



## Consultatie conceptrapport marktonderzoek prijzen van vast internet

### Reacties van bedrijven en organisaties

**Zaaknummer** : ACM/25/193954  
**Datum** : 7 april 2026  
**Aantal pagina's** : 6

De ACM heeft betrokkenen uitgenodigd om te reageren op de onderzoeksbevindingen en de aanbevelingen van het marktonderzoek naar de prijzen van vast internet.<sup>1</sup> Er zijn in totaal negen reacties binnengekomen van bedrijven en organisaties. Het gaat om vijf telecomaانبieders, een netwerk aanbieder, de Consumentenbond en twee vergelijkingswebsites.

De ACM voert het marktonderzoek graag zorgvuldig en transparant uit, daarom publiceert de ACM reacties van bedrijven en organisaties integraal. Dit document toont deze reacties. De reacties van KPN, VodafoneZiggo, Odido en Keuze.nl heeft de ACM als aparte documenten gepubliceerd.

#### Freedom Internet

*Heeft u andere opmerkingen of suggesties bij het conceptrapport?*

1. Overstappen loont (juist voor de grote providers)

Dat overstappen loont is eigenlijk te zot voor woorden en werkt vooral de de grote providers in de hand (KPN, Ziggo, Odido).

Voordat een nieuwe klant winstgevend is voor een internetprovider zijn we een maand of 18 verder gezien de kosten die gemaakt moeten worden. (huur van de lijn van het netwerk, hardware (ONT, modem, tv ontvangers), inkoop extra diensten zoals e-mail en beveiligingssoftware en natuurlijk in veel gevallen een installatiemonteur).

Naast de kosten is het voor de ecologische footprint een domper aangezien er veelal 2 monteursbezoeken nodig zijn (omzetten netwerk in de PoP en de installatie thuis) los van de hardware die weer terug moet en opnieuw verzonden moet worden door de nieuwe provider. De grote providers besteden veel marketingbudget om de prijzen naar beneden te stellen voor nieuwe klanten om daarmee zoveel mogelijk marktaandeel te kopen. Dat zo'n klant 6 jaar klant moet blijven om winstgevend te worden, maakt hen niet uit, maar voor de kleine providers is dit onhaalbaar, helemaal als zij blijven trekken aan onze klanten door met extreem lage prijzen te adverteren.

2. Snelheid blijft een wedstrijd ver plassen

Meer snelheid is in de essentie niet duurder. Juist het knippen van verbindingen kost tijd en energie.

Netwerken bieden snelheidsprofielen aan zodat de marketeers van de internetproviders hiermee aan de slag kunnen. Bij de kleinere netwerken zijn deze even duur en wordt er geen onderscheid gemaakt (50Mbit kost qua inkoop net zoveel al 1000Mbit). In deze gevallen biedt Freedom alleen 1000Mbit aan omdat onze prijzen gebaseerd zijn op de inkoop.

Juist bij de grote jongens (KPN, Glaspoort en Delta) zit er een prijsverschil in de profielen, waardoor we mee moeten in onze pricing, maar liever doen we dat niet.

### 3. Andere prijzen voor bestaande en nieuwe klanten

Bij Freedom hanteren we geen verschillende prijzen. Of je nu 5 jaar klant bent of nieuw, iedereen betaalt dezelfde prijs. Ja soms geven wij ook korting, maar dit zijn kortingen die we krijgen van de netwerken. Deze verrekenen wij direct met de eindgebruiker omdat we hier transparant en eerlijk in willen zijn. Wij werken juist aan een loyaliteitsprogramma waarbij we bestaande klanten belonen ipv van overstappers. Dit is goed voor iedereen, klanten hoeven niet over te stappen omdat ze niet 'beduvel'd worden, de providers hebben geen extra kosten voor het af- en aansluiten van klanten en ook is het sustainable omdat er geen hardware of extra monteurs aan het heen en weer rijden zijn.

---

## Budget Thuis

De bijgesloten e-mail m.b.t. het consultatierapport van het marktonderzoek naar de prijzen van vast internet gepubliceerd hebben wij in goede orde ontvangen.

Wij hebben het consultatierapport doorgenomen en hebben 1 korte opmerking bij tabel 2 op pag. 16/58 (nu het slechts om 1 korte opmerking gaat kiezen wij deze weg i.p.v. de officiële webpagina, desgewenst kiezen we alsnog die route):

In tabel 2 worden prijzen genoemd:

- Koper:
  - 30 mbit/sec voor 33 euro
  - Dit is correct
- Glas:
  - 50 mbit/sec voor 43 euro
  - Dit is correct
- Glasvezel via FiberCrew:
  - Deze wordt niet genoemd en zou wel opgenomen moeten worden voor de volledigheid
  - 100mbit/sec voor 40 euro

Wellicht kan de ACM bovenstaande nog meenemen. Mochten hier vragen over zijn dan vernemen wij dat uiteraard graag.

---

## Consumentenbond

*Wat vindt u van de conclusie van de onderzoeksthema's?*

Wij hebben al in een nieuwsbericht op 11 februari onze reactie gegeven op het conceptrapport prijzen van vast internet: <https://www.consumentenbond.nl/nieuws/2026/consumentenbond-blij-met-aan...>. Voor de volledigheid herhalen wij onze reactie ook in deze consultatie.

De Consumentenbond vindt het goed nieuws dat de Autoriteit Consument en Markt (ACM) internetproviders gaat houden aan hun wettelijke verplichting. Die moeten hun klanten actief informeren over het aflopen van hun contract en over de voordeligste tarieven. Klanten die lange tijd bij dezelfde provider zitten, betalen al jaren voor de hoge welkomstkortingen van een kleine groep actieve overstappers. Hiermee komt de toezichthouder voor een deel tegemoet aan de kritiek van de Consumentenbond op de internetmarkt.

De Consumentenbond juicht ook toe dat de ACM eist dat providers eerlijke snelheidsadviezen gaan geven. De meeste consumenten hebben namelijk genoeg aan 100 Mbit/s, zoals jullie terecht concluderen. Onze verwachting is echter niet dat consumenten nu massaal gaan overstappen. Uit

eerder onderzoek van de Consumentenbond blijkt dat niet alleen onwetendheid een reden is voor consumenten om te blijven zitten waar ze zitten. Ook geen zin in het gedoe, bang om het mailadres kwijt te raken en te weinig prijsvoordeel zijn redenen om niet over te stappen.

Daarom zijn we blij dat de ACM aanraadt om te onderzoeken of bij wet kan worden geregeld dat consumenten die al langer een abonnement hebben niet meer gaan betalen dan de standaardprijs. Dan hoeven consumenten niet steeds weer actief te verlenen of over te stappen om te voorkomen dat zij worden uitgemolken. Wat de Consumentenbond betreft komt die wet er zo snel mogelijk, en niet pas als optie als blijkt dat de informatieplicht niet heeft geleid tot een significante stijging in het aantal overstappers.

De Consumentenbond is het echter niet eens met de conclusie dat er geen concurrentieprobleem is in de internetmarkt. De ACM onderzocht helaas alleen marktwerking bij abonnementen met de laagste snelheden, onder de 100 Mbit/s. Die worden vooral aangeboden via het oude kopernetwerk, waar meer concurrentie is en de prijzen lager liggen. Volgens de Consumentenbond geeft dat een vertekend en achterhaald beeld van de markt, omdat het kopernetwerk wordt uitgefaseerd en 9 op de 10 consumenten inmiddels (sneller) glasvezelinternet hebben. De effecten van het duopolie zijn daar veel zichtbaarder. Op steeds meer plekken kunnen consumenten alleen kiezen tussen Ziggo (kabel) en het glasvezelnetwerk van KPN, waar KPN veel invloed heeft op de tarieven van zijn toegangsafnemers. KPN heeft nu al veruit het grootste glasvezelnetwerk en breidt dat verder uit naar 85% van de Nederlandse huishoudens in 2030. De dekking van andere glasvezelnetwerken Open Dutch Fiber en Delta is vele malen kleiner. Wij zijn van mening dat de ACM de markt voor lokale wholesaletoeegang verder zou moeten onderzoeken.

#### *Wat vindt u van de aanbevelingen?*

Onze reactie hierop staat grotendeels al in het vorige antwoord: wij verwachten niet dat de informatieplicht zal leiden tot significant meer overstappers. Wij verwachten meer van wetgeving die prijsdiscriminatie van slapende klanten verbiedt. Dat voorkomt dat providers misbruik kunnen maken van consumenten die om welke reden dan ook niet kunnen of willen overstappen en is daarmee een betere, structurelere oplossing.

Zoals gezegd blijft het duopolie van KPN en VodafoneZiggo buiten schot. Onze aanbeveling is en blijft om de gehele markt te onderzoeken op concurrentie, niet alleen de laagste snelheids categorie, en daarbij ook expliciet te kijken naar de verschillen in toegangsvoorwaarden en -prijzen voor toegangsafnemers door en tussen de toegangsverleners, en ook tussen soorten glasvezelnetwerken (point-to-point, VULA-PON, WBA), zoals in het rapport op pagina 33 en 34 al wordt aangestipt. Het is opvallend dat de uiteindelijke retailprijzen van abonnementen via de open point-to-point-netwerken lager zijn dan die het meer gesloten multipoint VULA-PON-netwerk, terwijl de afnemer minder controle heeft over de diensten. Ook WBA-abonnementen leiden tot hogere consumentenprijzen, terwijl de dienst steeds hetzelfde is. Op pagina 21 constateert de ACM dit zelf ook: "Bij Odido is dit prijsverschil tussen gebieden waar Odido gebruikt maakt van koper of ODF-toegang en gebieden waar Odido gebruik maakt van VULA of WBA bij KPN, na een recentelijke aanpassing, maximaal €8,50 bij een snelheid van 100 Mbps." Alle nieuw door KPN aangelegde glasvezel is van het multipoint-type, waardoor steeds meer consumenten duurder uit zijn.

---

#### **Prijsvergelijkingswebsite (anoniem)**

Wij bedanken de Autoriteit Consument & Markt voor de grondige marktbeschouwing en de openbaar gemaakte inzichten.

Als vergelijkingssite die zich richt op de Nederlandse telecommarkt, herkennen wij de kern van de

bevindingen uit het marktonderzoek volledig. Het beeld dat consumenten met lagere internetsnelheden gemiddeld méér betalen dan consumenten met hogere snelheden, is in de praktijk geen uitzondering maar een structureel effect van passieve contracten, cumulatieve prijsverhogingen en gebrekkige transparantie.

Internet is een basisvoorziening. Juist daarom is het essentieel dat consumenten eenvoudig kunnen zien wat zij betalen, wat zij nodig hebben en wat hun beste optie is: verlengen of overstappen.

Vergelijken moet volledig zijn: overstappen én verlengen

De ACM roept aanbieders terecht op om hun verlengaanbod transparanter en toegankelijker te maken. Wij willen hier een belangrijke vervolgstap aan toevoegen.

Momenteel kunnen vergelijkingssites uitsluitend acquisitie-aanbiedingen tonen. Dat betekent dat wij aanbiedingen voor overstappende klanten kunnen vergelijken, maar géén inzicht hebben in (persoonlijke) verlengaanbiedingen van bestaande klanten bij hun huidige provider. Hierdoor ontstaat een onvolledig beeld.

Een consument die via een vergelijkingssite kijkt, ziet wat overstappen naar een andere aanbieder oplevert, maar niet wat verlengen bij de huidige aanbieder concreet kost. Het eventuele verlengaanbod is alleen telefonisch opvraagbaar of zichtbaar binnen de omgeving van de provider zelf. Dat maakt een objectieve vergelijking complex en hoogdrempelig. De consument moet zelf meerdere omgevingen raadplegen, bedragen uitrekenen en scenario's naast elkaar leggen.

Wanneer vergelijkingssites, onder gelijke voorwaarden, verplicht toegang krijgen tot het verlengaanbod van providers, ontstaat voor het eerst een écht compleet en eerlijk marktbeeld, zoals dat ook bij mobiele abonnementen het geval is.

Dan kan de consument in één overzicht zien:

- overstappen naar provider A
- overstappen naar provider B
- of verlengen bij huidige provider tegen het algemene of persoonlijke retentietarief

Pas dan kan sprake zijn van volledige transparantie en een goed functionerende markt.

Passende snelheidsadviezen: geen upsell, maar onderbouwd advies

De ACM wijst terecht op het risico van upselling bij snelheidsadvies. Wij onderschrijven de constatering dat 50 tot 100 Mb voor veel huishoudens voldoende is.

Een belangrijk deel van de informatieasymmetrie zit in het feit dat consumenten vaak niet weten hoeveel capaciteit zij daadwerkelijk gebruiken. Daarom hebben wij als vergelijkingssite een onafhankelijke tool ontwikkeld waarmee consumenten hun benodigde internetsnelheid kunnen inschatten.

Deze tool is niet gekoppeld aan één aanbieder en is niet gericht op het verkopen van hogere snelheden, maar op het matchen van gebruiksprofiel met realistische bandbreedtebehoefte.

Daarmee verkleinen we de kans dat consumenten onnodig upgraden naar duurdere pakketten terwijl een lagere snelheid technisch volstaat. In onze visie hoort een vergelijkingssite niet te sturen op maximale omzet per klant, maar op optimale prijs-kwaliteitverhouding en besparing per huishouden.

Daarbij willen we ook meegeven dat naast snelheid, de hoeveelheid data die gebruikt wordt een duidelijke correlatie met zich meebrengt op de behoefte aan meer of minder snelheid. Hier zouden

operators klanten in kunnen voorzien door schematisch hoeveel data en snelheid mee te geven over een afgelopen periode. Zodat ook hierin een afweging gemaakt kan worden of een bepaalde maximale snelheid noodzakelijk is.

Wat wij concreet voorstellen

Wij adviseren daarom om in de aangekondigde richtsnoeren te verduidelijken dat aanbieders consumenten actief en duidelijk moeten informeren over hun relevante verlengopties, inclusief de daarbij behorende tarieven en contractvoorwaarden.

Een dergelijke verduidelijking kan bijdragen aan:

- betere vergelijkbaarheid van opties voor consumenten;
- een vermindering van passieve contracten;
- een effectievere prijsconcurrentie in de markt.

Oplossingsrichtingen

1. Verplicht transparant en digitaal toegankelijk verlengaanbod voor alle klanten

- via beveiligde digitale interfaces;
- uitsluitend na expliciete toestemming van de consument;
- onder transparante en niet-discriminerende voorwaarden.

2. Gelijke toegang voor onafhankelijke vergelijkingssites en andere resellers tot verlengaanbiedingen, zodat overstappen en verlengen objectief en transparant naast elkaar vergeleken kunnen worden om zo de klant nog beter te kunnen voorzien.

3. Heldere en onderbouwde snelheidsadviezen op basis van werkelijk gebruik.

Ons doel: het complete plaatje

Ons uitgangspunt is eenvoudig: de consument moet in één overzicht kunnen zien wat financieel en technisch de beste keuze is. Soms is dat overstappen. Soms is dat verlengen met korting bij de huidige aanbieder. Maar zolang het verlengaanbod niet onafhankelijk vergelijkbaar is, blijft het beeld incompleet.

Het onderzoek onderstreept dat betere informatievoorziening cruciaal is. Wij geloven dat vergelijkingssites daarin een sleutelrol kunnen spelen, mits zij toegang krijgen tot alle relevante informatie.

Wij zien graag met de ACM en marktpartijen een dialoog ontstaan over deze verbeterpunten, zodat echte prijsconcurrentie in alle snelheidssegmenten en abonnementsvormen de norm wordt. Wij staan open voor samenwerking en het delen van onze data-inzichten om dit gezamenlijk te realiseren.

---

## Glaspoort

Hierbij reageren wij op de publicatie van de ACM d.d. 9 februari 2026 over de uitkomst van het onderzoek *“Prijzen van Vast Internet”*.

Tot onze verbazing stelt de ACM in haar persbericht:

*“Voor de meeste huishoudens is een snelheid tussen de 50–100 Mbps vaak al voldoende, maar gestimuleerd door online snelheidsadviezen en ‘upselling’ door sommige aanbieders, nemen consumenten vaak hogere snelheden af dan nodig.”*

Deze uitspraak is naar onze mening onvoldoende onderbouwd en behoeft nadere nuancering.

De redenering lijkt uit te gaan van een statisch en gemiddeld gebruiksniveau per huishouden. Daarmee wordt echter voorbijgegaan aan de realiteit van hedendaags internetgebruik, waarin gelijktijdigheid en piekbelasting bepalend zijn voor de ervaren kwaliteit. Huishoudens gebruiken steeds vaker meerdere apparaten en toepassingen tegelijk — denk aan streaming, videobellen, online gaming en cloudtoepassingen — waardoor de benodigde capaciteit niet wordt bepaald door een enkelvoudige activiteit, maar door cumulatief gebruik op piekmomenten.

Juist om die reden is het niet verwonderlijk dat consumenten in de praktijk kiezen voor hogere bandbreedtes. Dit is geen gevolg van ‘onnodige upselling’, maar een rationele keuze om voldoende capaciteit en stabiliteit te waarborgen in situaties van gelijktijdig gebruik.

Deze ontwikkeling wordt ook zichtbaar in de markt: de afgenomen bandbreedte per huishouden groeit structureel. Zo is de gemiddelde afgenomen snelheid in Nederland recent gestegen naar circa 230 Mbps, een toename van ongeveer 10% in één jaar. Dit illustreert dat de vraag naar capaciteit zich dynamisch ontwikkelt en niet adequaat kan worden beschreven met een vaste norm van 50–100 Mbps. Daarnaast neemt de afhankelijkheid van digitale infrastructuur verder toe. Niet alleen consumenten, maar ook thuiswerkers en kleine bedrijven stellen hogere eisen aan betrouwbaarheid, uploadsnelheid en latency. Deze factoren worden in de genoemde norm niet meegenomen, terwijl zij in de praktijk essentieel zijn voor de kwaliteit van dienstverlening.

Zoals de ACM bekend, wordt ook op Europees niveau het belang van hoogwaardige en toekomstbestendige digitale infrastructuur expliciet onderkend als randvoorwaarde voor economische groei, innovatie en maatschappelijke participatie. Tegen die achtergrond is een kwalificatie van 50–100 Mbps als “voldoende” moeilijk te rijmen met de bredere beleidsdoelstellingen gericht op verdere digitalisering en capaciteitsgroei.

[VETROUWELIJK]

Wij verzoeken de ACM dan ook om in haar communicatie en eventuele richtsnoeren naar aanleiding van het onderzoek beter aan te sluiten bij de feitelijke marktdynamiek en af te zien van het hanteren van een generieke norm van 50–100 Mbps als maatstaf voor “voldoende” internetcapaciteit.