

Eindgebruikersonderzoek ISDN-2

t.b.v. OPTA

Breda, 5 december 2011

Heliview Research

Drs. Willeke van Baars, Business Unit Manager ICT

Lage Mosten 1

Postbus 3327, 4800 DH Breda

Tel: +31 (0)76 5482000

Fax: +31 (0)76 5482099

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	3
1.1	Achtergrond.....	3
1.2	Doelstelling.....	3
1.3	Over Heliview Research.....	3
2	Samenvatting.....	4
3	Onderzoeksverantwoording	8
3.1	Onderzoeksmethode.....	8
3.2	Populatie en steekproef	8
3.3	Weging.....	9
3.4	Wijze van steekproeftrekken en bron adresgegevens.....	9
3.5	Betrouwbaarheid.....	10
3.6	Externe validiteit (representativiteit van de resultaten).....	12
3.7	Veldwerk.....	12
3.8	Verwerking	13
3.9	Projectcoördinatie.....	14
3.10	Opmerkingen met betrekking tot het onderzoek en rapportage	14
4	Gebruik ISDN-2 voor telefonie	15
4.1	Vaste telefonie	15
4.2	Zakelijk en privégebruik	16
4.3	Redenen voor gebruik van ISDN-2	17
4.4	Huidige aanbieder ISDN-2	18
4.5	Reden keuze huidige aanbieder ISDN-2	19
4.6	Alternatieve aanbieders van ISDN-2 verbindingen	21
5	Churn.....	23
5.1	Overstap naar andere ISDN-2 aanbieder	23
5.2	Overstap naar ander type verbinding	27

1 Inleiding

In opdracht van OPTA heeft Heliview Research een kwantitatief onderzoek uitgevoerd naar eindgebruikers van ISDN-2. Dit zijn zowel consumenten als zakelijke eindgebruikers.

1.1 Achtergrond

OPTA voert marktanalyses uit om te kunnen bepalen of het nodig is de concurrentie te bevorderen door het continueren van bestaande verplichtingen of het opleggen van nieuwe verplichtingen aan partijen met een aanmerkelijke machtspositie. In aanvulling op een aantal uitgebrachte rapporten ten behoeve van de marktanalyses 2012-2014, heeft OPTA Heliview Research gevraagd ten behoeve van het marktanalysebesluit vaste telefonie een onderzoek uit te voeren onder ISDN2-afnemers.

Onderstaande rapportage gaat over het door Heliview Research uitgevoerde onderzoek gedurende november 2011.

1.2 Doelstelling

Met dit onderzoek wil OPTA cijfers achterhalen, specifiek met betrekking tot de vraagzijde van de vaste telefoniemarkt, ten behoeve van het marktanalysebesluit vaste telefonie voor de reguleringsperiode 2012-2014. De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

1. *Waarom nemen ISDN-2 gebruikers ISDN-2 af?*
2. *Hoe groot is de churn en hoe kenmerkt de churn zich?*

Op deze vragen wordt in deze rapportage een antwoord geformuleerd.

1.3 Over Heliview Research

Heliview Research B.V. is bijna 30 jaar actief op de Nederlandse markt als informatiespecialist en full-service marktonderzoeker. Onderzoeksgebieden waar Heliview Research in de afgelopen jaren expertise in heeft opgebouwd zijn: ICT, HM, Finance, Mobiliteit, Office en Charitatief. Op deze gebieden voert Heliview Research zowel single client (maatwerkonderzoek) als multi client onderzoek uit (onderzoek op eigen initiatief van Heliview Research), waarbij onder andere voor ICT sprake is van onderzoek onder consumenten en zakelijke doelgroepen. Heliview Research is actief in Nederland, Europa en daarbuiten.

2 Samenvatting

In totaal hebben 221 vestigingen en 207 huishoudens in Nederland deelgenomen aan het ISDN-2-gebruikersonderzoek dat Heliview Research in opdracht van OPTA heeft uitgevoerd. Alle vestigingen en huishoudens maken gebruik van een ISDN-2 verbinding voor vaste telefonie. Hierbij is KPN veruit de meest gebruikte aanbieder; 85% van de vestigingen neemt een ISDN-2 verbinding af bij KPN, onder huishoudens is dit aandeel met 72% significant lager. Het marktaandeel van Ziggo is op zijn beurt groter in de consumentenmarkt voor ISDN-2 verbindingen (9% vs. 2%, significant).

In het onderzoek staat een tweetal vragen centraal, waarop in dit hoofdstuk antwoord zal worden gegeven.

1. Waarom nemen ISDN-2 gebruikers ISDN-2 af?

De meest genoemde redenen om ISDN-2 af te nemen en niet een ander verbindingstype zoals digitale telefonie via ADSL of Kabel, of een analoge lijn, zijn: de behoefte aan 2 of meer inkomende en/of uitgaande lijnen (32%) en de beschikbaarheid / kwaliteit van de verbinding (22%). Ook de extra functionaliteiten die een ISDN-2 verbinding biedt (17%) en de gespreks- of abonnementskosten zijn veelgenoemde redenen (16%).

Huishoudens lijken hun keuze voor ISDN-2 vaker dan vestigingen te maken op basis van gespreks- of abonnementskosten (21% vs. 14%, niet significant), terwijl vestigingen vaker dan huishoudens de keuze voor ISDN-2 maken vanuit de behoefte aan twee (of meer) inkomende of uitgaande lijnen (42% vs. 28%, significant). Ook lijken vestigingen meer waarde te hechten aan de beschikbaarheid / kwaliteit van de verbinding (25% vs. 16%, niet significant).

Klanten die hun ISDN-2 verbinding afnemen bij KPN, geven vaker dan klanten van andere aanbieders aan voor ISDN-2 te kiezen vanwege de extra functionaliteiten die dit type verbinding biedt (19% vs. 9%, significant). Hiertegenover staat dat klanten van andere aanbieders dan KPN vaker voor ISDN-2 lijken te kiezen uit kostenoverwegingen (22% vs. 14%, niet significant). Verder valt op dat vestigingen en huishoudens die de ISDN-2 verbinding nemen ten behoeve van de alarm- of pininstallatie vrijwel altijd hebben gekozen voor KPN als aanbieder.

De keuze voor een aanbieder van ISDN-2 gebeurt voornamelijk uit gewoonte (53%), of op basis van de kwaliteit van dienstverlening (29%) of de gespreks- en abonnementskosten (20%). Hierbij geven klanten van KPN significant vaker dan klanten van andere aanbieders aan voor KPN te kiezen uit gewoonte (62% vs. 15%). Klanten van andere aanbieders dan KPN lijken vaker kostenoverwegingen te hanteren bij hun keuze voor de aanbieder van ISDN-2 (31% vs. 19%, niet significant).

2. Hoe groot is de churn en hoe kenmerkt de churn zich?

2.1 Overstap van ISDN-2 aanbieder

Ruim driekwart (76%) van de gebruikers van een ISDN-2 verbinding in Nederland is niet van plan over te stappen naar een andere aanbieder van ISDN-2. Hiertegenover staat 7% van de gebruikers die aangeven wel een dergelijke overstap te overwegen. 17% van de gebruikers kan op de betreffende vraag, of men overweegt over te stappen naar een andere aanbieder voor de ISDN-2 verbinding, geen antwoord geven.

Van de ISDN-2 gebruikers die aangeven een overstap van aanbieder te overwegen, geeft een groot gedeelte aan de overstap binnen een half jaar te willen bewerkstelligen; het betreft hier 5% van in totaal 7% die wil overstappen. Bij de resterende 2% duurt het langer dan een half jaar voordat de overstap naar een andere aanbieder voor ISDN-2 plaatsvindt.

Tussen huishoudens en vestigingen zijn geen grote of significante verschillen waarneembaar in overstapplannen m.b.t. de aanbieder van de ISDN-2 verbinding. Onder huishoudens geeft 5% aan plannen te hebben voor een dergelijke overstap (4% binnen een half jaar), tegenover 8% onder vestigingen (5% binnen een half jaar).

Ondanks dat het verschil niet significant is, lijken klanten die de ISDN-2 verbinding afnemen bij een andere aanbieder dan KPN vaker plannen te hebben voor een overstap naar een andere aanbieder (12% vs. 4% bij KPN).

Indien er sprake is van een geplande overstap, wordt deze voornamelijk gemotiveerd door de hoge huidige gespreks- of abonnementskosten (53%), of ontevredenheid met de kwaliteit van dienstverlening bij de huidige aanbieder (34%).

Indien er juist geen sprake is van een geplande overstap van aanbieder van de ISDN-2 verbinding, komt dit voornamelijk doordat men tevreden is met de huidige aanbieder (alles werkt naar tevredenheid: 67%). Een kwart (25%) van de gebruikers die niet van plan zijn over te stappen, geeft aan dat zij tevreden zijn over de kwaliteit van dienstverlening, waaronder zowel de kwaliteit van de verbinding als de dienstverlening via bijvoorbeeld de helpdesk kan worden geschaard.

Tussen vestigingen en huishoudens zijn geen grote of significante verschillen gevonden in de redenen om momenteel juist geen overstap van aanbieder van ISDN-2 verbinding te overwegen. Ditzelfde geldt voor de vergelijking tussen KPN-klanten en klanten van de overige aanbieders in de markt. Dit met uitzondering van het feit dat klanten van de andere aanbieders dan KPN vaker aangeven geen overstapplannen te hebben vanwege de lage huidige gespreks- of abonnementskosten (27% vs. 6%).

Opvallend is dat een groot gedeelte van zowel de huishoudens (47%) als de vestigingen (45%) geen antwoord kan geven op de vraag welke aanbieders van ISDN-2 aansluitingen een reëel alternatief zijn voor de huidige aanbieder. Hiernaast geeft een kwart van de vestigingen (25%) en een vijfde (19%) van de huishoudens aan dat er helemaal geen alternatief is.

Indien respondenten alternatieve aanbieders noemen, zijn Tele2 (11%), Ziggo (9%) en KPN (8%) in zowel de zakelijke als de particuliere markt de meest genoemde aanbieders. In de zakelijke markt wordt daarnaast ook Vodafone meermaals genoemd (4%).

2.2 Overstap van type verbinding

Een kwart (25%) van de ISDN-2 gebruikers overweegt een overstap naar een ander type verbinding. Ruim de helft van de ISDN-2 gebruikers (52%) heeft geen plannen voor een dergelijke overstap en nog eens bijna een kwart (23%) kan geen antwoord geven op de vraag of men van plan is over te stappen.

De mate waarin men overweegt over te stappen naar een ander type verbinding dan ISDN-2 is significant hoger in de zakelijke markt (29% vs. 16% in de particuliere markt). Daarbij dient te worden aangetekend dat in de particuliere markt het aandeel gebruikers dat geen antwoord kan geven op de vraag of men gaat overstappen significant hoger is (34% vs. 18% in de zakelijke markt).

Er zijn geen significante verschillen in overstapplannen naar een ander type verbinding tussen ISDN-2 klanten van KPN en klanten van de andere marktpartijen.

De prijs van de dienst is de belangrijkste reden om over te stappen naar een ander type verbinding; dit argument wordt genoemd door 53% van de ISDN-2 gebruikers die plannen hebben om over te stappen op een ander type verbinding. Andere redenen zijn: functionaliteiten die de het andere verbindingstype wel heeft en ISDN-2 niet (23%), betere beschikbaarheid van het andere verbindingstype (18%) en mogelijkheid tot afname in een bundel van het overwogen verbindingstype (10%).

Gebundelde afname van diensten is vrijwel alleen een reden voor overstappen onder huishoudens (33% vs. 5% onder vestigingen, significant), terwijl vestigingen op hun beurt vaker dan huishoudens voor een ander verbindingstype lijken te kiezen vanwege extra geboden functionaliteiten ten opzichte van ISDN-2 (25% vs. 12%, niet significant).

Van de ISDN-2 gebruikers die juist aangeven geen overstapplannen te hebben geeft een meerderheid aan dat ISDN-2 momenteel voldoet (54%). Dit is vooral het argument bij zakelijke gebruikers (59% vs. 39%, significant). Een relatief hoog percentage geeft aan geen zin te hebben om het uit te zoeken (16%) of denkt dat overstappen veel gedoe met zich mee zal brengen (11%). Vooral bij huishoudens lijkt dit vaker van toepassing te zijn (17% vs. 11%, niet significant). Redenen die samenhangen met de functionaliteit (beschikbaarheid, functionaliteit) en de kosten zijn van minder doorslaggevend belang.

Bij klanten van KPN en van andere aanbieders, zijn de motivaties om niet over te stappen naar een ander type verbinding vergelijkbaar.

De meest genoemde aanbieders die worden overwogen om een nieuw type verbinding bij af te nemen zijn: KPN (37%), Ziggo (18%), Tele2 (13%), Vodafone (9%) en UPC (8%). Hierbij lijken Ziggo en UPC een grotere voorkeur te genieten in de consumentenmarkt. Verder zijn tussen vestigingen en huishoudens geen grote of significante verschillen gevonden in de aanbieders die men overweegt bij een overstap naar een ander type verbinding. Ditzelfde geldt voor de vergelijking tussen KPN-klanten en klanten van de overige aanbieders in de markt.

3 Onderzoeksverantwoording

3.1 Onderzoeksmethode

In opdracht van OPTA zijn uit naam van Heliview Research met betrekking tot de vragenlijst netto 428 interviews afgerond met zowel zakelijke respondenten (n=221) als consumenten (n=207). De interviews onder zakelijke respondenten zijn telefonisch afgenomen, terwijl de interviews onder consumenten zijn deels telefonisch en deels met behulp van een online panel zijn verzameld. Alle telefonische interviews zijn uitgevoerd op locatie van Heliview Research te Breda.

De interviews hebben plaatsgevonden binnen het kader van het onderzoek en hadden uitsluitend betrekking op het betreffende onderwerp. Dat wil zeggen dat er in het veldwerk geen combinatie van verschillende onderwerpen heeft plaatsgevonden.

3.2 Populatie en steekproef

De onderzoekspopulatie wordt gevormd door gebruikers van ISDN-2 in Nederland. Volgens OPTA bestaat de gebruikersgroep ISDN-2 voor 69% uit zakelijke gebruikers en voor 31% uit huishoudens. De nadere samenstelling van de onderzoekspopulatie (alle ISDN-2 gebruikers in Nederland) is onbekend.

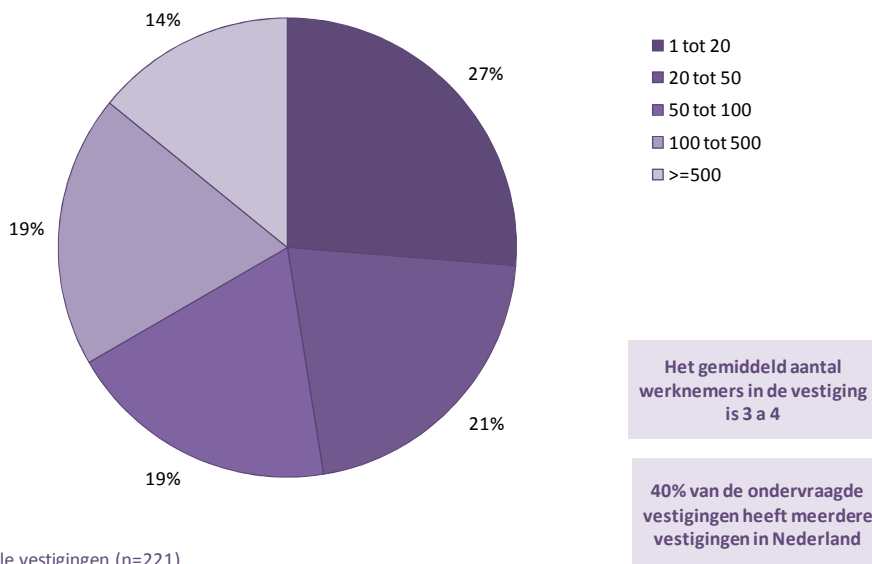
In onderstaand schema staat de steekproef weergegeven die in het kader van het onderzoek is genomen onder ISDN-2 gebruikers in Nederland.

Samenstelling steekproef		
Zakelijk	221	52%
Consument	207	48%
Totaal ISDN-2 gebruikers (n)	428	

Onder consumenten is gemeten op het niveau van het huishouden. Dit betekent dat een huishouden als eenheid geldt en dat per huishouden slechts één respondent heeft deelgenomen aan het onderzoek. Onder zakelijke afnemers is gemeten op het niveau van de vestiging.

Hieronder staat een verdeling van de zakelijke respondenten naar werknemersklasse.

Aantal werknemers in de organisatie in Nederland



Basis: Alle vestigingen (n=221)
Bron: Heliview Research I Tabel A6 | Tabel A7

3.3 Weging

Uit bronnen van OPTA blijkt dat de populatie ISDN-2 gebruikers voor 69% bestaat uit zakelijke gebruikers en voor 31% uit huishoudens. Zoals in voorgaande paragraaf vermeld, is de verhouding zakelijk / consument binnen de steekproef 52% vs. 48%. Om te corrigeren voor deze disproportionaliteit binnen de steekproef is gekozen de resultaten te wegen naar de “populatie ISDN-2 gebruikers”.

Indien op totaalniveau gerapporteerd wordt, is gebruik gemaakt van de gewogen totaal resultaten. Indien op het niveau van huishoudens óf op het niveau van vestigingen wordt gerapporteerd, wordt uitgegaan van het ongewogen resultaat.

3.4 Wijze van steekproeftrekken en bron adresgegevens

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een a-selecte gestratificeerde steekproef. Dit betekent dat er vooraf een verdeling is gemaakt, waarop gestuurd is. De sturing heeft plaatsgevonden op huishoudens en zakelijke respondenten, waarbij per groep is uitgegaan van een minimale netto steekproefomvang van 200 interviews.

Voor de online interviews werkt Heliview Research samen met PanelClix. Dit is een zeer uitgebreid panel van ruim 220.000 consumenten, waaruit een steekproef getrokken is van respondenten waarvan bekend is dat zij gebruik maken van een ISDN-2 verbinding.

De adresgegevens voor het telefonische veldwerk onder huishoudens zijn afkomstig uit de digitale telefoongids en interne bestanden (o.a. op basis van de Heliview Research Digital Consumer Monitor 2010 en 2011). Voor de zakelijke (telefonische) interviews is gebruik gemaakt van adresbronnen op basis van MarktSelect en van interne bronnen (geselecteerde adresbestanden op basis van de Heliview Research Convergentie Monitor 2009-2011).

Vanzelfsprekend is er een controlevraag geweest in de vragenlijst of het huishouden / de vestiging op dit moment daadwerkelijk gebruik maakt van ISDN-2; indien consumenten of vestigingen aangaven geen gebruik meer te maken van ISDN-2, zijn zij uitgesloten van deelname aan het onderzoek.

Met uitzondering van de verhouding zakelijke en particuliere gebruikers is de samenstelling van de populatie van ISDN-2 gebruikers in Nederland onbekend. Daarom heeft Heliview Research ervoor zorg gedragen dat de diversiteit aan uitgenodigde vestigingen / huishoudens zo groot mogelijk was. Met andere woorden: bij het versturen van de uitnodigingen (online) en het benaderen van de respondenten (telefonisch) zijn alle mogelijke doelgroepen betrokken. Bij consumenten is hierbij rekening gehouden met de variabelen regio, leeftijd, geslacht, gezinssamenstelling en inkomensniveau, terwijl bij zakelijk uitnodigingen rekening is gehouden met branche en werknemersklasse.

In alle hierboven vermelde doelgroepen hebben respectievelijk consumenten en huishoudens de mogelijkheid gekregen deel te nemen aan het onderzoek. Omdat de daadwerkelijke samenstelling van de populatie onbekend is, heeft echter geen sturing op de betreffende variabelen plaatsgevonden.

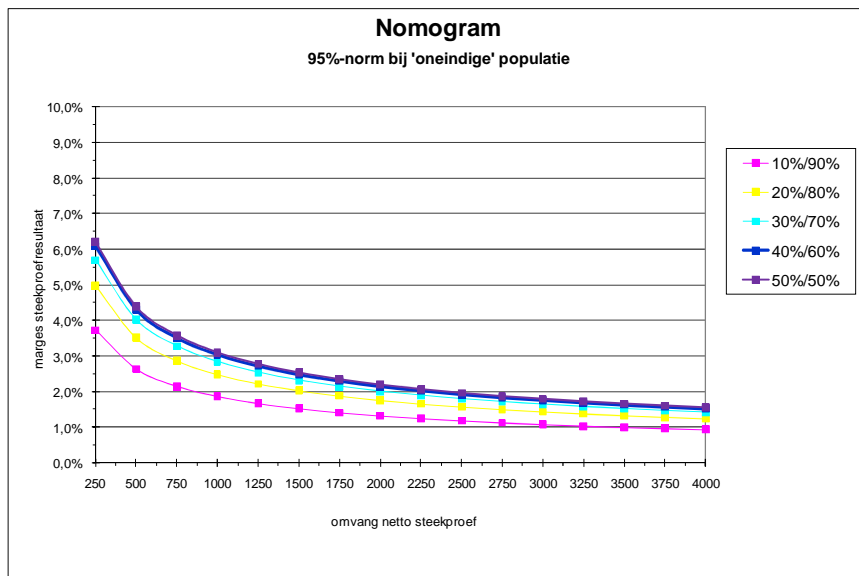
3.5 Betrouwbaarheid

De uitkomsten in dit onderzoek zijn onderhevig aan steekproeffouten/-marges, hetgeen betekent dat de gemeten waarden in werkelijkheid hoger of lager uitvallen. Bij de interpretatie van de gegevens dient hiermee rekening te worden gehouden. Om te bepalen hoeveel de waarden in werkelijkheid kunnen variëren, kan gebruik worden gemaakt van onderstaande berekening inzake het 95% betrouwbaarheidsinterval.

$$marge = 1,96 \times \sqrt{\left(\frac{PxQ}{n-1}\right)}$$

waarbij: P = steekproefuitkomst
Q = 1 - P
n = aantal respondenten

Op basis van deze berekening kan met 95% waarschijnlijkheid worden berekend hoeveel hoger of lager de gemeten waarden in werkelijkheid zouden kunnen zijn. In het onderstaande nomogram voor nauwkeurigheidsmarges kunnen deze betrouwbaarheidsintervallen voor de respectievelijke steekproefresultaten worden afgelezen.



In het nomogram is te zien dat voor een steekproef van 428 interviews met als interviewresultaat 10% (of 90%), een boven- en ondermarge geldt van ongeveer 2,8%. Dit betekent dat bij herhaling van het onderzoek bij een soortgelijke steekproef, met 95% zekerheid, het resultaat zal liggen binnen de range (10-2,8)% tot (10+2,8)%. Of anders gezegd, in "werkelijkheid" zal, met 95% zekerheid, het antwoord liggen tussen 7,2% en 12,8%.

Indien we bij een volgende meting uitkomen op 20% bij een zelfde aantal interviews dan ligt het "werkelijke" percentage (zie nomogram) tussen 16,2% en 23,8% (20% +/- 3,8%). Bovengenoemde range (7,2% - 12,8%) en de nu gevonden range (16,2% - 23,8%) overlappen elkaar niet. Dit betekent dat het verschil tussen het eerste percentage (10%) en het tweede percentage (20%) statistisch significant is. Er is dus pas sprake van een significant verschil als beide ranges elkaar niet overlappen.

3.6 Externe validiteit (representativiteit van de resultaten)

De in deze rapportage gepresenteerde onderzoeksresultaten zijn generaliseerbaar naar de populatie ISDN-2 gebruikers in Nederland. Met andere woorden: bij de interpretatie van de antwoorden op totaalniveau kan er van worden uitgegaan dat deze representatief zijn voor de “populatie ISDN-2 gebruikers”. Hiernaast zijn de resultaten in de deelgroepen zakelijk en particulier representatief voor de betreffende subpopulatie.

De maatregelen die in dit kader door Heliview Research zijn genomen, zijn beschreven in paragraaf 3.1 t/m 3.5 en betreffen onder andere:

- De onderzoeksmethode
 - Zowel online als telefonisch onderzoek onder consumenten
- Het bepalen van de steekproefomvang
 - Benodigde steekproefomvang bij betrouwbaarheidsmarge van 95% en onbekende populatie betreft 377 interviews
- Weging
 - Correctie voor disproportionaliteit steekproef in verhouding zakelijk / consument)
- Het breed uitsturen van uitnodigingen voor het onderzoek
 - Bij consumenten is rekening gehouden met de variabelen regio, leeftijd, geslacht, gezinssamenstelling en inkomensniveau
 - Bij zakelijk uitnodigingen is rekening gehouden met branche en werknemersklasse

3.7 Veldwerk

3.7.1 Vragenlijst

Heliview Research heeft een gestructureerde vragenlijst opgesteld na overleg met OPTA. Tevens is gebruik gemaakt van de door Heliview Research opgebouwde expertise van onderzoek binnen de consumentenmarkt en de ICT-markt.

Voor de daadwerkelijke start is de gehanteerde vragenlijst kort getest op lengte, consistentie en validiteit. Bij de online dataverzameling is gebruik gemaakt van een CAWI-systeem (Computer Assisted Web Interviewing). Bij de telefonische verzameling van de gegevens is gebruik gemaakt van een CATI-systeem (Computer Assisted Telephone Interviewing). Bij beide systemen worden de gegeven antwoorden van de respondent direct opgeslagen.

3.7.2 Briefing

Met betrekking tot de telefonische interviews, hebben de enquêteurs een interne opleiding op het gebied van consumentenonderzoek gehad. Voorafgaand aan het veldwerk zijn de interviewers uitgebreid mondeling ingelicht over: de achtergronden van het onderzoek, de opdrachtgever, de wijze van steekproeftrekken, de gewenste respondenten, de vraagstelling, de te verwachten problemen tijdens de interviews en de mogelijkheid dat er wordt meegeluisterd door de veldwerkleiding. Dit laatste dient als controlemiddel.

3.7.3 Interviews en gedragscodes

Voor de telefonische interviews zijn 12 interviewers in dienst van Heliview Research ingeschakeld. De interviews zijn uitgevoerd in het call center van Heliview Research te Breda. De interviews onder zakelijke ISDN-2 gebruikers zijn afgerond op werkdagen tijdens kantooruren. De interviews met huishoudens die gebruik maken van ISDN-2 zijn afgerond in de avonden van 17.15 tot 21.00 uur. Een gesprek duurde gemiddeld circa 6 minuten.

De interviews zijn uitgevoerd conform de gedragscodes van ESOMAR en MOA (MarktOnderzoeksAssociatie) voor marktonderzoek en de WBP (Wet Bescherming Persoonsgegevens). Dit betekent dat respondenten deelnemen op basis van anonimiteit en er geen informatie kan worden geleverd over wie wat heeft geantwoord.

3.8 Verwerking

Invoercontrole

De telefonische interviews zijn gecontroleerd door steekproefsgewijs en onaangekondigd meeluisteren door de veldwerkleiding door middel van een geautomatiseerde controle op de interne consistentie (CATI/SPSS). Deze geautomatiseerde controle is ook van toepassing geweest op de online afgeronde interviews.

Verwerking van de (open) vragen

Met behulp van het softwarepakket SPSS zijn de onderzoeksgegevens geanalyseerd en verwerkt tot tabellen en overzichten. Na afronding van de interviews zijn de tekstuele antwoorden onder “overig” zoveel mogelijk gecategoriseerd naar bestaande codes of voorzien van een nieuwe code. Antwoorden die niet konden worden gecategoriseerd, zijn weergegeven in zogenaamde “open vraag tabellen”. “Missing values” worden buiten beschouwing gelaten in het onderzoeksresultaat en worden als normaal verdeeld verondersteld.

3.9 Projectcoördinatie

De algehele coördinatie van het onderzoek is in handen van de Business Unit Manager. Daarnaast dragen gekwalificeerde analisten die het gehele project hebben begeleid, zorg voor de controle en kwaliteitsbewaking van het veldwerk, de statistische analyse en de rapportage.

3.10 Opmerkingen met betrekking tot het onderzoek en rapportage

Het kan voorkomen dat onderzoeksresultaten gebaseerd zijn op de antwoorden van een gering aantal respondenten. Bij minder dan 10 waarnemingen worden de resultaten niet weergegeven en bij minder dan 30 waarnemingen dienen de resultaten slechts als indicatief te worden beschouwd (dit is met een asterisk aangegeven).

Bij de rapportage van resultaten gebaseerd op een schaal, of vragen waarbij slechts één antwoord mogelijk is, komt het soms voor dat het totaal aan antwoorden uitkomt op een enkel procent meer of minder dan 100%. Dit is het gevolg van een optelling van afgeronde cijfers. Er is voor gekozen geen correcties in de resultaten aan te brengen om optelling tot 100% mogelijk te maken; dit om een zo exact mogelijk beeld weer te geven van de afzonderlijke onderzoeksuitkomsten.

4 Gebruik ISDN-2 voor telefonie

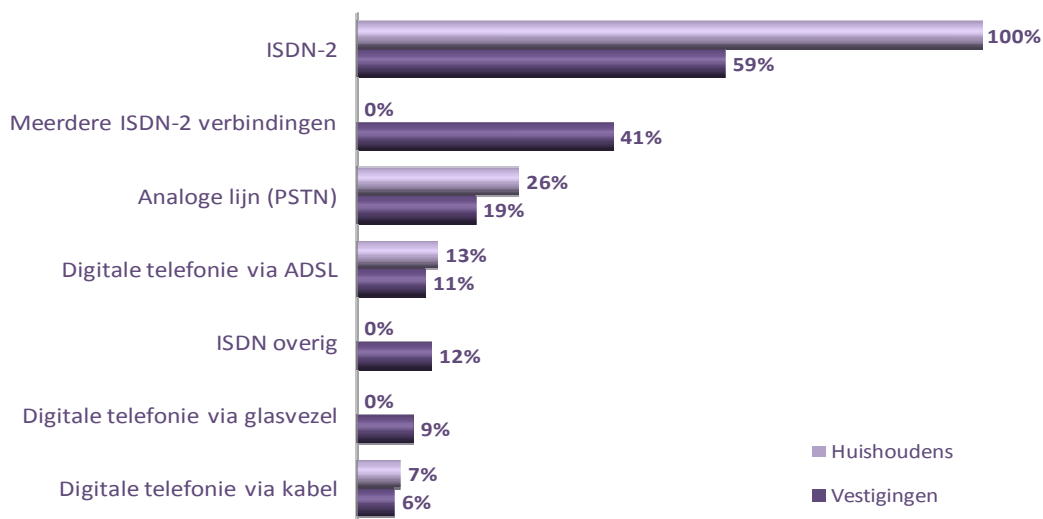
Dit onderzoek is erop ingericht om gedrag en attitudes ten aanzien van het gebruik van ISDN2 verbindingen ten behoeve van telefonie te achterhalen.

4.1 Vaste telefonie

Alle respondenten die aan het onderzoek hebben meegedaan, gebruiken één of meerdere ISDN-2 verbindingen. Vaak wordt door de zakelijke gebruiker ook nog een ander type verbinding ingezet om vast mee te bellen. Onderstaand een weergave van de wijzen waarop de doelgroep belt, vanuit het huisadres of vanuit de organisatie waarin ze werkzaam zijn.

Alle huishoudens die aan het onderzoek hebben deelgenomen maken gebruik van een ISDN-2 verbinding voor vaste telefonie. Onder vestigingen is dit aandeel 59%. Het resterende deel van de ondervraagde vestigingen (41%) maakt gebruik van meerdere ISDN-2 verbindingen.

Type verbinding(en) vaste telefonie

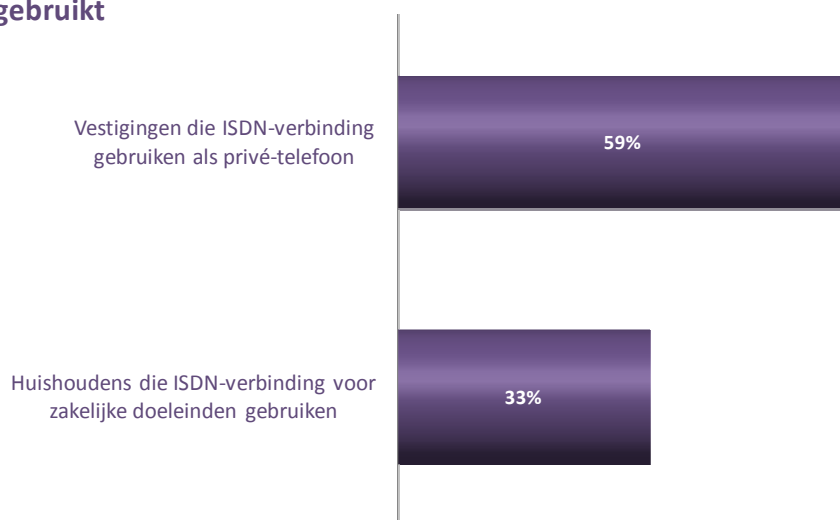


Noot: Meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Alle huishoudens (n=207) | Alle vestigingen (n=221)
 Bron: Heliview Research | Tabel A3 | Tabel A8

4.2 Zakelijk en privégebruik

Van de consumenten gebruikt 33% de ISDN-2-verbinding thuis ook om zakelijk te bellen, andersom gebruikt 59% van de vestigingen tot en met 5 werknemers de zakelijke telefoon ook voor privé-doeleinden.

Mate waarin ISDN-verbinding ook voor privé of zakelijke doeleinden wordt gebruikt

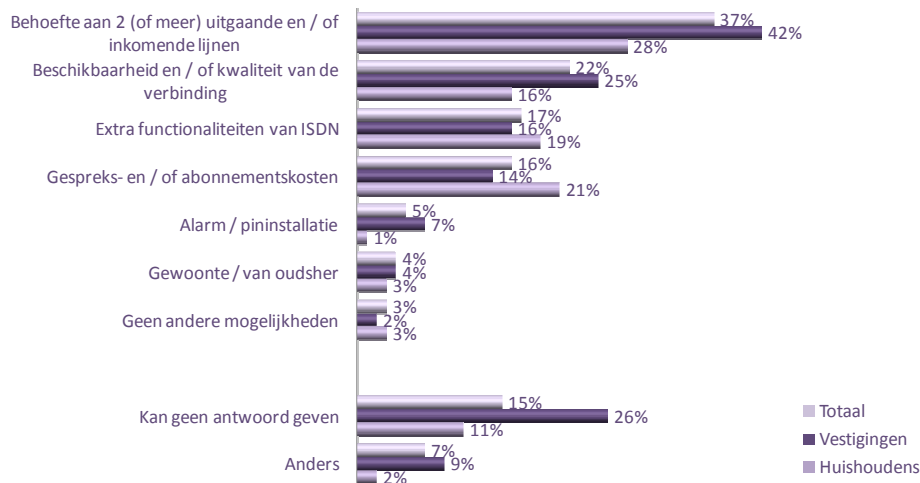


Basis: Alle huishoudens (n=200) | Vestigingen met minder dan 5 werknemers (n=32)
Bron: Heliview Research | Tabel A4 | Tabel A9

4.3 Redenen voor gebruik van ISDN-2

De motivatie om ISDN-2 af te nemen boven een ander verbindingstype voor vaste telefonie, zoals bijvoorbeeld digitale telefonie via ADSL of kabel is als volgt.

Redenen waarom ISDN wordt afgenomen

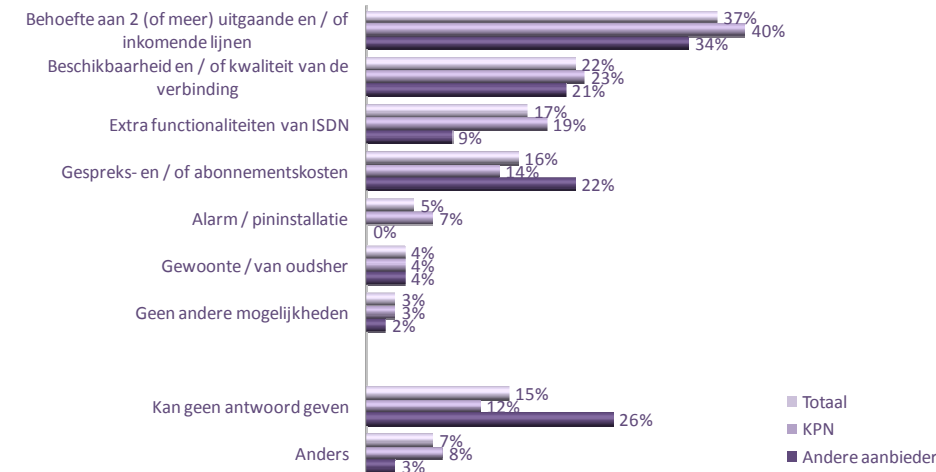


Noot: Meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Alle huishoudens (n=205) | Alle vestigingen (n=221)
 Bron: Heliview Research | Tabel B1

Opvallend is dat voor 15% er geen echte reden is om voor ISDN-2 te kiezen, 4% geeft aan dat dit van oudsher zo is gegroeid en 3% is van mening dat er geen andere mogelijkheden zijn. Voor het overgrote deel van de ISDN-2 gebruikers is de mogelijkheid van ISDN-2 om 2 lijnen te hebben, doorslaggevend.

Indien wordt gekeken naar KPN klanten versus de rest, is eenzelfde beeld te zien van motivaties.

Redenen waarom ISDN wordt afgenomen

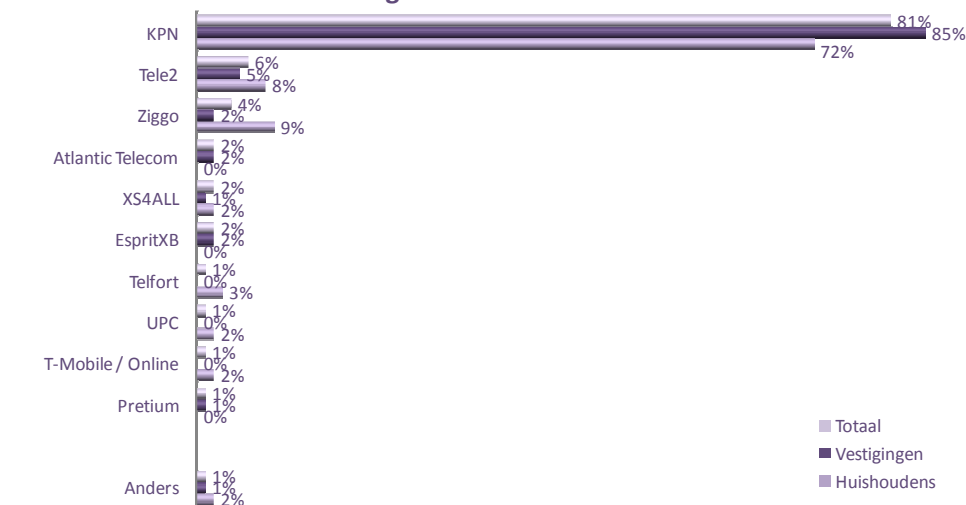


Noot: Meerdere antwoorden mogelijk
Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n=427)
Bron: Heliview Research | Tabel B1

4.4 Huidige aanbieder ISDN-2

Onderstaand een overzicht bij welke aanbieder de ISDN-2 verbinding wordt afgenomen. KPN is met 81% op totaalniveau de meest ingeschakelde partij. Verder zijn huishoudens vaker klant bij andere aanbieders zoals Ziggo en Tele2. Een gering percentage van de zakelijke gebruikers is klant bij Tele2 en Ziggo.

Aanbieder waar ISDN wordt afgenomen



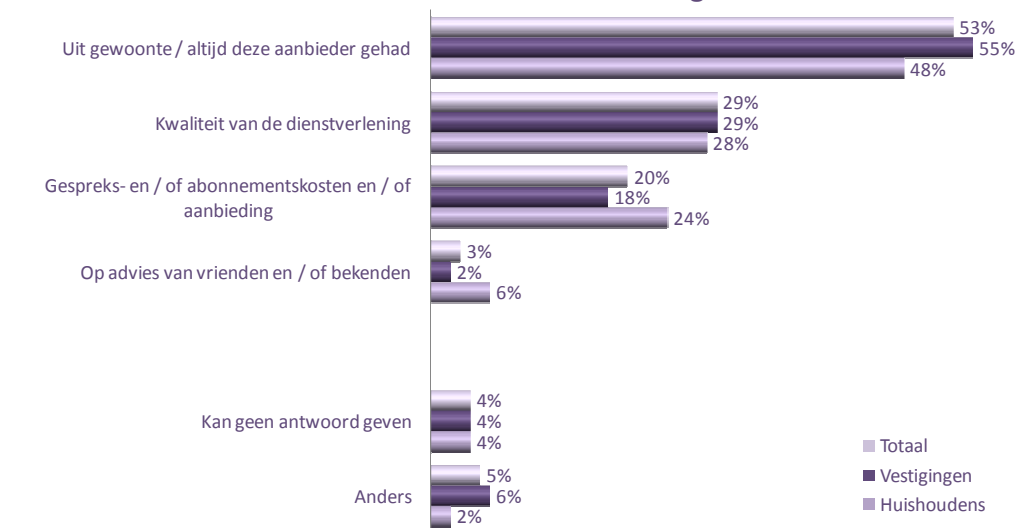
Basis: Alle huishoudens (n=195) | Alle vestigingen (n=217)
Bron: Heliview Research | Tabel B2

4.5 Reden keuze huidige aanbieder ISDN-2

In de volgende figuren worden de redenen weergegeven waarom men voor de huidige aanbieder van ISDN-2 heeft gekozen.

De reden voor de keuze voor de aanbieder van ISDN-2 is voor een groot deel van de gebruikers geen hele bewuste stap. Meer dan de helft van de gebruikers geeft namelijk aan dat de reden voor de keuze “uit gewoonte” was of dat men altijd al deze aanbieder heeft gehad. De kosten van de ISDN-2 verbinding lijken daarmee van minder doorslaggevend belang, voor 20% was dit de reden.

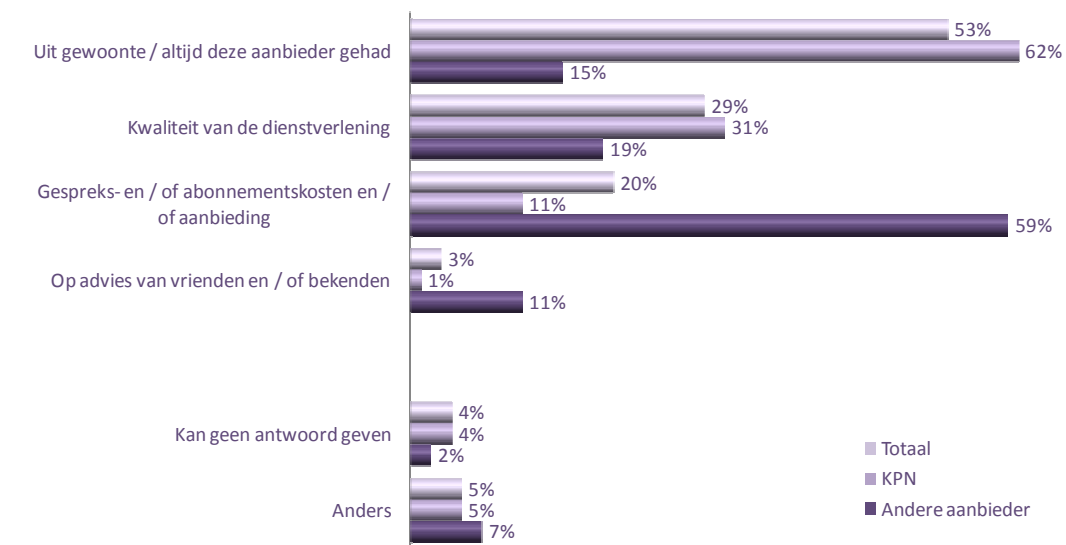
Redenen waarom men betreffende aanbieder heeft gekozen



Basis: Alle huishoudens (n=193) | Alle vestigingen (n=217)
Bron: Heliview Research | Tabel B3

Indien dezelfde vraag wordt weergegeven uitgesplitst naar KPN-kanten en klanten van andere aanbieders, ontstaat een ander beeld. KPN klanten zijn veel vaker klant uit gewoonte; klanten van andere leveranciers hebben vanwege de kosten gekozen voor hun aanbieder van ISDN-2. Beide verschillen zijn statistisch significant.

Redenen waarom men betreffende aanbieder heeft gekozen



Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n=414)
Bron: Heliview Research | Tabel B3

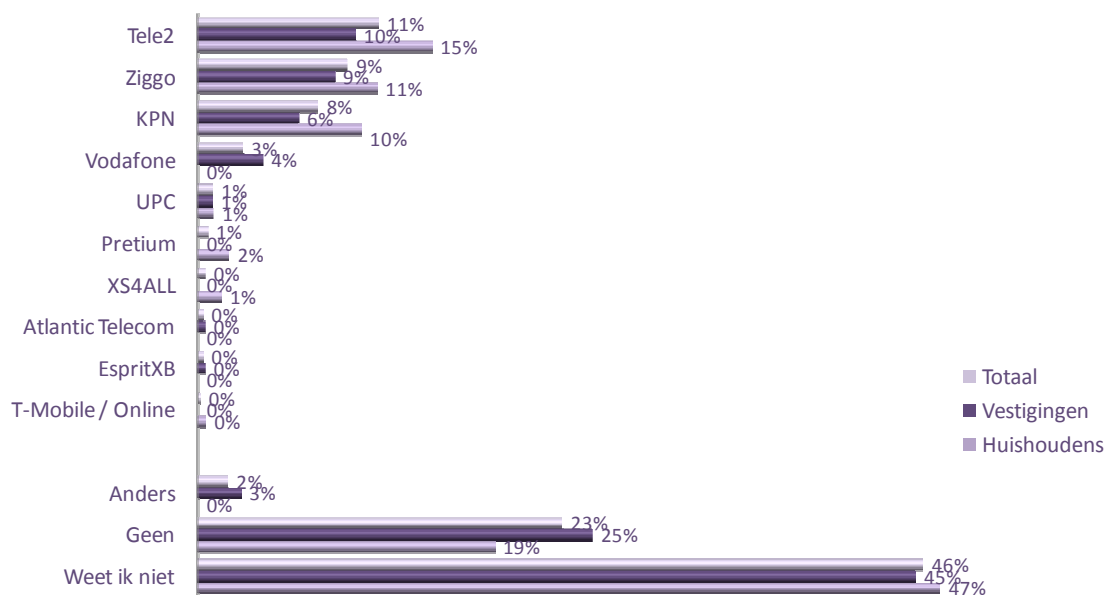
4.6 Alternatieve aanbieders van ISDN-2 verbindingen

Respondenten is gevraagd welke *aanbieders* van ISDN zij zien als een reëel alternatief voor hun huidige leverancier. Deze vraag is gesteld, ongeacht het feit of men aangaf plannen te hebben om over te stappen naar een andere ISDN-2 aanbieder.

Opvallend is dat een groot gedeelte van zowel de huishoudens (47%) als de vestigingen (45%) geen antwoord kan geven op de vraag welke aanbieders van ISDN-2 aansluitingen een reëel alternatief zijn voor de huidige aanbieder. Hiernaast geeft een kwart van de vestigingen (25%) en een vijfde (19%) van de huishoudens aan dat er geen alternatief is.

Indien respondenten alternatieve aanbieders noemen, ontstaat het volgende beeld: KPN, Tele2 en Ziggo worden vooral door huishoudens als een reëel alternatief gezien, zakelijke gebruikers noemen naast deze aanbieders ook aanbieders als Vodafone.

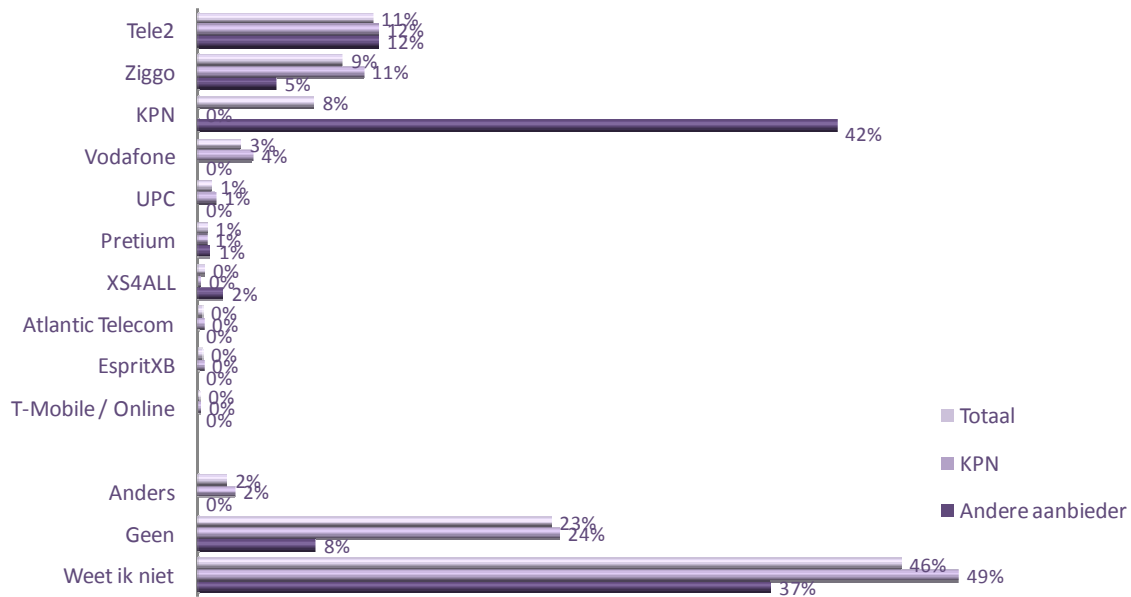
Welke aanbieder is een reëel alternatief voor de huidige aanbieder?



Noot: Meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n=424)
 Bron: Heliview Research | Tabel B4

In onderstaande figuur zijn de resultaten uitgesplitst naar de huidige ISDN-2 aanbieder (KPN vs. Rest van de markt). Wat opvalt is dat KPN voor 42% van de klanten van andere aanbieders in de markt een reëel alternatief is. KPN-klanten zijn verdeeld; zij zien voornamelijk Tele2 en Ziggo als alternatieven.

Welke aanbieder is een reëel alternatief voor de huidige aanbieder?



Noot: Meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n=424)
 Bron: Heliview Research | Tabel B4

5 Churn

5.1 Overstap naar andere ISDN-2 aanbieder

5.1.1 Plannen en termijn

Om de churn-intentie en gedrag in kaart te brengen, is gevraagd of ISDN-2 gebruikers voornemens zijn over te stappen op een andere ISDN-2 aanbieder, en indien ja, binnen welke termijn. Onderstaand een schematisch overzicht.

Plannen voor overstap	Termijn van overstappen	Huishoudens	Vestigingen	KPN	Andere aanbieder	Totaal
Nee		71%	78%	77%	70%	76%
Ja	Binnen 6 maanden	4%	5%	4%	12%	5%
	Tussen 6 mnd en 1 jaar	1%	1%	1%	2%	1%
	Langer dan 1 jaar	0%	2%	1%	0%	1%
Weet niet		24%	14%	17%	16%	17%

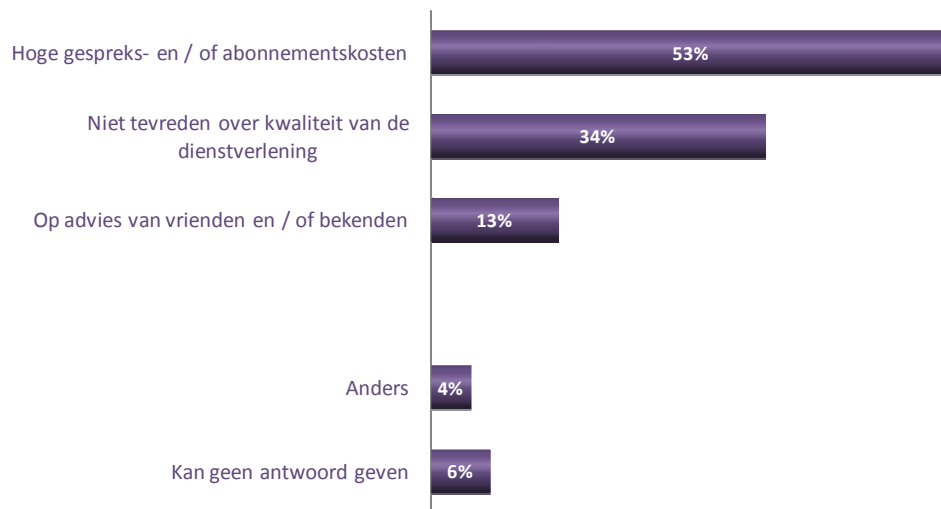
Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n = 426)
Bron: Heliview Research | Tabel B5 en B6

Wat blijkt is dat een overgrote meerderheid (76%) van de ISDN-2 gebruikers hiertoe geen plannen heeft. Nog eens 17% kan geen antwoord geven op de vraag of er sprake is van een overstap naar een andere ISDN-2 aanbieder. Indien er wel plannen zijn, zijn deze vooral gericht op de korte termijn. Verder lijkt het erop dat klanten van KPN minder vaak plannen hebben om over te stappen dan klanten van andere ISDN-2 aanbieders.

5.1.2 Redenen om over te stappen van ISDN-2 aanbieder

De redenen om eventueel over te stappen naar een andere ISDN-2 aanbieder zijn in onderstaande figuur weergegeven. Hoewel de resultaten hier indicatief zijn, lijken de gespreks- en/of abonnementskosten de belangrijkste redenen. Ontevredenheid met de kwaliteit van de dienstverlening (kwaliteit verbinding, service, etc.) wordt door ruim een derde genoemd.

Motivatie voor overstap van ISDN aanbieder

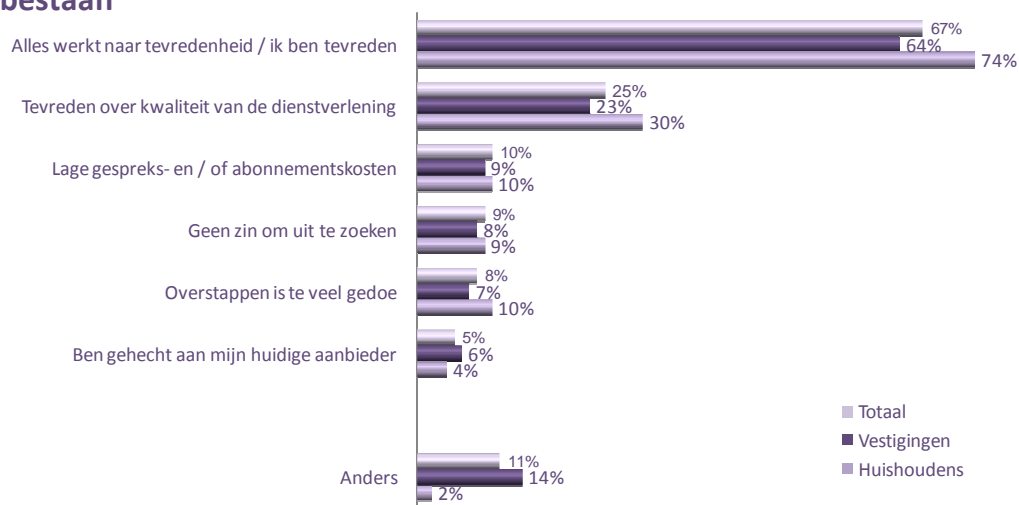


Basis: Huishoudens of vestigingen (n=31) die van plan zijn te veranderen van ISDN aanbieder
Bron: Heliview Research | Tabel B7

5.1.3 Drempels bij de overstap van ISDN-2 aanbieder

Gebruikers van ISDN-2 die aangeven niet van plan zijn over te stappen naar een andere ISDN-2 aanbieder, geven hiervoor onderstaande redenen. Het overgrote deel is op dit moment tevreden met de huidige leverancier of met de geleverde kwaliteit. Hiernaast geeft een gedeelte van ISDN-2 gebruikers aan dat de inspanning die moet worden geleverd bij een eventuele overstap een drempel vormt; “geen zin om het uit te zoeken” (9%) en “overstappen is teveel gedoe” (8%).

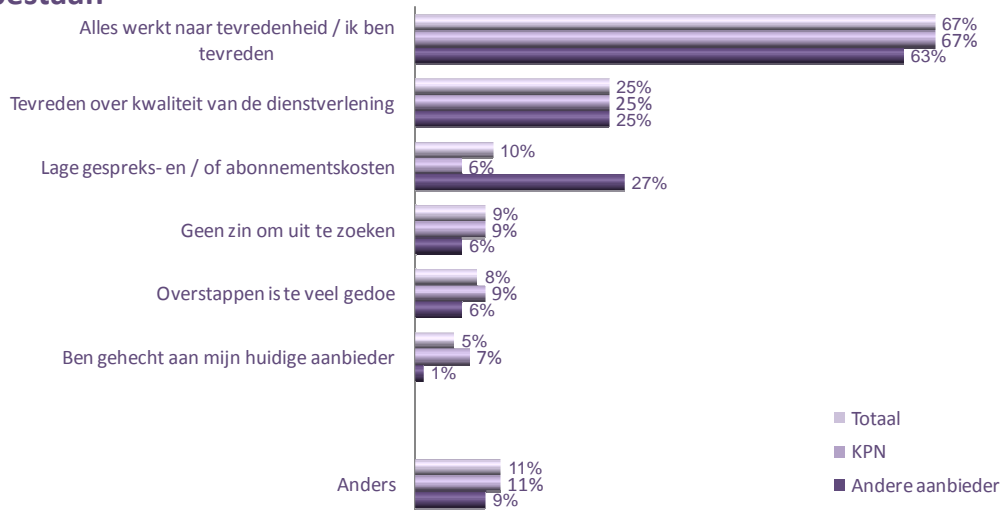
Redenen waarom er geen plannen tot overstappen van ISDN aanbieder bestaan



Basis: Huishoudens of vestigingen zonder plannen om te veranderen van ISDN aanbieder (n=318)
Bron: Heliview Research | Tabel B8

Indien specifiek wordt gekeken naar klanten van KPN en klanten van andere aanbieders, is een vergelijkbaar beeld te zien. behalve dan dat klanten van andere aanbieders dan KPN aangeven om de gesprekskosten niet over te willen stappen.

Redenen waarom er geen plannen tot overstappen van ISDN aanbieder bestaan



Basis: Huishoudens of vestigingen zonder plannen om te veranderen van ISDN aanbieder (n=317)
Bron: Heliview Research | Tabel B8

5.2 Overstap naar ander type verbinding

5.2.1 Plannen

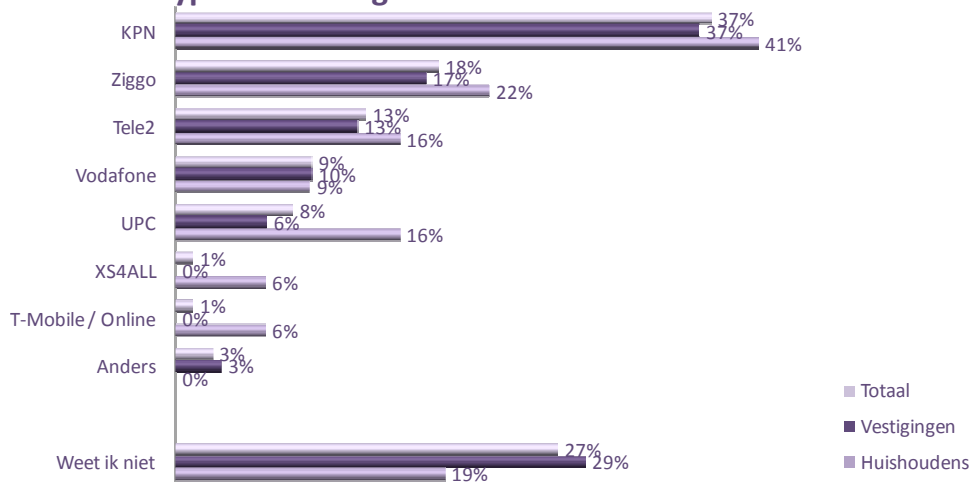
Aan alle respondenten is gevraagd in hoeverre zij voornemens zijn over te stappen naar een ander type *aansluiting* dan ISDN-2. Te zien is dat ongeveer een derde aangeeft over te willen stappen naar een andere aansluiting zoals bijvoorbeeld digitale telefonie via ADSL, kabel of glasvezel, of bellen via internet.

Plannen voor overstap	Huishoudens	Vestigingen	KPN	Andere aanbieder	Totaal
Ja	16%	29%	25%	28%	25%
Nee	50%	54%	52%	54%	52%
Weet niet	34%	18%	24%	17%	23%

Basis: Alle huishoudens / vestigingen (n = 426)
Bron: Heliview Research | Tabel B9

Onderstaand een weergave van de aanbieders die als alternatief worden gezien, indien ISDN-2 gebruikers aangeven plannen te hebben voor overstap naar een nieuw type verbinding. KPN, Ziggo en in mindere mate Tele2 zijn de meest genoemde aanbieders.

Aanbieders van vaste telefonie die als alternatief worden gezien voor het nieuwe type verbinding



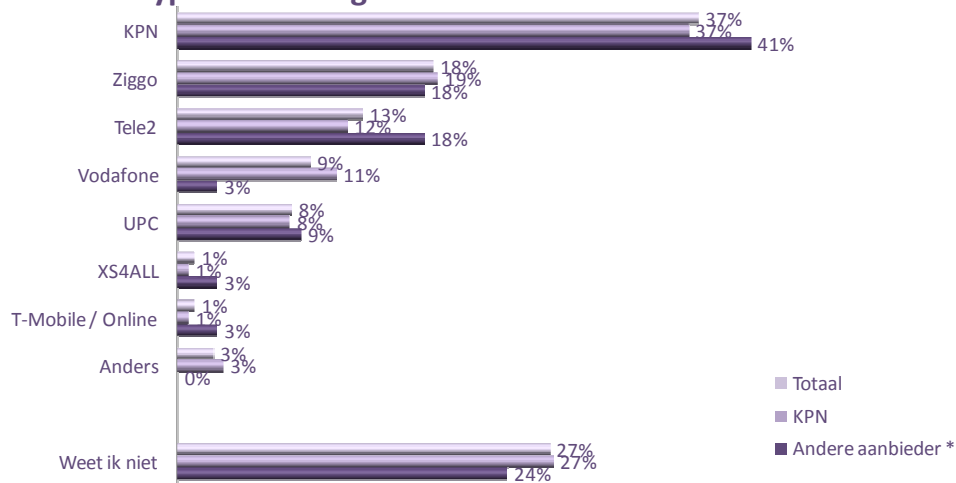
Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens of vestigingen met plannen om te veranderen type vaste telefonie verbinding (n=77)

Bron: Heliview Research | Tabel B11

Indien de resultaten worden uitgesplitst naar de huidige ISDN-2 aanbieder (KPN en de rest van de ISDN-2 markt), ontstaat een soortgelijk beeld.

Aanbieders van vaste telefonie die als alternatief worden gezien voor het nieuwe type verbinding



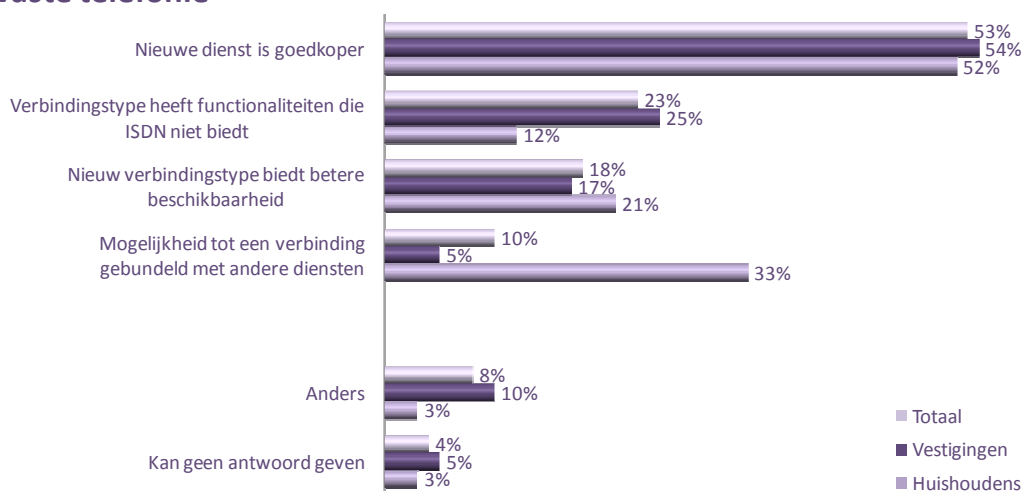
Noot: * resultaat is indicatief vanwege gering aantal waarnemingen | meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Huishoudens of vestigingen met plannen om te veranderen type vaste telefonie verbinding (n=77)
 Bron: Heliview Research | Tabel B11

5.2.2 Redenen om over te stappen van type verbinding

Aan ISDN-2 gebruikers die van plan zijn over te stappen naar een ander type verbinding voor vaste telefonie, is gevraagd waarom ze overwegen over te stappen.

Bij deze gebruikers zijn de kosten een belangrijke motivatie; de nieuwe dienst is goedkoper (gespreks- en/of abonnementskosten) of ze willen ingaan op een specifieke aanbieding. Voor huishoudens geldt daarbij dat de nieuwe verbinding de mogelijkheid biedt om een verbinding gebundeld met andere diensten (bijv. breedband) af te nemen. Verder vinden huishoudens, in tegenstelling tot bedrijven, de extra functionaliteiten van een ander type verbinding van minder belang.

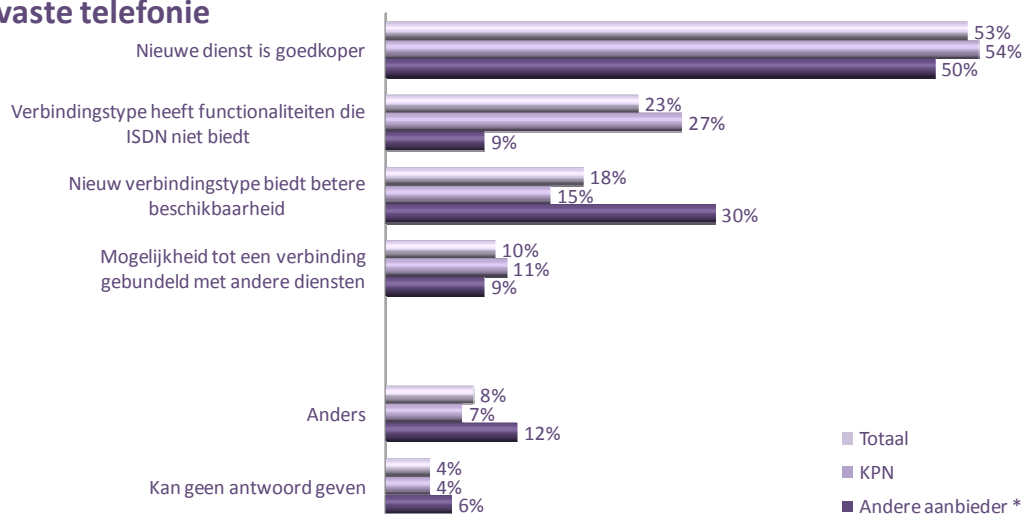
Redenen waarom men overstapt naar een ander type verbinding voor vaste telefonie



Noot: * resultaat is indicatief vanwege gering aantal waarnemingen | meerdere antwoorden mogelijk
 Basis: Huishoudens of vestigingen met plannen om te veranderen type vaste telefonie verbinding (n=106)
 Bron: Heliview Research | Tabel B10

Indien wordt gekeken naar redenen voor overstap van klanten van KPN versus klanten van andere aanbieders, zien we onderstaand beeld; de argumentaties m.b.t. de kosten zijn vergelijkbaar. Verder zijn klanten van KPN veelal op zoek naar andere functionaliteiten en klanten van de andere aanbieders stappen over vanwege een verwachte betere beschikbaarheid van het nieuwe verbindingstype.

Redenen waarom men overstapt naar een ander type verbinding voor vaste telefonie



Noot: * resultaat is indicatief vanwege gering aantal waarnemingen | meerdere antwoorden mogelijk
Basis: Huishoudens of vestigingen met plannen om te veranderen type vaste telefonie verbinding (n=106)
Bron: Heliview Research | Tabel B10

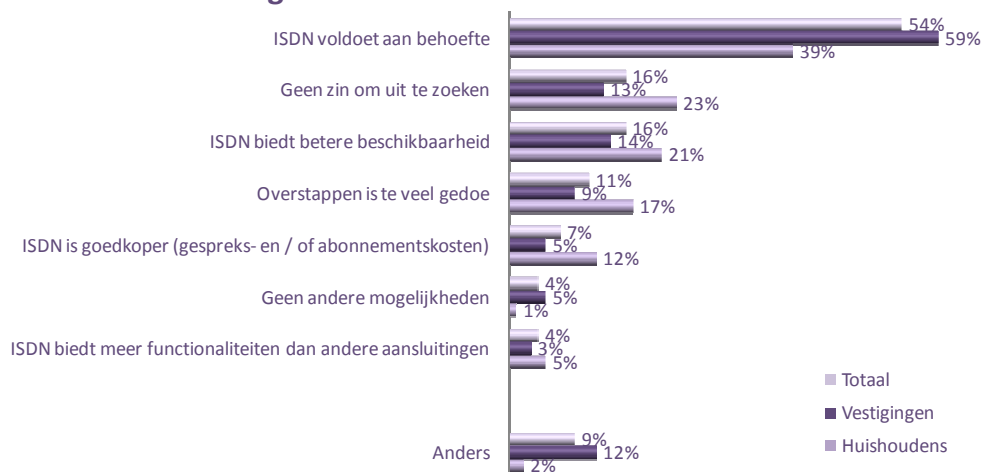
5.2.3 Drempels bij overstap van type verbinding

Aan respondenten die geen plannen hebben om over te stappen van type vaste telefonieaansluiting, is gevraagd waarom ze geen plannen hebben.

Een meerderheid geeft aan dat ISDN-2 momenteel voldoet, dit is vooral het argument bij zakelijke gebruikers. Een relatief hoog percentage geeft aan geen zin te hebben om het uit te zoeken of denkt dat overstappen veel gedoe met zich mee zal brengen. Vooral bij huishoudens lijkt dit vaker van toepassing te zijn. Redenen die samenhangen met de functionaliteit (beschikbaarheid, functionaliteit) en de kosten zijn van minder doorslaggevend belang. Slechts 4% is van mening dat er geen alternatieven zijn.

Bij klanten van KPN en van andere aanbieders, zijn de motivaties vergelijkbaar.

Redenen waarom er geen plannen zijn tot overstap van type vaste telefonie verbinding

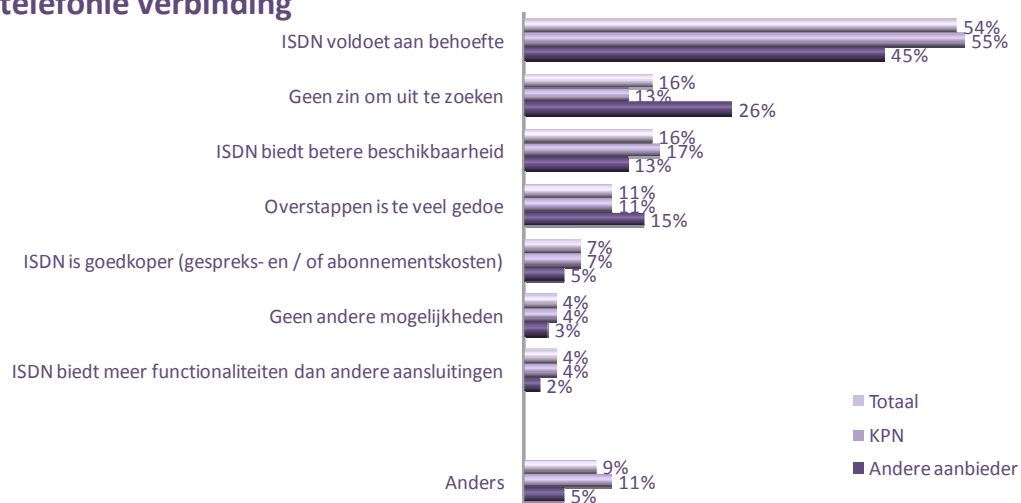


Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens of vestigingen zonder plannen om te veranderen van type vaste telefonie verbinding (n=213)

Bron: Heliview Research | Tabel B12

Redenen waarom er geen plannen zijn tot overstap van type vaste telefonie verbinding



Noot: Meerdere antwoorden mogelijk

Basis: Huishoudens of vestigingen zonder plannen om te veranderen van type vaste telefonie verbinding (n=213)

Bron: Heliview Research | Tabel B12