

# BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN EN TELECOMMUNICATIE

## PERSBERICHT

### De Belgische telecommarkt: merkentrouw overstijgt de generationele verschillen

**Brussel – 5 februari 2026. De jaarlijkse studie van het BIPT naar de perceptie van de Belgische telecommarkt door de consument geeft een sterk verschillende beleving tussen de generaties weer. Niet alleen houdt het klassieke model (met tv via decoder, sms en vaste telefonie) stand naast de opkomende diensten - als bellen via apps - die volop omarmd worden door jongere consumenten, tevens wordt aangetoond dat er beduidende variaties zijn in de tevredenheidsscores, assertiviteit ten aanzien van de operator... Een constante: de respondenten zijn niet snel geneigd om van tariefplan of operator te veranderen, ondanks de middelen die hen ter beschikking worden gesteld om dit te vergemakkelijken. Ook blijken de bestaande consumentenrechten onvoldoende gekend.**

Zoals elk jaar ondervroeg het BIPT de Belgische consumenten over de generaties heen naar hun perceptie van de telecommarkt.

Uit de studie blijkt dat om te bellen videochatapps zoals WhatsApp, FaceTime, meer en meer gebruikt worden, vooralsnog in hoofdzaak als aanvullende dienst. Bij 18- tot 34-jarigen en 35-tot 54-jarigen is dit het geval voor 9 op de 10 respondenten, maar vooral 55-plussers blijven vasthouden aan vaste telefonie. Ook wat betreft tv zien we een shift naar het gebruik van apps, zij het minder uitgesproken: meer dan 8 op de 10 van 55-plussers geven aan bij voorkeur digitaal te kijken, bij de 18- tot 34-jarigen is dat minder dan 40%. Glasvezel overtuigt nog lang niet elke consument: bijna 1 op 10 respondenten weigerde het aanbod, omdat ze tevreden zijn met de huidige dienst – vooral de drijfveer van oudere gebruikers, maar ook uit vrees voor hoge kosten of de werkzaamheden die met de installatie gepaard gaan.

Online diensten zijn stevig ingeburgerd. Zo gebruikt 70% van de respondenten dagelijks e-mail en wekelijks online bankdiensten. De online klantzone van de telecomoperator moet het echter met lagere bezoekersaantallen stellen. Die wordt in essentie gebruikt als beheertool, bijvoorbeeld voor het bijhouden van het verbruik en het consulteren van facturen, hoewel maar 54% van de respondenten maandelijks de (veelal gedomicilieerde) factuur controleert. Belangrijke elementen van de klantzone worden evenwel niet benut. Bijna tweederde van de consumenten is op de hoogte van het feit dat met de Bestetarief-knop in de klantzone een automatische tariefvergelijking kan uitgevoerd worden en maar 4 op 10 respondenten weet dat je er eventueel het gemiddelde verbruiksprofiel kan vinden. Ondanks het feit dat operatoren afgelopen jaar diverse aanpassingen in hun aanbod hebben doorgevoerd, denkt 60% van de respondenten dat hun plan het voorbije jaar niet is gewijzigd op initiatief van hun operator, wat ook de geringe consultatie van facturen en klantzone illustreert. Voor wie het wel merkte was dat niet noodzakelijk een reden om van plan te veranderen, 71% reageerde zelfs niet op een prijswijziging.

Vooral de oudere generaties zijn loyaal aan hun telecom operator, ze vergelijken ook het minst de prijzen. Iets meer dan een kwart van de respondenten gaf aan al eens een telecomprijvergelijker te hebben gebruikt. Dat zijn vooral 18- tot 34-jarigen, bij 55-plussers is dit 1 op de 5.

Uit de enquête blijkt overigens dat consumenten sceptisch staan tegenover vergelijking: financieel voordeel is de drijfveer bij uitstek om van operator te veranderen, maar dit moet wel voldoende groot zijn. Voor 70% wordt de economische motivatie significant vanaf een jaarlijkse besparing van 120 tot 180 euro. Uit de nationale prijsvergelijkingen van het BIPT blijkt dat dergelijke besparingen wel degelijk kunnen gerealiseerd worden, onder meer door te opteren voor gemengde oplossingen eerder dan bundels en ook door alternatieve merken in de vergelijking te betrekken. 55% van de respondenten geeft aan dat ze na het vergelijken van tariefplan zijn veranderd, maar alternatieve operatoren lijden onder hun relatieve onbekendheid. Bundels blijven echter voor velen de referentie, 86% van de deelnemers heeft er een ondanks de matige prijsstevredenheid. Toch zegde ongeveer 1 op de 5 personen na tariefvergelijking de bundel op om over te stappen naar afzonderlijke diensten bij verschillende operatoren.

Ook de communicatie door de operator van het voordeligste tarief is niet per definitie voldoende incentive om van tariefplan te veranderen. 57% stelt nooit een melding dienaangaande van hun operator te hebben ontvangen, en van diegenen die dit wel gezien hebben ging slechts 4% in op het aanbod. De respondenten geven als reden voor dit lage percentage de angst voor extra kosten of een verborgen verplichting op, of ze menen dat het aanbod niet overeenkomt met het verbruiksprofiel.

Naast inertie en onoplettendheid verklaart ook onwetendheid waarom slechts 23% en 26% van de ondervraagden respectievelijk de afgelopen 12 maanden van mobiele of vaste provider zijn veranderd. Niet alleen de Bestetarief-knop is te weinig gekend, er wordt tevens vastgesteld dat minder dan de helft van de respondenten weet dat een contract van onbepaalde duur op elk moment en zonder reden kan opgezegd worden en ongeveer dezelfde proportie is van mening dat het e-mailadres na opzegging niet kan behouden worden. Easy Switch, de procedure die de wetgever heeft ingevoerd om het veranderen van vaste operator gemakkelijker te maken, werd gebruikt door 54% van de respondenten die van vaste operator zijn veranderd. Dit gebeurt nog steeds niet altijd probleemloos: een derde meldde een technisch probleem met de unieke identificatiecode, ook technische (bv. voortijdige onderbreking van de vorige dienst) en administratieve problemen (dubbele facturering) kwamen naar voor.

Van de ondervraagden die afgelopen 12 maanden een probleem met hun operator hadden (28%), rapporteerde 53% van de respondenten dat het ging om verbindingproblemen: onderbrekingen, traagheid of onvoldoende bereik. Wie problemen heeft reageert in de regel: 81% van de respondenten heeft stappen ondernomen bij hun operator en bij 39% daarvan leidde dit ook tot een oplossing van het probleem bij het eerste contact. Vijftigplussers stellen zich wel milder op t.a.v. de klantendienst, terwijl meer dan een kwart van jongere generaties (18-34 jaar) zich hierover kritisch uitlaat.

Sinds 1 november 2024 hebben eindgebruikers, wiens telecomdienst (internet, tv, vaste telefonie of mobiele telefonie) minstens 8u aan een stuk volledig onderbroken werd, recht op een compensatie door hun telecomoperator. Slechts de helft van de respondenten wist dat dit mogelijk was en welke stappen hiervoor te ondernemen. Uiteindelijk kreeg amper 23% van diegenen die verklaarden een onderbreking te hebben gehad een vergoeding.

Nuttige linken:

- [Tariefvergelijker](#)
- [Nationale vergelijking 2025 – Vast en convergent](#)
- [Nationale vergelijking 2025 - Mobiele](#)

- [Lijst van de mobiele operatoren](#)
- [Lijst met de bestaande vaste en convergente operatoren](#)

Voor meer informatie:



**Jimmy Smedts** | Woordvoerder

**Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie**

Allianz Tower - Koning Albert II-laan 32 bus 10 | 1000 Brussel

**T** +32 2 226 88 22 | **M** +32 478 63 91 82 | **www.bipt.be**

