangrijk
Meerdere telefoonnummers	65%	16%	20%	70%	65%	14%
Voicemail	49%	33%	37%	40%	50%	28%
Toets bij bezet	51%	28%	40%	34%	49%	21%
Direct doorschakelen	53%	23%	50%	33%	48%	24%
Wisselgesprek	69%	12%	60%	23%	57%	16%
Nummerweergave	24%	64%	10%	84%	8%	78%
SMS voor vaste telefoon	59%	20%	47%	30%	48%	22%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

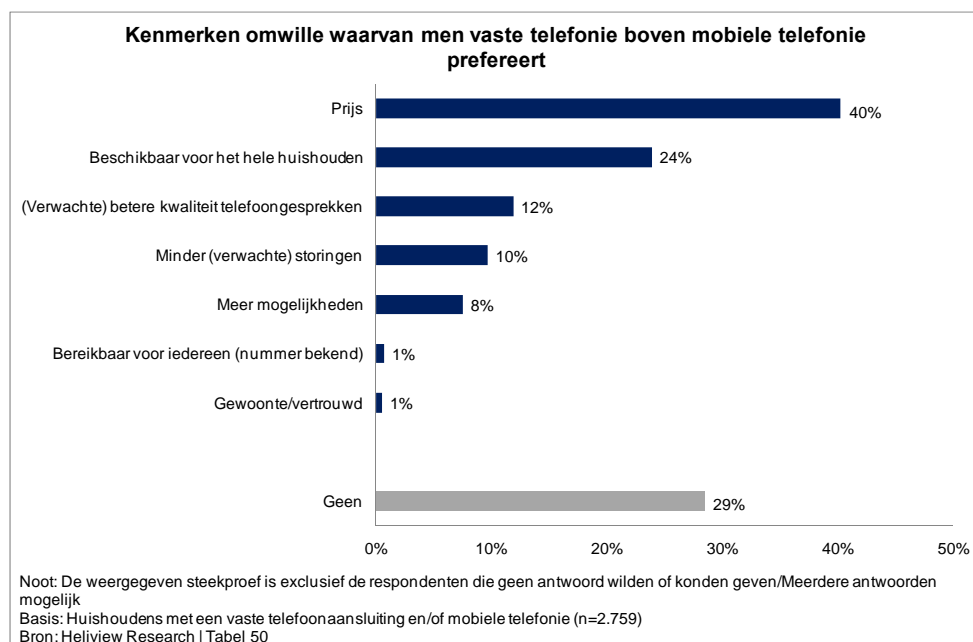
## 6 Mogelijke alternatieven voor vaste telefonie

In dit hoofdstuk wordt getracht een antwoord te vinden op de vraag welke producten de consument mogelijk als alternatief ziet voor vaste telefonie en welke producteigenschappen daarbij een rol spelen. Allereerst wordt behandeld welke voordelen men van vaste en mobiele telefonie ten opzichte van elkaar ziet. Daarnaast wordt de houding van de consument ten aanzien van mobile only en internetbellen behandeld. Tot slot is onderzocht welke actie men onderneemt als alle aanbieders van vaste telefonie hun prijzen met 10% zouden verhogen.

### 6.1 Gepercipieerde verschillen in kenmerken: vaste telefonie vs. mobiele telefonie

Hieronder staan de kenmerken waarom men vaste telefonie boven mobiele telefonie zou verkiezen. Het vaakst genoemde kenmerk van vaste telefonie is de prijs (40%). Al eerder in de rapportage is gebleken dat kosten een belangrijke beweegreden vormen voor de consument. Bijna een kwart van de huishoudens met vaste en/of mobiele telefonie noemt bij deze vraag daarnaast dat vaste telefonie beschikbaar is voor het hele huishouden (24%). Daarna volgen pas redenen die met de kwaliteit van vaste en mobiele telefonie te maken hebben (betere kwaliteit telefoongesprekken: 12% en minder storingen: 10%). Bijna drie op de tien huishoudens (29%) konden bij deze vraag geen enkel kenmerk noemen.

Figuur 22: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie prefereert



Uit onderstaand schema blijkt dat glasvezelgebruikers vaker dan gemiddeld de prijs noemen (48%) als reden waarom men vaste telefonie zou prefereren boven mobiele telefonie. De huishoudens met een PSTN-aansluiting noemen vaker redenen die met kwaliteit te maken hebben: betere kwaliteit van telefoongesprekken en minder (verwachte) storingen (beide 21%). De groep huishoudens met ISDN is te klein om betrouwbare uitspraken over te doen, al lijkt het erop dat zij als voordeel van vaste telefonie het hebben van meer mogelijkheden zien (zoals bijvoorbeeld meerdere lijnen) (44%). Dit is in lijn met de uitkomst in het vorige hoofdstuk dat huishoudens vaker een groter belang hechten aan de verschillende mogelijkheden die vaste telefonie biedt.

Tabel 51: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie preferert

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.759)
	Koper (n=1.153)	Kabel (n=954)	Glasvezel (n=249)	PSTN (n=280)	ISDN (n=27)*	VoB (n=2.049)	
Prijs	42%	43%	48%	40%	26%	44%	40%
Beschikbaar voor het hele huishouden	26%	24%	27%	26%	37%	25%	24%
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	15%	10%	10%	21%	15%	11%	12%
Minder (verwachte) storingen	13%	8%	8%	21%	11%	9%	10%
Meer mogelijkheden	10%	6%	7%	11%	44%	7%	8%
Beschikbaar voor iedereen (nummer bekend)	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%
Gewoonte/vertrouwd	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Geen	21%	26%	21%	17%	7%	24%	29%

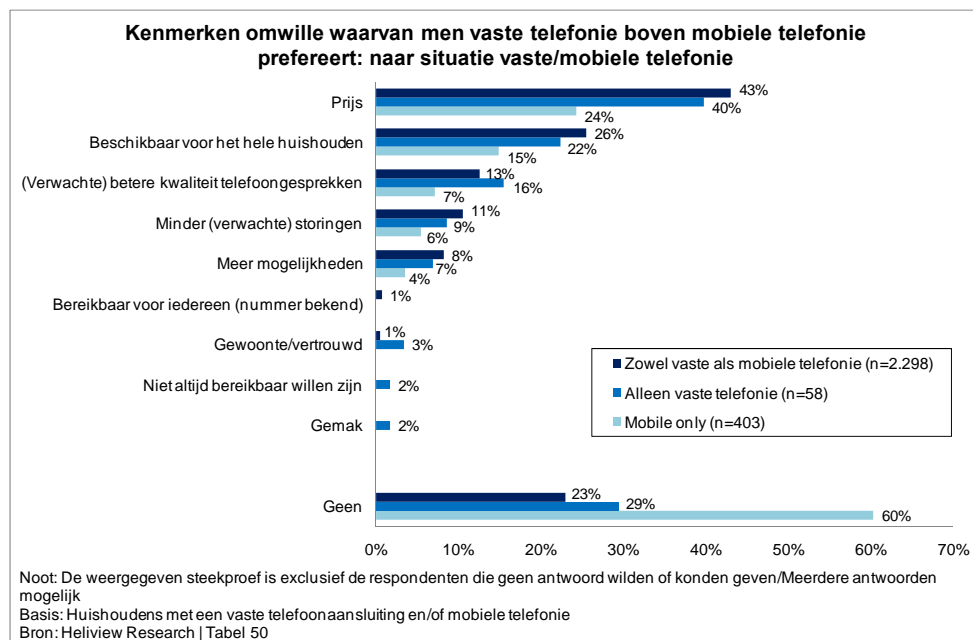
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting en/of mobiele telefonie

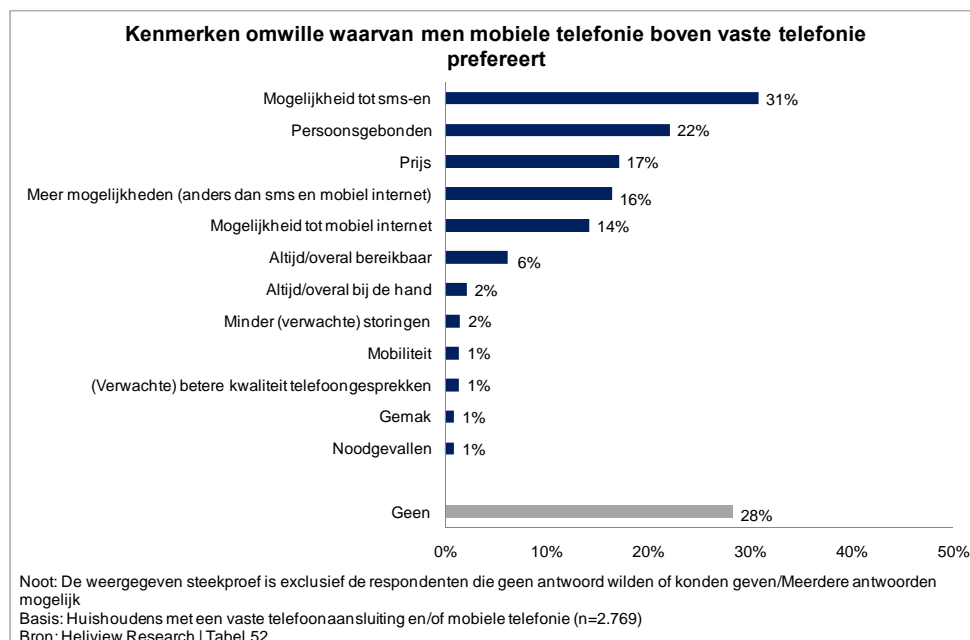
Als aanvulling zijn in de volgende figuur de resultaten weergegeven naar het huidige gebruik omtrent mobiele en vaste telefonie. Prijs wordt tevens door bijna een kwart van de mobile only huishoudens (24%) als een voordeel genoemd.

*Figuur 23: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven mobiele telefonie prefereert: naar situatie vaste/mobiele telefonie*



Tevens is gevraagd naar voorkeuren die men heeft voor mobiele telefonie boven vaste telefonie. Het meest genoemde kenmerk in dit verband is de mogelijkheid tot sms-en; 31% van de huishoudens noemt dit. Daarnaast noemt ruim één op de vijf huishoudens (22%) dat het voordeel van mobiele telefonie is dat het persoonsgebonden is. Dit is in lijn met dat men andersom juist relatief vaak als kenmerk van vaste telefonie noemt dat dit beschikbaar is voor het hele huishouden (24%). Verder worden de prijs (17%), het hebben van meer mogelijkheden anders dan sms en mobiel internet (16%) en de mogelijkheid tot mobiel internet (14%) redelijk vaak als preferabel kenmerk van mobiele telefonie boven vaste telefonie gezien. Samenvattend kan gesteld worden dat de extra mogelijkheden die men heeft bij mobiele telefonie (sms, mobiel internet, andere mogelijkheden) een belangrijke rol spelen om hieraan de voorkeur te geven boven vaste telefonie. Daartegenover staat dat de prijs (40%) als belangrijkste reden wordt gezien om vaste telefonie te verkiezen boven mobiele telefonie.

Figuur 24: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie prefereert



In het schema hieronder zijn de resultaten weergegeven naar infrastructuur en aansluiting, hieruit komen geen grote verschillen naar voren.

Tabel 52: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie preferereert

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.769)
	Koper (n=1.141)	Kabel (n=961)	Glasvezel (n=254)	PSTN (n=279)	ISDN (n=27)*	VoB (n=2.050)	
Mogelijkheid tot sms-en	<b>26%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>	<b>23%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>
Persoonsgebonden	19%	20%	23%	17%	<b>30%</b>	20%	<b>22%</b>
Prijs	15%	15%	13%	14%	7%	15%	<b>17%</b>
Meer mogelijkheden (anders dan sms en mobiel internet)	15%	14%	15%	13%	19%	15%	<b>16%</b>
Mogelijkheid tot mobiel internet	11%	13%	13%	10%	15%	12%	<b>14%</b>
Altijd/overall bereikbaar	5%	6%	7%	7%	7%	6%	<b>6%</b>
Altijd/overall bij de hand	2%	2%	2%	2%	4%	2%	<b>2%</b>
Minder (verwachte) storingen	2%	1%	2%	2%	0%	1%	<b>2%</b>
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	2%	1%	2%	2%	0%	1%	<b>1%</b>
Mobiliteit	2%	1%	3%	1%	0%	2%	<b>1%</b>
Noodgevallen	1%	1%	0%	1%	0%	1%	<b>1%</b>
Gemak	1%	1%	1%	1%	0%	1%	<b>1%</b>
Geen	33%	31%	29%	39%	30%	31%	<b>28%</b>

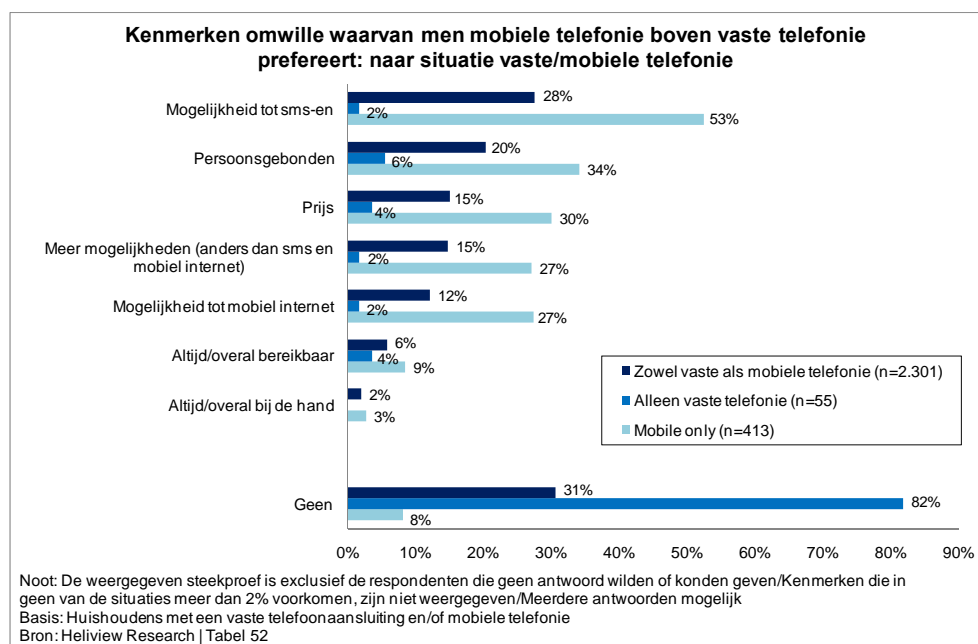
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting en/of mobiele telefonie

Van de mobile only gebruikers noemt 53% de mogelijkheid tot sms-en als voordeel van mobiele telefonie ten opzichte van vaste telefonie, bij huishoudens met vaste én mobiele telefonie komt dit percentage uit op 28%. Sowieso wordt duidelijk dat de 'traditionele' huishoudens met louter vaste telefonie bijna geen voordelen van mobiele telefonie kunnen noemen (82% geeft aan geen kenmerk te kunnen noemen). Hieraan ligt waarschijnlijk ten grondslag dat zij simpelweg geen ervaring hebben met mobiele telefonie.

Figuur 25: Kenmerken omwille waarvan men mobiele telefonie boven vaste telefonie prefereert: naar situatie vaste/mobiele telefonie

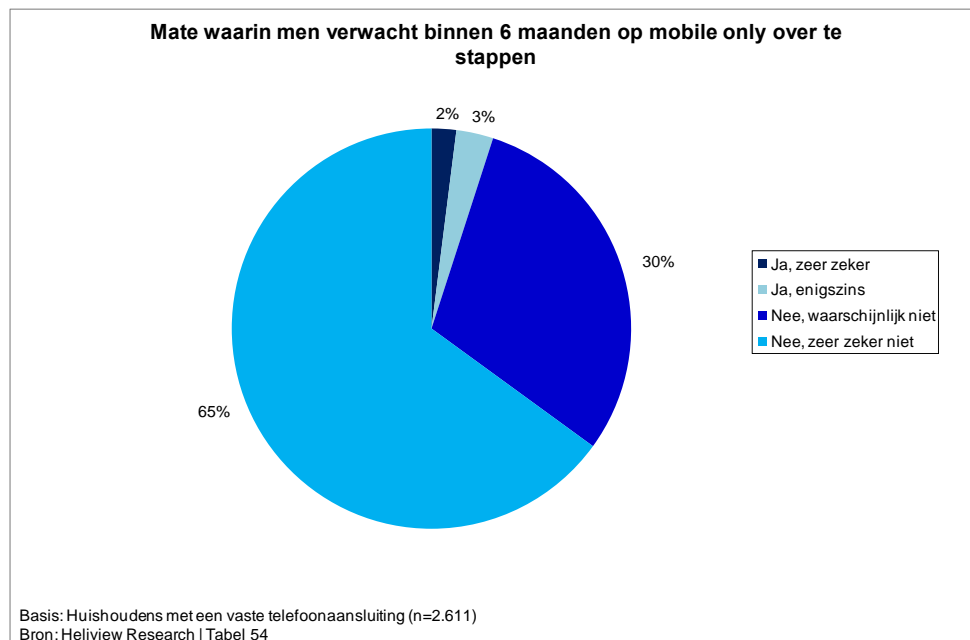


In figuur 26 is weergegeven in hoeverre huishoudens met een vaste telefoonaansluiting binnen 6 maanden verwachten volledig over te stappen op mobiele telefonie. Dit aandeel is relatief klein: 2% van de huishoudens geeft aan zeker over te gaan op mobile only, terwijl 3% van de huishoudens hierover nadenkt. Bijna tweederde van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting (65%) geeft aan zeker niet over te stappen op mobile only.

In tabel 53 is weergegeven wat de overstapverwachting is per type infrastructuur en aansluiting. Hieruit blijkt dat er vrijwel geen verschil is tussen de verschillende groepen.

In het schema daaronder (tabel 54) is de verwachting weergegeven naar een aantal demografische kenmerken. Jonge huishoudens zijn meer geneigd om over te stappen op mobile only dan oudere huishoudens. Slechts 2% van de 55+ huishoudens verwacht (enigszins of zeer zeker) binnen 6 maanden volledig te zijn overgestapt op mobiele telefonie, terwijl dat voor 10% van de huishoudens jonger dan 30 jaar geldt; voor 8% van de huishoudens tussen de 30 en 40 jaar en voor 6% van de huishoudens tussen de 40 en 55 jaar.

Figuur 26: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen



Tabel 53: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen: naar infrastructuur en aansluiting

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.611)
	Koper (n=1.269)	Kabel (n=1.067)	Glasvezel (n=275)	PSTN (n=310)	ISDN (n=30)	VoB (n=2.271)	
Ja, zeer zeker	2%	2%	2%	2%	3%	2%	<b>2%</b>
Ja, enigszins	4%	3%	1%	3%	3%	3%	<b>3%</b>
Nee, waarschijnlijk niet	31%	29%	27%	27%	20%	30%	<b>30%</b>
Nee, zeer zeker niet	63%	66%	70%	68%	73%	65%	<b>65%</b>

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting



Tabel 54: Mate waarin men verwacht binnen 6 maanden op mobile only over te stappen: naar demografische kenmerken

	Leeftijd				Hoogst genoten opleiding			Totaal (n=2.611)
	< 30 jaar (n=266)	30-40 jaar (n=399)	40-55 jaar (n=810)	55+ (n=1.038)	Lager onderwijs (n=664)	Middelbaar onderwijs (n=963)	Hoger onderwijs (n=925)	
Ja, zeer zeker	4%	3%	2%	1%	1%	3%	2%	2%
Ja, enigszins	6%	5%	4%	1%	2%	4%	4%	3%
Nee, waarschijnlijk niet	38%	34%	30%	24%	22%	32%	33%	30%
Nee, zeer zeker niet	52%	58%	64%	74%	75%	62%	61%	65%

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Aan de huishoudens die (enigszins of zeer zeker) verwachten binnen 6 maanden te zijn overgestapt op mobile only, is gevraagd waarom ze die keuze zouden maken. De redenen die het vaakst voorkomen zijn dat men te weinig of geen gebruik maakt van de vaste telefoon (32%) en dat men dan minder (abonnements)kosten betaalt (31%). Verder komt naar voren dat men niet aan een "vast" telefoonnummer hecht en dat men weinig thuis is (beide 15%).

Figuur 27: Redenen waarom men wel zou overgaan op mobile only



Tabel 55: Redenen waarom men wel zou overgaan op mobile only

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=129)
	Koper (n=73)	Kabel (n=49)	Glasvezel (n=te laag)	PSTN (n=14)*	ISDN (n=te laag)	VoB (n=113)	
Ik maak geen/weinig gebruik van mijn vaste telefoon	30%	34%	-	23%	-	34%	32%
Minder (abonnements)kosten / dubbelop	37%	23%	-	62%	-	27%	31%
Ik hecht niet aan bereikbaarheid van een 'vast' nummer	13%	21%	-	8%	-	17%	15%
Ik ben weinig thuis	13%	17%	-	8%	-	16%	15%
Vanwege verhuizing	1%	4%	-	0%	-	4%	3%

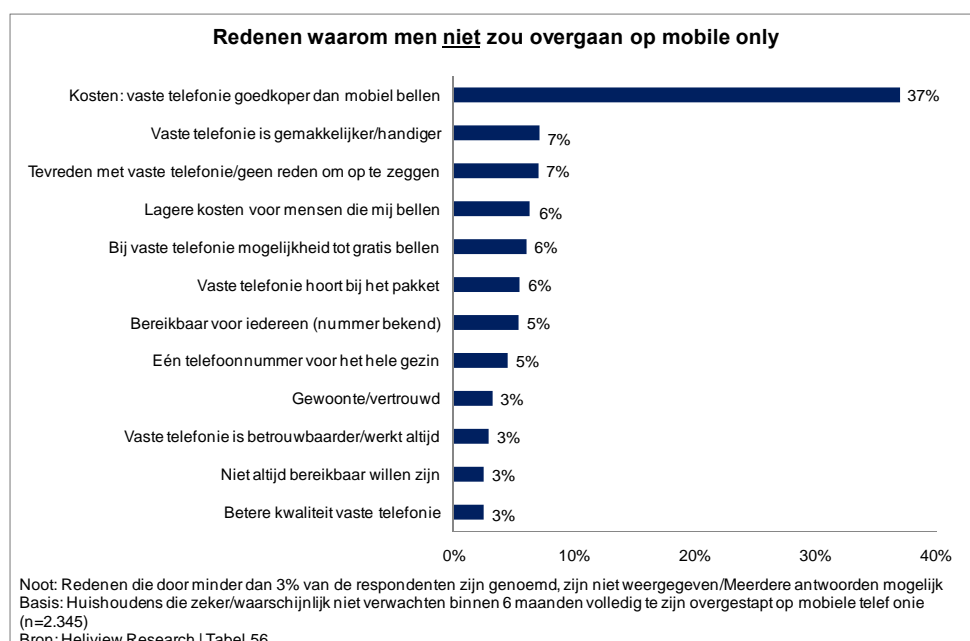
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens die zeker/enigszins verwachten binnen 6 maanden volledig te zijn overgestapt op mobiele telefonie

De toelichting waarom men er niet voor zou kiezen om volledig over te stappen op mobiele telefonie is redelijk uitgesproken. Veruit de vaakst genoemde reden is dat vaste telefonie goedkoper is dan mobiel bellen (37%). De overige redenen komen veel minder vaak voor. Voorbeelden hiervan zijn dat vaste telefonie makkelijker of handiger is (7%), dat men bij vaste telefonie de mogelijkheid tot gratis bellen heeft (6%) en vanwege de lagere kosten voor mensen die naar het huishouden bellen (6%).

Figuur 28: Redenen waarom men niet zou overgaan op mobile only



De redenen waarom men niet zou overgaan op mobile only zijn in de volgende tabel getoond naar infrastructuur en aansluiting. Huishoudens met een PSTN-aansluiting geven vaker dan gemiddeld aan dat zij niet zullen overstappen omdat ze simpelweg tevreden zijn met hun vaste telefonie en dat ze daarom geen reden zien om over te gaan op mobile only (11%). Onder kabelgebruikers wordt vaker dan gemiddeld aangegeven dat zij met vaste telefonie profiteren van de mogelijkheid tot gratis bellen (10%).

Tabel 56: Redenen waarom men niet zou overgaan op mobile only

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=2.345)
	Koper (n=1.128)	Kabel (n=961)	Glasvezel (n=256)	PSTN (n=277)	ISDN (n=28)*	VoB (n=2.040)	
Kosten: vaste telefonie goedkoper dan mobiel bellen	<b>36%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>31%</b>	<b>13%</b>	<b>38%</b>	<b>37%</b>
Vaste telefonie is gemakkelijker/handiger	8%	7%	5%	7%	<b>13%</b>	7%	7%
Tevreden met vaste telefonie/geen reden om op te zeggen	7%	7%	5%	11%	0%	7%	7%
Lagere kosten voor mensen die mij bellen	6%	6%	8%	7%	4%	6%	6%
Bij vaste telefonie mogelijkheid tot gratis bellen	3%	10%	8%	0%	4%	7%	6%
Vaste telefonie hoort bij het pakket	4%	7%	8%	1%	0%	6%	6%
Bereikbaar voor iedereen (nummer bekend)	6%	5%	6%	5%	4%	6%	5%
Eén telefoonnummer voor het hele gezin	4%	5%	5%	3%	4%	5%	5%
Gewoonte/vertrouwd	4%	3%	2%	3%	4%	3%	3%
Vaste telefonie is betrouwbaarder/werkt altijd	4%	1%	3%	8%	4%	2%	3%
Niet altijd bereikbaar willen zijn	2%	3%	3%	2%	0%	3%	3%
Betere kwaliteit vaste telefonie	3%	2%	3%	4%	0%	2%	3%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

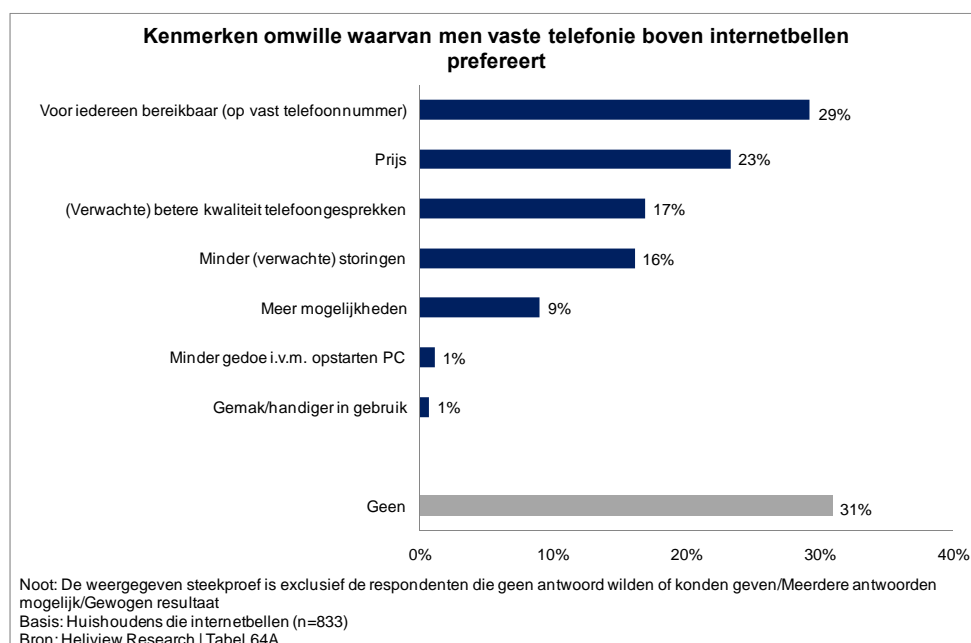
Noot: Redenen die door minder dan 3% van de respondenten zijn genoemd, zijn niet weergegeven / Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens die zeker/waarschijnlijk niet verwachten binnen 6 maanden volledig te zijn overgestapt op mobiele telefonie

## 6.2 Gepercipieerde verschillen in kenmerken: vaste telefonie vs. internetbellen

Naast de vergelijking met mobiele telefonie is aan de huishoudens die gebruik maken van internetbellen gevraagd naar de kenmerken op basis waarvan men de voorkeur zou geven aan vaste telefonie boven internetbellen. Het kenmerk dat het vaakst wordt aangehaald is dat men voor iedereen bereikbaar is op een vast telefoonnummer (29%). Daarop wordt de prijs als kenmerk aangehaald (23%). Verder zijn de verwachte betere kwaliteit van de telefoongesprekken (17%) en minder storingen (16%) kenmerken die door relatief veel huishoudens worden genoemd. Ruim drie op de tien huishoudens (31%) die internetbellen, konden geen kenmerken noemen bij deze vraag.

Figuur 29: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven internetbellen prefereert



In de onderstaande tabel zijn de kenmerken weergegeven naar infrastructuur en aansluiting. PSTN-gebruikers zouden vaste telefonie vaker dan gemiddeld verkiezen boven internetbellen omdat vaste telefonie minder storingsgevoelig zou zijn (28%).

Tabel 57: Kenmerken omwille waarvan men vaste telefonie boven internetbellen prefereert

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=833)
	Koper (n=342)	Kabel (n=298)	Glasvezel (n=65)	PSTN (n=69)	ISDN (n=11)*	VoB (n=625)	
Voor iedereen bereikbaar (op vast telefoonnummer)	31%	31%	36%	35%	51%	31%	29%
Prijs	25%	21%	24%	23%	8%	23%	23%
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	17%	16%	25%	19%	32%	17%	17%
Minder (verwachte) storingen	17%	16%	19%	28%	13%	16%	16%
Meer mogelijkheden	13%	6%	11%	10%	32%	9%	9%
Minder gedoe i.v.m. opstarten PC	2%	0%	4%	2%	0%	1%	1%
Gemak/handiger in gebruik	1%	0%	0%	1%	0%	1%	1%
Geen	25%	33%	25%	20%	16%	29%	31%

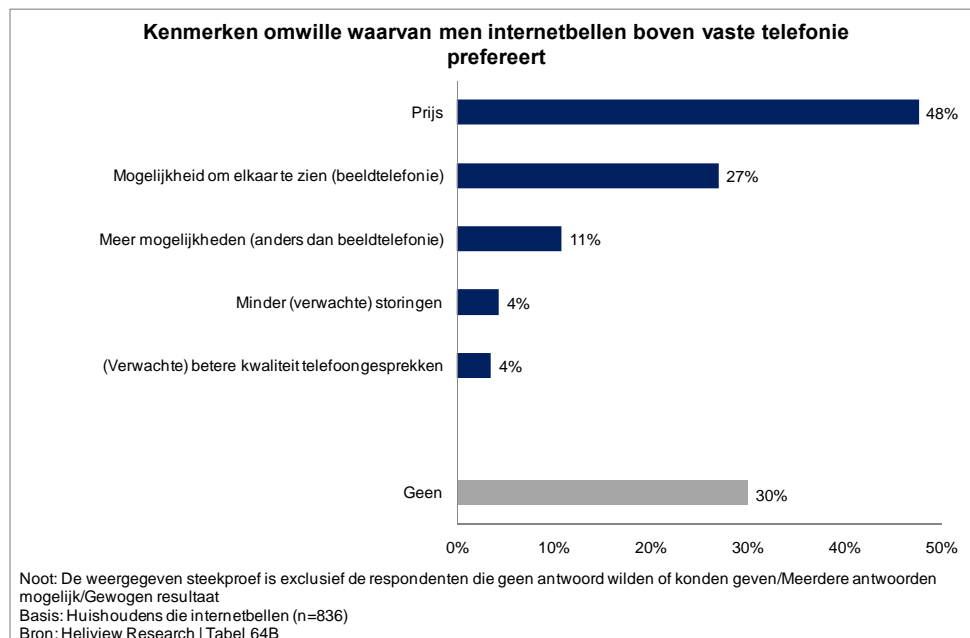
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoorden wilden of konden geven/Meerdere antwoorden mogelijk/Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen

Over de voordelen van internetbellen boven het gebruik van vaste telefonie is men relatief uitgesproken. De prijs van internetbellen wordt het vaakst als kenmerk gezien omwille waarvan men internetbellen zou prefereren boven vaste telefonie; bijna de helft noemt dit (48%). Daarop volgt de mogelijkheid om elkaar te zien (27%). Bij deze vraag konden drie op de tien huishoudens geen kenmerk noemen.

Figuur 30: Kenmerken omwille waarvan men internetbellen boven vaste telefonie prefereert



In de volgende tabel zijn de onderzoekresultaten weergegeven naar infrastructuur en aansluiting. Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de opvattingen van deze verschillende groepen huishoudens met betrekking tot de kenmerken van internetbellen boven vaste telefonie.

Tabel 58: Kenmerken omwille waarvan men internetbellen boven vaste telefonie prefereert

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=836)
	Koper (n=339)	Kabel (n=299)	Glasvezel (n=68)	PSTN (n=70)	ISDN (n=10)*	VoB (n=626)	
Prijs	46%	44%	47%	42%	23%	46%	48%
Mogelijkheid om elkaar te zien (beeldtelefonie)	22%	27%	27%	29%	30%	24%	27%
Meer mogelijkheden (anders dan beeldtelefonie)	10%	9%	9%	11%	9%	9%	11%
Minder (verwachte) storingen	6%	3%	7%	9%	0%	4%	4%
(Verwachte) betere kwaliteit telefoongesprekken	5%	3%	2%	6%	0%	3%	4%
Geen	32%	32%	28%	29%	39%	32%	30%

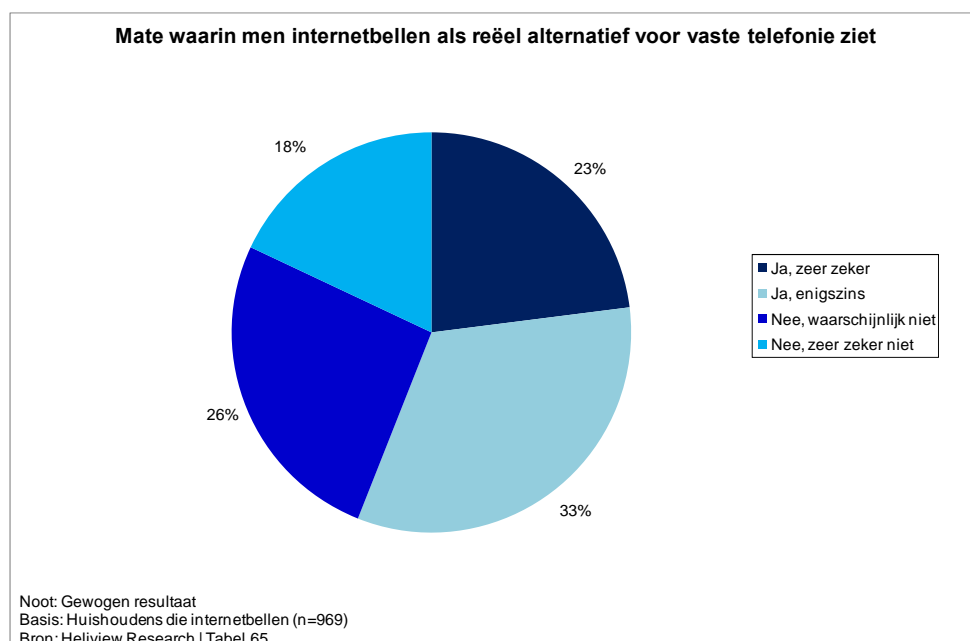
\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoorden wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk/Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen

Aan de huishoudens die internetbellen, is gevraagd of zij deze dienst als reëel alternatief beschouwen voor vaste telefonie. Meer dan de helft van deze groep huishoudens (56%) heeft hier positief op geantwoord. Daarnaast geeft 23% van de huishoudens die internetbellen aan dit zeer zeker als reëel alternatief voor vaste telefonie te zien. Onder alle huishoudens betekent dit dat ongeveer 7% deze mening is toegedaan.

Figuur 31: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie



De huishoudens met verschillende typen infrastructuur en aansluiting denken ongeveer hetzelfde over internetbellen als reëel alternatief voor vaste telefonie. Dit blijkt uit onderstaand schema.

Tabel 59: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie: naar infrastructuur en aansluiting

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=969)
	Koper (n=389)	Kabel (n=357)	Glasvezel (n=80)	PSTN (n=76)	ISDN (n=11)*	VoB (n=739)	
Ja, zeer zeker	17%	19%	12%	15%	8%	18%	<b>23%</b>
Ja, enigszins	34%	31%	40%	34%	41%	33%	<b>33%</b>
Nee, waarschijnlijk niet	27%	31%	24%	31%	38%	28%	<b>26%</b>
Nee, zeer zeker niet	22%	18%	24%	20%	13%	21%	<b>18%</b>

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoorden wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk/Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen

In het schema is te zien hoe verschillende demografische groepen over internetbellen als substituuut voor vaste telefonie denken. Hieruit blijkt dat de huishoudens die internetbellen en in de leeftijdscategorie 30 tot 40 jaar zitten, internetbellen vaker dan gemiddeld als reëel alternatief zien (65%). De andere leeftijdsgroepen zijn redelijk homogeen in hun opvattingen over internetbellen. Verder zien hoger opgeleiden (61%) internetbellen vaker als reëel alternatief voor vaste telefonie dan lager opgeleiden (48%).

*Tabel 60: Mate waarin men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie: naar demografische kenmerken*

	Leeftijd				Hoogst genoten opleiding			Totaal (n=969)
	< 30 jaar (n=181)	30-40 jaar (n=164)	40-55 jaar (n=276)	55+ (n=308)	Lager onderwijs (n=160)	Middelbaar onderwijs (n=333)	Hoger onderwijs (n=461)	
Ja, zeer zeker	22%	26%	26%	20%	13%	23%	26%	<b>22%</b>
Ja, enigszins	35%	39%	28%	34%	35%	30%	35%	<b>34%</b>
Nee, waarschijnlijk niet	23%	24%	26%	27%	19%	31%	24%	<b>26%</b>
Nee, zeer zeker niet	20%	12%	20%	19%	33%	17%	14%	<b>18%</b>

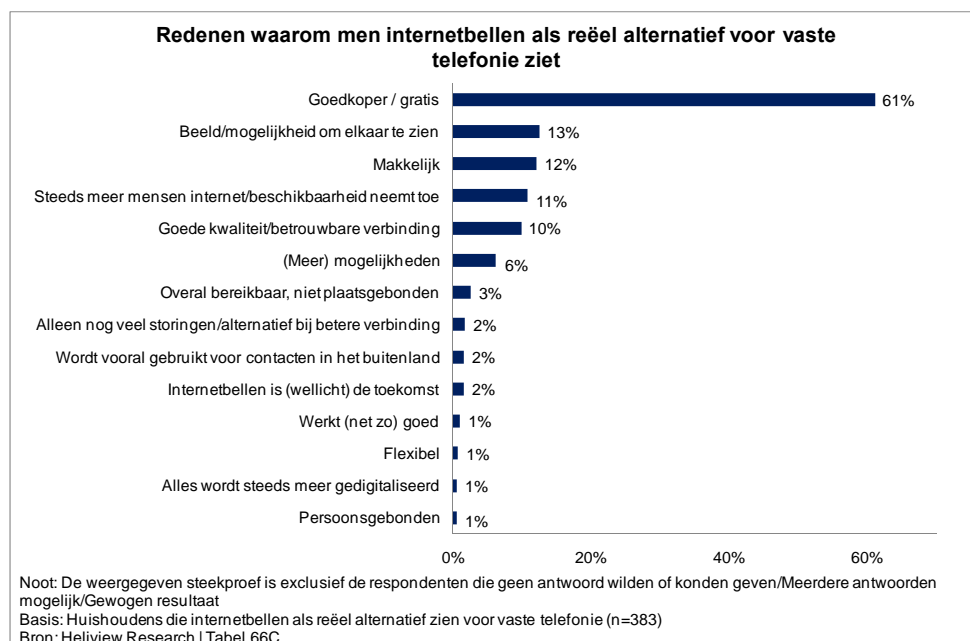
*Noot: Gewogen resultaat*

*Basis: Huishoudens die internetbellen*



De huishoudens die internetbellen als reëel alternatief zien voor vaste telefonie is gevraagd of ze dit kunnen toelichten. Wederom blijkt prijs een belangrijke drijfveer voor de consument; 61% van deze groep geeft aan dat zij dit als reëel alternatief ervaren omdat internetbellen gratis of goedkoper is. Dit is dan ook het belangrijkste kenmerk van internetbellen. Andere voorbeelden waarom men internetbellen als reëel alternatief ziet voor vaste telefonie, zijn: de mogelijkheid om elkaar te zien (13%), betrouwbare verbinding (10%) en het hebben van meer mogelijkheden (6%).

Figuur 32: Redenen waarom men internetbellen als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet



In tabel 61 zijn de redenen waarom internetbellen als reëel alternatief wordt gezien voor vaste telefonie, weergegeven naar de infrastructuur en de aansluiting die het huishouden heeft. Voor glasvezelgebruikers is de reden dat internetbellen goedkoper of gratis is aanzienlijk minder belangrijk (32%) dan voor koper- en kabelgebruikers (beide 60%).

Tabel 61: Redenen waarom men internetbellen als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=383)
	Koper (n=144)	Kabel (n=119)	Glasvezel (n=31)	PSTN (n=27)*	ISDN (n=te laag)	VoB (n=262)	
Goedkoper / gratis	60%	60%	32%	52%	-	58%	61%
Beeld/mogelijkheid om elkaar te zien	11%	14%	18%	5%	-	14%	13%
Makkelijk	13%	9%	14%	26%	-	10%	12%
Steeds meer mensen hebben internet/beschikbaarheid internet neemt toe	9%	11%	21%	8%	-	12%	11%
Goede kwaliteit/betrouwbare verbinding	9%	11%	9%	17%	-	8%	10%
(Meer) mogelijkheden	5%	8%	8%	6%	-	6%	6%
Overall bereikbaar, niet plaatsgebonden	3%	2%	9%	8%	-	3%	3%
Alleen nog veel voor storingen/als verbinding beter wordt is het een alternatief	2%	3%	3%	0%	-	3%	2%
Wordt vooral gebruikt voor contacten in het buitenland	1%	3%	6%	0%	-	3%	2%
Internetbellen is (wellicht) de toekomst	2%	2%	4%	0%	-	2%	2%
Werkt (net zo) goed	2%	2%	0%	0%	-	2%	1%
Flexibel	1%	0%	0%	3%	-	0%	1%
Alles wordt steeds meer gedigitaliseerd	0%	1%	3%	0%	-	1%	1%
Persoonsgebonden	0%	0%	0%	0%	-	0%	1%

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

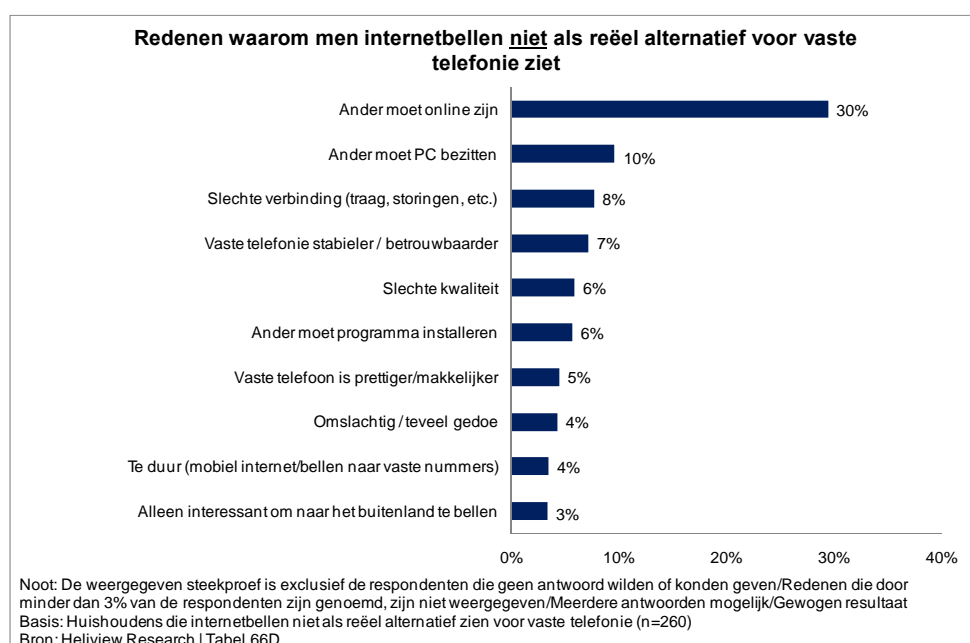
Noot: De weergegeven steekproef is exclusief respondenten die geen antwoord wilden of konden geven / Meerdere antwoorden mogelijk/Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen als reëel alternatief zien voor vaste telefonie

De grootste belemmering die de huishoudens die internetbellen niet als reëel alternatief voor vaste telefonie zien, noemen, is dat de ander online moet zijn (30%). Daarmee samenhangend geeft 10% van deze huishoudens aan dat de ander een PC moet bezitten en nog eens 6% van de huishoudens geeft aan dat de ander het juiste programma moet installeren. Andere redenen hebben te maken met de kwaliteit van internetbellen ten opzichte van vaste telefonie (slechte verbinding: 8%; vaste telefonie is stabiel/betrouwbaarder: 7%; slechte kwaliteit: 6%).

In het schema zijn de resultaten weergegeven naar infrastructuur en aansluiting.

*Figuur 33: Redenen waarom men internetbellen niet als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet*



Tabel 62: Redenen waarom men internetbellen niet als reëel alternatief voor vaste telefonie ziet

	Infrastructuur			PSTN (n=27)*	Aansluiting		Totaal (n=383)
	Koper (n=144)	Kabel (n=119)	Glasvezel (n=31)		ISDN (n=te laag)	VoB (n=262)	
Ander moet online zijn	32%	28%	22%	21%	38%	30%	<b>30%</b>
Ander moet PC bezitten	10%	8%	13%	21%	0%	8%	<b>10%</b>
Slechte verbinding (traag, storingen, etc.)	9%	6%	8%	6%	0%	8%	<b>8%</b>
Vaste telefonie stabiel / betrouwbaarder	10%	6%	0%	17%	24%	6%	<b>7%</b>
Slechte kwaliteit	5%	5%	7%	7%	0%	5%	<b>6%</b>
Ander moet programma installeren	7%	4%	7%	9%	38%	5%	<b>6%</b>
Vaste telefoon is prettiger/makkelijker	4%	6%	3%	3%	0%	5%	<b>5%</b>
Omslachtig / teveel gedoe	4%	6%	4%	3%	0%	5%	<b>4%</b>
Te duur (mobiel internet/bellen naar vaste nummers)	3%	3%	8%	0%	0%	4%	<b>4%</b>
Alleen interessant om naar het buitenland te bellen	4%	3%	4%	4%	0%	3%	<b>3%</b>

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

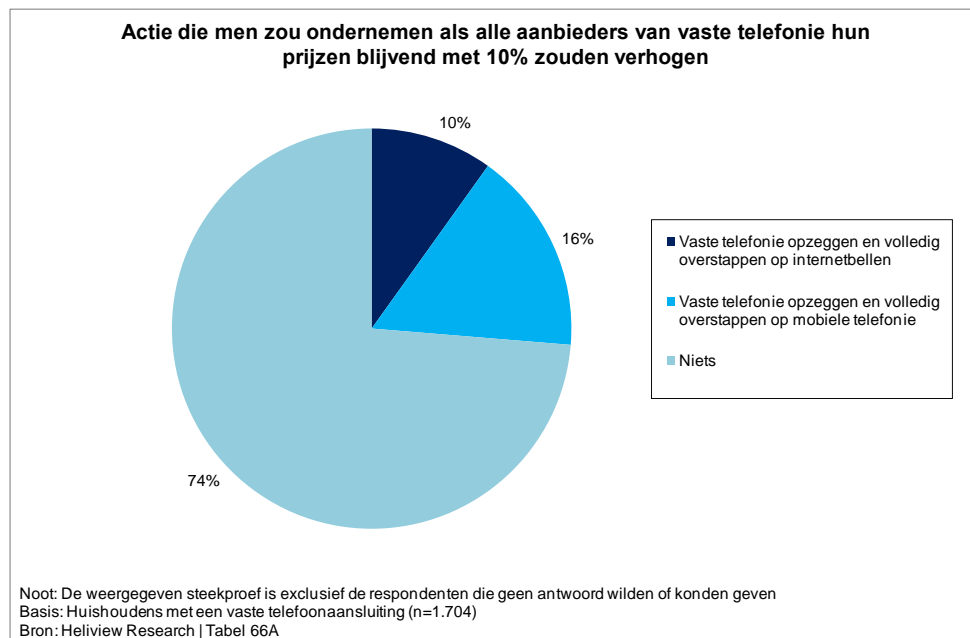
Noot: De weergegeven steekproef is exclusief respondenten die geen antwoord wilden of konden geven/Redenen die door minder dan 3% van de respondenten zijn genoemd, zijn niet weergegeven / Meerdere antwoorden mogelijk / Gewogen resultaat

Basis: Huishoudens die internetbellen als reëel alternatief zien voor vaste telefonie

### 6.3 Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%

Aan alle huishoudens met een vaste telefoonaansluiting is gevraagd wat men zou doen als alle aanbieders van vaste telefonie hun prijzen zouden verhogen met 10%. Bijna driekwart (74%) van de huishoudens met een vaste telefoonaansluiting geeft aan in dat geval niets te doen. Met andere woorden: zij zouden hun vaste telefoonaansluiting behouden. Daarnaast zegt 10% volledig over te stappen op internetbellen en 16% zegt volledig over te stappen op mobiele telefonie. In het schema is opgenomen hoe een aantal verschillende demografische groepen hierover denken.

Figuur 34: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%



Uit de tabel naar infrastructuur en aansluiting blijkt dat huishoudens met een PSTN-aansluiting minder actief zijn bij een prijsverhoging dan de huishoudens met een breedbandaansluiting. Van de eerste groep huishoudens zou 80% niets doen bij een prijsverhoging van 10% en van de tweede groep 73%.

Tabel 63: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%: naar infrastructuur en aansluiting

	Infrastructuur			Aansluiting			Totaal (n=1.704)
	Koper (n=835)	Kabel (n=706)	Glasvezel (n=163)	PSTN (n=222)	ISDN (n=23)*	VoB (n=1.459)	
Vaste telefonie opzeggen en volledig overstappen op internetbellen	11%	8%	9%	7%	4%	10%	<b>10%</b>
Vaste telefonie opzeggen en volledig overstappen op mobiele telefonie	16%	18%	12%	13%	17%	17%	<b>16%</b>
Niets	73%	74%	79%	80%	78%	73%	<b>74%</b>

\*Indicatief vanwege geringe steekproef

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief respondenten die geen antwoord wilden of konden geven

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting

Uit het schema naar demografische kenmerken blijkt dat de huishoudens met een hoofdkostwinner jonger dan 40 jaar vaker dan gemiddeld geneigd zijn om in het geval van een prijsverhoging actie te ondernemen. Daarentegen geven 55+ huishoudens vaker dan gemiddeld aan niets te doen in een dergelijke situatie (79%). Tevens geven lager opgeleiden vaker dan gemiddeld aan niets te doen bij een prijsverhoging (81%), terwijl 69% van de hoger opgeleiden niets zou doen.

Tabel 64: Verwacht gedrag bij prijsverhoging van 10%: naar demografische kenmerken

	Leeftijd				Hoogst genoten opleiding			Totaal (n=1.704)
	< 30 jaar (n=175)	30-40 jaar (n=245)	40-55 jaar (n=538)	55+ (n=698)	Lager onderwijs (n=430)	Middelbaar onderwijs (n=619)	Hoger onderwijs (n=628)	
Vaste telefonie opzeggen en volledig overstappen op internetbellen	10%	11%	11%	9%	8%	9%	12%	<b>16%</b>
Vaste telefonie opzeggen en volledig overstappen op mobiele telefonie	24%	22%	16%	12%	11%	18%	19%	<b>10%</b>
Niets	66%	67%	73%	79%	81%	73%	69%	<b>74%</b>

Noot: De weergegeven steekproef is exclusief de respondenten die geen antwoord wilden of konden geven

Basis: Huishoudens met een vaste telefoonaansluiting