

## **Consumentenonderzoek**

Aanschaf- en overstapgedrag vast internet  
Aanvulling: focus op Vodafone, Tele2 en Online  
En profiel 'weet niet' bij prijsstijging.

Autoriteit  
Consument & Markt



B16511-A-2 – 15 augustus 2014

Copyright © 2014 Blauw Research bv

Alle rechten voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Blauw Research. Dit rapport is geleverd onder de leveringsvoorwaarden van de MOA.

---

All rights are reserved. Nothing from this report may be copied, saved in an authorised data bank or be made public in any form, whether it be electronically, mechanically or through photocopies without prior consent from Blauw Research. This report has been created following MOA conditions.

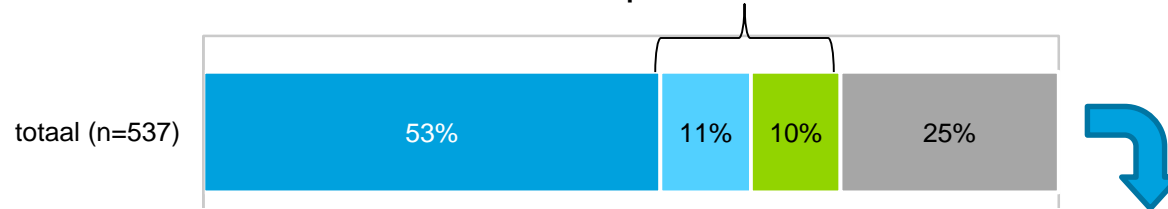
Tele2/Online/Vodafone klanten kiezen bij overstap relatief vaak voor andere aanbieder

5 Overstappedrag – geen prijswijziging  
5.2 Keuze bij overstap (1)

**Keuze indien nu overstappen – geen prijswijziging**

infrastructuur

potentiële churners

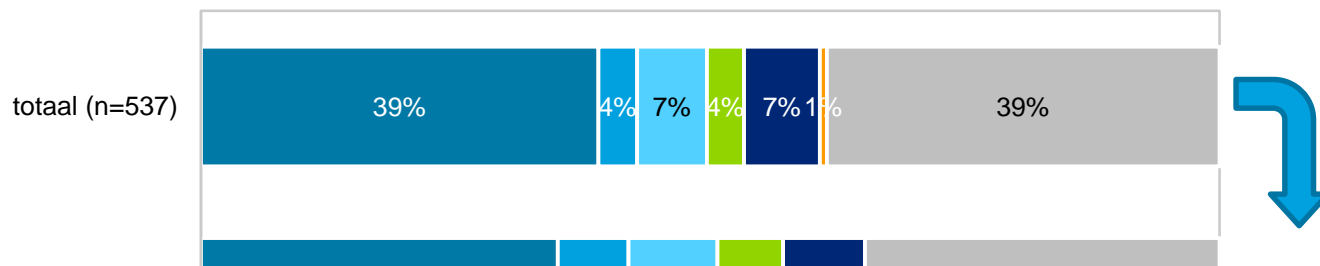


	aanbieder					
	Tele2/Online/Vodafone		overig		totaal	
	#	%	#	%	#	%
Keuze vast internet indien nu overstappen (v120)						
voor mijn huidige aanbieder, ik zou niets veranderen	28	41,9%	275	55,1%	303	53,4%
voor mijn huidige aanbieder, ander abonnement/andere snelheid voor vast internet bij deze aanbieder	5	8,8%	44	10,8%	49	10,6%
voor een andere aanbieder	12	22,3%	40	8,8%	52	10,5%
ik zou mijn vaste internetaansluiting opzeggen en alleen mobiel gaan internetten	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
weet ik echt niet	20	26,9%	113	25,3%	133	25,5%
MISSING	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	65	100,0%	472	100,0%	537	100,0%

Tele2/Online/Vodafone gebruikers zijn bij prijsverhoging eigen infrastructuur relatief vaak geneigd te switchen naar kabel

6 Overstappedrag – 10% prijsstijging  
6.2 Keuze bij overstap (1)

**Keuze indien nu overstappen bij 10% prijsstijging huidige infrastructuur**



		aanbieder					
		Tele2/Online/Vodafone		overig		totaal	
		#	%	#	%	#	%
Keuze vast internet indien 10% prijsstijging eigen infrastructuur (v1 28a)	bij mijn huidige aanbieder blijven, ik zou niets veranderen of eventueel alleen de snelheid aanpassen	23	36,6%	195	39,4%	218	39,0%
	bij mij huidige aanbieder blijven, ik kies voor een andere techniek van deze aanbieder	6	8,4%	20	3,2%	26	3,8%
	voor een (andere) ADSL-aanbieder kiezen	4	9,1%	20	6,5%	24	6,8%
	voor een (andere) glasvezel-aanbieder kiezen	4	2,0%	34	8,2%	38	7,4%
	voor een (andere) kabel-aanbieder kiezen	6	11,6%	15	2,5%	21	3,7%
	vaste internetaansluiting opzeggen en alleen via een mobiele aansluiting gaan internetten	0	0,0%	3	0,8%	3	0,7%
	dat weet ik echt niet	22	32,3%	185	39,4%	207	38,5%
	MISSING	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	65	100,0%	472	100,0%	537	100,0%

Profielbeschrijving van de mensen die niet weten wat te doen bij prijsverhoging eigen infrastructuur.

6 Overstappedrag – 10% prijsstijging  
6.3 profiel ‘weet niet bij v128a’

### Toelichting bij de tabel op de volgende pagina

In de wetenschappelijke literatuur wordt genoemd dat personen die niet weten of ze zullen gaan reageren op een verandering (prijsstijging) dit ook niet zullen doen. Om de geldigheid van dit uitgangsprincipe te toetsen is in onderhavig onderzoek de groep die ‘weet niet’ heeft geantwoord afgezet tegen de groep die wel een antwoord heeft gegeven. Per antwoordcategorie in de vragenlijst is met behulp van een z-toets (proportietoets) geanalyseerd of de ene groep het antwoord significant vaker geeft dan de andere groep. Het blijkt dat de groep die ‘weet niet’ heeft geantwoord op een aantal vlakken afwijkt. De tabel geeft aan hoe deze ‘weet niet’ groep afwijkt van de mensen die wel weten wat ze gaan doen. Alleen de significante verschillen zijn genoemd in de tabel. De onderwerpen in de vragenlijst die niet genoemd zijn in de tabel laten dus geen significant verschil zien tussen beide groepen.

Het lijkt er op dat de betrokkenheid van deze mensen bij het onderwerp lager is en de switchgeneigdheid ook lager. Dit maakt de aanname dat deze mensen niet zullen reageren op een prijsstijging aannemelijk.

## Profielbeschrijving van de mensen die niet weten wat te doen bij prijsverhoging eigen infrastructuur.

6 Overstappedrag – 10% prijsstijging  
6.3 profiel 'weet niet bij v128a'

De 'weet niet'-zegger is:	Weet het niet	Weet het wel
Lager opgeleid	36% laag opl. 3% wetenschappelijk	23% laag opl. 11% wetenschappelijk
Minder switchgeneigd	6% wisselen VT serieus overwogen 12% wisselen TV overwogen 8% verwacht internet te wisselen 8% verwacht TV te wisselen	16% wisselen VT serieus overwogen 24% wisselen TV overwogen 17% verwacht internet te wisselen 17% verwacht TV te wisselen
Vaak klant bij UPC en juist niet bij KPN	24% UPC 21% KPN	13% UPC 32% KPN
Relatief vaak triple play klant en minder vaak dual play	17% dual play 70% triple play	28% dual play 61% triple play
Vaak onbekend met huidige internetsnelheid	50% weet ik echt niet	40% weet ik echt niet
Kiest bij overstappen (v120) niet voor andere aanbieder, maar weet vaak niet wat wel	5% andere aanbieder 41% weet ik echt niet	14% andere aanbieder 16% weet ik echt niet
Keuze infrastructuur bij overstappen vaak geen glasvezel, maar weet niet wat wel	3% glasvezel 44% weet ik echt niet	11% glasveel 22% weet ik echt niet
Stabiliteit minder vaak doorslaggevende rol bij keuze	9% stabiliteit doorslaggevend	18% stabiliteit doorslaggevend
Vindt download en upload snelheid vaak even belangrijk	58% down en up even belangrijk	44% down en up even belangrijk
Keuze voor infrastructuur vaak uit gewoonte/bekendheid minder op techniek	23% gewoonte bekendheid 2% aanbieder gebruikt deze techniek	9% gewoonte bekendheid 12% aanbieder gebruikt deze techniek
Kiest minder vaak voor snelheid behouden bij prijsstijging maar weet het vaak niet	41% snelheid behouden 38% weet ik echt niet	66% snelheid behouden 9% weet ik echt niet
Ziet minder vaak problemen bij overstap	30% ik zie geen problemen	16% ik zie geen problemen