



# ENQUÊTE

## OVER DE PERCEPTIE VAN DE BELGISCHE ELEKTRONISCHE COMMUNICATIE-MARKT DOOR DE GEBRUIKERS

Gegevens verzameld van eind maart tot half juni 2012  
Rapport uitgevoerd voor:



12 september 2012

Université catholique  
de Louvain **UCL**

<b>Lijst van de grafieken .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Inleiding.....</b>	<b>12</b>
1.1. Doelstellingen .....	12
1.2. Deelnemende partijen .....	13
1.3. Organisatie van de enquête .....	13
1.4. Structuur van de vragenlijst .....	14
1.5. Proces om gegevens te verzamelen .....	15
1.6. Zuivering en validering van de gegevens.....	15
1.7. Antwoordpercentage.....	16
1.8. Representativiteit van de steekproef.....	16
1.9. Methodologische nota .....	18
<b>2. Gebruik van telecommunicatie en operatorkeuze.....</b>	<b>22</b>
2.1. Gebruikte telecommunicatie-uitrusting en -diensten .....	22
2.2. Betrokken telecommunicatieoperatoren.....	29
2.3. Criteria voor de keuze van een operator .....	33
2.4. Worden de aanbiedingen met elkaar vergeleken voordat een operator wordt gekozen? 38	
2.5. Informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren .....	40
2.6. Conclusies over het gebruik van de telecommunicatie-uitrusting en -diensten en de keuze van de operatoren .....	44
<b>3. Tevredenheid, ondervonden problemen en houding bij problemen .....</b>	<b>45</b>
3.1. Graad van tevredenheid over de diensten en de prijzen .....	45
3.2. Vertrouwen wat de naleving van de rechten, de informatie en de betrouwbaarheid van de facturering betreft .....	51
3.3. Hebben de consumenten de voorbije drie jaar problemen gehad met hun operator(en)?	56
3.4. Soorten problemen die worden ondervonden bij de operatoren.....	60
3.5. Hebben de consumenten die de voorbije 3 jaar problemen hebben ondervonden met hun operator stappen ondernomen? .....	64
3.6. Soorten stappen die werden ondernomen naar aanleiding van de problemen met de operatoren .....	67
3.7. Redenen waarom er geen enkele stap is ondernomen naar aanleiding van problemen met de operatoren .....	69

3.8.	Denken de consumenten dat ze het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken? .....	72
3.9.	Gemak om diensten en prijzen te vergelijken .....	75
3.10.	Raadpleging van websites ter vergelijking van de kosten en de diensten .....	79
3.11.	Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT .....	80
3.12.	Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT .....	82
3.13.	Zijn de consumenten die gebruik gemaakt hebben van de tariefsimulator van het BIPT daarna veranderd van tariefplan of operator? .....	84
3.14.	Conclusies over de tevredenheid, de problemen die ondervonden werden en de houding in geval van problemen .....	86
<b>4.</b>	<b>Veranderingen, vergelijking en transparantie van de operatoren.....</b>	<b>87</b>
4.1.	Zijn de consumenten de voorbije 3 jaar van operator veranderd? .....	87
4.2.	Redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar niet van operator zijn veranderd	91
4.3.	Redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar van operator veranderd zijn .....	93
4.4.	Gemak om van operator te veranderen.....	96
4.5.	Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen.....	98
4.6.	Conclusies over de veranderingen, de vergelijking en de transparantie van de operatoren	100
<b>5.</b>	<b>Informatie waarover de consument beschikt.....</b>	<b>101</b>
5.1.	Is de consument ervan op de hoogte dat de operator verplicht is om een tarief voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel?.....	101
5.2.	Heeft de operator een tariefplan voorgesteld dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel? .....	103
5.3.	Is de consument al van tariefplan veranderd naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel? .....	106
5.4.	Redenen waarom de consument niet van tariefplan veranderd is naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel	108
5.5.	Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten.....	111
5.6.	Weet de consument wanneer zijn contracten van bepaalde duur aflopen? .....	113
5.7.	Weet de consument welke nummers duur zijn? .....	114
5.8.	Is de consument ervan op de hoogte dat hij zijn telefoonnummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator? .....	116
5.9.	Maakt de consument gebruik van een abonnement of van een prepaid kaart? .....	118
5.10.	Is de consument ervan op de hoogte dat hij zijn gsm-nummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator? .....	120

5.11.	Weet de consument wanneer hij zijn gsm-abonnement kan ontbinden zonder kosten?	121
5.12.	Gebruikt de consument een gsm-abonnement van bepaalde of onbepaalde duur? ...	124
5.13.	Maakt de consument gebruik van het persoonlijk e-mailadres voorzien door zijn operator voor internet thuis? .....	127
5.14.	Weet de consument dat hij het persoonlijk e-mailadres voorzien door zijn operator voor internet thuis kan behouden als hij van operator verandert? .....	129
5.15.	Verbindingssnelheid die overeenstemt met de aangekondigde snelheid .....	131
5.16.	Weet de consument wat de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid is om thuis te surfen op het internet en zijn e-mails te raadplegen? .....	133
5.17.	Hoe heeft de consument de verbindingssnelheid bepaald die hij nodig heeft? .....	136
5.18.	Informatie: conclusies .....	139
6.	Universele dienstverlening .....	140
6.1.	Wat raadplegen de mensen als ze een telefoonnummer zoeken? .....	140
6.2.	Frequentie waarmee gebruik wordt gemaakt van de infodiensten .....	145
6.3.	Frequentie waarmee de informatiepagina's in de papieren gidsen worden geraadpleegd	146
6.4.	Is het nodig om de papieren gidsen te behouden? .....	148
6.5.	Gebruik van de telefooncellen .....	151
6.6.	Is het noodzakelijk om de telefooncellen te behouden? .....	153
6.7.	Kennis van de voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief .....	157
6.8.	Personen die gebruik maken van het sociaal tarief .....	161
6.9.	Universele dienstverlening: conclusies .....	164
7.	Aanpassingen voor volgend jaar .....	165
7.1.	Wijzigingen aan de vorm .....	165
7.2.	Wijzigingen aan de inhoud .....	165

## Lijst van de grafieken

• Figure 1 : Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten .....	19
Grafiek 1: Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten.....	23
Grafiek 2: Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten per leeftijd .....	24
Tabel 1: Aantal gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten.....	25
Grafiek 3: Combinaties van gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten.....	26
Grafiek 4: Combinaties van gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten.....	28
Grafiek 5: Telecommunicatieoperatoren .....	29
Grafiek 6: Telecommunicatieoperatoren per gewest .....	30
Tabel 2: Aantal gebruikte operatoren .....	31
Grafiek 7: Combinaties van telecommunicatieoperatoren.....	32
Grafiek 8: Criteria voor de keuze van een operator.....	34
Grafiek 9: Criteria voor de keuze van een operator per leeftijd .....	35
Tabel 3: Aantal criteria voor de keuze van een operator .....	36
Grafiek 10: Combinaties van criteria voor de keuze van een operator .....	37
Grafiek 11: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren.....	38
Grafiek 12: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren naargelang van de leeftijdsvariabele .....	39
Grafiek 13: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren naargelang van de variabele 'Criteria voor de keuze van een operator' .....	40
Grafiek 14: Informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren bij hen die vergelijken .....	41
Tabel 4: Aantal informatiebronnen voor de vergelijking van de aanbiedingen van de operatoren.....	42
Grafiek 15: Combinaties van informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren bij hen die vergelijken .....	43
Grafiek 16: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven.....	46
Tabel 5: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven.....	46
Grafiek 17: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per leeftijd .....	47

Grafiek 18: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per dienst .....	48
Grafiek 19: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per operator .....	50
Grafiek 20: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten .....	51
Tabel 6: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten .....	52
Grafiek 21: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per leeftijd.....	53
Grafiek 22: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per gewest .....	54
Grafiek 23: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per operator.....	55
Grafiek 24: Problemen tijdens de voorbije drie jaar .....	56
Grafiek 25: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de leeftijdsvariabele.....	57
Grafiek 26: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'gewest' .....	58
Grafiek 27: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatiedienst'.....	59
Grafiek 28: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'.....	60
Grafiek 29: Proble(e)m(en) met de operatoren bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden .....	61
Grafiek 30: Proble(e)m(en) met de operatoren bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden per leeftijd .....	62
Tabel 7: Aantal problemen die werden ondervonden tijdens de voorbije 3 jaar .....	62
Grafiek 31: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering afhankelijk van het feit of er al dan niet al een probleem met de factuur werd vastgesteld.....	63
Grafiek 32: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden .....	64
Grafiek 33: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'gewest'.....	65
Grafiek 34: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'oorzaak van het probleem'.....	66

Grafiek 35: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'.....	67
Grafiek 36: Stappen ondernomen als gevolg van een probleem bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en stappen hebben ondernomen.....	68
Tabel 8: Aantal stappen ondernomen om de problemen op te lossen .....	69
Grafiek 37: Reden(en) waarom geen stappen werden ondernomen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en geen stappen hebben ondernomen .....	70
Grafiek 38: Reden(en) waarom geen stappen werden ondernomen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en geen stappen hebben ondernomen per leeftijd .....	71
Tabel 9: Aantal redenen waarom geen enkele stap werd ondernomen .....	72
Grafiek 39: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt .....	73
Grafiek 40: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang van de leeftijdsvariabele.....	74
Grafiek 41: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'.....	75
Grafiek 42: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken.....	76
Tabel 10: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken.....	76
Grafiek 43: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken per leeftijd .....	77
Grafiek 44: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken per gebruikte dienst.....	78
Grafiek 45: Frequentie van het vergelijken van kosten .....	79
Grafiek 46: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT.....	80
Grafiek 47: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT naargelang van de leeftijdsvariabele .....	81
Grafiek 48: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT naargelang van de variabele 'gewest' .....	82
Grafiek 49: Relevantie van de resultaten en Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT .....	83
Tabel 11: Relevantie van de resultaten en Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT .....	83
Grafiek 50: Verandering van tariefplan en/of operator naar aanleiding van het gebruik van de tariefsimulator van het BIPT bij hen die de simulator hebben gebruikt.....	84
Grafiek 51: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar .....	88
Grafiek 52: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de leeftijdsvariabele .....	89

Grafiek 53: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatiedienst'.....	90
Grafiek 54: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'.....	91
Grafiek 55: Redenen waarom de consumenten niet van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar niet veranderd zijn .....	92
Tabel 12: Aantal redenen waarom er niet van operator werd veranderd.....	93
Grafiek 56: Redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar zijn veranderd.....	94
Grafiek 57: Redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar zijn veranderd per leeftijd .....	95
Tabel 13: Aantal redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd.....	96
Grafiek 58: Gemak om van operator te veranderen.....	96
Tabel 14: Gemak om van operator te veranderen.....	97
Grafiek 59: Gemak om van operator te veranderen per gebruikte dienst .....	97
Grafiek 60: Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen .....	98
Grafiek 61: Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen per leeftijd .....	99
Tabel 15: Aantal oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen .....	100
Grafiek 62: De operator is verplicht om een tariefplan voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel .....	102
Grafiek 63: De operator is verplicht om een tariefplan voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'gewest'.....	103
Grafiek 64: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel .....	104
Grafiek 65: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'gewest'.....	105
Grafiek 66: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'.....	106
Grafiek 67: Verandering van tariefplan naar aanleiding van een voorstel op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel bij hen die dit voorstel hebben gekregen.....	107

Grafiek 68: Verandering van tariefplan naar aanleiding van een voorstel op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel bij hen die dit voorstel hebben gekregen per operator .....	108
Grafiek 69: Redenen waarom de consument niet van tariefplan is veranderd naar aanleiding van het voorstel aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel .....	109
Grafiek 70: Redenen waarom de consument niet van tariefplan is veranderd naar aanleiding van het voorstel aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel .....	110
Tabel 16: Aantal redenen waarom het tariefplan niet werd gewijzigd op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel .....	111
Grafiek 71: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten .....	111
Tabel 17: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten .....	112
Grafiek 72: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten per gebruikte dienst.....	112
Grafiek 73: Einddatum contract .....	113
Tabel 18: Aantal mogelijkheden waar de einddatum van het contract kan staan .....	114
Grafiek 74: Dure nummers .....	115
Tabel 19: Aantal dure nummers in de lijst (met inbegrip van het antwoord 'Weet het niet') .....	115
Tabel 20: Aantal dure nummers in de lijst (met uitzondering van het antwoord 'Weet het niet') ....	116
Grafiek 75: Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden .....	117
Grafiek 76: Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden naargelang van de leeftijdsvariabele .....	118
Grafiek 77: Formule voor mobiele telefonie bij hen die over een gsm beschikken.....	119
Grafiek 78: Formule voor mobiele telefonie bij hen die over een gsm beschikken per leeftijd.....	120
Grafiek 79: Mogelijkheid om zijn gsm-nummer te behouden bij hen die over een gsm beschikken.	121
Grafiek 80: Mogelijkheid om zijn gsm-nummer te behouden bij hen die over een gsm beschikken per leeftijd .....	121
Grafiek 81: Opzeg van een gsm-abonnement zonder kosten bij hen die een gsm hebben .....	122
Tabel 21: Aantal mogelijkheden om het gsm-abonnement zonder kosten te ontbinden (behalve dan 'Geen idee') .....	123
Grafiek 82: Opzeg van een gsm-abonnement zonder kosten.....	124
Grafiek 83: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben .....	125
Grafiek 84: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben per leeftijd.....	126
Grafiek 85: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben per gewest .....	127

Grafiek 86: Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken.....	128
Grafiek 87: Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd .....	129
Grafiek 88: Behoud van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken.....	130
Grafiek 89: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid .....	131
Tabel 22: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid .....	131
Grafiek 90: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid per gewest ....	132
Grafiek 91: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid per operator..	133
Grafiek 92: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken.....	134
Grafiek 93: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd .....	135
Grafiek 94: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken per geslacht.....	136
Grafiek 95: Criteria voor het bepalen van de vereiste verbindingssnelheid bij hen die over internet thuis beschikken .....	137
Grafiek 96: Criteria voor het bepalen van de vereiste verbindingssnelheid bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd .....	138
Tabel 23: Aantal parameters die de keuze van de verbindingssnelheid hebben bepaald.....	139
Grafiek 97: Gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken.....	141
Tabel 24: Aantal gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken.....	141
Grafiek 98: Combinaties van gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken .....	143
Grafiek 99: Oplossingen om een nummer te zoeken.....	143
Grafiek 100: Analyse per leeftijd van de combinaties van gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken.....	145
Grafiek 101: Telefoontje naar de infodienst de voorbije 3 jaar .....	146
Grafiek 102: Raadplegen van de informatiepagina's in de papieren gidsen.....	147
Grafiek 103: Raadplegen van de informatiepagina's in de papieren gidsen naargelang van de leeftijdsvariabele .....	148
Grafiek 104: Noodzaak om de Witte Gids te behouden .....	149

Grafiek 105: Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang van de variabele 'oplossingen om een nummer te zoeken' .....	150
Grafiek 106: Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang van de leeftijdsvariabele .....	151
Grafiek 107: Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar .....	152
Grafiek 108: Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'gsm of smartphone' .....	153
Grafiek 109: Noodzaak om de telefooncellen te behouden .....	154
Grafiek 110: Noodzaak om de telefooncellen te behouden .....	155
Grafiek 111: Noodzaak om de telefooncellen te behouden naargelang van de variabele 'gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar' .....	156
Grafiek 112: Noodzaak om de telefooncellen te behouden naargelang van de variabele 'gewest'... ..	157
Grafiek 113: Voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief .....	158
Tabel 25: Aantal voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief .....	158
Grafiek 114: Combinaties van voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief....	159
Grafiek 115: Analyse van de combinaties van voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief naargelang van de eventuele toegang tot het sociaal tarief .....	161
Grafiek 116: Genieten van het sociaal tarief.....	162
Grafiek 117: Genieten van een sociaal tarief naargelang van de variabele 'eventuele toegang tot het sociaal tarief' (basis: leeftijd, inkomen, personen ten laste) .....	163

# 1. Inleiding

In het kader van haar opdrachten op het vlak van telecommunicatie, vandaag de dag elektronische communicatie genoemd, treft het BIPT de nodige maatregelen opdat het regelgevingskader wordt nageleefd, de concurrentie zich ten volle en correct kan ontplooiën, bepaalde opdrachten van openbaar nut worden vervuld en de consumentenbelangen worden gevrijwaard.

In het strategisch plan van het BIPT voor de periode 2011-2013 worden deze doelstellingen beoogd voor de bevordering van de belangen van de gebruikers:

- consumenten verantwoordelijk maken;
- het welzijn van de consument verbeteren vanuit het oogpunt van prijs, keuze, kwaliteit, verscheidenheid, betaalbaarheid en veiligheid;
- de consument doeltreffend beschermen tegen ernstige risico's en bedreigingen waar hij individueel machteloos tegenover staat.

Een van de prioriteiten om deze strategie te voltooien, is de verbetering van de follow-up van de consumentenmarkten en van het nationale beleid ten behoeve van de consument.

Inzicht verwerven in het gedrag van de gebruikers op de Belgische elektronische-communicatiemarkt vormt dus een belangrijke stap om het beleid van het BIPT ten uitvoer te brengen en aan te passen. Daartoe heeft het BIPT, naar aanleiding van de offerteaanvraag G&N\YDL\2011\01, de Université Catholique de Louvain (UCL) aangewezen om een enquête uit te voeren betreffende de perceptie van de Belgische elektronische-communicatiemarkt door de gebruikers.

## 1.1. Doelstellingen

Het doel van het toezicht op de Belgische communicatiemarkt vanuit het standpunt van de gebruikers is gegevens verzamelen op basis van een enquête bij een representatief deel van de Belgische bevolking.

De algemene vragen die het BIPT wil kunnen beantwoorden op basis van de verzamelde gegevens zijn:

- Hoe gedragen de gebruikers op de Belgische telecommunicatiemarkt zich en in het bijzonder betreffende de participatiegraad van de gebruikers op de markt, het overstappen naar een andere operator, de vergelijking van aanbiedingen, de tevredenheidsgraad, enz.?
- Beschikt de Belgische gebruiker over de nodige hulpmiddelen om geinformeerde keuzes te maken wat de elektronische-communicatiediensten betreft?

- Zijn de gebruikers voldoende geïnformeerd over de mogelijkheden die de markt biedt en over hun rechten?
- Wat zijn de variabelen waarop het BIPT dient te focussen om vrije concurrentie op de markt te stimuleren en de gebruikers een markt te bieden die correct functioneert in termen van prijs, keuze en innovatie?
- Hoe ziet de Belgische gebruiker het optreden van de regulator op het vlak van de bescherming van de consument?

De vergaarde data hebben betrekking op het doelpubliek van personen vanaf 15 jaar die in een privéhuishouden wonen en in België gehuisvest zijn.

## 1.2. Deelnemende partijen

**De Université Catholique de Louvain (UCL) heeft een beroep gedaan op de volgende partners om dit project tot een goed einde te brengen:**

- Plateforme technologique de Support en M thodologie et Calcul Statistique (SMCS, IMMAQ) van de Université Catholique de Louvain (UCL).
  - Verantwoordelijke: Bernadette Govaerts
  - Het team: Céline Bugli, Cedric Taverne, Matthieu Van Pachterbeke, Christian Ritter.
  - Adres: 20, Voie du Roman Pays - 1348 Louvain-La-Neuve
- Medi-Info SCRL
  - Verantwoordelijke: Béatrice Danguy
  - Adres: 10A, Rue Alphonse Collin - 1330 Rixensart

## 1.3. Organisatie van de enquête

De enquête zal driemaal worden gehouden: in maart 2012, maart 2013 en maart 2014. De gegevens die in dit rapport worden voorgesteld, zijn het resultaat van de eerste golf van vragenlijsten die in maart 2012 werden opgestuurd.

Aan de hand van een willekeurige trekking uit het rijksregister van de natuurlijke personen hebben 4.905 personen een vragenlijst (zie bijlage 1) ontvangen die is opgemaakt om optisch te kunnen worden gelezen. De vragenlijst werd opgestuurd samen met een envelop met daarop de melding 'port betaald door bestemming' zodat de ingevulde vragenlijst kon worden teruggestuurd naar het rijksregister.

Om het antwoordpercentage op te krikken, werd er via loting aan  en respondent op 10 een stimulans toegekend (cheque Cadeau Pass Sodexo ). Om aan deze loting deel te nemen, hebben de respondenten die dit wensten op een bijgevoegde blad 'Deelname aan de loting' hun gegevens genoteerd en dit blad samen met de ingevulde vragenlijst in de envelop gestopt. Dit blad werd bij het openen van de enveloppen apart gelegd onder toezicht van een ambtenaar van het rijksregis-

ter. Op die manier kan de identiteit van de deelnemers in geen enkel geval aan de antwoorden worden gelinkt.

## 1.4. Structuur van de vragenlijst

De vragenlijst telt 5 delen. Deze 5 delen worden voorafgegaan door een reeks sociodemografische vragen. De antwoorden op deze sociodemografische vragen werden verzameld om enerzijds te beoordelen of ze de houding en het gedrag van de telecomgebruikers beïnvloeden en anderzijds om de representativiteit van de steekproef te verzekeren. De verzamelde informatie werd echter wel beperkt om te garanderen dat de deelnemers anoniem konden blijven.

Het eerste deel is gewijd aan het gebruik van de telecommunicatie-uitrusting en -diensten én aan de keuze van de operator. Andere vragen gaan dan weer over de criteria en de bronnen ter vergelijking die de mensen hebben geholpen bij het maken van deze keuze.

Het volgende deel onderzoekt de tevredenheid en het vertrouwen van de gebruiker ten opzichte van de operator. De eventuele problemen die de verbruikers hebben ondervonden, de stappen die ze hebben ondernomen om deze problemen op te lossen en de redenen waarom ze deze stappen al dan niet hebben ondernomen, zijn ook de revue gepasseerd. Dit deel wordt afgerond met een reeks vragen over de vergelijkingen van prijzen en diensten tussen de verschillende operatoren en het gebruik van het tariefvergelijkingprogramma van het BIPT ([www.bestetarief.be](http://www.bestetarief.be)).

Het analyseren van het gedrag inzake de overstap naar een andere operator is het thema van het derde deel. De redenen waarom iemand al dan niet overstapt naar een andere operator worden onderzocht, net als de indruk die de mensen hebben van hoe gemakkelijk het is om over te stappen en de middelen om dit nog gemakkelijker te maken.

Het vierde deel peilt naar de kennis van de verbruiker van de rechten die hem beschermen, en in het bijzonder het recht waardoor hem een aangepast tariefplan wordt voorgesteld. Het deel telt ook een reeks vragen die specifiek gaan over het gebruik van de gsm en internet thuis.

De vragenlijst eindigt met een deel dat wordt gewijd aan de kennis van de verbruiker inzake diverse 'universele diensten', hoofdzakelijk de inlichtingen, de telefoongidsen, de telefooncellen en het sociaal tarief.

De analyses vindt u in dit rapport terug en ze volgen elk van deze 5 thema's. De vragenlijst vormt bijlage 1.

Om de verwerking van de gegevens te standaardiseren en te bespoedigen, zijn de meeste vragen gesloten: de persoon die de vragenlijst invult, moet één of meerdere mogelijkheden selecteren uit de keuzes die hem worden aangeboden. Omdat deze manier van antwoorden beperkt is, verschijnt er vaak een keuze *Andere*. Als de deelnemer voor deze optie kiest, dan wordt hij gevraagd om zijn antwoord te noteren in de daartoe voorziene ruimte. Dankzij dit soort antwoorden kunnen latere en specifiekere analyses worden uitgevoerd.

## 1.5. Proces om gegevens te verzamelen

Op basis van het hierna beschreven steekproefplan werden er tussen 26 maart en 30 maart 2012 4.905 vragenlijsten opgestuurd. Op 15 mei 2012 werd er een herinneringsbrief opgestuurd. Na ontvangst van deze brief hebben 50 personen contact met ons opgenomen om een nieuw exemplaar van de vragenlijst te krijgen. Het originele exemplaar waren ze kwijtgeraakt. De laatste ingevulde vragenlijsten werden op 14 juni 2012 ontvangen.

De ingevulde vragenlijsten dienden in een voorgefrankeerde envelop te worden teruggestuurd naar het rijksregister zodat de deelnemers anoniem bleven bij de loting van de stimulans. Ongeveer 72 % van de respondenten heeft de deelnamebon voor de loting van de Cadeau Pass Sodexo© mee in de envelop gestopt. De diensten van het rijksregister hebben willekeurig 1 deelnemer op 10 uitgekozen na het verzamelen van de gegevens. 94 respondenten hebben op die manier een cadeaubon van Sodexo ter waarde van € 20 ontvangen.

## 1.6. Zuivering en validering van de gegevens

Na ontvangst van de 1.298 vragenlijsten door het rijksregister werden deze via optische lezing gescand. Daarna werden de gegevens gezuiverd en gevalideerd zodat 1.262 vragenlijsten gevalideerd konden worden. Bij het zuiveren van de gegevens werden namelijk 34 vragenlijsten uit de gegevensbank gehaald omdat ze te veel onsamenhangendheden vertoonden en/of niet voldoende ingevuld waren. Omdat deze vragenlijsten een probleem zouden kunnen vormen voor analyses in de toekomst, hebben we er de voorkeur aan gegeven om ze er al van in het begin uit te halen.

Er werden nog eens twee vragenlijsten uit de gegevensbank gehaald omdat de respondenten de vragenlijst zowel in het Frans als het Nederlands hadden teruggestuurd.

De volgende valideringscriteria werden nagegaan:

1. Coherentie van de filtervragen. Zo creëert vraag 1.4 bijvoorbeeld een filter voor 1.5: er moet worden nagegaan of de respondent 'neen' heeft aangevinkt in 1.4 en of het antwoord coherent is met 1.5 (en vice versa).
2. Geldigheid van de exclusieve antwoorden (van het soort 'Weet niet', 'Niet van toepassing', enz.).
3. Geldigheid van de antwoorden 'Andere': als de respondent 'Andere' heeft aangevinkt, hebben we nagegaan of het gegeven antwoord niet al in de lijst met de voorgestelde antwoorden stond.
4. Controle van de sleutelvragen. Zo hebben bijvoorbeeld 9 personen helemaal niet geantwoord op vraag 1.1: "*Welke van de volgende telecommunicatie-uitrusting of -diensten gebruikt u?*" We waren van mening dat de andere vragen van de vragenlijst niet de mogelijkheid bieden om de aan/afwezigheid van elke uitrusting correct af te leiden. Deze respondenten hebben we dus uitgesloten.
5. De vragenlijsten waarvoor de respondent bijna alle antwoorden heeft aangevinkt op vragen met meerdere antwoordenmogelijkheden werden niet in aanmerking genomen.

6. De vragenlijsten waarvoor de respondent niet op voldoende vragen heeft geantwoord, werden niet in aanmerking genomen.
7. Longitudinale analyse van elke respondent: als er te veel onsamenhangendheden waren, werd de vragenlijst niet in aanmerking genomen.

Een gedetailleerd validatierapport is verkrijgbaar op verzoek.

## 1.7. Antwoordpercentage

Om een maximale foutenmarge van 5 % in elk van de drie gewesten te garanderen, hebben we 1.635 vragenlijsten per gewest opgestuurd (m.a.w. 4.905 vragenlijsten in totaal naar alle gemeenten van België) waarbij we hebben gestratificeerd naar geslacht en leeftijdsklasse. We hebben 1.298 ingevulde vragenlijsten teruggekregen, m.a.w. 26 %. Ze waren op de volgende manier per gewest ingedeeld:

- Vlaanderen: 532 vragenlijsten, m.a.w. een terugstuurpercentage van 33 %. Brussel: 338 vragenlijsten, m.a.w. een terugstuurpercentage van 21 %. Wallonië: 413 vragenlijsten, m.a.w. een terugstuurpercentage van 25 %.

Het globale antwoordpercentage bedraagt 26 % tegenover een verwacht terugstuurpercentage van 24 %. We zijn dus tevreden over het werkelijke terugstuurpercentage, aangezien het lichtjes hoger ligt dan de verwachtingen in het volledige land én in de twee grootste gewesten van het land. Enkel het terugstuurpercentage voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest ligt iets lager dan de verwachtingen en dat vertaalt zich in een maximale foutenmarge van 5,33 % in Brussel tegenover 4,25 % in Vlaanderen, 4,82 % in Wallonië en 2,72 % voor de analyses voor het volledige Belgische grondgebied. De verwachte maximale foutenmarge bedroeg 5 %.

## 1.8. Representativiteit van de steekproef

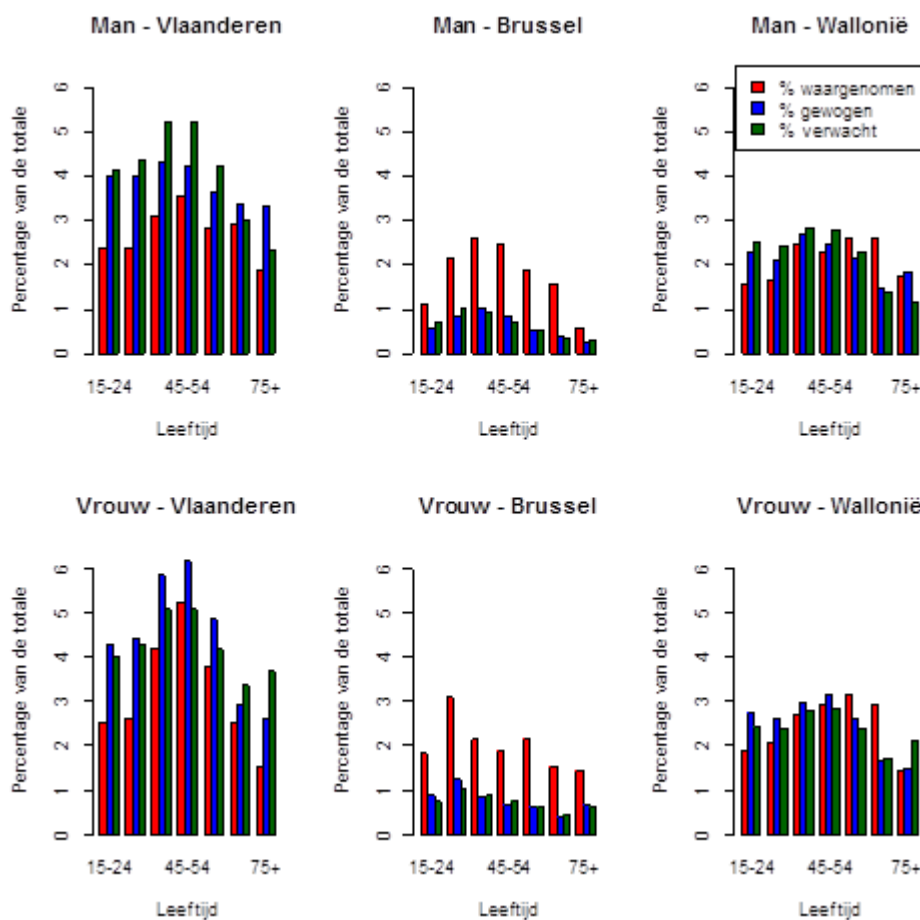
De analyse van de representativiteit van een steekproef bestaat erin na te gaan of de kwaliteiten van de verzamelde steekproef overeenstemmen met de kwaliteiten van de gecontacteerde steekproef. Bij de willekeurige trekking van onze steekproef in het rijksregister hebben we erop toegezien dat we in elke gemeente van België potentiële respondenten contacteerden, waarbij we een eerlijke verdeling op het vlak van geslacht en leeftijdsklasse hebben gerespecteerd. We hebben echter geen controle over de keuze van elke persoon die we gecontacteerd hebben om de vragenlijst al dan niet in te vullen en terug te sturen. Het is dus mogelijk dat er een afwijking bestaat tussen de verdeling van de geslachten in onze steekproef en de werkelijke verdeling van de geslachten in de Belgische bevolking van 15 jaar en ouder. Hetzelfde geldt voor de leeftijdsklassen en de gewesten. De doelstelling van deze analyse is om eventuele verschillen op het spoor te komen en ze te corrigeren door de respondenten per poststratificatie te wegen.

We hebben het al vermeld: in elk gewest van het land werd hetzelfde aantal potentiële respondenten geselecteerd om de foutenmarge op gewestelijk niveau onder controle te houden. Met als resultaat dat de Brusselaars oververtegenwoordigd waren in de brutosteekproef. Om dit effect te controleren in de analyses voor het volledige grondgebied hebben we de gegevens vanaf het begin gewogen op gewestelijk niveau. De analyse van de representativiteit ten opzichte van de leeftijd en het geslacht houdt dus vanaf nu rekening met deze weging op de gewesten.

De representativiteit van de steekproef op het vlak van de geslachten is correct (goodness-of-fit test,  $Q=3,24$ ,  $ddl=1$ ,  $p$ -waarde= $0,072$ ). De representativiteit van de steekproef op het vlak van de leeftijden daarentegen zorgt voor problemen (goodness-of-fit test,  $Q=45,85$ ,  $ddl=6$ ,  $p$ -waarde $<0,001$ ).

Deze vervorming van de structuur tussen de ondervraagde populaties en de respondenten is te wijten aan het feit dat subpopulaties de vragenlijst min of meer dikwijls hebben ingevuld. Het gebruik van de weging, eerder dan het 'bruto' gebruik van de vragenlijsten, zorgt ervoor dat de resultaten van de enquête duidelijk representatiever zijn. De weging maakte een poststratificatie noodzakelijk met het oog op het herstellen van het evenwicht tussen de leeftijdsgroepen en de gewesten.

Er werd dus een weging op basis van de leeftijd ingevoerd, in combinatie met de stratificatie per gewest. De onderstaande grafiek illustreert de uitgevoerde wegingen.

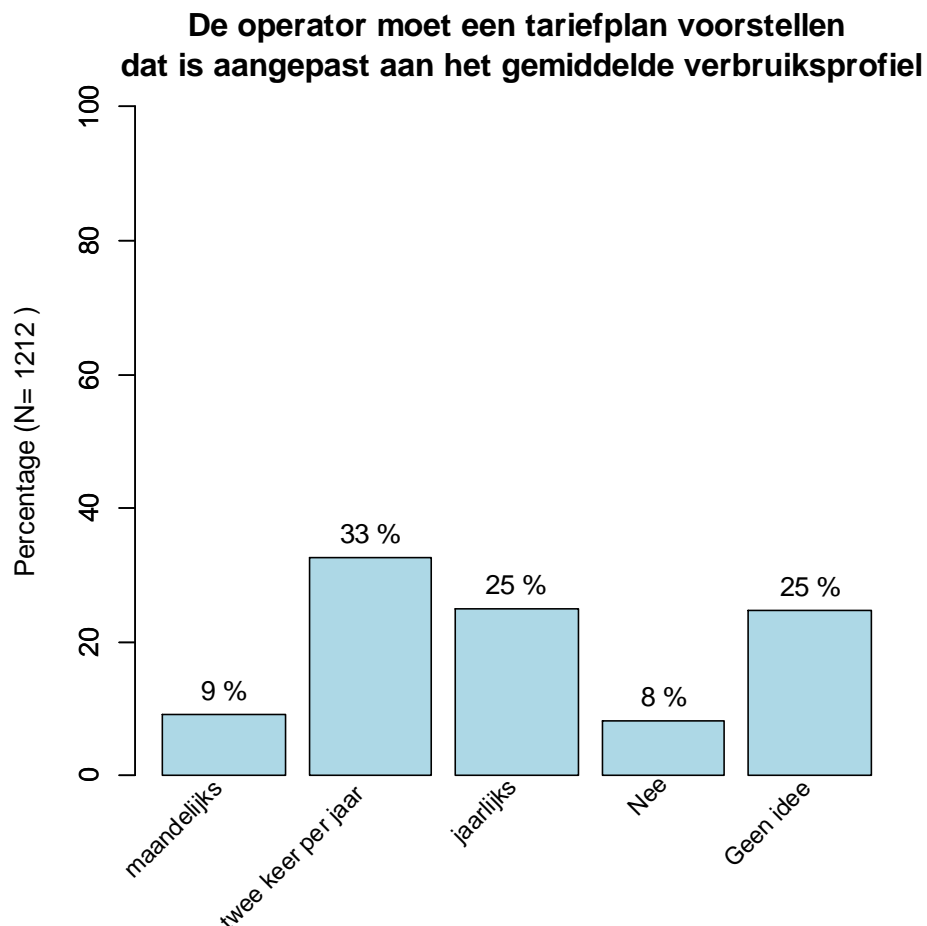


## 1.9. Methodologische nota

De vragenlijst werd vraag per vraag behandeld en voor elke vraag werd een beroep gedaan op verschillende statistische hulpmiddelen.

Bij het begin van elk deel beschrijft een korte paragraaf het aantal gegevens dat werd gebruikt voor de analyses van de vraag en het aantal ontbrekende gegevens dat varieert van vraag tot vraag. Hiermee kan, indien nodig, het belang van de statistische conclusies worden gerelativeerd als de steekproef klein is. Daarna worden de antwoorden op de vraag beschrijvend geanalyseerd:

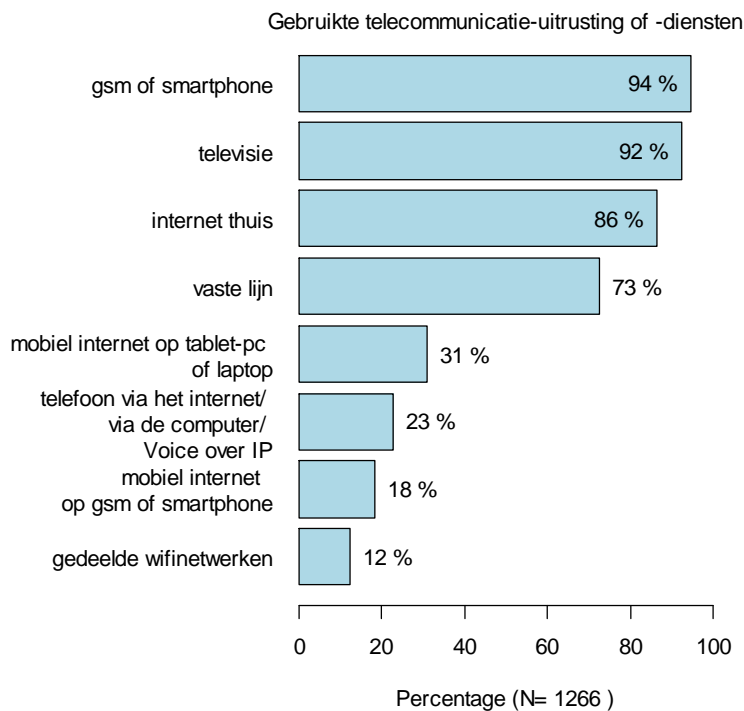
Voor de vragen met één antwoord (vragen waarvoor de respondent slechts een van de voorgestelde antwoorden kon selecteren) wordt een staafdiagram met de daarbij horende percentages voorgesteld met verticale staven. Aangezien slechts één antwoord per respondent mogelijk is, bedraagt de som van alle categorieën samen 100 %. Zo bedraagt in onderstaande grafiek bijvoorbeeld de som van de percentages wel degelijk 100 %.



- Voor de vragen met meerdere antwoorden (vragen waarvoor de respondent een of meer van de voorgestelde antwoorden kon selecteren) wordt een staafdiagram met de daarbij horende percentages voorgesteld met horizontale staven. Aangezien elke respondent meerdere antwoorden kan kiezen, bedraagt de som van alle categorieën samen in de meeste gevallen meer dan 100 %. In een tabel onder de grafiek staan beschrijvende statistieken over het aan-

tal antwoorden dat door elke respondent werd gekozen. De beschrijvende statistieken beperken zich tot het minimum, het maximum en de percentielen<sup>1</sup>.

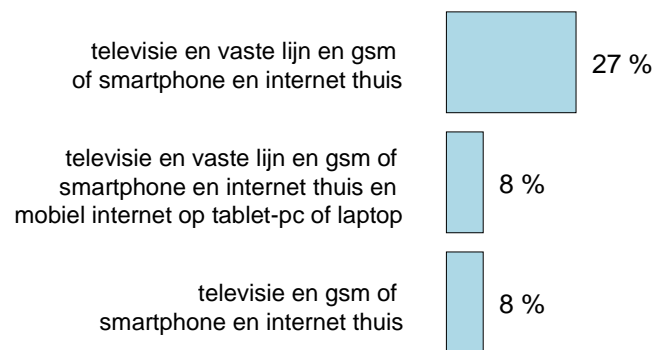
- Als dat zin heeft, worden de vaakst voorkomende combinaties van antwoorden ook opgenomen in een staafdiagram met een horizontale voorstelling. Ook al wordt de tweede grafiek horizontaal voorgesteld om te benadrukken dat er meerdere antwoorden op de vraag zijn, toch vertoont deze grafiek over de combinaties op zichzelf staande percentages. Met andere woorden, een respondent die A en D heeft geselecteerd, wordt opgenomen in de staaf van de combinatie 'A+D', terwijl in de eerste grafiek, item per item, de respondent was opgenomen in de percentages van de staven A en D. Zo wordt in de onderstaande grafiek bijvoorbeeld iemand die 'Gsm of smartphone', maar ook 'Televisie', 'Internet thuis' en 'Vaste lijn' heeft geantwoord, opgenomen in de 94 % die 'Gsm of smartphone' heeft geantwoord, in de 92 % die 'Televisie' heeft geantwoord, in de 86 % die 'Internet thuis' heeft geantwoord en in de 73 % die 'Vaste lijn' heeft geantwoord. In de tweede grafiek wordt deze persoon enkel opgenomen in de 27 % van de staaf 'Televisie, Vaste lijn, Gsm of smartphone en Internet thuis'.



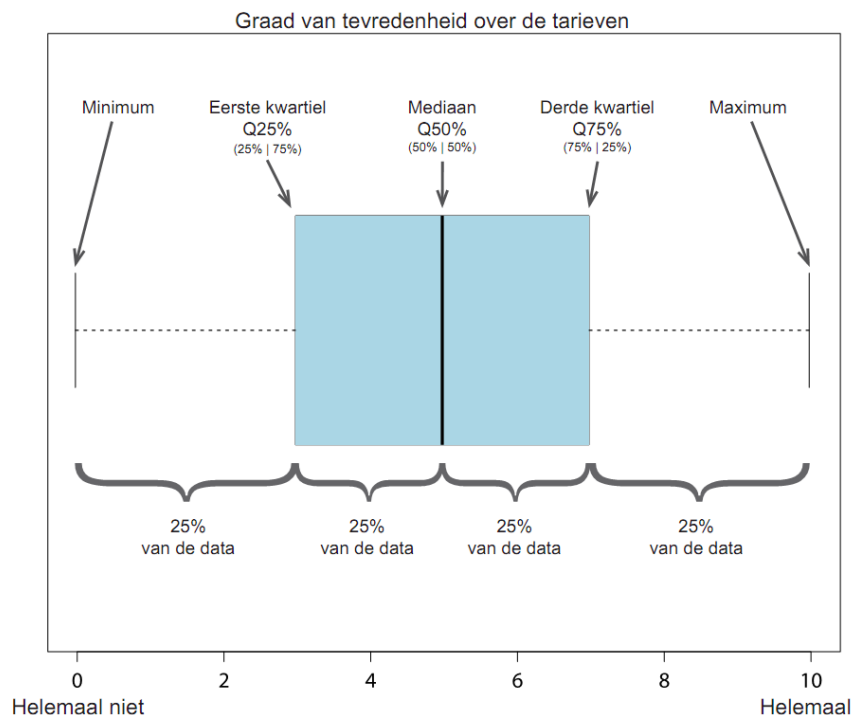
• **Figure 1 : Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten**

<sup>1</sup> Het percentiel 50 is de mediaan. Dit betekent dat 50 % van de respondenten, in dit geval, een aantal antwoorden heeft geselecteerd dat lager ligt dan of gelijk is aan de waarde van de mediaan. De andere percentielen werken op dezelfde manier met andere percentages.

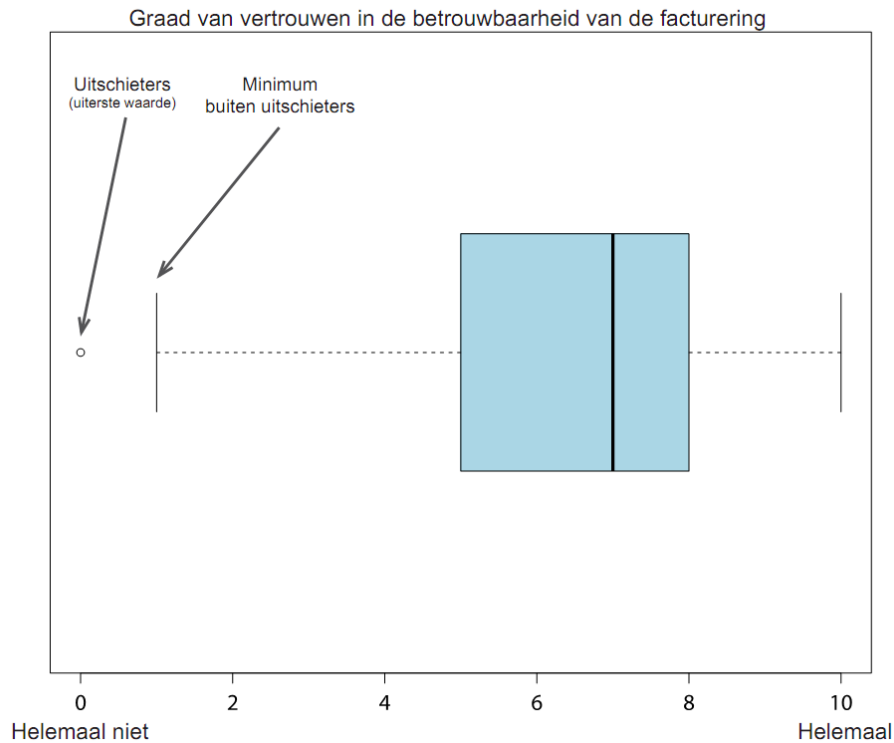
### Combinaties van gebruikte telecommunicatie- uitrusting of -diensten



- Voor de vragen waarvan het voorgestelde antwoord de vorm van een Likert-schaal<sup>2</sup> had, werden de gegevens voorgesteld in de vorm van een boxplot. In een tabel onder deze grafiek staan beschrijvende statistieken over het antwoord. De beschrijvende statistieken beperken zich tot het aantal respondenten, het aantal ontbrekende waarden, het aantal keuzes 'Geen mening', het gemiddelde, het minimum, het maximum en de percentielen<sup>1</sup>. Hierna vindt u 2 grafieken die uitleggen welke elementen u op de boxplots kunt terugvinden; kwartielen en percentielen zijn in dit geval synoniemen.



<sup>2</sup> De schaal van Likert die in deze enquête werd gebruikt, had 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet' en 10 voor 'Helemaal'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden rechts van de schaal.



- Wanneer meerdere antwoorden die voorgesteld worden in de vorm van de Likert-schaal gelinkt kunnen zijn, laat een analyse van de correlatie tussen de antwoorden toe om te wijzen op de significante verbanden tussen de items die twee per twee werden genomen. Hier is de gekozen meting de **lineaire correlatiecoëfficiënt van Pearson**. De correlatiecoëfficiënt van Pearson schommelt tussen -1 en 1; hoe hoger de absolute waarde, hoe meer de betrokken items gecorreleerd lijken. Als de coëfficiënt positief is, dan betekent dit dat de correlatie dat ook is en dat een stijgend antwoord op één van de variabelen vaak gepaard gaat met een stijging op de andere variabele. Als de coëfficiënt negatief is, dan gaat een stijging op de ene variabele vaak gepaard met een daling op de andere variabele.
- Als dat van belang is, worden dezelfde analyses ook uitgevoerd per berekend percentage binnen de gewesten, de geslachten en de leeftijden.

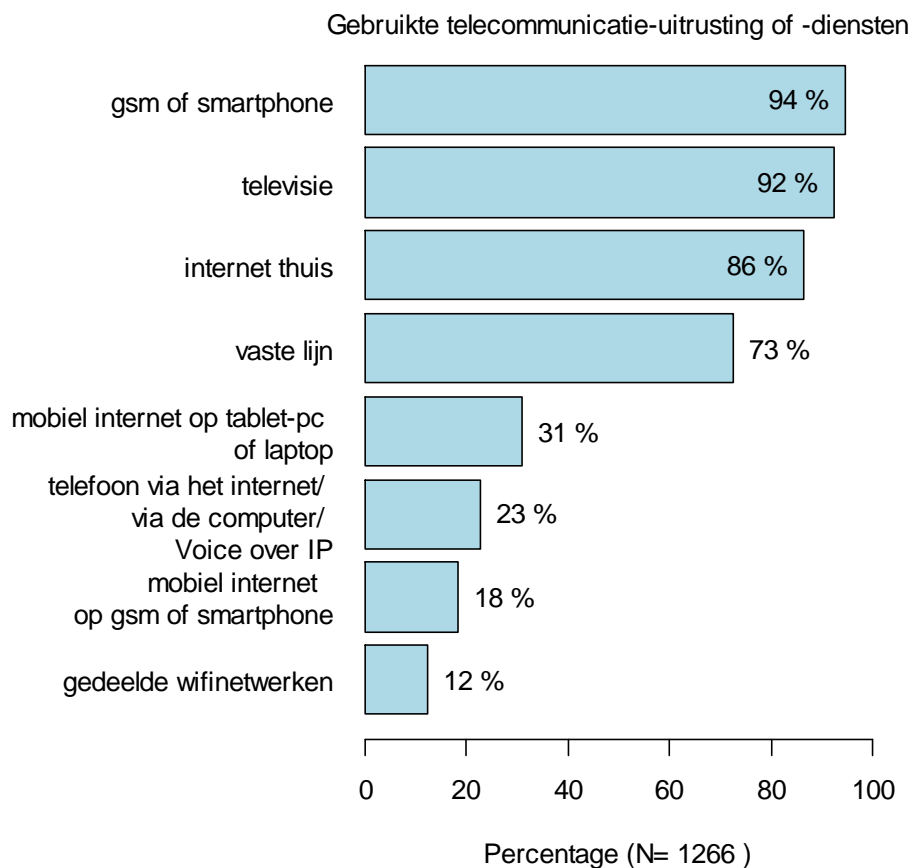
## 2. Gebruik van telecommunicatie en operatorkeuze

Het eerste deel van de vragenlijst ging over het gebruik van telecommunicatie en de operatorkeuze. We hebben eerst de diensten en de operatoren geïdentificeerd waarop de respondent een beroep doet. Daarna hebben we de criteria voor de keuze van een bepaalde operator onder de loep genomen. Als dat relevant was, hebben we de informatiebronnen bestudeerd die gebruikt worden om de aanbiedingen van de verschillende operatoren te vergelijken.

Van de 1.262 respondenten die zijn overgebleven na de zuivering en de validering van de gegevens hebben 1.216 respondenten na weging (96 % in totaal) op de 4 niet-gefilterde vragen in dit deel geantwoord.

### 2.1. Gebruikte telecommunicatie-uitrusting en -diensten

De eerste vraag van dit deel gaat over de telecommunicatie-uitrusting en -diensten waarvan de respondent gebruik maakt. De vraag was als volgt geformuleerd: *Welke van de volgende telecommunicatie-uitrusting of -diensten gebruikt u? Hou enkel rekening met de uitrusting of diensten die u privé en buiten de werkplek gebruikt. Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Televisie; Vaste lijn; Gsm of smartphone; Telefoon via het internet/via de computer/Voice over IP (bijvoorbeeld: Skype); Internet thuis; Mobiel internet op gsm of smartphone; Mobiel internet op tablet-pc of laptop; Gedeeld wifinetwerk (bijvoorbeeld: hotspots).*

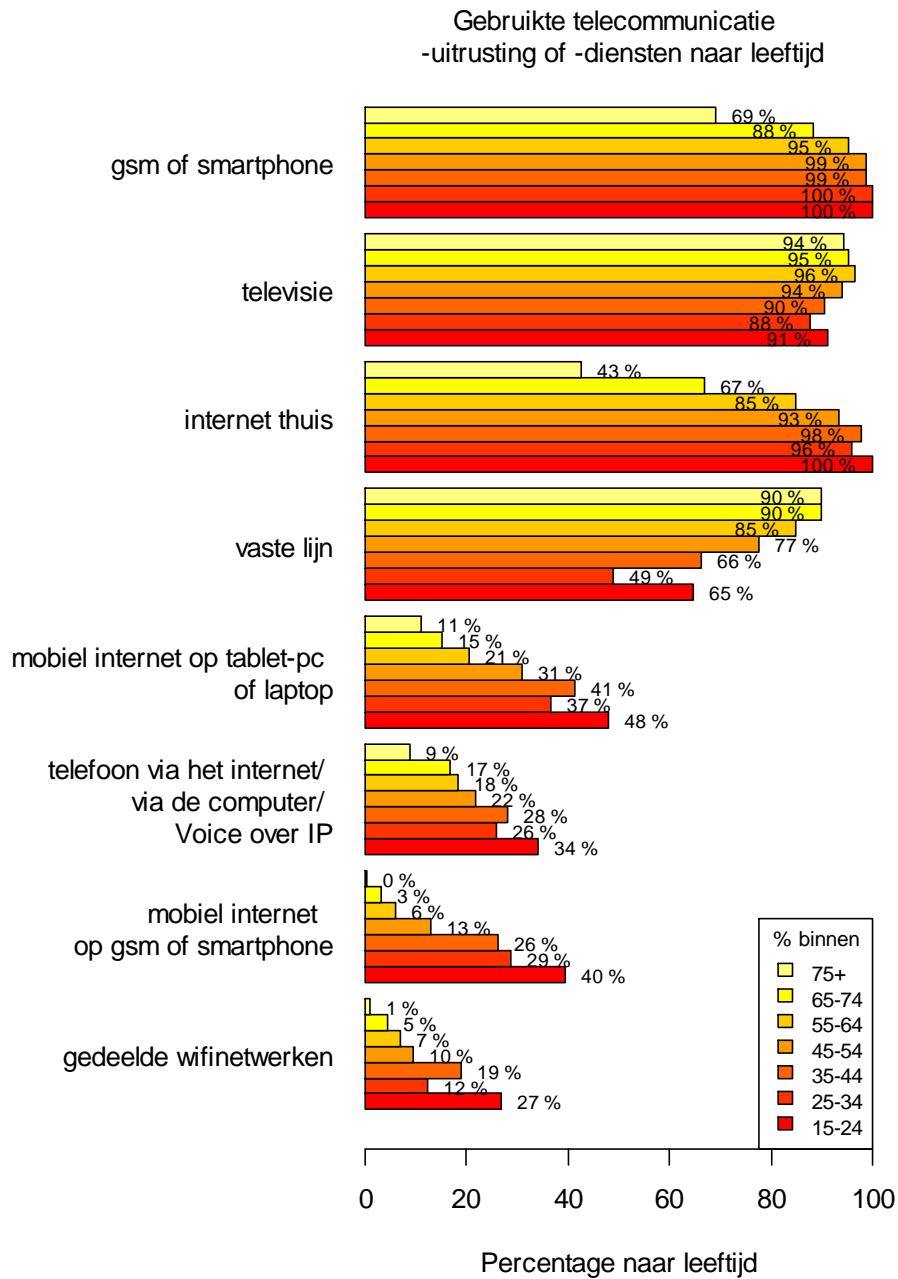


**Grafiek 1: Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 94 % van de respondenten het antwoord 'Gsm of smartphone' heeft geselecteerd, 92 % 'Televisie', 86 % 'Internet thuis', 73 % 'Vaste lijn', 31 % 'Mobiel internet op tablet-pc of laptop', 23 % 'Telefoon via het internet/via de computer/Voice over IP', 18 % 'Mobiel internet op gsm of smartphone' en 12 % 'Gedeeld wifinetwerk'.

We stellen vast dat vrijwel alle ondervraagde personen over een gsm of smartphone en televisie beschikken. De internetverbinding thuis volgt op de voet terwijl de vaste lijn minder wordt gebruikt, bij minder dan drie personen op vier.

Voor het mobiel internet op tablet-pc of laptop zijn de cijfers abnormaal hoog. Het is mogelijk dat er verwarring is opgetreden tussen het wifi- en het 3G-systeem (en de gelijkwaardige producten). Enkel het tweede systeem was bedoeld door de omschrijving van het antwoord. Het is echter waarschijnlijk dat de cijfers ook het gebruik van wifi binnen het gezin in huis of in de tuin verraden. Bijgevolg zal deze omschrijving in de volgende vragenlijst worden gewijzigd (2013).



**Grafiek 2: Gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten per leeftijd**

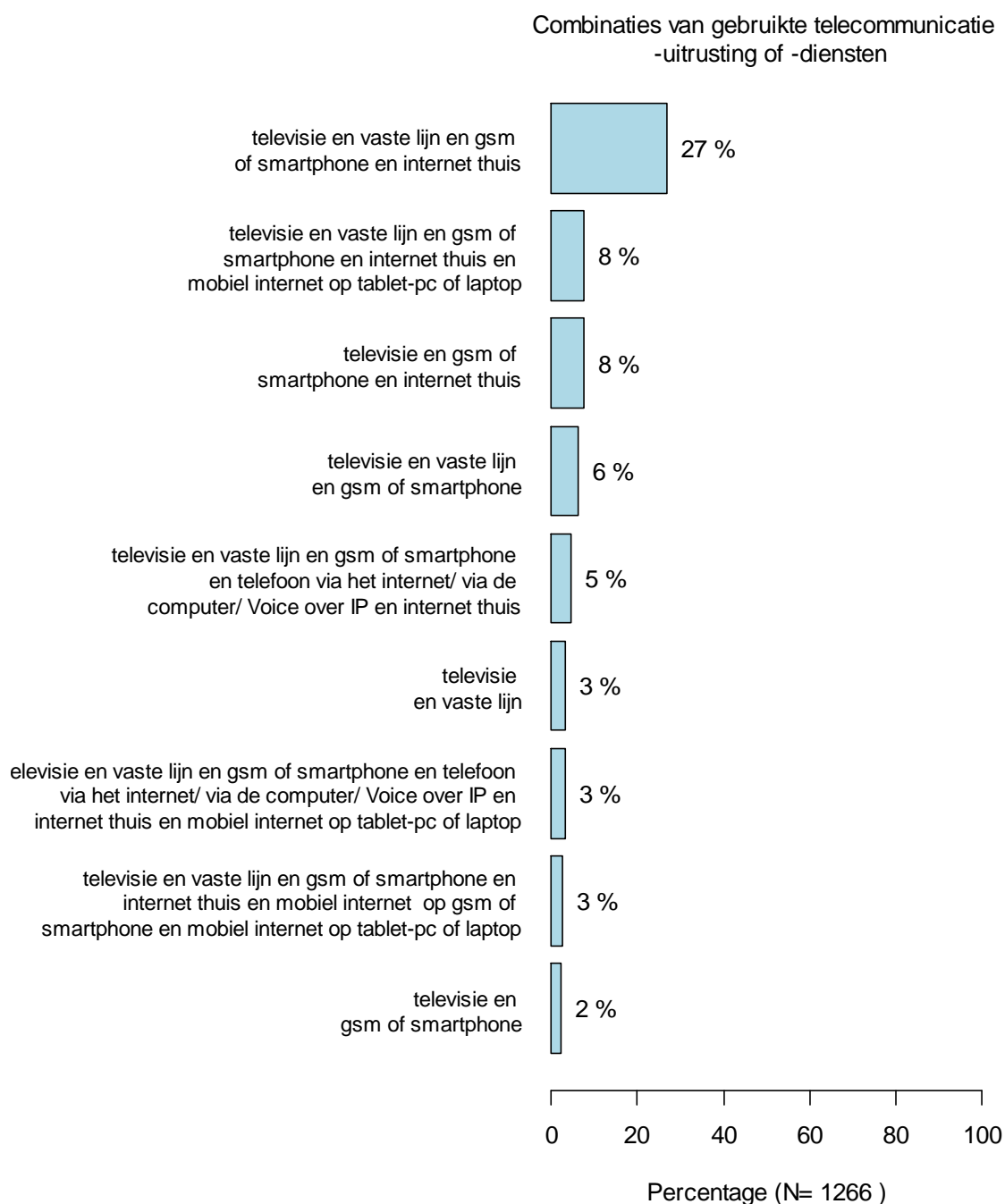
Bovenstaande grafiek illustreert de verschillende soorten gebruik van telecommunicatiediensten naargelang van de leeftijd van de respondenten. Vrijwel alle respondenten tussen 15 en 54 jaar verklaren dat ze een gsm of smartphone gebruiken. Eens de 54 voorbij daalt de penetratiegraad van de gsm beetje bij beetje en bij personen van 75 jaar en ouder bedraagt dit nog 69 %. Hetzelfde fenomeen, maar dan nog iets uitgesprokener, merken we op bij het internet thuis. Daar daalt de penetratiegraad van 100 % bij de 15-24-jarigen naar 43 % bij de 75-jarigen en ouder. Het is geen verrassing dat de andere nieuwe technologieën (mobiel internet, VOIP, gedeeld wifinetwerk) dezelfde trend volgen op de leeftijdspiramide. De enige dienst die het tegenovergestelde doet, is de vaste lijn, een dienst waarvan duidelijk meer gebruikt wordt gemaakt door ouderen. De vaste lijn wordt ook

meer gebruikt door de 15-24-jarigen dan door de 25-34-jarigen. Waarschijnlijk omdat een niet te verwaarlozen percentage van de 15-24-jarigen nog bij hun ouders woont. Het gebruik van de televisie blijft relatief constant, ongeacht de leeftijdsgroep. Samengevat kunnen we zeggen dat de penetratiegraad van alle uitrusting en diensten, met uitzondering van de vaste lijn en de televisie, daalt met de leeftijd. Eenzelfde analyse naargelang van het geslacht en het gewest waarin de mensen woonachtig zijn, heeft daarentegen niets significant aangetoond.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal gebruikte telecommunicatie-uitrusting of diensten	1	3	4	5	8

**Tabel 1: Aantal gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten**

Bovenstaande tabel toont aan dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 8 telecommunicatiediensten selecteren van de 8 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert 4 diensten of minder. 18 % van de respondenten heeft 6 diensten of meer geselecteerd.

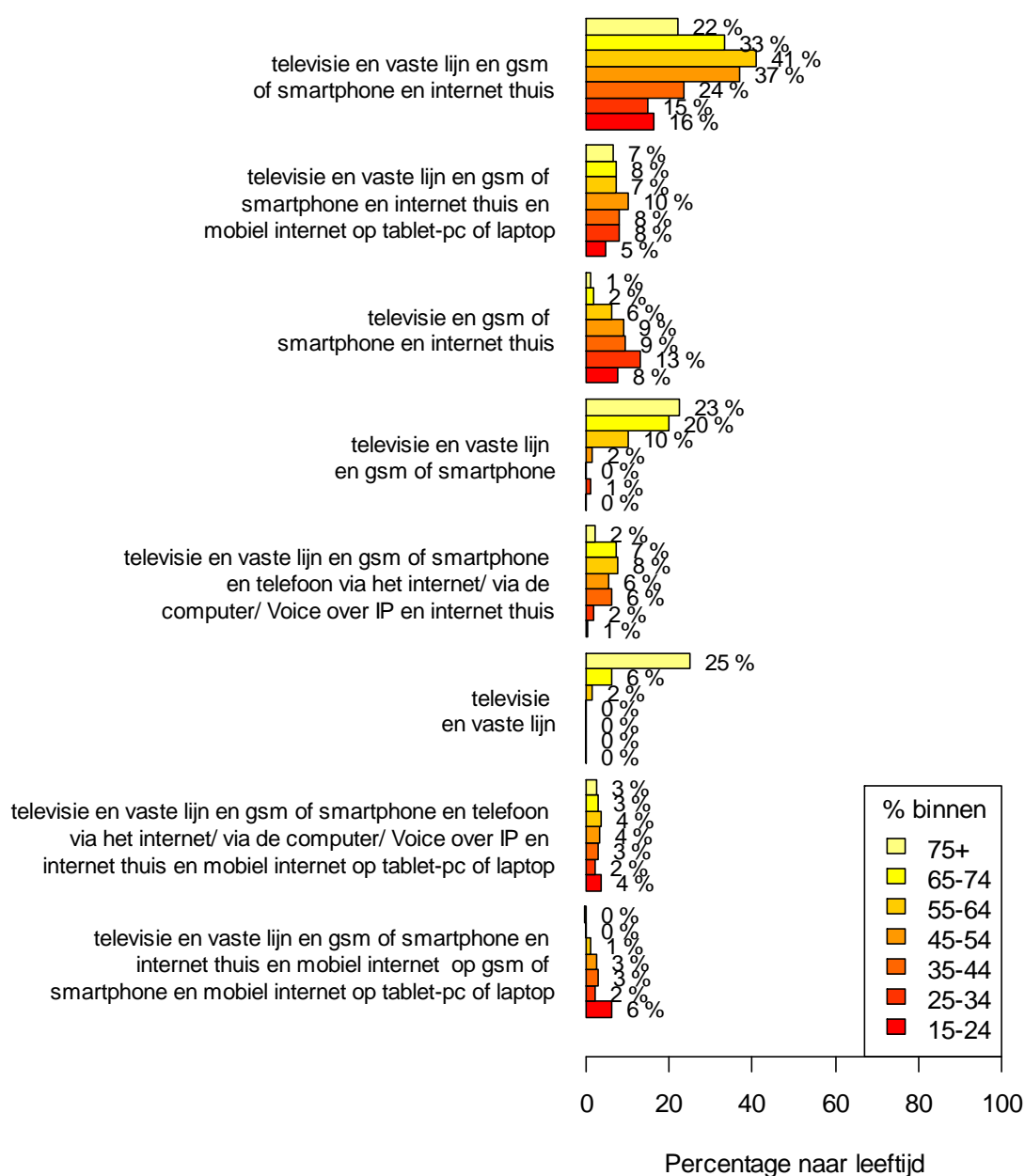


**Grafiek 3: Combinaties van gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten**

Op basis van deze vaststelling hebben we de vaakst voorkomende combinaties van antwoorden bestudeerd (bovenstaande grafiek). Daaruit blijkt dat de vaakst voorkomende combinatie 'Televisie', 'Vaste lijn', 'Gsm of smartphone' en 'Internet thuis' is, geselecteerd door 27 % van de respondenten. Ze heeft een ruime voorsprong op alle andere combinaties. We wensen op te merken dat deze 4 uitrustingen de 4 meest gebruikte uitrustingen zijn (in brutopercentage). Vervolgens is de combinatie 'Televisie', 'Vaste lijn', 'Gsm of smartphone', 'Internet thuis' en 'Mobiel internet op tablet-pc of laptop' geselecteerd door 8 % van de respondenten. Daarna is de combinatie 'Televisie', 'Gsm

of smartphone' en 'Internet thuis' geselecteerd door 8 % van de respondenten. Vervolgens is de combinatie 'Televisie', 'Vaste lijn' en 'Gsm of smartphone' geselecteerd door 6 % van de respondenten. En tot slot is de combinatie 'Televisie', 'Vaste lijn', 'Gsm of smartphone', 'Telefoon via het internet/via de computer/Voice over IP' en 'Internet thuis' geselecteerd door 5 % van de respondenten. Op basis van deze vaakst voorkomende antwoorden (die slechts 65 % van de respondenten omvatten op de grafiek omdat de antwoordcombinaties zo uiteenlopend zijn) zien we duidelijk dat één combinatie van diensten er echt uit springt, de groepering van de diensten in de Triple play-pakketten thuis (televisie, internet, telefoon) en van de gsm. Daarna vinden we dezelfde combinatie met daarbij mobiel internet op pc en tablet-pc. Deze laatste combinatie moet met de nodige voorzichtigheid worden geanalyseerd door de mogelijke verwarring tussen internet via wifi en internet via 3G, zoals hiervoor al aangehaald.

### Combinaties van gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten naar leeftijd

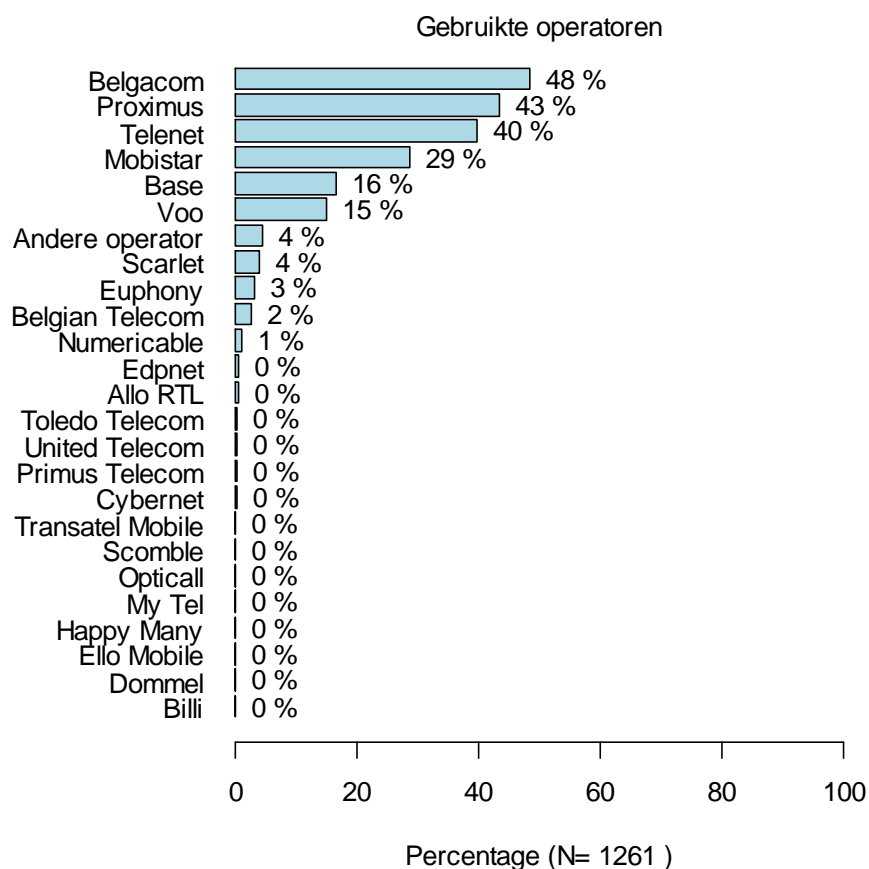


**Grafiek 4: Combinaties van gebruikte telecommunicatie-uitrusting of -diensten**

Het is geen verrassing dat de analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de leeftijd relatief overlapt met de analyse per item (eerder dan per combinatie van items). Dit leert ons dat de combinaties zonder nieuwe technologieën, behalve dan de gsm, voorbehouden zijn aan de oudere personen, terwijl het achterwege laten van de vaste lijn nog maar eens uitgesproken is bij de jongste generaties. Op het vlak van de andere sociodemografische variabelen is er ook dit keer niets te melden.

## 2.2. Betrokken telecommunicatieoperatoren

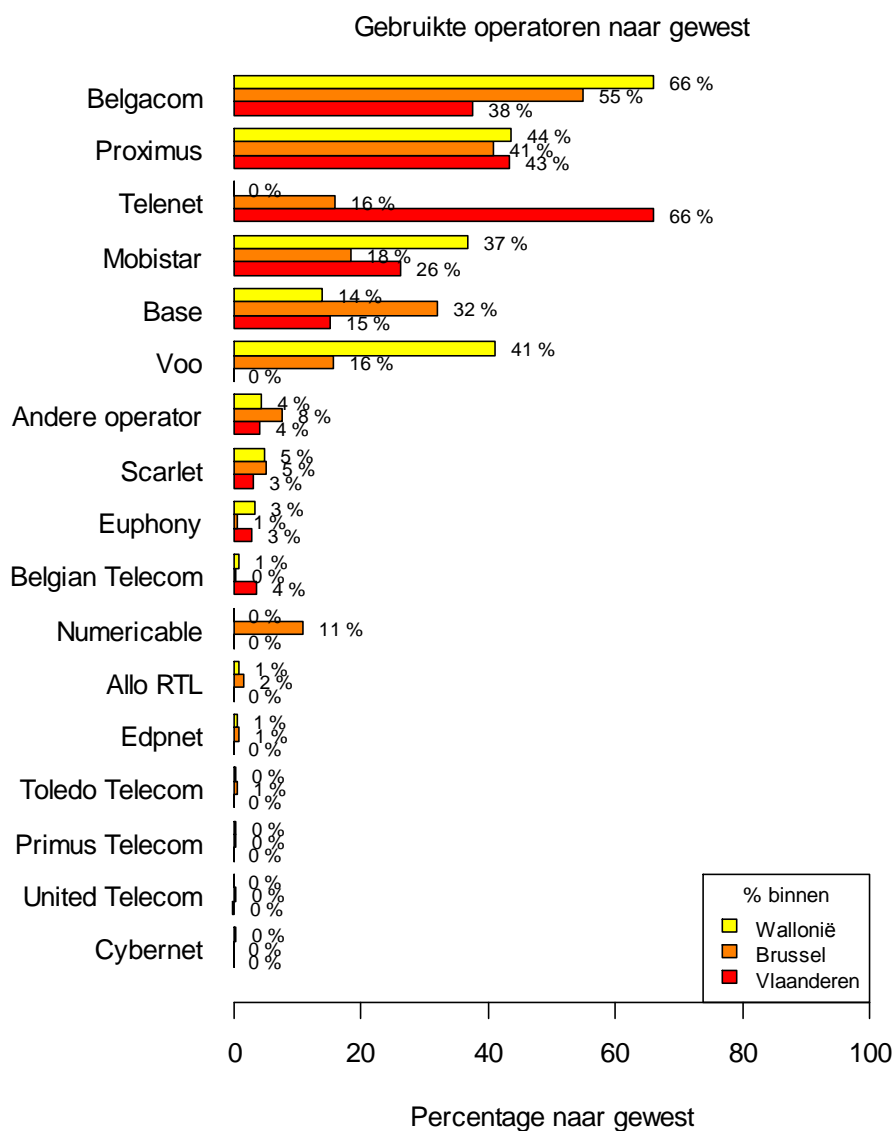
De tweede vraag van dit deel over de telecommunicatiediensten gaat over de operatoren waarop de respondent een beroep doet. De vraag was als volgt geformuleerd: *Kunt u aangeven welke operatoren u gebruikt voor uw verschillende diensten? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden bestonden uit de 24 operatoren met het grootste marktaandeel voor de desbetreffende diensten in België. Dankzij een rubriek 'Andere' met een open antwoordveld konden we bevestigen dat er geen enkele operator met een marktaandeel voor de desbetreffende diensten werd vergeten.



**Grafiek 5: Telecommunicatieoperatoren**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 48 % van de respondenten het antwoord 'Belgacom' heeft geselecteerd, 43 % 'Proximus', 40 % 'Telenet', 29 % 'Mobistar', 16 % 'Base', 15 % 'Voo', 4 % 'Andere operator', 4 % 'Scarlet', 3 % 'Euphony', 2 % 'Belgian Telecom', 1 % 'Numericable', 0,4 % 'Edpnet', 0,4 % 'Allo RTL', 0,2 % 'Toledo Telecom', 0,1 % 'United Telecom', 0,1 % 'Primus Telecom', 0,1 % 'Cybernet' en 0 % 'Transatel Mobile', 'Scomble', 'Opticall', 'My Tel', 'Happy Many', 'Ello Mobile', 'Dommel' en 'Billi'. We stellen vast dat deze cijfers grosso modo overeenstemmen met de verdeling van

het marktaandeel in België (BIPT (2011), Situatie van de elektronische-communicatiesector 2011), in elk geval voor de operatoren met het grootste marktaandeel.



Grafiek 6: Telecommunicatieoperatoren per gewest

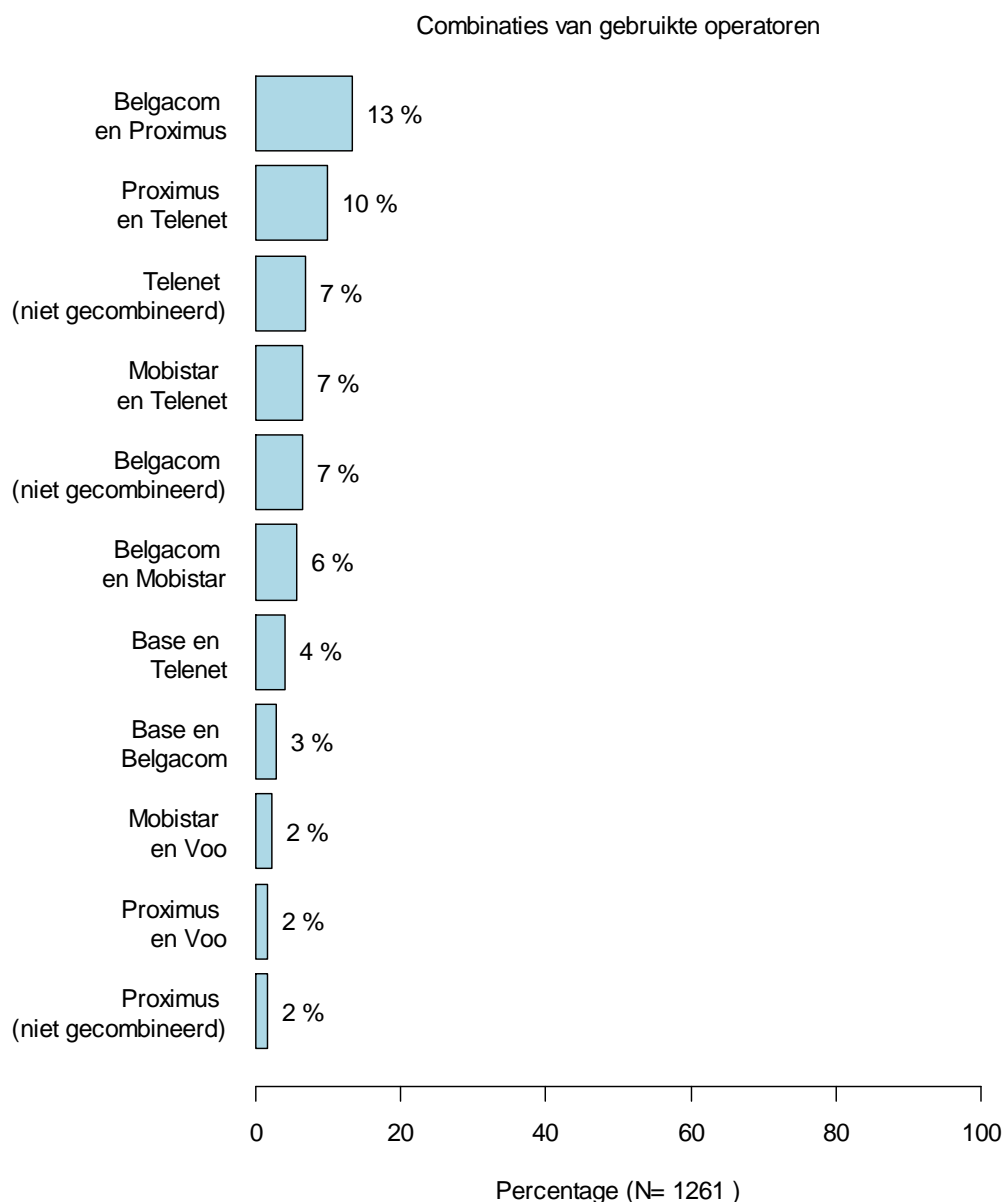
Op gewestelijk niveau bestaan er grote verschillen tussen de operatoren. De meeste verschillen zijn eenvoudigweg te wijten aan het feit dat de operatoren die internetdiensten en diensten voor vaste telefonie verkopen niet noodzakelijkerwijs aanwezig zijn in elk gewest van het land. Dankzij de informatie uit deze analyse kunnen wij het percentage respondenten voor elke operator van mobiele telefonie en Belgacom vergelijken ten opzichte van de nationale geografische dekking. Zo merken we bijvoorbeeld op dat Belgacom duidelijk meer aanwezig is in Wallonië dan in Vlaanderen. En dat terwijl het gebruik van de historische dienst, de vaste lijn, geen duidelijk onderscheid vertoont tussen de gewesten. Wat de operatoren voor mobiele telefonie betreft, lijkt het aantal respondenten dat Mobistar en Base heeft aangeduid vergelijkbaar te zijn. In Brussel werd Base geselecteerd door meer

respondenten en voor Mobistar was dat het geval in de andere gewesten. Proximus blijft relatief stabiel, ongeacht het gewest. Dezelfde soort analyse naargelang van het geslacht en de leeftijd heeft niets significant opgeleverd, met uitzondering dan van het feit dat Belgacom iets meer wordt gebruikt door de oudere respondenten en dat Base daarentegen grotendeels een jonger publiek aanspreekt.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal gebruikte operatoren	1	2	2	2	7

**Tabel 2: Aantal gebruikte operatoren**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 7 telecommunicatieoperatoren selecteren van de 8 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert 2 operatoren of minder. 23 % van de respondenten heeft 3 operatoren of meer geselecteerd.



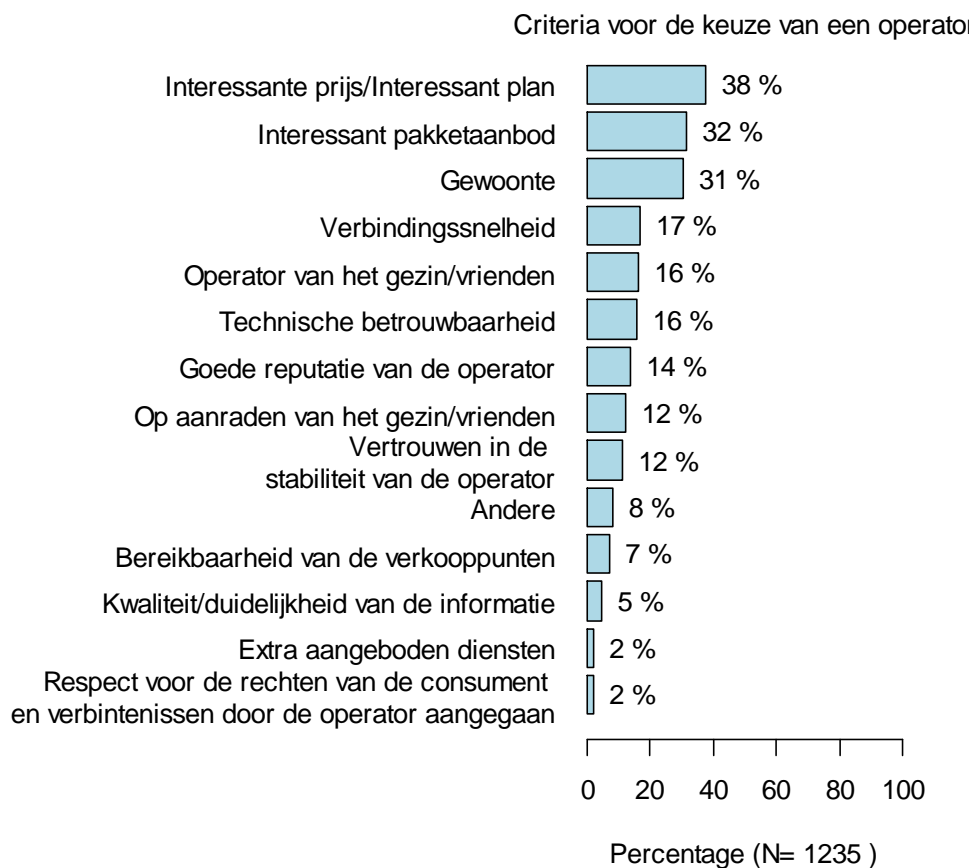
**Grafiek 7: Combinaties van telecommunicatieoperatoren**

Op basis van deze vaststelling hebben we de vaakst voorkomende combinaties van antwoorden bestudeerd (bovenstaande grafiek). Daaruit blijkt dat de vaakst voorkomende combinatie 'Belgacom en Proximus' is die werd geselecteerd door 13 % van de respondenten. Vervolgens werd de combinatie 'Proximus en Telenet' geselecteerd door 10 % van de respondenten. Daarna werd de combinatie 'Telenet (niet-gecombineerd)' geselecteerd door 7 % van de respondenten. Vervolgens werd de combinatie 'Mobistar en Telenet' geselecteerd door 7 % van de respondenten. Daarna werd de combinatie 'Belgacom (niet-gecombineerd)' geselecteerd door 7 % van de respondenten. En tot slot werd de combinatie 'Belgacom en Mobistar' geselecteerd door 6 % van de respondenten. Op basis van deze vaakst voorkomende antwoorden (die slechts 62 % van de respondenten omvatten op de grafiek omdat de antwoordcombinaties zo uiteenlopend zijn) stellen we vast dat het hoofdzakelijk

om combinaties van Belgacom of een kabeloperator met een mobiele operator gaat. Het zal interessant zijn om de evolutie van deze combinaties te observeren naarmate er steeds meer Quadruple play-aanbiedingen op de markt zullen komen die mobiele telefonie combineren met de klassieke Triple play (internet-televisie-vaste lijn). De analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de sociodemografische variabelen levert niets nieuws op.

### 2.3. Criteria voor de keuze van een operator

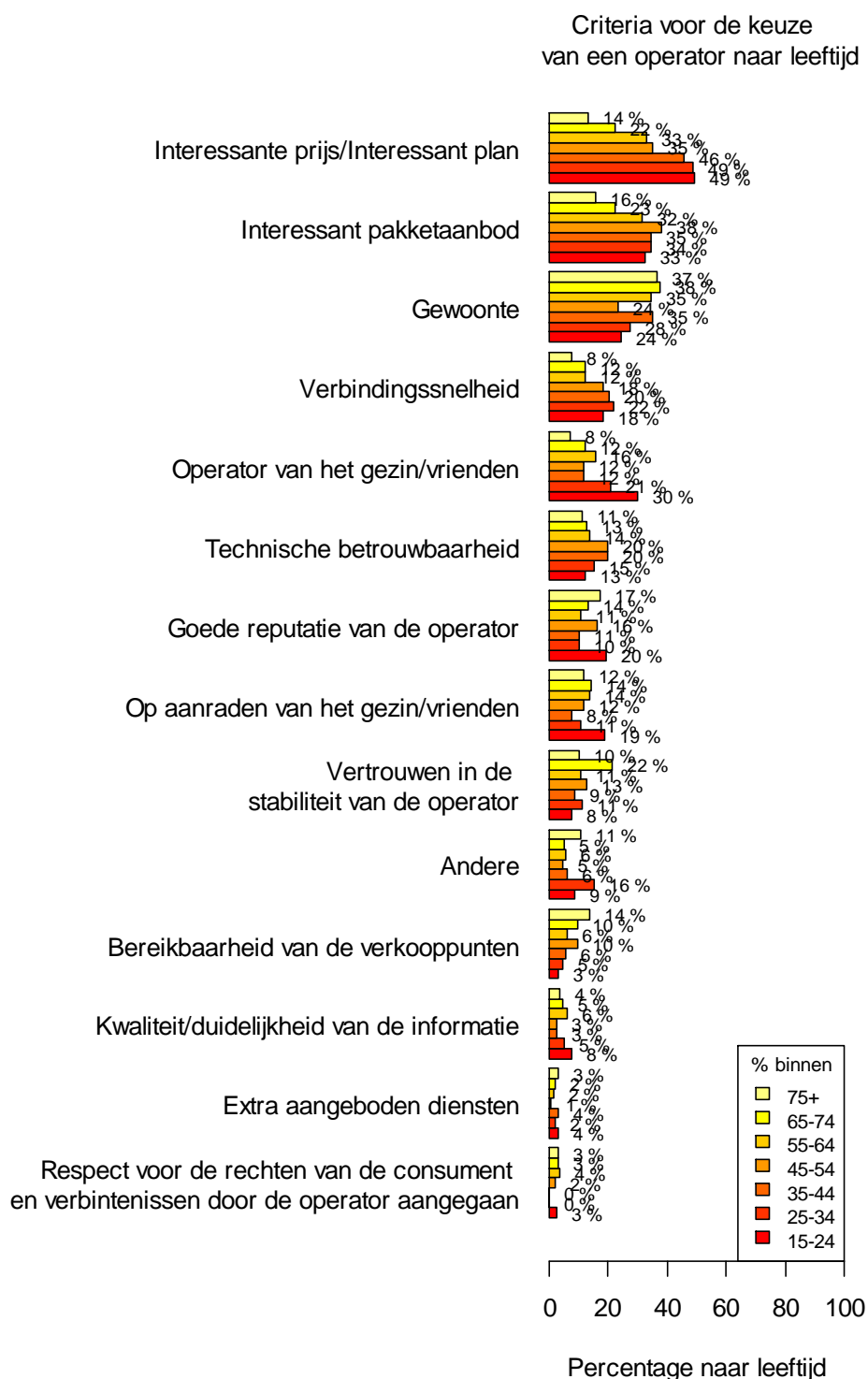
De derde vraag van dit deel gaat over de criteria die worden gehanteerd bij de keuze van een operator. De vraag was als volgt geformuleerd: *Wat waren uw selectiecriteria bij uw recentste operatorkeuze? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Interessant pakketaanbod (pack); Interessante prijs/Interessant tariefplan; Goede reputatie van de operator; Extra aangeboden dienst(en) (bv. aantal e-mailadressen, telefoonnummers); Respect voor de rechten van de consument en verbintenissen door de operator aangegaan; Vertrouwen in de stabiliteit van de operator (bv. geen risico op faillissement); Technische betrouwbaarheid van de operator; Bereikbaarheid van de verkooppunten; Kwaliteit/duidelijkheid van de informatie; Verbindingsnelheid voor internettoegang; Ik ben deze operator gewoon; Mijn gezin/vrienden zitten al bij deze operator; Ik heb deze operator gekozen op aanraden van mijn gezin/vrienden; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.



**Grafiek 8: Criteria voor de keuze van een operator**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 38 % van de respondenten het antwoord 'Interessante prijs/Interessant plan' heeft geselecteerd, 32 % 'Interessant pakketaanbod', 31 % 'Gewoonte', 17 % 'Verbindingssnelheid', 16 % 'Operator van het gezin/vrienden', 16 % 'Technische betrouwbaarheid', 14 % 'Goede reputatie van de operator', 12 % 'Op aanraden van het gezin/vrienden', 12 % 'Vertrouwen in de stabiliteit van de operator', 8 % 'Andere', 7 % 'Bereikbaarheid van de verkooppunten', 5 % 'Kwaliteit/duidelijkheid van de informatie', 2 % 'Extra aangeboden diensten' en 2 % 'Respect voor de rechten van de consument en verbintenissen door de operator aangegaan'.

We stellen hier vast dat het eerste criterium voor de keuze van een operator economisch is. De factuur lijkt de keuze te bepalen, of het nu aan de hand van een interessante prijs of een interessant pakketaanbod is. Vervolgens is het de gewoonte die de basis vormt voor de keuze. Op de voet gevolgd door twee goed vertegenwoordigde antwoordopties: de invloed van het gezin en van vrienden die ook trouw zijn aan een operator. Bij de analyse van andere vragen zullen we dit duo op de eerste plaats ruimschoots kunnen bevestigen op het vlak van beslissingscriteria op de Belgische telecommunicatiemarkt.



**Grafiek 9: Criteria voor de keuze van een operator per leeftijd**

Bovenstaande grafiek illustreert de keuzecriteria die worden uitgesplitst naargelang van de leeftijd van de respondenten. We stellen vast dat de jongsten vaker economische criteria aanhalen terwijl dat voor de ouderen doorgaans het criterium van de gewoonte is. Adolescenten en jonge volwassenen lijken duidelijk gevoeliger te zijn voor de invloed van vrienden en familie, of het nu gaat om

advies of om kopeergedrag. Op het vlak van de verschillen tussen de geslachten en de gewesten is er niets fundamenteels naar voren gekomen.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal criteria voor de keuze van een operator	1	1	2	3	11

**Tabel 3: Aantal criteria voor de keuze van een operator**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 11 keuzecriteria selecteren van de 14 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert 2 criteria of minder. 13 % van de respondenten heeft 4 criteria of meer geselecteerd.



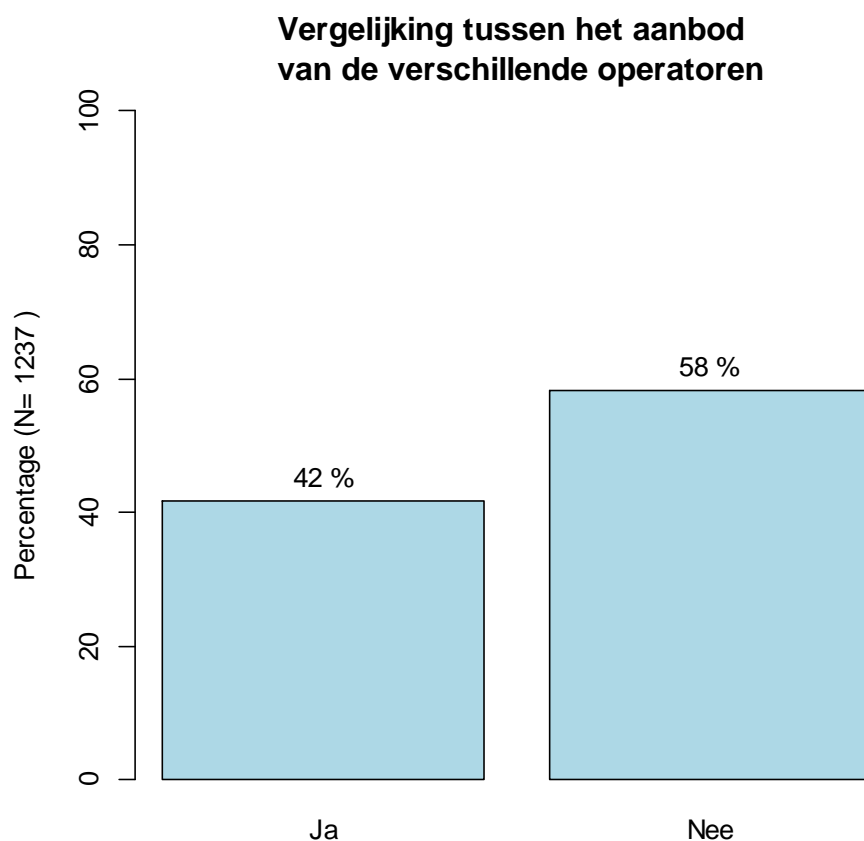
**Grafiek 10: Combinaties van criteria voor de keuze van een operator**

Op basis van deze vaakst voorkomende antwoorden (die slechts 50 % van de respondenten omvatten op de grafiek omdat de antwoordcombinaties zo uiteenlopend zijn) zien we duidelijk dat het geen vaste combinatie is die het vaakst werd geselecteerd, maar wel op zichzelf staande antwoorden. Met vaste combinatie bedoelen we hier de combinatie van twee of meer antwoorden. Ze

wordt als vast beschouwd omdat we ze bij een groot aantal respondenten zijn tegengekomen. Bovendien omvatten alle meest geselecteerde combinaties de sleutelcriteria zoals de prijs en de gewoonte of de gebruiken binnen het gezin en bij vrienden. De analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de leeftijd, het geslacht en het gewest levert niets nieuws op.

## 2.4. Worden de aanbiedingen met elkaar vergeleken voordat een operator wordt gekozen?

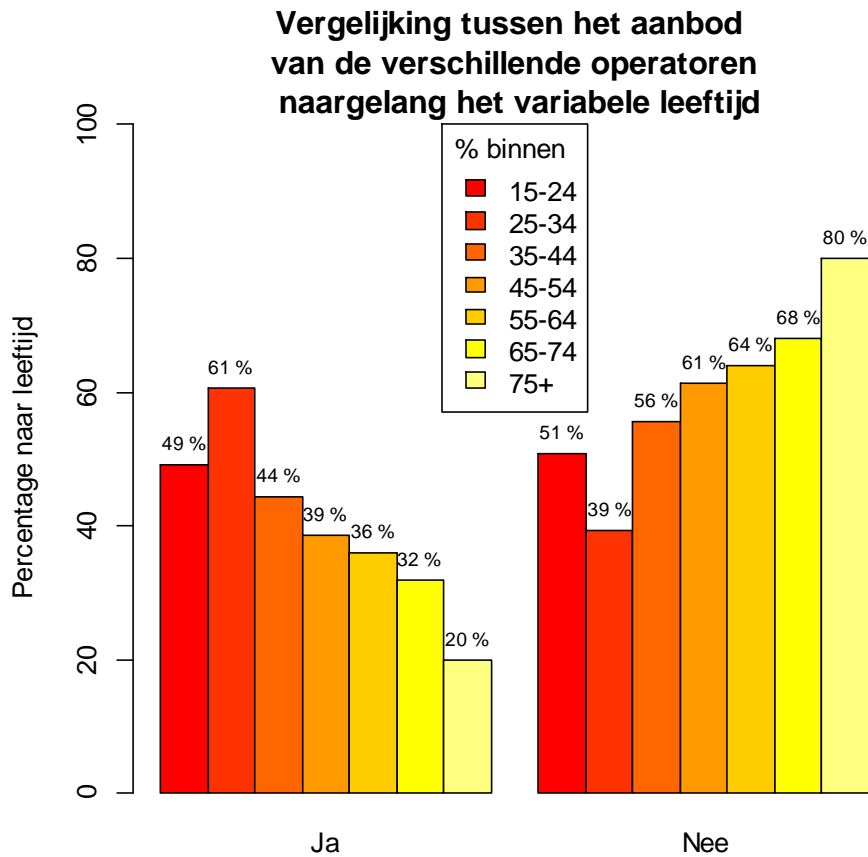
De vierde vraag van dit deel ging over de keuze van de operatoren. Ze was als volgt geformuleerd: *De laatste keer dat u een abonnement hebt genomen op een telecommunicatiedienst (telefoon, internet, gsm, televisie enz.), hebt u dan het aanbod vergeleken van de verschillende operatoren die deze dienst aanboden?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag.



Grafiek 11: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren

Bovenstaande grafiek toont ons dat 42 % van de respondenten het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd en 58 % 'Nee'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten de aanbiedingen van de verschillende operatoren niet heeft vergeleken voordat ze een abonnement hebben genomen op een telecommunicatiedienst.

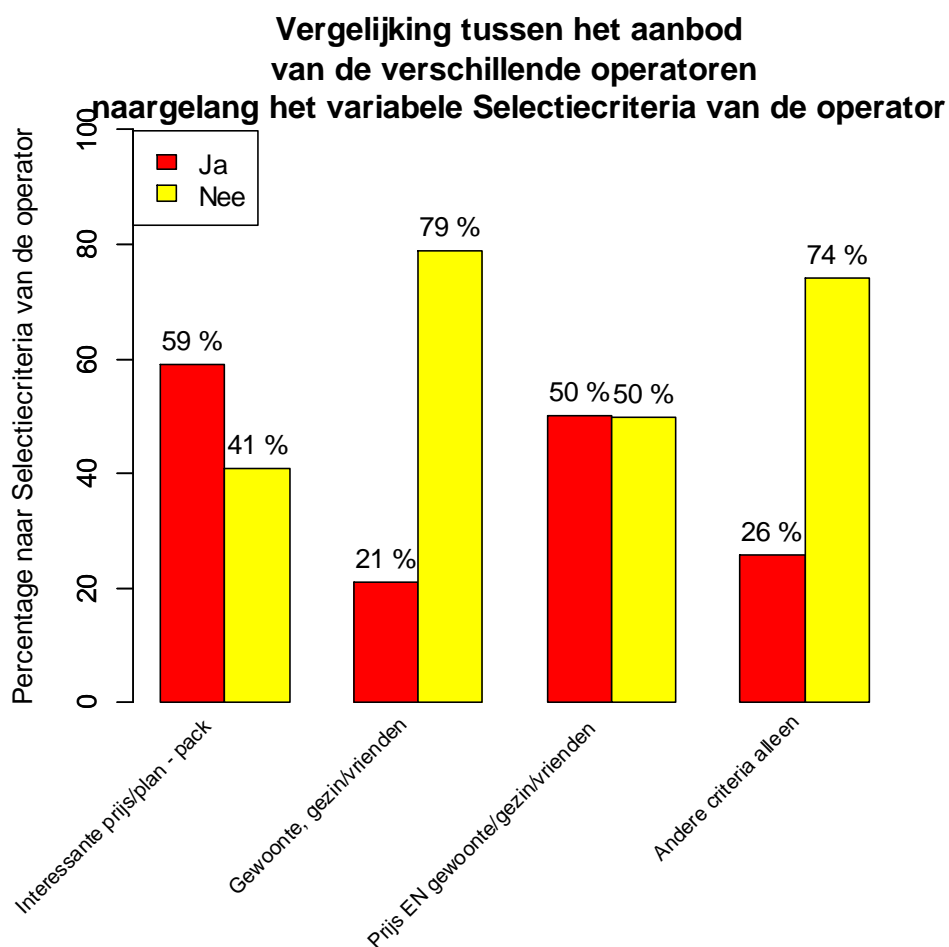


**Grafiek 12: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren naargelang van de leeftijdsvariabele**

Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie. De jonge volwassenen vergelijken duidelijk meer dan hun oudere soortgenoten. We stellen echter ook vast dat bij de 25-34-jarigen deze vergelijkingen iets meer dan verwacht zitten verankerd.

Om deze hypothese na te gaan, hebben we de antwoorden op de vorige vraag samengevat zodat we deze neiging om de aanbiedingen te vergelijken naargelang van de naar voren geschoven keuzecriteria konden analyseren. Daartoe hebben we de antwoorden op de derde vraag onderverdeeld in vier niveaus:

- Interessante prijs, interessant plan of pakket. Gewoonte en invloed van vrienden of familie. Een combinatie van prijs EN gewoonte. Enkel andere criteria dan de prijs en gewoonte.



**Grafiek 13: Vergelijking tussen de aanbiedingen van de verschillende operatoren naargelang van de variabele 'Criteria voor de keuze van een operator'**

Bovenstaande grafiek bevestigt ruimschoots de aangehaalde hypothese: het lijkt erop dat het vooral de personen zijn die de prijs als criterium voor de keuze van de operatoren hanteren de aanbiedingen van de operatoren vergelijken. Dat wil niet noodzakelijk zeggen dat enkel de prijs wordt vergeleken, maar we kunnen er redelijkerwijs van uitgaan dat dit het voornaamste criterium is. De volgende vragen zullen ons in staat stellen om deze analyse nog wat te verfijnen.

## 2.5. Informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren

De vijfde en laatste vraag van dit deel gaat over de informatiebronnen die worden geraadpleegd voor de vergelijking van de operatoren. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat ze de aanbiedingen van de verschillende operatoren vergelijken. Slechts 42 % van de respondenten (517 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Indien u het aanbod vergeleken hebt, welke bronnen*

hebt u dan geraadpleegd om deze vergelijkingen te maken? Meerdere antwoorden mogelijk. De voorgestelde antwoorden waren de volgende: Website van de operatoren; Winkels van de operatoren; Winkels gespecialiseerd in telecommunicatie; Tariefvergelijking van het BIPT ([www.bestetarief.be](http://www.bestetarief.be)); Andere tariefvergelijking; Website gespecialiseerd in de vergelijking van diensten; Website van een consumentenorganisatie (bv. Test-Aankoop); Andere website; De media in het algemeen; Reclame; Mijn gezin, mijn vrienden; Andere. Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.



**Grafiek 14: Informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren bij hen die vergelijken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 58 % van de personen die vergelijken (24 % van alle respondenten) het antwoord 'Website van de operatoren' heeft geselecteerd, 23 % (10 %) 'Gezin/vrienden', 20 % (8 %) 'Reclame', 19 % (8 %) 'Winkels van de operatoren', 11 % (5 %) 'Website van een consumentenorganisatie', 10 % (4 %) 'Gespecialiseerde winkels', 8 % (3 %) 'De media in het algemeen', 8 % (3 %) 'Website gespecialiseerd in de vergelijking van diensten', 4 % (2 %) 'Andere', 3 % (1 %) 'Andere tariefvergelijking', 3 % (1 %) 'Tariefvergelijking van het BIPT' en 2 % (0,8 %) 'Andere website'.

We stellen vast dat één informatiebron eruit springt: de websites van de operatoren. Dit wijst erop dat de vergelijking hoofdzakelijk in de privé sfeer gebeurt, zonder rechtstreeks contact met de verkopers van de diensten via een vertegenwoordiger (bijvoorbeeld in een winkel van de opera-

tor). Dit wordt bevestigd door de tweede bron, het gezin en de vrienden, wat er ons doet aan herinneren hoezeer het gezin en de vrienden een invloed hebben op de keuze in de Belgische telecommunicatiemarkt.

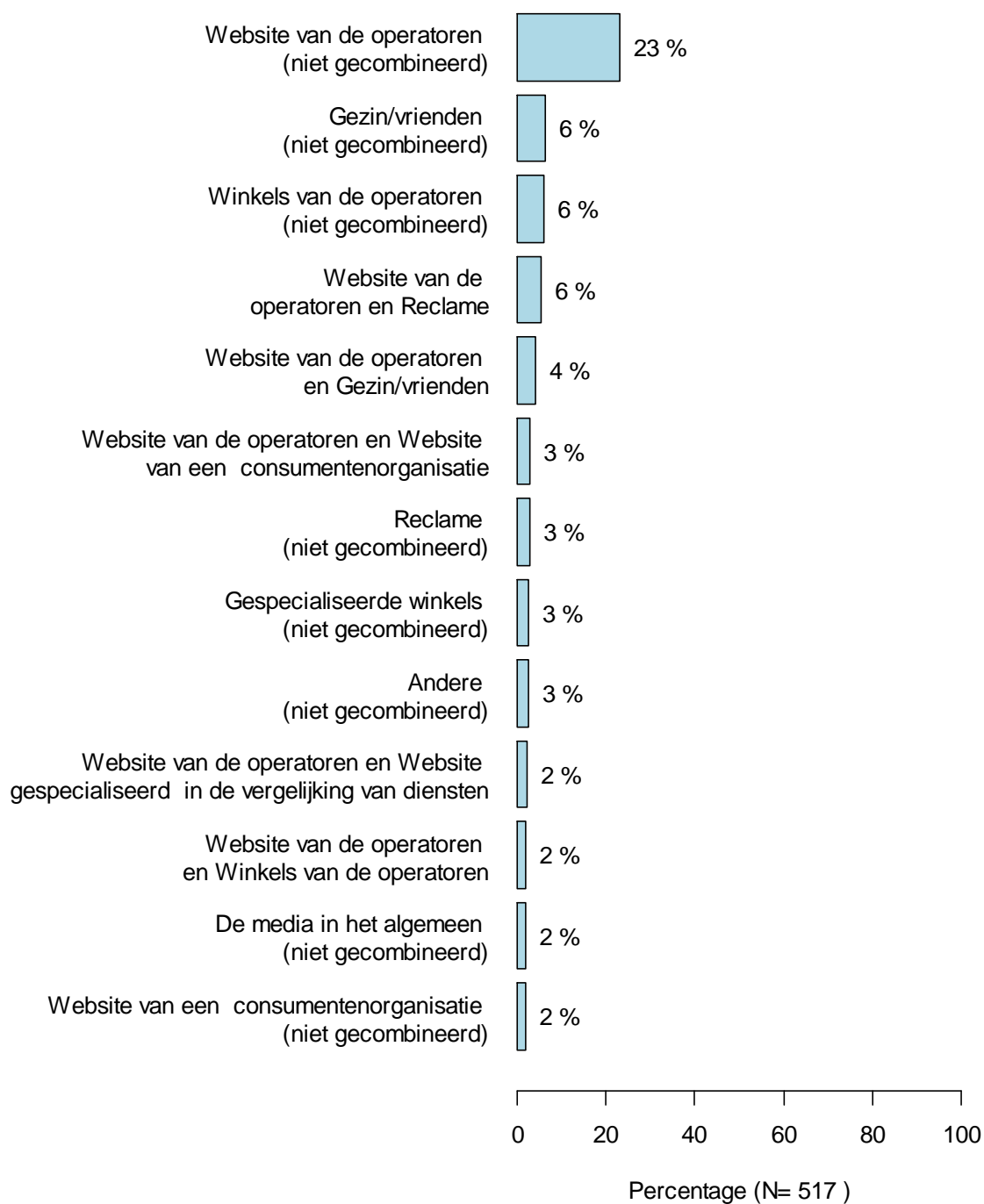
De analyse van de vergelijkingsbronnen die worden ingedeeld naargelang van de leeftijd van de respondenten levert niet echt iets nieuws op. We stellen zonder verrassing vast dat de websites van de operatoren minder worden bezocht door oudere personen, maar dit stemt overeen met het internetgebruik zelf binnen deze leeftijdsgroepen. Hetzelfde soort informatie blijkt uit de analyse per geslacht en per gewest.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal informatiebronnen voor de vergelijking van de aanbiedingen van de operatoren	1	1	1	2	5

**Tabel 4: Aantal informatiebronnen voor de vergelijking van de aanbiedingen van de operatoren**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 5 bronnen selecteren van de 12 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts één bron. 15 % van de respondenten heeft 3 bronnen of meer geselecteerd.

Combinaties van informatiebronnen voor de vergelijking van de aanbiedingen van de operatoren



**Grafiek 15: Combinaties van informatiebronnen voor de vergelijking van de operatoren bij hen die vergelijken**

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie. Toch toont bovenstaande grafiek (die enkel de combinaties omvat die in minstens

10 vragenlijsten opduiken) dat het de belangrijkste informatiebron is, de websites van de operatoren, die wordt samengevoegd met een ander antwoord wanneer wordt gekozen voor een combinatie van antwoorden. De analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de leeftijd, het geslacht en het gewest levert niets nieuws op.

## **2.6. Conclusies over het gebruik van de telecommunicatie-uitrusting en -diensten en de keuze van de operatoren**

Het eerste aspect dat werd onderzocht, is het gebruik van de telecommunicatie-uitrusting en diensten. De vier diensten waarvan het meest gebruik wordt gemaakt, alleen of in combinatie, zijn de gsm, de televisie, het internet thuis en de vaste lijn.

We kunnen zeggen dat de penetratiegraad van alle uitrustingen en diensten, met uitzondering van de vaste lijn en de televisie, daalt met de leeftijd. Zo worden de gsm of smartphone en internet thuis gebruikt door vrijwel alle respondenten van 15 tot 44 jaar. Het gebruik ervan daalt vervolgens in de hogere leeftijdsklassen.

In dezelfde logica zijn de combinaties van uitrustingen zonder nieuwe technologieën, behalve dan de gsm, voorbehouden aan de oudere personen, terwijl het achterwege laten van de vaste lijn uitgesprokener is bij de jongsten.

Wat de operatoren betreft, zijn de zes historische operatoren (Belgacom, Proximus, Telenet, Mobistar, Base en Voo) de meest gebruikte door de respondenten. De andere operatoren worden door minder dan 5 procent van de respondenten gebruikt.

De keuze van een operator wordt hoofdzakelijk bepaald door de voordelige prijzen, vooral dan bij de jongeren. De pakketaanbiedingen en de gewoonte zijn ook vaak gehanteerde criteria voor de keuze. Bovendien merken we op dat adolescenten en jonge volwassenen duidelijk gevoeliger lijken te zijn voor de invloed van vrienden en familie, of het nu gaat om advies of om kopeergedrag.

Minder dan de helft van de personen vergelijkt de aanbiedingen van de verschillende operatoren voordat ze een abonnement nemen. Wanneer er wordt vergeleken, is dat op basis van de informatie die hoofdzakelijk wordt verzameld op de websites van de operatoren, bij familie en vrienden, uit de reclame en in de winkels van de operatoren.

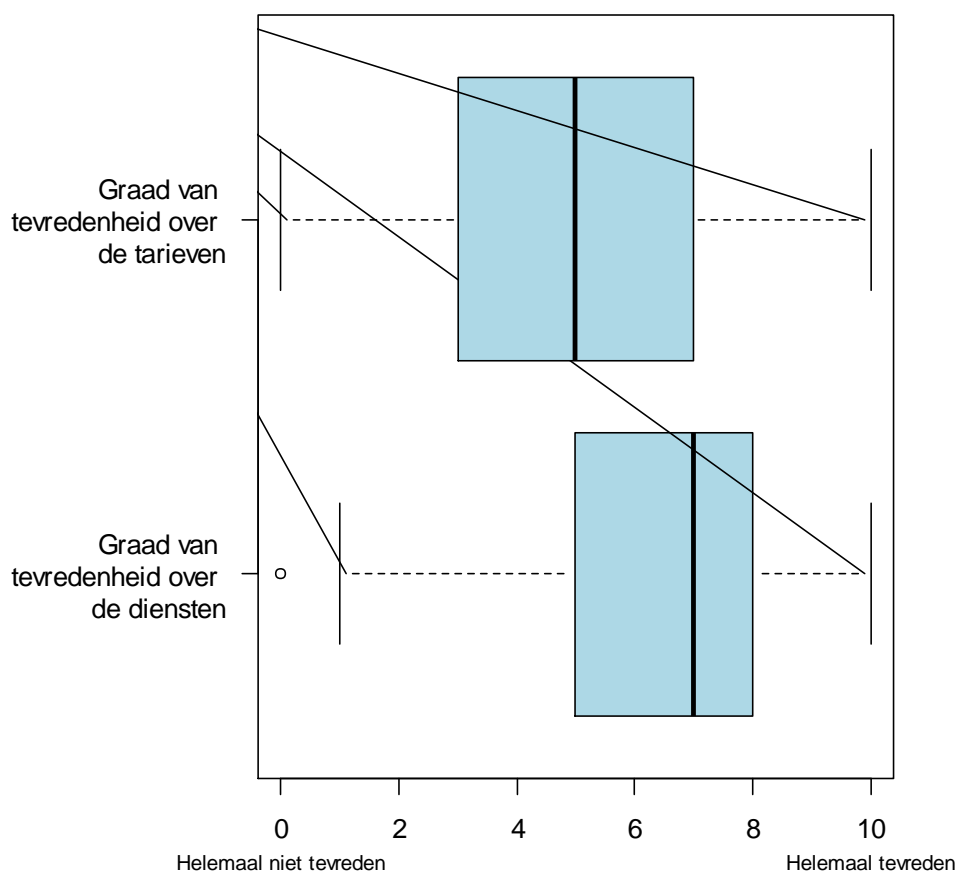
## 3. Tevredenheid, ondervonden problemen en houding bij problemen

Het tweede deel van de vragenlijst ging over de tevredenheid van de gebruikers, de problemen die ze hebben ondervonden en hun houding bij problemen. We hebben eerst de tevredenheid en het vertrouwen ten opzichte van de diensten en de operatoren onder de loep genomen. Vervolgens hebben we de problemen geïdentificeerd die ze hebben ondervonden en de stappen die werden ondernomen om deze problemen op te lossen. Tot slot hebben we opnieuw de kwestie van de vergelijking van de aanbiedingen aangevat, met name aan de hand van een paar vragen over de tariefsimulator van het BIPT.

Van de 1.262 respondenten die zijn overgebleven na de zuivering en de validering van de gegevens hebben 1.090 respondenten na weging (86 % in totaal) op de 11 niet-gefilterde vragen in dit deel geantwoord.

### 3.1. Graad van tevredenheid over de diensten en de prijzen

De eerste vraag van dit tweede deel werd als volgt geformuleerd: *Hoe tevreden bent u over a) de tarieven die beschikbaar zijn op de markt, dat wil zeggen bij alle mogelijke operatoren? b) de dienst waarvan u vorig jaar hebt gebruik gemaakt bij uw operator?* Voor elk item werd het voorgestelde antwoord aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet tevreden' en 10 voor 'Helemaal tevreden'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden.



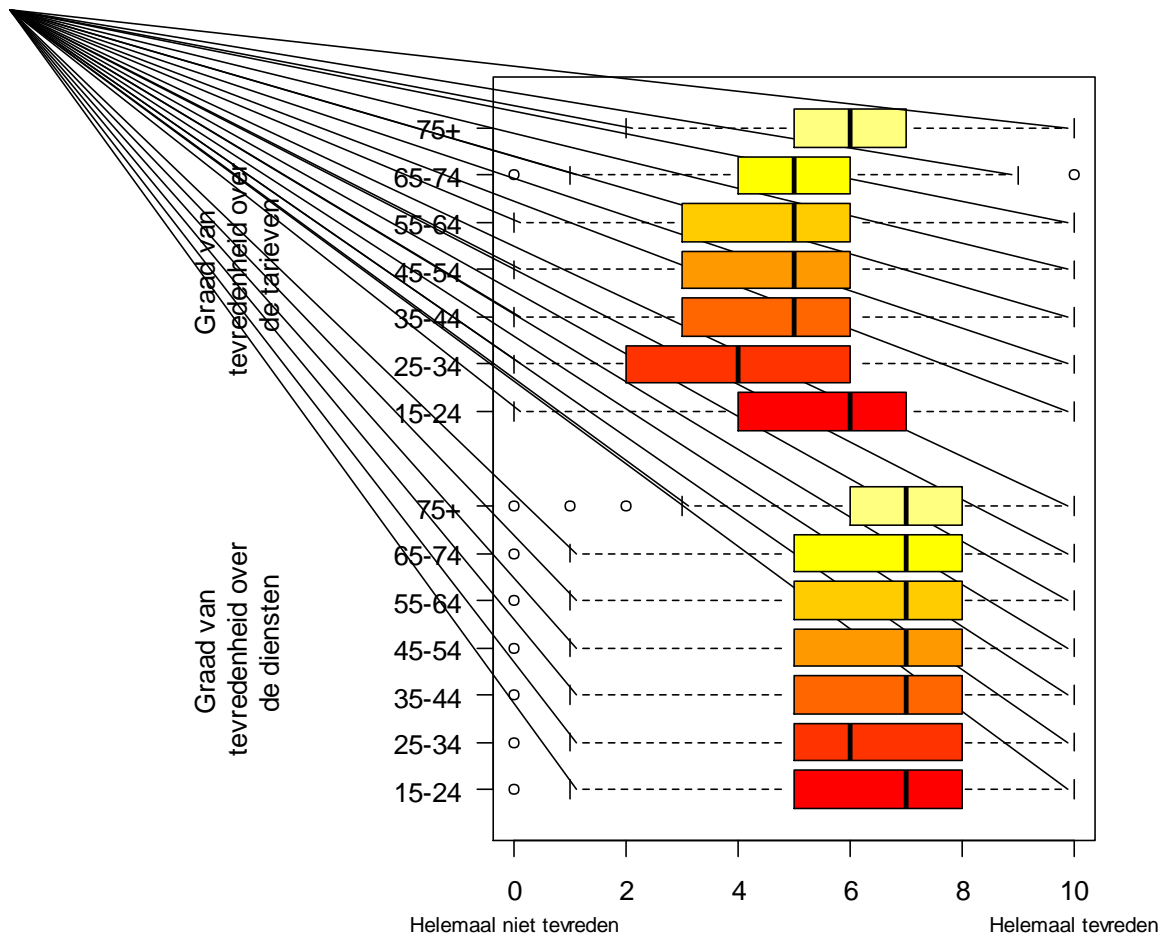
**Grafiek 16: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven**

	Min.	Q25 %	Q50 %	Q75 %	Max.	Gemiddeld	N	Geen mening	NAs
Graad van tevredenheid over de tarieven	0	3	5	7	10	4.7	997	226	43
Graad van tevredenheid over de diensten	0	5	7	8	10	6.2	1053	163	50

**Tabel 5: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven**

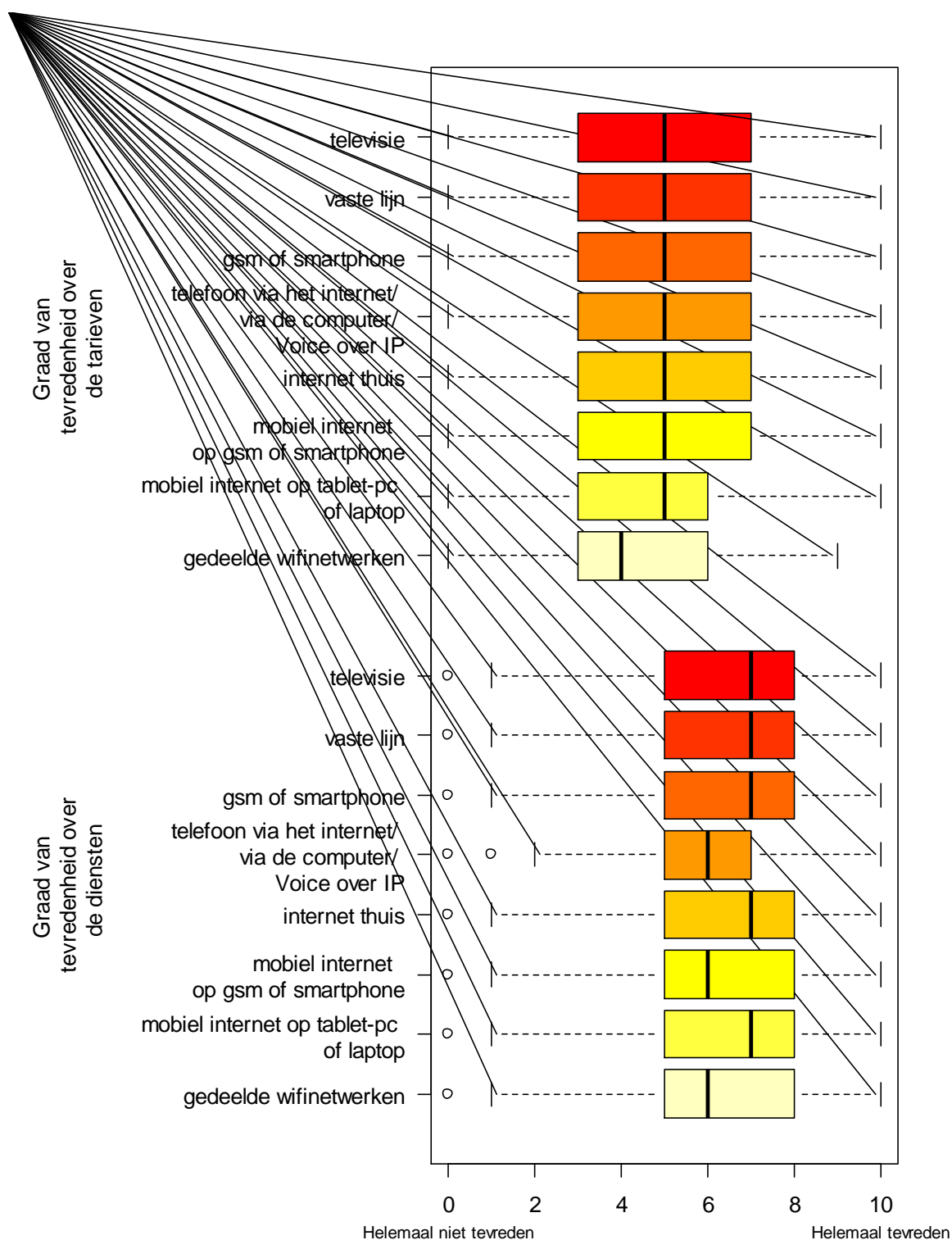
Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt voor de 2 variabelen. 82 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Graad van tevredenheid over de tarieven' en 18 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 87 % van de respondenten heeft gegeven antwoord op het item 'Graad van tevredenheid over de diensten' en 13 % heeft 'Geen mening' geselecteerd.

Uit deze grafiek blijkt dat de mensen tevredener zijn over de diensten dan over de tarieven. We merken op dat er evenveel mensen zijn die niet tevreden (tevredenheid <5/10) als tevreden (tevredenheid >5/10) zijn over de tarieven, terwijl meer dan 75 % tevreden is over de diensten. Opmerkelijk is ook het grote aantal respondenten dat hierover geen mening heeft. De correlatie tussen de twee items is gemiddeld ( $r=0,423$ ).



**Grafiek 17: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per leeftijd**

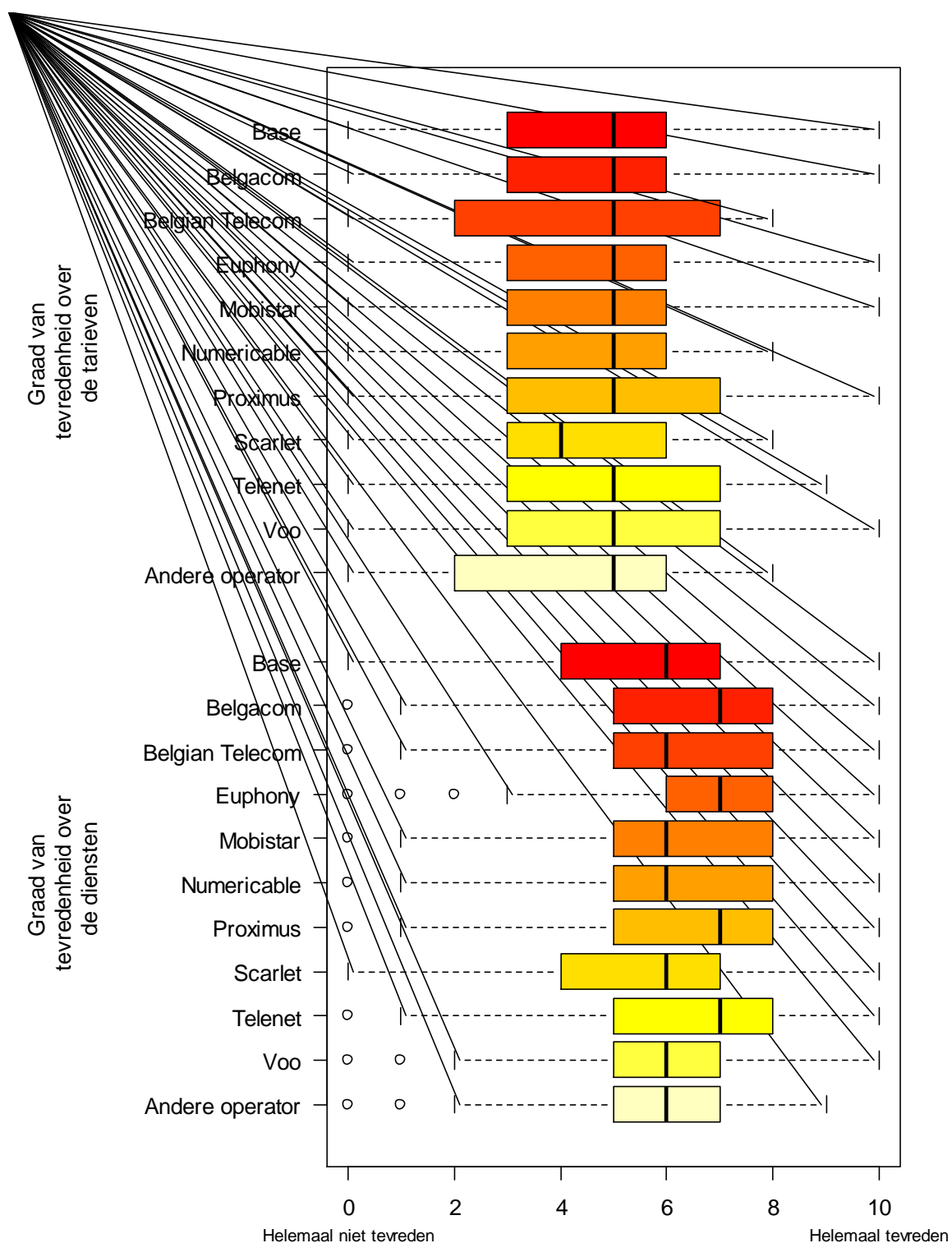
Bovenstaande grafiek toont ons dat de 25-34-jarigen het meest ontevreden zijn over de tarieven. Voor de andere generaties stijgt de tevredenheid met de leeftijd. We merken ook op dat de 15-24-jarigen het meest tevreden zijn over de diensten. De tevredenheid over de diensten blijft over het algemeen stabiel met de leeftijd. Tussen de geslachten en de gewesten is dit verschil er niet.



**Grafiek 18: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per dienst**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er geen opmerkelijk verschil is qua tevredenheid over de gebruikte dienst. Enkel de gebruikers van gedeelde wifinetwerken en 3G op tablet-pc of laptop lijken iets minder tevreden te zijn over de beschikbare tarieven. Er is niets bijzonders op te merken over het niveau van de tevredenheid over de diensten. De vragen die in bovenstaande grafiek werden

behandeld, werden niet per dienst gesteld, maar globaal. De antwoorden van de personen die gebruik maken van meerdere diensten zijn dus opgenomen in meerdere boxplots. Met als gevolg dat het onmogelijk is om te garanderen dat het antwoord geassocieerd met elke dienst de werkelijke situatie ervan volledig weergeeft. We kunnen bijvoorbeeld wel bevestigen dat geen enkele gebruiker van de gedeelde wifinetwerken volledig tevreden is over de tarieven. Merk op dat dit ook geldt voor alle andere analyses waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen de antwoorden per dienst of per operator (volgende grafiek).



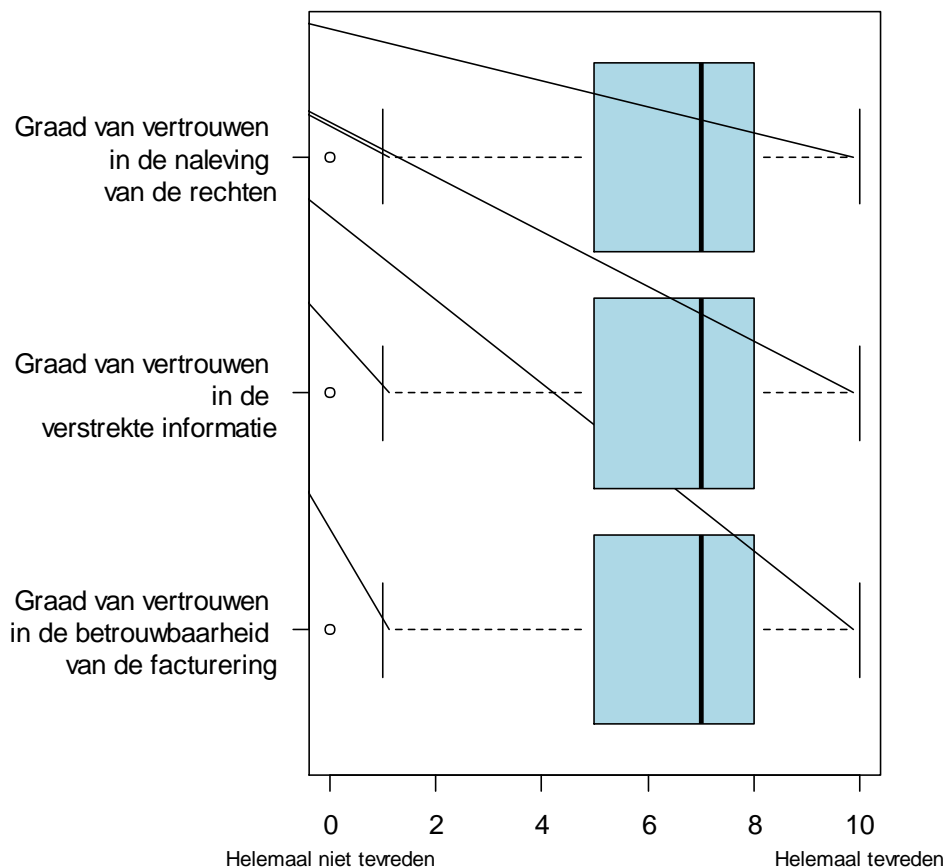
**Grafiek 19: Graad van tevredenheid over de diensten en de tarieven per operator**

Bovenstaande grafiek illustreert de indeling van de antwoorden naargelang van de gebruikte operator (enkel de operatoren waarvoor meer dan 1 % van de respondenten op de tweede vraag in de vragenlijst heeft geantwoord dat ze er gebruik van maken, werden opgenomen). We stellen een globaal gelijksoortige indeling vast. De gebruikers van Belgian Telecom, Numericable en Scarlet heb-

ben hun tevredenheid over de beschikbare tarieven een maximum van 8 op 10 gegeven, met uitzondering van Telenet dat maximaal 9 heeft gekregen. De medianen zijn allemaal vergelijkbaar, behalve voor Scarlet. En het is opnieuw Scarlet, dit keer gevolgd door Base, dat voor de tevredenheid over de geleverde diensten een minimum heeft gekregen dat lager ligt dan dat van de andere operatoren, hoewel de medianen van beide operatoren op hetzelfde niveau blijven als de andere.

### 3.2. Vertrouwen wat de naleving van de rechten, de informatie en de betrouwbaarheid van de facturering betreft

De tweede vraag van dit deel over de tevredenheid en de ondervonden problemen gaat over het vertrouwen van de gebruikers. Ze was als volgt geformuleerd: *In hoeverre vertrouwt u uw operator wat betreft a) het respecteren van uw rechten als consument? b) de informatie die u krijgt? c) de betrouwbaarheid van de facturering?* Voor elk item werd het voorgestelde antwoord aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet tevreden' en 10 voor 'Helemaal tevreden'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden.



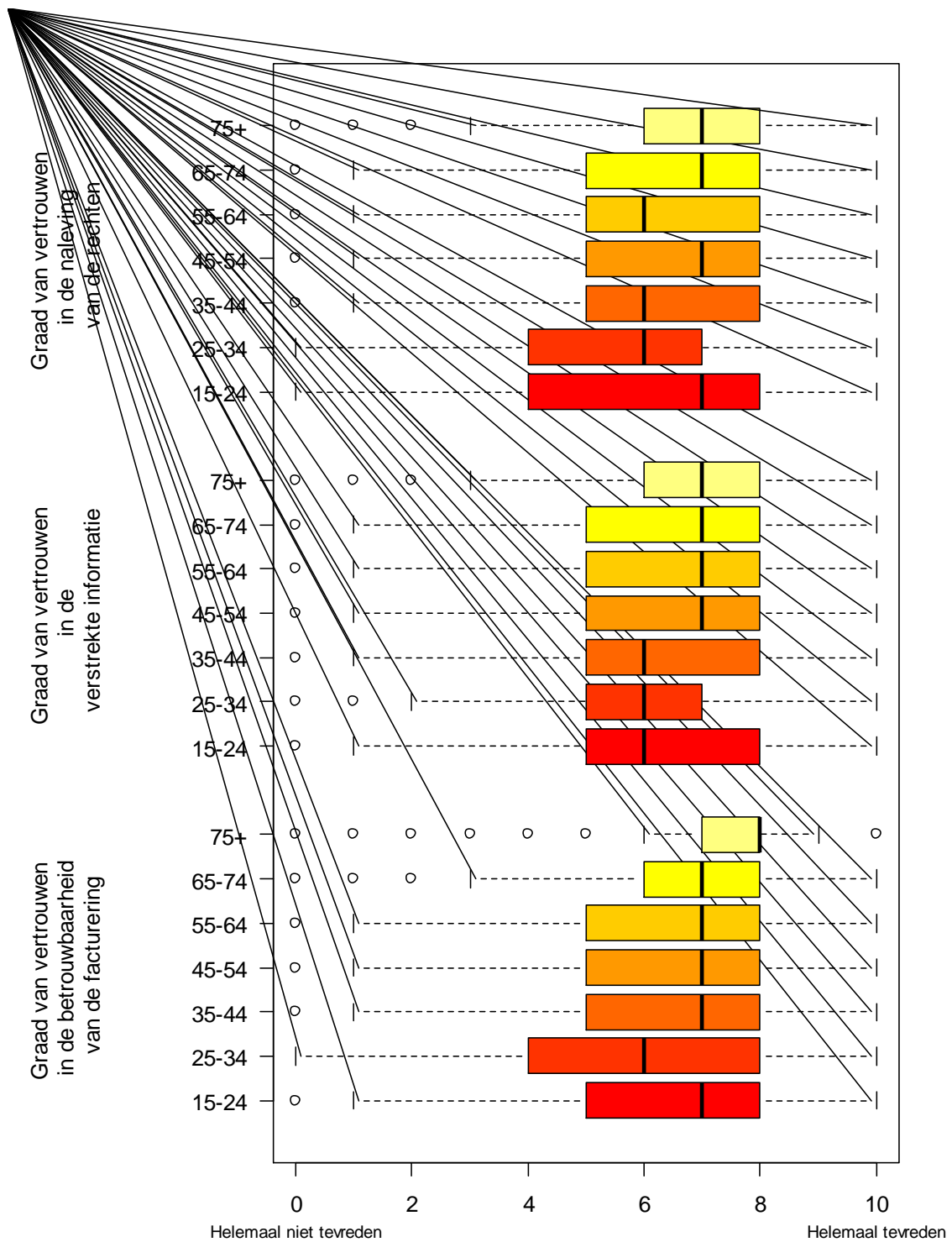
**Grafiek 20: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten**

	N	Q25	Q50	Q75	Max.	Gemiddeld	N	Zonder	NAs
Graad van vertrouwen in de naleving van de rechten	0	5	7	8	10	6.1	1046	171	48
Graad van vertrouwen in de verstrekte informatie	0	5	7	8	10	6.1	1112	107	47
Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering	0	5	7	8	10	6.5	1115	109	42

**Tabel 6: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten**

Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt voor de 3 variabelen. 86 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Graad van vertrouwen in de naleving van de rechten' en 14 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 91 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Graad van vertrouwen in de verstrekte informatie' en 9 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 91 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering' en 9 % heeft 'Geen mening' geselecteerd.

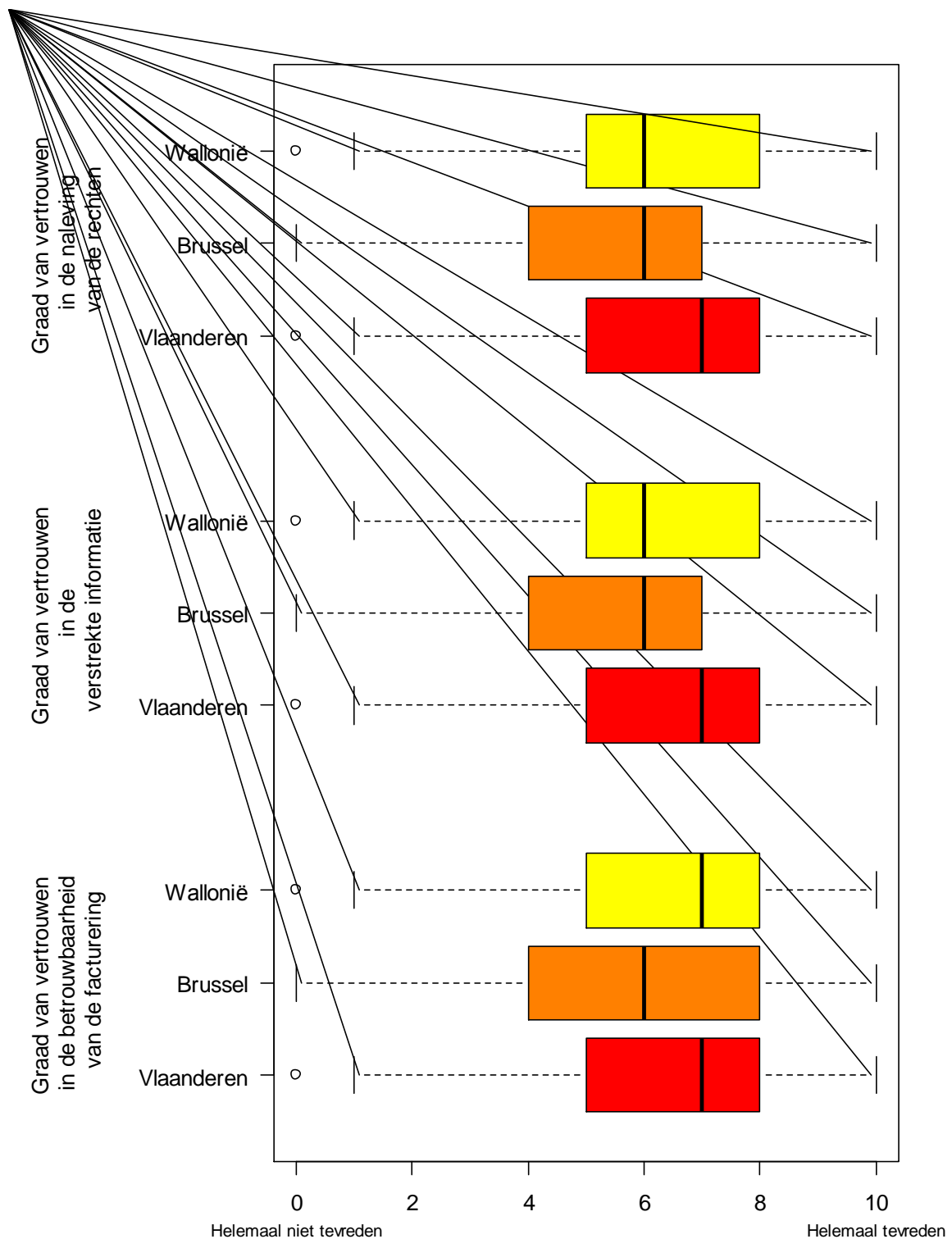
De correlatie tussen alle items is sterk ( $r$  ligt tussen 0,605 en 0,685). Uit deze grafiek blijkt dat het vertrouwen doorgaans hoog is: 75 % van de respondenten is matig tot zeer tevreden, ongeacht het item. Er is geen significant onderscheid tussen de voorgestelde items.



**Grafiek 21: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per leeftijd**

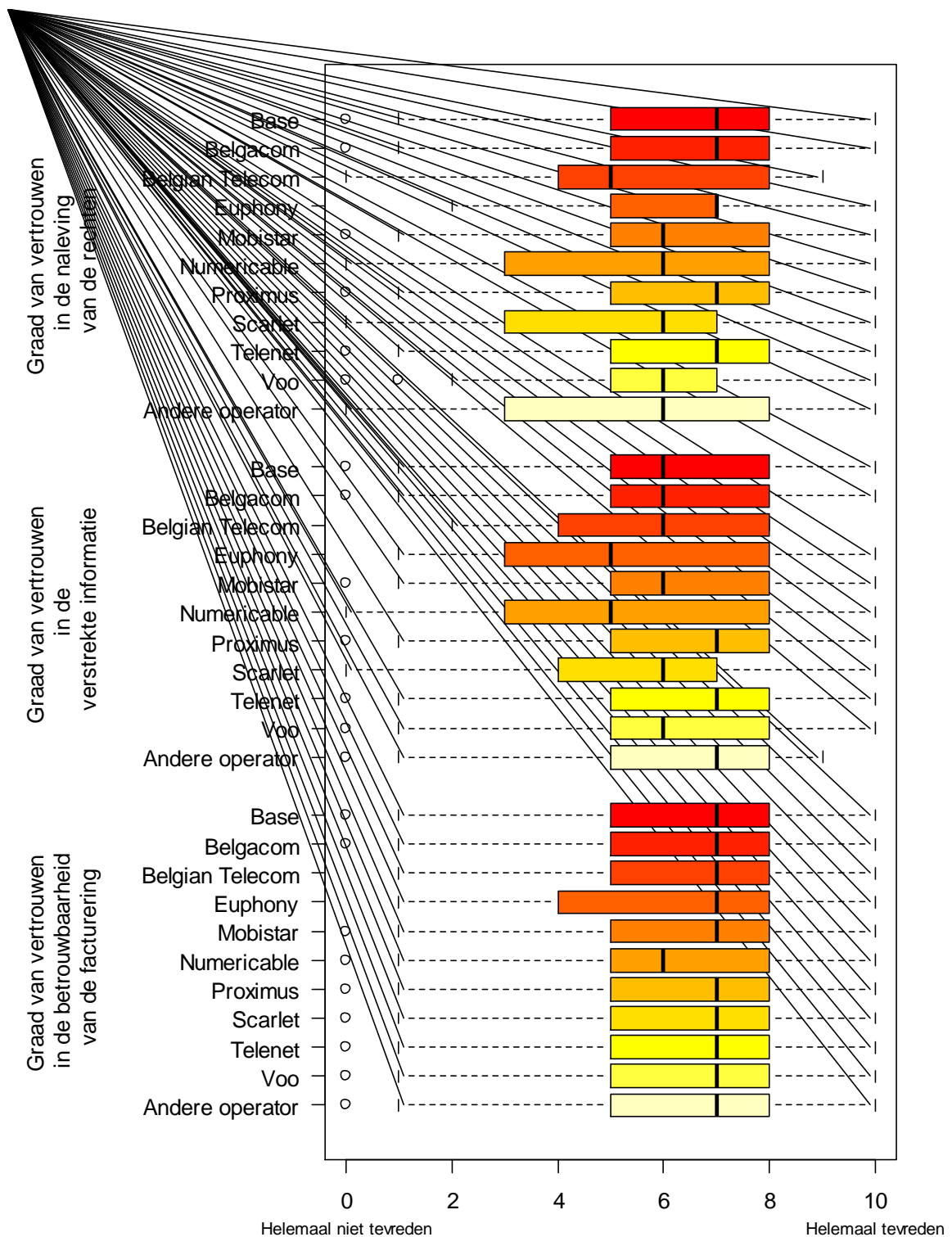
Net als in de voorgaande analyse van de tevredenheid toont ook de bovenstaande grafiek dat het vertrouwen stijgt met de leeftijd, des te meer op het vlak van de betrouwbaarheid van de facturering als op het vlak van de verstrekte informatie. Ook hier zijn de 25-34-jarigen het meest

wantrouwig. De tevredenheid over de diensten blijft over het algemeen stabiel met de leeftijd. Er is geen verschil tussen de geslachten.



**Grafiek 22: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per gewest**

Op het vlak van de gewesten vertoont Brussel een vertrouwen dat doorgaans lager ligt. Daarentegen hebben de respondenten in Vlaanderen het meeste vertrouwen.

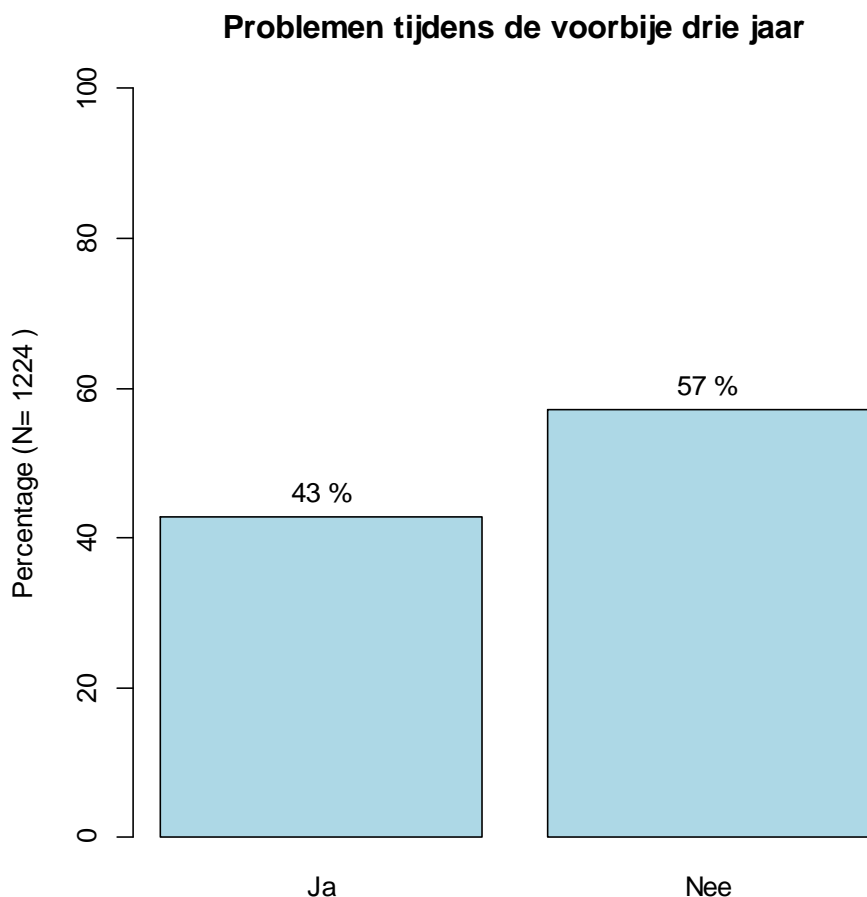


**Grafiek 23: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering, de verstrekte informatie en de naleving van de rechten per operator**

Uit de analyse van het vertrouwen naargelang van de gebruikte dienst blijkt geen enkel opvallend verschil. Integendeel, bovenstaande grafiek illustreert de indeling van de antwoorden naargelang van de gebruikte operator en ook hier bevinden dezelfde operatoren zich onderaan de ladder.

### 3.3. Hebben de consumenten de voorbije drie jaar problemen gehad met hun operator(en)?

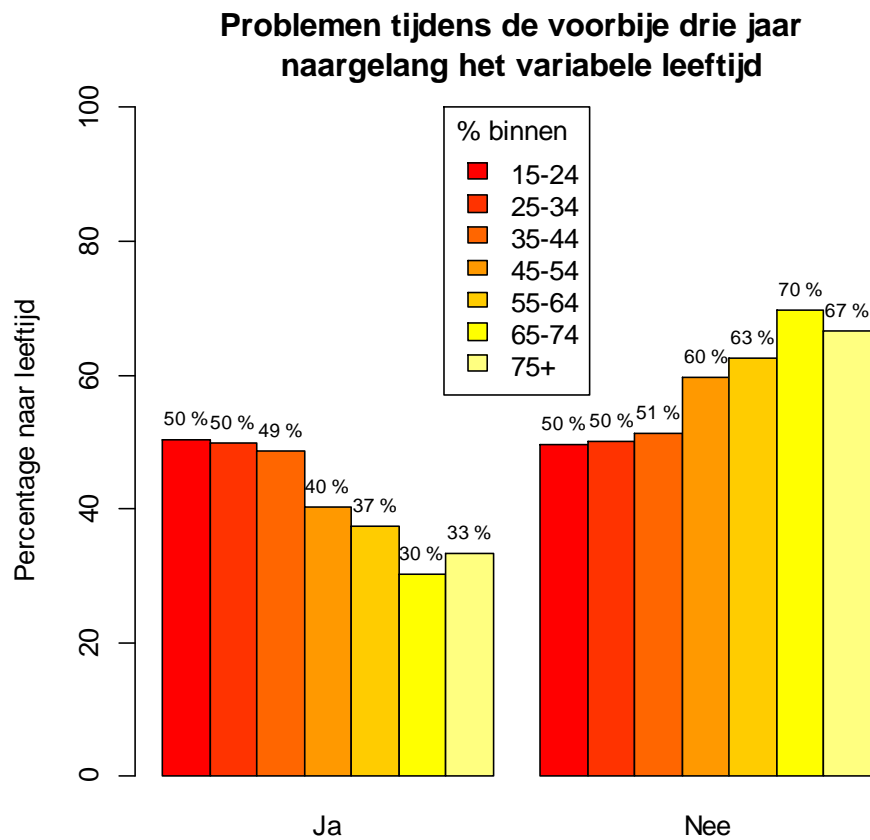
De derde vraag van dit deel gaat over de problemen die de gebruikers hebben ondervonden. Ze was als volgt geformuleerd: *Hebt u de voorbije drie jaar een probleem/problemen ondervonden met uw operator?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag.



**Grafiek 24: Problemen tijdens de voorbije drie jaar**

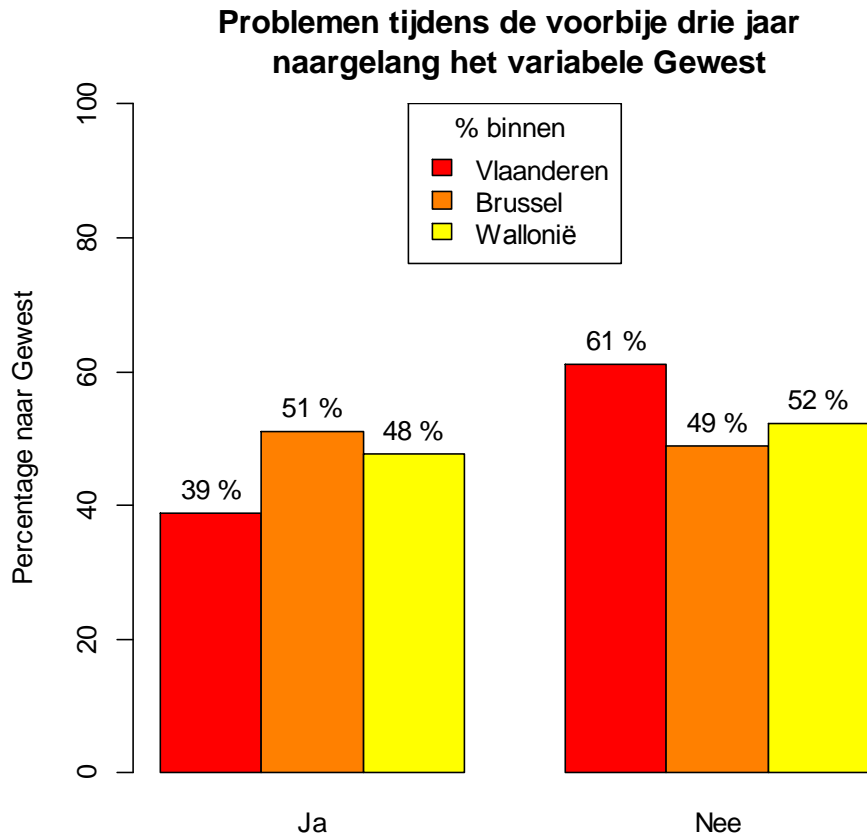
Bovenstaande grafiek toont ons dat 43 % van de respondenten het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd en 57 % 'Nee'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten de voorbije 3 jaar geen problemen heeft ondervonden.



**Grafiek 25: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de leeftijdsvariabele**

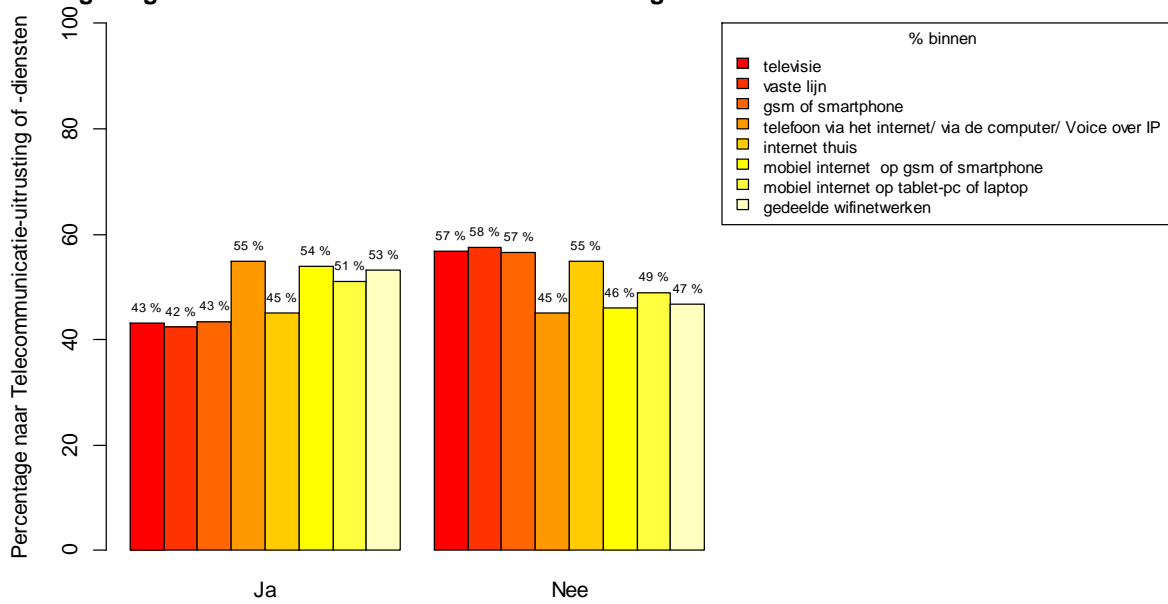
Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie. De jonge volwassenen hebben duidelijk meer problemen ondervonden dan hun oudere soortgenoten. Dit blijft in overeenstemming met de conclusies van de vorige 2 vragen die ons toonden dat het vertrouwen en de tevredenheid stijgen met de leeftijd.



**Grafiek 26: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'gewest'**

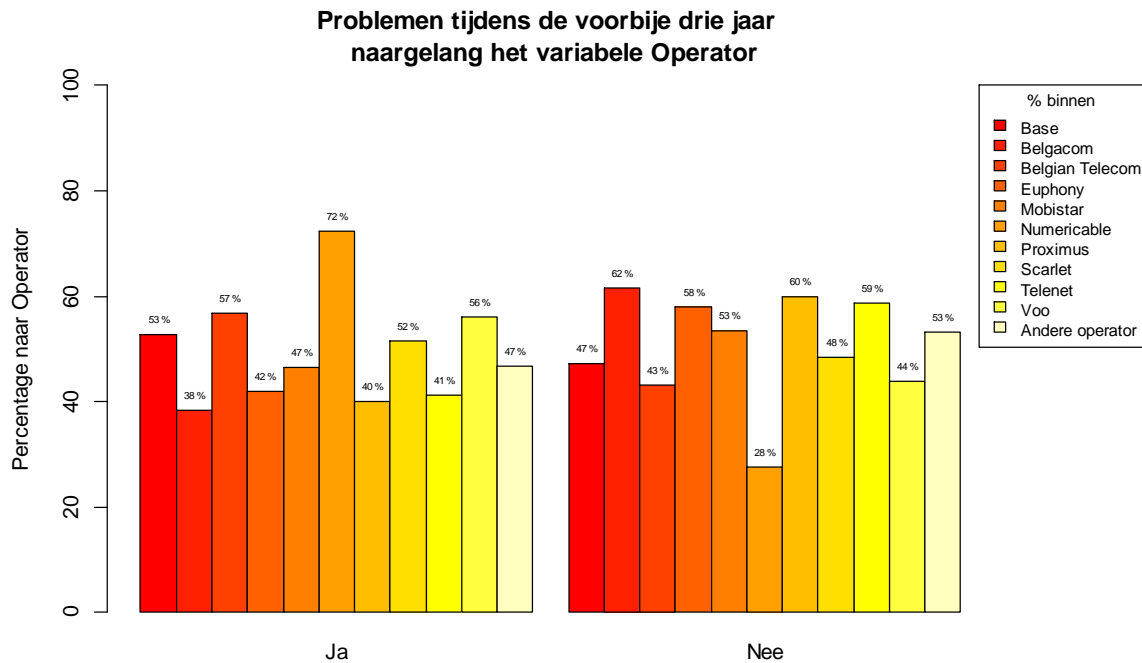
Op het vlak van de gewesten vertoont Brussel meer problemen. Daarentegen hebben de respondenten in Vlaanderen het minste problemen. Op het vlak van de variabele 'geslacht' is er niets bijzonders te melden. Deze variabele heeft dus geen invloed.

**Problemen tijdens de voorbije drie jaar  
naargelang het variabele Telecommunicatie-uitrusting of -diensten**



**Grafiek 27: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatiedienst'**

Bovenstaande grafiek toont ons dat de gebruikers van de modernste technologieën het meeste problemen ondervonden. Bovendien zijn de 4 meest gebruikte diensten (gsm, televisie, internet thuis en vaste lijn) de diensten waarvoor er het minste problemen lijken te zijn.

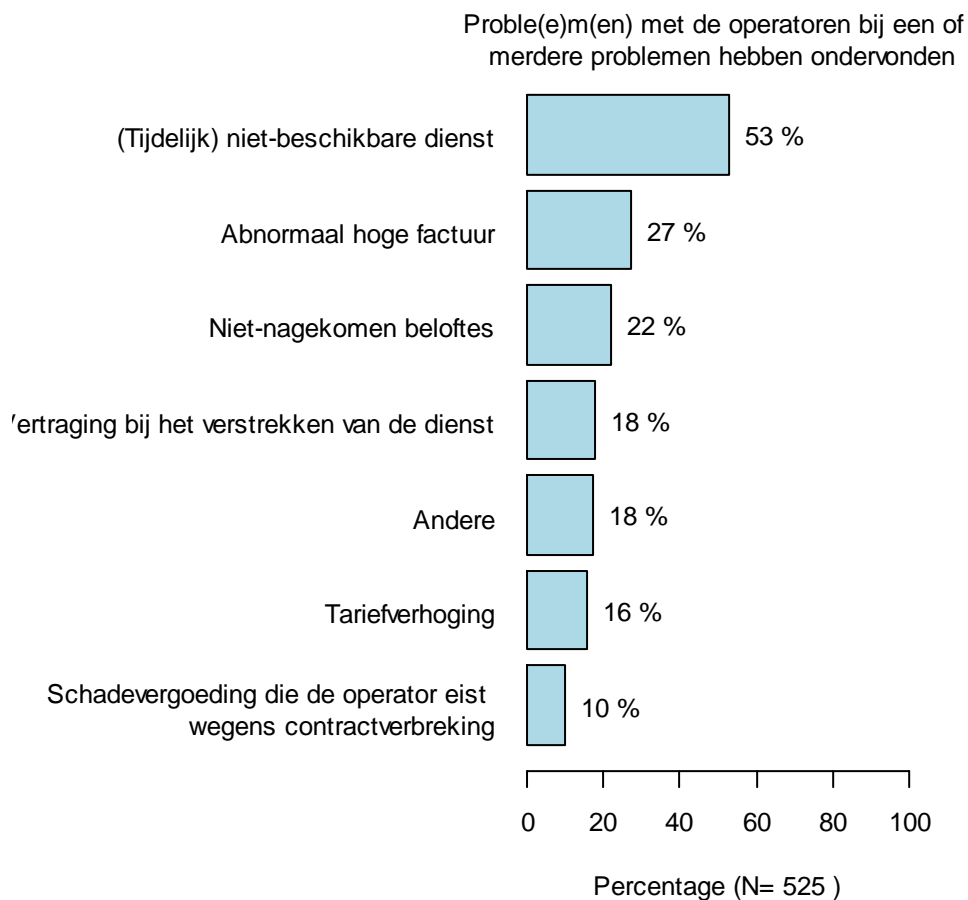


**Grafiek 28: Problemen tijdens de voorbije drie jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er bij zowat alle operatoren problemen voorkomen.

### 3.4. Soorten problemen die worden ondervonden bij de operatoren

De vierde vraag van dit deel gaat over de soorten problemen die worden ondervonden bij de operatoren. Deze vraag werd enkel gesteld aan personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat ze de voorbije drie jaar een of meerdere problemen hebben ondervonden. Slechts 43 % van de respondenten (525 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag werd, als vervolg op de vorige vraag, als volgt geformuleerd: *Om welke problemen ging het? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Abnormaal hoge factuur; Onvoldoende aangekondigde tariefverhoging; Vertraging bij het verstrekken van de dienst; Niet-nagekomen beloftes; Schadevergoeding die de operator eist wegens contractverbreking; (Tijdelijk) niet-beschikbare dienst; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

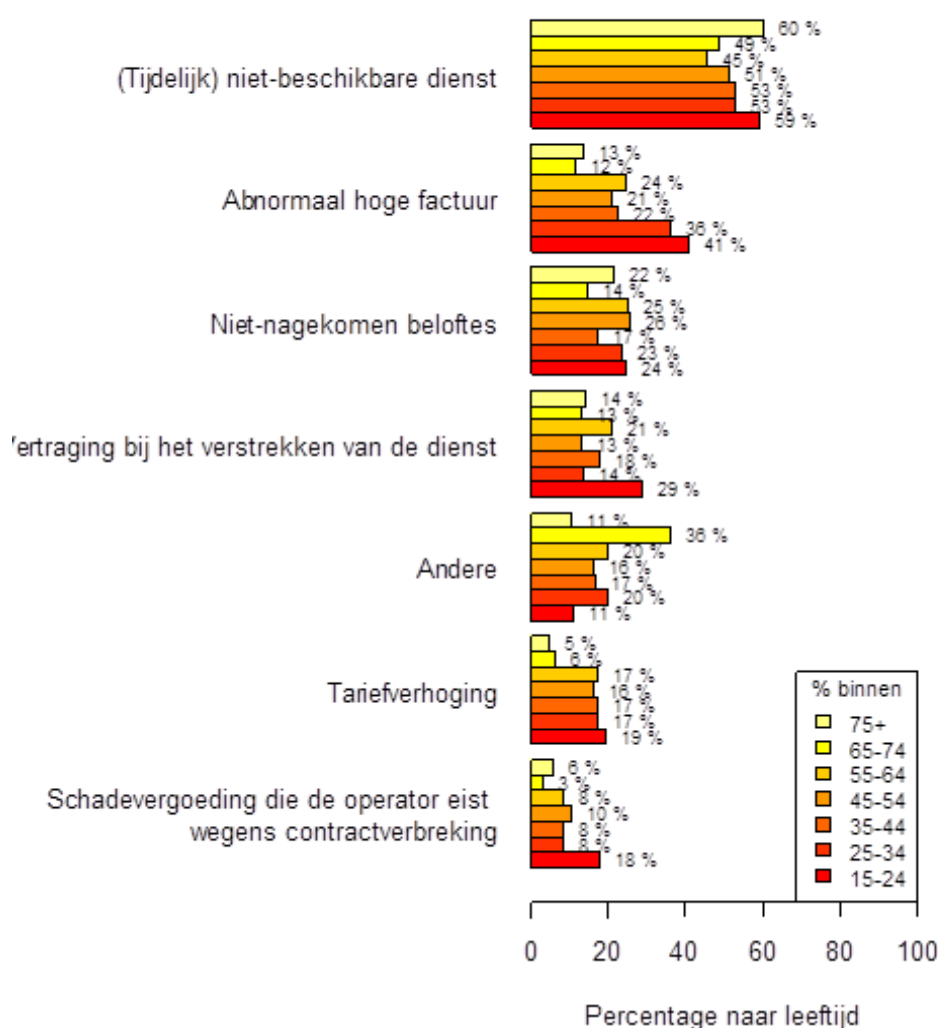


**Grafiek 29: Proble(e)m(en) met de operatoren bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 53 % van de personen die een of meerdere problemen hebben ondervonden (23 % van alle respondenten) het antwoord '(Tijdelijk) niet-beschikbare dienst' heeft geselecteerd, 27 % (12 %) 'Abnormaal hoge factuur', 22 % (10 %) 'Niet-nagekomen belofte', 18 % (8 %) 'Vertraging bij het verstrekken van de dienst', 18 % (8 %) 'Andere', 16 % (7 %) 'Tariefverhoging' en 10 % (4 %) 'Schadevergoeding die de operator eist wegens contractverbreking'.

We stellen vast dat een probleem eruit springt: bij meer dan een respondent op twee van de respondenten die de voorbije 3 jaar minstens één probleem hebben ondervonden, was, op een bepaald moment, de dienst tijdelijk niet beschikbaar.

Proble(m)en met de operatoren bij een of meerdere problemen hebben ondervonden naar leeftijd



Grafiek 30: Proble(m)en met de operatoren bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden per leeftijd

Uit de analyse van de soorten problemen die werden ondervonden naargelang van de leeftijd van de respondenten blijkt dat de meeste problemen zich voordoen bij alle generaties, met uitzondering van de facturen die als abnormaal hoog werden beschouwd. Dit laatste is het geval bij 36 tot 41 % van de 15-34-jarigen tegenover slechts 12 tot 13 % van de 65-jarigen. De indeling van de soorten problemen per gewest en per geslacht levert geen enkele informatie op.

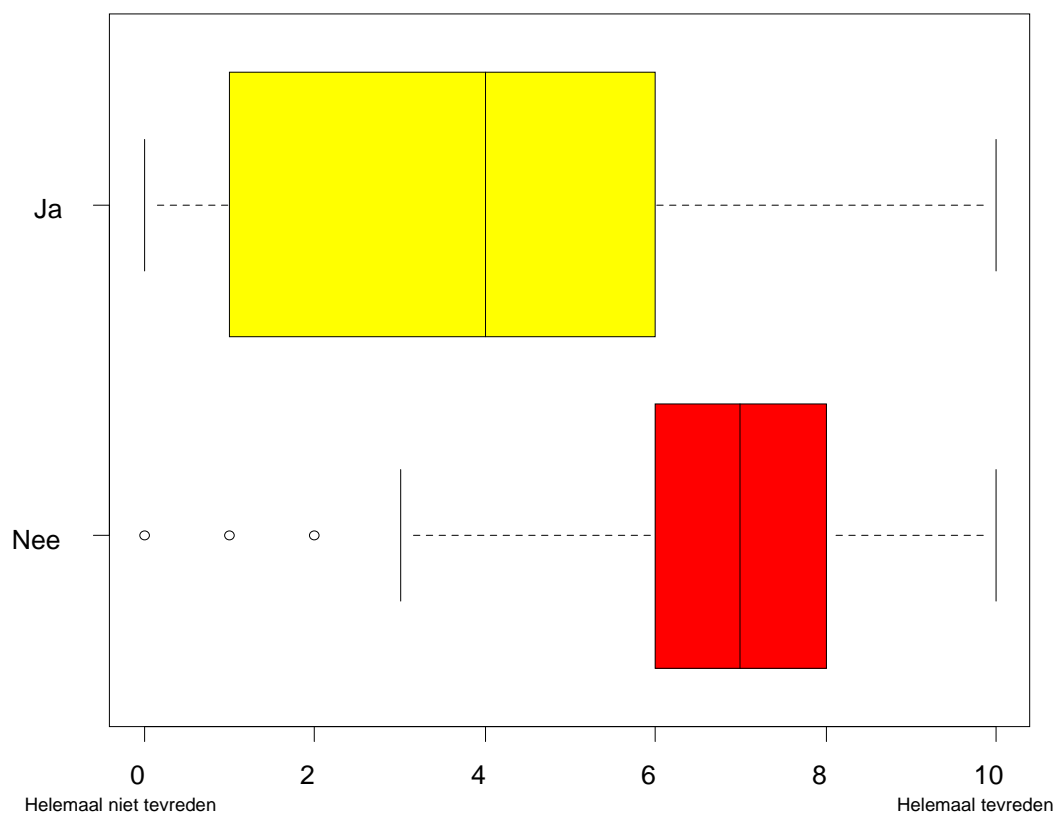
	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal problemen die werden ondervonden tijdens de voorbije 3 jaar	1	1	1	2	6

Tabel 7: Aantal problemen die werden ondervonden tijdens de voorbije 3 jaar

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 6 keuzecriteria selecteren van de 7 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts één criterium. 13 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie. Bovendien linken de zeldzame combinaties die werden vermeld de niet-beschikbare dienst steeds aan een ander probleem. De analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de leeftijd, het geslacht en het gewest levert ook niets nieuws op.

### Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering functie van het hebben ooit ontmoet of nee een factureringsprobleem



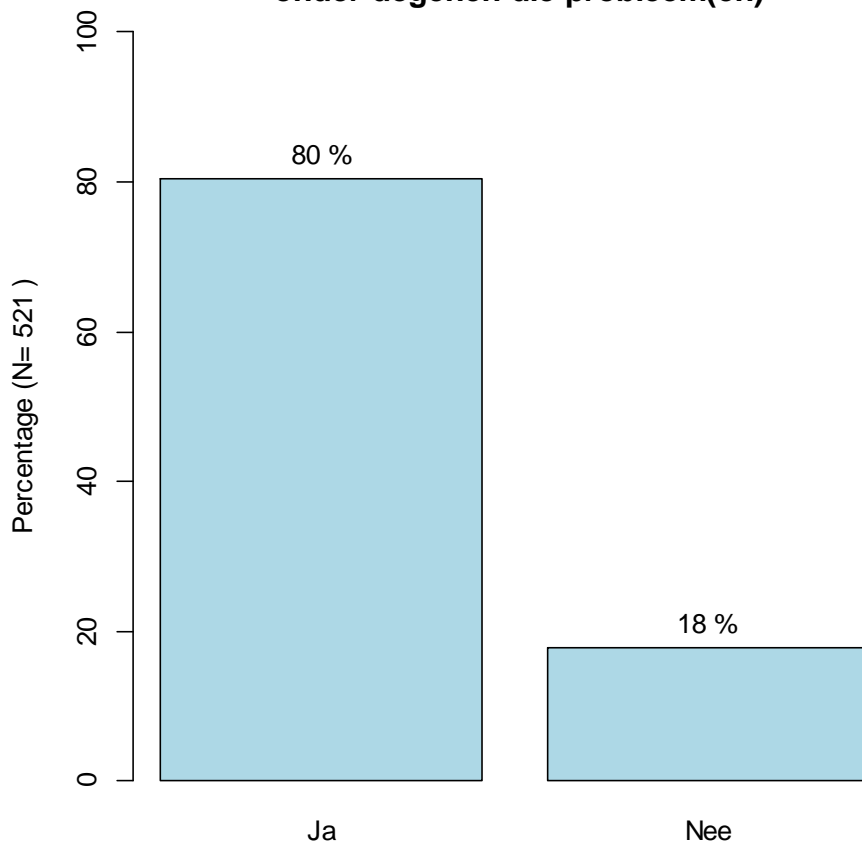
**Grafiek 31: Graad van vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering afhankelijk van het feit of er al dan niet al een probleem met de factuur werd vastgesteld**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er flagrante verschillen opduiken op het vlak van het vertrouwen in de betrouwbaarheid van de facturering als er een onderscheid wordt gemaakt in het feit of er al dan niet al een probleem werd vastgesteld met een abnormaal hoge factuur.

### 3.5. Hebben de consumenten die de voorbije 3 jaar problemen hebben ondervonden met hun operator stappen ondernomen?

De vijfde vraag van dit deel gaat over de stappen die werden ondernomen als gevolg van problemen die met de operatoren werden ondervonden. Deze vraag werd enkel gesteld aan personen die hebben aangegeven dat ze de voorbije 3 jaar een probleem hebben ondervonden. Slechts 43 % van de respondenten (525 personen na weging) kan dus opnieuw deze vraag beantwoorden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Hebt u in deze situatie stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag.

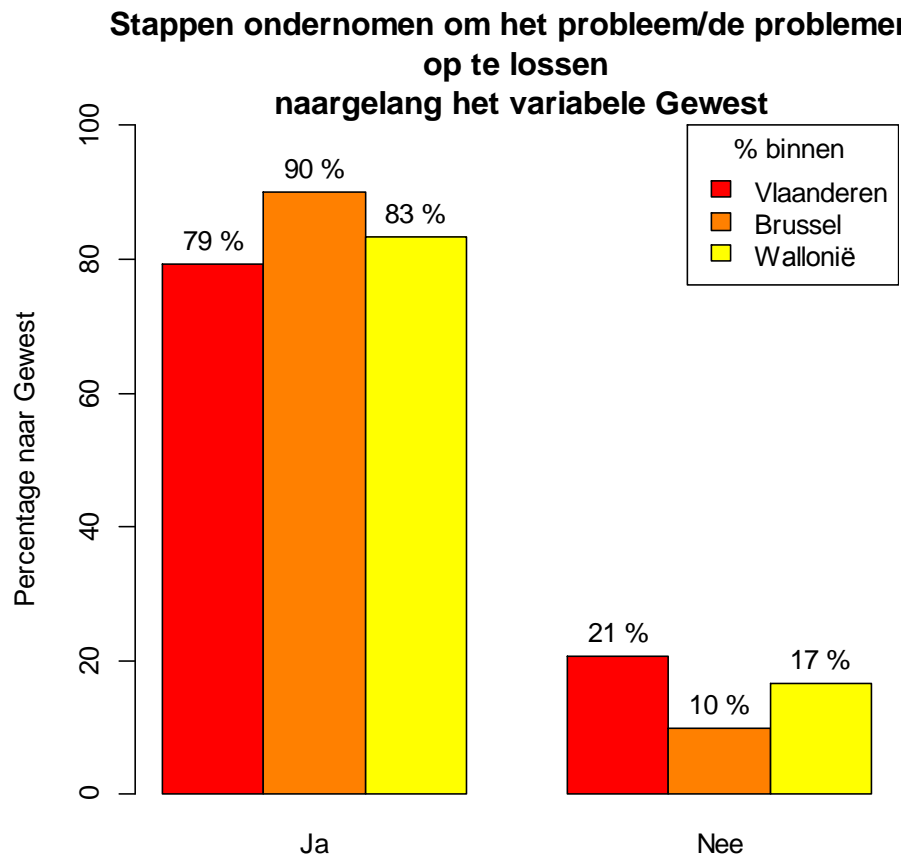
**Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen onder degenen die probleem(en)**



**Grafiek 32: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden**

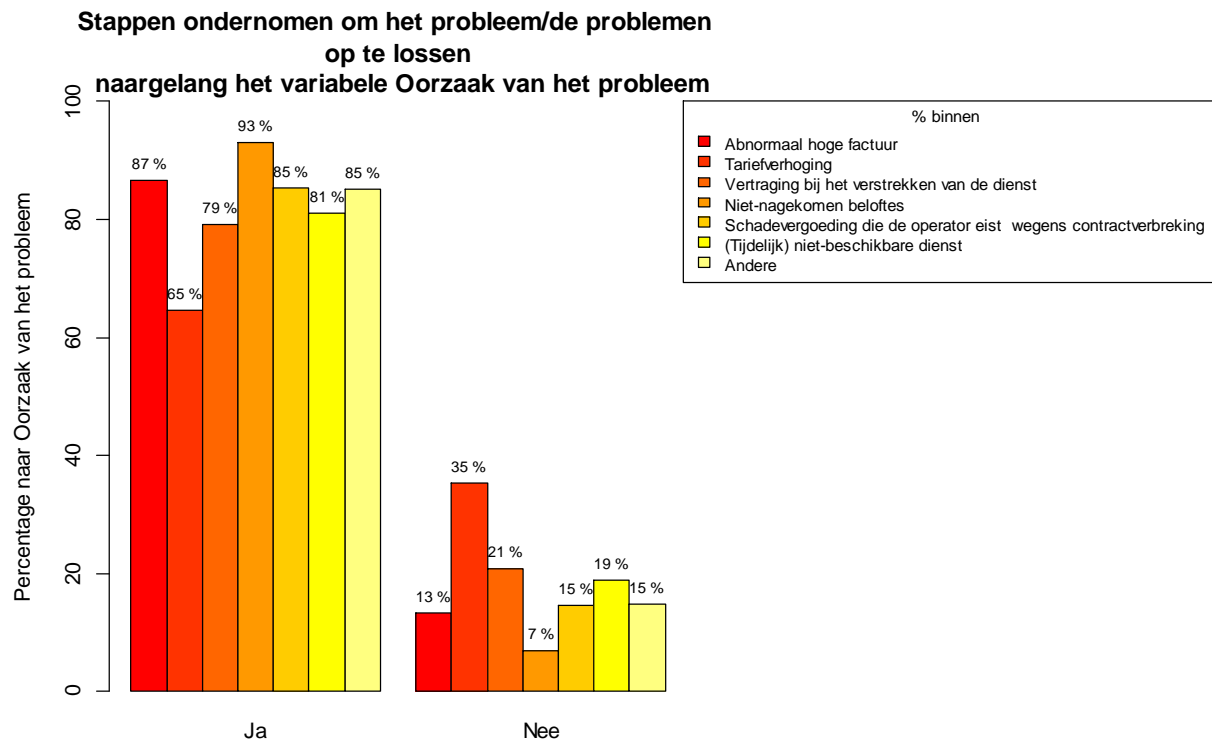
Bovenstaande grafiek toont ons dat 80 % van de personen die een of meerdere problemen hebben ondervonden (35 % van alle respondenten) het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd en 18 % (8 %) 'Nee'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten die de voorbij 3 jaar problemen hebben ondervonden stappen heeft ondernomen om te trachten deze op te lossen.



**Grafiek 33: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'gewest'**

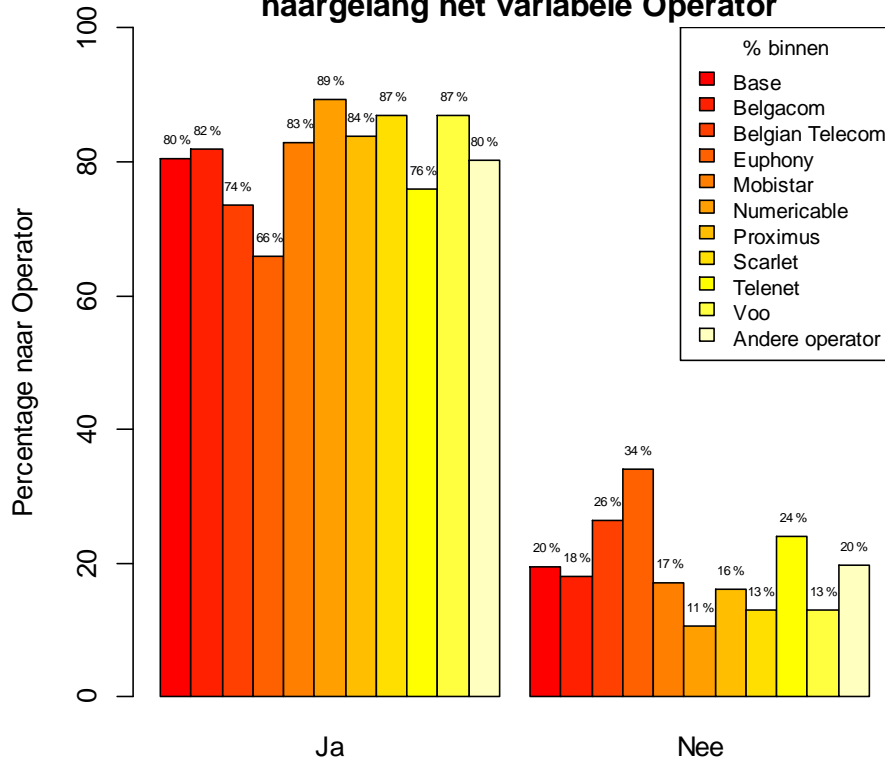
Bovenstaande grafiek illustreert de verschillen in de antwoorden naargelang van het gewest: in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest heeft 11 % meer consumenten dan in Vlaanderen stappen ondernomen. Daarentegen is er niet veel verschil per leeftijdscategorie of per geslacht.



**Grafiek 34: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'oorzaak van het probleem'**

Bovenstaande grafiek is bijzonder interessant omdat die toont tegen welk soort probleem stappen werden ondernomen. Het lijkt erop dat voor niet-nagekomen beloftes en abnormaal hoge facturen de meeste stappen werden ondernomen. Daarentegen betwisten slechts twee op drie personen daadwerkelijk een tariefverhoging. Dit kan worden verklaard doordat de vroegere wet toeliet om het contract te verbreken zonder kosten, maar enkel als de tariefverhoging groter was dan de index van de consumptieprijzen (ICP). Gezien de wetswijziging deze zomer zal het interessant zijn om deze resultaten te vergelijken met de resultaten van volgend jaar. In het vierde deel van de vragenlijst ten slotte zien we, ondanks deze wettelijke beperking die nog gold ten tijde van de verzameling van de gegevens, dat weinig respondenten ervan op de hoogte zijn dat ze het contract met hun operator kunnen verbreken zonder kosten bij een prijsverhoging. Deze twee vragen illustreren duidelijk het gebrek aan informatie over de te ondernemen stappen.

### Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang het variabele Operator



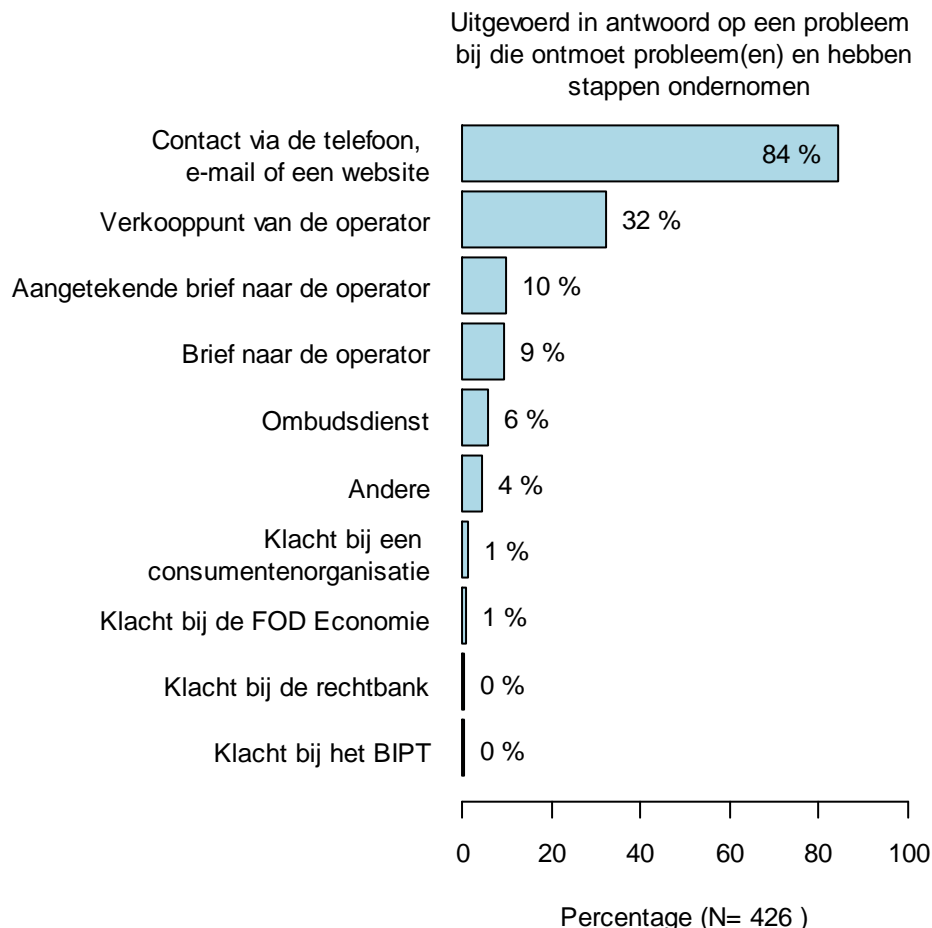
Grafiek 35: Stappen ondernomen om het probleem/de problemen op te lossen naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'

Bovenstaande grafiek toont een aantal verschillen tussen de operatoren die we niet kunnen verklaren. De analyse naargelang van de gebruikte diensten vertoont geen opmerkelijk verschil.

### 3.6. Soorten stappen die werden ondernomen naar aanleiding van de problemen met de operatoren

De volgende vraag gaat over de soorten stappen die werden ondernomen als gevolg van problemen die met de operatoren werden ondervonden. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat ze stappen hebben ondernomen. Slechts 34 % van de respondenten (427 personen na weging) die stappen hebben ondernomen, kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Zo ja, welke stappen hebt u precies ondernomen? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ik heb een brief gestuurd naar de operator (gewone verzending); Ik heb een aangetekende brief gestuurd naar de operator; Ik heb contact opgenomen met de operator (telefonisch, e-mail of via een website);*

*Ik ben naar een verkooppunt van de operator gegaan; Ik heb klacht ingediend bij de Ombudsdienst voor Telecommunicatie; Ik heb klacht ingediend bij het BIPT; Ik heb klacht ingediend bij de Federale Overheidsdienst Economie; Ik heb klacht ingediend bij een consumentenorganisatie; Ik heb klacht ingediend bij de rechtbank; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.



**Grafiek 36: Stappen ondernomen als gevolg van een probleem bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en stappen hebben ondernomen**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 84 % van hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en stappen hebben ondernomen om deze op te lossen (68 % van hen die een probleem hebben ondervonden; 29 % van alle respondenten) het antwoord 'Contact opgenomen telefonisch, via e-mail of een website' heeft geselecteerd, 32 % (26 %; 11 %) 'Verkooppunt van de operator', 10 % (8 %; 4 %) 'Aangetekende brief naar de operator', 9 % (8 %; 3 %) 'Brief naar de operator', 6 % (4 %; 2 %) 'Ombudsdienst', 4 % (4 %; 2 %) 'Andere', 1 % (1 %; 0,4 %) 'Klacht bij een consumentenorganisatie', 1 % (0,8 %; 0,3 %) 'Klacht bij de FOD Economie', 0,2 % (0,1 %; 0,1 %) 'Klacht bij de rechtbank' en 0,2 % (0,1 %; 0,1 %) 'Klacht bij het BIPT'.

We stellen vast dat één stap eruit springt: de contactname via telefoon, e-mail of de website van de operator. In mindere mate zijn de klagers ook naar het verkooppunt van de operator gegaan.

De analyse van de soorten problemen die werden ondervonden naargelang van de leeftijd, het geslacht en het gewest brengt weinig verschillen tussen de groepen aan het licht.

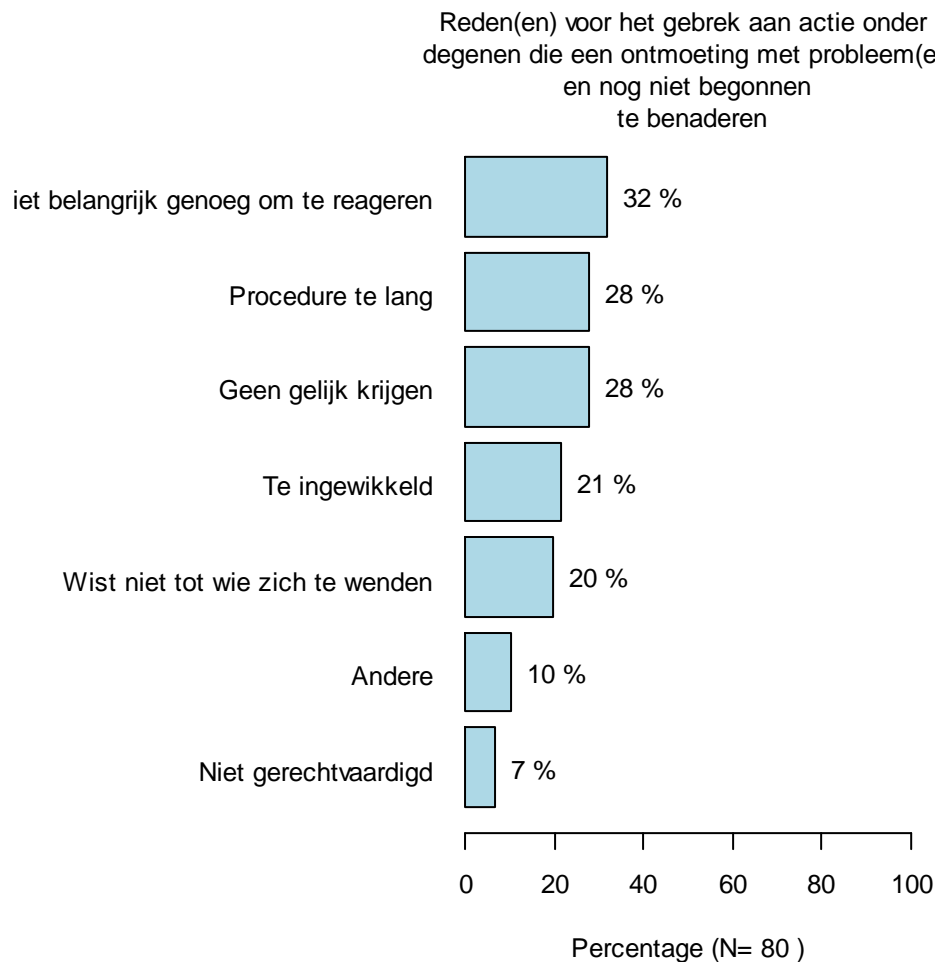
	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal stappen ondernomen om de problemen op te lossen	1	1	1	2	6

**Tabel 8: Aantal stappen ondernomen om de problemen op te lossen**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 6 keuzecriteria selecteren van de 10 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts één criterium. 11 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd. De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie. Er is bovendien geen enkele combinatie die overheerst.

### 3.7. Redenen waarom er geen enkele stap is ondernomen naar aanleiding van problemen met de operatoren

De volgende vraag gaat over de redenen waarom er geen enkele stap is ondernomen naar aanleiding van problemen met de operatoren. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze geen stappen hebben ondernomen naar aanleiding van het recentste probleem dat ze hebben ondervonden. Slechts 7 % van de personen die een of meerdere problemen hebben ondervonden met hun operator(en) (94 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag werd als volgt geformuleerd in navolging van de vorige vraag: *Zo niet, wat is daar de reden voor? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ik vond het niet gerechtvaardigd; Ik vond het te ingewikkeld; Ik dacht dat ik toch geen gelijk zou krijgen; Ik was bedacht voor een hele lange procedure; Ik vond het probleem niet belangrijk genoeg om te reageren; Ik wist niet tot wie ik me kon wenden; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

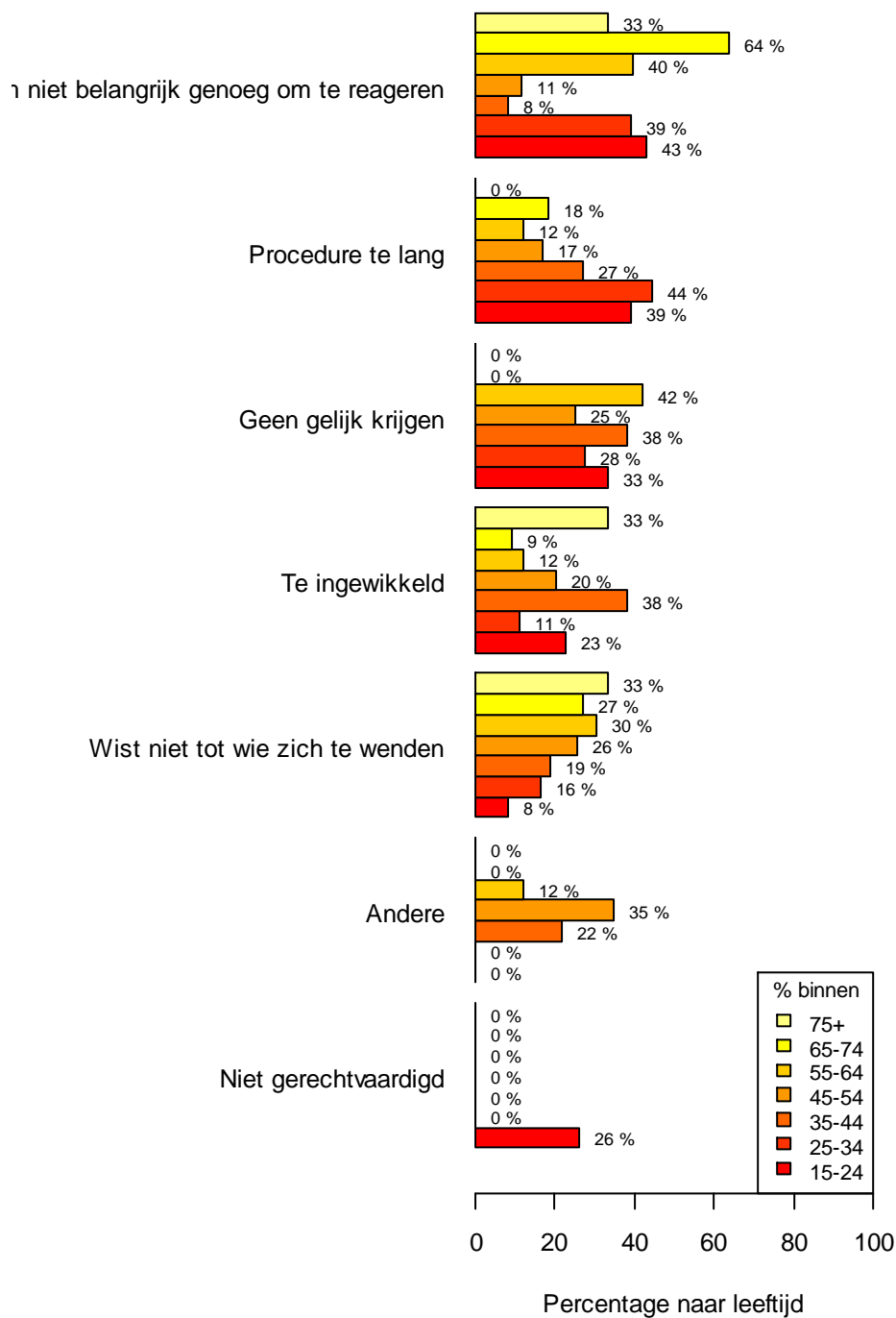


**Grafiek 37: Reden(en) waarom geen stappen werden ondernomen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en geen stappen hebben ondernomen**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 32 % van hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en geen stappen hebben ondernomen om deze op te lossen (5 % van hen die een probleem hebben ondervonden; 2 % van alle respondenten) het antwoord 'Probleem niet belangrijk genoeg om te reageren' heeft geselecteerd, 28 % (4 %; 2 %) 'Procedure te lang', 28 % (4 %; 2 %) 'Geen gelijk krijgen', 21 % (3 %; 1 %) 'Te ingewikkeld', 20 % (3 %; 1 %) 'Wist niet tot wie zich te wenden', 10 % (2 %; 0,8 %) 'Andere' en 7 % (1 %; 0,4 %) 'Niet gerechtvaardigd'.

We stellen vast dat de redenen uiteenlopend zijn en dat er geen enkele reden is die zich echt onderscheidt van de andere.

Reden(en) voor het gebrek aan actie onder degenen die een ontmoeting met probleem(en) en nog niet begonnen te benaderen naar leeftijd



Grafiek 38: Reden(en) waarom geen stappen werden ondernomen bij hen die een of meerdere problemen hebben ondervonden en geen stappen hebben ondernomen per leeftijd

Uit de analyse van de soorten problemen die worden ondervonden naargelang van de leeftijd van de respondenten blijkt dat de oudsten zich de moeite niet getroosten om klacht in te dienen omdat ze van mening zijn dat het probleem niet belangrijk genoeg is of omdat ze niet weten tot wie

ze zich moeten wenden. De jongsten daarentegen zien meer op tegen de lange procedure. We wensen wel op te merken dat, gezien het lage aantal respondenten, de percentages omzichtig geïnterpreteerd moeten worden. De analyse per geslacht en per gewest heeft niets specifiek opgeleverd.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal redenen waarom geen enkele stap werd ondernomen	1	1	1	2	4

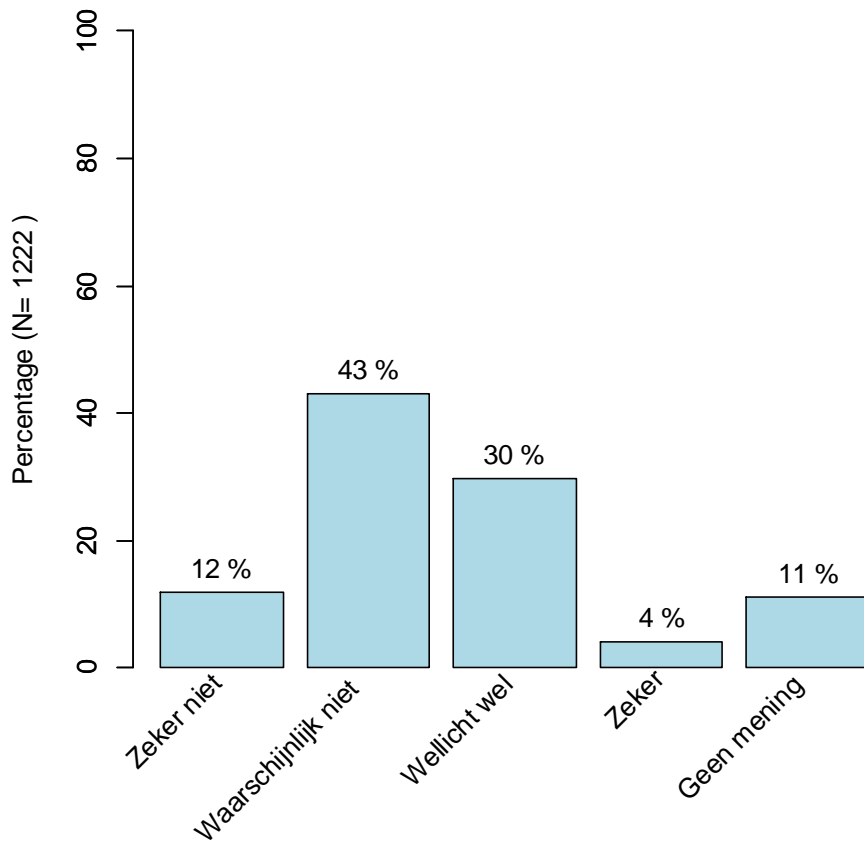
**Tabel 9: Aantal redenen waarom geen enkele stap werd ondernomen**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 4 keuzecriteria selecteren van de 7 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts één criterium. 16 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd. De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

### 3.8. Denken de consumenten dat ze het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken?

De zesde vraag van dit deel gaat erover of de consumenten het gevoel hebben dat ze het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken. De vraag was als volgt geformuleerd: *Denkt u dat u momenteel het goedkoopste aanbod op de markt gebruikt op basis van uw gebruikersprofiel?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Zeker niet; Waarschijnlijk niet; Wellicht wel; Zeker; Geen mening.*

### Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt

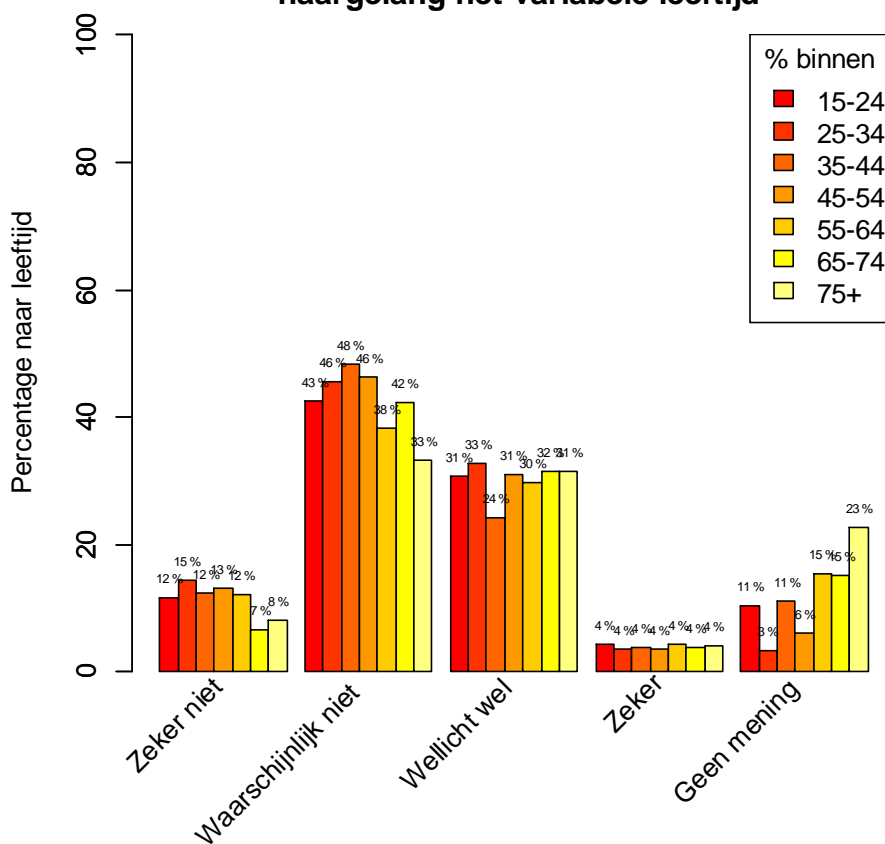


**Grafiek 39: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 43 % van de respondenten het antwoord 'Waarschijnlijk niet' heeft geselecteerd, 30 % 'Wellicht wel', 12 % 'Zeker niet', 11 % 'Geen mening' en 4 % 'Zeker'.

Het lijkt er dus op dat de consumenten niet van mening zijn dat ze het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken. En als ze denken dat ze het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken, dan bevestigen ze dat bovendien niet met zekerheid.

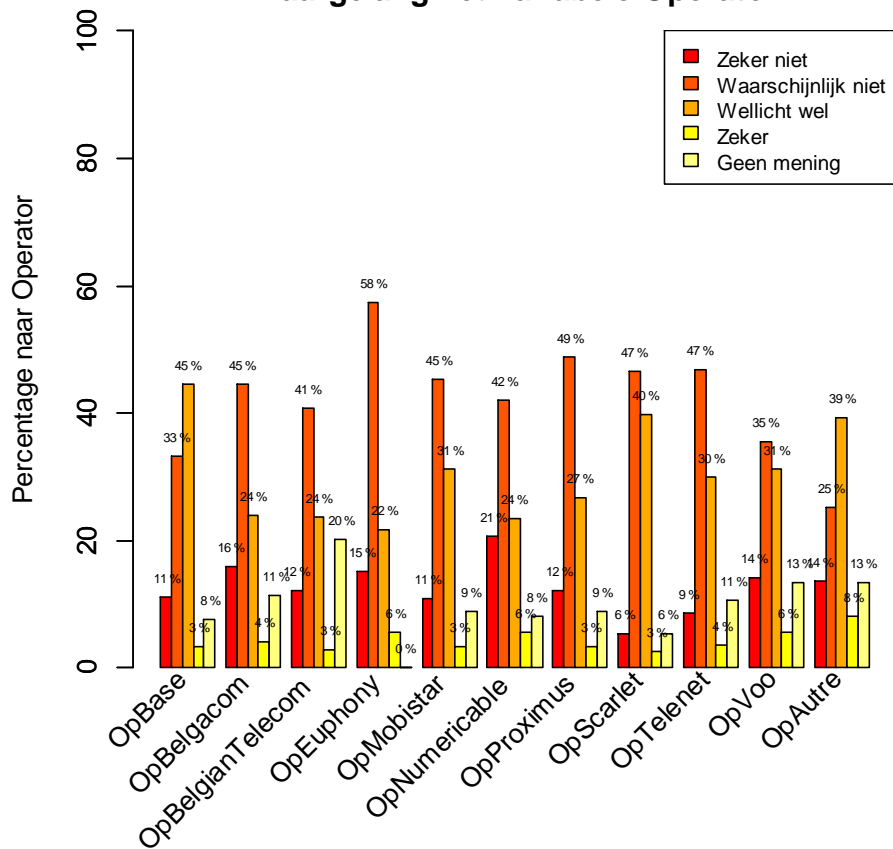
### Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang het variabele leeftijd



**Grafiek 40: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang van de leeftijdsvariabele**

We stellen een belangrijke afwijking vast tussen het aantal mensen ouder dan 75 jaar die denken dat ze waarschijnlijk niet het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken (33 %) en de leeftijdsgroep van 35-44-jarigen waarvan 48 % deze mening is toegedaan. Dit pessimisme wordt bevestigd met de categorie 'Zeker niet'. De analyse naargelang van het geslacht en het gewest levert niets nieuws op.

### Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang het variabele Operator



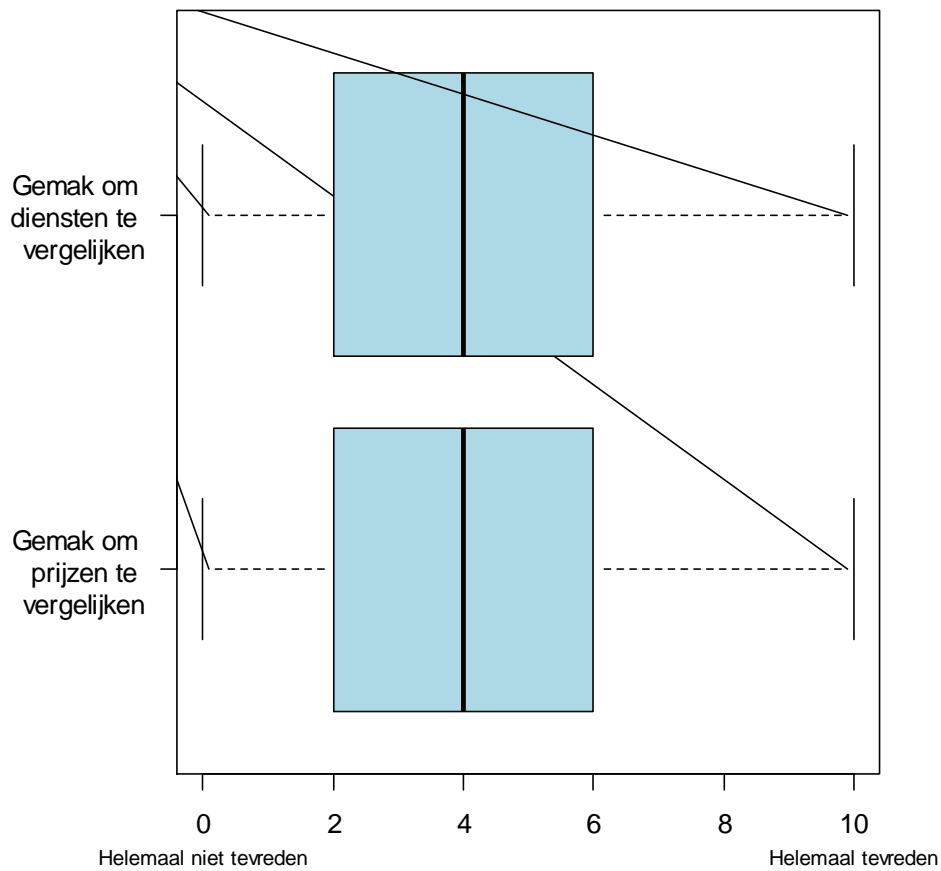
**Grafiek 41: Gebruikt het goedkoopste aanbod op de markt naargelang van de variabele 'telecommunicatie-operator'**

Bovenstaande grafiek illustreert de verschillen tussen de operatoren inzake deze kwestie. De operator Base ligt duidelijk voorop met 48 % die positief tot heel positief is tegenover 34 % gemiddeld voor de andere operatoren. De categorie 'Andere operatoren' die de operatoren omvat waarvan minder dan 1 % van de respondenten gebruik maakt, volgt dezelfde trend. Het trio aan kop wordt vervolledigd met Scarlet. Euphony, Numericable, Belgacom en Proximus zijn de hekkensluiters. De analyse naargelang van de gebruikte dienst vertoont geen enkel opvallend verschil.

### 3.9. Gemak om diensten en prijzen te vergelijken

De zevende vraag van het tweede deel ging over het gemak om diensten en prijzen te vergelijken en werd als volgt geformuleerd: *Hoe makkelijk vindt u het om de vergelijking te maken tussen a) de diensten van de verschillende operatoren? b) de prijzen van de verschillende operatoren?* Voor elk item werd het voorgestelde antwoord aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van

0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet makkelijk en 10 voor 'Heel makkelijk'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden.



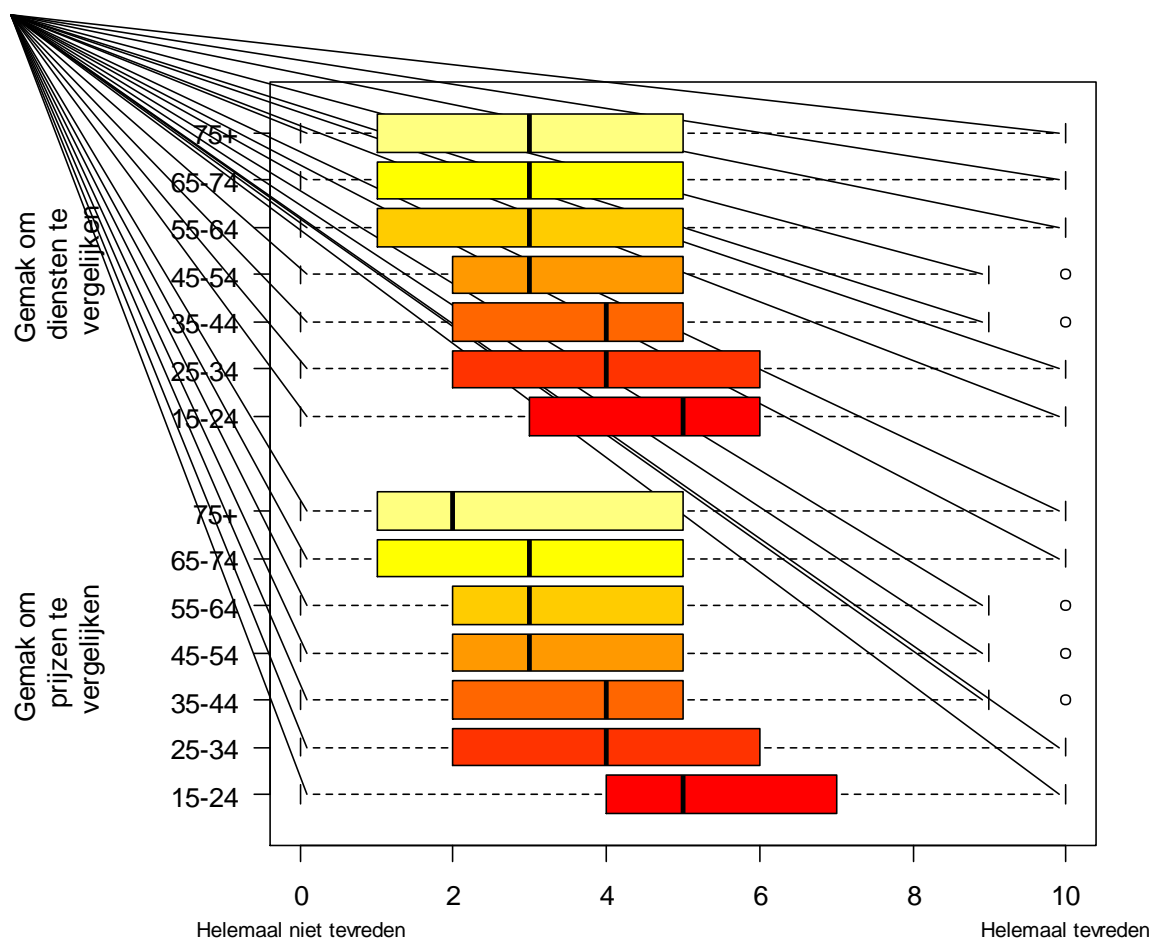
**Grafiek 42: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken**

	Min.	Q25 %	Q50 %	Q75 %	Max.	Gemiddeld	N	Geen mening	NAs
Gemak om diensten te vergelijken	0	2	4	6	10	3.8	1063	148	55
Gemak om prijzen te vergelijken	0	2	4	6	10	3.9	1063	149	53

**Tabel 10: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken**

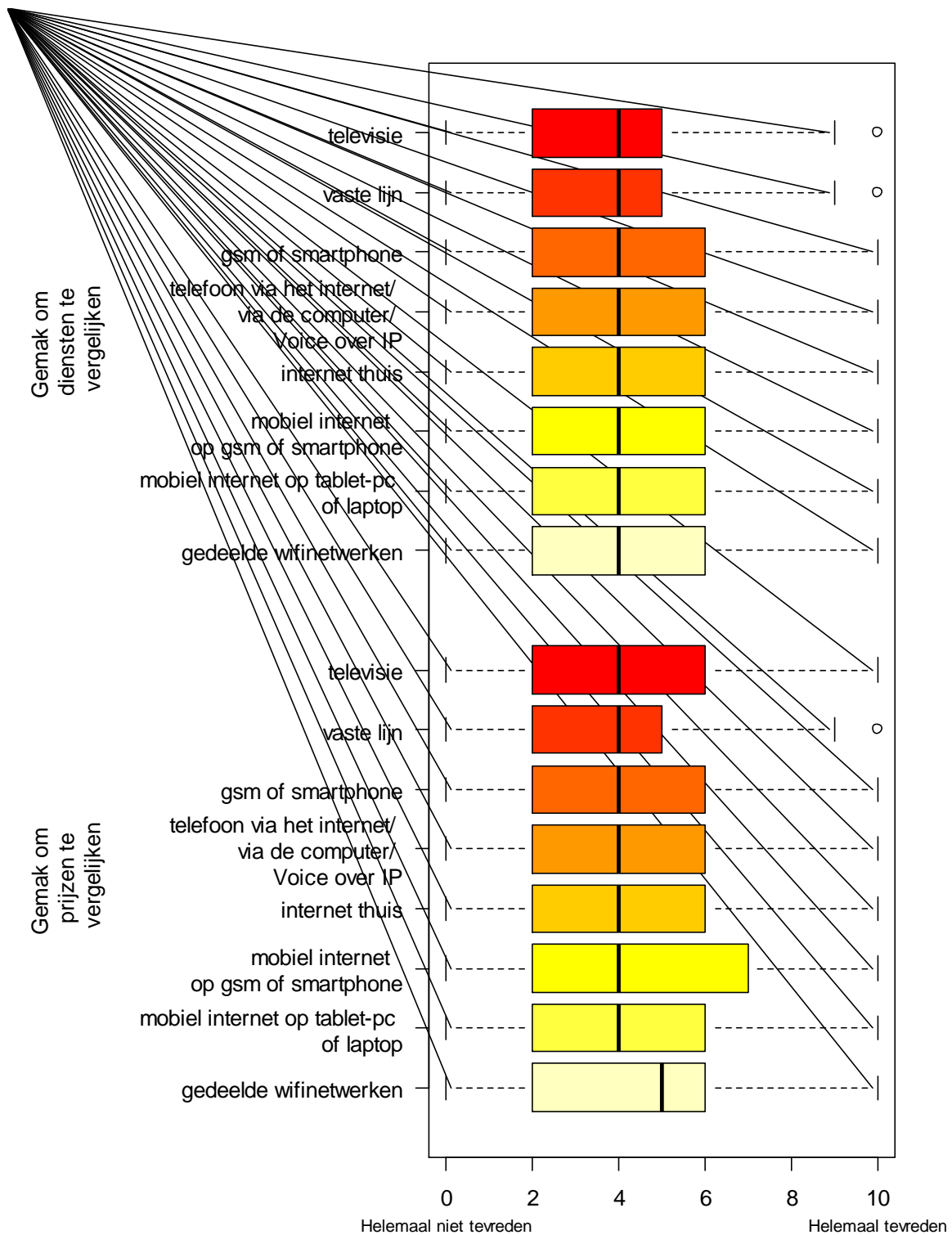
Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt voor de 2 variabelen. 88 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Gemak om diensten te vergelijken' en 12 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 88 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Gemak om prijzen te vergelijken' en 12 % heeft 'Geen mening' geselecteerd.

De correlatie tussen de twee items is zeer sterk ( $r=0,861$ ). Uit deze grafiek blijkt dat het gemak om prijzen te vergelijken identiek is aan het gemak om diensten te vergelijken. We merken op dat het voor de consumenten relatief moeilijk is om prijzen en diensten te vergelijken (gemak  $<4/10$ ).



**Grafiek 43: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken per leeftijd**

Bovenstaande grafiek toont ons dat de moeilijkheid om prijzen en diensten te vergelijken stijgt met de leeftijd. Er is geen soortgelijk verschil tussen de geslachten en de gewesten.

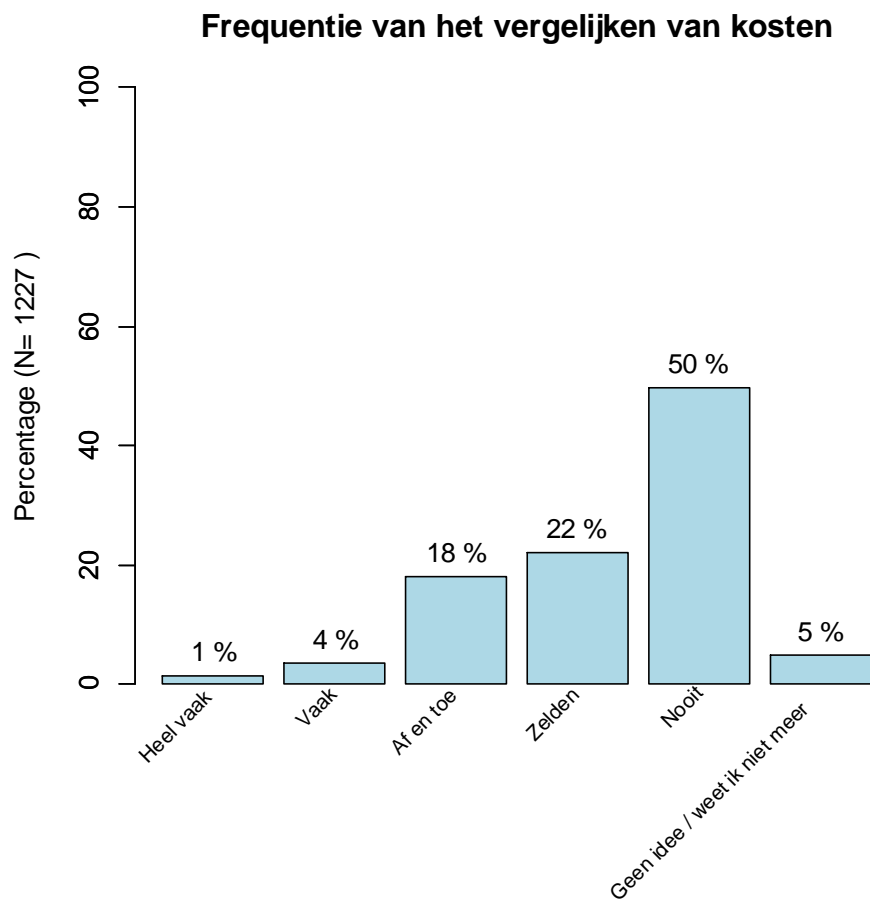


**Grafiek 44: Gemak om prijzen te vergelijken en Gemak om diensten te vergelijken per gebruikte dienst**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er geen opmerkelijk verschil is qua gemak om prijzen en diensten te vergelijken, ongeacht de gebruikte dienst. Er is geen opmerkelijk verschil tussen de huidige operatoren inzake deze kwestie.

### 3.10. Raadpleging van websites ter vergelijking van de kosten en de diensten

De achtste vraag van dit deel gaat over het gebruik van websites ter vergelijking van de kosten en diensten van telecommunicatie. De vraag was als volgt geformuleerd: *Hoe vaak hebt u dit jaar vergelijkingswebsites geraadpleegd voor de kosten van diensten?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Heel vaak; Vaak; Af en toe; Zelden; Nooit; Geen idee/Weet ik niet meer.*



**Grafiek 45: Frequentie van het vergelijken van kosten**

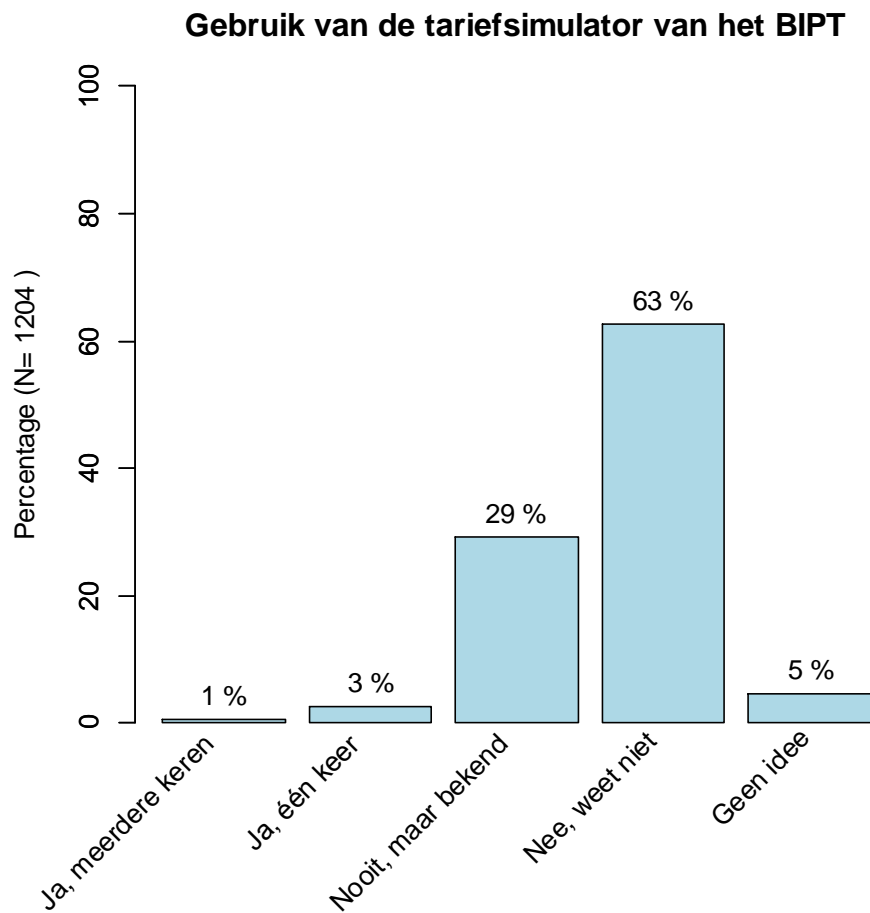
Bovenstaande grafiek toont ons dat 50 % van de respondenten het antwoord 'Nooit' heeft geselecteerd, 22 % 'Zelden', 18 % 'Af en toe', 5 % 'Geen idee/Weet ik niet meer', 4 % 'Vaak' en 1 % 'Heel vaak'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten nooit gebruik maakt van websites om de kosten en diensten van telecommunicatie te vergelijken. Er is geen significant verschil naarge-

lang van de sociodemografische variabelen. Zo is er ook relatief weinig verschil naargelang van de gebruikte dienst of operator.

### 3.11. Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT

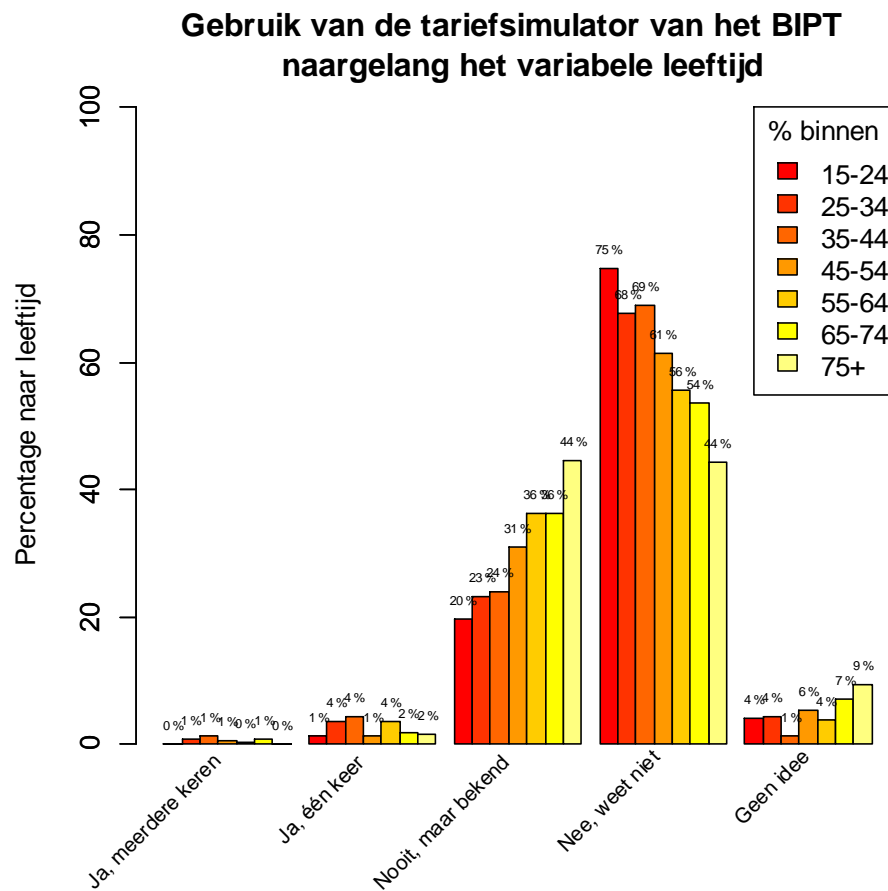
De negende vraag van dit deel gaat over het gebruik van de tariefsimulator van het BIPT. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag. De vraag was als volgt geformuleerd: *Hebt u al gebruik gemaakt van de tariefsimulator van het BIPT (<http://www.bestetarief.be>)?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja, meerdere keren; Ja, één keer; Nee, nooit, maar ik heb er wel al van gehoord; Nee, ik weet niet waarover het gaat; Geen idee.*



**Grafiek 46: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT**

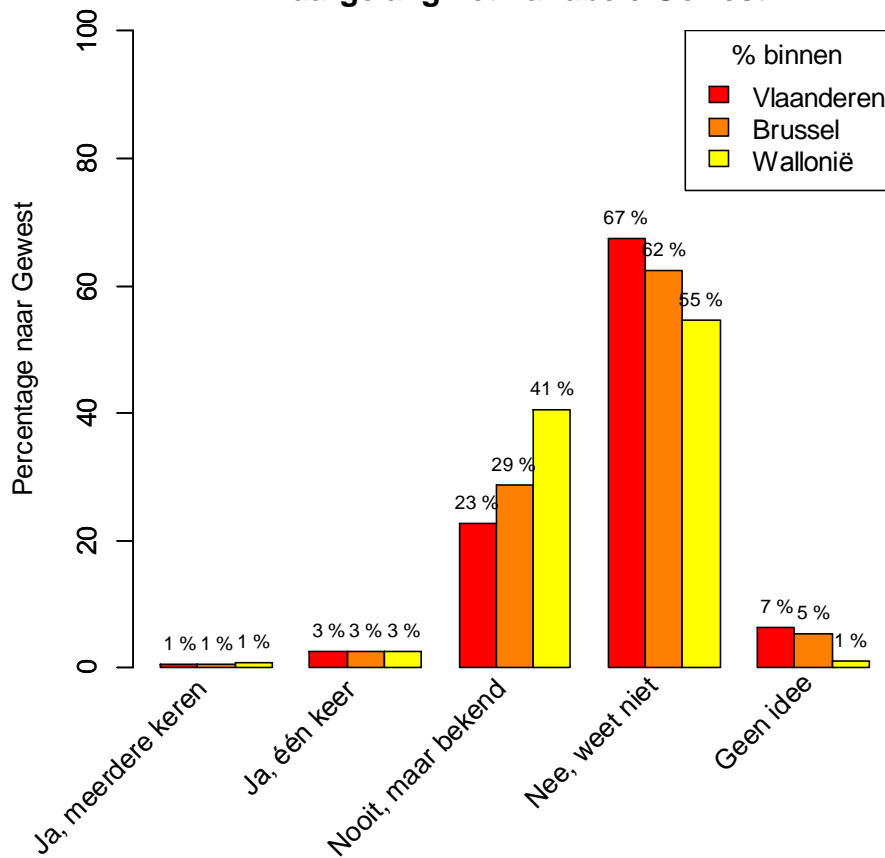
Bovenstaande grafiek toont ons dat 63 % van de respondenten het antwoord 'Nee, ken ik niet' heeft geselecteerd, 29 % 'Nee, maar ken het wel', 5 % 'Geen idee', 3 % 'Ja, één keer' en 0,7 % 'Ja, meerdere keren'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten de tariefsimulator van het BIPT nog nooit heeft gebruikt, maar 30 % heeft er wel al over gehoord.



Grafiek 47: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT naargelang van de leeftijdsvariabele

### Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT naargelang het variabele Gewest

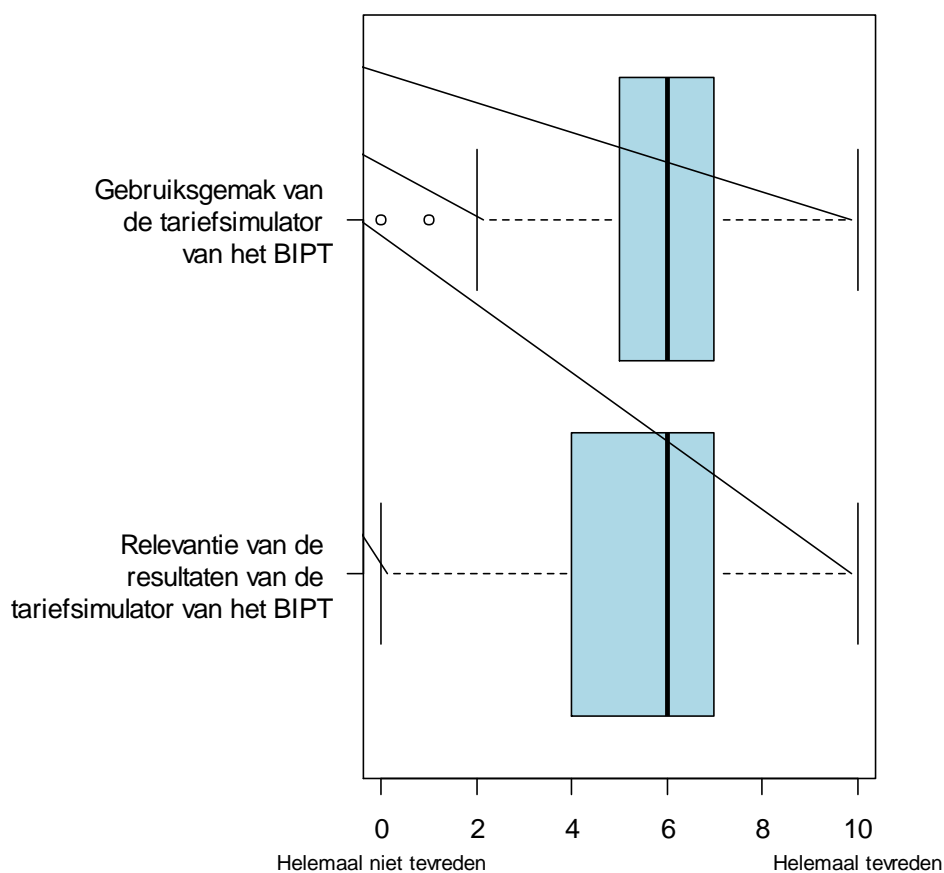


Grafiek 48: Gebruik van de tariefsimulator van het BIPT naargelang van de variabele 'gewest'

Bovenstaande grafieken tonen ons dat de tariefsimulator van het BIPT vooral niet bekend is bij de jongeren en in Vlaanderen.

### 3.12. Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT

De tiende vraag van dit tweede deel werd als volgt geformuleerd: *Als u al gebruik gemaakt hebt van de tariefsimulator van het BIPT, vindt u dan op een schaal van 0 tot 10 a) dat het makkelijk is om de simulator te gebruiken? b) dat de resultaten van de simulator relevant waren?* Voor elk item werd het voorgestelde antwoord aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet makkelijk/relevant' en 10 voor 'Heel makkelijk/relevant'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat ze de tariefsimulator van het BIPT al hebben gebruikt. Slechts 3 % van de respondenten (40 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.



**Grafiek 49: Relevantie van de resultaten en Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT**

	Min.	Q25	Q50	Q75	Max.	Gemiddelde	N	Geen mening	NAs
Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT	0	5	6	7	10	5.8	39	1	1226
Relevantie van de resultaten van de tariefsimulator van het BIPT	0	4	6	7	10	5.4	37	3	1226

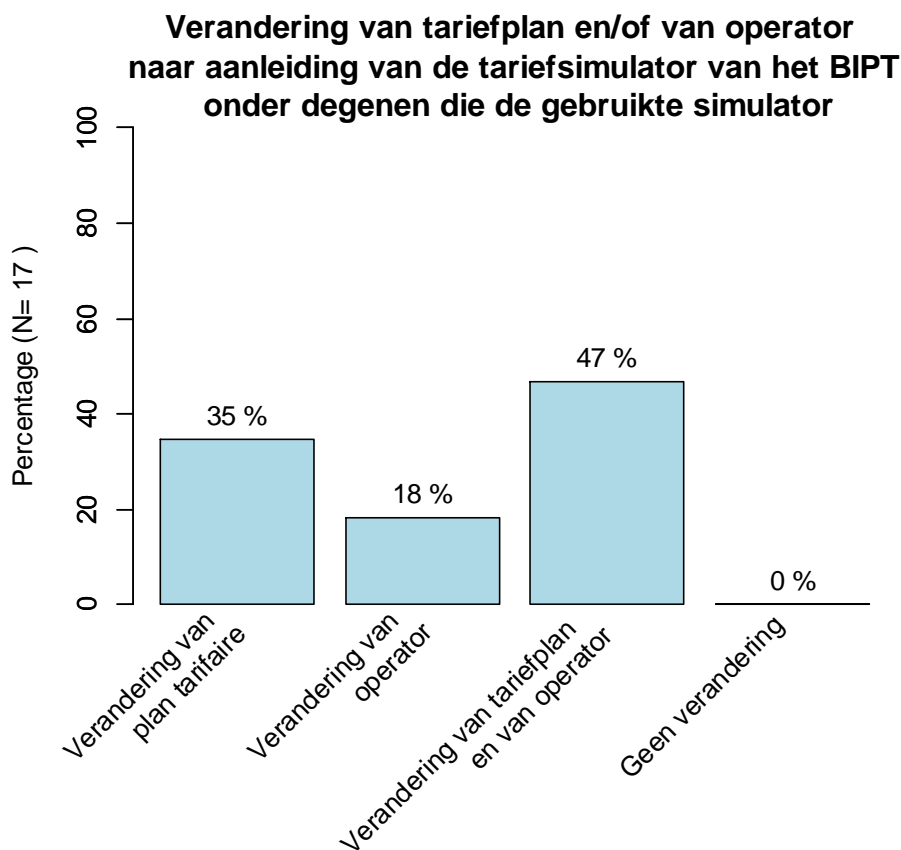
**Tabel 11: Relevantie van de resultaten en Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT**

Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt voor de 2 variabelen. 98 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Gebruiksgemak van de tariefsimulator van het BIPT' en 2 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 92 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Relevantie van de resultaten van de tariefsimulator van het BIPT' en 8 % heeft 'Geen mening' geselecteerd.

De correlatie tussen de twee items is zeer sterk ( $r=0,83$ ). Uit deze grafiek blijkt dat de simulator relatief goede punten krijgt voor het gebruiksgemak en de relevantie ervan. Deze resultaten moeten echter wel met een korreltje zout worden genomen, aangezien er weinig personen zijn die de simulator daadwerkelijk hebben getest. De analyse per geslacht, gewest of leeftijdsklasse is niet relevant, aangezien er maar weinig gegevens beschikbaar waren voor deze vraag.

### 3.13. Zijn de consumenten die gebruik gemaakt hebben van de tariefsimulator van het BIPT daarna veranderd van tariefplan of operator?

De laatste vraag van dit deel gaat over de veranderingen naar aanleiding van het gebruik van de tariefsimulator van het BIPT. De vraag was als volgt geformuleerd: *Als u al gebruik gemaakt hebt van de tariefsimulator van het BIPT, bent u hierdoor dan veranderd a) van tariefplan? b) van operator?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze de tariefsimulator van het BIPT al hebben gebruikt. Slechts 1 % van de respondenten (8 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.



**Grafiek 50: Verandering van tariefplan en/of operator naar aanleiding van het gebruik van de tariefsimulator van het BIPT bij hen die de simulator hebben gebruikt**

Bovenstaande grafiek toont ons dat twee derde van de 40 gebruikers van de tariefsimulator van het BIPT (2 % van alle respondenten) noch van tariefplan noch van operator is veranderd na het gebruik ervan. Het merendeel van het laatste derde van de gebruikers is ooit al eens van operator en van tariefplan veranderd of enkel van tariefplan. Belangrijk om melden is dat het hier enkel om een tendens gaat. Het is immers zo dat, gezien de beperkte gegevens, het aandeel van diegenen bij wie

het gebruik van de simulator niet tot een verandering heeft geleid niet significant verschillend is ( $p$ -waarde=0,053) van het aandeel van diegenen bij wie het gebruik van de simulator wel tot een verandering heeft geleid.

Samengevat kunnen we zeggen dat 1,2 % van alle respondenten een verandering heeft doorgevoerd dankzij de tariefsimulator. Het betrouwbaarheidsinterval van 95 % (0,6 %; 1,8 %) dat werd teruggebracht tot de populatie waarop dit onderzoek betrekking heeft, stelt ons in staat te bevestigen dat, sinds het ontstaan van de tariefsimulator, tussen 51.900 en 160.900 personen van tariefplan en/of operator zijn veranderd naar aanleiding van het gebruik ervan.

De analyse per geslacht, gewest of leeftijdsklasse is niet relevant, aangezien er maar weinig gegevens beschikbaar waren voor deze vragen.

### 3.14. Conclusies over de tevredenheid, de problemen die ondervonden werden en de houding in geval van problemen

De tevredenheid en het vertrouwen ten opzichte van de diensten en operatoren werden onderzocht. Hoewel het merendeel van de gebruikers vertrouwen stelt - een vertrouwen dat stijgt met de leeftijd - in hun operatoren wat de naleving van hun rechten, de verstrekte informatie en de betrouwbaarheid van de facturering betreft, zijn er evenveel respondenten die zowel tevreden als ontevreden zijn over de tarieven.

Het merendeel van de respondenten denkt trouwens dat ze niet het goedkoopste aanbod op de markt gebruiken. Net als het vertrouwen stijgt ook de tevredenheid over de tarieven met de leeftijd, met uitzondering van de 15-24-jarigen die tot de meest tevreden respondenten behoren.

De tevredenheid over de diensten is groter dan de tevredenheid over de tarieven en varieert niet naargelang van de gebruikte dienst.

Het lijkt moeilijk om de tarieven en zeker om de diensten van de operatoren te vergelijken. Dat wordt moeilijker met de leeftijd.

Tot slot kent een derde van de ondervraagde personen de tariefsimulator van het BIPT, maar weinigen vergelijken regelmatig de kosten van de telecommunicatiediensten.

Dankzij het onderzoek naar eventuele problemen die de gebruikers hebben ondervonden en de stappen die ze hebben ondernomen om deze problemen op te lossen, konden we vaststellen dat bijna de helft van de respondenten de voorbije 3 jaar een probleem heeft ondervonden. Het vaakst voorkomende probleem is een onderbreking van de dienstverlening en de personen die het vaakst worden getroffen door de problemen zijn de jongeren (15-44 jaar) en zij die de nieuwe technologieën gebruiken.

De overgrote meerderheid van de personen die een probleem hebben ondervonden, heeft geprobeerd om dit op te lossen, hoofdzakelijk via telefoon, e-mail of rechtstreeks contact. De niet-nagekomen beloftes en abnormaal hoge facturen zijn de problemen waarvoor de meeste stappen werden ondernomen. In werkelijkheid betwisten slechts twee op drie personen daadwerkelijk een tariefverhoging.

## 4. Veranderingen, vergelijking en transparantie van de operatoren

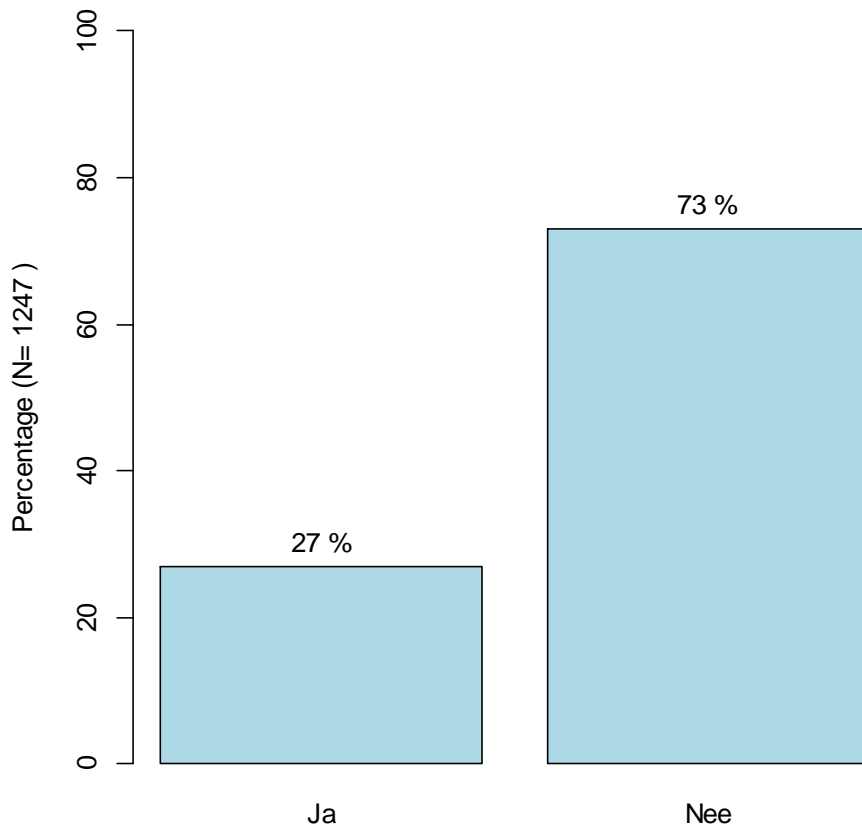
Het derde deel van de vragenlijst ging over de veranderingen, de vergelijking en de transparantie van de operatoren. Eerst hebben we het gehad over de veranderingen van operator, daarna over de redenen die daartoe hebben geleid en het gemak waarmee deze verandering kon worden uitgevoerd. Tot slot werd aan de consument gevraagd waarom hij/zij überhaupt van operator zou veranderen.

Van de 1.262 respondenten die zijn overgebleven na zuivering en validering van de gegevens hebben 1.124 respondenten na weging (89 % in totaal) op de 5 niet-gefilterde vragen in dit deel geantwoord.

### 4.1. Zijn de consumenten de voorbije 3 jaar van operator veranderd?

De eerste vraag van dit deel gaat over de verandering van operator door de respondenten. Ze was als volgt geformuleerd: *Bent u de voorbije drie jaar van operator veranderd?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag.

### Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar

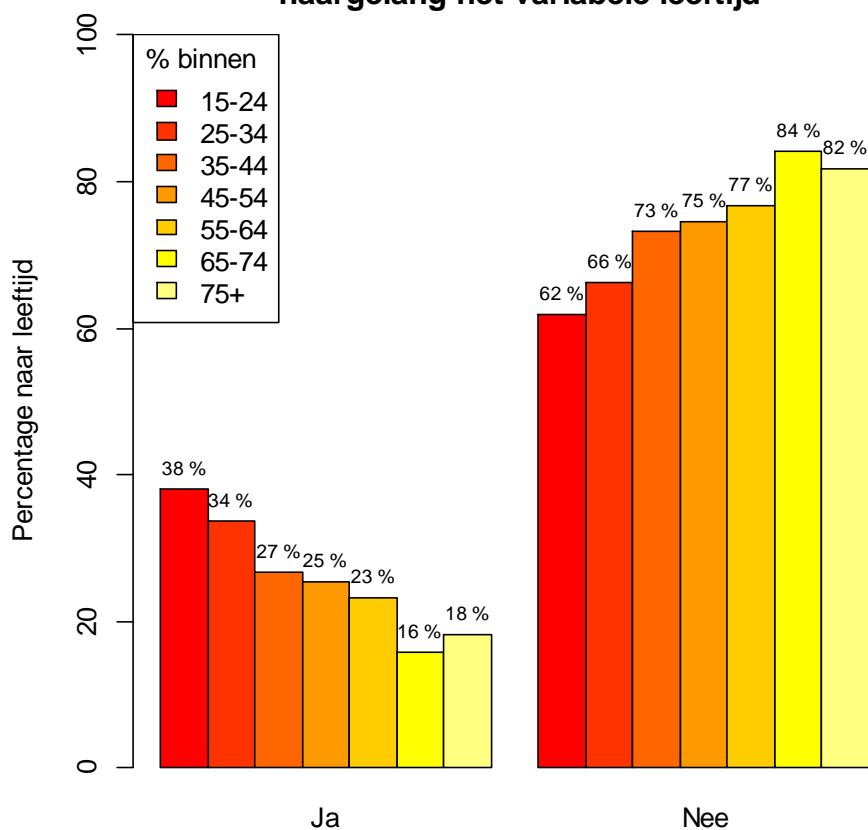


**Grafiek 51: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 27 % van de respondenten het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd en 73 % 'Nee'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten de voorbije 3 jaar niet van operator is veranderd.

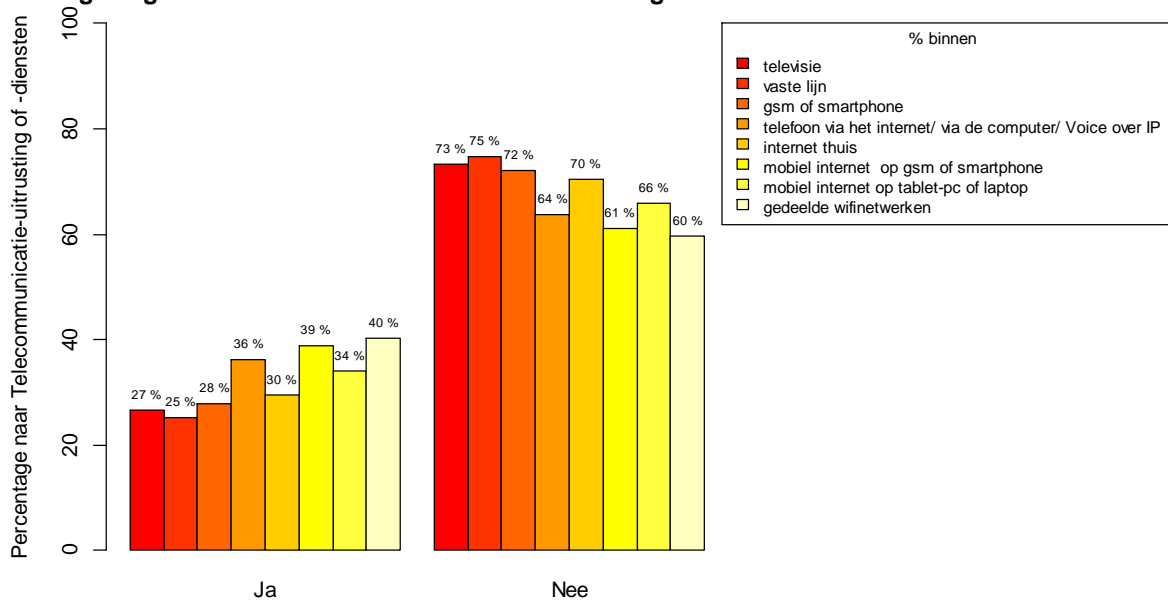
### Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang het variabele leeftijd



**Grafiek 52: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de leeftijdsvariabele**

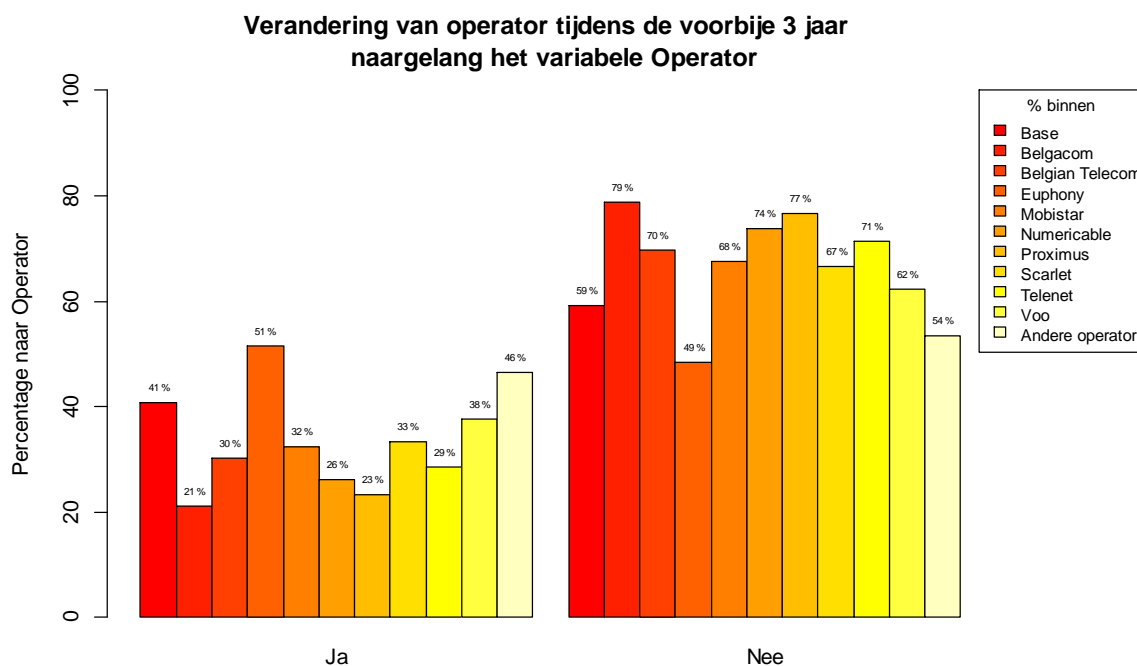
Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorieën. Jonge volwassenen (15-34-jarigen) zijn meer geneigd om van operator te veranderen dan hun oudere soortgenoten (ouder dan 65 jaar). We kunnen niet nagaan of het hier gaat om een fase waarin de respondenten de operatoren verkennen voordat ze zich aan een van hen binden of om een algemene gedragswijziging van de nieuwe generaties die zijn opgegroeid in een wereld met meer concurrentie. We merken op dat er geen soortgelijk verschil is tussen de geslachten en de gewesten.

**Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar  
naargelang het variabele Telecommunicatie-uitrusting of -diensten**



**Grafiek 53: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatiedienst'**

Rekening houdend met de vorige analyses en dan vooral met de leeftijd van de gebruikers, is het dan ook geen verrassing dat de personen die de recentste technologieën gebruiken ook diegenen zijn die het vaakst van operator zijn veranderd tijdens de voorbije drie jaar.



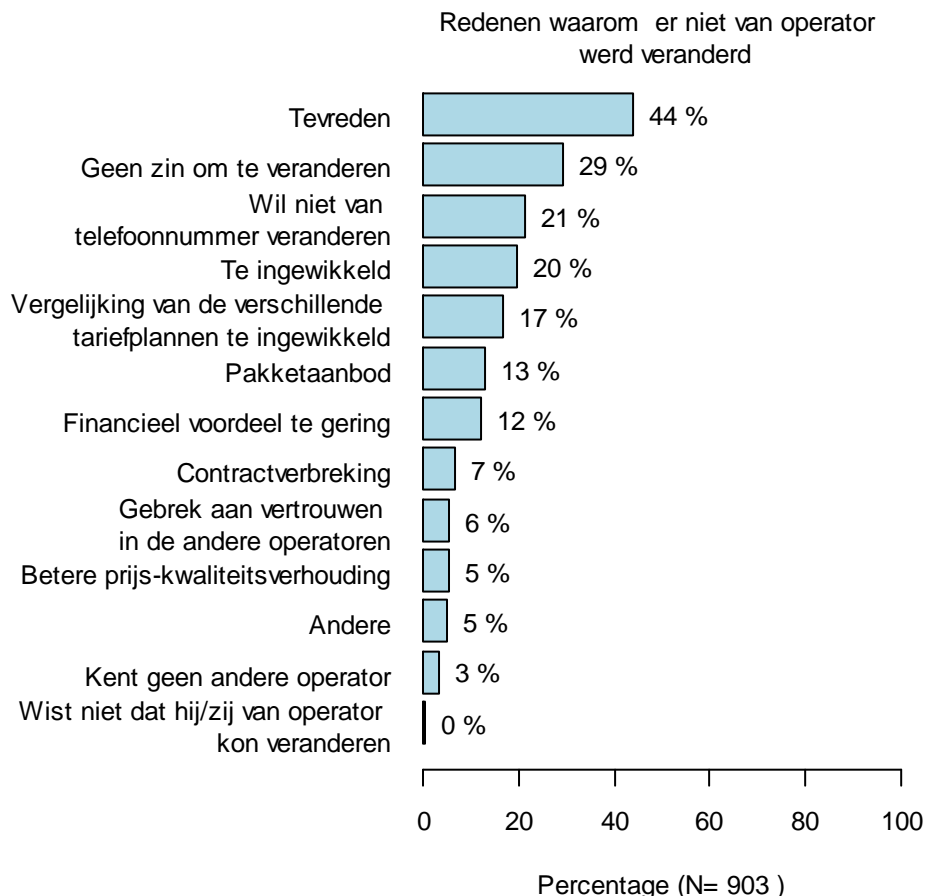
**Grafiek 54: Verandering van operator tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'**

In de bovenstaande grafiek zien we ook tendensen die we al opgemerkt hebben: Euphony, Base en de operatoren uit de categorie 'Andere operatoren' omvatten meer respondenten die onlangs van operator zijn veranderd. Maar aan de hand van de vraag kunnen we niet zeggen of ze naar de vermelde operatoren zijn overgestapt. De historische operatoren Belgacom en Proximus lijken daarentegen de meest stabiele gebruikers te hebben.

## 4.2. Redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar niet van operator zijn veranderd

De volgende vraag gaat over de redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar niet van operator zijn veranderd. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat ze de voorbije 3 jaar niet van operator zijn veranderd. Slechts 73 % van de respondenten (911 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Waarom bent u de voorbije drie jaar niet van operator veranderd? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ik heb geen zin om te veranderen; Ik ben algemeen gesproken tevreden over mijn operator; Mijn operator biedt me de beste prijs-kwaliteitsverhouding; Het financiële voordeel is te gering; Ik wist niet dat ik kon veranderen van operator; De contractverbreking zou te veel kosten; Het lijkt me te ingewikkeld/Het zou me te veel tijd kosten; Ik kan het aanbod van de verschillende operatoren niet gemakkelijk vergelijken; Ik heb geko-*

zen voor een pakketaanbod (pack) en vind het moeilijker om voor dit type aanbod van operator te veranderen; Ik wil niet veranderen van telefoonnummer of e-mailadres; Ik ken de andere operatoren op de markt niet; Ik heb geen vertrouwen in de andere operatoren op de markt (respect voor uw rechten, verbintenissen, kwalitatief minderwaardige dienstverlening, risico van faillissement enz.); Andere. Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.



**Grafiek 55: Redenen waarom de consumenten niet van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar niet veranderd zijn**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 44 % van hen die de voorbije 3 jaar niet van operator zijn veranderd (32 % van alle respondenten) het antwoord 'Tevreden' heeft geselecteerd, 29 % (21 %) 'Geen zin om te veranderen', 21 % (16 %) 'Wil niet van telefoonnummer veranderen', 20 % (14 %) 'Te ingewikkeld', 17 % (12 %) 'Vergelijking van de verschillende tariefplannen te ingewikkeld', 13 % (9 %) 'Pakketaanbod', 12 % (9 %) 'Financiële voordeel te gering', 7 % (5 %) 'Contractverbreking', 6 % (4 %) 'Gebrek aan vertrouwen in de andere operatoren', 5 % (4 %) 'Betere prijs-kwaliteitsverhouding', 5 % (4 %) 'Andere', 3 % (2 %) 'Kent geen andere operator' en 0,4 % (0,3 %) 'Wist niet dat hij/zij van operator kon veranderen'.

We stellen vast dat de belangrijkste redenen waarom ze niet van operator zijn veranderd de tevredenheid en geen zin om te veranderen, zijn. We merken ook op dat in 21 % van de gevallen niet willen veranderen van telefoonnummer een reden is, hoewel de overdraagbaarheid van telefoon-

nummers al een aantal jaren geen probleem meer is. Er is geen opmerkelijk verschil tussen de antwoorden die worden uitgesplitst per leeftijd, geslacht of gewest.

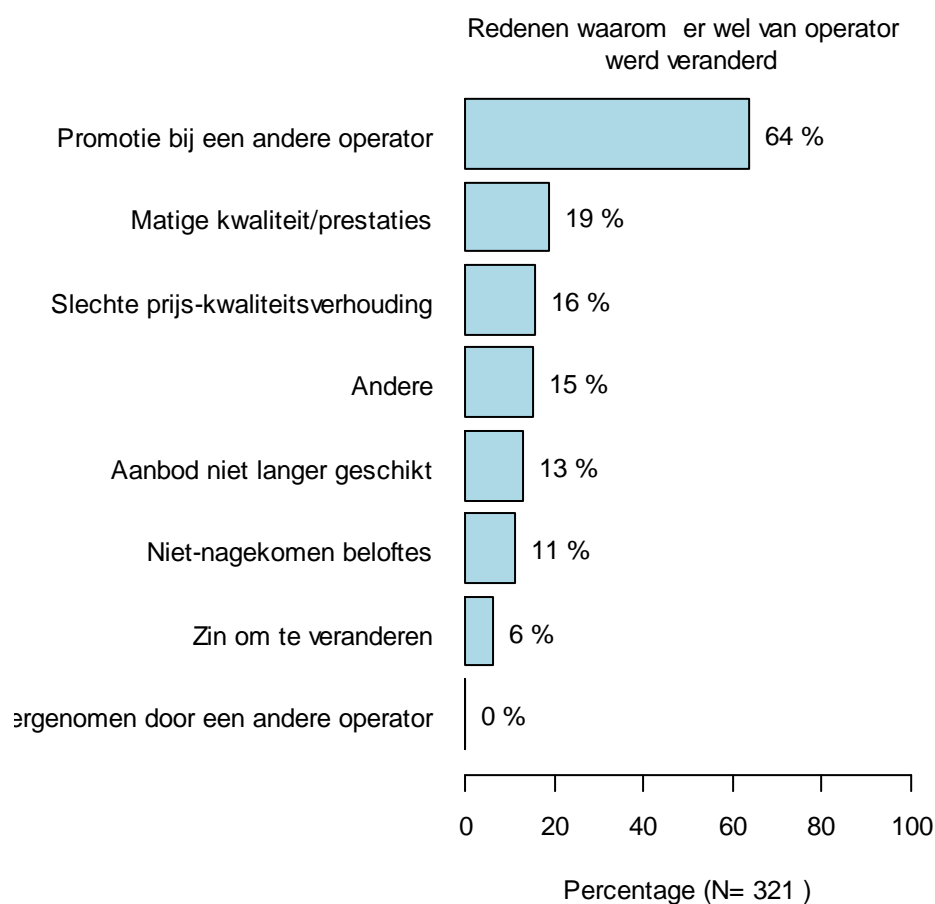
	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal redenen waarom er niet van operator werd veranderd	1	1	1	2	7

**Tabel 12: Aantal redenen waarom er niet van operator werd veranderd**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 7 keuzecriteria selecteren van de 13 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 22 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd. De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

### 4.3. Redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar van operator veranderd zijn

De volgende vraag gaat over de redenen waarom de consumenten de voorbije 3 jaar van operator veranderd zijn. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op vraag 3.1 hebben geantwoord dat ze de voorbije 3 jaar van operator zijn veranderd. Slechts 27 % van de respondenten (336 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Waarom bent u de voorbije drie jaar wel van operator veranderd? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Interessanter tarief of promotie bij een andere operator; Matige kwaliteit/prestaties bij vorige operator; Slechte prijs-kwaliteitsverhouding bij vorige operator; Niet-nagekomen beloften bij vorige operator; Aanbod niet langer geschikt door verandering van mijn situatie (verhuis, wijziging van de gezinsstructuur enz.); Gewoon zin om te veranderen; De vorige operator is overgenomen door een andere operator die ik niet goed vind; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

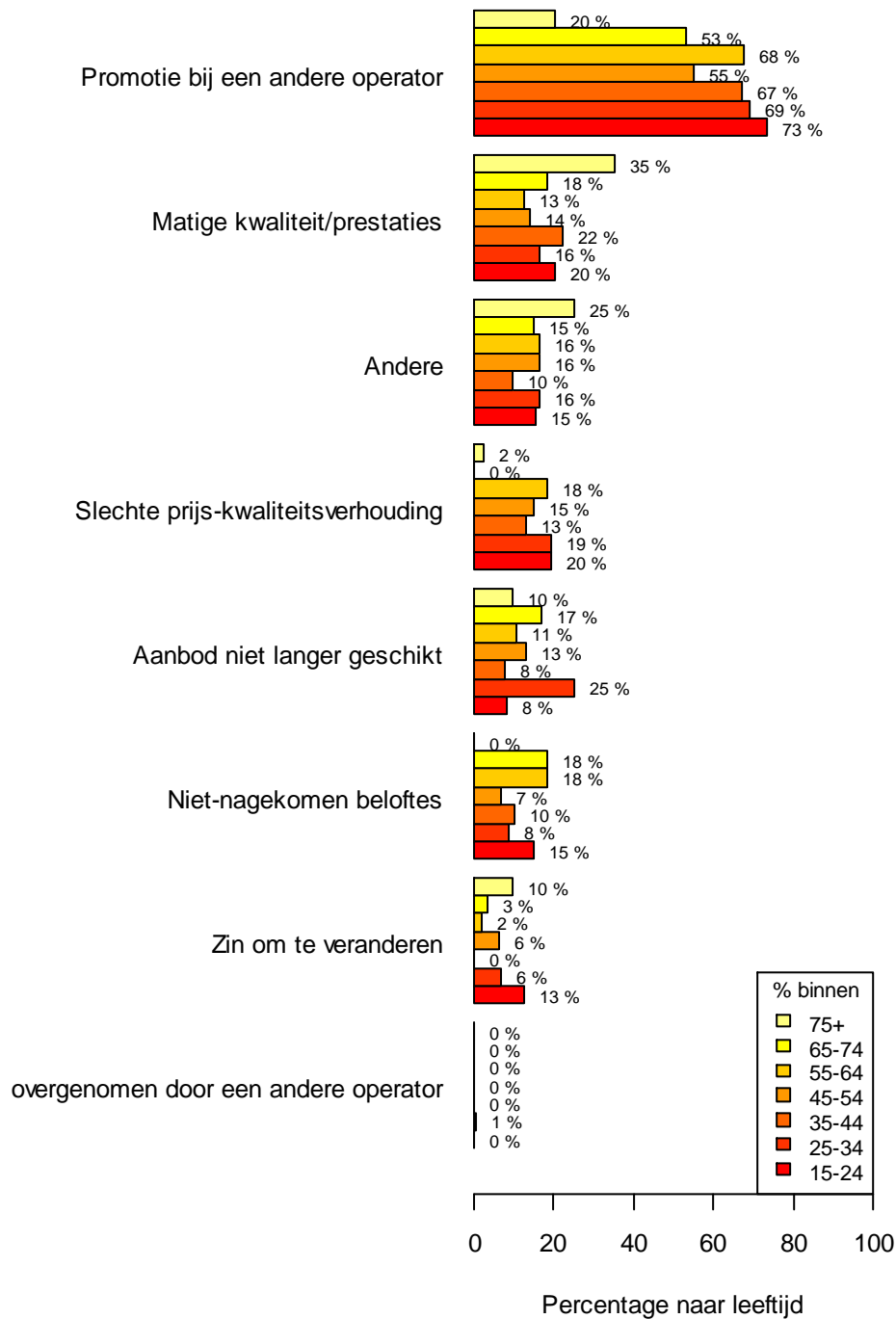


**Grafiek 56: Redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar zijn veranderd**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 64 % van hen die de voorbije 3 jaar van operator zijn veranderd (16 % van alle respondenten) het antwoord 'Promotie bij een andere operator' heeft geselecteerd, 19 % (5 %) 'Matige kwaliteit/prestaties', 16 % (4 %) 'Slechte prijs-kwaliteitsverhouding', 15 % (4 %) 'Andere', 13 % (3 %) 'Aanbod niet langer geschikt', 11 % (3 %) 'Niet-nagekomen beloftes', 6 % (2 %) 'Zin om te veranderen' en 0,1 % (0 %) 'Operator overgenomen door een andere operator'.

**We stellen vast dat één reden eruit springt: de promotie bij een andere operator.**

Redenen waarom er wel van operator werd veranderd naar leeftijd



Grafiek 57: Redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd bij hen die de voorbije 3 jaar zijn veranderd per leeftijd

Uit de analyse van de soorten problemen die werden ervaren naargelang van de leeftijd van de respondenten blijkt dat deze prijsfactor des te belangrijker is bij de jongsten, zoals we al hebben

kunnen aantonen. Voor de analyse naargelang van het geslacht en het gewest valt er niets bijzonders te benadrukken.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd	1	1	1	2	5

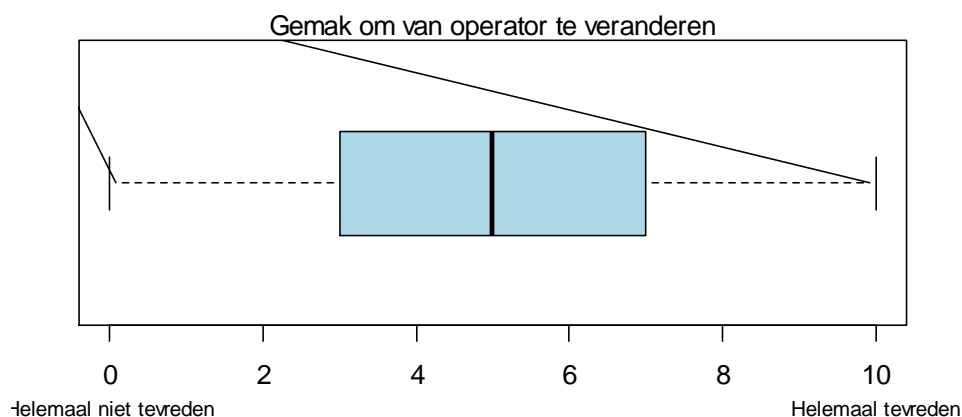
**Tabel 13: Aantal redenen waarom de consumenten van operator zijn veranderd**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 5 keuzecriteria selecteren van de 8 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 7 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

#### 4.4. Gemak om van operator te veranderen

De vierde vraag van het derde deel werd als volgt geformuleerd: *Hoe makkelijk vindt u het om te veranderen van operator? Geef uw mening ook als u de voorbije drie jaar niet van operator bent veranderd.* Het voorgestelde antwoord werd aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet gemakkelijk' en 10 voor 'Heel gemakkelijk'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden.



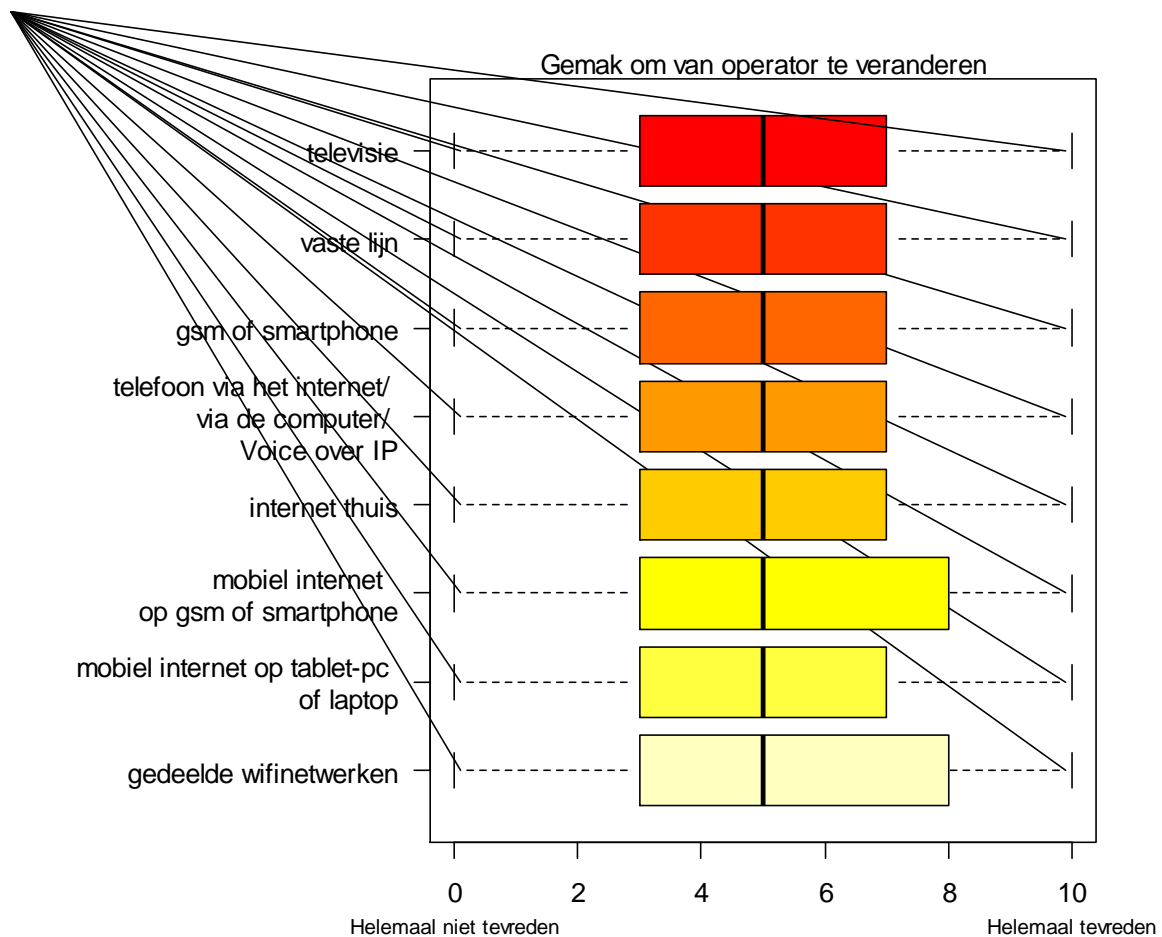
**Grafiek 58: Gemak om van operator te veranderen**

	Min.	Q25 %	Q50 %	Q75 %	Max.	Gemiddeld	N	Geen mening	NAs
Gemak om van operator te veranderen	0	3	5	7	10	4.8	955	181	130

**Tabel 14: Gemak om van operator te veranderen**

Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt. 84 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Gemak om van operator te veranderen' en 16 % heeft 'Geen mening' geselecteerd.

Uit deze grafiek blijkt dat er over het algemeen genomen evenveel personen zijn die het gemakkelijk vinden om van operator te veranderen (score hoger dan 5) als personen die het helemaal niet gemakkelijk vinden om van operator te veranderen (score lager dan 5). Een persoon op twee geeft een score ergens in het midden van de schaal (tussen 3 en 7 op 10) en is in zekere zin van mening dat het niet gemakkelijk, maar ook niet echt moeilijk is om van operator te veranderen. De antwoorden op deze vraag blijven dezelfde, ongeacht de leeftijd, het geslacht of het gewest waarvan de respondent afkomstig is.



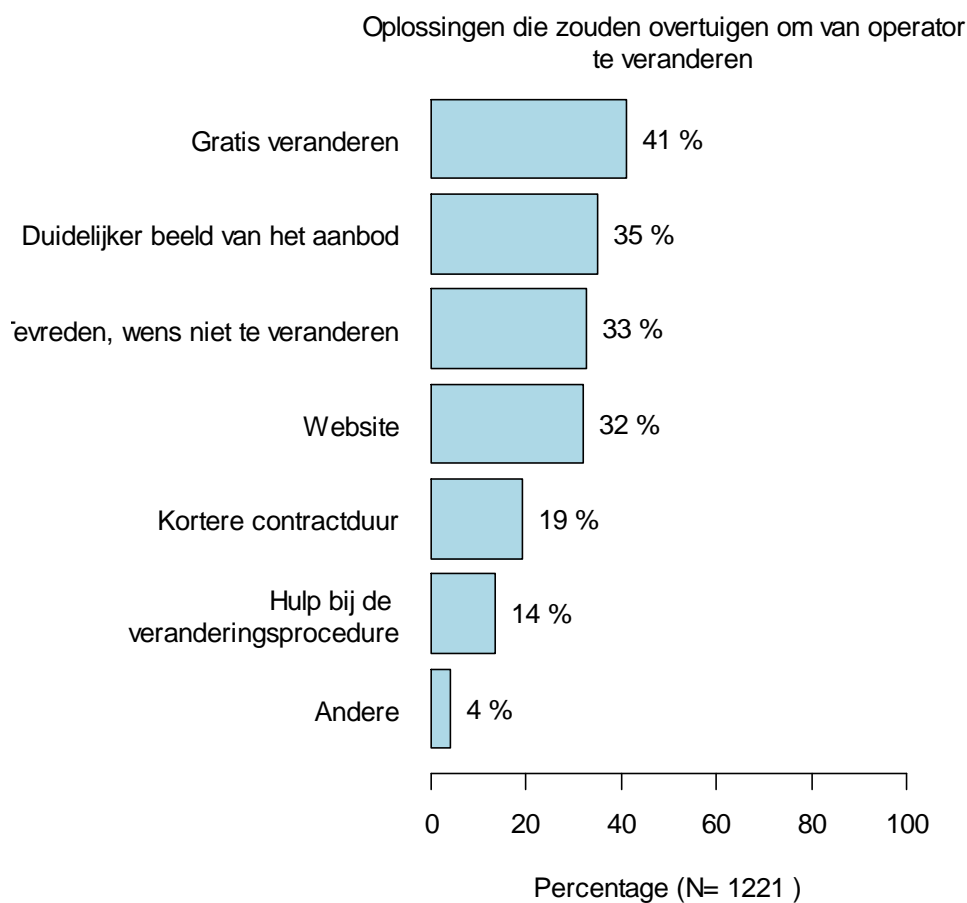
**Grafiek 59: Gemak om van operator te veranderen per gebruikte dienst**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er geen opmerkelijk verschil is qua gemak om van operator te veranderen, ongeacht de gebruikte dienst. Enkel de gebruikers van gedeelde wifinetwerken en

3G-internet op tablet-pc of laptop lijken het iets makkelijker te vinden om van operator te veranderen. Ook tussen de operatoren is er geen opmerkelijk verschil.

#### 4.5. Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen

De vijfde vraag van dit deel gaat over de oplossingen die de consument zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen. De vraag was als volgt geformuleerd: *Welke van de volgende oplossingen zouden u kunnen overtuigen om van operator te veranderen mocht u dat wensen? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Gratis veranderen van operator; Een duidelijker beeld van het aanbod met een identieke structuur voor elke operator; Een website waarop het goedkoopste aanbod wordt aangegeven voor uw gebruikersprofiel; Een kortere contractduur; Hulp bij de veranderingsprocedure door een onafhankelijke organisatie; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

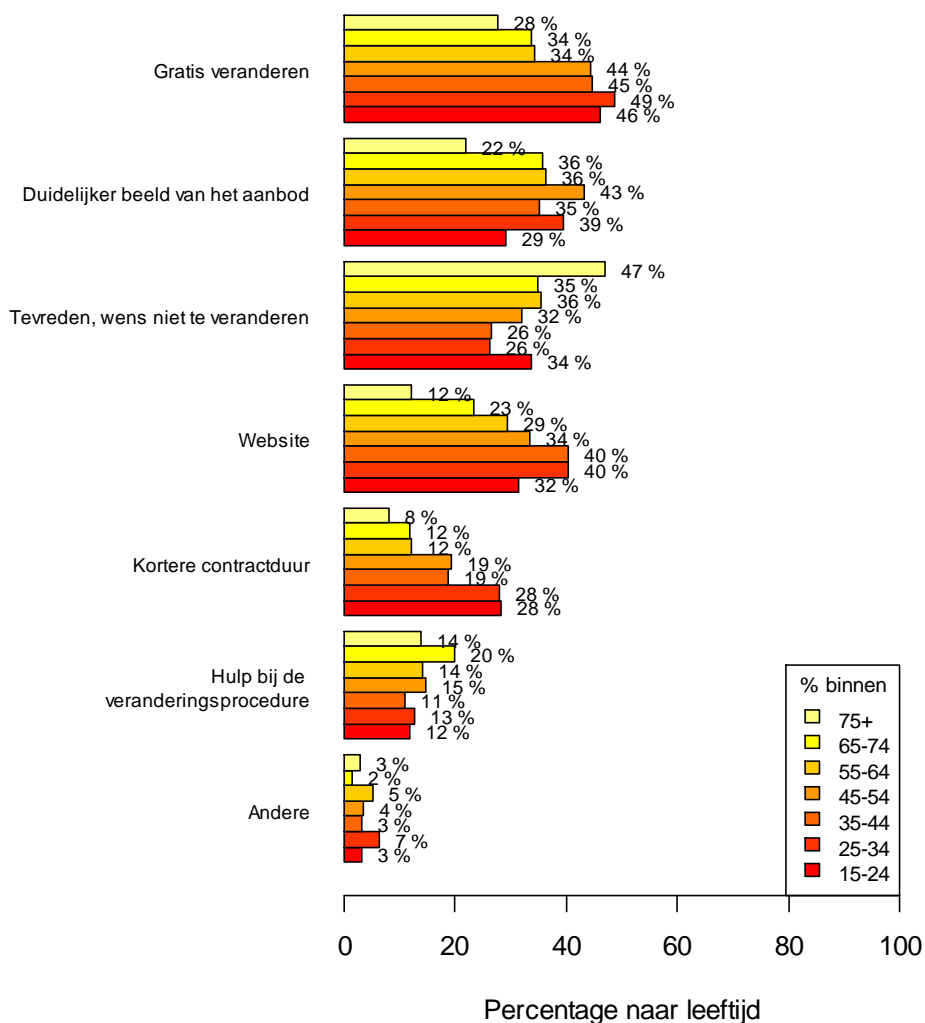


Grafiek 60: Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen

Bovenstaande grafiek toont ons dat 41 % van de respondenten het antwoord 'Gratis veranderen' heeft geselecteerd, 35 % 'Duidelijker beeld van het aanbod', 33 % 'Tevreden, wens niet te veranderen', 32 % 'Website', 19 % 'Kortere contractduur', 14 % 'Hulp bij de veranderingsprocedure' en 4 % 'Andere'.

We stellen hier vast dat de belangrijkste stimulans om van operator te veranderen het gratis veranderen is. Op de tweede plaats staat een duidelijker beeld van het aanbod. 33 % van de respondenten verklaart bovendien dat ze tevreden zijn over de operator en selecteert geen enkele andere optie.

Oplossingen die zouden overtuigen om van operator te veranderen naar leeftijd



Grafiek 61: Oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen per leeftijd

Bovenstaande grafiek illustreert de keuzecriteria die worden uitgesplitst naargelang van de leeftijd van de respondenten. Ook hier stellen we vast dat de jongsten vaker economische criteria

aanhalen. Op het vlak van de verschillen tussen de geslachten en de gewesten is er niets fundamenteels naar voren gekomen.

	Min.	Q 25	Mediaan	Q 75	Max.
Aantal oplossingen die zouden kunnen overtuigen om van operator te	1	1	1	2	7

**Tabel 15: Aantal oplossingen die de consumenten zouden kunnen overtuigen om van operator te veranderen**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 7 keuzecriteria selecteren van de 7 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 23 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

#### **4.6. Conclusies over de veranderingen, de vergelijking en de transparantie van de operatoren**

Een kwart van de personen is de voorbije 3 jaar van operator veranderd. De jonge volwassenen zijn meer geneigd om van operator te veranderen dan hun oudere soortgenoten. De personen die gebruik maken van de modernste technologieën zijn ook degenen die de voorbije drie jaar het vaakst van operator zijn veranderd.

Een promotie bij een concurrent is de vaakst voorkomende reden waarom iemand van operator verandert en het zijn de jongeren die het meest worden beïnvloed door deze handelsdaden.

De personen die niet van operator zijn veranderd, zijn meestal trouw gebleven aan hun operator omdat ze tevreden waren of gewoonweg geen zin hadden om te veranderen. We merken echter op dat veranderen van operator ook wordt tegengehouden door de ingewikkelde procedure of omdat de mensen nog steeds geloven dat ze een ander telefoonnummer zullen krijgen.

De perceptie van hoe gemakkelijk het is om van operator te veranderen, schommelt sterk van persoon tot persoon (de leeftijd, het geslacht of de gebruikte dienst hebben geen invloed op deze perceptie).

Het gratis veranderen, een duidelijker beeld van het aanbod en de toegang tot een website waarop het goedkoopste aanbod voor uw gebruikersprofiel staat, zouden de consumenten aanzetten om te veranderen.

## 5. Informatie waarover de consument beschikt

Het vierde deel van de vragenlijst ging over de informatie waarover de consument beschikt met betrekking tot zijn rechten en de plichten van de operator. We hebben vrij gevarieerde onderwerpen aangekaart, gaande van informatie over het goedkoopste tariefplan naargelang van het gemiddelde verbruiksprofiel tot de snelheid van de internetverbinding over de kennis van de gebruikers inzake de rechten.

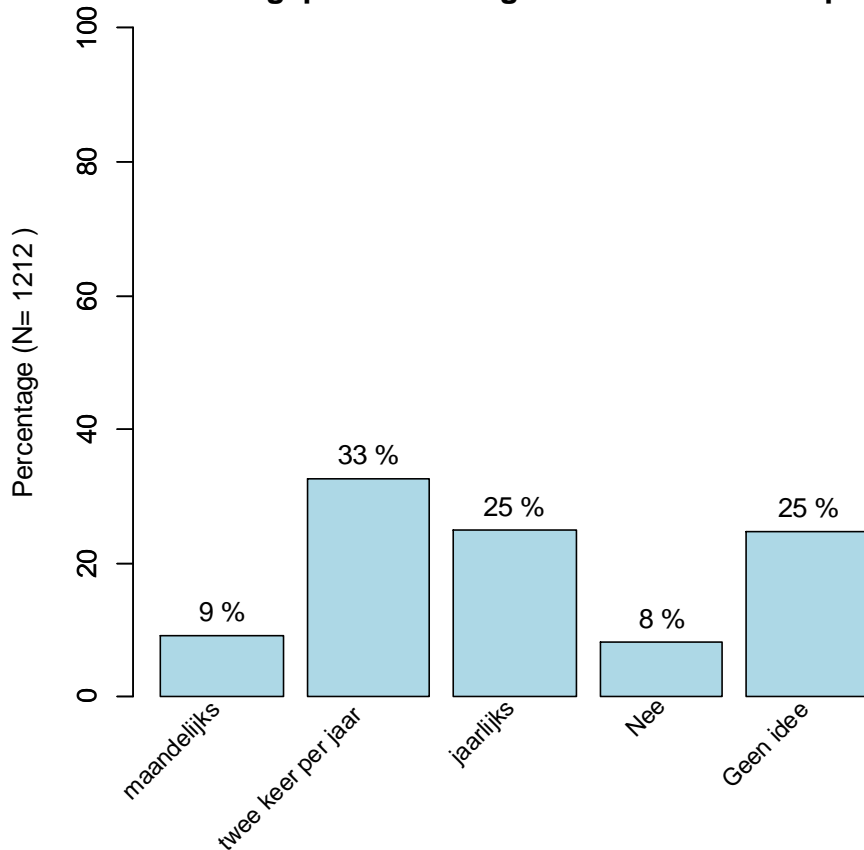
Van de 1.262 respondenten die zijn overgebleven na zuivering en validering van de gegevens hebben 1.167 respondenten na weging (92 % in totaal) op de 5 niet-gefilterde vragen in dit deel geantwoord.

### 5.1. Is de consument ervan op de hoogte dat de operator verplicht is om een tarief voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel?

De eerste vraag van dit deel gaat over de verplichting van de operator om een tarief voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel. De vraag was als volgt geformuleerd: *Moet uw operator u volgens u een tariefplan voorstellen dat aangepast is aan uw gemiddelde verbruiksprofiel?* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja, maandelijks; Ja, minstens twee keer per jaar; Ja, jaarlijks; Nee, nooit; Weet ik niet.*

Het correcte antwoord is jaarlijks.

### De operator moet een tariefplan voorstellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel

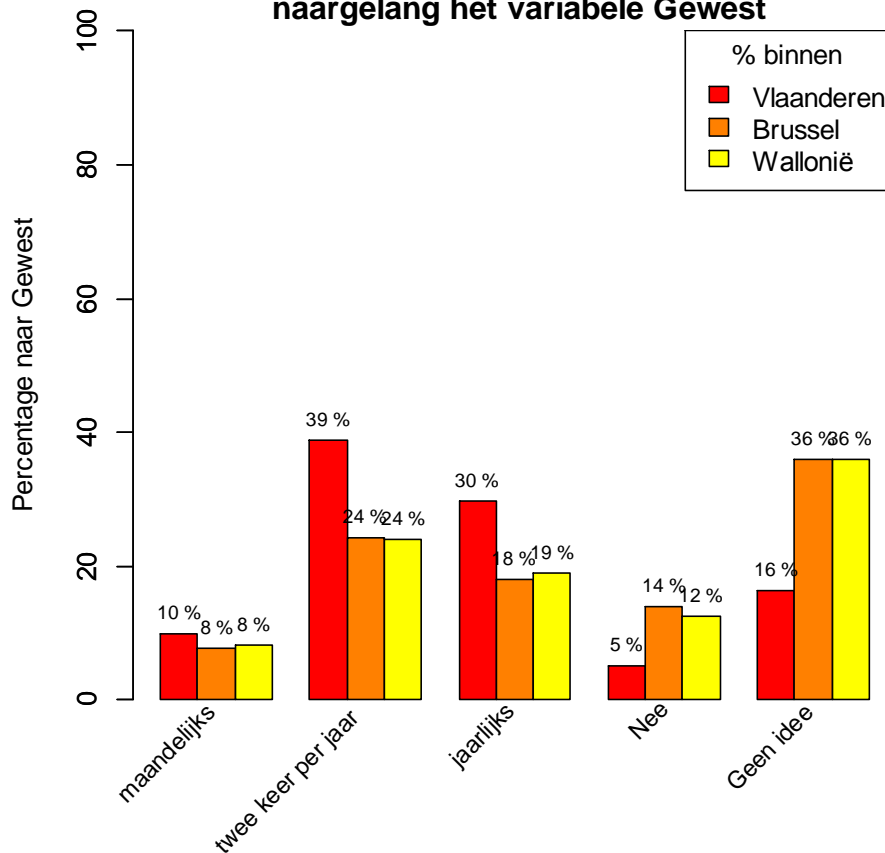


**Grafiek 62: De operator is verplicht om een tariefplan voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 33 % van de respondenten het antwoord 'Twee keer per jaar' heeft geselecteerd, 25 % 'Jaarlijks', 25 % 'Weet het niet', 9 % 'Maandelijks' en 8 % 'Nee'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten (67 %) denkt dat de operator verplicht is om een tarief voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel, waarvan 33 % denkt dat dit twee keer per jaar moet gebeuren, terwijl het eigenlijk maar één keer per jaar is.

**De operator moet een tariefplan voorstellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang het variabele Gewest**



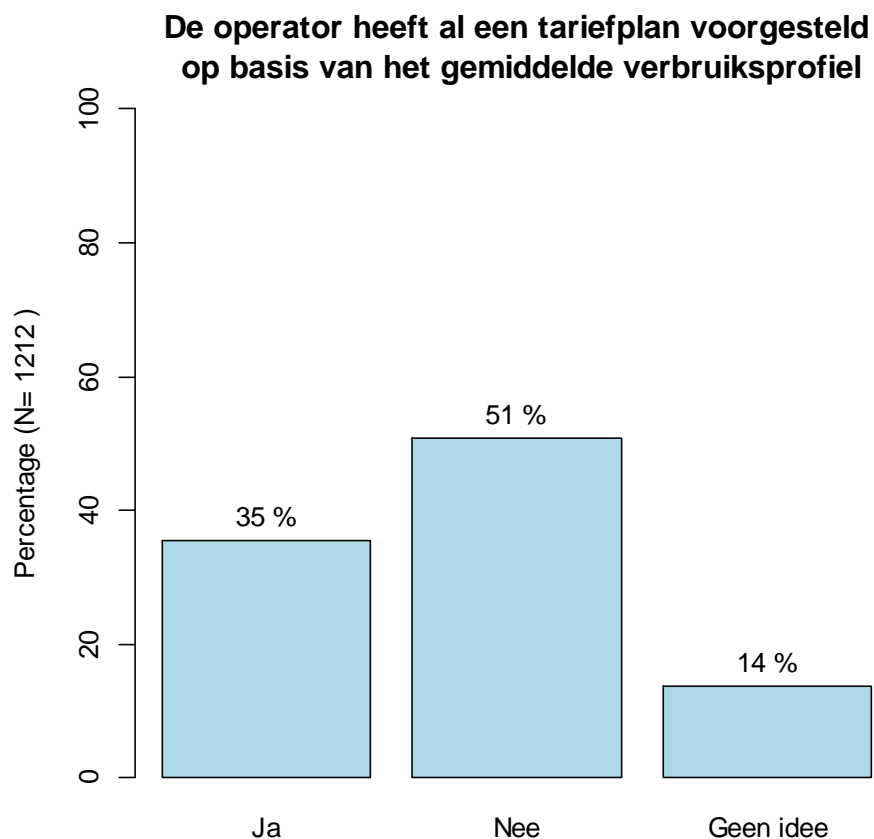
**Grafiek 63: De operator is verplicht om een tariefplan voor te stellen dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'gewest'**

Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden per gewest: Vlaanderen lijkt beter geïnformeerd te zijn dan de 2 andere gewesten.

Er is geen opmerkelijk verschil per geslacht en per leeftijd.

**5.2. Heeft de operator een tariefplan voorgesteld dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel?**

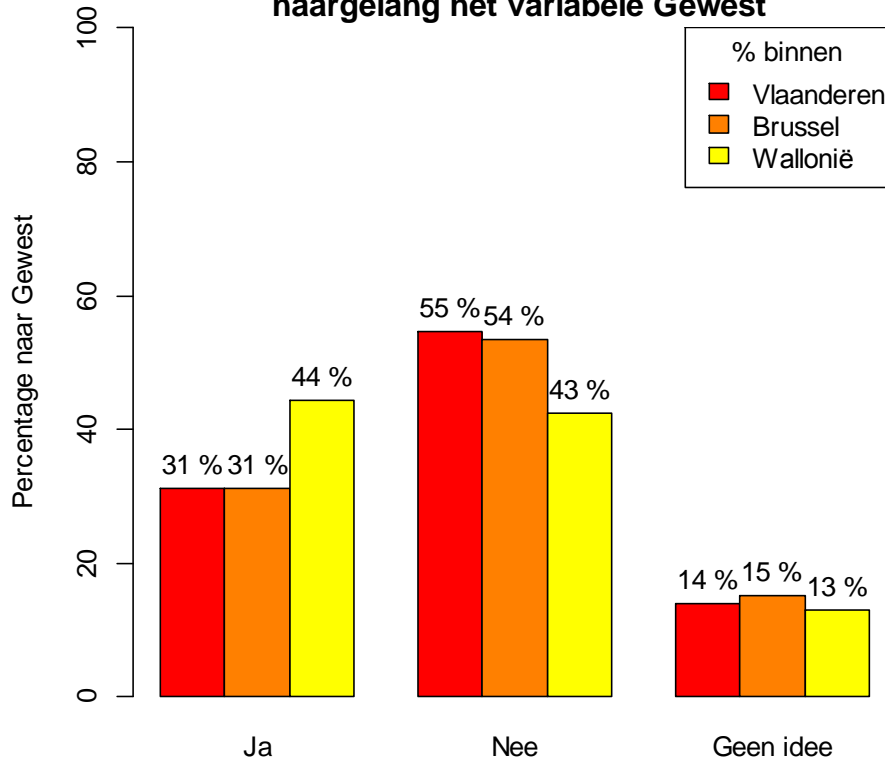
De tweede vraag van dit deel gaat over het feit of de operator al een tarief heeft voorgesteld dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel. Ze was als volgt geformuleerd: *Heeft uw operator u al een tariefplan voorgesteld op basis van uw gemiddelde verbruiksprofiel?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja*, *Nee* en *Weet ik niet*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag.



**Grafiek 64: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 51 % van de respondenten het antwoord 'Nee' heeft geselecteerd, 37 % 'Ja' en 12 % 'Weet het niet'. Het lijkt er dus op dat een minderheid van de respondenten zich herinnert dat de operator al eens een tarief heeft voorgesteld dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel.

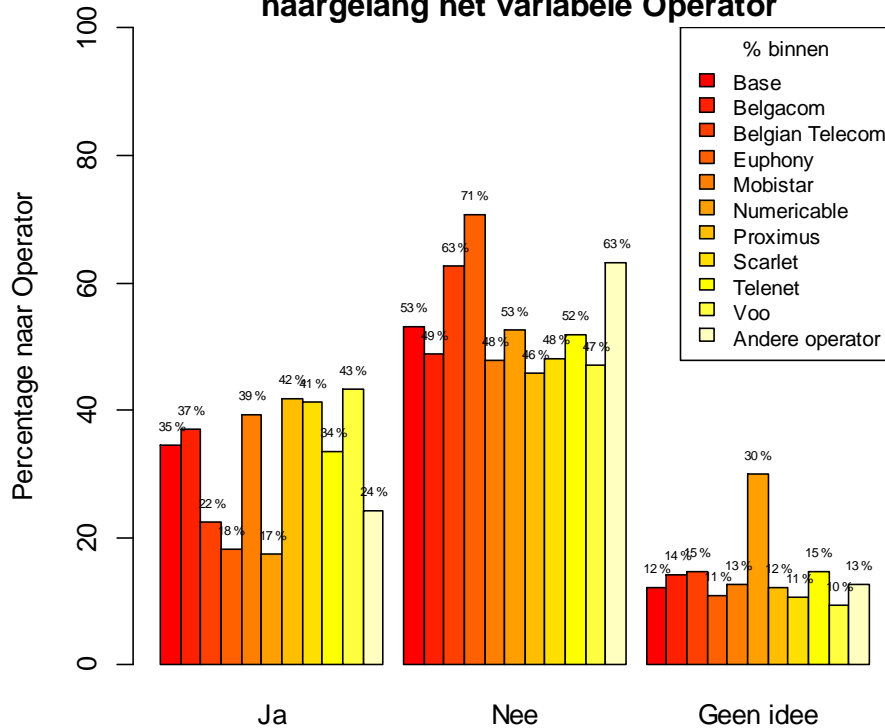
**De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang het variabele Gewest**



**Grafiek 65: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'gewest'**

Bovenstaande grafiek illustreert de verschillen tussen de gewesten. In Wallonië herinnert de consument zich vaker dat de operator al eens een tarief heeft voorgesteld dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel.

### De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang het variabele Operator



Grafiek 66: De operator heeft al een tariefplan voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naargelang van de variabele 'telecommunicatieoperator'

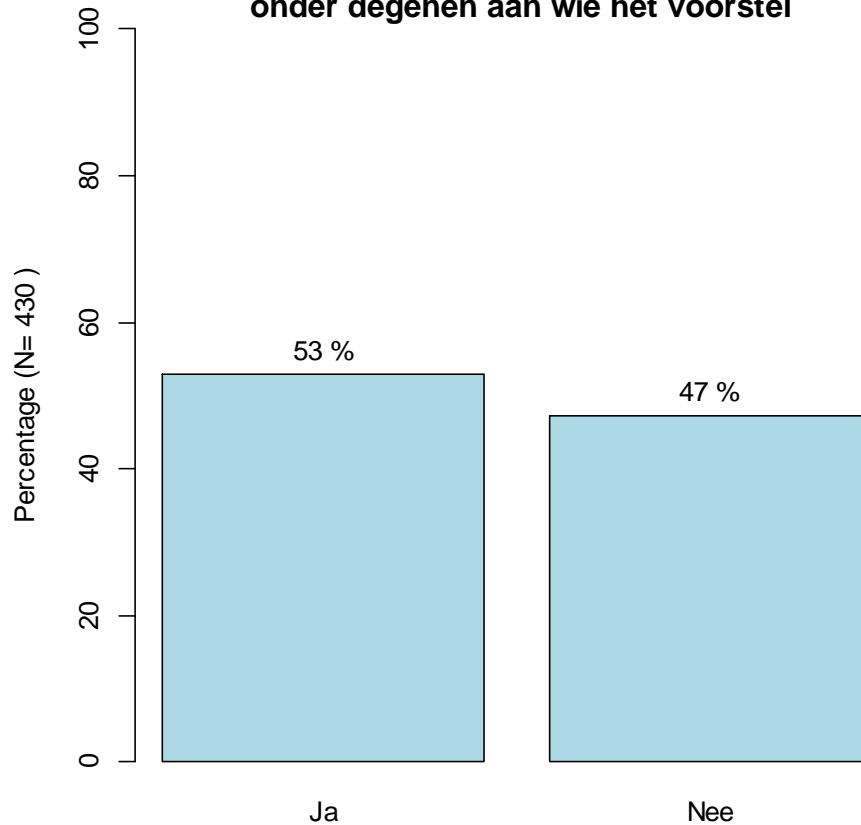
Bovenstaande grafiek illustreert de verschillen tussen de operatoren. Numericable onderscheidt zich heel duidelijk van de andere voor alle antwoorden. Ook Euphony, Belgian Telecom en de kleine operatoren bengelen achteraan wat het antwoord 'Ja' betreft. Er zijn geen dergelijke verschillen tussen de gebruikte diensten.

### 5.3. Is de consument al van tariefplan veranderd naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel?

De derde vraag van dit deel gaat erover of het tariefplan werd aangepast naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel. Ze was als volgt geformuleerd: *Als uw operator u al een tariefplan heeft voorgesteld op basis van uw gemiddelde verbruiksprofiel, bent u daardoor dan van tariefplan veranderd?* De voorgestelde antwoorden waren *Ja* en *Nee*. Deze vraag was een filter voor de volgende vraag. Bovendien werd deze

vraag enkel gesteld aan de personen die op de vorige vraag hebben geantwoord dat de operator al een verandering van het tariefplan heeft voorgesteld dat aangepast is aan hun gemiddelde profiel. Slechts 37 % van de respondenten (446 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

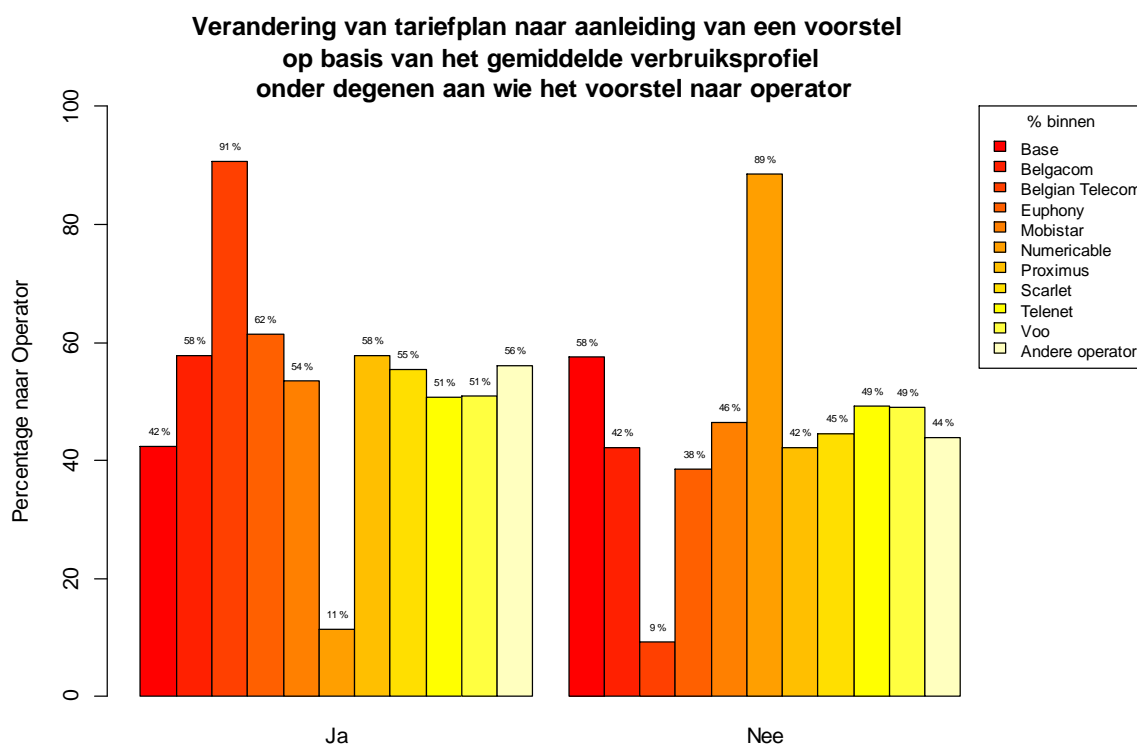
### Verandering van tariefplan naar aanleiding van een voorstel op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel onder degenen aan wie het voorstel



**Grafiek 67: Verandering van tariefplan naar aanleiding van een voorstel op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel bij hen die dit voorstel hebben gekregen**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 52 % van de personen aan wie de operator een tariefplan heeft voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel (19 % van alle respondenten) het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd en 49 % (18 %) 'Nee'.

Het lijkt erop dat een op twee van tariefplan is veranderd naar aanleiding van het voorstel. Er is geen opmerkelijk verschil naargelang van de sociodemografische variabelen.



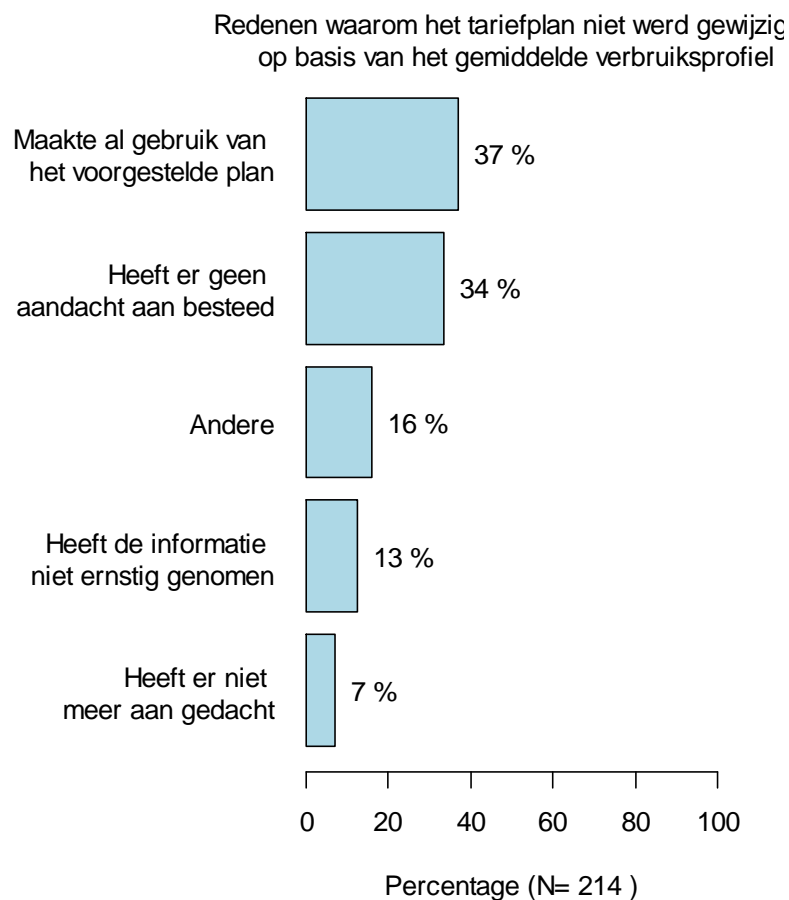
**Grafiek 68: Verandering van tariefplan naar aanleiding van een voorstel op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel bij hen die dit voorstel hebben gekregen per operator**

Er is geen opmerkelijk verschil naargelang van de gebruikte diensten. Hetzelfde geldt voor de operatoren, met uitzondering van Numericable en Belgian Telecom. Waarschijnlijk is het tarief dat door deze laatste is aangeboden een nieuw tarief, wat heeft geleid tot een massale overstap. Bij Numericable hadden de meeste respondenten daarentegen waarschijnlijk al het beste tarief. Dat is trouwens de mogelijkheid die bij de volgende vraag werd onderzocht.

#### **5.4. Redenen waarom de consument niet van tariefplan veranderd is naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel**

De volgende vraag gaat over de redenen waarom de consument niet van tarief veranderd is naar aanleiding van het voorstel door de operator van een tarief dat is aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel. Ze was als volgt geformuleerd in navolging van de vorige: *Zo niet, wat is daar de reden voor? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren: *Ik maakte al gebruik van het voorgestelde tariefplan; Ik heb er geen aandacht aan besteed; Ik heb die informatie niet ernstig genomen; Ik heb er niet meer aan gedacht; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze niet van tariefplan zijn veranderd na een voorstel tot wijziging van het tariefplan aangepast

aan hun gemiddelde profiel (cf. vorige vraag). Slechts 49 % van de respondenten op de vorige vraag, m.a.w. 17 % in totaal (227 personen na weging), kan dus deze vraag beantwoorden.

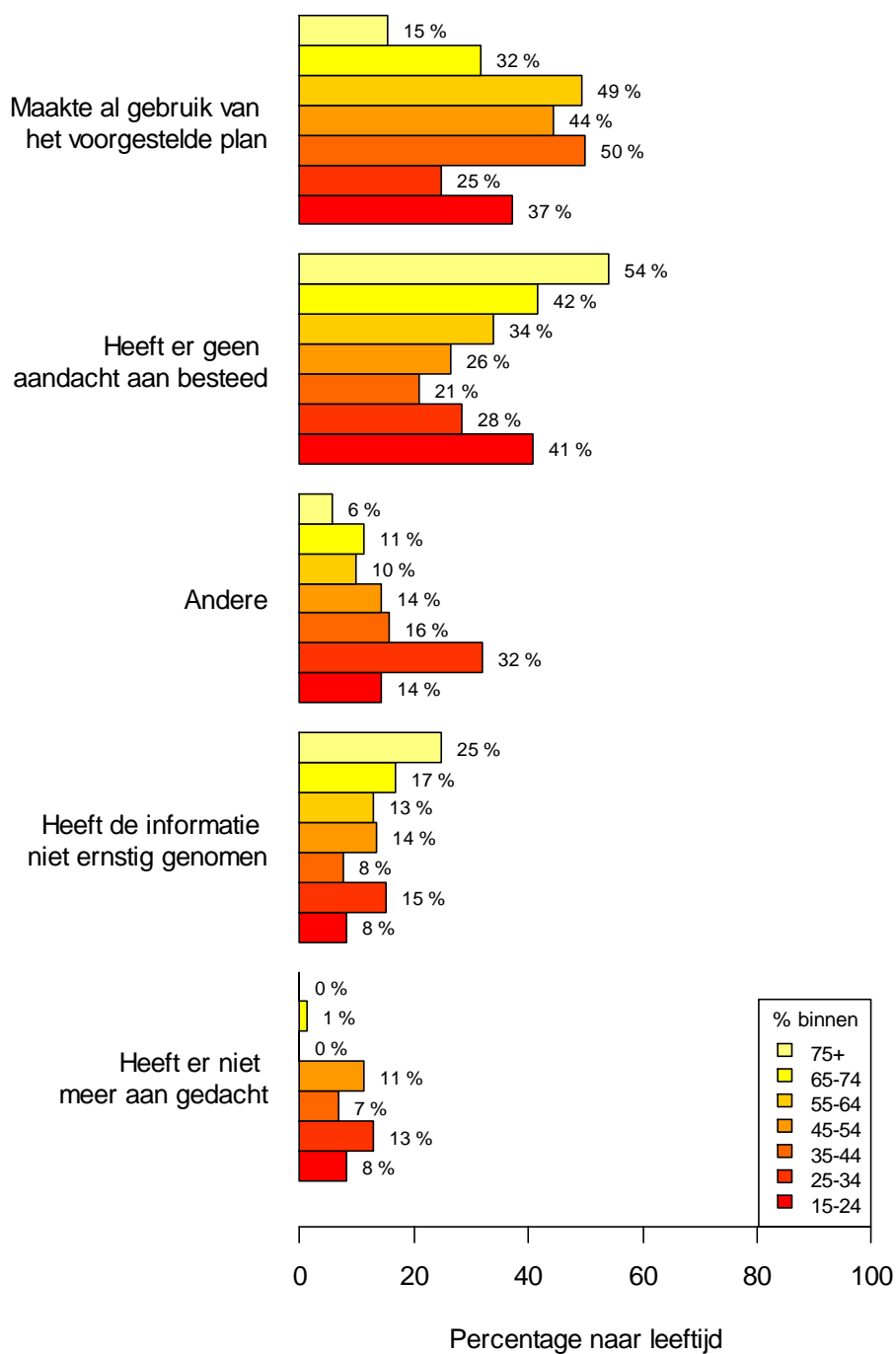


**Grafiek 69: Redenen waarom de consument niet van tariefplan is veranderd naar aanleiding van het voorstel aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 37 % van de personen aan wie de operator een tariefplan heeft voorgesteld op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel, maar die naar aanleiding daarvan niet veranderd zijn (37 % van hen aan wie de operator een tariefplan heeft voorgesteld; 7 % van alle respondenten) het antwoord 'Maakte al gebruik van het voorgestelde plan' heeft geselecteerd, 34 % (33 %; 6 %) 'Heeft er geen aandacht aan besteed', 16 % (16 %; 3 %) 'Andere', 13 % (13 %; 2 %) 'Heeft de informatie niet ernstig genomen' en 7 % (7 %; 1 %) 'Heeft er niet meer aan gedacht'.

We stellen hier vast dat het merendeel van de respondenten al gebruik maakte van het voorgestelde plan of er geen aandacht aan heeft besteed.

Redenen waarom het tariefplan niet werd gewijzigd op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel naar leeftijd



Grafiek 70: Redenen waarom de consument niet van tariefplan is veranderd naar aanleiding van het voorstel aangepast aan het gemiddelde verbruiksprofiel

Bovenstaande grafiek illustreert de keuzecriteria die worden uitgesplitst naargelang van de leeftijd van de respondenten. We stellen vast dat het hoofdzakelijk de ouderen en de adolescenten

zijn die geen aandacht besteden aan deze informatie. Op het vlak van de verschillen tussen de geslachten en de gewesten is er niets fundamenteels naar voren gekomen.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal redenen waarom het tariefplan niet werd gewijzigd op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel	1	1	1	1	3

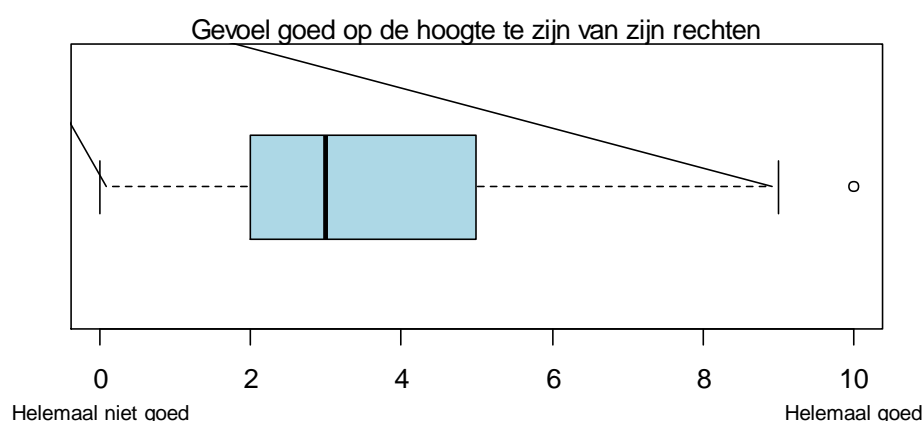
**Tabel 16: Aantal redenen waarom het tariefplan niet werd gewijzigd op basis van het gemiddelde verbruiksprofiel**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 3 keuzecriteria selecteren van de 14 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 6 % van de respondenten heeft 2 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

## 5.5. Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten

De vierde vraag van dit deel werd als volgt geformuleerd: *Vindt u algemeen gesproken dat u goed op de hoogte bent van uw rechten tegenover de telecomoperatoren?* Het voorgestelde antwoord werd aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet goed' en 10 voor 'Heel goed'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden.

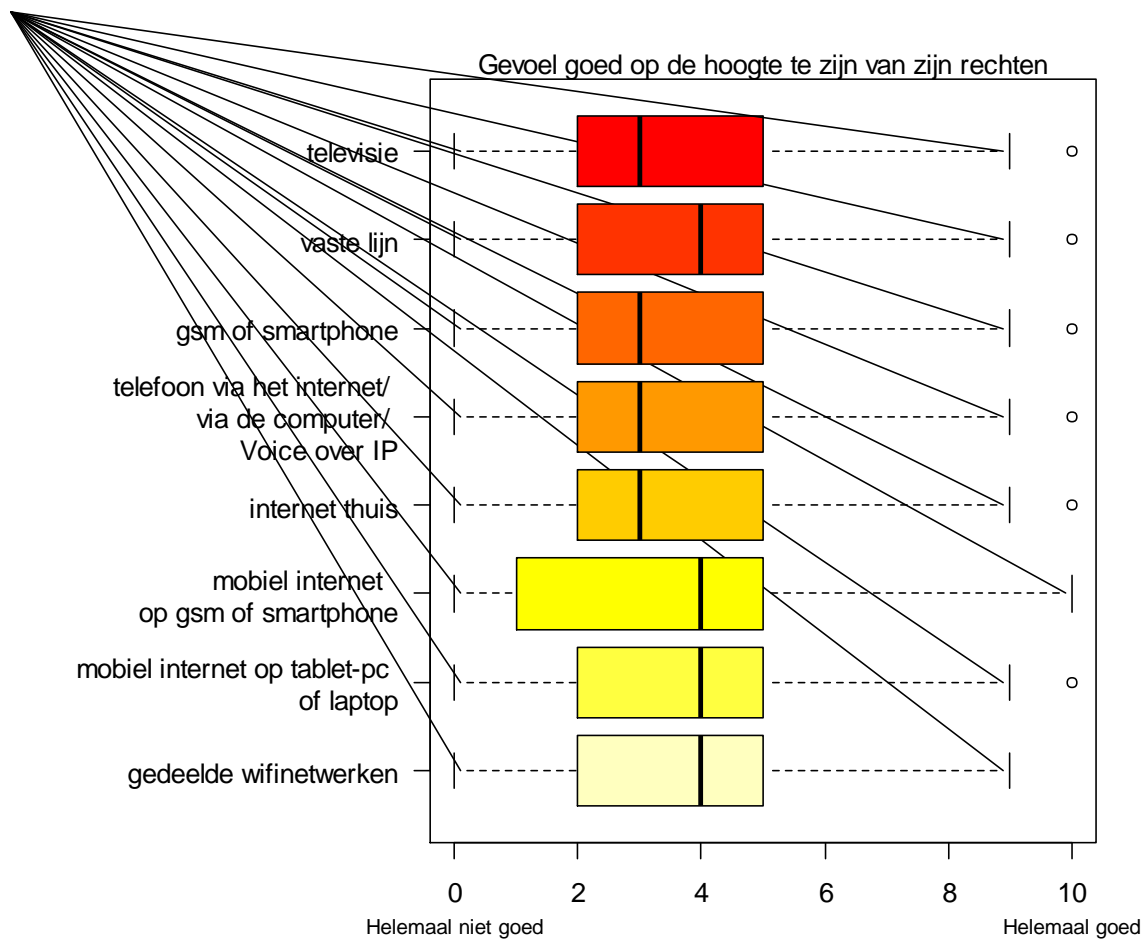


**Grafiek 71: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten**

	Min.	Q25	Q50	Q75	Max.	Gemiddeld	N	Zonder	NAs
Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn	0	2	3	5	10	3.5	1096	122	48

**Tabel 17: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten**

Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt. 90 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten' en 10 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. 75 % van de respondenten heeft aangegeven dat ze slecht op de hoogte zijn van hun rechten. Deze negatieve vaststelling is des te opvallender daar de meeste andere schalen van deze vragenlijst tot genuanceerdere antwoorden hebben geleid. De antwoorden op deze vraag blijven dezelfde, ongeacht de leeftijd, het geslacht of het gewest waarvan de respondent afkomstig is.



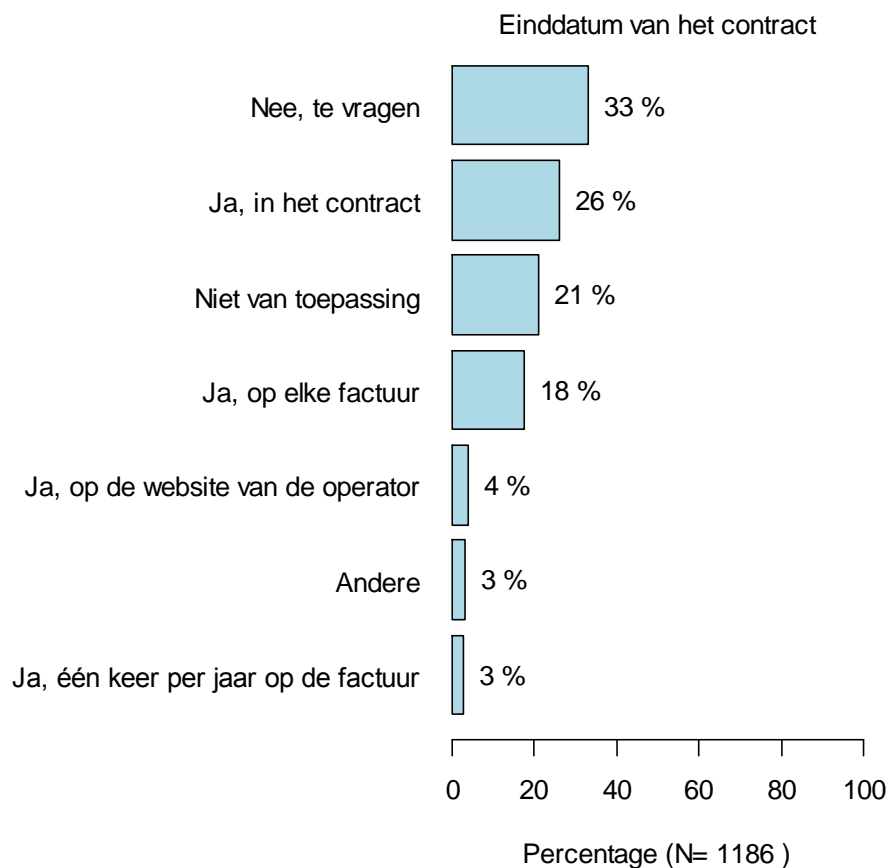
**Grafiek 72: Het gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten per gebruikte dienst**

Bovenstaande grafiek toont ons dat er geen opmerkelijk verschil is qua gevoel goed op de hoogte te zijn van zijn rechten, ongeacht de gebruikte dienst. Hetzelfde geldt voor de operatoren.

## 5.6. Weet de consument wanneer zijn contracten van bepaalde duur aflopen?

Deze vraag gaat erover of de consument weet wanneer zijn contracten aflopen. Ze was als volgt geformuleerd: *Als u een contract van bepaalde duur heeft voor bepaalde telecommunicatiediensten die u gebruikt (bv. gsm, vaste lijn), weet u dan waar u de einddatum van uw contract met uw huidige operator kunt vinden? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja, die staat in mijn contract; Ja, die staat telkens op de factuur; Ja, die staat één keer per jaar op de factuur; Ja, die staat op de website van mijn operator; Nee, dat moet ik vragen aan mijn operator; Niet van toepassing, ik heb geen contract van bepaalde duur; Andere.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

Het juiste antwoord is 'op elke factuur'.



**Grafiek 73: Einddatum contract**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 33 % van de respondenten het antwoord 'Nee, te vragen' heeft geselecteerd, 26 % 'Ja, in het contract', 21 % 'Niet van toepassing', 18 % 'Ja, op elke factuur', 4 % 'Ja, op de website van de operator', 3 % 'Andere' en 3 % 'Ja, één keer per jaar op de factuur'.

We stellen hier vast dat het merendeel van de respondenten niet weet waar de einddatum van zijn contract staat. Slechts 26 % weet dat deze datum in het contract staat en slechts 18 % weet dat deze datum ook op elke factuur staat. Op het vlak van de verschillen tussen de leeftijdsklassen, geslachten en de gewesten is er niets fundamenteels naar voren gekomen.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal mogelijkheden waar de einddatum kan staan	1	1	1	1	3

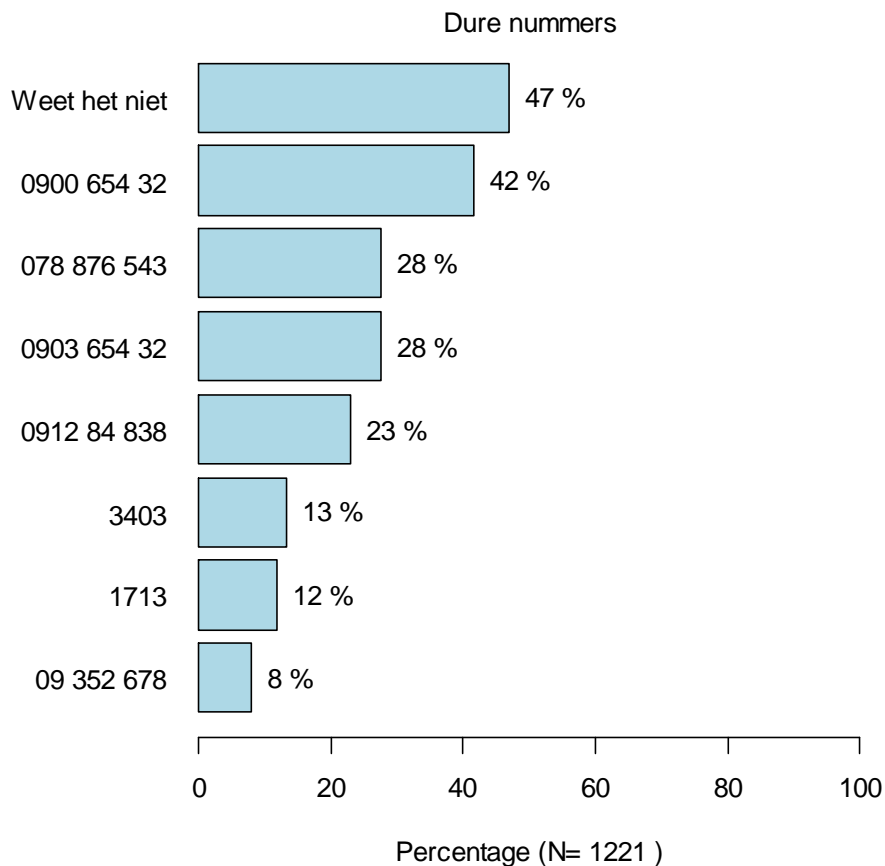
**Tabel 18: Aantal mogelijkheden waar de einddatum van het contract kan staan**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 3 keuzecriteria selecteren van de 7 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 7 % van de respondenten heeft 2 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

## 5.7. Weet de consument welke nummers duur zijn?

Deze vraag test of de respondenten weten welke nummers duur zijn. Ze was als volgt geformuleerd: *Welke van de volgende nummers zijn volgens u dure nummers? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren: 0900 65432; 1713; 3403; 0912 84 838; 0903 654 32; 078 876 543; 09 352 678; *Weet ik niet.*



**Grafiek 74: Dure nummers**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 47 % van de respondenten het antwoord 'Weet het niet' geselecteerd heeft, 42 % '0900 654 32', 28 % '078 876 543', 28 % '0903 654 32', 23 % '0912 84 838', 13 % '3403', 12 % '1713' en 8 % '09 352 678'.

We stellen hier vast dat de helft van de respondenten niet weet welke nummers duur zijn. Van de andere respondenten weet het merendeel er het nummer '0900' en meer dan de helft het nummer '0903' uit te halen, wat correct is. Tot slot vergissen de respondenten zich regelmatig in de nummers '078' en '0912' en weten ze niet dat het nummer '3403' een duur nummer is. Er is geen opmerkelijk verschil naargelang van de sociodemografische variabelen.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal dure nummers in de lijst	0	0	1	3	7

**Tabel 19: Aantal dure nummers in de lijst (met inbegrip van het antwoord 'Weet het niet')**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 0 en 7 keuzecriteria selecteren van de 8 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert een of geen criterium. 31 % van de respondenten heeft 4 criteria of meer geselecteerd.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal dure nummers in de lijst	1	2	3	4	7

**Tabel 20: Aantal dure nummers in de lijst (met uitzondering van het antwoord 'Weet het niet')**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten die iets anders dan 'Weet het niet' voor deze vraag hebben gekozen tussen 1 en 7 keuzecriteria hebben geselecteerd van de 7 voorgestelde nummers. De helft van de respondenten selecteert 3 nummers of minder. 15 % van de respondenten heeft 5 nummers of meer geselecteerd.

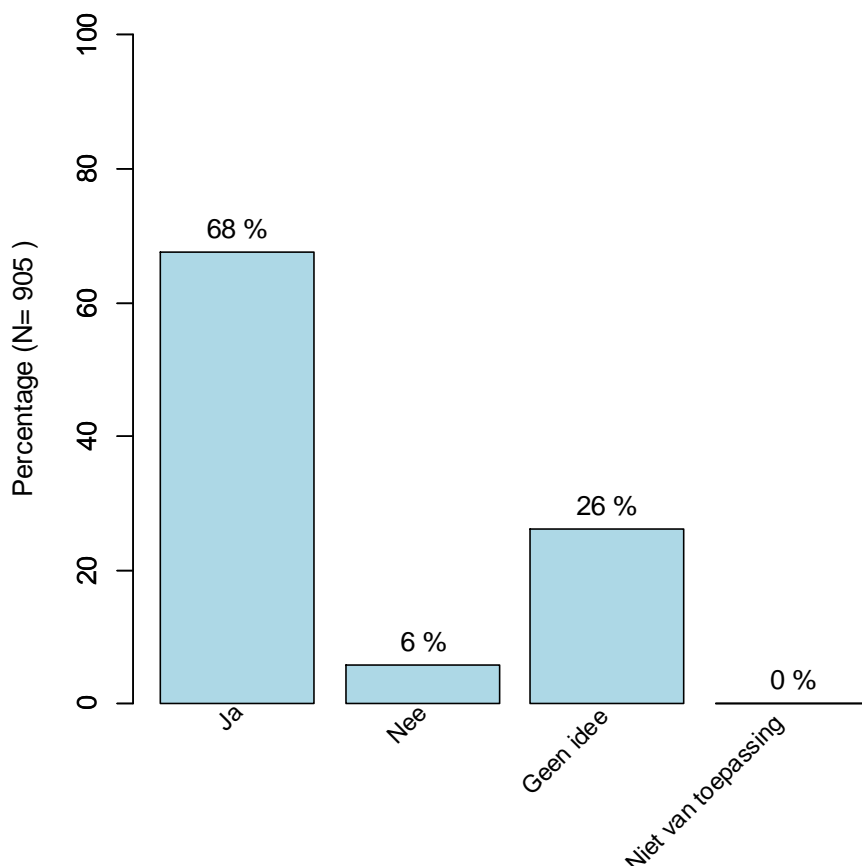
De analyse van de combinaties van antwoorden levert geen extra informatie op over deze vraag.

## **5.8. Is de consument ervan op de hoogte dat hij zijn telefoonnummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator?**

Deze vraag gaat over het feit of de consument weet dat hij zijn telefoonnummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator. Ze was als volgt geformuleerd: *Als u een vaste lijn hebt, denkt u dan dat het mogelijk is om uw telefoonnummer te behouden als u niet langer klant bent bij deze operator?* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja; Nee; Weet ik niet; Niet van toepassing, ik heb geen vaste lijn.*

Het correcte antwoord is 'Ja'.

### Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden

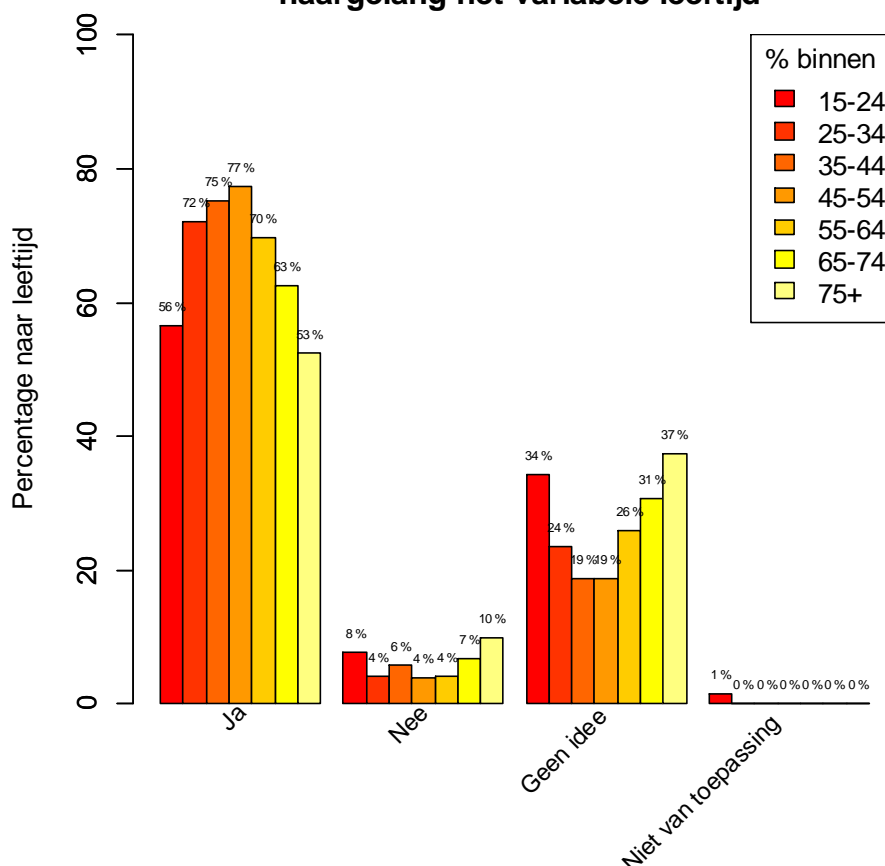


**Grafiek 75: Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 68 % van de respondenten het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd, 26 % 'Geen idee', 6 % 'Nee' en 0 % 'Niet van toepassing'.

Van de respondenten die over een vaste lijn beschikken, weten twee op drie dat ze het nummer van hun vaste lijn kunnen behouden en ongeveer één op drie geeft aan dit niet te weten. We herinneren eraan dat niet willen veranderen van nummer werd aangehaald als reden om niet te veranderen in deel 3. Eén op drie moet dus worden ingelicht.

### Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden naargelang het variabele leeftijd



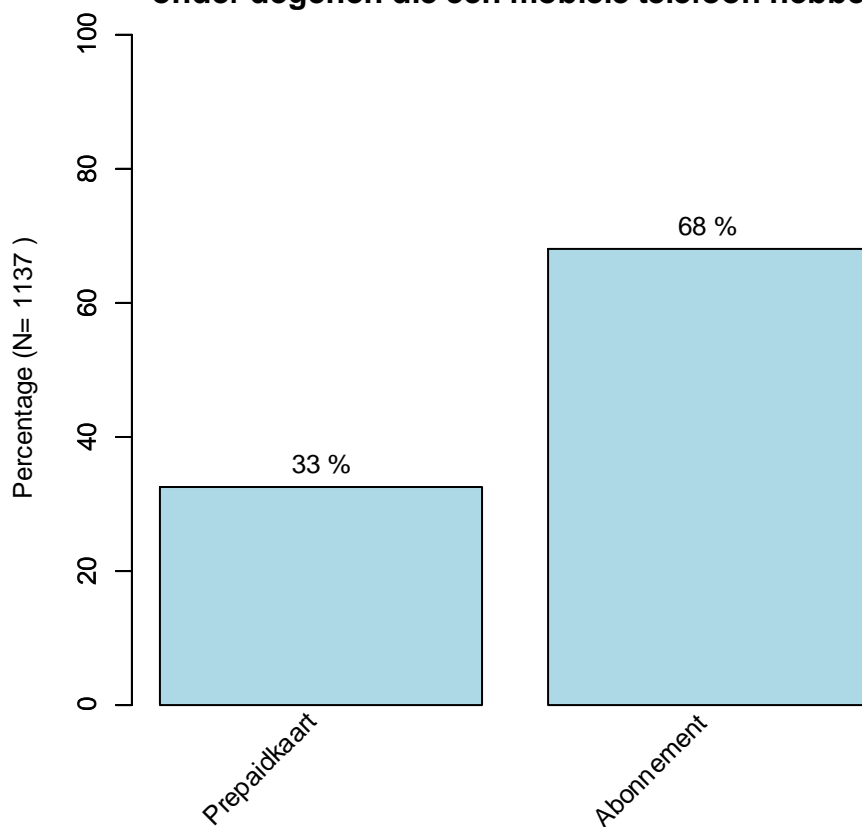
Grafiek 76: Mogelijkheid om zijn nummer van de vaste lijn te behouden naargelang van de leeftijdsvariabele

Bovenstaande grafiek illustreert het effect van de leeftijd op de antwoorden. De adolescenten en de ouderen lijken minder goed op de hoogte te zijn.

### 5.9. Maakt de consument gebruik van een abonnement of van een prepaid kaart?

Deze vraag in dit deel gaat over het gebruik van een prepaid kaart of een gsm-abonnement. Ze wordt als volgt geformuleerd: *Voor uw gsm gebruikt u hoofdzakelijk...* De mogelijke antwoorden waren: *Een prepaid kaart; Een abonnement*. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de eerste vraag hebben geantwoord dat ze een gsm of smartphone gebruiken. Slechts 94 % van de respondenten (1.196 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden. Deze vraag dient bovendien als filter voor de vragen 4.10 tot 4.13 (cf. vragenlijst).

### Formule van mobiele telefoons onder degenen die een mobiele telefoon hebben

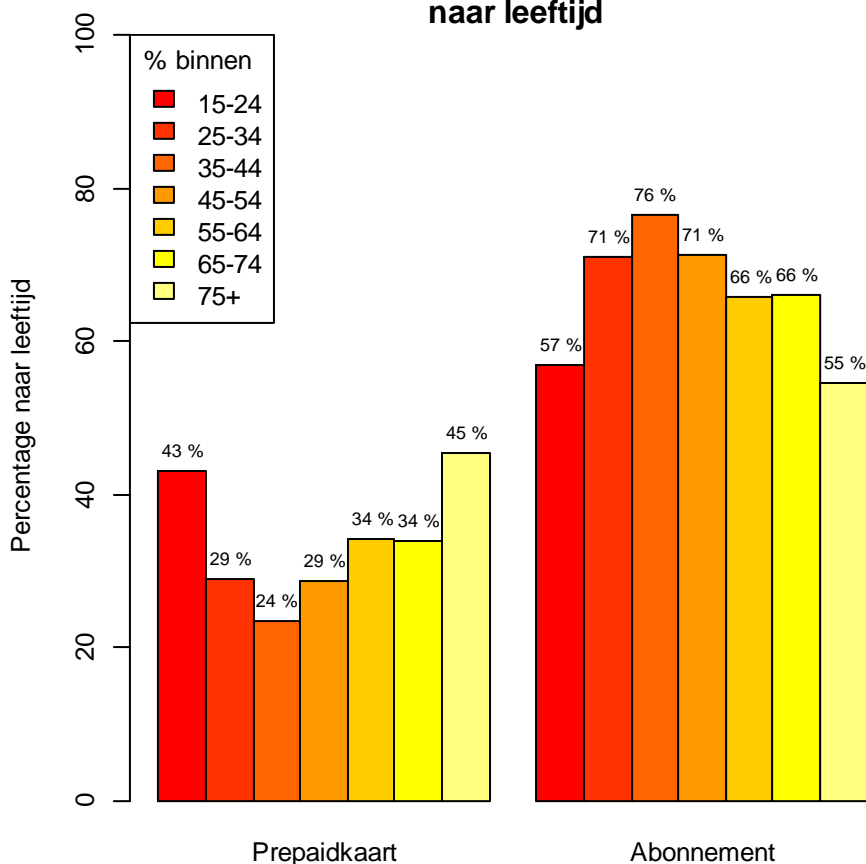


**Grafiek 77: Formule voor mobiele telefonie bij hen die over een gsm beschikken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 33 % van de personen die een gsm hebben (29 % van alle respondenten) het antwoord 'Prepaid kaart' heeft geselecteerd en 68 % (61 %) 'Abonnement'.

Het merendeel van de respondenten heeft een abonnement.

### Formule van mobiele telefoons onder degenen die een mobiele telefoon hebben naar leeftijd



Grafiek 78: Formule voor mobiele telefonie bij hen die over een gsm beschikken per leeftijd

Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie: de jongsten en de oudsten gebruiken het meest een prepaid kaart, terwijl het abonnement meer succes kent in de leeftijdsgroep van 25 tot 74 jaar.

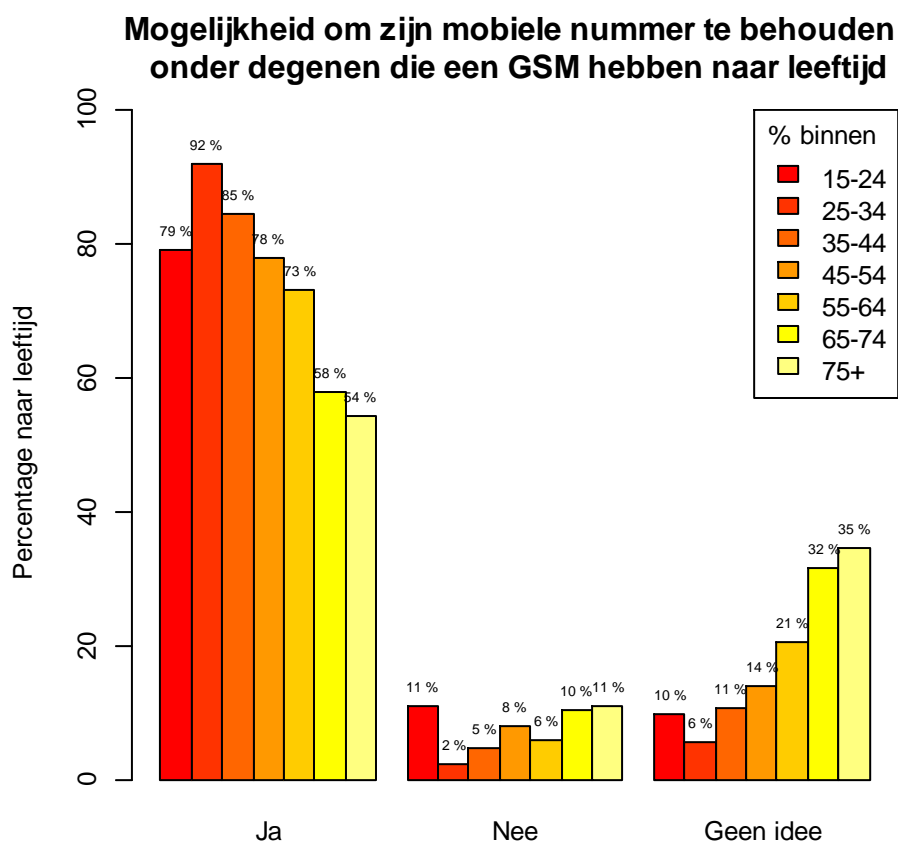
#### 5.10. Is de consument ervan op de hoogte dat hij zijn gsm-nummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator?

Deze vraag gaat over het feit of de consument weet dat hij zijn gsm-nummer kan behouden als hij overstapt naar een andere operator. Ze was als volgt geformuleerd: *Denkt u dan dat het mogelijk is om uw gsm-nummer te behouden als u niet langer klant bent bij deze operator?* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja; Nee; Weet ik niet.* Het correcte antwoord is 'Ja'.

Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die op de eerste vraag hebben geantwoord dat ze een gsm of smartphone gebruiken. Slechts 94 % van de respondenten (1.196 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

### Grafiek 79: Mogelijkheid om zijn gsm-nummer te behouden bij hen die over een gsm beschikken

Bovenstaande grafiek toont ons dat 78 % van de personen die een gsm hebben (69 % van alle respondenten) het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd, 15 % (13 %) 'Weet het niet' en 7 % (6 %) 'Nee'. Het merendeel van de respondenten weet dat ze hun gsm-nummer kunnen behouden. De overdraagbaarheid van nummers is blijkbaar beter bekend voor gsm's dan voor vaste lijnen.

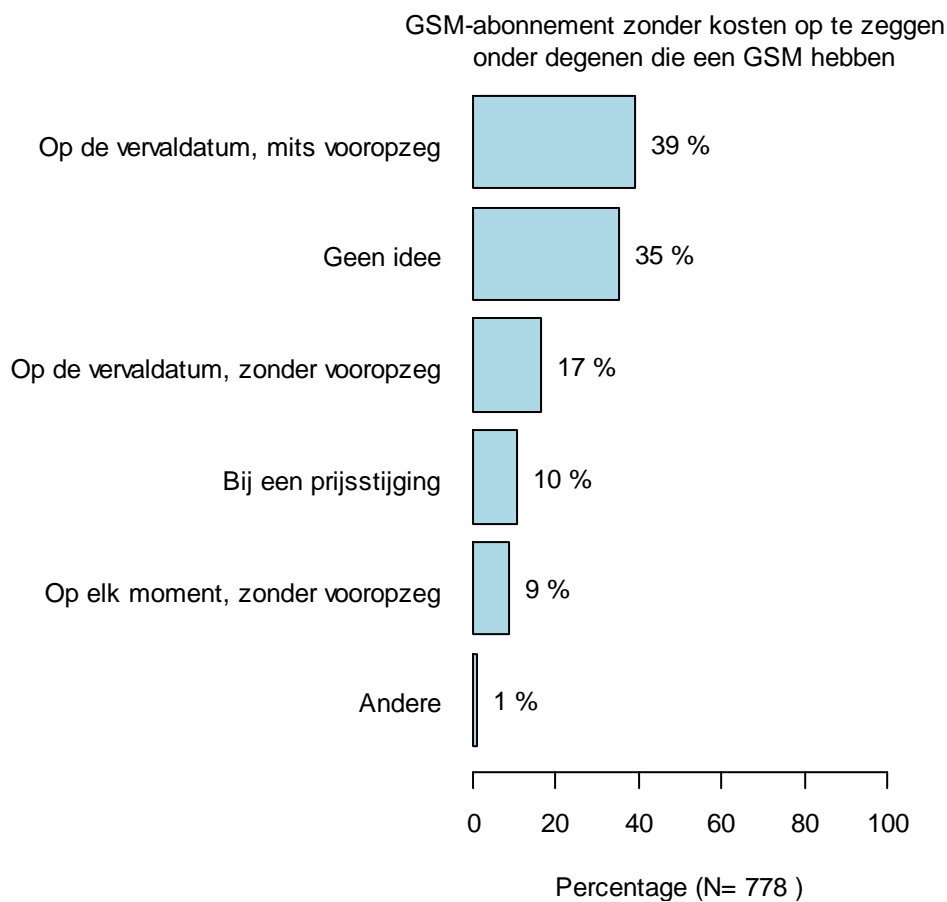


### Grafiek 80: Mogelijkheid om zijn gsm-nummer te behouden bij hen die over een gsm beschikken per leeftijd

Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie: de jongsten zijn het best op de hoogte als het gaat over het behouden van het gsm-nummer als je van operator verandert. We vinden hier dezelfde trend terug als voor de vaste lijn.

## 5.11. Weet de consument wanneer hij zijn gsm-abonnement kan ontbinden zonder kosten?

Deze vraag gaat erover of de consument weet dat hij zijn gsm-abonnement zonder kosten kan ontbinden. Ze was als volgt geformuleerd: *Weet u wanneer u uw huidige gsm-abonnement zonder kosten kunt ontbinden? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren: *Bij een prijsstijging; Op de vervaldatum, rekening houdend met de vooropzeg voorzien in het contract; Op de vervaldatum, zonder vooropzeg; Op elk moment, zonder vooropzeg; Andere; Geen idee.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze een gsm-abonnement hebben. Slechts 61 % van de respondenten (768 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.



**Grafiek 81: Opzeg van een gsm-abonnement zonder kosten bij hen die een gsm hebben**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 40 % van de personen die een gsm-abonnement hebben (26 % van alle respondenten) het antwoord 'Op de vervaldag, rekening houdend met de vooropzeg' heeft geselecteerd, 35 % (23 %) 'Weet het niet', 16 % (11 %) 'Op de vervaldatum, zonder vooropzeg', 11 % (7 %) 'Bij een prijsstijging', 9 % (6 %) 'Op elk moment, zonder vooropzeg' en 1 % (0,7 %) 'Andere'.

We stellen hier vast dat twee van de vijf respondenten weten dat ze hun abonnement op de vervaldatum mits vooropzeg kunnen ontbinden en nog twee op vijf weten helemaal niet wanneer ze hun abonnement zonder kosten kunnen ontbinden. De meeste respondenten weten niet dat ze bij een prijsstijging kunnen overstappen als de stijging groter is dan de index en dat staat nochtans al in

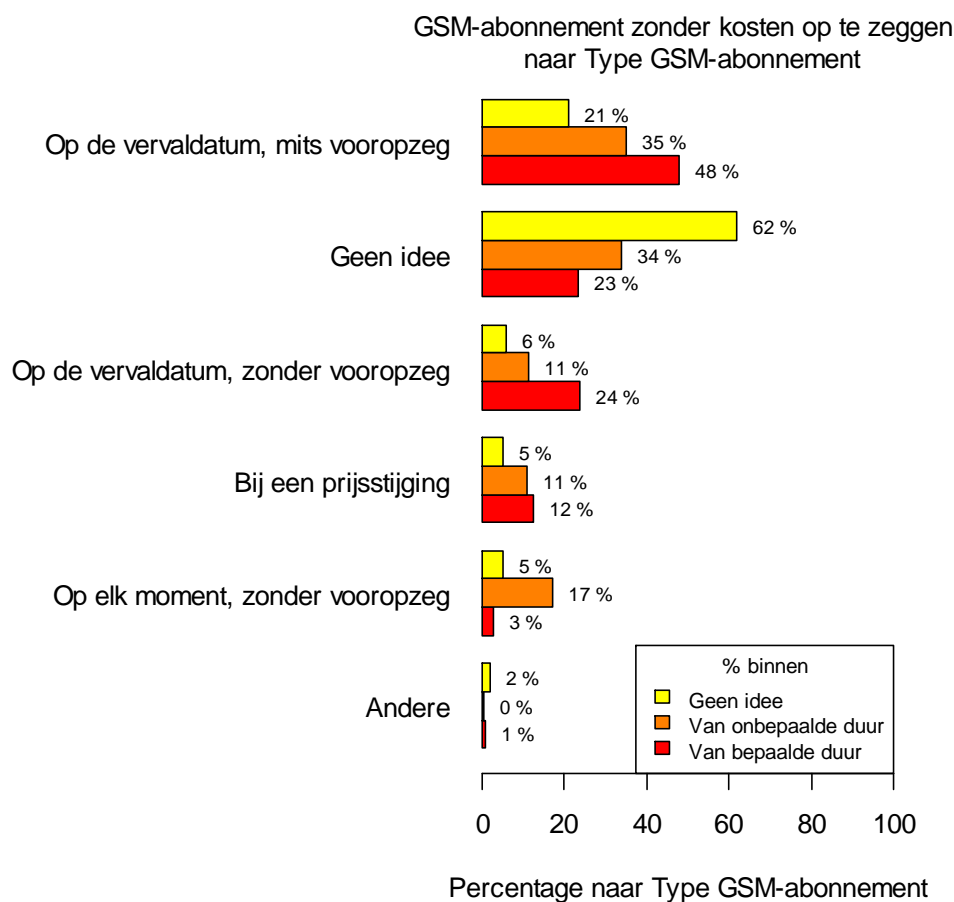
de wet. De antwoorden op deze vraag moeten volgend jaar in de gaten worden gehouden, aangezien er een wetswijziging komt die de indexregel afschaft. Er is geen fundamenteel verschil op basis van de sociodemografische variabelen.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal mogelijkheden om het gsm-abonnement zonder kosten te ontbinden	1	1	1	1	3

**Tabel 21: Aantal mogelijkheden om het gsm-abonnement zonder kosten te ontbinden (behalve dan 'Geen idee')**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten die voor deze vraag 'Geen idee' niet hebben gekozen tussen 1 en 3 keuzecriteria selecteren van de 6 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 17 % van de respondenten heeft 2 criteria of meer geselecteerd.

De analyse van de vaakst voorkomende combinaties naargelang van de leeftijd, het geslacht en het gewest levert niets nieuws op.

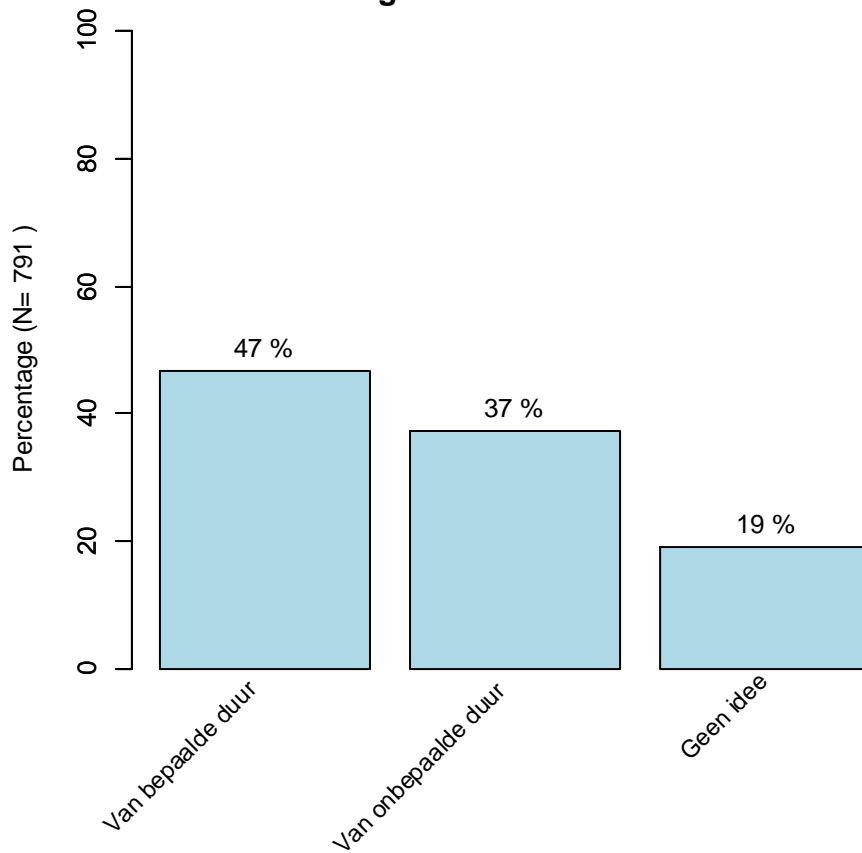


**Grafiek 82: Opzeg van een gsm-abonnement zonder kosten**

## 5.12. Gebruikt de consument een gsm-abonnement van bepaalde of onbepaalde duur?

Deze vraag gaat over het soort gsm-abonnement van de respondent, m.a.w. of het om een abonnement van bepaalde of onbepaalde duur gaat. Ze was als volgt geformuleerd: *Welk gsm-abonnement hebt u?* De voorgestelde antwoorden waren: *Van bepaalde duur; Van onbepaalde duur; Geen idee.* Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze een gsm-abonnement hebben. Slechts 61 % van de respondenten (768 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

### Type GSM-abonnement onder degenen die een GSM hebben

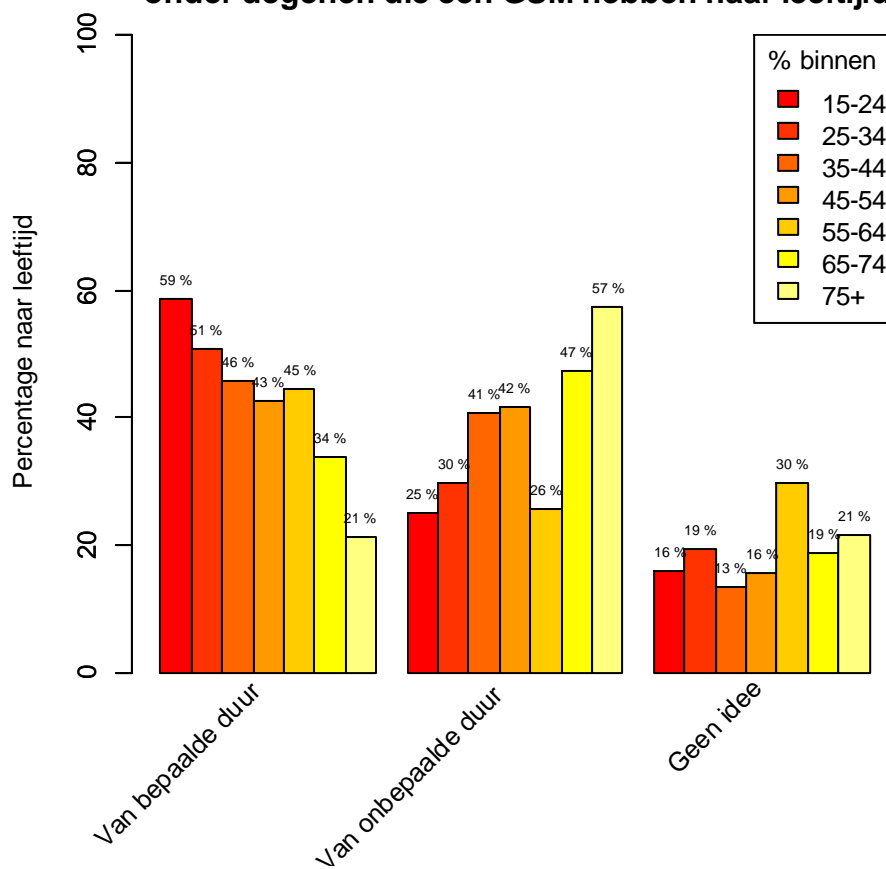


**Grafiek 83: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 47 % van de personen die een gsm-abonnement hebben (30 % van alle respondenten) het antwoord 'Bepaalde duur' heeft geselecteerd, 38 % (24 %) 'Onbepaalde duur' en 19 % (11 %) 'Geen idee'.

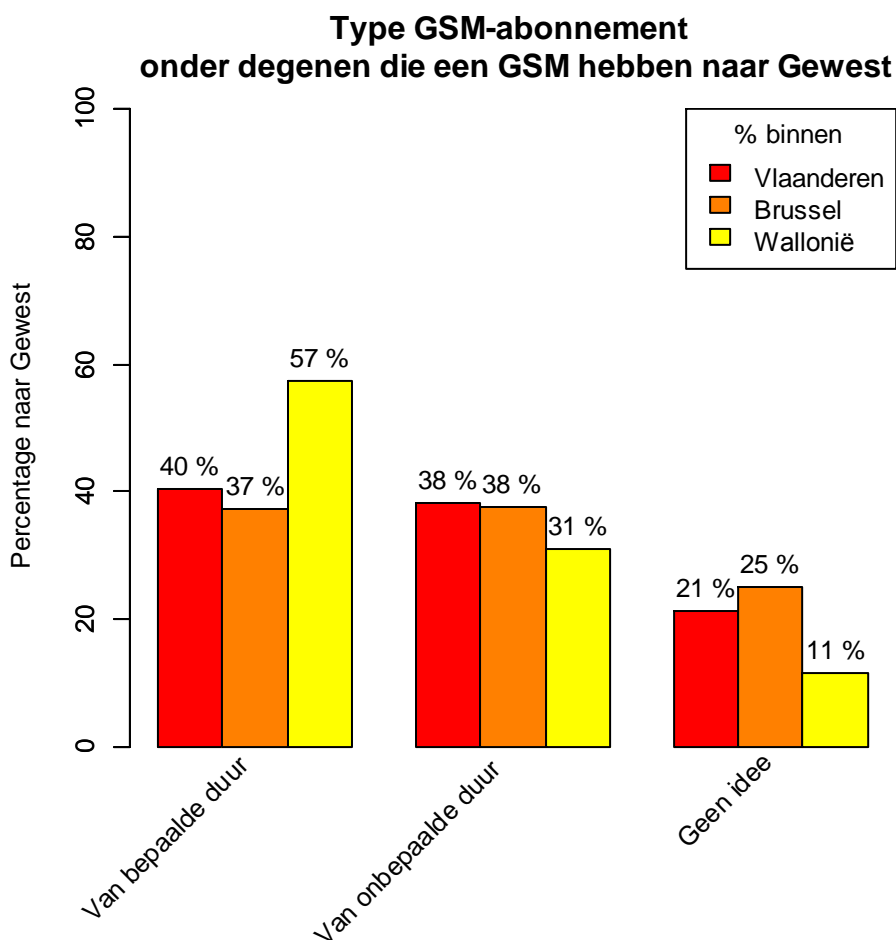
De meeste respondenten hebben een gsm-abonnement van bepaalde duur.

### Type GSM-abonnement onder degenen die een GSM hebben naar leeftijd



**Grafiek 84: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben per leeftijd**

Jongeren kiezen meer voor abonnementen van bepaalde duur. Deze tendens daalt met de leeftijd.



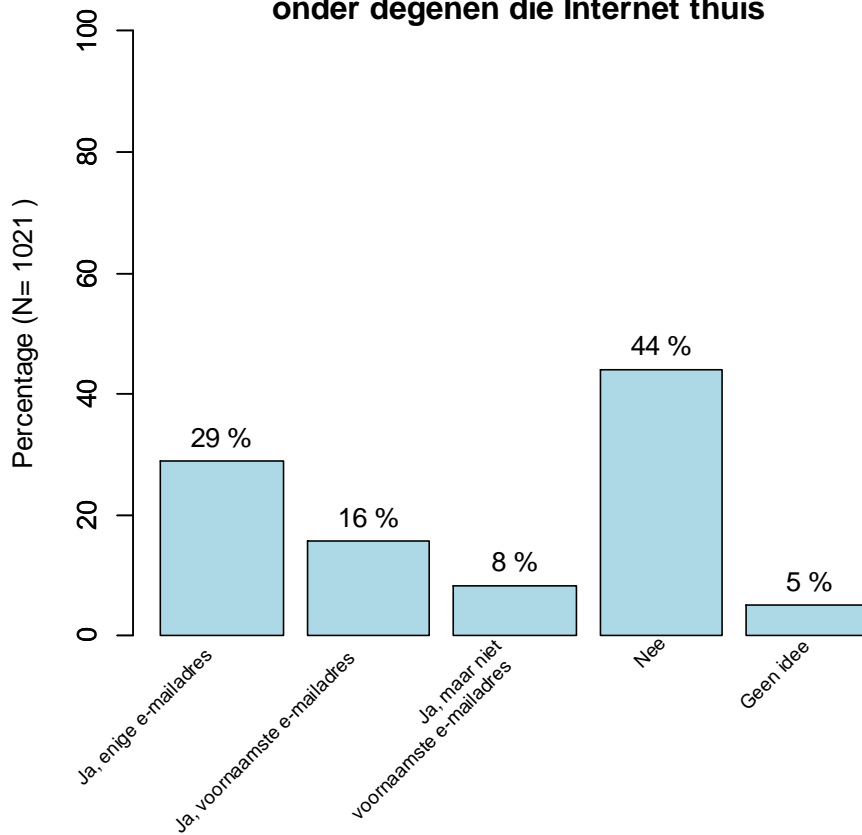
**Grafiek 85: Soort gsm-abonnement bij hen die een gsm hebben per gewest**

Bovenstaande grafieken illustreren de verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie en het gewest: het zijn vooral de jongsten en de Walen die contracten van bepaalde duur hebben.

### 5.13. Maakt de consument gebruik van het persoonlijk e-mailadres voorzien door zijn operator voor internet thuis?

Deze vraag gaat over het gebruik van het persoonlijk e-mailadres voorzien door de operator voor internet thuis. Ze was als volgt geformuleerd: *Als u thuis internet hebt, gebruikt u dan het e-mailadres voorzien door uw operator met uw eigen naam?* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja, dat is mijn enige e-mailadres; Ja, dat is mijn voornaamste e-mailadres; Ja, maar dat is niet mijn voornaamste e-mailadres; Nee, ik gebruik dat adres niet; Ik weet niet of ik een adres voorzien door mijn operator met mijn eigen naam heb.* Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze toegang tot internet thuis hebben. Slechts 86 % van de respondenten (1.090 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

### Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator onder degenen die Internet thuis

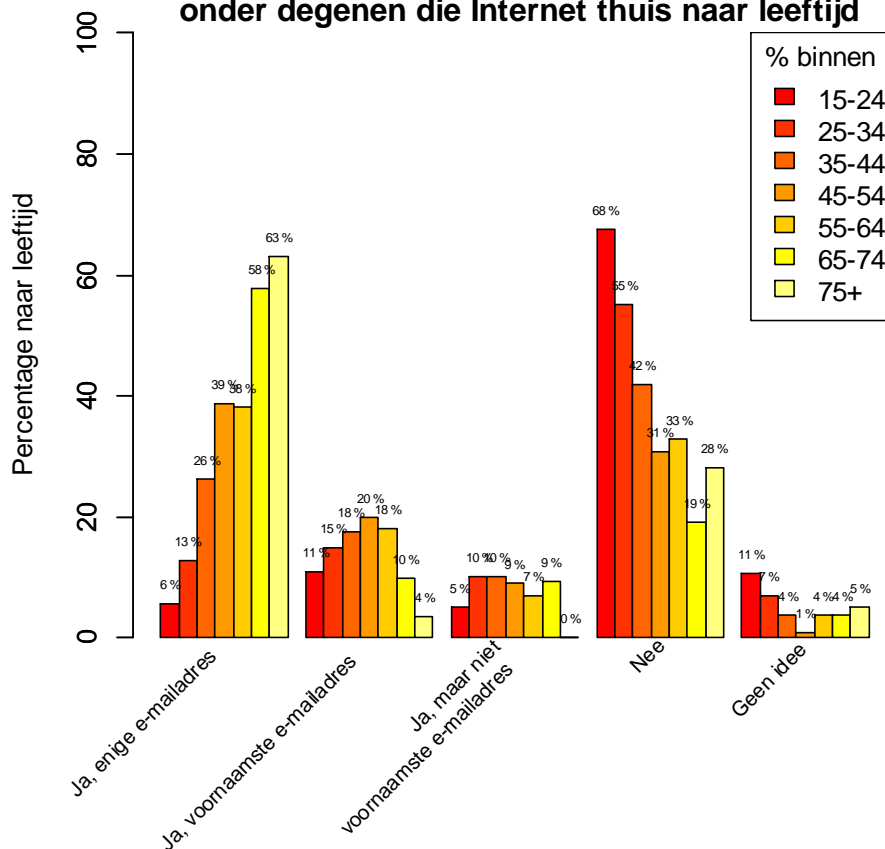


**Grafiek 86: Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 44 % van hen die internet thuis hebben (35 % van alle respondenten) het antwoord 'Nee' heeft geselecteerd, 29 % (23 %) 'Ja, het enige adres', 16 % (12 %) 'Ja, het voornaamste adres', 8 % (7 %) 'Ja, maar niet het voornaamste adres' en 5 % (4 %) 'Weet het niet'.

Het lijkt er dus op dat het merendeel van de respondenten dit e-mailadres niet gebruikt. En toch is het voor 29 % van de respondenten die internet hebben het enige e-mailadres.

### Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator onder degenen die Internet thuis naar leeftijd



**Grafiek 87: Gebruik van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd**

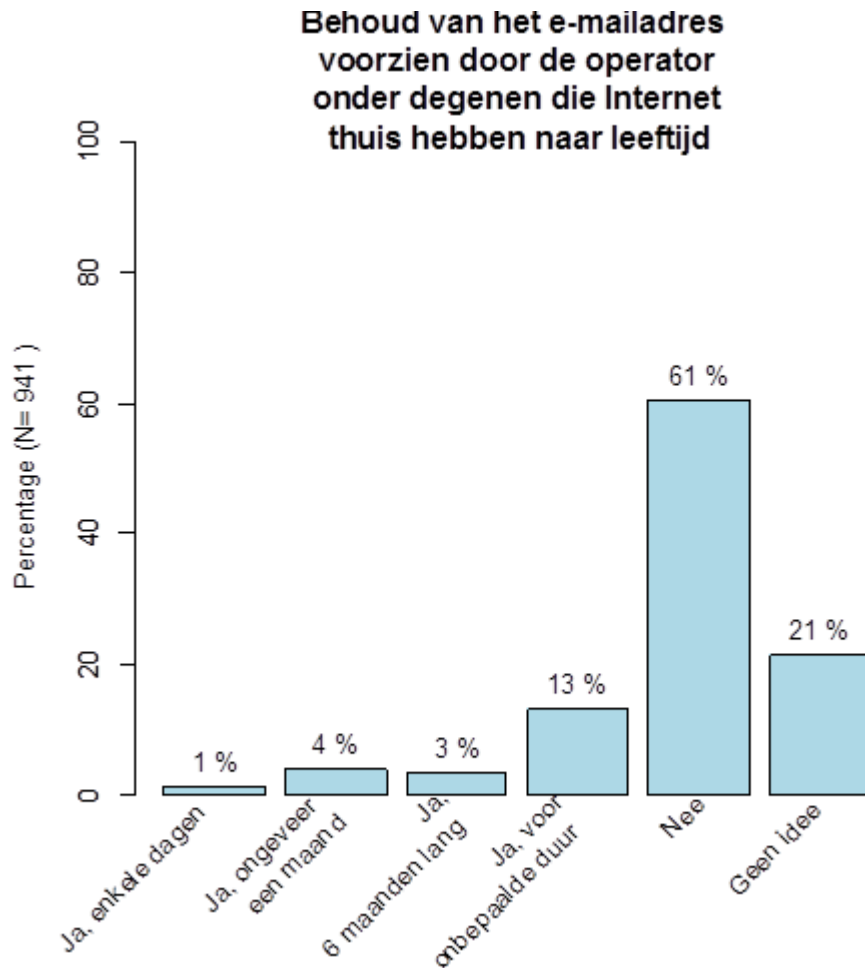
Bovenstaande grafiek illustreert de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie: de jongsten gebruiken dit adres niet, terwijl dat voor de oudsten het enige adres is dat ze gebruiken.

#### 5.14. Weet de consument dat hij het persoonlijk e-mailadres voorzien door zijn operator voor internet thuis kan behouden als hij van operator verandert?

Deze vraag gaat over de mogelijkheid om het persoonlijk e-mailadres voorzien door de operator voor internet thuis te behouden bij het overstappen naar een andere operator. Ze was als volgt geformuleerd: *Als u een e-mailadres hebt van uw operator met uw eigen naam, denkt u dan dat het mogelijk is om dit adres te behouden als u niet langer klant bent bij deze operator?* De voorgestelde antwoorden waren: *Ja, enkele dagen; Ja, ongeveer 1 maand; Ja, 6 maanden lang; Ja, voor onbepaalde tijd.*

de duur; Nee; Ik weet niet of ik een adres voorzien door mijn operator met mijn eigen naam heb. Het correcte antwoord is 'Ja, 6 maanden lang'.

Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze toegang tot internet thuis hebben. Slechts 86 % van de respondenten (1.090 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.



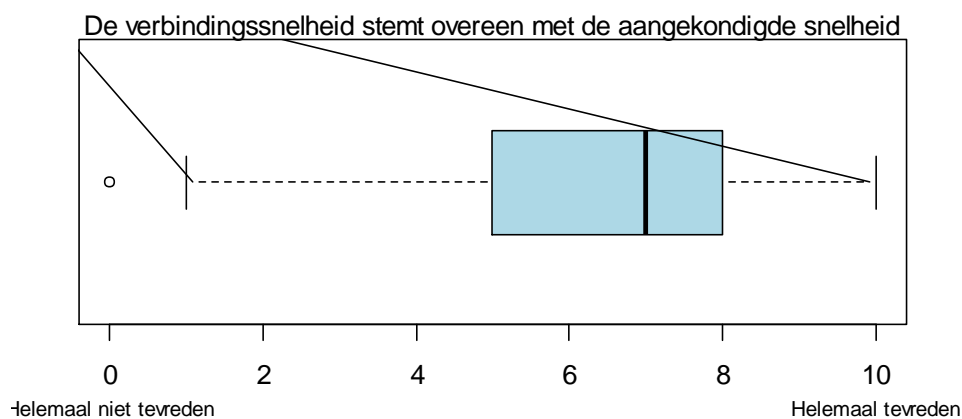
**Grafiek 88: Behoud van het e-mailadres voorzien door de operator bij hen die over internet thuis beschikken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 61 % van hen die internet thuis hebben (44 % van alle respondenten) het antwoord 'Nee' heeft geselecteerd, 21 % (15 %) 'Weet het niet', 13 % (10 %) 'Ja, voor onbepaalde duur', 4 % (3 %) 'Ja, 1 maand', 3 % (2 %) 'Ja, 6 maanden' en 1 % (0,8 %) 'Ja, enkele dagen'.

Het lijkt er dus op dat de meeste respondenten niet weten dat ze hun e-mailadres voorzien door hun operator voor internet thuis kunnen behouden bij het overstappen naar een andere operator. Het juiste antwoord, 6 maanden lang, werd slechts door 3,3 % van de respondenten geselecteerd. Er is geen opmerkelijk verschil naargelang van de sociodemografische variabelen.

## 5.15. Verbindingsnelheid die overeenstemt met de aangekondigde snelheid

De veertiende vraag van het vierde deel werd als volgt geformuleerd: *In hoeverre vindt u dat de snelheid van uw internetverbinding overeenstemt met de door uw operator aangekondigde snelheid?* Het voorgestelde antwoord werd aangeboden als een schaal van Likert met 11 niveaus, van 0 tot 10, waarbij 0 stond voor 'Helemaal niet' en 10 voor 'Helemaal'. Ook werd er een vakje 'Geen mening' als optie aangeboden. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze toegang tot internet thuis hebben. Slechts 86 % van de respondenten (1.090 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

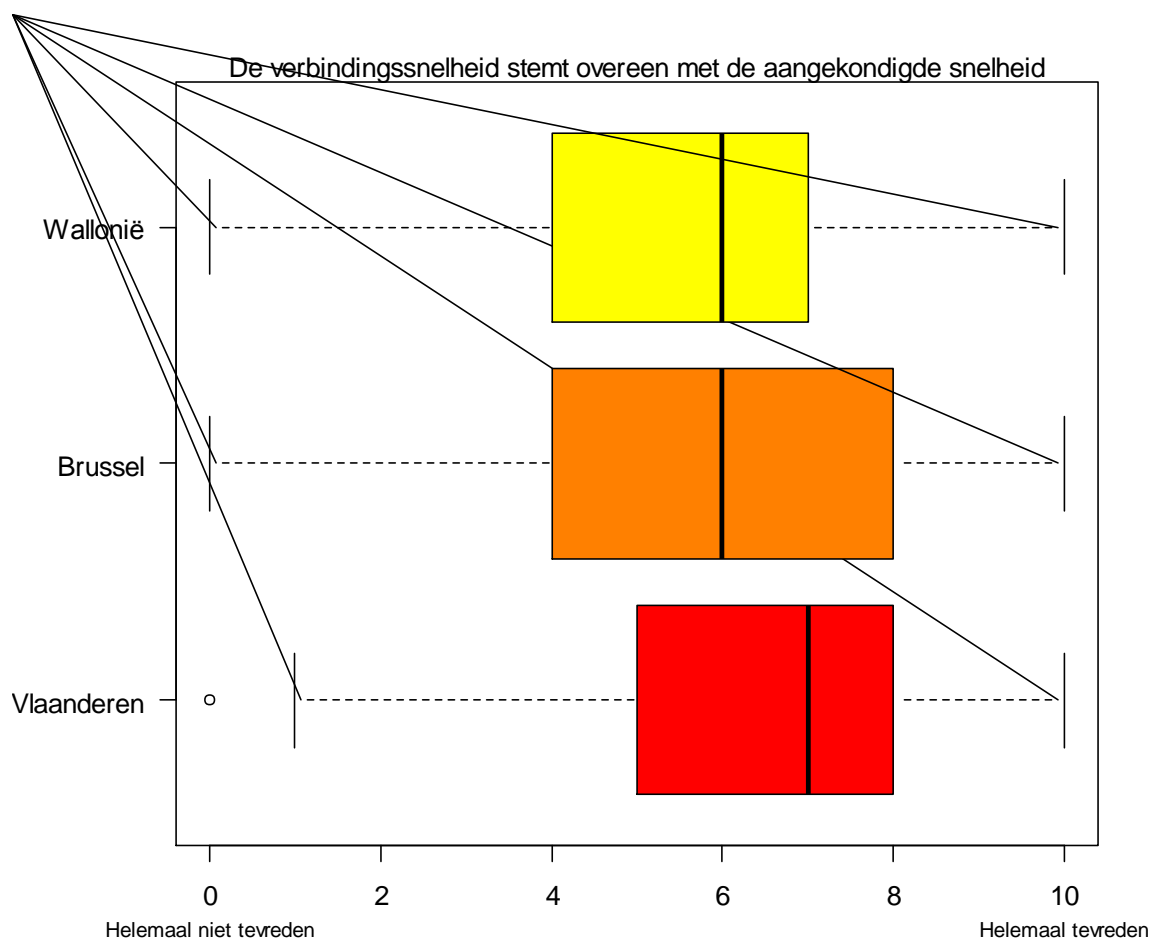


Grafiek 89: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid

	Min.	Q25	Q50	Q75	Max.	Gemiddeld	N	Zonder	NAs
De verbindingssnelheid stemt overeen met de	0	5	7	8	10	6	872	173	220

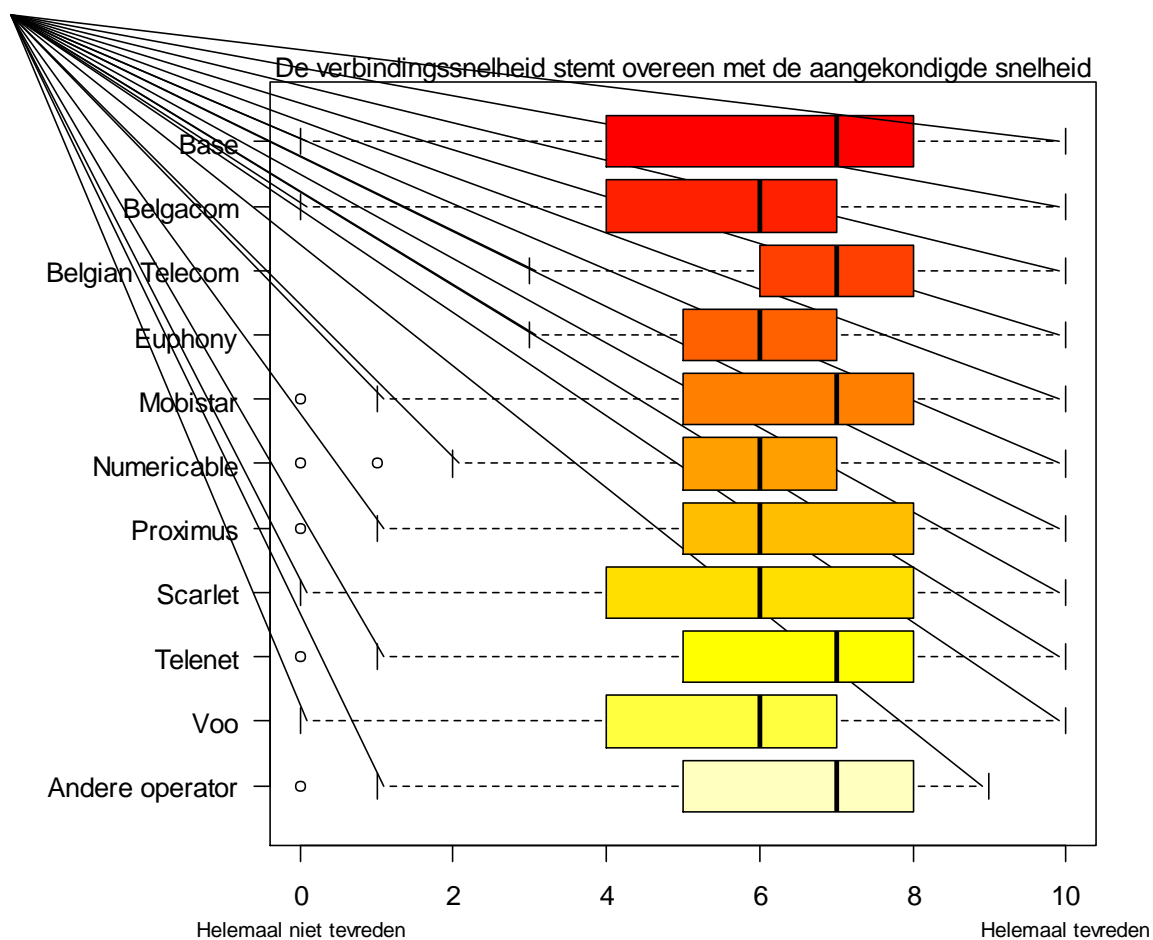
Tabel 22: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid

Bovenstaande grafiek en tabel tonen ons dat de volledige Likert-schaal werd gebruikt. 83 % van de respondenten heeft antwoord gegeven op het item 'De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid' en 17 % heeft 'Geen mening' geselecteerd. Uit deze grafiek blijkt dat de respondenten in het algemeen tevreden zijn over de verbindingssnelheid. 75 % van hen is matig tot helemaal tevreden.



**Grafiek 90: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid per gewest**

De verschillen wat de sociodemografische variabelen betreft zijn het opmerkelijkst op het vlak van de gewesten. De Vlamingen lijken in het algemeen tevredener te zijn dan de Walen. De Brusselaars bevinden zich tussen de twee gewesten in. Deze regionale verschillen kunnen te wijten zijn aan specifieke operatoren zoals de onderstaande grafiek illustreert.



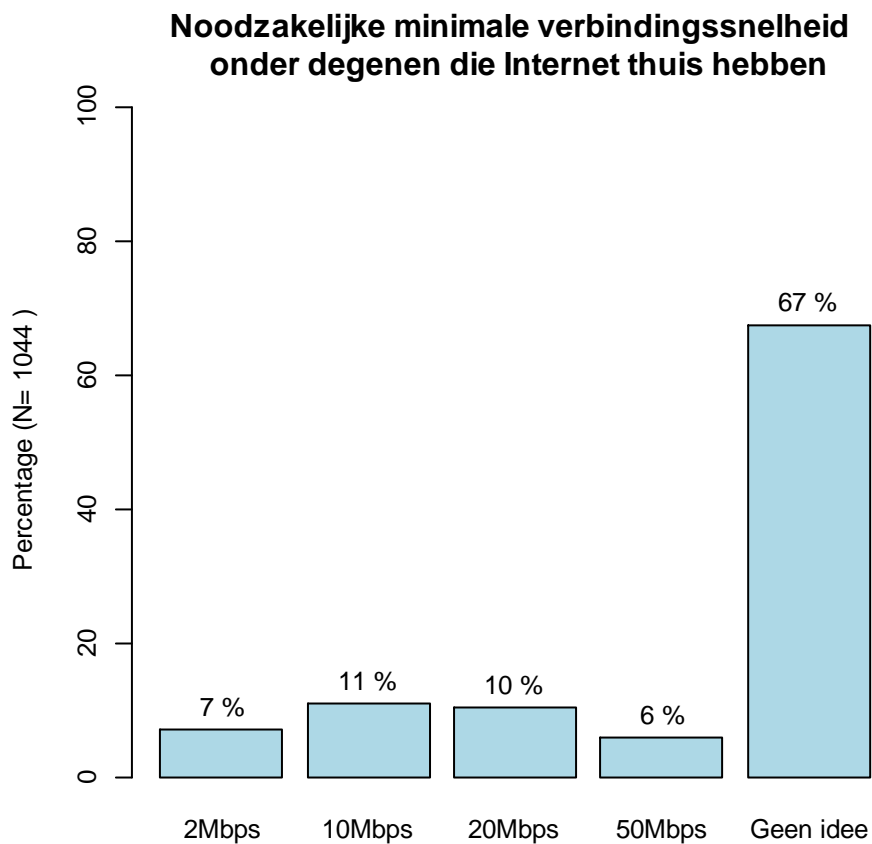
**Grafiek 91: De verbindingssnelheid stemt overeen met de aangekondigde snelheid per operator**

Deze grafiek illustreert de indeling van de antwoorden naargelang van de gebruikte operator (enkel de operatoren waarvoor meer dan 1 % van de respondenten op de tweede vraag van de vragenlijst heeft geantwoord dat ze er gebruik van maken, werden opgenomen). We stellen verschillen vast tussen de operatoren, maar er wordt niet echt duidelijk een onderscheid gemaakt tussen goede en slechte leerlingen.

### 5.16. Weet de consument wat de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid is om thuis te surfen op het internet en zijn e-mails te raadplegen?

Deze vraag gaat erover of de consument weet wat de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid is om thuis te surfen op het internet en zijn e-mails te raadplegen. Ze was als volgt geformuleerd: *Wat is volgens u de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en uw e-mails te raadplegen? De voorgestelde antwoorden waren: Minimaal 2 Mbps; Minimaal 10 Mbps; Minimaal 20 Mbps; Minimaal 50 Mbps; Geen idee.* Deze vraag werd enkel gesteld aan

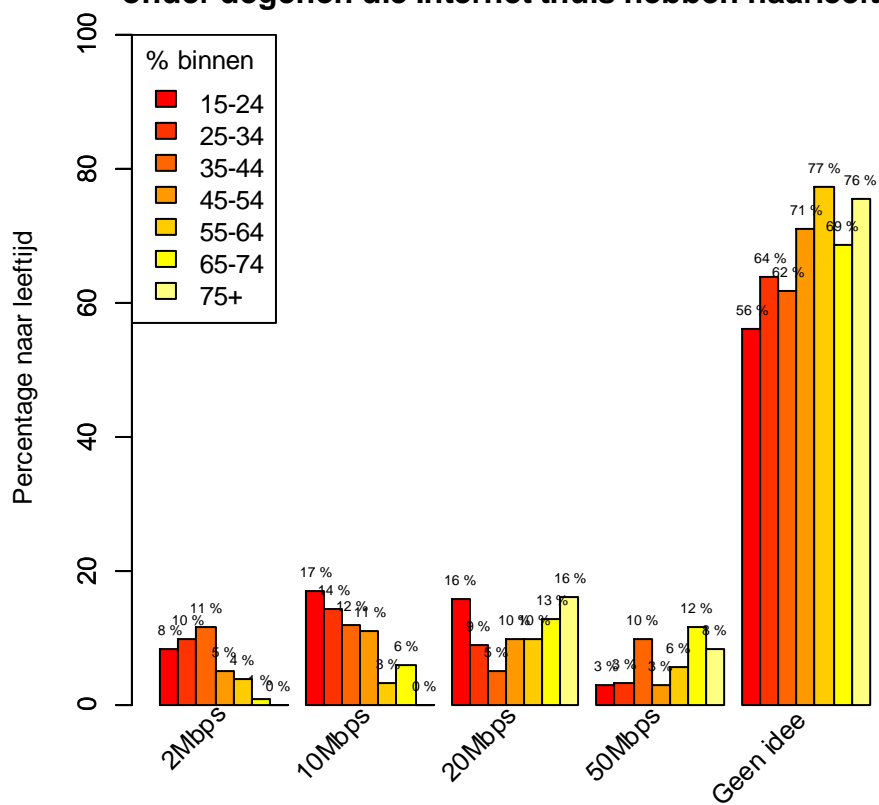
de personen die hebben aangegeven dat ze toegang tot internet thuis hebben. Slechts 86 % van de respondenten (1.090 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.



**Grafiek 92: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken**

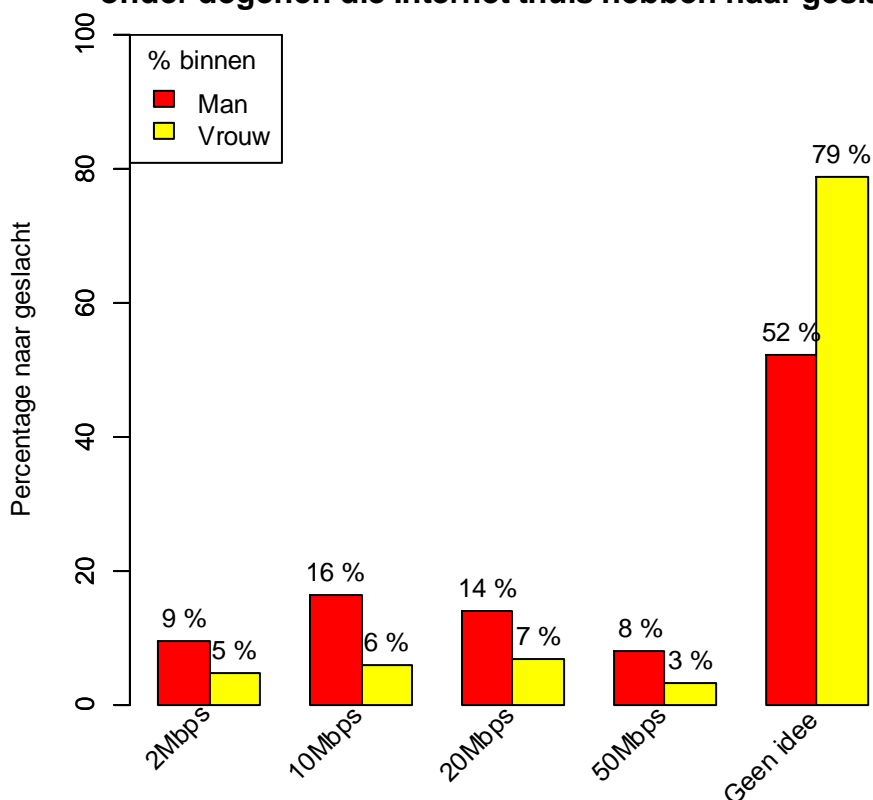
Bovenstaande grafiek toont ons dat 67 % van hen die internet thuis hebben (55 % van alle respondenten) het antwoord 'Geen idee' heeft geselecteerd, 11 % (9 %) '10 Mbps', 10 % (8 %) '20 Mbps', 7 % (6 %) '2 Mbps' en 6 % (5 %) '50 Mbps'. De meeste respondenten hebben geen enkel idee van de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om te surfen op het internet en e-mails te raadplegen.

### Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid onder degenen die Internet thuis hebben naar leeftijd



Grafiek 93: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd

### Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid onder degenen die Internet thuis hebben naar geslacht



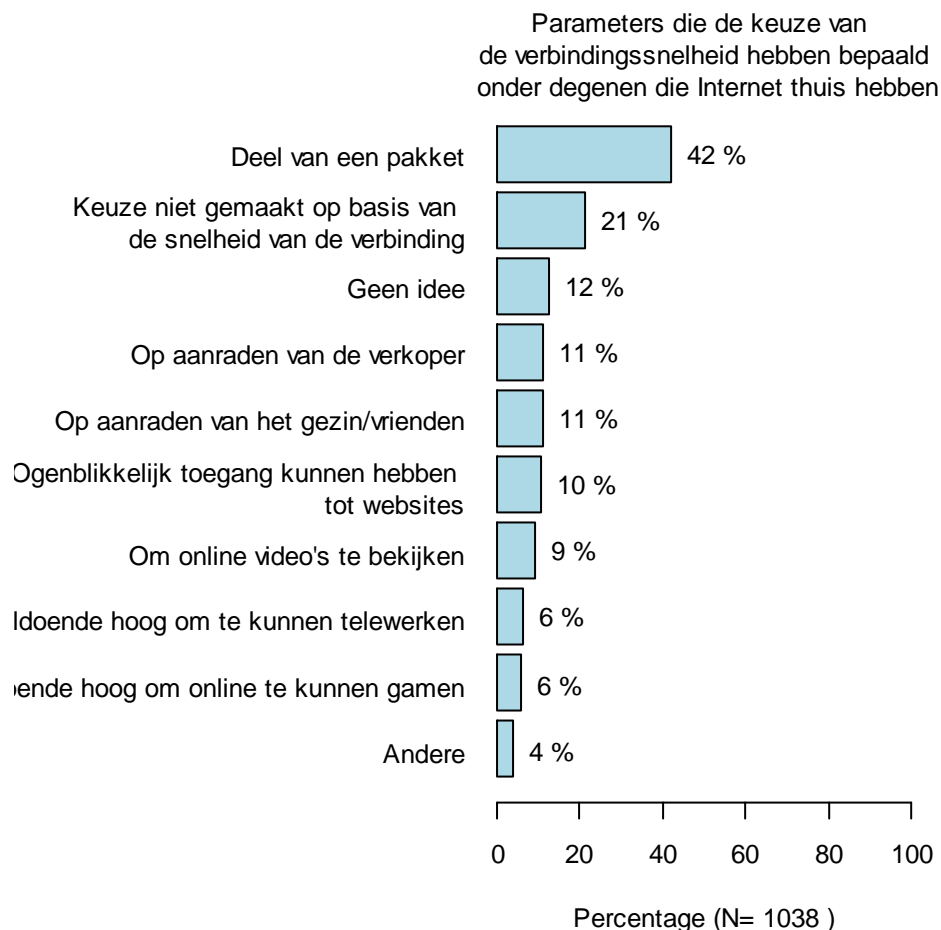
**Grafiek 94: Noodzakelijke minimale verbindingssnelheid om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen bij hen die over internet thuis beschikken per geslacht**

Bovenstaande grafieken illustreren de grote verschillen in de antwoorden volgens de leeftijdscategorie en per geslacht: het zijn vooral de oudsten en de vrouwen die aangeven dat ze niet weten wat de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid is om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen.

### 5.17. Hoe heeft de consument de verbindingssnelheid bepaald die hij nodig heeft?

Deze vraag gaat over de manier waarop de consument de verbindingssnelheid heeft bepaald die hij nodig heeft. Ze was als volgt geformuleerd: *Als u gekozen hebt voor een internetabonnement bij u thuis, hoe hebt u dan de verbindingssnelheid bepaald die u nodig hebt? Meerdere antwoorden mogelijk.* De voorgestelde antwoorden waren: *Ik heb mijn keuze niet gemaakt op basis van de snelheid van de verbinding; De verbindingssnelheid maakte deel uit van een pakket/aanbieding; De verkoper heeft me een bepaalde verbindingssnelheid aangeraden; Mijn gezin/een vriend/een kennis*

heeft me een bepaalde verbindingssnelheid aangeraden; Ik wil ogenblikkelijk toegang tot websites (minder dan één seconde); Ik heb een voldoende hoge verbindingssnelheid nodig om te kunnen telewerken; Ik heb een voldoende hoge verbindingssnelheid nodig om online te kunnen gamen; Ik wil online video's bekijken zonder dat het signaal wordt onderbroken; Andere; Geen idee, ik herinner het me niet. Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader. Deze vraag werd enkel gesteld aan de personen die hebben aangegeven dat ze toegang tot internet thuis hebben. Slechts 86 % van de respondenten (1.090 personen na weging) kan dus deze vraag beantwoorden.

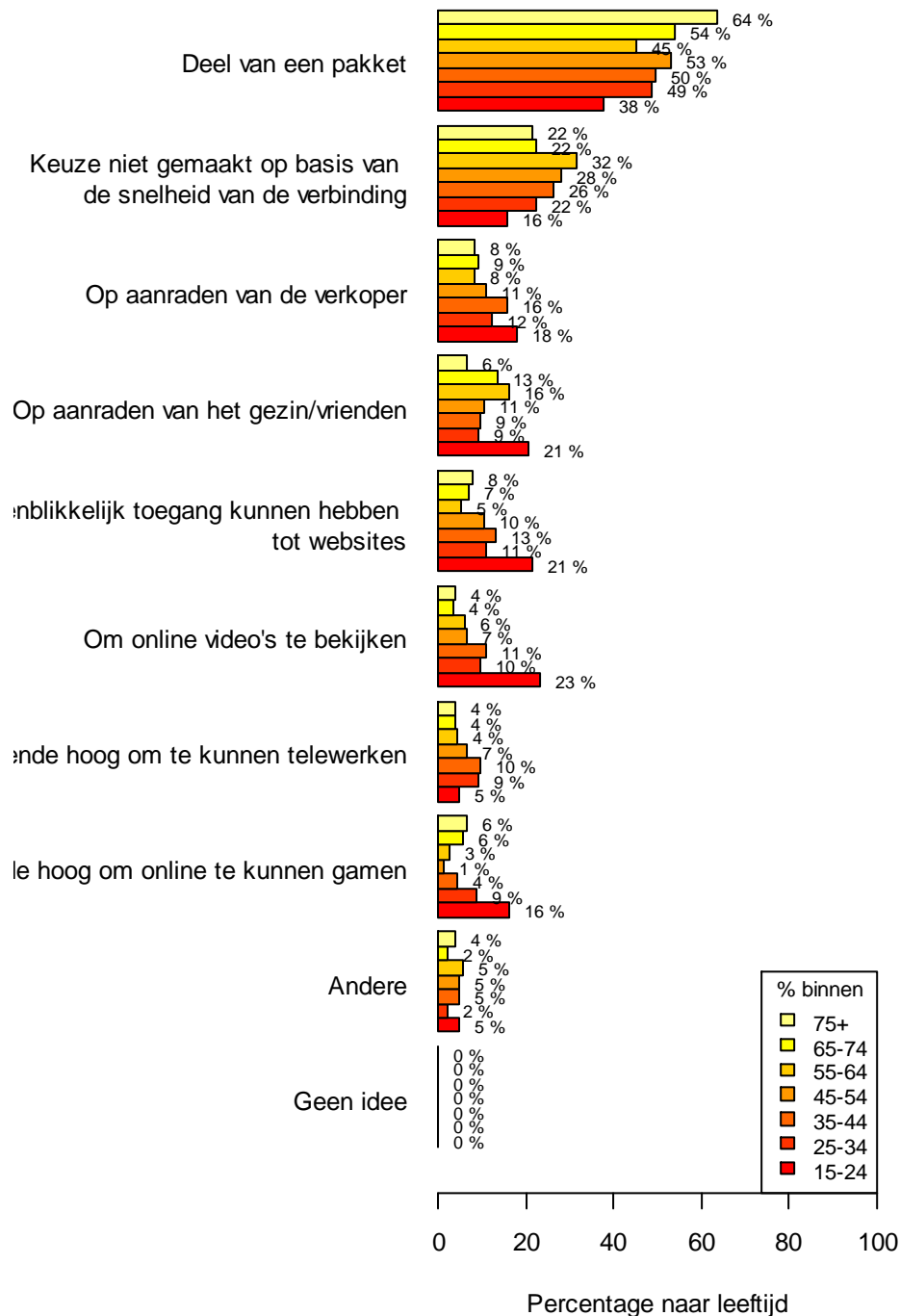


**Grafiek 95: Criteria voor het bepalen van de vereiste verbindingssnelheid bij hen die over internet thuis beschikken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 42 % van hen die internet thuis hebben (35 % van alle respondenten) het antwoord 'Deel van een pakket' heeft geselecteerd, 21 % (18 %) 'Keuze niet gemaakt op basis van de snelheid van de verbinding', 12 % (10 %) 'Weet het niet', 11 % (9 %) 'Aangeraden door de verkoper', 11 % (9 %) 'Aangeraden door het gezin/vrienden', 10 % (8 %) 'Ogenblikkelijk toegang kunnen hebben tot websites', 9 % (8 %) 'Om video's online te bekijken', 6 % (5 %) 'Voldoende hoog om te kunnen telewerken', 6 % (5 %) 'Voldoende hoog om online te kunnen gamen' en 4 % (3 %) 'Andere'.

We stellen hier vast dat voor het merendeel van de respondenten de snelheid niet bepalend is voor de keuze. Ze wordt meestal standaard gekozen, als onderdeel van een pakket.

Parameters die de keuze van de  
verbindingssnelheid hebben bepaald onder  
degenen die Internet thuis hebben naar leeftijd



Grafiek 96: Criteria voor het bepalen van de vereiste verbindingssnelheid bij hen die over internet thuis beschikken per leeftijd

Bovenstaande grafiek toont ons dat met de leeftijd de tendens om niet voor de snelheid te kiezen duidelijker wordt. Enkel de jongsten motiveren hun verbindingssnelheid naargelang van technische of praktische criteria.

	Min.	Q 25 %	Gemiddeld	Q 75 %	Max.
Aantal parameters die de keuze van de verbindingssnelheid hebben bepaald	1	1	1	2	5

**Tabel 23: Aantal parameters die de keuze van de verbindingssnelheid hebben bepaald**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 5 keuzecriteria selecteren van de 10 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert slechts 1 criterium. 9 % van de respondenten heeft 3 criteria of meer geselecteerd.

De vaakst voorkomende combinaties hoeven niet noodzakelijkerwijs te worden geanalyseerd voor deze vraag, aangezien meer dan de helft van de respondenten slechts één antwoord geeft en geen combinatie.

## 5.18. Informatie: conclusies

Wanneer we bestuderen wat de consument weet over de rechten die hem beschermen, dan stellen we vast dat de meeste respondenten (vooral in Vlaanderen) weten dat hun operator hen moet informeren over hun gemiddelde verbruiksprofiel, maar minder dan de helft herinnert zich dat ze deze informatie hebben gekregen.

Van hen die het zich nog herinneren, is de helft van tariefplan veranderd naar aanleiding van deze informatie. De andere helft geeft aan over het aangepaste tariefplan te beschikken of geen aandacht te hebben besteed aan de informatie.

De gebruikers hebben daarentegen niet het gevoel dat ze goed op de hoogte zijn (ongeacht hun leeftijd, hun geslacht of de dienst). Het is inderdaad zo dat, als we hen vragen of ze weten waar de einddatum van hun contract met hun huidige operator staat, het antwoord meestal negatief is. Het is ook zo dat, als we hen vragen of ze weten welke nummers duur zijn, de helft van de gebruikers aangeeft dit niet te weten. Bovendien weet meer dan een derde van de respondenten niet wanneer ze hun gsm-abonnement zonder kosten kunnen ontbinden. Tot slot weet twee derde niet wat de noodzakelijke minimale verbindingssnelheid is om thuis te surfen op het internet en e-mails te raadplegen. Daarentegen weet de helft van de gsm-gebruikers wel dat de nummers van gsm's en vaste lijnen overdraagbaar zijn.

Uit de vragen over het privégebruik van gsm's blijkt dat de meeste gsm-gebruikers een abonnement hebben. De abonnementen van bepaalde duur komen iets meer voor dan de andere. Het zijn vooral de jongeren die kiezen voor abonnementen van bepaalde duur. Deze tendens daalt met de leeftijd. Van de gebruikers van internet thuis heeft een kwart als enige e-mailadres het adres voorzien door de operator, maar bijna de helft gebruikt dit adres helemaal niet. De jongsten gebruiken het voorziene adres niet, terwijl dit het enige adres van de oudsten is.

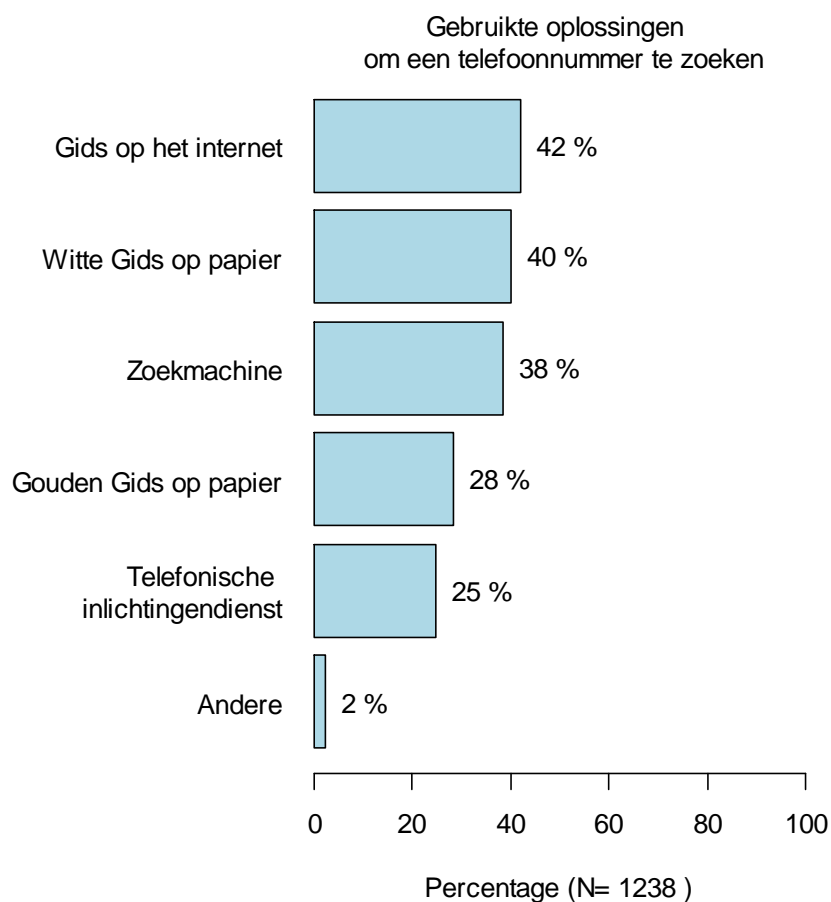
## 6. Universele dienstverlening

Het vijfde deel van de vragenlijst ging over de universele dienstverlening. De thema's die werden aangekaart, waren het gebruik van de infodiensten, de telefoongids en de openbare telefooncellen. Ook hebben we het gehad over de kennis van het sociaal tarief.

Van de 1.262 respondenten die zijn overgebleven na zuivering en validering van de gegevens hebben 900 respondenten na weging (71 % in totaal) op de 6 niet-gefilterde vragen in dit deel geantwoord.

### 6.1. Wat raadplegen de mensen als ze een telefoonnummer zoeken?

De eerste vraag over de universele dienstverlening gaat over het middel dat wordt gebruikt om een telefoonnummer te zoeken. De vraag was als volgt geformuleerd: *Wanneer u een telefoonnummer zoekt, raadpleegt u dan het vaakst... (meerdere antwoorden mogelijk)*. De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *De Witte Gids op papier; De Gouden Gids op papier; De telefonische inlichtingendienst; Een gids op het internet; Een zoekmachine (bv. Google); Andere*. Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.



**Grafiek 97: Gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 42 % van de respondenten het antwoord 'Gids op het internet' heeft geselecteerd, 40 % 'Witte Gids op papier', 38 % 'Zoekmachine', 28 % 'Gouden Gids op papier', 25 % 'Telefonische inlichtingendienst' en 2 % 'Andere'.

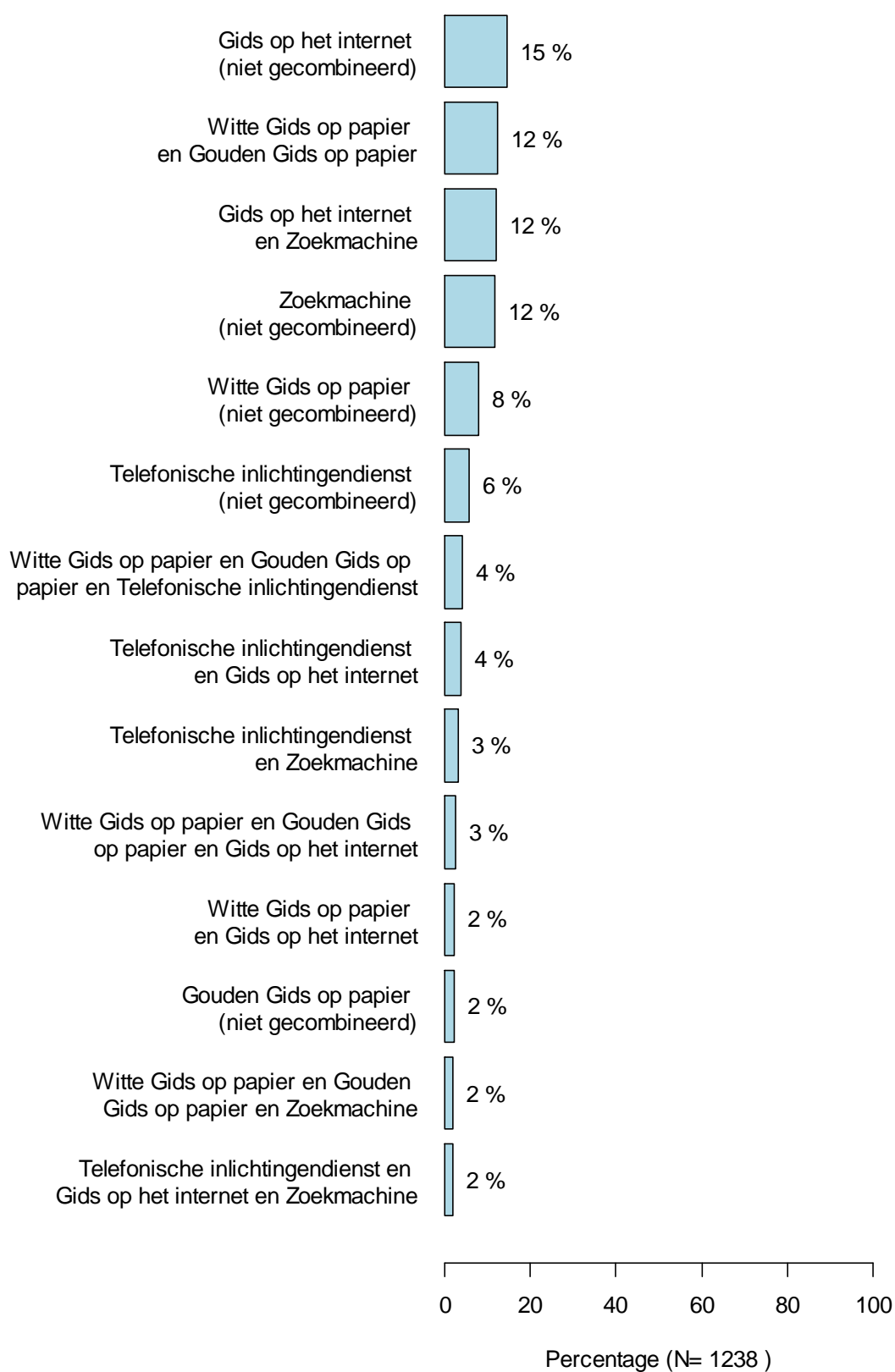
We stellen dus vast dat drie van de informatiebronnen ongeveer evenveel worden geraadpleegd en het lijkt erop dat alle voorgestelde bronnen regelmatig worden geraadpleegd.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken	1	1	2	2	5

**Tabel 24: Aantal gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken**

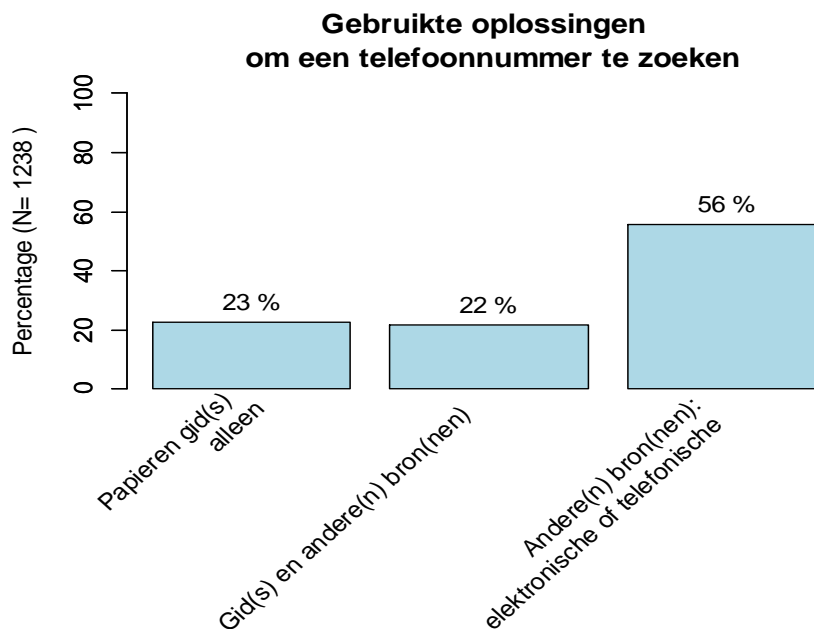
Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 1 en 5 informatiebronnen selecteren van de 6 voorgestelde opties. De helft van de respondenten selecteert 2 criteria of minder. 17 % van de respondenten heeft 3 bronnen of meer geselecteerd.

Combinaties van gebruikte oplossingen  
om een telefoonnummer te zoeken



### Grafiek 98: Combinaties van gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken

Op basis van deze vaststelling hebben we de vaakst voorkomende combinaties van antwoorden bestudeerd (bovenstaande grafiek). Daaruit blijkt dat de vaakst voorkomende combinatie 'Gids op het internet (niet-gecombineerd)' is die werd geselecteerd door 14,8 % van de respondenten. Op de tweede plaats staat de combinatie 'Witte Gids op papier en Gouden Gids op papier', geselecteerd door 12,5 % van de respondenten. Vervolgens werd de combinatie 'Gids op het internet en Zoekmachine' geselecteerd door 12,2 % van de respondenten. Tot slot werd de combinatie 'Zoekmachine (niet-gecombineerd)' geselecteerd door 11,9 % van de respondenten. Op basis van deze vaakst voorkomende antwoorden lijkt het erop dat de hypothese van een offline wereld op papier, los van een online digitale wereld, ter sprake gebracht tijdens de voorstelling van de voorlopige resultaten, bevestigd wordt. Met andere woorden, het lijkt erop dat de gebruikers van de telefoongids(en) heel andere personen zijn dan diegenen die de informatie op het internet opzoeken. Onderstaande grafiek illustreert dit.

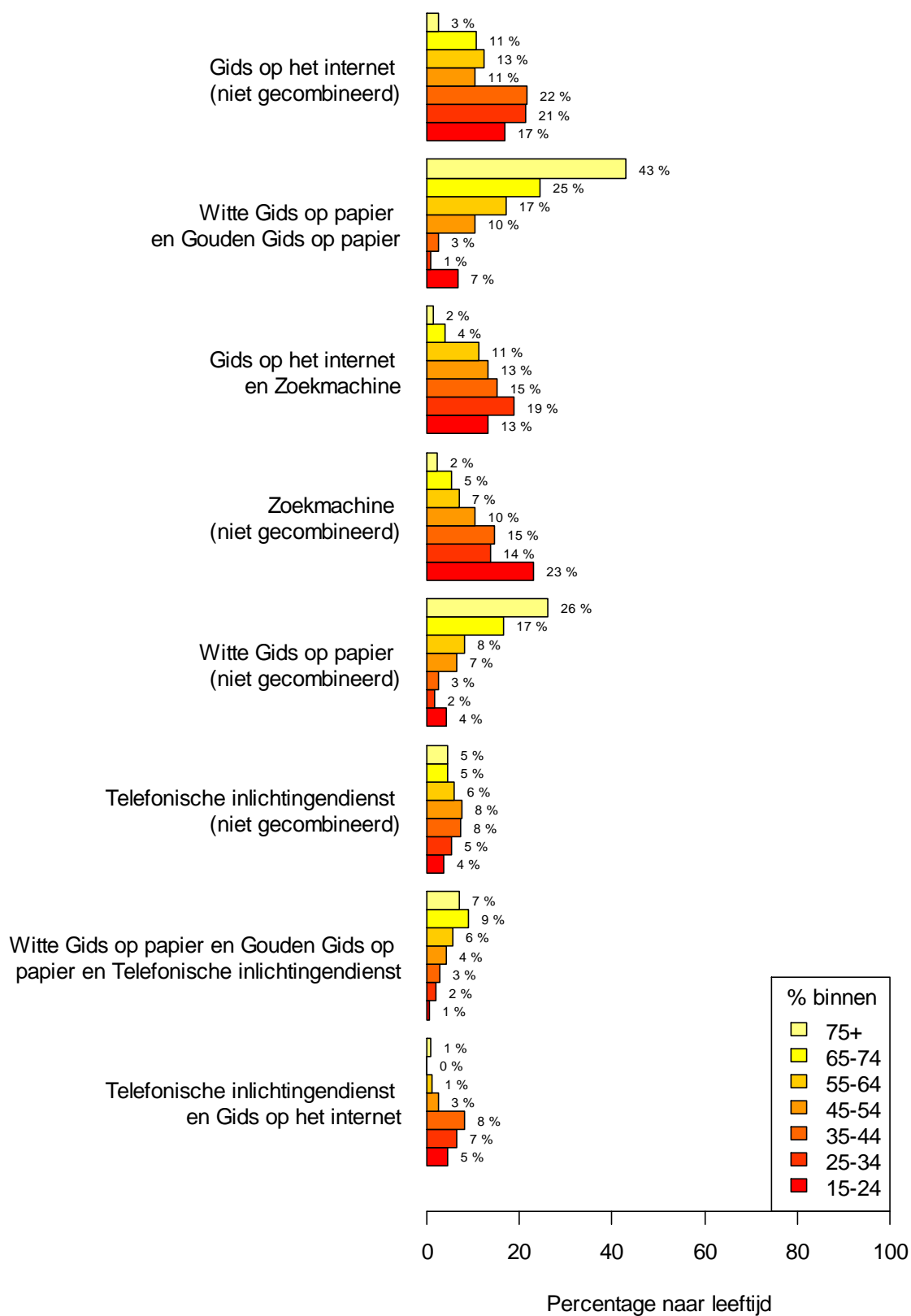


### Grafiek 99: Oplossingen om een nummer te zoeken

Bovenstaande grafiek toont ons dat 23 % van de respondenten enkel het antwoord 'Gids(en) op papier' heeft geselecteerd;

22 % 'Gids(en) en andere bron(nen)' en 56 % 'Andere bron(nen): elektronisch of telefonisch'.

Combinaties van gebruikte oplossingen  
om een telefoonnummer te zoeken naar leeftijd

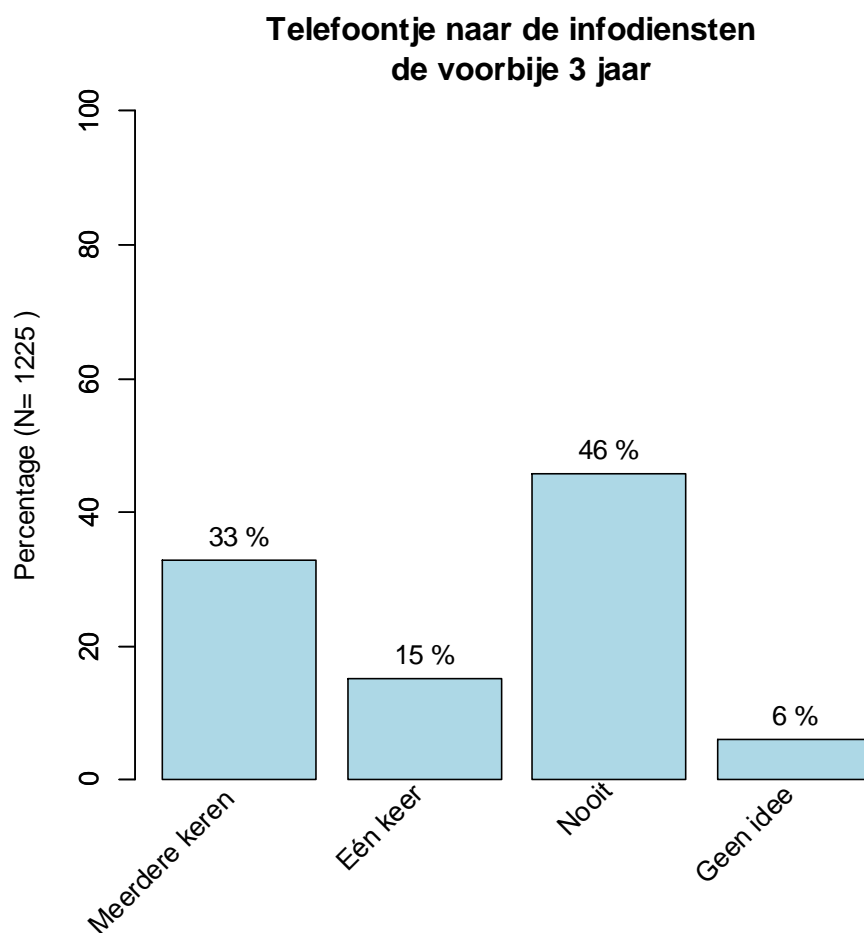


### Grafiek 100: Analyse per leeftijd van de combinaties van gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken

Met deze hypothese van twee werelden als uitgangspunt hebben we deze vaak voorkomende combinaties per leeftijd bestudeerd (zie bovenstaande grafiek). De vaststelling is onherroepelijk: de gebruikers van de telefoongidsen zijn vooral personen ouder dan 55 jaar, terwijl de gebruikers van zoekmachines en gidsen op het internet jonger zijn dan 55 jaar. De jongsten, van 15 tot 24 jaar, geven de voorkeur aan de zoekmachine boven de gids op het internet en dat is niet het geval voor hun oudere soortgenoten. Dit zou het spoor kunnen zijn van de min of meer recente overgang van de gids op papier naar de digitale gids bij de 25-54-jarigen, terwijl van de jongsten sommigen zelfs nooit de gids op papier hebben gebruikt en meteen zijn opgegroeid in de digitale wereld. Tussen de geslachten levert dezelfde analyse niets interessants op. Op het vlak van de gewesten vinden we verschillen qua leeftijd, maar dat is ook alles.

## 6.2. Frequentie waarmee gebruik wordt gemaakt van de infodiensten

De tweede vraag over de universele dienstverlening gaat over de frequentie waarmee gebruik wordt gemaakt van de telefonische infodiensten. De vraag was als volgt geformuleerd: *Hebt u de voorbije drie jaar gebeld naar de telefonische infodiensten in België?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja, meerdere keren; Ja, één keer; Nee, nooit; Geen idee.*



**Grafiek 101: Telefoontje naar de infodienst de voorbije 3 jaar**

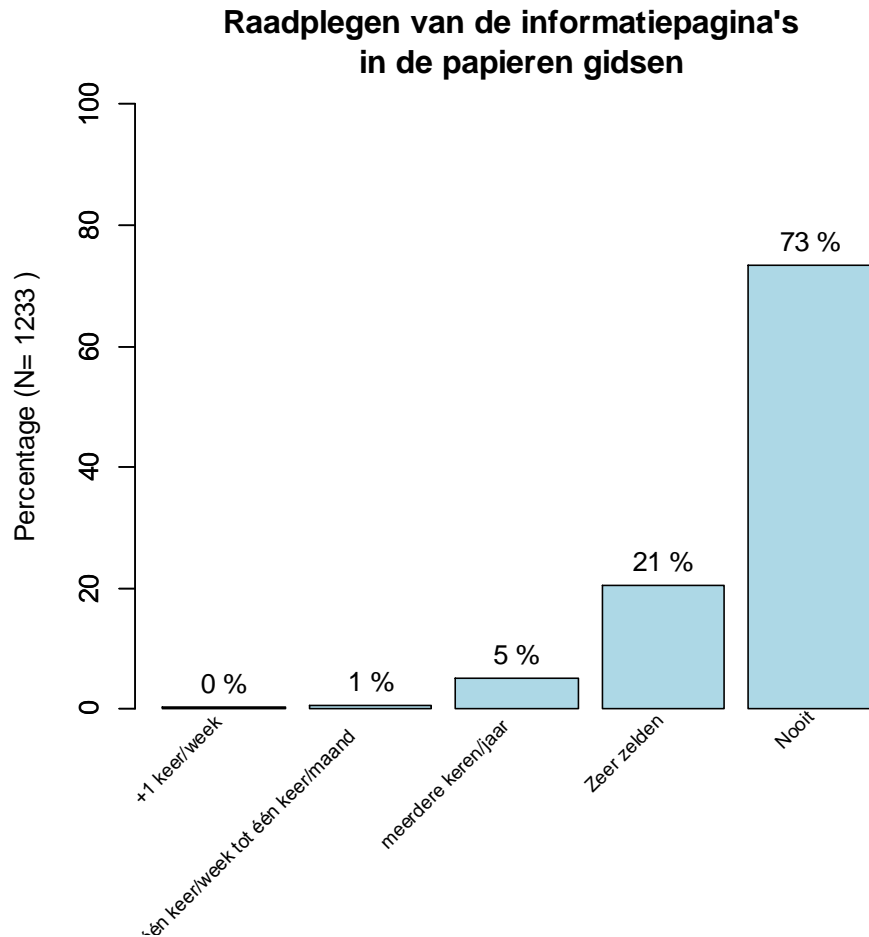
Bovenstaande grafiek toont ons dat 33 % van de respondenten het antwoord 'Meerdere keren' heeft geselecteerd, 15 % 'Eén keer', 46 % 'Nooit' en 6 % 'Geen idee'.

48,1 % van de respondenten heeft dus de voorbije 3 jaar minstens één keer naar de infodiensten gebeld. Dit is toch een niet onbelangrijk percentage. Uit de analyse naargelang van de sociodemografische variabelen blijkt dat de personen die het meest contact opnemen met de infodiensten tot de beroepsbevolking behoren; ze zijn tussen de 25 en 64 jaar oud.

### **6.3. Frequentie waarmee de informatiepagina's in de papieren gidsen worden geraadpleegd**

De derde vraag over de universele dienstverlening gaat over de frequentie waarmee de informatiepagina's in de papieren gidsen worden geraadpleegd. De vraag was als volgt geformuleerd: *Raadpleegt u de informatiepagina's (noodnummers, Tele-Onthaal, Child Focus enz.) in de papieren*

gidsen? De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja, meer dan één keer per week; Ja, één keer per week tot één keer per maand; Ja, meerdere keren per jaar; Ja, zeer zelden; Nee, nooit.*

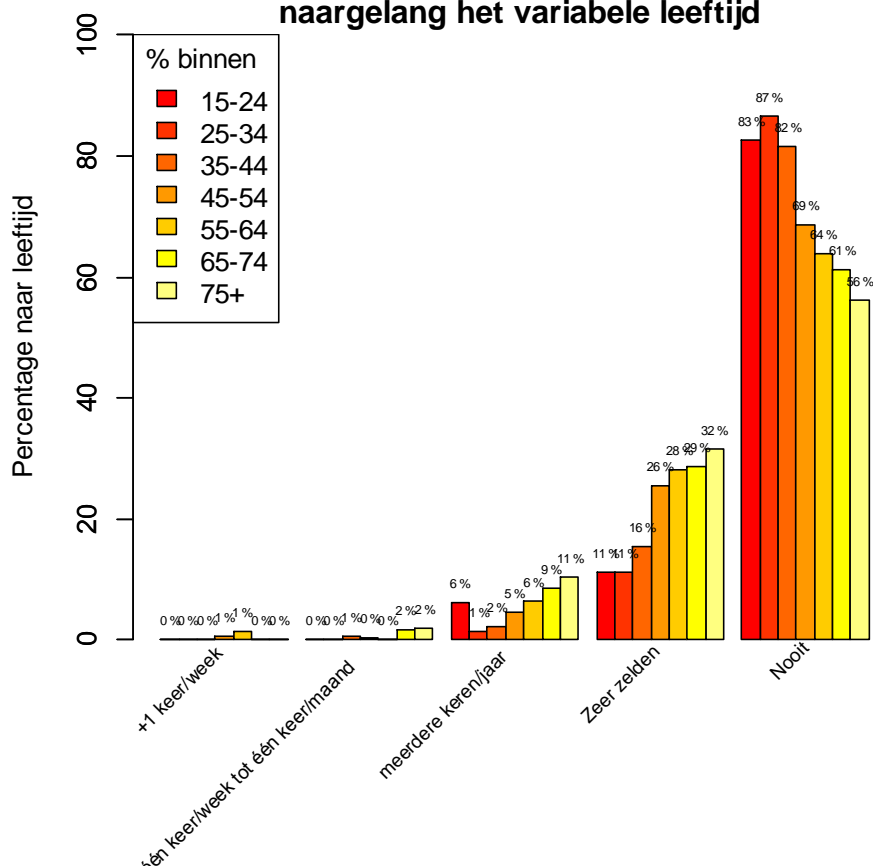


**Grafiek 102: Raadplegen van de informatiepagina's in de papieren gidsen**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 0,4 % van de respondenten het antwoord 'Meer dan één keer per week' heeft geselecteerd, 0,6 % 'Meerdere keren per week', 5 % 'Meerdere keren per jaar', 21 % 'Zelden' en 73 % 'Nooit'.

6,1 % van de respondenten raadpleegt dus min of meer regelmatig deze informatiepagina's. Dit percentage is nagenoeg verwaarloosbaar tegenover de 73,4 % die deze pagina's nooit raadpleegt.

### Raadplegen van de informatiepagina's in de papieren gidsen naargelang het variabele leeftijd



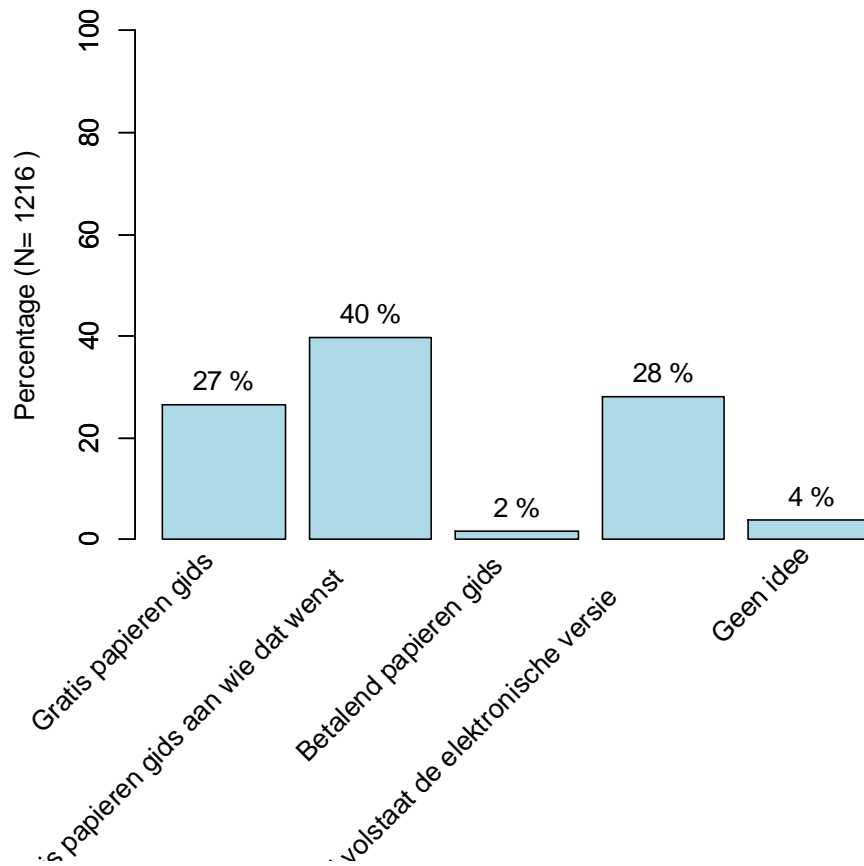
**Grafiek 103: Raadplegen van de informatiepagina's in de papieren gidsen naargelang van de leeftijdsvariabele**

De analyse naargelang van de sociodemografische variabelen is alleen maar interessant op het vlak van de leeftijdsgroepen. We zien duidelijk een tegenstelling tussen de jongsten en de oudsten. Het lijkt erop dat de jonge generaties steeds minder de informatiepagina's in de gidsen raadplegen.

#### 6.4. Is het nodig om de papieren gidsen te behouden?

De vierde vraag over de universele dienstverlening gaat over de noodzaak om de papieren gidsen te behouden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Is het volgens u nodig om een papieren versie te behouden van de Witte Gids als u weet dat er een gratis elektronische versie beschikbaar is op het internet?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja, en die moet gratis aan iedereen worden bedeed; Ja, maar de papieren gids mag enkel gratis worden bedeed aan wie dat wenst; Ja, maar de papieren gids mag betalend zijn; Nee, dat is niet nodig, voor mij volstaat de elektronische versie; Geen idee.*

### Noodzaak om de Witte Gids te behouden

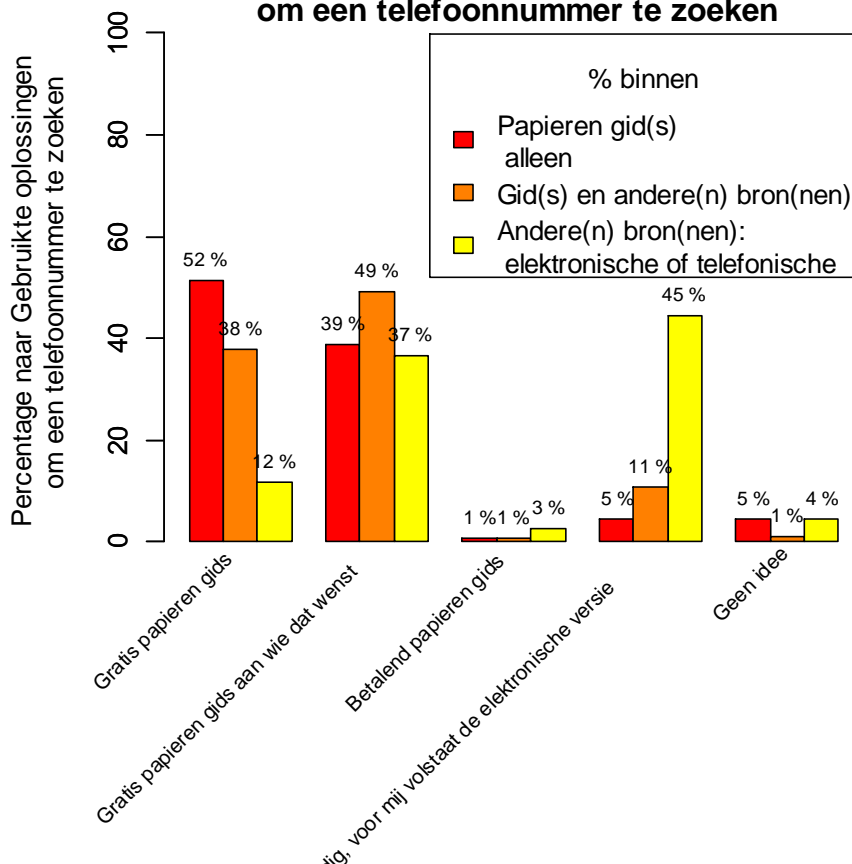


**Grafiek 104: Noodzaak om de Witte Gids te behouden**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 27 % van de respondenten het antwoord 'Gratis papieren gids' heeft geselecteerd', 40 % 'Gratis gids op aanvraag', 2 % 'Papieren gids betalend', 28 % 'Nee, de elektronische versie volstaat' en 4 % 'Geen idee'.

68,1 % van de respondenten is er dus voorstander van om de papieren gids te behouden tegenover 28 % voor wie de gids mag verdwijnen ten voordele van een elektronische oplossing. Toch is van de eerste 68,1 % slechts 26,6 % er voorstander van om de gids systematisch te blijven bedelen.

### Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang het variabele Gebruikte oplossingen om een telefoonnummer te zoeken

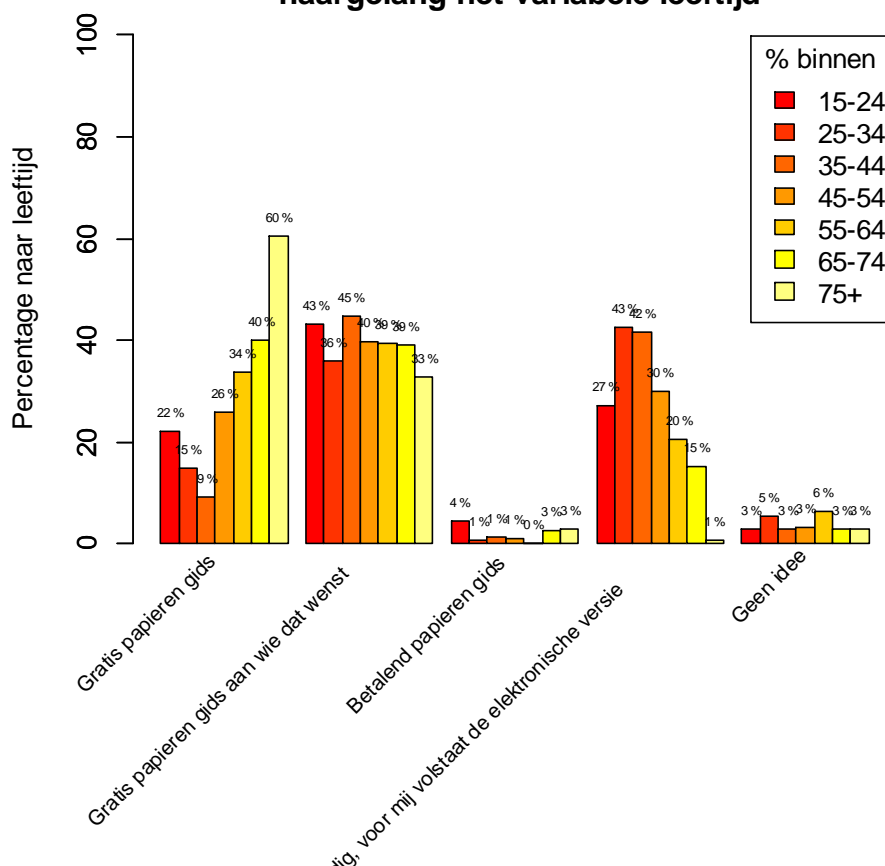


**Grafiek 105: Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang van de variabele 'oplossingen om een nummer te zoeken'**

Als we de antwoorden op deze vraag vergelijken met de bronnen die werden geraadpleegd om een telefoonnummer te zoeken<sup>3</sup> (bovenstaande grafiek), dan is het geen verrassing dat de personen die enkel gebruik maken van de telefoongidsen hoofdzakelijk voorstander zijn van het behoud ervan. Toch kan bijna 39 % zich vinden in een versie die enkel wordt bedeed aan hen die dat wensen. Van de personen die geen gebruik maken van de gidsen, geeft 44,6 % aan dat ze een elektronische versie voldoende vinden, maar toch zijn er nog heel wat onder hen (37 %) die vinden dat er een gratis versie beschikbaar moet blijven op aanvraag.

<sup>3</sup> Om deze variabele te creëren die de bronnen aangeeft die worden geraadpleegd om een telefoonnummer te zoeken, hebben we de respondenten in drie categorieën onderverdeeld: zij die enkel gebruik maken van de gidsen, zij die gebruik maken van de gidsen en van andere bronnen en zij die enkel gebruik maken van andere bronnen.

### Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang het variabele leeftijd



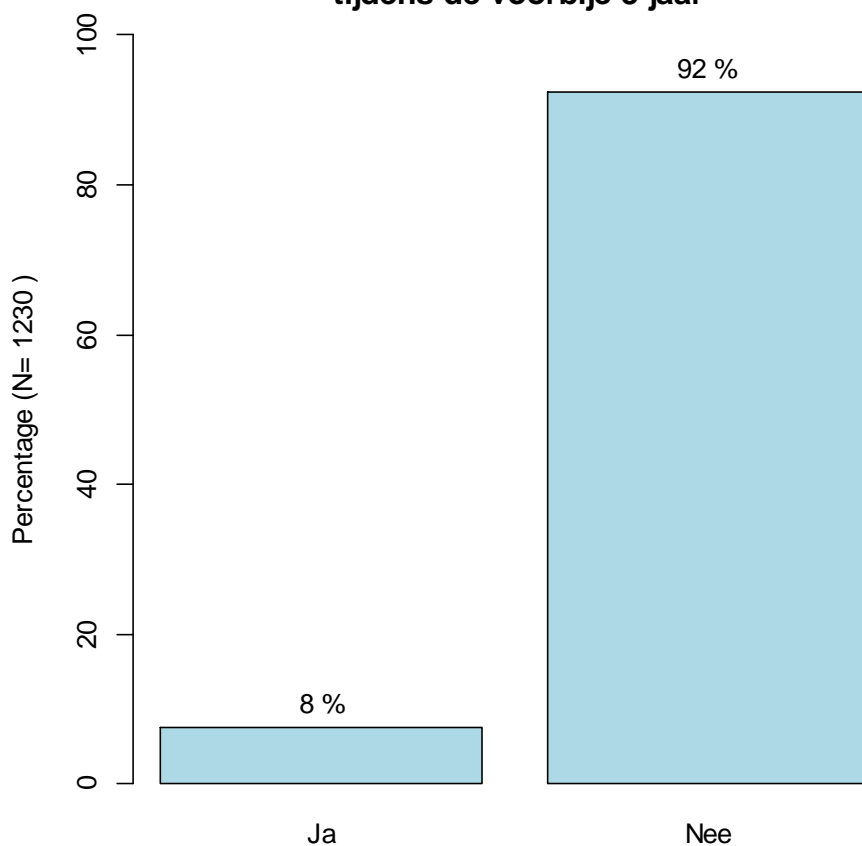
Grafiek 106: Noodzaak om de Witte Gids te behouden naargelang van de leeftijdsvariabele

Personen van 55 jaar en ouder zijn het meest geneigd om hun toevlucht te nemen tot de gidsen (cf. supra) en het is dan ook niet verwonderlijk dat zij tot de groep behoren die voorstander is van het behoud van de gidsen. We merken inderdaad tegenovergestelde meningen op naargelang van de leeftijdsgroepen: de oudsten zijn meer van mening dat de papieren gids gratis moet worden gedeeld, terwijl de jongsten meer vinden dat de elektronische versie volstaat. Er is niets bijzonders te benadrukken voor de andere sociodemografische variabelen.

## 6.5. Gebruik van de telefooncellen

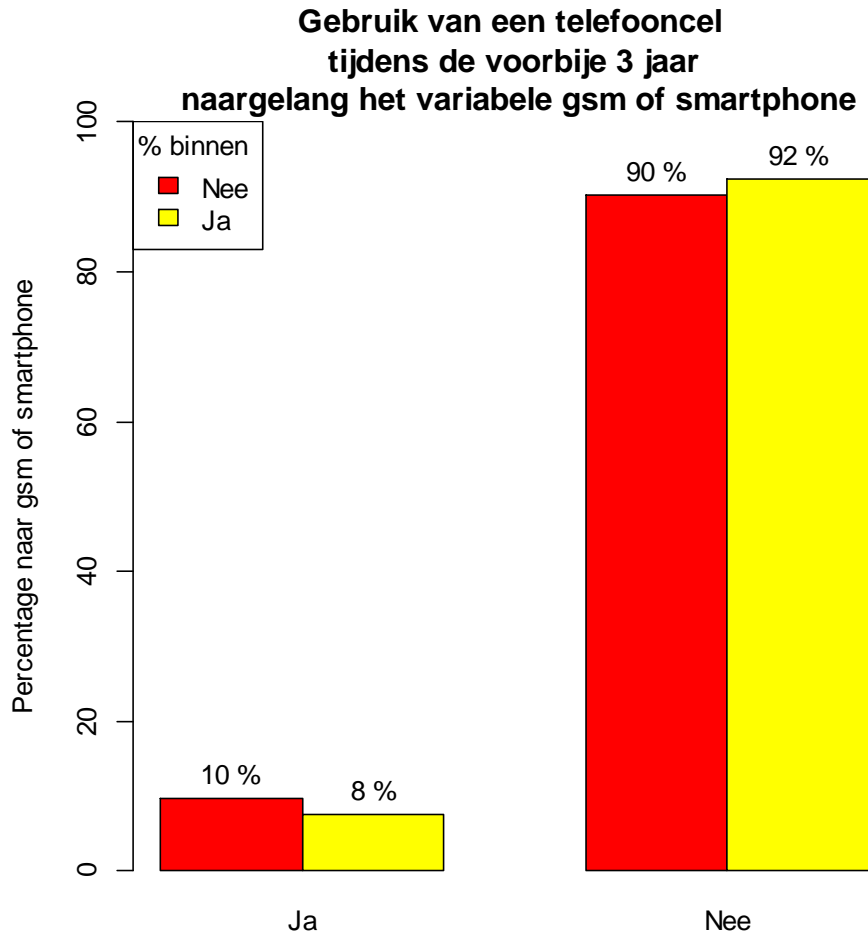
De vijfde vraag over de universele dienstverlening gaat over het gebruik van de telefooncellen. De vraag was als volgt geformuleerd: *Hebt u de voorbije drie jaar een telefooncel gebruikt in België?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja* en *Nee*.

### Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar



**Grafiek 107: Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 8 % van de respondenten de voorbije 3 jaar een telefooncel heeft gebruikt en 92 % niet.



**Grafiek 108: Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar naargelang van de variabele 'gsm of smartphone'**

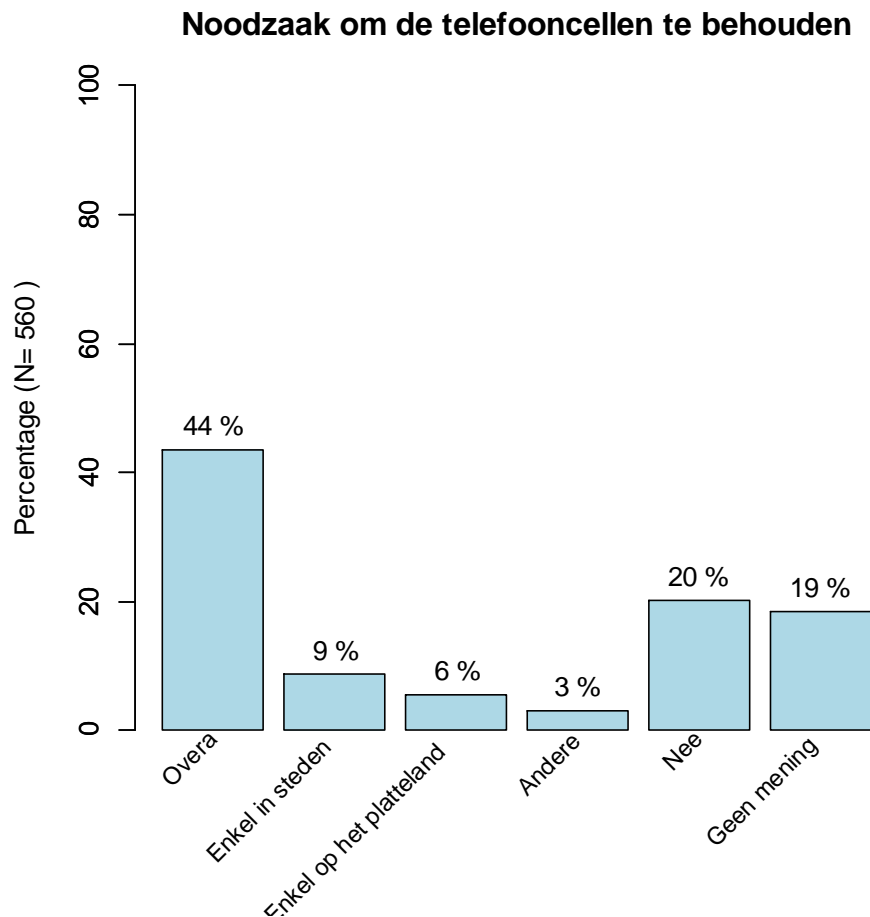
Het gebruik van telefooncellen is niet in grote mate verbonden ( $p$ -waarde = 0,55) met het feit of de mensen al dan niet over een gsm beschikken. Er is geen opmerkelijk verschil wat de variabelen leeftijd, geslacht en gewest betreft.

## 6.6. Is het noodzakelijk om de telefooncellen te behouden?

De zesde vraag over de universele dienstverlening gaat over de noodzaak om de telefooncellen te behouden. De vraag was als volgt geformuleerd: *Denkt u dat het noodzakelijk is om de telefooncellen te behouden in België?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Ja, overal; Ja, enkel in steden; Ja, enkel op het platteland; Andere; Nee; Geen mening*. Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

Bij het voorbereiden van de vragenlijst hebben we vóór deze vraag een filter ingelast zodat we enkel de mening van de personen zouden hebben die ook daadwerkelijk gebruik maken van de telefooncellen. En toch heeft 42 % van de mensen die de vraag niet dienden te beantwoorden zijn

mening gegeven. We hebben dus beslist om die mee op te nemen in de resultaten en daarbij hebben we het specifieke gedrag van de gebruikers van telefooncellen geanalyseerd. Behalve indien anders aangegeven op de grafieken, stemt de basis voor de berekening van de percentages dus overeen met de 560 personen die op de vraag hebben geantwoord. Voor het tweede jaar van het onderzoek zal er geen filter meer zijn voor vraag 5.6.

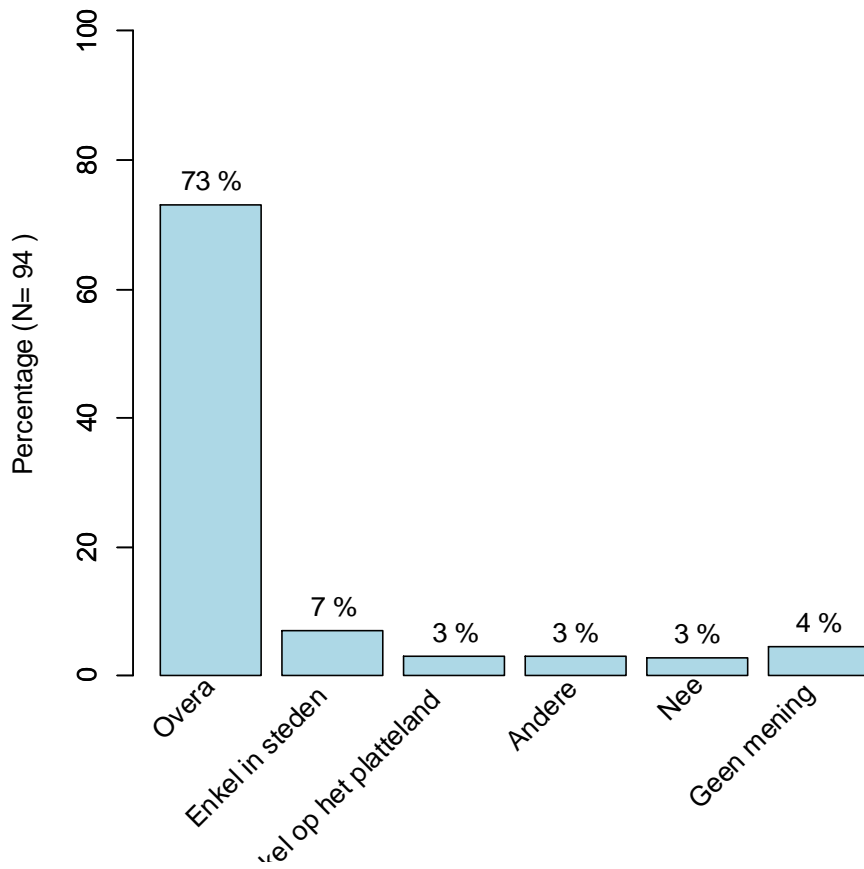


**Grafiek 109: Noodzaak om de telefooncellen te behouden**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 44 % van de respondenten het antwoord 'Overall' heeft geselecteerd, 9 % 'In steden', 6 % 'Op het platteland', 3 % 'Andere', 20 % 'Nee' en 18 % 'Geen mening'.

58 % van de respondenten is dus voorstander van het behoud van de telefooncellen, 20,3 % ziet ze liever verdwijnen en bijna evenveel (18,5 %) heeft geen mening. Als we enkel de antwoorden in aanmerking hadden genomen van de personen die aangeven dat ze de voorbije 3 jaar een telefooncel hebben gebruikt, dan had slechts 7 % van de respondenten (94 personen na weging) deze vraag kunnen beantwoorden.

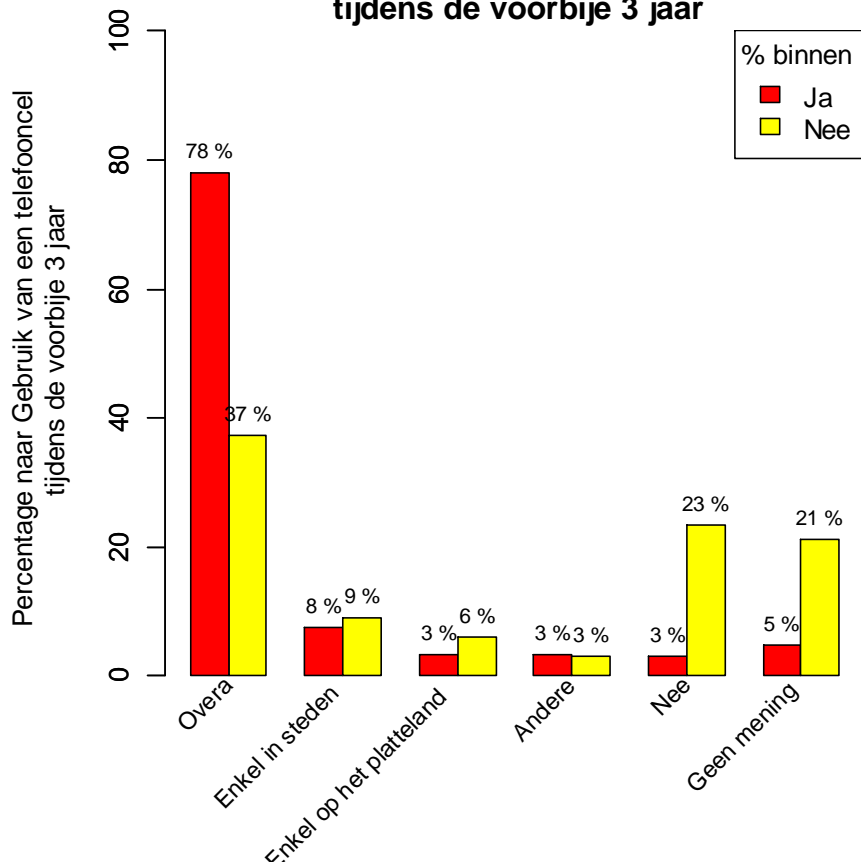
### Noodzaak om de telefooncellen te behouden



**Grafiek 110: Noodzaak om de telefooncellen te behouden**

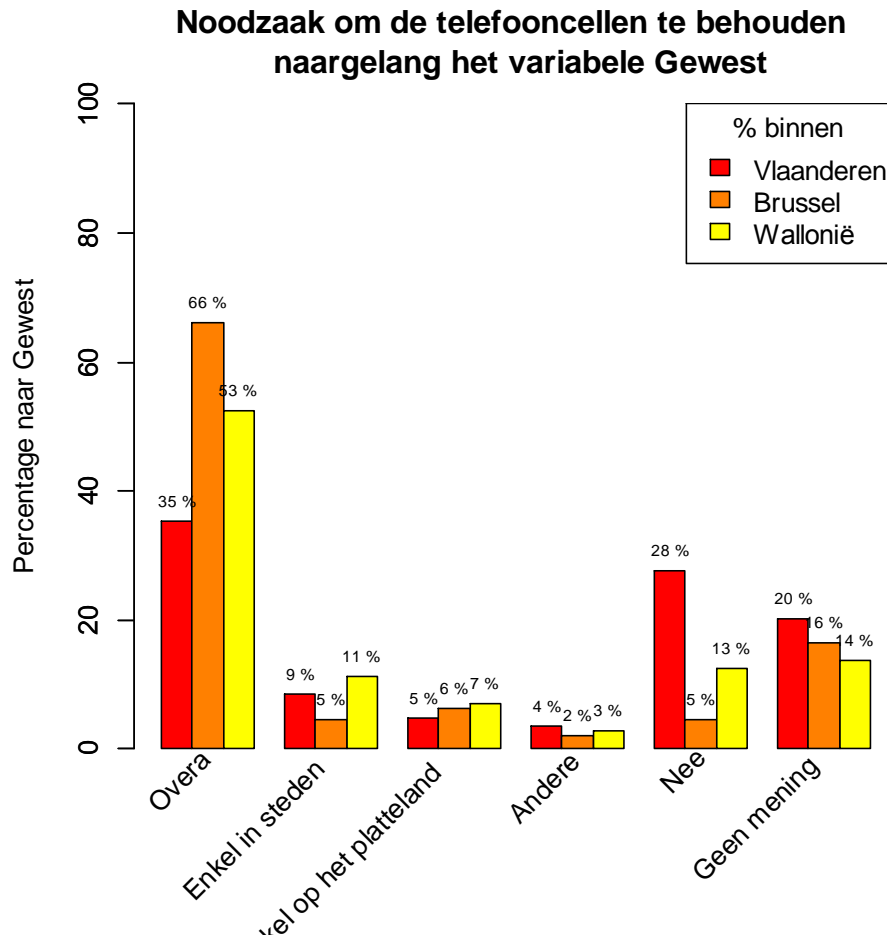
Bovenstaande grafiek toont ons dat 73 % van de respondenten het antwoord 'Overall' heeft geselecteerd, 7 % 'In steden', 3 % 'Op het platteland', 3 % 'Andere', 3 % 'Nee' en 4% 'Geen mening'.

**Noodzaak om de telefooncellen te behouden volgens het variabel Gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar**



**Grafiek 111: Noodzaak om de telefooncellen te behouden naargelang van de variabele 'gebruik van een telefooncel tijdens de voorbije 3 jaar'**

De wens om de telefooncellen te behouden, is in grote mate verbonden (p-waarde = 0) met het gebruik ervan. 88,8 % van de personen die momenteel de telefooncellen gebruiken, is namelijk voor het behoud ervan tegenover slechts 52,4 % van diegenen die er de voorbije 3 jaar geen gebruik van hebben gemaakt.



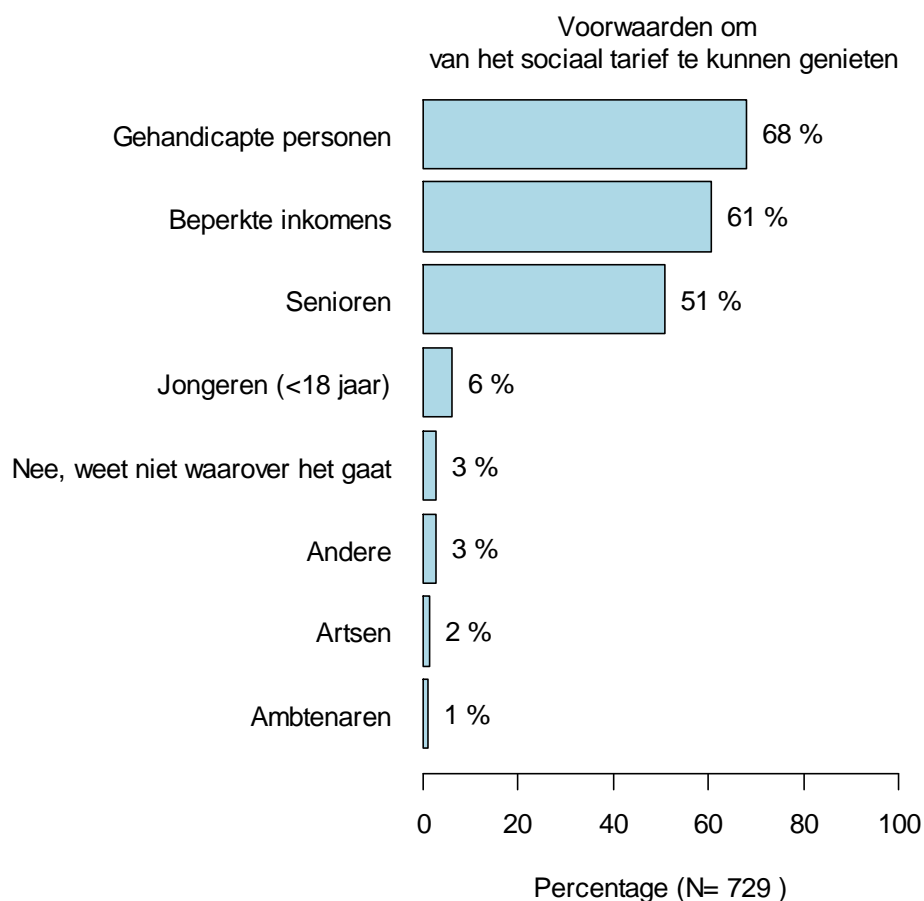
**Grafiek 112: Noodzaak om de telefooncellen te behouden naargelang van de variabele 'gewest'**

In tegenstelling tot wat we gedacht hadden, lijkt de leeftijd van de respondenten geen invloed te hebben op hun antwoord op deze vraag. De variabele die het gewest aangeeft, springt eruit wat de sociodemografische variabelen betreft. De Brusselaars (met 66,1 %) en, in mindere mate, de Walen (met 52,6 %) zijn voorstander van het behoud van de telefooncellen, terwijl voor 27,6 % van de Vlamingen de telefooncellen volledig mogen verdwijnen.

## 6.7. Kennis van de voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief

De zevende vraag over de universele dienstverlening gaat over de kennis van de voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief. De vraag was als volgt geformuleerd: *Weet u wat de voorwaarden zijn om gebruik te kunnen maken van een sociaal tarief?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende: *Senioren; Jongeren onder 18 jaar; Gezinnen met beperkte inkomens; Gehandicapte personen; Ambtenaren; Artsen; Andere; Nee, ik weet niet waarover het gaat.* Het antwoord 'Andere' was vergezeld van een open antwoordkader.

De juiste antwoorden zijn 'Gehandicapte personen', 'Gezinnen met beperkte inkomens' en 'Senioren'.



**Grafiek 113: Voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 50 % van de respondenten het antwoord 'Gehandicapte personen' heeft geselecteerd, 45 % 'Beperkte inkomens', 37 % 'Senioren', 28 % 'Nee, ik weet niet waarover het gaat', 5 % 'Jongeren (<18 jaar)', 2 % 'Andere', 1 % 'Artsen' en 1 % 'Ambtenaren'.

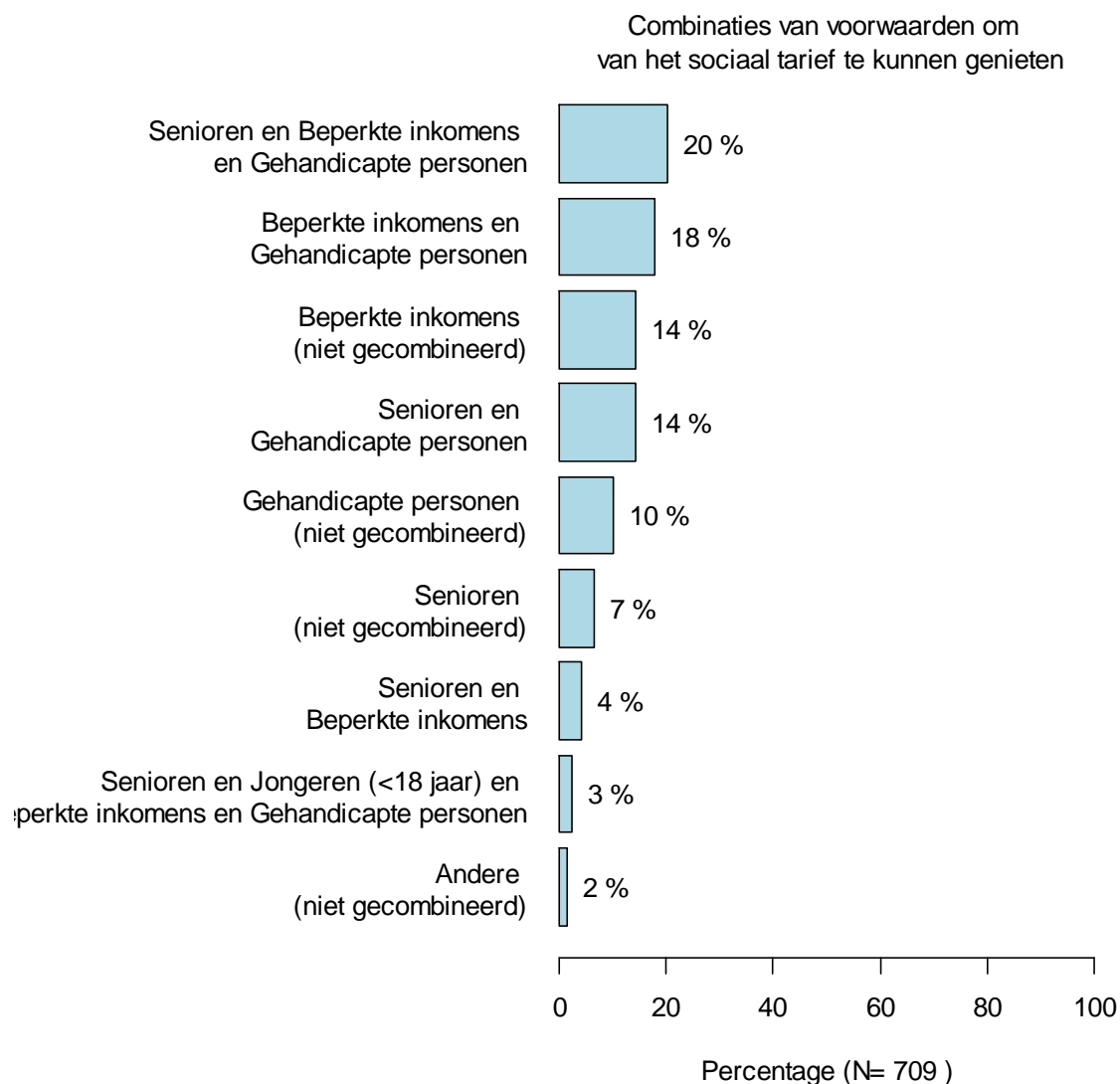
We stellen dus vast dat de drie voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief het meest bekend zijn bij het grote publiek.

	Min.	Q 25 %	Mediaan	Q 75 %	Max.
Aantal voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief	0	0	1	2	6

**Tabel 25: Aantal voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief**

Bovenstaande tabel toont ons dat de respondenten voor deze vraag tussen 0 en 6 voorwaarden selecteren van de 7 voorgestelde opties om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief. Het

antwoord 'Nee, ik weet niet waarover het gaat' wordt niet als een optie op zich beschouwd. De helft van de respondenten selecteert 1 voorwaarde of minder. 27 % van de respondenten heeft 3 voorwaarden of meer geselecteerd.



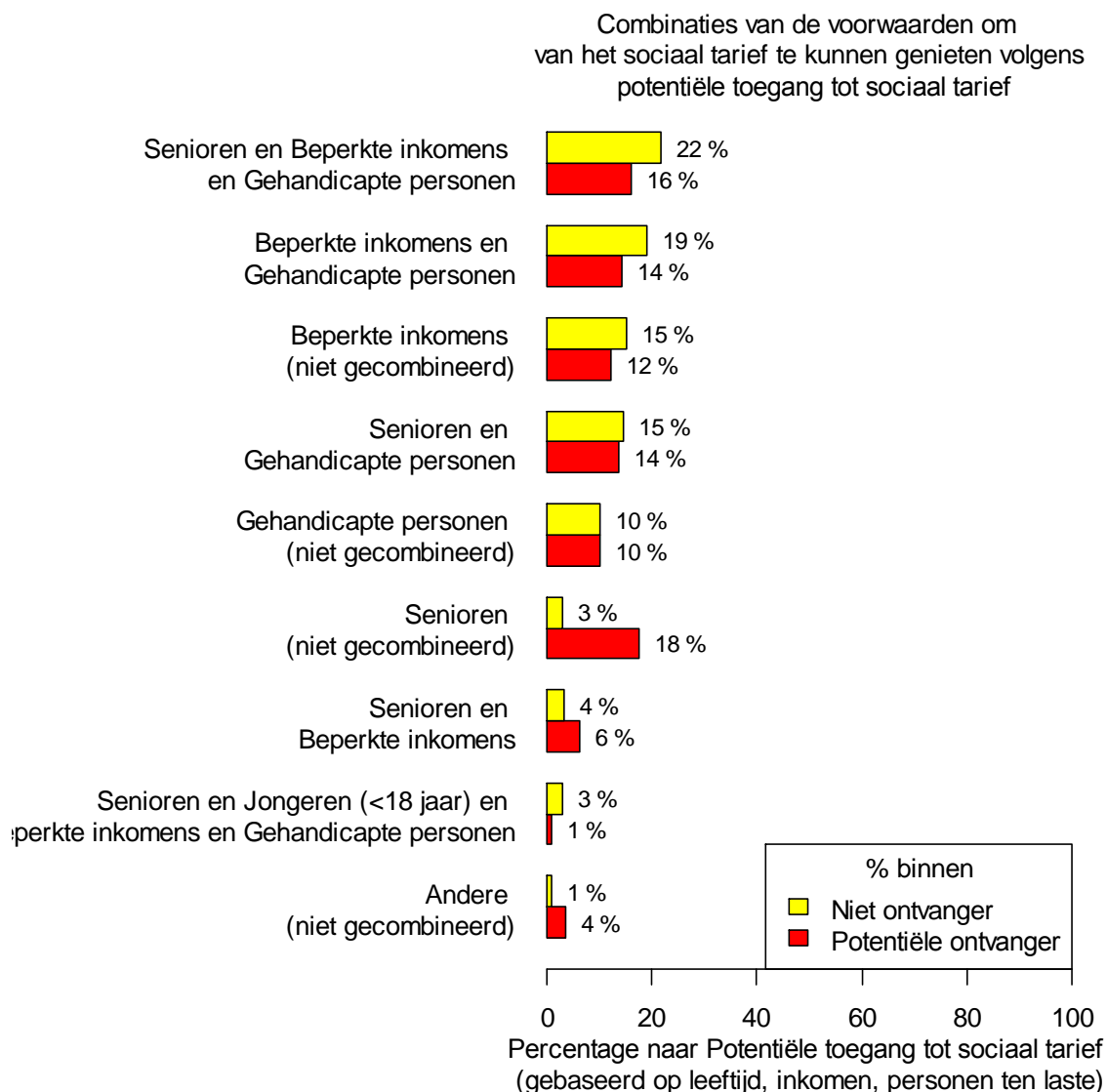
**Grafiek 114: Combinaties van voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief**

Op basis van deze vaststelling hebben we de vaakst voorkomende combinaties van antwoorden bestudeerd. Daaruit blijkt dat de vaakst voorkomende combinatie 'Senioren, Beperkte inkomens en Gehandicapte personen' is die werd geselecteerd door 20,4 % van de respondenten. Dit is het juiste antwoord. Vervolgens werd de combinatie 'Beperkte inkomens en Gehandicapte personen' geselecteerd door 18 % van de respondenten. Daarna werd de combinatie 'Beperkte inkomens (niet-gecombineerd)' geselecteerd door 14,5 % van de respondenten. De combinatie 'Senioren en Gehandicapte personen' is geselecteerd door 14,5 % van de respondenten. De combinatie 'Gehandicapte personen (niet-gecombineerd)' is geselecteerd door 10,1 % van de respondenten. De combinatie 'Senioren (niet-gecombineerd)' is geselecteerd door 6,6 % van de respondenten. En tot slot werd de combinatie 'Senioren en Beperkte inkomens' geselecteerd door 4,2 % van de respondenten. Op basis

van deze vaakst voorkomende antwoorden van de 71,5 % van de respondenten die een antwoord hebben gegeven op deze vraag, moeten we vaststellen dat zij die het sociaal tarief kennen er wel een vrij goede, maar vaak onvolledige kennis van hebben.

Op basis van de antwoorden op de vragen omtrent de leeftijd, het inkomen en het aantal personen ten laste van de respondent hebben we getracht te weten te komen wie er eventueel van het sociaal tarief zou kunnen genieten. Om de voorwaarden voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer na te leven, hebben we onze sociodemografische variabelen per groep geformuleerd (leeftijdsgroep en niet de exacte leeftijd, idem voor het inkomen en het aantal personen ten laste). Op die manier kunnen we dus niet exact de personen identificeren die van het sociaal tarief kunnen genieten. Bovendien was het niet politiek correct om een vraag over een handicap te stellen in een vragenlijst over telecommunicatie. Deze hele categorie van personen die hiervan kunnen genieten, werd dus noodgedwongen terzijde gelaten. Personen die eventueel in aanmerking komen voor het sociaal tarief zijn volgens ons de personen:

- met een inkomen van minder dan 1.100 euro netto per maand, ongeacht hun leeftijd en het aantal personen ten laste. Deze categorie zou ook de personen met een leefloon moeten omvatten; met een inkomen van minder dan 1.599 euro netto per maand en die minstens 65 jaar oud zijn, ongeacht het aantal personen ten laste;
- met een inkomen van minder dan 2.099 euro netto per maand die minstens 65 jaar oud zijn en minstens 1 persoon ten laste hebben; met een inkomen van minder dan 2.599 euro netto per maand die minstens 65 jaar oud zijn en minstens 3 personen ten laste hebben.



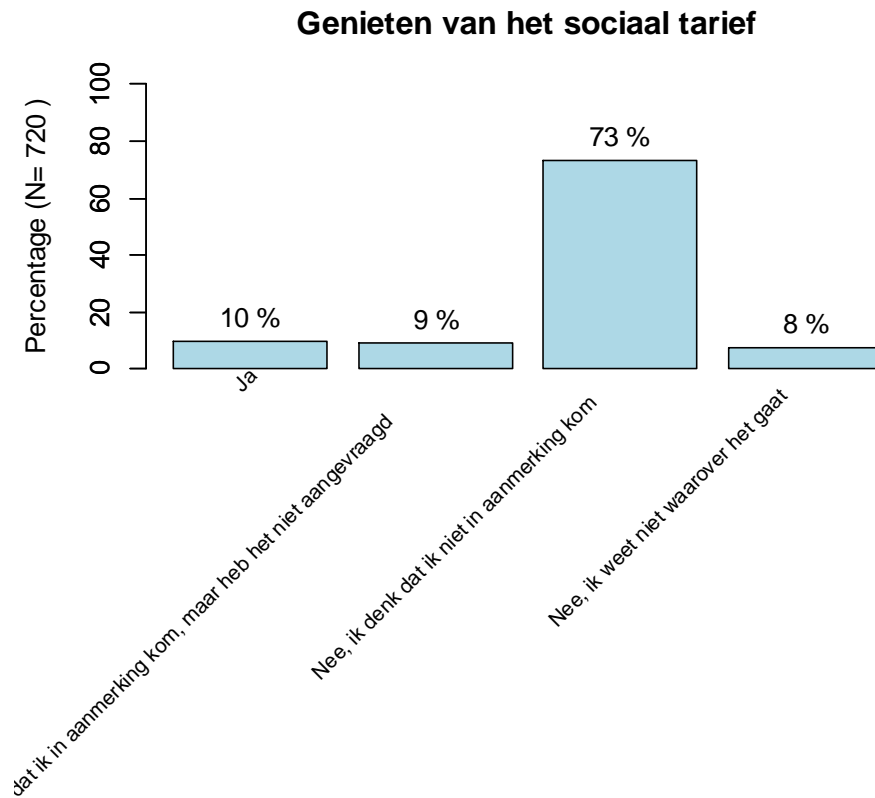
**Grafiek 115: Analyse van de combinaties van voorwaarden om gebruik te kunnen maken van het sociaal tarief naargelang van de eventuele toegang tot het sociaal tarief**

Er is geen opmerkelijk verschil tussen de antwoorden van de personen die eventueel recht hebben op het sociaal tarief en de andere respondenten, behalve wat het antwoord 'Senioren' betreft dat alleen werd geselecteerd. Ook is er geen uitgesproken tendens voor de verschillende socio-demografische variabelen.

## 6.8. Personen die gebruik maken van het sociaal tarief

De achtste en laatste vraag over de universele dienstverlening gaat over het daadwerkelijk gebruik maken van het sociaal tarief. De vraag was als volgt geformuleerd: *Geniet u van een sociaal tarief voor bepaalde telecommunicatiediensten?* De voorgestelde antwoorden waren de volgende:

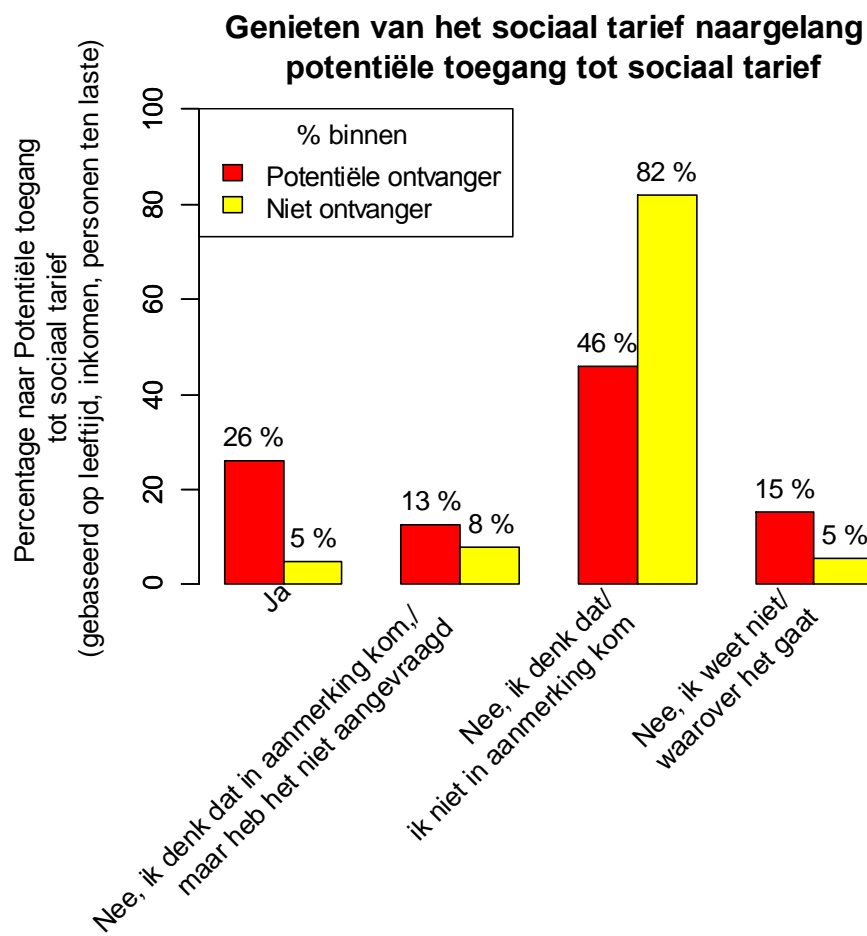
*Ja; Nee, ik weet niet waarover het gaat; Nee, ik denk dat ik niet in aanmerking kom; Nee, ik denk dat ik in aanmerking kom, maar heb het niet aangevraagd.*



**Grafiek 116: Genieten van het sociaal tarief**

Bovenstaande grafiek toont ons dat 8 % van de respondenten het antwoord 'Ja' heeft geselecteerd, 7 % 'Nee, denk dat ik in aanmerking kom, maar heb het niet aangevraagd', 56 % 'Nee, denk dat ik niet in aanmerking kom' en 30 % 'Weet niet waarover het gaat'.

Nog maar eens zien we dat 70,2 % van de respondenten lijkt te begrijpen waarover het gaat, hoewel slechts 7,6 % aangeeft dat ze van het sociaal voordeel genieten. Er moet worden opgemerkt dat dit percentage hoger is dan het werkelijke percentage dat door het BIPT is vermeld en dat rond de 4 % zou schommelen.



**Grafiek 117: Genieten van een sociaal tarief naargelang van de variabele 'eventuele toegang tot het sociaal tarief' (basis: leeftijd, inkomen, personen ten laste)**

Van de respondenten die we al hebben kunnen identificeren als personen die eventueel van het sociaal tarief kunnen genieten, geeft 28,9 % aan dat ze daadwerkelijk van het sociaal tarief genieten en 12,8 % denkt dat ze in aanmerking komen, maar heeft het niet aangevraagd. Gezien de onnauwkeurigheid waarmee de personen werden geïdentificeerd die eventueel recht hebben op het sociaal tarief, is het geen verrassing dat er een aantal onsamenhangendheden zijn tussen het antwoord op de directe vraag en de index op basis van de sociodemografische antwoorden (leeftijd, inkomen en perso(o)n(en) ten laste). Een ander interessant cijfer is het grote aantal mensen dat in aanmerking komt en dat niet weet wat het sociaal tarief is. In dit geval bedraagt dit cijfer 24,4 %. De indeling van de antwoorden naargelang van de sociodemografische variabelen levert geen nieuwe informatie op.

## 6.9. Universele dienstverlening: conclusies

Door te peilen naar de kennis van de consument over de verschillende diensten, kunnen we vaststellen dat de informatiebronnen die worden gebruikt om een nummer op te zoeken vooral de Witte Gids, de gidsen op het internet en de zoekmachines zijn.

De gebruikers van de telefoongidsen zijn vooral personen ouder dan 55 jaar, terwijl de gebruikers van zoekmachines en gidsen op het internet jonger zijn dan 55 jaar. De meningen over het al dan niet behouden van een papieren versie van de telefoongids zijn heel verdeeld. Tot slot gebruikt bijna drie kwart van de personen nooit de informatiepagina's in de telefoonboeken.

Een persoon op tien heeft de voorbije 3 jaar een telefooncel gebruikt (dit gebruik is niet verbonden aan het al dan niet beschikken over een gsm), maar een op vier vindt dat die overal behouden moeten blijven. Een persoon op twee heeft de voorbije 3 jaar gebruik gemaakt van de infodiensten.

Bijna de helft van de mensen kent het sociaal tarief niet. Een kwart van de mensen die in aanmerking komen voor dit tarief kent het niet. Tot slot geniet slechts 6 % van de respondenten van dit tarief.

## **7. Aanpassingen voor volgend jaar**

Dit onderzoek zal opnieuw worden gevoerd in 2013 en 2014. In 2013 zullen er wijzigingen worden aangebracht aan de vorm en aan de inhoud.

### **7.1. Wijzigingen aan de vorm**

De formulering van de vragen zal worden herbekeken zodat ze begrijpelijker of explicieter zijn. Voor sommige vragen zullen er voorgestelde antwoorden worden toegevoegd op basis van wat de respondenten hebben gesuggereerd in de antwoordkaders. Bovendien zal de filter voor vraag 5.6 over de noodzaak om de telefooncellen te behouden, worden geschrapt.

### **7.2. Wijzigingen aan de inhoud**

De resultaten van volgend jaar zullen gekoppeld worden aan de wetswijzigingen die onder-tussen plaatsgevonden zullen hebben. Bovendien zullen de nieuwe technologieën en de nieuwe aanbiedingen onder de loep worden genomen.