

# Connecties



NR 2 / SEPTEMBER 2008 NIEUWS- EN PUBLICATIEBLAD VAN DE ONAFHANKELIJKE POST EN TELECOMMUNICATIE AUTORITEIT



COVERSTORY

## Kabel open voor concurrenten

ACHTER DE SCHERMEN

## Op dezelfde frequentie



“Het belangrijkste in communicatie  
is te horen wat er niet wordt gezegd”

– PETER DRUCKER



## In dit nummer



## 4 COVERSTORY

## Kabel open voor concurrenten

12 TECHNIEK  
Locatiegebonden is uit14 ACHTER DE SCHERMEN  
Op dezelfde frequentie

## En verder...

- 8 EFFECT OPTA
- 10 IN DIALOG
- 13 INTERNATIONAAL
- 16 FACTS & FIGURES
- 16 STRAATVRAAG
- 18 WETGEVING
- 19 NIEUWSVARIA
- 20 HOE COMMUNICEERT...

## Keuze op kabel



In de Nederlandse omroepmarkt is onvoldoende concurrentie. Kabelbedrijven bezitten een machtspositie. Daarom willen wij UPC en Ziggo verplichten om hun analoge kabelaansluiting door te verkopen aan andere bedrijven als bijvoorbeeld YouCa en Tele2. Op die manier kan ook de concurrentie gebruik maken van het kabelnet om hun eigen kabelpakketten aan te bieden aan de consument die daardoor meer keuze krijgt. Centraal in OPTA's analyse staat het analoge basispakket. Dat zijn de zo'n twintig à dertig tv-zenders op het kabelnet die zonder decoder op elke tv in huis zijn te ontvangen. Straks kunnen dus ook anderen dat pakket aanbieden op de netten van Ziggo en UPC. Vergelijk deze verplichting met de al jaren bestaande toegangsverplichting tot KPN's koperen telefoonlijn. Daar moest KPN Tele2 en andere concurrenten op zijn net toelaten en dat zorgde er mede voor dat bellen goedkoper werd.

Waarom deze ingreep? Ondanks de opkomst van alternatieven zoals Digtenne, IP TV en satelliet blijven UPC en Ziggo marktmacht houden met een gezamenlijk marktaandeel van 81%. De komende periode verwacht OPTA hier zonder ingrijpen weinig verandering in. Daarnaast is bundeling de heersende markttrend. Steeds vaker neemt de consument zijn diensten zoals telefonie, televisie en internet in één pakket af, Triple play genoemd. We zien deze bundeling steeds belangrijker worden en daarom is het noodzakelijk dat ook alternatieve aanbieders zo'n bundel kunnen bieden. Ook daar willen we innovatie en investeringen stimuleren. Voor de concurrentie is het beter als er meer dan twee infrastructuren overblijven voor de consument om uit te kiezen: KPN of een kabelbedrijf. In onze visie moeten alternatieve aanbieders ook aan de bak kunnen en een gebundeld pakket kunnen leveren.

We vinden het niet logisch dat kabelaars straks ook KPN op hun netwerk moet toelaten, en andersom trouwens niet. KPN moet vooral bij zijn infrastructurele 'leest' blijven en geprikkeld worden om in het eigen netwerk te investeren en daar te innoveren. KPN heeft kabeltoegang bovendien niet nodig, want hij kan zelf via Digtenne en IP TV de huiskamers bereiken met tv en radio. Andersom zijn kabelaars prima in staat om telefonie aan te bieden via hun eigen netwerken en hoeven dus niet op het net van KPN. Wel moeten beide dominante infrastructuren zich voor derde aanbieders openstellen omdat anders gebrek dreigt aan keuze en vernieuwing zodat de consument niet optimaal profiteert.

**Chris Fonteijn**, voorzitter van het college

**HOOFD-ENEINDREDACTIE** Giovanna Monpellier **REDACTIE** Jeroen de Kam, Femke van Lieshout, Martijn Meijers, Judy Senior, Stefan Wijers **FOTOGRAFIE** Hans Oostrum **ONTWERP & ILLUSTRATIES** Christine van Dijk **GRAFISCHE PRODUCTIE** Rooduijn, communicatie en design **DRUKWERK** Rooduijn Drukkerij **REDACTIEADRES EN REACTIES** Postbus 90420, 2509 LK Den Haag, Telefoon: (070) 315 91 94, E-mail: [Connecties@opta.nl](mailto:Connecties@opta.nl) **ABONNEMENTEN EN ADRESWIJZIGINGEN** Telefoon: (070) 315 91 94, Fax: (070) 315 35 01, E-mail: [mail@opta.nl](mailto:mail@opta.nl) **Connecties** is het kwartaalblad van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit. Reacties op de inhoud van dit blad zijn van harte welkom op [Connecties@opta.nl](mailto:Connecties@opta.nl). **Connecties** wordt met grote zorgvuldigheid samengesteld. Om de leesbaarheid te bevorderen zijn juridische zinsneden vaak vereenvoudigd weergegeven. Soms betreft het ook delen van of uittreksels uit wetteksten. In al deze gevallen is het verstandig de originele teksten te raadplegen. Aan de artikelen in **Connecties** kunnen geen rechten worden ontleend. **Missie OPTA** OPTA zorgt voor concurrentie en vertrouwen in de communicatiesector in het belang van de consument.

Nieuwe ontwerp marktanalyses onlangs gepresenteerd

# Kabel open voor

Onlangs publiceerde OPTA een nieuwe set ontwerp marktanalysebesluiten voor de telecom- en -communicatiesector. Sommige verplichtingen konden worden geschrapt, anderen werden aangescherpt. Vooral de nieuwe toegangsverplichting voor kabelbedrijven trok aandacht. De weg naar meer keuze en goedkoper tv-kijken ligt open, maar welk pad is dat en wie gaan het bewandelen? Samen met de betrokken marktpartijen en OPTA kijkt Connecties naar de totstandkoming en de betekenis van de nieuwe besluiten en naar de toekomst.

TEKST: LOURENS LA ROI & JEROEN DE KAM

Toen OPTA eind 2005 haar eerste ronde marktanalysebesluiten bekend maakte, luidde zij daarmee een nieuwe periode in voor partijen die actief zijn binnen de telecom- en communicatiesector. Vastgesteld werd dat er op verschillende telecommunicatiemarkten marktpartijen zijn met aanmerkelijke marktmacht. OPTA legde aan die partijen verplichtingen op, bijvoorbeeld toegang te verlenen tot hun netwerk.

“UPC en Ziggo moeten alternatieve aanbieders van analoge TV-pakketten toegang verlenen op hun netwerk”

Maar marktanalysebesluiten zijn beperkt houdbaar; de Telecommunicatiewet bepaalt dat OPTA na drie jaar de opgelegde verplichtingen opnieuw tegen het licht moet houden. Dit is onlangs gebeurd met de publicatie van een groot aantal nieuwe ontwerpbesluiten.

#### Sneller dan 2005

Marktanalysebesluiten worden sinds 2005 eens in de drie jaar genomen. 2008 is dus het jaar waarin OPTA nieuwe marktanalysebesluiten neemt. De eerste stap is gezet:

*Johan Keetelaar, plaatsvervangend afdelingshoofd van de afdeling Markten OPTA*





# concurrenten



## **Gerard Lieveise**

*director Regulatory & Public Affairs Ziggo*

OPTA heeft onlangs de besluiten in een ontwerpversie gepubliceerd. "Marktpartijen hebben tot medio september gelegenheid om hierop te reageren" legt Johan Keetelaar, plaatsvervangend afdelingshoofd van de afdeling Markten van OPTA, uit. "Nadat wij de reacties van de marktpartijen op onze ontwerpbesluiten hebben verwerkt, leggen wij de besluiten voor aan de Europese Commissie, die vier weken de tijd heeft om haar visie op de besluiten te geven. Als de Europese Commissie instemt, kunnen we de besluiten definitief maken en publiceren. Ik heb het volste vertrouwen dat we aan het eind van dit jaar onze nieuwe marktanalysebesluiten bekend kunnen maken."

Daarmee benoemt Keetelaar een belangrijk verschil met de marktanalysebesluiten uit 2005: de nieuwe besluiten zullen aanzienlijk sneller tot stand komen. "De oude besluiten kenden een voorbereidingstijd van twee jaar, nu verwachten we dat het hele traject ongeveer een jaar in beslag zal

**"Binnen OPTA hebben we gezorgd voor de kortst mogelijke beslistermijnen"**

nemen" zegt Keetelaar. Die tijdwinst is een gevolg van de ervaringen die zijn opgedaan met de eerdere marktanalysebesluiten. Zo hebben we minder uitgebreide vragenlijsten gestuurd wat veel tijd scheelde."

Gerard Lieveise, director Regulatory & Public Affairs van Ziggo, beaamt dit. "De vragenlijsten konden ook minder uitgebreid zijn omdat we als marktpartijen tegenwoordig ieder kwartaal al informatie aan OPTA verstrekken via de structurele marktmonitor. Bovendien was de systematiek al bekend." Zowel Keetelaar als Lieveise benadrukken de toewijding en inzet van alle betrokken medewerkers waardoor in korte tijd de ontwerpbesluiten tot stand kwamen. "Binnen OPTA hebben we gezorgd voor de kortst mogelijke beslistermijnen" aldus Keetelaar.

### Zoek de verschillen

Over de hele linie zijn er verschillen ten opzichte van de vorige marktanalyses. Gevraagd naar die verschillen, wijst Johan Keetelaar op de verplichtingen die OPTA voor de telefoniesector had opgelegd aan KPN voor consumentenproducten en -diensten, oftewel: de retailverplichtingen. Keetelaar: “Deze verplichtingen vervallen. Ze zijn niet meer nodig vanwege de verplichtingen die we eerder aan KPN oplegden. Ook vormt met name kabeltelefonie een reëel alternatief voor “vaste” telefonie. Daar staat tegenover dat OPTA de verplichtingen voor KPN om alternatieve telefoonaanbieders op haar netwerk toe te laten, heeft uitgebreid. Deze uitbreiding is nodig omdat OPTA nog te weinig dynamiek ziet op het zakelijk marktsegment voor telefonie.”

“Analoge televisie is het kernproduct en kabelaars zijn op dat punt monopolisten. Zo simpel is het”

Verder wijst Keetelaar op de marktanalysebesluiten in de omroepsector die ook behoorlijk verschillen met de vorige ronde. “We hebben geconstateerd dat verzwarende van de wholesaleregulering voor de kabelaars noodzakelijk is. Het analoge pakket van de kabelaars blijkt nog steeds een sleutelpositie te vervullen in de omroepmarkt. Daarom zijn in de ontwerpbesluiten verplichtingen opgenomen voor de twee grootste kabelaars, UPC en Ziggo. Zij moeten alternatieve aanbieders van analoge TV-pakketten toegang verlenen op hun netwerk. Daarnaast zijn zij verplicht om desgevraagd de analoge kabelaansluiting administratief door te verkopen aan andere bedrijven. OPTA wil dat consumenten straks voor hun kabelabonnement over kunnen stappen naar een alternatieve aanbieder. Wij verwachten dat de toenemende concurrentie de televisiekijker meer keuze (service, verschillende pakketten) en lagere prijzen zal opleveren.”

### Duurzame concurrentie

Een belangrijk verschil met de vorige marktanalyse voor omroep is dat OPTA deze markt breder definieert. Het feit dat alle verschillende infrastructuren die televisie distribueren, bekeken zijn en betrokken zijn bij de analyse van de omroepmarkt, stemt Ziggo tot tevredenheid. Lieveerse: “We zijn blij dat OPTA ook DSL-aanbieders, satellietaanbieders, Digitenne en dergelijke bij haar analyse van de omroepmarkt heeft betrokken. Volgens Ziggo is die bredere benadering terecht. Hieruit blijkt dat er voldoende concurrentie en aanzienlijke groei op de omroepmarkt is.”

Keetelaar van OPTA ziet dat anders. “Er zijn inderdaad meer alternatieven voor consumenten om televisie van een aanbieder af te nemen. Maar de wet verplicht ons om na te gaan of sprake is van werkelijk duurzame concurrentie. Na

een uitgebreide analyse is onze conclusie dat de alternatieve aanbieders voor onvoldoende concurrentiedruk op de kabelaanbieders zorgen.”

### Vraagtekens

De uitkomst van OPTA's analyses was voor Ziggo onverwacht. Lieveerse zegt: “Op basis van de marktanalysebesluiten van drie jaar geleden en de aanbevelingen van de Europese Commissie had ik gedacht dat OPTA andere maatregelen zou nemen. Maatregelen die de concurrentie stimuleren op het niveau van de infrastructuur. Ons verbaast het dat OPTA nu aan ons de verplichting tot wederverkoop van ons product oplegt. Enkele jaren geleden zou die maatregel wellicht passend zijn geweest, maar met de nu bestaande alternatieven is die maatregel achterhaald.”

Mediaondernemer en één van de oprichters van YouCa, Peter Jelgersma, is in de jaren '80 als projectontwikkelaar begonnen met het adviseren van gemeenten bij de aanleg van kabels, wat hij tot in Zweden, Israël en zelfs Rusland deed. “Later pas ben ik mij bezig gaan houden met de inhoud bij de kabel, zoals het oprichten van Filmnet, Radio 10, TV10 en Digitenne. Nieuwste initiatief op dit gebied is YouCa (een afkorting van Your Cable). Een mediabedrijf dat hetzelfde product aanbiedt als kabelaars en gebruik wil maken van de infrastructuur van die kabelaanbieders maar wel tegen scherpere tarieven.”

Jelgersma zet zijn vraagtekens bij bestaande concurrentie. “Programma-aanbieders krijgen op dit moment nog steeds niet of nauwelijks toegang tot de kabel, omdat het eigenbelang van de kabelaars te groot is bij de distributie van programma's. Er is geen transparante regeling voor toegang. Daarbij komt dat digitale televisie geen alternatief is voor analoog. Het is een aanvulling maar geen vervanging. En Digitenne en satelliet bijvoorbeeld, leveren alleen digitale televisie. Dit gebrek aan concurrentie uit zich in het feit dat het marktaandeel van kabelaars nauwelijks is afgenomen de afgelopen jaren.”

Waar Jelgersma niets heeft op te merken over het proces, is hij met name te spreken over de inhoud van de besluiten. “OPTA heeft goed gekeken naar de markt. De feiten zijn helder op een rij gezet. Analoge televisie is het kernproduct en kabelaars zijn op dat punt monopolisten. Zo simpel is het. Daarbij komt wel dat zulke besluiten natuurlijk goed onderbouwd moeten worden. Maar ik moet zeggen dat het behoorlijk gelukt is en dat ik zeer te spreken ben over de inhoud en onderbouwing van de besluiten.”

Lieveerse plaatst wel een kanttekening bij de marktanalysebesluiten: “Je wordt in de gelegenheid gesteld om je zienswijze te delen met OPTA, maar wat daar precies mee gedaan is, merk je pas later bij het verschijnen van het ontwerpbesluit. Daarom verrast de inhoud van dit besluit ons ook”.



“YouCa had al grote steun van programma-aanbieders en de politiek en nu ook nog van OPTA”

#### Vol verwachting

De nieuwe marktanalysebesluiten voor de omroepmarkt kunnen zeer aanzienlijke consequenties hebben voor Ziggo. Lieveerse: “De klantadministratie- en factureringssystemen moeten worden aangepast om de verplichting tot wederverkoop mogelijk te maken. Technisch gezien verandert er echter weinig. Op dit moment is voor Ziggo nog onduidelijk welke nieuwe spelers in deze markt willen stappen.”

Jelgersma laat er geen onduidelijkheid over bestaan: “Voordat alles gedigitaliseerd is zijn we zo 10 tot 15 jaar verder. We zitten op dit moment nog duidelijk in een overgangsfase. Maar tot die tijd maakt YouCa, naast het aanbieden van een vernieuwend digitaal aanbod, graag gebruik van de mogelijkheid tot het aanbieden van een analogo kabelpakket.”

Ziggo onderzoekt ook nieuwe toepassingen. Lieveerse: “Ziggo werkt volop aan de innovatie van het televisieproduct. Denk aan een toepassing die is te vergelijken met “uitzending gemist”, maar dan op televisie in plaats van op de computer.” Volgende logische stappen zijn volgens hem een digitale videotheek (video on demand) en uitbreiding van het aanbod in High Definition (HD). “Het aanbod van programma’s in HD blijft momenteel achter bij de moge-

**Peter Jelgersma**, mediaondernemer en één van de oprichters van YouCa

lijkheden die er zijn. Veel consumenten hebben namelijk al wel apparatuur die geschikt is om programma’s in HD kwaliteit te bekijken. Ziggo gaat dan ook begin volgend jaar samen met de Nederlandse Publieke Omroep Nederland 1, 2 en 3 in HD uitzenden.”

Jelgersma is vol verwachting: “YouCa had al grote steun van programma-aanbieders en de politiek en nu ook nog van OPTA. Voor de toekomst is het belangrijk dat de rol van kabels wordt teruggebracht naar die van transporteur en dat daarmee de rol van distributeur vermindert. Op die wijze ontstaat een directe relatie tussen consumenten aan de ene en reclamemakers en programma-aanbieders aan de andere kant. Programma-aanbieders zijn straks niet meer afhankelijk van die distributeur, oftewel: de kabelaar. Daardoor zal het voor programma aanbieders gemakkelijker worden om hun product toe te spitsen op de wensen van consumenten en adverteerders, wat zal resulteren in nieuwe vormen van individuele televisie.”

Keetelaar kijkt ook vol verwachting vooruit naar toekomstige ontwikkelingen: “Niet alleen nieuwe technieken bieden volop mogelijkheden, maar denk ook aan de mogelijkheden die bedrijven als Google, Microsoft of Disney hebben. Zullen die misschien ook de omroepmarkt betreffen?” Connecties houdt u de komende tijd op de hoogte van de verdere ontwikkelingen rondom de marktanalysebesluiten. ○



*Zelfde verplichtingen voor traditionele en nieuwe telefonie*

# Gelijke monniken,

Gelden voor aanbieders van internetbellen dezelfde wettelijke verplichtingen als voor aanbieders van traditionele telefoondiensten? Zijn Voice over IP-aanbieders wel in staat om aan deze plichten te voldoen? Dit zijn de vragen die aan de basis liggen van het standpunt dat OPTA heeft genomen ten opzichte van VoIP.

TEKST: ESTHER IJSKES

VoIP staat voor Voice over Internet Protocol. Dit betekent dat je kunt bellen via de technologie die ook voor het internet wordt gebruikt. Sinds enkele jaren stappen steeds meer Nederlanders over op het bellen via VoIP. Het marktaandeel VoIP bedroeg eind 2007 34% van alle telefonieaansluitingen. In Nederland wordt het bellen via alternatieve aanbieders door de technologische ontwikkelingen gemakkelijker. OPTA heeft deze trend vanaf het begin op de voet gevolgd.

## **Belang consument voorop**

De Telecommunicatiewet bevat een aantal verplichtingen waar telefonieaanbieders aan moeten voldoen. Deze regels zijn er om de consumenten te beschermen. De taak van OPTA is om ervoor te zorgen dat aanbieders zich aan deze verplichtingen houden. Denk hier bijvoorbeeld aan dat iedereen 112 moet kunnen bellen, dat de telefoonverbinding aan bepaalde kwaliteitseisen voldoet of dat je bij verhuizing je telefoonnummer kunt meenemen. In het 'Standpunt eindgebruikersverplichtingen Voice over IP-diensten', dat OPTA onlangs publiceerde, concludeert OPTA dat de verplichtingen voor gewone telefonie ook van toepassing zijn op de meeste VoIP-diensten.

## **Markt erbij betrokken**

OPTA heeft kritisch gekeken of alle eisen uit de wet ook toepasbaar zijn op VoIP-diensten. Nu internetbellen een aantal jaren bestaat, is gebleken dat VoIP-aanbieders goed in staat zijn om aan de meeste wettelijke verplichtingen te voldoen. Voor dit soort aanbieders is het geen probleem om er bijvoorbeeld voor te zorgen dat hun klanten naar het alarmnummer 112 en naar een abonnee-informatiedienst kunnen bellen en dat zij hun telefoonnummer kunnen





# gelijke kappen

meenemen als zij van aanbieder veranderen. Ook kunnen VoIP-aanbieders verkeersgegevens bewaren en zijn er op het gebied van bescherming van persoonsgegevens geen belemmeringen.

Bij de consultatie die OPTA uitvoerde hebben marktpartijen aangegeven dat zij extra kosten moeten maken om aan bepaalde verplichtingen te voldoen, terwijl dit op zich voor de VoIP-dienstverlening zelf niet nodig is. Voor OPTA is dit geen reden om de wettelijke verplichtingen voor VoIP-aanbieders niet te laten gelden. Het voldoen aan die wettelijke verplichtingen is immers in het belang van de consument.

## Geen regel zonder uitzondering

Bij de raadpleging bleek ook dat met VoIP aan sommige wettelijke verplichtingen niet voldaan kan worden. Bij een gesprek naar het alarmnummer 112 moet automatisch een aantal gegevens worden meegestuurd, zoals de locatie waar de aansluiting is. Voor bellen via traditionele telefonie is dit al lang geleden technisch mogelijk gemaakt. Bij VoIP is dit lastig, omdat een VoIP-beller met zijn eigen nummer ook vanaf een andere locatie kan bellen. Ook aan de eis dat een telefoondienst altijd moet werken, is moeilijk te voldoen door VoIP-aanbieders, omdat de huidige VoIP-apparatuur niet functioneert bij stroomuitval. In het eerder genoemde standpunt heeft OPTA daarom aangegeven dat VoIP-aanbieders in deze gevallen niet aan de eisen hoeven te voldoen, maar dat ze wel hun klanten hierover goed moeten informeren.



In de wet is de verplichting opgenomen dat een aanbieder informatie verstrekt over de kwaliteit van zijn telefoon-dienst. De kwaliteitsnormen die de wet noemt zijn echter gebaseerd op traditionele PSTN-telefonie en zijn niet bruikbaar voor VoIP. OPTA heeft dit probleem bij het Ministerie van Economische Zaken onder de aandacht gebracht en onderzocht wordt hoe de normen hierop aangepast kunnen worden. Totdat er meer duidelijkheid over deze kwaliteitsnormen bestaat, zal OPTA terughoudend omgaan met de handhaving op dit punt.

## Handhaving

OPTA zal er dus op toezien dat VoIP-aanbieders zich aan de wettelijke verplichtingen houden. In de gevallen dat dit niet mogelijk is, zal OPTA erop toezien dat zij hun klanten hierover goed informeren, zodat de klant weet dat de VoIP-dienst op sommige punten niet aan de wettelijke verplichtingen voldoet.

“Verplichtingen voor gewone telefonie ook van toepassing op de meeste VoIP-diensten”

Een belangrijk aanknopingspunt voor OPTA bij de handhaving zijn klachten van consumenten. Consumenten kunnen via [www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl) informatie vinden over hun rechten en kunnen daar ook een klacht achterlaten. Wanneer uit deze klachten blijkt dat VoIP-aanbieders niet aan de verplichtingen voldoen, zal OPTA hiertegen optreden.

Consumenten kunnen via de website van ConsuWijzer ook contact zoeken met de geschillencommissie. Via een geschilcommissie is het voor consumenten makkelijker om hun recht te halen als de VoIP-aanbieder niet aan zijn plichten voldoet. Daarom is het wettelijk verplicht voor telefonieaanbieders om zich bij de geschillencommissie aan te sluiten. Bij de consultatie is gebleken dat een klein aantal VoIP-aanbieders niet aangesloten is bij de geschillencommissie. OPTA zal dit najaar hier extra aandacht aan besteden.

Verder heeft OPTA in het verleden geconstateerd dat abonnees van sommige VoIP-aanbieders niet naar het alarmnummer 112 kunnen bellen. OPTA heeft dit opgepakt en deze VoIP-aanbieders hebben dit toen alsnog mogelijk gemaakt. ○

In de rubriek In Dialoog laat Connecties steeds twee mensen reageren op een prikkelende stelling over OPTA's toezicht of over ontwikkelingen in de markt. Ook een stelling inbrengen of reageren? Mail naar [Connecties@opta.nl](mailto:Connecties@opta.nl)

TEKST: FEMKE VAN LIESHOUT & STEFAN WIJERS

# Stelling: Glasvezel is



“**N**ee, glasvezel is nu niet lokaal dominant. Wel groeit het belang van glasvezel. Overal door het land schieten allerlei lokale glasinitiatieven uit de grond; meestal op initiatief van gemeenten. Ook beginnen landelijke spelers zich ermee te bemoeien. Glasvezelbedrijf Reggefiber is bijvoorbeeld op veel plekken actief en inmiddels heeft KPN aangekondigd te willen gaan samenwerken met Reggefiber. Hoewel het nu nog lokaal is, verwacht ik dat glasvezel straks een landelijke aangelegenheid wordt. Of lokale glasvezelinitiatieven dominant zijn, hangt af van de mate waarin ze klanten weg weten te trekken bij de andere infrastructuur; het KPN-net en de kabel. Stel heel veel consumenten stappen over naar glas en kunnen daarna niet meer eenvoudig terug, dan hebben we toch een probleem als het glasvezelnet bijvoorbeeld zijn prijzen buitensporig verhoogt.

Degene die de glasvezeldraad naar ieder huis (Fiber to the Home, FTTH) aanlegt geniet een belangrijk voordeel. De 'oude' infrastructuren kunnen een heel eind meekomen, maar uiteindelijk is glasvezel in capaciteit en mogelijkheden superieur. Ik vind het vooral de vraag of er meer concurrerende glasvezelaansluitingen naar huizen worden aangelegd. Als dat zo is blijft ook op langere termijn de concurrentie tussen aansluitnetten bestaan. Kernpunt is of en wanneer kabelaanleg naast de FTTH-aanleg van Reggefiber/KPN ook tot verglazing overgaat. De zorg die ik erbij heb is dat van de drie potentieel concurrerende aansluitingen – die van het gemeentelijk initiatief, die van de kabel en die van KPN – er op den duur slechts één dominant glasnet overblijft. We moeten vooral een situatie zien te vermijden waarbij bestaande spelers als KPN en de kabelbedrijven marktmacht overhevelen van de oude infrastructuur naar de nieuwe. Maar goed, de weg naar een landelijk glasvezelnet is nog lang. We staan in de kinderschoenen, zoals Bert Nijboer zegt. Van de bijna 8 miljoen Nederlandse huishoudens heeft maar zo'n 180.000 een glasvezelaansluiting. Naast grote investeringen in geld vergt aanleg van glas naar ieder huis ook een enorme graafcapaciteit, alle straten en tuinpaden moeten open, die er amper is.”

**Robert Stil**

*Economisch expert bij OPTA*

# lokaal dominant?

“Ik ben van mening dat er geen lokale dominanties bestaan voor glas. Verre van dat! De ontwikkeling van lokale glasvezelnetten staat nog in de kinderschoenen. Bovendien concurreren we op netwerkniveau nog altijd met de bestaande netwerken, koper en coax. Zeker van het coax netwerk verwacht ik de komende jaren veel concurrentie. Dat heeft nog voldoende potentie en mogelijkheden om de komende 20 tot 25 jaar rendabel te blijven. Als de ontwikkelingen qua bandbreedte behoefte de komende jaren in hetzelfde tempo door blijven gaan, verwacht ik dat het kopernetwerk technisch nog een jaar of vijf mee kan.

De huidige ontwikkelingen op het gebied van glasnetten zijn allesbehalve schadelijk voor de marktwerking. Andersom is juist het geval. Wij hebben marktwerking hard nodig om glasnetwerken in de toekomst rendabel en succesvol te laten zijn. Daarmee doel ik vooral op de benodigde innovaties van de dienstverlening over glasvezelnetwerken. Regelmatig komen service providers naar ons toe om te praten over de mogelijkheden. Hoe succesvoller zij zijn in het aanbieden van een interessant pakketten voor consumenten, des te groter de kans op een succesvolle exploitatie van ons netwerk. In de meest optimale situatie, zoals bijv. in de wijk Glazenkamp in Nijmegen, startten bewoners zelf een initiatief om een glasvezelnetwerk in hun wijk te krijgen.

Wat ons betreft is ingrijpen in deze markt niet aan de orde, het zou juist het benodigde ondernemerschap killen. Wat deze markt nodig heeft is stimulering en creativiteit. Het spel is pas net begonnen. Wij kunnen pas aanleggen bij zicht op een positieve business case en dus voldoende klanten. Maar die klanten komen pas als de dienstverlening over het netwerk wat betreft prijs/kwaliteit verhouding interessanter is als die over bestaande coax-, en kopernetwerken. De diensten worden ontwikkeld door service providers of andere partijen die concepten ontwikkelen in bijvoorbeeld de zorg of voor beveiliging. Geef deze markt dus de kans zich zonder regulering te ontwikkelen. En als er dan te grote dominanties ontstaan, kan er altijd nog ingegrepen worden. Want wij geloven in een eerlijke en natuurlijke marktwerking.” ◉

**Bert Nijboer**  
*Directeur Reggefiber*





Technische generatiewissel maakt mobiel internet aantrekkelijk

# Locatiegebonden is uit

Buienradar checken; kom ik straks droog thuis? In de pauze dat filmpje op YouTube aan mijn vriendjes laten zien. In de file de laatste ontwikkelingen in de Amerikaanse verkiezingscampagne volgen. Of altijd je draadloze kantoor bij je? Het kan allemaal met mobiel internet. Het kon al sinds 1999, maar waarom gaat het tien jaar later pas echt gaat lopen? De mobiele internetexplosie heeft veel aan techniek te danken.

TEKST: STEFAN WIJERS

Ondertussen surfen 1,6 miljoen Nederlanders minstens eens per maand mobiel en groeit de internetpopulatie jaarlijks met zo'n 40%. Van de 200 bestbezochte Nederlandse sites heeft ruim een kwart een website speciaal voor het mobieltje. Dit blijkt uit onderzoek van OMI2, een alliantie die ijvert voor mobiel internetgebruik. Vodafone ziet de omzet uit mobiele datadiensten met zo'n 51 procent groeien, terwijl inmiddels 8% van KPN's particuliere en zakelijke klanten een abonnement heeft op mobiel internet, aldus Emerce.

## Generatiewissels


Evert Jan Hummelen, technisch adviseur bij OPTA: "Overal zie je de advertenties staan. Mobiel internet belooft zakelijk en particulier een grote vlucht te nemen en de techniek is er klaar voor. De tweede generatie mobiele netwerken – de oude GSM – wordt afgelost door UMTS; de derde generatie. Tegelijk wordt een generatie 3,5 geïntroduceerd die alweer een veredeling inhoudt van UMTS. Simpel gezegd gaat het om almaar meer bandbreedte. Zie al die extra capaciteit als een lege zolder die zich vanzelf vult. Tegelijk worden mobieltjes beter geschikt voor bewegende beelden en internet. Vroeger ging het om bellen. Nu moet iedereen overall kunnen mailen, surfen en bij z'n bestanden kunnen. Locatiegebonden zijn is uit."

## Nieuwe omzet nodig

"Mobiële belbedrijven investeerden miljarden in UMTS en boren nu een nieuwe inkomstenbron aan," zegt Roel van Kessel, economisch analist bij OPTA. "De mobiele belmarkt is voor 120% geopenetreerd en groeit niet meer. Introductie van mobiel internet is een bewuste strategie om nieuwe omzet te maken. Tien jaar geleden kon het ook, maar pas sinds de beleving van 'hand-internetten' nauwelijks verschilt van thuis PC-surfen, is er schot in de zaak. Er kwamen betaalbare toestellen met een uitstekende beeldkwaliteit en door UMTS is de snelheid van downloaden drastisch verhoogd. Hierdoor is de consument bereid ervoor te betalen. Al voor zo'n € 10 per maand kun je onbeperkt mobiel surfen zonder de kosten verder in de gaten te hoeven houden."

“Introductie van mobiel internet is een bewuste strategie om nieuwe omzet te maken”

## Geen gevaar

OPTA volgt de ontwikkeling van mobiel internet nauwlettend, maar laat de markt verder met rust. Hummelen: "Mobiel internet is een belangrijke nieuwe ontwikkeling, maar wat marktwerking en machtsposities betreft loopt het prima. We zien een volop concurrerende markt. Hoe hoog de bandbreedte ook is, die straling is niet schadelijk voor mensen. Auto's vonden we in het begin ook levensgevaarlijk. Aan nieuwe techniek moet je wennen." 





# De 'Dutch approach' werkt

*Interview met prof. dr. Takayuki Soda*

Hij is gespecialiseerd in internationaal economisch recht en geeft les aan de Dokkyo Universiteit in Saitama, even buiten Tokyo. Professor dr. Takayuki Soda, een bescheiden en rustige man, is twee weken in Europa in opdracht van het 'Anti-Spam E-mail Consultation Center'. Dit is een afdeling van de 'Nippon Information Communication Association', een zelfstandig bestuursorgaan. Hij is op zoek naar best practices op het gebied van spambestrijding.

TEKST: FEMKE VAN LIESHOUT

"Ik ben gevraagd om over de anti-spam maatregelen in Europa een rapport te schrijven. De 'Nippon Information Communication Association' valt onder het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Communicatie en zal het rapport gebruiken in een advies richting dit ministerie. Net als in andere landen is spam ook in Japan een groot maatschappelijk probleem. Spam uit het buitenland neemt enorm toe," zegt professor Soda. "Dat komt doordat we onlangs onze Telecommunicatiewet hebben aangepast en het nu moeilijker is om spam vanuit Japan te sturen. Wij zien steeds meer spam uit China."

## De 'Dutch approach'

Naast Nederland bezoekt Soda ook Duitsland en Zweden. "Duitsland is interessant omdat ze daar spam bestrijden vanuit het burgerlijk recht. Heel anders dan in Nederland en Japan, dus. In Zweden ga ik op bezoek bij een speciale rechtbank die puur en alleen marktaangelegenheden behandelt, waaronder ook spam," zegt Soda. Op de vraag wat goed is aan de 'Dutch approach' antwoordt hij enthousiast: "Zo veel!" Daarna vervolgt hij: "Nederland is koploper in de wereld als het gaat om het bestrijden van spam. Dat komt doordat de wet hier nog weinig ruimte laat voor het versturen van spam, maar ook doordat de wet actief gehandhaafd wordt door OPTA. Daarnaast is de manier waarop hier informatie verzameld wordt uniek. En de hoogte van de boetes, die zijn hier ook uitzonderlijk in vergelijking tot veel andere landen."

## OPT-IN vs OPT-OUT

Al enige jaren hanteert Nederland, net als andere landen in de Europese Unie een OPT-IN systeem voor het versturen van e-mail aan consumenten. Dit houdt in dat een bedrijf consumenten niet langer ongevroegd e-mail mag versturen, maar daar vooraf toestemming voor moet krijgen. "Het OPT-IN systeem is heel succesvol in Nederland, want er wordt ook daadwerkelijk op gecontroleerd," zegt Soda. "Ik ben een groot voorstander van dit systeem, dat we sinds kort ook in Japan hanteren. De vernieuwde telecommunicatiewet geeft ons veel meer mogelijkheden om informatie te gaan verzamelen. Als het in Nederland werkt, kan het bij ons ook werken."

## Internationale samenwerking

Volgens Soda heeft internationale uitwisseling van informatie alleen maar zin als wetgeving niet te ver uit elkaar loopt. "De meeste spam komt nog steeds uit China en dus is samenwerking met China erg belangrijk. China is gelukkig net overgeschakeld op het OPT-IN systeem, wat het versturen van spam misschien af gaat remmen. Onlangs heeft er een China-Japan conferentie plaatsgevonden over dit onderwerp en ik heb het idee dat China aan het veranderen is. Internationale bijeenkomsten, bijvoorbeeld ook in OECD of APEC verband, zijn erg belangrijk. De informele contacten die daar worden gelegd en wordt informatie die daar wordt uitgewisseld zie ik als basis voor betere samenwerking." ◉





*OPTA en Agentschap Telecom*

# Op dezelfde frequentie



Een routeplanner op je mobiele telefoon die ook toegang heeft tot het internet. Een goed voorbeeld van de integratie van verschillende technologieën, een ontwikkeling die ook wel convergentie wordt genoemd. Het optimaal toezicht houden op de convergerende markt van elektronische communicatiediensten is één van de redenen waarom OPTA en Agentschap Telecom in juni een samenwerkingsprotocol hebben ondertekend.

TEKST: FEMKE VAN LIESHOUT

Agentschap Telecom is verantwoordelijk voor het verwerven en toewijzen van frequentieruimte en houdt hier toezicht op. OPTA bekijkt de markten vanuit het oogpunt van eerlijke concurrentie en consumentenbelangen. Beide toezichthouders zijn dus actief op dezelfde zich nog altijd snel ontwikkelende elektronische communicatie markten. Op het kruispunt van techniek en marktwerking zijn afspraken gemaakt, want niet alleen het frequentiegebruik neemt toe, ook het economisch belang van diensten als draadloos internet, radio en TV stijgt.

### Samenwerken

OPTA en Agentschap Telecom houden toezicht op dezelfde wet - de Telecommunicatiewet - en hanteren dus dezelfde begrippen. "Een van de voordelen van de samenwerking is dat een eenduidige uitleg van wettelijke begrippen, zoals 'elektronische communicatie diensten' en 'elektronische communicatienetwerken,' wordt bevorderd. De ontwikkelingen op dit gebied gaan snel en dus is het wel belangrijk om met elkaar in gesprek te blijven over de invulling van deze begrippen", zegt Robin van Zoest, senior medewerker bestuursondersteuning bij OPTA. De werkzaamheden van OPTA en het agentschap raken elkaar. "We hebben elkaar nodig als het gaat om de bevoegdheid bij aftappen, Agentschap Telecom maakt gebruik van het register openbare aanbieders van OPTA en we komen elkaar tegen bij mededingingsaspecten", aldus Hein Braaksma, directiesecretaris bij het agentschap. "Daarnaast zien wij in de toekomst steeds meer wisselwerking ontstaan tussen technologische ontwikkelingen en marktontwikkelingen. Beide gaan snel, de markt wordt volwassen en dus is het belangrijk om hierover met elkaar in discussie te blijven." Wettelijk gezien hoeven de twee toezichthouders niet samen te werken, maar Van Zoest zegt daarover: "Het ligt wel voor de hand dat we samenwerken, we vullen elkaar aan. Het vastleggen van afspraken zorgt voor meer duidelijkheid over de rolverdeling en daarmee kunnen we marktpartijen in de toekomst nog beter van dienst zijn. De samenwerking is het antwoord op de convergentie en de ontwikkelingen in de markt."

### Informatie uitwisselen

Een belangrijk onderdeel van de samenwerking is het uitwisselen van relevante informatie. Zo verstrekt Agentschap Telecom aan OPTA informatie over aanbieders van elektronische communicatiediensten waarvan zij denken dat die geregistreerd moeten worden. OPTA zorgt er op haar beurt voor dat het register met geregistreerde aanbieders actueel is, zodat het Agentschap Telecom daar in ieder geval vanuit kan gaan bij het vaststellen of een aanbieder aftapplichtig is of niet. "Die uitwisseling van informatie stelt beide toezichthouders in staat om hun taken beter te kunnen uitvoeren," zegt Van Zoest.

### Nieuwe vormen van toezicht

De wereld is aan het veranderen en beide toezichthouders veranderen mee. Ruim vier jaar geleden is Agentschap Telecom begonnen met de modernisering van haar toezicht. "Vroeger deden wij aan klassieke handhaving, met een boete voor iedere overtreding. Nu houden we modern toezicht, op basis van risicoanalyses. We treden daar op waar het risico het grootst is. Vroeger gebruikten we ook alleen het strafrecht, nu maken we zoveel mogelijk gebruik van het bestuursrecht." zegt Braaksma. "Als het risico laag is, zetten we minder middelen in om zo efficiënter toezicht te kunnen houden. Elke etherpiraat maakt nog steeds kans op een boete, maar daarbij wordt nu dus wel eerst gekeken naar het gevaar dat hij veroorzaakt". Ook bij OPTA verschuift het accent van toezicht naar preventie. Van Zoest: "Onze nieuwe visie is gebaseerd op het high trust principe. We stimuleren en ondersteunen organisaties om compliance programma's op te stellen, waarmee overtredingen tot een minimum beperkt worden. Organisaties moeten op eigen initiatief maatregelen nemen om de regels na te leven. De onderneming bespeurt zelf een eventuele overtreding, meldt die aan OPTA en beëindigt die dan meteen." De conclusie is dan ook dat beide partijen veel van elkaar kunnen leren op dit vlak.

### Toekomst

OPTA en het Agentschap Telecom werkten al langere tijd samen. In het protocol is de bestaande samenwerking vastgelegd. "Daarmee geven we de buitenwereld duidelijkheid, we laten zien waar onze samenwerking uit bestaat en wat we aan informatie uitwisselen," zegt Van Zoest. "Ook daar waar in de toekomst onze bevoegdheden elkaar raken zullen we in overleg gaan. Wij kunnen ons voorstellen dat we in de toekomst richting het Ministerie van Economische Zaken ook gezamenlijk adviezen kunnen uitbrengen. Agentschap Telecom beschikt over veel technische expertise. Onze expertise ligt meer op het vlak van concurrentie en consumentenbelangen." Op dit moment werkt EZ aan een toekomstvisie voor het toezicht op elektronische communicatie. Braaksma: "Ook in dat kader is het belangrijk dat OPTA en Agentschap Telecom samen nadenken over welke gevolgen nieuwe technische mogelijkheden hebben voor de markt en over hoe de overheid daarop moet reageren."

Het samenwerkingsprotocol tussen OPTA en het Commissariaat van de Media is nagenoeg afgerond. In een volgende Connecties zal daar uitgebreider op ingegaan worden. ●

# Televisietrends in

Periodiek verzamelt OPTA alle belangrijke cijfers over aansluitingen, minuten, omzetten en wholesale-leveringen van de 25 grootste marktpartijen in elektronische communicatie. Deze gegevens vormen onmisbare input voor de driejaarlijkse marktanalyses van OPTA waaruit regulering volgt. OPTA heeft deze zomer een nieuwe ontwerpbesluiten gepubliceerd waar we ingaan op trends rondom televisie kijken.

TEKST: JUDY SENIOR

OPTA heeft in augustus aangekondigd dat kabelbedrijven Ziggo en UPC mogelijk moeten maken dat andere aanbieders de analoge kabelaansluiting en eigen digitale pakketten aan consumenten kunnen bieden. OPTA komt hiertoe na uitgebreide analyse van televisiedistributie in Nederland.

Hoeveel tv kijk je eigenlijk? Welke trends zijn er zichtbaar? Is wederverkoop van analoge kabel wel zinnig in een tijdperk van digitalisering?

## Groei digitale tv, maar analoog blijft

De meeste mensen ontvangen nog steeds analoge televisie via de kabel, dit aantal neemt maar licht af. Mensen hebben echter steeds meer digitale tv. In maart 2008 bevatte ongeveer 43% van de verkochte tv-abonnementen digitale tv. In tegenstelling tot analoge tv is er voor digitale tv keuze uit verschillende infrastructures, aanbieders en pakketten: via kabel van de regionale kabelmaatschappij, via satelliet, via de ether, via ADSL-IPTV en in enkele plaatsen ook via glasvezel. De grootste groei in digitale tv abonnees ligt bij de kabelmaatschappijen. Daarbij houdt men ook nog automatisch het analoge tv-sigitaal, welke makkelijk is voor overige tv's in huis.

Het totale aantal tv-abonnementen is nu groter dan het aantal huishoudens in Nederland. Daarnaast is er nog een klein deel dat geen tv-toestel heeft of geen betaald abonnement heeft. Sommige huishoudens met een digitaal abon-

## STRAATVRAAG

TEKST: MARILÈNE EIJGENRAAM EN  
JUDY SENIOR

# Televisie

**OPTA reguleert de kabelmarkt.  
Hoe belangrijk is tv voor Hagenezen?**



**Tonny Kroon (51)**  
zzp-er en caravanverkoper



**Hagen Vogt (41)**  
zzp-er in vastgoed

Hoeveel tv kijkt u?

Euh... Iedere dag, 's avonds van zeven tot tien. In het weekend meer en als het mooi weer is, minder.

Elke dag in ieder geval het nieuws van half acht.

Hoeveel betaalt u?

Wat ik betaal? Ik heb digitale schotel en betaal 7 of 8 euro per maand zonder uitbreiding.

Volgens mij betaal ik 12 of 13 euro voor mijn kabelaansluiting. Als dat nog steeds zo is...

Wie levert tv?

Waar ik woon, is alleen schotel. Canal Digitaal begon gratis maar ik moet nu steeds meer betalen... Het beeld is beter, behalve bij sneeuw of onweer.


Casema, ik woon in Den Haag. Ik heb dit al heel lang, er was geen concurrentie. Ik heb wel KPN internet en tv overwogen maar de molen van al die storingen wil ik niet.

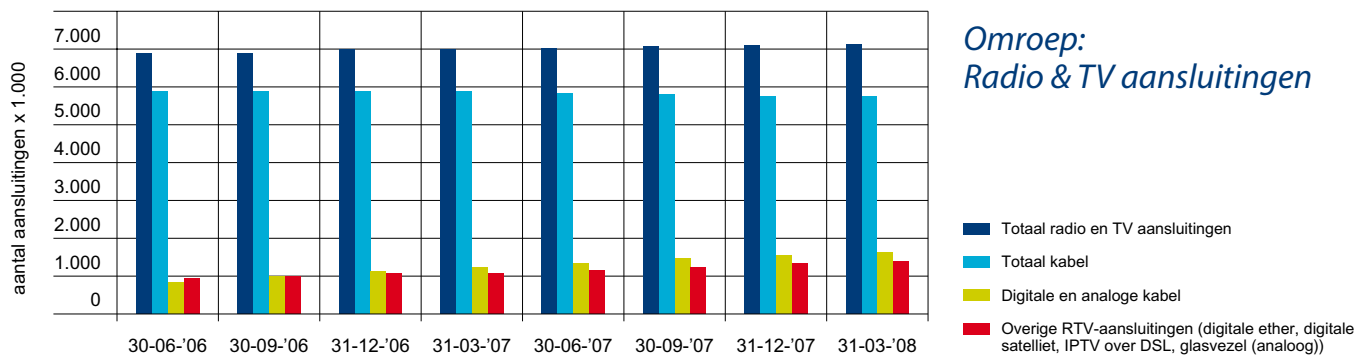
# cijfers

nement via satelliet, ether of ADSL, blijven ook hun analoge kabelaansluiting gebruiken. Daarom wil OPTA het voor andere aanbieders mogelijk maken analoge kabel te bieden.

## Wederverkoop telefonie een succes

OPTA heeft in de vorige ronde marktanalyses een vergelijkbare maatregel aan KPN opgelegd als nu aan Ziggo en UPC wordt opgelegd. Het was al mogelijk om te bellen over KPN's telefonieaansluitingen via een andere aanbieder.

Daarna werd KPN verplicht om ook de telefoonaansluiting door anderen in rekening te laten brengen. Van de mogelijkheid om een andere aanbieder te kiezen voor dezelfde telefoonaansluiting is sinds begin 2007 al ruim gebruik gemaakt: in maart 2008 al 365.000 aansluitingen. Dat is 5% van alle huishoudens in Nederland. Consumenten kiezen daarmee ook binnen de traditionele vorm van telefonie voor andere service, combinaties en lagere tarieven. OPTA maakt dit nu ook voor televisie mogelijk. 



## Omroep: Radio & TV aansluitingen

■ Totaal radio en TV aansluitingen  
 ■ Totaal kabel  
 ■ Digitale en analoge kabel  
 ■ Overige RTV-aansluitingen (digitale ether, digitale satelliet, IPTV over DSL, glasvezel (analoog))



**Aifen Wang** (41)  
receptioniste

De kinderen 3 tot 4 uur per dag. Ik werk 6 dagen en ben Jehova-getuige, heb geen tijd.

Met internet samen ongeveer 35 euro, geloof ik... Niet met bellen erbij.

Kabelaansluiting was altijd al Casema maar dat is nu van andere mensen, bij Hollands Spoor. Wat kan ik verder nog kiezen? Oh, digitale televisie? Wat kost dat?



**Anel Alic** (20)  
student

2 uurtjes per dag. (vader protesteert!).

15 of 16 euro. (vader: "Jij betaalt niets!").


Casema. Ziggo heet dat nu geloof ik. Waarom? Ja, geen idee. Eigenlijk niet over nagedacht.. Iedereen had kabel van Casema. Vroeger hadden we schotel, veel goedkoper maar heel slecht bij lelijk weer. Kabel is beter.



**H. Damsma** (69)  
gepensioneerd

Dagelijks, zo rond zevenen begin ik. Tv staat zo'n drie uur aan maar als het niets is, kijk ik niet.

Ik geloof iets van 53 euro, per kwartaal dan en voor radio en tv samen. UPC geloof ik, internet is weer van een andere.

UPC was geen overwogen keuze, da's niet mijn competentie. Heb het gelaten zoals het was. Als ik elk tientje zou moeten omdraaien, zou ik het uitzoeken maar nu is dat teveel moeite. 



# Openheid van zaken

Een omroeporganisatie die zich schuldig heeft gemaakt aan slukreclame krijgt daarvoor een boete opgelegd van het Commissariaat van de Media. Bedrijven die prijsafspraken hebben gemaakt worden door de NMa beboet. Dit soort boetebesluiten zijn openbaar. Ook OPTA maakt haar boetebesluiten openbaar. Waarom doet OPTA dat en wat is het onderliggende beleid?

TEKST: FEMKE VAN LIESHOUT



Aan het woord is Lourens la Roi, senior jurist bij OPTA. “Het is duidelijke wens van het kabinet dat overheidsinstellingen op hun website laten zien waar ze mee bezig zijn. Ook wij bij OPTA vinden transparantie van het allergrootste belang. Daarom publiceren we al onze besluiten, waaronder boetebesluiten en lasten onder dwangsom”.

## Waarom transparantie?

Als OPTA boetebesluiten of lasten onder dwangsom openbaar maakt, betekent dat automatisch dat de namen van rechtspersonen bekend worden. Soms leidt dit tot een voorlopige voorziening of een rechtszaak. Waarom neemt OPTA dan toch de moeite om te publiceren? “Het is belangrijk om zichtbaar te maken wat we doen. Als we de naam van het bedrijf niet noemen of de overwegingen die tot de beslissing hebben geleid achterwege laten, roept dat speculatie op. De manier waarop wij publiceren geeft duidelijkheid en laat geen ruimte over voor eigen interpretatie,” aldus La Roi. “We publiceren overigens niet zomaar. Betrokken partijen krijgen vooraf de mogelijkheid om aan te geven wat zij als bedrijfsvertrouwelijk beschouwen. Wij toetsen zelf ook aan de Wet Openbaarheid van bestuur (Wob) en besluiten vervolgens wat we gaan publiceren. We geven een partij altijd gelegenheid naar de rechter stappen. Het allerbelangrijkste doel van openbaarmaking is dat wij onze visie naar buiten willen brengen.

## Wet Openbaarheid van Bestuur

De Telecommunicatiewet verplicht OPTA om een aantal zaken openbaar te maken, waaronder het uitgeven van nummers en ook de registratie van aanbieders. Ook de Wob is van toepassing op OPTA. “De Wob verplicht tot actieve én passieve openbaarmaking. Actieve openbaarmaking betekent dat we zaken zelf op onze website publiceren. Onder passieve openbaarmaking verstaan we verzoeken die we krijgen op basis van de Wob,” legt La Roi uit. In de eerste helft van 2008 heeft OPTA vijf verzoeken gekregen.

## Tot hoe ver kun je gaan?

La Roi stelt het duidelijk: “Wij publiceren omdat we vinden dat we als overheidsinstelling verplicht zijn te laten zien wat onze inspanningen opleveren. En daar ligt een beleid aan ten grondslag.” Felix Cohen, directeur van de Consumentenbond gaat in de Consumentengids van mei nog een stapje verder. “Toezichthouders zijn bedoeld als stoere waakhonden, maar de politiek degradeert ze keer op keer tot zielige ‘fifi-schoothondjes’. In reactie op dit artikel vult hij aan: “OPTA opereert al transparant en maakt veel besluiten openbaar. Maar in het belang van de consument mag OPTA wat mij betreft nog meer openheid betrachten”. La Roi begrijpt deze reactie. “We zijn geen schoothondje, maar ook geen pitbull. Voor ons staat openheid altijd voorop en dat betekent dat bedrijven bij naam worden genoemd. Binnen de wettelijke mogelijkheden blijven wij naar maximale openheid streven.” ◦

# Blijf op de hoogte

Meer informatie over de onderwerpen in deze rubriek is te vinden op OPTA's website: [www.opta.nl](http://www.opta.nl). Om dagelijks, wekelijks of maandelijks op de hoogte te blijven van actuele nieuwsfeiten kunt u zich via de website abonneren op de digitale nieuwsbrief [Conn@cties](mailto:Conn@cties).

## OPTA strenger uitgifte betaalnummers

Sinds kort gelden nieuwe regels waardoor OPTA strenger kan controleren bij de uitgifte van betaalnummers zoals 0900, 0906, 0909 en 18xy. Dit soort telefoonnummers worden gebruikt voor bijvoorbeeld nummerinformatie, erotische gesprekken en helpdesks. Helaas worden ze ook regelmatig misbruikt door malafide ondernemers. Daarom behandelt OPTA voortaan de aanvraag voor een betaalnummer strenger. Bij twijfel vraagt OPTA advies aan Bureau Integriteit Bevordering Openbaar Bestuur (BIBOB) van het Ministerie van Justitie. Desnoods kan OPTA een nummer weigeren. Ook kunnen gebruikgegevens worden opgevraagd bij vermoeden van misbruik. ●

## Oratie Annetje Ottow



Geassocieerd OPTA-collegelid, dr. mr. Annetje T. Ottow (1965), is per 1 augustus 2007 benoemd tot hoogleraar economisch publiekrecht aan de Universiteit Utrecht. Donderdag 18 september 2008 om 16.15 spreekt zij haar oratie uit in de Aula van het Academiegebouw, Domplein 29 te Utrecht. De titel luidt: De markt meester? De zoektocht naar nieuwe vormen van toezicht. Ottow blijft actief als geassocieerd collegelid en bewaakt en versterkt in de hoedanigheid de juridische kwaliteit van OPTA's werk. ●



## Weet waar je recht op hebt

Op 15 september 2008 start ConsuWijzer een landelijke campagne: "ConsuWijzer, dan weet je waar je recht op hebt". De campagne is erop gericht om consumenten bewust te maken van hun rechten bij aankoop van producten en diensten. En om de bekendheid van ConsuWijzer te vergroten. Om ervoor te zorgen dat ConsuWijzer de consument nog beter helpt, zijn twee acties gestart. Ten eerste worden de teksten op de website van ConsuWijzer herschreven op een eenvoudiger taalniveau, waarmee ze voor 95% van de Nederlandse bevolking goed te begrijpen zijn. Daarnaast is de website nu toegankelijk voor de BrouseAloud software. Deze software leest de teksten op ConsuWijzer voor en geeft met kleur aan welk woord wordt voorgelezen. Mensen die moeite hebben met het lezen, kunnen door de combinatie van lezen en luisteren de tekst goed begrijpen. ●

## Kijk uit! SMS-spam

OPTA krijgt veel klachten binnen over sms-spam; spam op de mobiele telefoon. Ongevraagde sms'jes om bijvoorbeeld reclame te maken zijn verboden. De klachten worden gedeponereerd op [Spamklacht.nl](http://Spamklacht.nl) en gaan over reclame-sms'jes voor "gratis" video's, die via zogenoemde WAP-pagina's gedownload kunnen worden.

OPTA adviseert om sms'jes te verwijderen en geen links te openen. Via ConsuWijzer verzoekt OPTA consumenten om deze vormen van spam te blijven melden bij [Spamklacht.nl](http://Spamklacht.nl). De klachten kunnen namelijk helpen met het aanpakken van sms-spammers. ●

## Verscherpt toezicht op aansluiting Geschillencommissie

OPTA gaat er scherper op letten dat telecommunicatiebedrijven aangesloten zijn bij de Geschillencommissie Telecommunicatie. Deze commissie zorgt ervoor dat geschillen tussen consumenten en ondernemers goedkoop en snel worden opgelost. Telefonieaanbieders zijn wettelijk verplicht zich bij de commissie aan te sluiten. Uit onderzoek blijkt echter dat dit niet altijd het geval is. OPTA wil dat de consumenten op een makkelijke manier terecht kunnen met hun klachten en gaat aanbieders aansporen, desnoods met dwang, om aan hun aansluitverplichting te voldoen. ●

# Sharon Gesthuizen

*Tweede Kamerlid voor de Socialistische Partij*

TEKST: STEFAN WIJERS

**Welk communicatiemiddel spreekt u het meeste aan en waarom?**

Mobiel internet. Niet direct om één op één te kunnen communiceren, maar omdat ik hierdoor tegenwoordig overal een zeer uitgebreide bibliotheek bij de hand heb.

**Wat vind u belangrijk in uw communiceren als SP Tweede Kamerlid?**

Luisteren!

**In hoeverre wordt in de politiek anders gecommuniceerd dan daarbuiten?**

Ik zie juist dat de verschillende wijzen van communicatie die we kennen, meer en meer op elkaar gaan lijken. Het gaat in de politiek om de boodschap – althans, daar zou het over moeten gaan. Het leukste voorbeeld daarvan binnen onze SP communicatie vind ik de grote boodschappentas waarmee veel leden lopen, met daarop de tekst: De drager is de boodschapper!

**Als voor één keer iedereen naar u zou luisteren, welke boodschap zou u dan willen overbrengen?**

Ieder mens heeft altijd invloed op zijn eigen situatie. Hoe klein de invloed ook mag zijn: wend hem ten positieve aan.

**Welke toekomst voorspelt u voor de ontwikkeling van communicatie?**

Ha! Dat communicatie er nog eens toe zal gaan leiden dat we de toekomst kunnen voorspellen?! Convergentie en contacten wereldwijd zullen daartoe zeker bijdragen.

**Hoe communiceert Sharon Gesthuizen? (in drie woorden)**

Hoofd, hart, handen. ○



“De drager is de boodschapper!”