



Telecommonitor 2023

M211611

Rebecca van der Grient
Maaike van Son
Daniëlle van Velzen

r.vandergrient@motivaction.nl
m.vanson@motivaction.nl
d.vanvelzen@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond	3
Onderzoeksopzet	4
Management summary - mobiel	5
Management summary - multiplay	8
Resultaten – Mobiele telefonie	11
H1 Overstapgedrag	14
H2 Huidige aanbieder	26
H3 Prijsperceptie	41
Resultaten - Multiplay	49
H4 Overstapgedrag	52
H5 Huidige aanbieder	64
H6 Prijsperceptie	80
Bijlagen	88



Achtergrond

In opdracht van de Autoriteit Consument en Markt (hierna: de ACM) heeft Motivaction een consumentenonderzoek uitgevoerd naar de stand van zaken rond een aantal kernindicatoren binnen de telecombranche (overstapgedrag, tevredenheid met de dienstverlening, prijsperceptie, informatiebehoefte, informatiebegrip, waardering en vertrouwen in de markt). Hierbij is gekeken naar de productgroepen mobiele telefoonabonnementen en “multiplay” (d.w.z. abonnementen voor internet al dan niet in combinatie met tv, vaste telefonie en/of mobiele telefonie).

Doelstelling

Het verschaffen van inzicht in de kennis, de beleving en het gedrag van consumenten met betrekking tot de keuze voor een telecomaandbieder, teneinde de ACM indicaties te bieden van de effectiviteit van haar toezicht op de telecommarkt.

Onderzoeksvragen

De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord in het onderzoek:

- Wat is de kennis, de beleving en het gedrag van consumenten met betrekking tot de telecommarkt?
- Wat zijn de ontwikkelingen in de tevredenheid over dienstverlening, prijsperceptie, informatiebehoefte, switchgedrag en vertrouwen binnen de telecommarkt?

Sinds 2018 voert Motivaction jaarlijks de Telecommonitor uit. In het huidige rapport tonen we voornamelijk de resultaten van de afgelopen drie jaar (2023, 2022 en 2021). De focus ligt op veranderingen ten opzichte van vorig jaar, maar er is ook gekeken naar veranderingen (trends) over een langere periode. Indien er sprake is van een trend, is dit in tekst beschreven.



Onderzoeksopzet

Om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de Nederlandse bevolking is kwantitatief onderzoek uitgevoerd. De respondenten komen uit Stempunt, het ISO-26362-gecertificeerde online panel van Motivaction.

Doelgroep, steekproef en representativiteit

De doelgroep voor dit onderzoek zijn consumenten van 18 tot en met 80 jaar die zelf (mede)verantwoordelijk zijn voor de keuze van de aanbieder van internet thuis en/of een of meerdere mobiele telefonie-abonnementen op hun naam hebben staan.

Er is een representatieve steekproef gerealiseerd van n=2.313 Nederlanders van 18 tot en met 80 jaar (voor multiplay n=1.287 en voor mobiele telefonie n=1.026). De steekproef is representatief voor leeftijd, geslacht, opleiding, Nielsen-regio, Mentality-milieu* en voor gezinsgrootte (en interacties tussen deze variabelen). Representativiteit voor de kenmerken leeftijd, geslacht, opleiding, Nielsen-regio en Mentality is verkregen door bij de steekproeftrekking rekening te houden met de verdeling van de Nederlandse bevolking op deze kenmerken en door de resultaten achteraf te wegen. Representativiteit voor gezinsgrootte is

verkregen door de resultaten achteraf te wegen. Bij de weging fungeerde ons Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand bevat de verdeling van Mentality-milieus in de bevolking op basis van schriftelijke enquêtes zonder zelfaanmelding en is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

**Mentality-milieus zijn segmenten van de bevolking met een eigen waardenoriëntatie en kijk op het dagelijks leven.*

Vragenlijst, dataverzameling en veldwerkperiode

De vragenlijst is in samenwerking met betrokkenen vanuit de ACM opgesteld. Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de periode van 25 mei 2023 t/m 6 juni 2023.



Management summary – mobiele telefonie

Samenvattende resultaten mobiele telefonie (1/2)

Minder consumenten hebben actie ondernomen voor een nieuw abonnement

Circa zeven op de tien (68%) geven aan dat zij in de afgelopen 12 maanden niet zijn veranderd van contract of zich georiënteerd hebben op een nieuw contract voor hun mobiele telefoonabonnement. Dat zijn meer consumenten dan in 2022 (toen: 62%). Dit jaar geeft 16% aan dat zij een nieuw contract hebben afgesloten: 9% deed dat bij een nieuwe aanbieder en 7% sloot een nieuw contract bij de huidige aanbieder. Ten opzichte van 2022 hebben minder consumenten een contract afgesloten bij een nieuwe aanbieder (toen: 13%).

Contracteinde steeds minder vaak een aanleiding om op zoek te gaan naar een nieuw abonnement

De meest genoemde redenen om in actie te komen waren de wens om te besparen op maandelijkse kosten (32%), omdat het contract afliep (29%) of omdat men een beter aanbod langs zag komen (27%). Dit jaar geven minder mensen aan dat ze in actie kwamen doordat de samenstelling van hun abonnement is veranderd (gedaald van 10% naar 3%). Daarnaast valt op dat er een dalende trend zichtbaar is sinds 2020 in de mate dat het contacteinde een aanleiding was om in actie te komen.

Besparing en inhoud van de bundel zijn nog steeds de meest genoemde doorslaggevende redenen voor een nieuw abonnement

Doorslaggevende redenen om uiteindelijk over te stappen naar een nieuw abonnement zijn de prijs (41%) en de inhoud van de bundel (32%). Consumenten sloten een nieuw abonnement vooral af via de website van de aanbieder (50%). Daarnaast sloot 17% zijn of haar nieuwe abonnement af via de klantenservice en 13% deed het via een vergelijkingssite. Hierin zien we geen verschillen met 2022.

Hoge tevredenheid met de huidige aanbieder

Consumenten blijven bij hun huidige aanbieder omdat ze tevreden zijn met de aanbieder (59%). Dat blijkt ook uit de positieve beoordeling van de dienstverlening van aanbieders wat betreft de betrouwbaarheid (88%), de totale dienstverlening (87%) en het mobiele bereik (86%). De beoordeling van de aanbieder is al jaren stabiel.

Acht op de tien consumenten vinden dat er voldoende aanbieders op de markt zijn

Volgens 79% zijn er voldoende aanbieders op de markt zijn om uit te kiezen. Slechts 3% vindt het aanbod niet groot (genoeg). Het is volgens consumenten niet noodzakelijk om regelmatig

over te stappen: 43% van de consumenten vindt niet dat je minimaal elke twee jaar moet overstappen naar een nieuwe aanbieder (omdat je anders de kans loopt te veel te betalen). 14% denkt juist van wel.

Informatie over maandelijkse kosten vaker gebruikt bij het maken van een keuze

Bij het maken van hun keuze gebruiken consumenten met name informatie over de vaste kosten per maand (67%). Dat is meer dan in 2022 (toen: 58%). Verder denken de meeste consumenten (inclusief degenen die niet zijn overgestapt) dat informatie over de vaste kosten nodig is om een goede keuze te kunnen maken voor een nieuw abonnement (64%). Ten opzichte van 2022 geven consumenten minder onderwerpen (zoals contractduur, maandelijkse kosten, snelheid van het netwerk, etc.) aan waarover zij informatie willen om een goede keuze te maken.

In hun oriëntatieproces maken consumenten het meest gebruik van websites van aanbieders (50%), vergelijkingssites (36%) en kennis van vrienden of familie (25%). Minder consumenten maakten gebruik van telecomwinkels (gedaald van 16% naar 9%) en klantenservice (gedaald van 12% naar 8%).

Samenvattende resultaten mobiele telefonie (2/2)

Consumenten betalen meer voor hun mobiele telefoonabonnement

De meeste consumenten vinden de prijs voor hun mobiele telefoonabonnement niet hoog, maar ook niet laag (56%). 23% beoordeelt de prijs van hun abonnement als laag. Dit is een daling ten opzichte van 2022 (toen: 30%). 17% vindt de prijs van hun abonnement hoog.

Gemiddeld betalen consumenten €18,20 per maand voor hun abonnement. Vorig jaar was dat nog €16,80. Ze verwachten gemiddeld €3,97 te besparen bij een overstap naar een andere aanbieder. Bij een gemiddelde besparing van €7,05 wordt het voor consumenten aantrekkelijk om over te stappen. De helft van de consumenten (49%) kan niet aangeven waar voor hen de prijsdrempel ligt om over te stappen.

Minder consumenten vinden prijzen van verschillende aanbieders moeilijk te vergelijken

Zes op de tien consumenten (59%) vindt de informatie over prijzen en voorwaarden begrijpelijk of zeer begrijpelijk. Dat aantal is onveranderd sinds 2020. 5% van de consumenten vindt de informatie onbegrijpelijk of zeer onbegrijpelijk.

Verder geeft 44% van de consumenten aan dat zij het moeilijk vinden om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken. Dit aantal daalt sinds 2019, met een korte onderbreking vorig jaar (2019: 52%, 2020: 49%, 2021: 45%, 2022: 48%). 17% van de consumenten vindt wel dat prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken zijn.



Management summary – multiplay

Samenvattende resultaten multiplay (1/2)

Consumenten blijven hun internetabbonementen trouw

Het overstapgedrag van consumenten is de afgelopen jaren stabiel gebleven. Ongeveer 20% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden een nieuw internetabonnement afgesloten, waarvan 12% overstapte naar een andere aanbieder en 8% het abonnement bij de huidige aanbieder veranderde.

Eén op de tien kijkt rond

Ongeveer 11% van de consumenten heeft zich georiënteerd op een nieuw abonnement, waarbij 18% keek naar een overstap naar een andere aanbieder en 3% naar een nieuw abonnement of wijziging bij de huidige aanbieder.

Consumenten vinden het niet nodig om met enige regelmaat over te stappen omdat ze anders te veel betalen (26%).

Bij overstap is de aanleiding de behoefte om kosten te verlagen

Het besparen op maandelijkse kosten blijft de belangrijkste aanleiding om zich te gaan oriënteren op een overstap. Het aantal consumenten dat dit als aanleiding noemt, is gedaald van 45% naar 36%. Een beter aanbod is voor een vijfde van de consumenten die zich oriënteerden een aanleiding.

Keuze voor een nieuwe aanbieder draait om prijs

De prijs blijft de belangrijkste reden om over te stappen naar een andere aanbieder of ander abonnement (46%). Deze reden is vaker doorslaggevend geweest dan in 2022 (37%). Na de prijs volgen de internetsnelheid (18%) en een aanbieding (15%) als doorslaggevende redenen.

Klantenservice en websites van providers worden het meest gebruikt voor overstappen

De klantenservice is het meest gebruikte kanaal om een nieuw abonnement af te sluiten (38%), gevolgd door de website van de internetaanbieder (34%).

Redenen dat consumenten blijven bij huidige provider zijn goede service en snelheid

Tevredenheid blijft de belangrijkste reden om bij de huidige internetaanbieder te blijven (49%). Daarnaast vindt een kwart van de consumenten dat de huidige aanbieder goede service biedt (24%) en een goede internetsnelheid (23%) heeft. Het aantal consumenten dat deze aspecten als reden noemt om te blijven, is echter iets gedaald (respectievelijk 28% en 27% in 2022).

Nog steeds tevreden, maar totale tevredenheid is iets gedaald

Consumenten zijn over het algemeen tevreden met hun huidige internetaanbieder, met name over de verwerking van de overstap, de betrouwbaarheid en de totale dienstverlening. Ten opzichte van 2022 zijn minder consumenten tevreden met de klantvriendelijkheid van hun aanbieder en de prijs/kwaliteitverhouding van hun abonnement.

Korting blijft de belangrijkste reden om mobiele telefonie bij internetprovider af te nemen

Korting op het abonnement blijft de meest genoemde reden om mobiele telefonie naast het vaste pakket af te nemen (45%), maar het aantal consumenten dat dit als reden noemt, is gedaald (2022: 54%).

Consumenten menen dat er genoeg aanbod is op de markt

Een ruime meerderheid (68%) vindt dat er op dit moment voldoende aanbieders op de markt zijn voor internet om uit te kiezen. Iets minder dan één op de tien (7%) vindt dat niet.

Samenvattende resultaten multiplay (2/2)

Consumenten nemen mobiele telefonie en internet apart vanwege prijs

Consumenten die geen mobiele telefonie bij hun internetprovider afnemen, noemen de prijs (24%) als belangrijkste reden om mobiele telefonie en internet gescheiden af te nemen. Korting op het abonnement vinden zij wel een aantrekkelijke kant van het onderbrengen van de verschillende diensten bij één aanbieder (45%).

Vergelijkingswebsites en mond-tot-mondreclame winnen aan populariteit

Consumenten maken minder vaak gebruik van websites van aanbieders als informatiebron (gedaald van 57% naar 48%), maar blijft wel de meest gebruikte bron. Vergelijkingswebsites (44%) worden ook vaak gebruikt.

Prijsinformatie lijkt op dezelfde manier te worden beleefd

45% van de consumenten vindt de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk. Dat is gelijk aan 2022 (48%). Ruim de helft (57%) geeft aan dat ze het lastig vinden om prijzen van verschillende aanbieders te vergelijken, omdat ze vinden dat de voorwaarden van abonnementen verschillen.

Consumenten letten op vaste kosten bij het kiezen van een nieuw abonnement

Consumenten letten bij het kiezen van een nieuw internetabonnement het meest op de vaste maandelijkse kosten (51%). Dit is volgens hen essentiële informatie om een goede keuze te kunnen maken (61%). Andere factoren waarover consumenten zich laten informeren zijn de internetsnelheid (39%), de betrouwbaarheid van de internetverbinding (24%) en de contractduur (22%). In vergelijking met 2022 informeerden meer consumenten zichzelf over de contractduur van een nieuw abonnement (gestegen van 15% naar 22%). Consumenten achten deze factoren ook nodig om een goede keuze te kunnen maken.

Consumenten worden kritischer op hun abonnementsprijs

Meer consumenten vinden dit jaar dat de prijs van hun abonnement hoog of erg hoog is (gestegen van 42% naar 49%). Sinds 2020 groeit deze groep consumenten (in 2020 vond 36% de prijs hoog of erg hoog). De groep consumenten die de prijs als laag beoordeelt blijft al jaren stabiel op 4%.

Consumenten betalen meer voor hun internetabonnement

Gemiddeld betalen consumenten €64,37 per maand voor hun abonnement*. Vorig jaar was dat nog €61,70. Ze verwachten gemiddeld €13,75 te besparen bij een overstap naar een andere aanbieder. Bij een gemiddelde besparing van €18,31 wordt het voor consumenten aantrekkelijk om over te stappen. Meer dan de helft van de consumenten (59%) kan niet aangeven waar voor hen de prijsdrempel ligt om over te stappen.

**Bij het uitvragen van de maandkosten is geen rekening gehouden met de samenstelling van het abonnement. In deze groep zitten consumenten die enkel internet afnemen bij hun aanbieder, maar ook consumenten die pakketdiensten afnemen.*

Resultaten

Mobiele telefonie 11

H1 Overstapgedrag 14

H2 Huidige aanbieder 26

2.1 Beoordeling aanbieder 26

2.2 Keuzeprocess voor aanbieder 31

H3 Prijsperceptie 41

Multiplay 49

H4 Overstapgedrag 52

H5 Huidige aanbieder 64

5.1 Beoordeling dienstverlener 64

5.2 Keuzeprocess voor leverancier 72

H6 Prijsperceptie 80

Leeswijzer (1/2)

In het volgende gedeelte van het rapport gaan we in op de resultaten van de mobiele telefonie markt. De resultaten zijn in de volgende thema's ondergebracht:

- **Overstapgedrag (H1).** In dit hoofdstuk behandelen we het overstapgedrag: wat waren aanleidingen om te gaan oriënteren en wat waren redenen om een overstap te maken, en via welk kanaal is uiteindelijk het nieuwe abonnement afgesloten. We kijken ook naar consumenten die niet van aanbieder zijn veranderd: waarom zijn ze gebleven?
- **Huidige aanbieder & keuzeproces (H2).** Dit hoofdstuk is ingedeeld in twee paragrafen. Als eerste behandelen we kort de beoordeling van de huidige mobiele telefoonaanbieder. In de tweede paragraaf behandelen we hoe consumenten tegen overstappen aankijken. We kijken daarna nog naar gebruikte informatie(bronnen) tijdens het oriëntatieproces.
- **Prijsperceptie (H3).** In dit hoofdstuk kijken we naar de prijsbeleving: vinden consumenten hun abonnement duur of niet. Daarna behandelen we de kosten: wat is het maandbedrag, wat verwacht men te kunnen besparen bij een overstap en wat is de prijsdrempel (de verwachte besparing) waarbij het aantrekkelijk wordt om over te stappen. We sluiten de paragraaf af met de mate waarin men prijsinformatie begrijpelijk vindt en vergelijkbaar tussen aanbieders

Elke paragraaf wordt afgesloten met een overzicht van de resultaten uitgesplitst naar de verschillende overstapgroepen. De volgende overstapgroepen worden onderscheiden:

- In de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een andere mobiele telefoonaanbieder (n=95)
- In de afgelopen 12 maanden bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)
- In de afgelopen 12 maanden georiënteerd op een overstap bij de huidige aanbieder op een ander abonnement of naar een andere aanbieder (n=109)
- In de afgelopen 12 maanden niet overgestapt en zich niet georiënteerd op een overstap (n=696)

Leeswijzer (2/2)

De resultaten zijn weergegeven in grafieken en worden ondersteund door tekst. In de grafieken geven we significante verschillen* aan met een groene pijl omhoog ▲ (hoger dan vorig jaar in het geval van jaarresultaten of hoger dan het resultaat van de andere overstapgroepen) of een rode pijl omlaag ▼ (lager dan vorig jaar in het geval van jaarresultaten of lager dan het resultaat van de andere overstapgroepen). In de tabellen geven we significante verschillen in percentages aan met kleur (**groen**: hoger dan voorgaand jaar of dan de andere switchgroepen; **rood**: lager dan voorgaand jaar of dan de andere switchgroepen).

Indien we significante en relevante verschillen** vinden tussen de huidige meting en de voorgaande meting benoemen we dit in de tekst. We benoemen het ook als we een trendmatige ontwikkeling zien over meerdere jaren.

Significante verschillen tussen overstapgroepen geven we aan door de percentages een kleur te geven: (**groen**: hoger in vergelijking met de andere groepen samen; **rood**: lager in vergelijking met de andere groepen samen).

Geaggregeerde percentages (bijvoorbeeld de som van de percentages 'zeer eens' en 'eens') die we in de tekst noemen, kunnen soms iets (1 procentpunt) afwijken van de som van de onderliggende percentages in de grafiek. Dat komt door afrondingsverschillen.

In verband met de leesbaarheid van de grafieken zijn lage percentages die buiten de lay-out van de grafiek vallen, niet weergegeven.

* significant: getoetst met een alpha van 0,05

** Of een verschil relevant is, is afhankelijk van de grootte van het verschil (in procentpunten en ten opzichte van de gevonden waarden) én de inhoudelijke betekenis (in hoeverre is het belangrijk voor de beantwoording van de onderzoeksvragen). Als uitgangspunt voor de grootte van het verschil hanteren we een grens van vijf procentpunten voordat we een significant verschil ook in de tekst benoemen. Er zijn enkele uitzonderingen in het rapport, waarbij verschillen worden benoemd die kleiner zijn dan vijf procentpunten (maar wel significant). Deze verschillen zijn dusdanig belangrijk in de context van het onderzoek dat we deze wel rapporteren.

Resultaten

Mobiele telefonie 11

H1 Overstapgedrag 14

H2 Huidige aanbieder 26

2.1 Beoordeling aanbieder 26

2.2 Keuzeprocess voor aanbieder 31

H3 Prijsperceptie 41

Multiplay 49

H4 Overstapgedrag 52

H5 Huidige aanbieder 64

5.1 Beoordeling dienstverlener 64

5.2 Keuzeprocess voor leverancier 72

H6 Prijsperceptie 80

Mobiel – Overstapgedrag | Overstap

Minder consumenten zijn overgestapt naar een andere aanbieder.

In de afgelopen 12 maanden is circa een op de zes veranderd van abonnement (16%):

- 9% heeft een abonnement genomen bij een andere aanbieder
- 7% heeft een ander abonnement genomen bij de huidige aanbieder

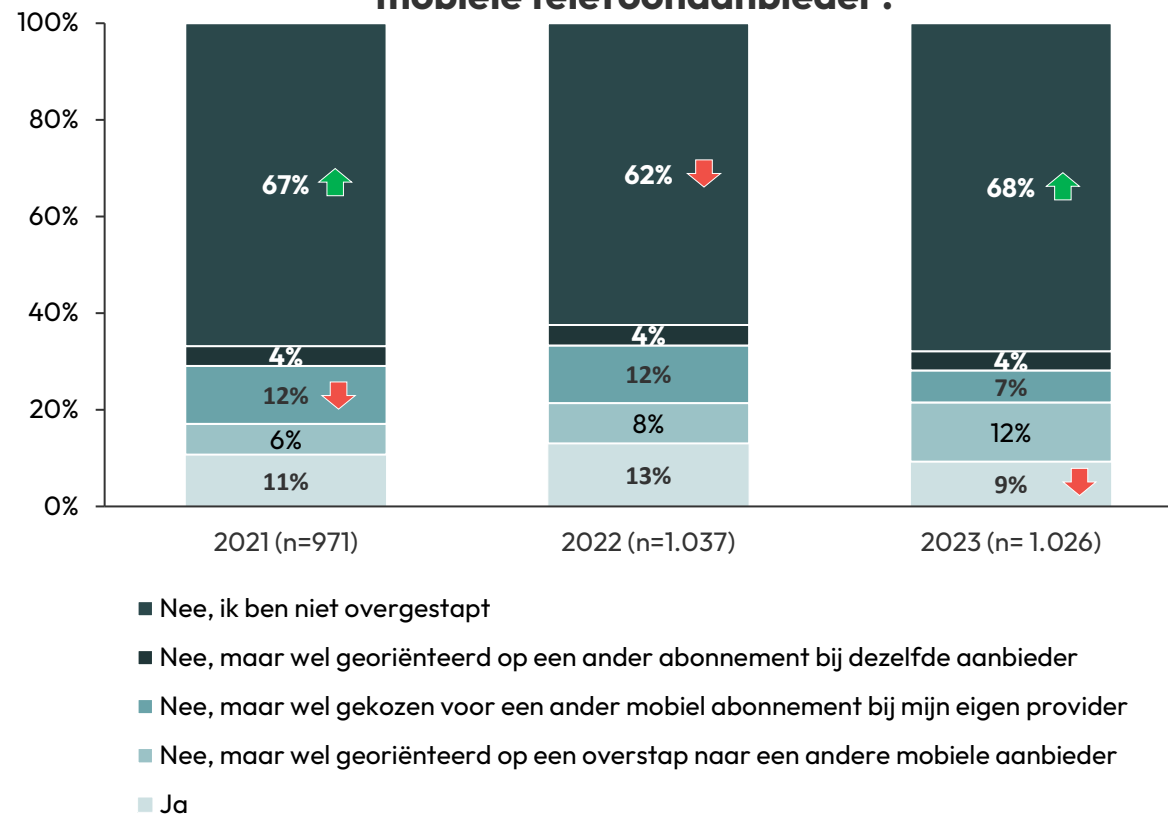
Verder oriënteerde een even grote groep (16%) zich op een nieuw abonnement:

- 12% heeft zich georiënteerd op een nieuw abonnement bij een andere aanbieder
- 4% heeft zich georiënteerd op een nieuw abonnement bij de huidige aanbieder

68% van de consumenten is in de afgelopen 12 maanden niet overgestapt van abonnement en heeft zich in de tijd ook niet georiënteerd op een nieuw abonnement. Dit zijn meer consumenten dan vorig jaar (2022: 62%) en is gelijk aan 2021 (67%). Daarnaast zijn minder consumenten overgestapt naar een andere aanbieder (2023: 9% vs. 2022: 13%).

[Kik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Ben je in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een nieuwe mobiele telefoonaanbieder?



Mobiel – Overstapgedrag | Aantal jaren klant

Vier op de tien zijn al 6 jaar of langer klant bij de huidige aanbieder

Ruim de helft van de ondervraagde consumenten is 5 jaar of minder lang klant bij de huidige telefoonaanbieder (52%), 43% zes jaar of langer en 5% weet niet precies hoe lang ze al klant zijn bij hun huidige aanbieder.

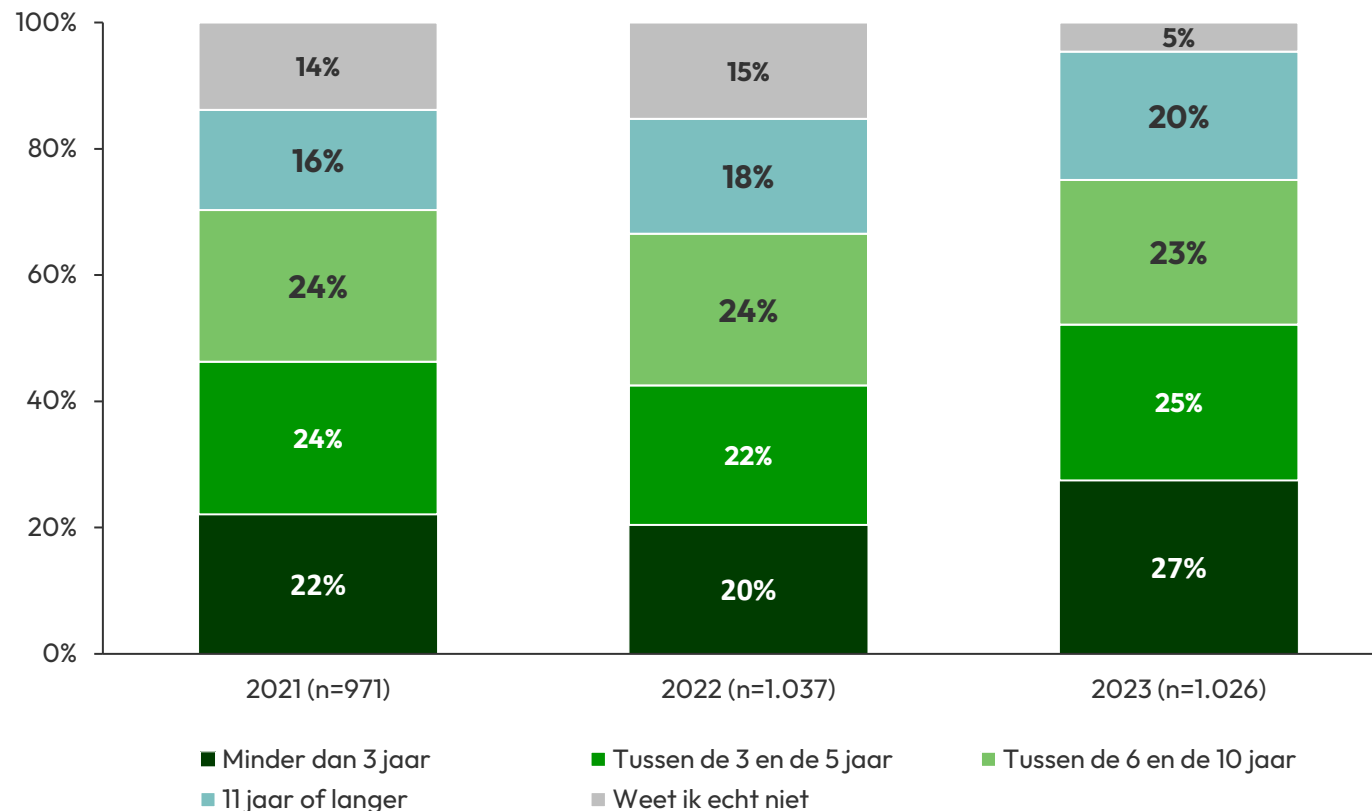
N.B.1: Er moet worden opgemerkt dat de cijfers zijn gebaseerd op zelfrapportage. De zelfrapportagecijfers wijken mogelijk af van de werkelijke cijfers, omdat respondenten zich niet altijd goed herinneren hoelang ze precies bij dezelfde mobiele telefoonaanbieder zitten.

N.B.2: Voorgaande jaren vulden respondenten zelf een getal in voor het aantal jaar dat zij klant zijn. Dit jaar konden respondenten een categorie aangeven (bijv. minder dan 3 jaar). Omdat de antwoordmanier is veranderd, is een vergelijking niet meer zuiver te maken. Zelf bedenken hoe lang je klant ben en daar een getal aan hangen vraagt meer van respondenten dan een bandbreedte aangeven (door middel van een categorie). Dat verklaart mogelijk waarom voorgaande jaren meer respondenten antwoorden met 'weet ik echt niet'.

[Kik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Hoeveel jaar heb je al een mobiel abonnement bij jouw mobiele telefoonaanbieder?

Basis: Allen



Mobiel – Overstapgedrag | Aanleidingen overstap

Besparing op kosten is de meest genoemde aanleiding om in actie te komen; veranderde samenstelling van het abonnement was minder vaak de aanleiding.

De meeste consumenten komen in actie, omdat zij willen besparen op de maandelijkse kosten (32%), en in iets mindere mate ook omdat hun contract afliep (29%) of omdat ze ergens ander een beter aanbod zagen (27%).

In vergelijking met 2022 geven consumenten dit jaar minder vaak aan dat zij in actie kwamen, omdat de samenstelling van het abonnement is veranderd (gedaald van 10% in 2022 naar 3% in 2023).

Sinds 2020 is er een dalende trend zichtbaar in de mate dat het einde van de contractperiode een aanleiding was om te oriënteren op een overstap (2020: 37%; 2021: 35%; 2022: 31%; 2023: 29%).

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Wat was/waren voor jou aanleiding(en) om over te stappen/je te oriënteren? <i>Basis: is overgestapt of heeft zich georiënteerd op een overstap</i>	2021 (n = 322)	2022 (n = 389)	2023 (n = 330)
Ik wilde besparen op de maandelijkse kosten	32%	35%	32%
De contractperiode van mijn abonnement liep af/ was afgelopen	35%	31%	29%
Ik zag een beter aanbod	21%	27%	27%
Ik wilde een nieuw toestel	18%	12%	15%
Vanwege een verandering in mijn mobiele gebruik (gebruik van data, sms en bellen)	15%	15%	13%
Ik werd gewezen door vrienden/familie op de voordelen van overstappen/een ander contract	5%	6%	9%
Ik was ontevreden over mijn mobiele telefoonaanbieder	5%	8%	9%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn huidige mobiele telefoonaanbieder	11%	10%	8%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van een andere mobiele telefoonaanbieder	4%	5%	7%
Vanwege de komst van 5G	3%	6%	7%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn aanbieder van internet/televisie/telefonie in huis	7%	7%	6%
Mijn aanbieder is samengegaan of ondergebracht bij een andere aanbieder	4%	4%	5%
De samenstelling van mijn abonnement is veranderd	6%	10%	3%
Anders	4%	2%	4%
Weet niet	2%	4%	3%

Mobiel – Overstapgedrag | Redenen overstap

Meer consumenten hebben zich laten adviseren door anderen over een aanbieder

Net als voorgaande jaren waren prijs (41%) en inhoud van de bundel (32%) de redenen om te kiezen voor een ander mobiele telefoonabonnement.

In vergelijking met 2022 noemen bijna dubbel zoveel consumenten die zijn overgestapt van abonnement dat advies van anderen voor hen de reden was dat zij overstapten (gestegen van 8% in 2022 naar 15% in 2023).

Wat waren voor jou redenen voor jou om te kiezen voor jouw mobiele telefoon aanbieder <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	2021 (n=221)	2022 (n=258)	2023 (n=221)
Vanwege de prijs	44%	44%	41%
Vanwege de inhoud van de bundel	39%	37%	32%
Mijn mobiele telefoonaanbieder werd mij geadviseerd door anderen (vriend/kennis/collega)	8%	8%	15%
Vanwege het toestel bij het abonnement	13%	11%	12%
Vanwege de dekking van het mobiele netwerk	6%	8%	12%
Vanwege de internetsnelheid	4%	7%	11%
Vanwege de betrouwbaarheid	3%	8%	6%
Vanwege service	4%	3%	5%
Ik heb al mijn telecomdiensten afgesloten bij mijn mobiele telefoonaanbieder	6%	5%	4%
Anders	8%	3%	4%
Weet niet	3%	3%	5%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

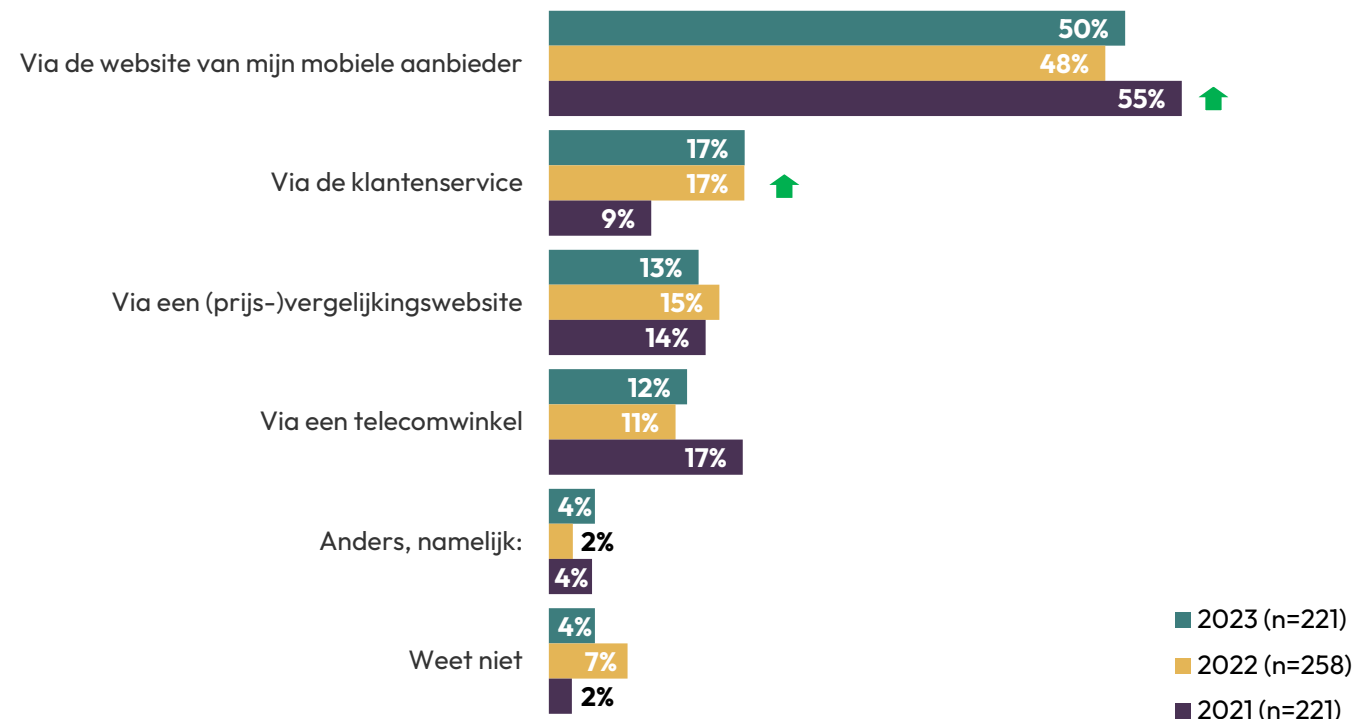
Mobiel – Overstapgedrag | Gebruikt kanaal bij overstap

Geen veranderingen in gebruik overstapkanalen

De helft (50%) van de consumenten die is overgestapt naar een nieuw abonnement deed dat via de website van hun mobiele telefoonaanbieder. Verder sluiten consumenten hun nieuwe abonnement af via de klantenservice (17%) of via een (prijs-) vergelijkingssite (13%).

Er zijn geen veranderingen ten opzichte van 2022 in gebruik van de overstapkanalen.

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe mobiele telefoonabonnement afgesloten? *Basis: is overgestapt naar een nieuw telefoonabonnement (bij de huidige of nieuwe aanbieder)*



Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar
Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Kik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Mobiel – Overstapgedrag | Redenen om te blijven

Tevredenheid met de huidige mobiele telefoonaanbieder meest genoemde reden om te blijven

De meerderheid (59%) van de consumenten die bij hun huidige aanbieder is gebleven is tevreden over de huidige mobiele telefoonaanbieder en wil daarom blijven. Verder genoemde redenen om te blijven zijn gunstige prijs (40%), combinatievoordeel (33%), goede service (27%) en geen/nauwelijks verschil tussen mobiele telefoonaanbieders (14%).

Ten opzichte van vorig jaar is goede service van de huidige mobiele telefoonaanbieder minder genoemd als reden om te blijven (2022: 32%, 2023: 27%). Voor de tweede keer op rij is deze reden minder genoemd. Daarmee lijkt een dalende trend te zijn ingezet.

Wat waren voor jou redenen om niet over te stappen naar een andere mobiele telefoonaanbieder? Basis: is niet overgestapt naar een andere aanbieder	2021 (n=867)	2022 (n=901)	2023 (n=931)
Ik ben tevreden over mijn huidige mobiele telefoonaanbieder	65%	62%	59%
Mijn huidige mobiele telefoonaanbieder heeft een gunstige prijs	44%	41%	40%
Ik neem meerdere diensten af bij deze aanbieder en wil niet mijn combinatievoordeel verliezen	0%	40%	33%
Mijn huidige mobiele telefoonaanbieder biedt goede service	36%	32%	27%
Er zit geen/nauwelijks verschil tussen mobiele telefoonaanbieders	13%	14%	14%
Overstappen kost veel tijd/moeite	9%	9%	7%
Ik ben bang dat ik toch meer zal betalen dan mij is beloofd	5%	6%	7%
Ik ben bang voor administratieve rompslomp als ik overstap	5%	6%	6%
Ik vind het te ingewikkeld om over te stappen	5%	6%	5%
Ik ben bang dat ik tijdelijk niet mobiel kan bellen of mijn huidige nummer kwijtraak als ik overstap	2%	4%	3%
Anders	5%	3%	3%
Weet ik niet	7%	6%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: aanleidingen

Wat was/waren voor jou aanleiding(en) om over te stappen/je te oriënteren? <i>Basis: is overgestapt of heeft zich georiënteerd</i>	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op overstap (n=109)	2023 (n=330)
Ik wilde besparen op de maandelijkse kosten	34%	30%	32%	32%
De contractperiode van mijn abonnement liep af/ was afgelopen	25%	30%	32%	29%
Ik zag een beter aanbod	35%	30%	15%	27%
Ik wilde een nieuw toestel	9%	20%	14%	15%
Vanwege een verandering in mijn mobiele gebruik (gebruik van data, sms en bellen)	11%	18%	9%	13%
Ik werd gewezen door vrienden/familie op de voordelen van overstappen/een ander contract	15%	7%	8%	9%
Ik was ontevreden over mijn mobiele telefoonaanbieder	8%	3%	17%	9%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn huidige mobiele telefoonaanbieder	1%	10%	12%	8%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van een andere mobiele telefoonaanbieder	6%	4%	12%	7%
Vanwege de komst van 5G	5%	6%	9%	7%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn aanbieder van internet/televisie/telefonie in huis	4%	7%	7%	6%
Mijn aanbieder is samengegaan of ondergebracht bij een andere aanbieder	9%	0%	7%	5%
De samenstelling van mijn abonnement is veranderd	3%	4%	3%	3%
Anders	8%	2%	3%	4%
Weet niet	3%	1%	5%	3%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: overstapredenen

Wat waren voor jou redenen voor jou om te kiezen voor jouw mobiele telefoon aanbieder <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	2023 (n=221)
Vanwege de prijs	42%	40%	41%
Vanwege de inhoud van de bundel	21%	40%	32%
Mijn mobiele telefoonaanbieder werd mij geadviseerd door anderen (vriend/kennis/collega)	19%	12%	15%
Vanwege het toestel bij het abonnement	8%	15%	12%
Vanwege de dekking van het mobiele netwerk	14%	10%	12%
Vanwege de internetsnelheid	13%	9%	11%
Vanwege de betrouwbaarheid	15%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	6%
Vanwege service	11%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	5%
Ik heb al mijn telecomdiensten afgesloten bij mijn mobiele telefoonaanbieder	10%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	4%
Anders	8%	2%	4%
Weet niet	7%	4%	5%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: overstapkanaal

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe mobiele telefoonabonnement afgesloten? <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	2023 (n=221)
Via de website van mijn mobiele telefoonaanbieder	45%	54%	50%
Via de klantenservice	19%	15%	17%
Via een (prijs-)vergelijkingswebsite	11%	16%	13%
Via een telecomwinkel	16%	9%	12%
Anders	5%	3%	4%
Weet niet	6%	3%	4%

Verschillen tussen overstapgroepen: redenen om te blijven

Wat waren voor jou redenen om niet over te stappen naar een andere mobiele telefoonaanbieder? <i>Basis: is niet overgestapt van aanbieder</i>	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=931)
Ik ben tevreden over mijn huidige mobiele telefoonaanbieder	67%	41%	61%	59%
Mijn huidige mobiele telefoonaanbieder heeft een gunstige prijs	53%	46%	36%	40%
Ik neem meerdere diensten af bij deze aanbieder en wil niet mijn combinatievoordeel verliezen	32%	48%	31%	33%
Mijn huidige mobiele telefoonaanbieder biedt goede service	28%	19%	28%	27%
Er zit geen/nauwelijks verschil tussen mobiele telefoonaanbieders	21%	17%	12%	14%
Overstappen kost veel tijd/moeite	14%	15%	5%	7%
Ik ben bang dat ik toch meer zal betalen dan mij is beloofd	3%	20%	6%	7%
Ik ben bang voor administratieve rompslomp als ik overstap	8%	10%	4%	6%
Ik vind het te ingewikkeld om over te stappen	2%	15%	4%	5%
Ik ben bang dat ik tijdelijk niet mobiel kan bellen of mijn huidige nummer kwijtraak als ik overstap	7%	9%	2%	3%
Anders	3%	5%	3%	3%
Weet ik niet	4%	3%	9%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Resultaten

Mobiele telefonie	11
H1 Overstapgedrag	14
H2 Huidige aanbieder	26
2.1 Beoordeling aanbieder	26
2.2 Keuzeprocess voor aanbieder	31
H3 Prijsperceptie	41
Multiplay	49
H4 Overstapgedrag	52
H5 Huidige aanbieder	64
5.1 Beoordeling dienstverlener	64
5.2 Keuzeprocess voor leverancier	72
H6 Prijsperceptie)	80

Mobiel – Huidige aanbieder | Beoordeling aanbieder

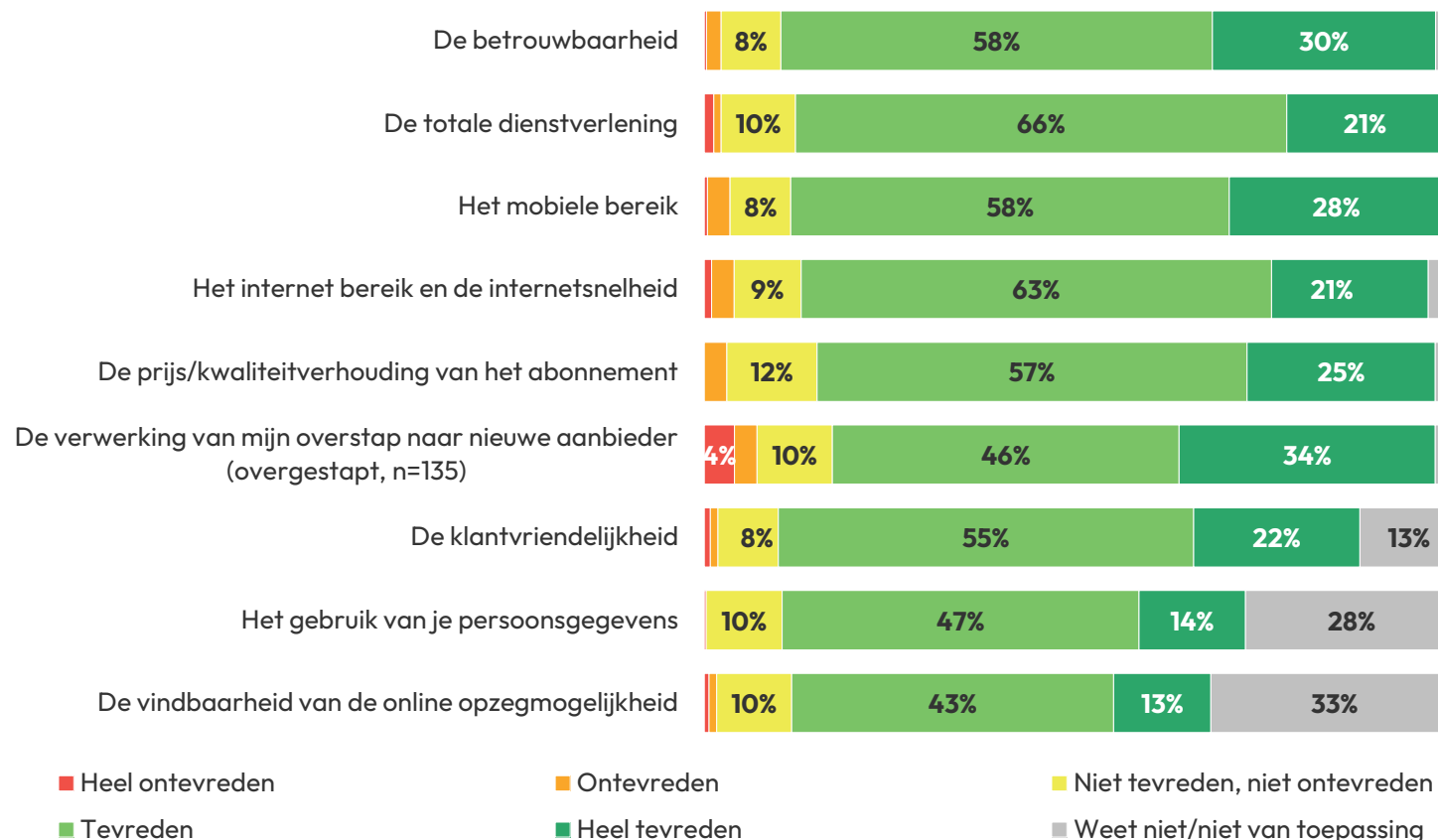
Hoge tevredenheid met telefoonaanbieder

Consumenten zijn over het algemeen (zeer) tevreden over de dienstverlening van hun mobiele telefoonaanbieder. Een meerderheid oordeelt (zeer) positief op de verschillende onderdelen.

Consumenten zijn het meest tevreden over de betrouwbaarheid (88%), de totale dienstverlening (87%), het mobiele bereik (86%), het internetbereik en de internetsnelheid (84%) en de prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement (82%).

Ten opzichte van vorig jaar zijn consumenten iets minder vaak tevreden over het mobiele bereik (2022: 90%, 2023: 86%).

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten? Basis: allen, n=1.026

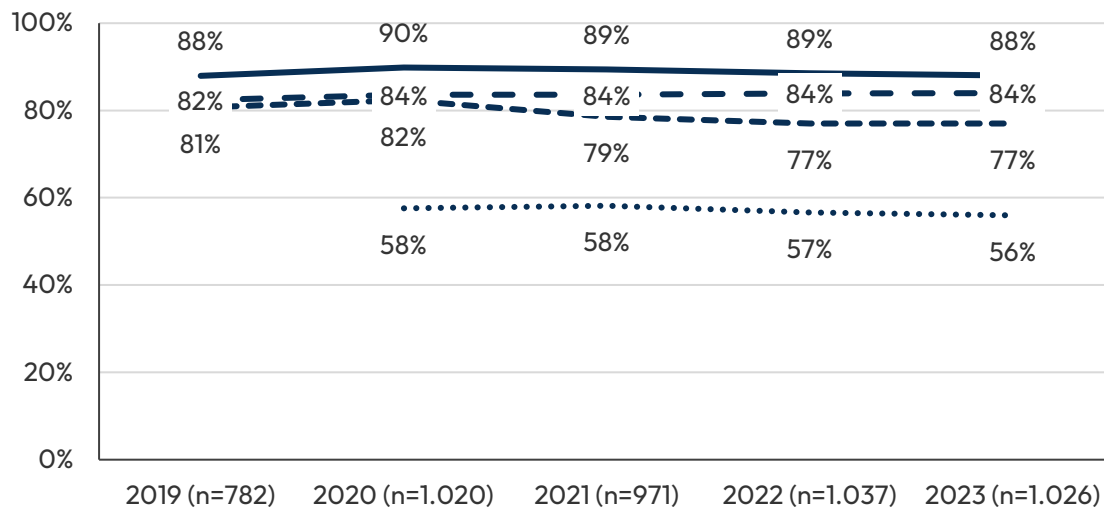


[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Mobiel – Huidige aanbieder | Beoordeling aanbieder

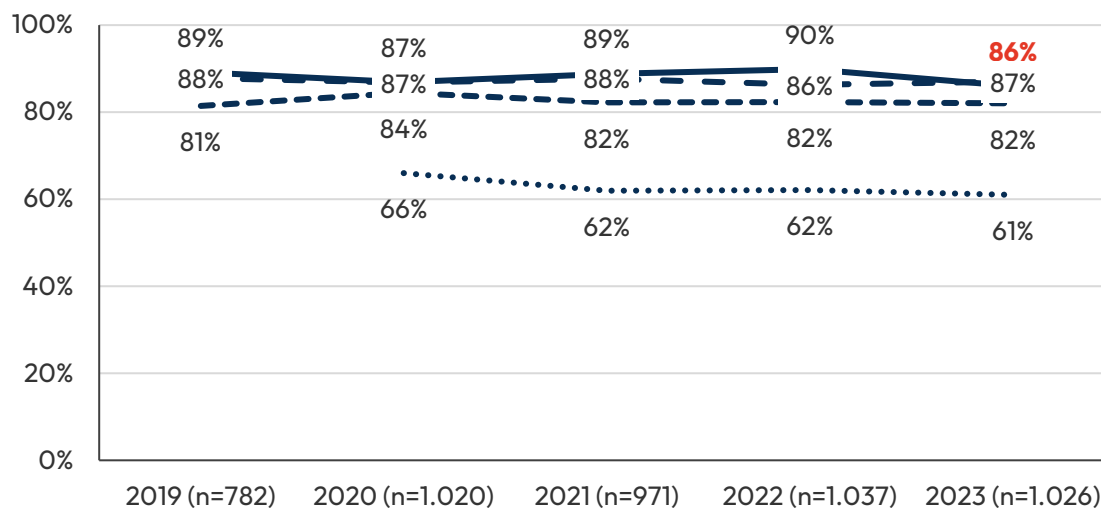
De tevredenheid met de aanbieder is de afgelopen jaren stabiel; iets minder consumenten zijn tevreden met het mobiele bereik.

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten
% tevreden + heel tevreden



- De betrouwbaarheid
- - - Het internet bereik en de internetsnelheid
- - - De klantvriendelijkheid
- De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten
% tevreden + heel tevreden



- Het mobiele bereik
- - - De totale dienstverlening
- - - De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement
- Het gebruik van je persoonsgegevens

[Klik voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten? % tevreden + heel tevreden	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
De betrouwbaarheid	81%	92%	85%	87%	88%
Totale dienstverlening	83%	88%	78%	87%	87%
Mobiel bereik	78%	82%	76%	90%	86%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	80%	84%	74%	81%	82%
De klantvriendelijkheid	80%	73%	73%	78%	77%
Het internetbereik en de internetsnelheid	67%	84%	80%	87%	74%
Het gebruik van je persoonsgegevens	55%	64%	62%	62%	61%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	53%	63%	63%	54%	56%

Resultaten

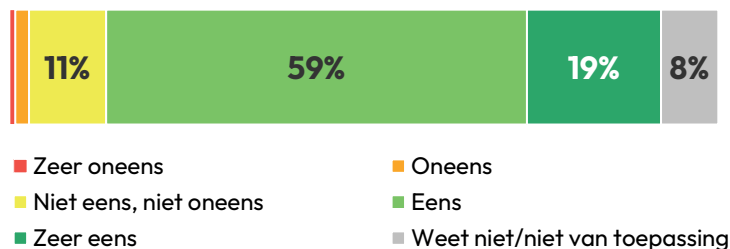
Mobiele telefonie	11
H1 Overstapgedrag	14
H2 Huidige aanbieder	26
2.1 Beoordeling aanbieder	26
2.2 Keuzeprocess voor aanbieder	31
H3 Prijsperceptie	41
Multiplay	49
H4 Overstapgedrag	52
H5 Huidige aanbieder	64
5.1 Beoordeling dienstverlener	64
5.2 Keuzeprocess voor leverancier	72
H6 Prijsperceptie	80

Mobiel – Keuzeproces | Houding overstap

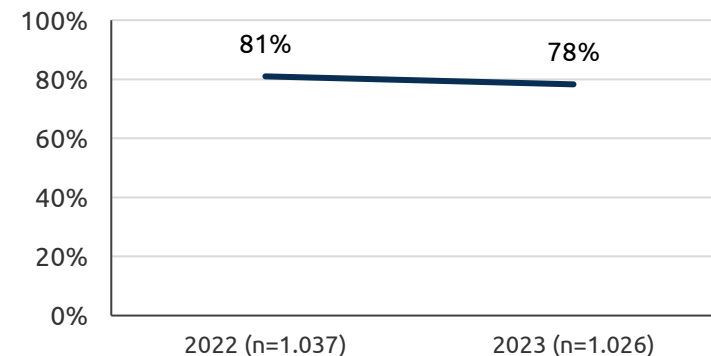
Grote meerderheid vindt dat er voldoende aanbieders op de markt zijn

Acht op de tien consumenten (79%) vinden dat er voldoende aanbieders op de markt zijn om uit te kiezen. 3% vindt het aanbod niet groot (genoeg). Dit is niet veranderd ten opzichte van vorig jaar.

Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen



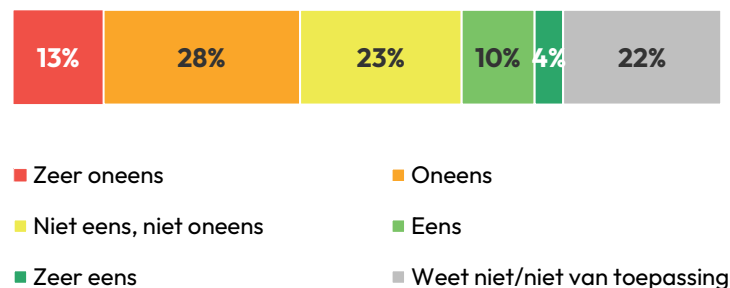
Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen
% eens + zeer eens



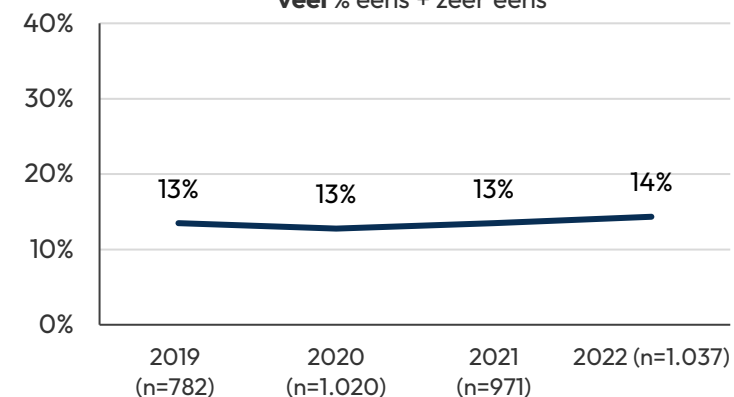
Niet nodig om regelmatig over te stappen

43% van de consumenten vindt niet dat je minimaal elke twee jaar moet overstappen naar een nieuwe aanbieder (omdat je anders de kans loopt te veel te betalen). 14% denkt juist van wel. De mate waarin consumenten menen dat je elke twee jaar moet overstappen is in de afgelopen jaren stabiel. Net als voorgaande jaren geeft ongeveer een vijfde aan dat zij deze vraag niet kunnen beantwoorden (weet niet)

Je moet minimaal elke twee jaar overstappen op een nieuwe aanbieder, anders betaal je te veel



Je moet minimaal elke twee jaar overstappen op een nieuwe aanbieder, anders betaal je te veel
veel % eens + zeer eens



Mobiel – Keuzeproces | Gebruikte informatiebronnen

Websites van mobiele telefoonaanbieders en (prijs-)vergelijkingswebsites meest gebruikte informatiebronnen

50% van de consumenten die zijn overgestapt of die zich hebben georiënteerd op een overstap maakt gebruik van de website van aanbieders tijdens het oriëntatieproces. 36% gebruikt een (prijs-)vergelijkingswebsite en 25% raadpleegt vrienden of familie.

In vergelijking met 2022:

- Maakten minder consumenten gebruik van telecomwinkels (gedaald van 16% naar 9%)
- Maakten minder consumenten gebruik van de klantenservice van mobiele telefoonaanbieders (gedaald van 12% naar 8%)

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt tijdens jouw overstap/oriëntatie? (meerkeuzevraag) <i>Basis: is overgestapt of heeft zich georiënteerd</i>	2021 (n= 322)	2022 (n = 289)	2023 (n =330)
Websites van een of meer mobiele telefoonaanbieders	53%	51%	50%
(Prijs-)vergelijkingswebsites (bijv. GSM web, Belsimpel)	48%	42%	36%
Vrienden/ familie	18%	20%	25%
Consumentenbond	13%	14%	12%
Telecomwinkels	12%	16%	9%
Klantenservice van een of meer mobiele telefoonaanbieders (per telefoon, e-mail of schriftelijk)	14%	12%	8%
Radio en televisie	9%	5%	5%
Folders of brochures	6%	4%	4%
ACM ConsuWijzer	3%	6%	3%
Dag- en weekbladen	1%	3%	1%
Anders	3%	3%	5%
Weet niet	7%	9%	7%

Mobiel – Keuzeproces | Gebruikte informatie

Meer consumenten informeren zichzelf over de kosten per maand bij het kiezen van een nieuw abonnement

67% van de consumenten die zijn veranderd van abonnement hebben gekeken naar de vaste maandelijkse kosten voor hun nieuwe abonnement. Dat zijn meer consumenten dan in 2022 (58%) en is daarmee weer gelijk aan het niveau van 2020 (67%).

Naast de vaste kosten per maand keken consumenten die zijn overgestapt ook naar inzicht in eigen verbruik (36%), mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat (27%) en contractduur (25%).

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt bij de keuze voor jouw nieuwe mobiele telefoonabonnement? (meerkeuzevraag) <i>Basis: is overgestapt van abonnement (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	2021 (n=221)	2022 (n=258)	2023 (n=221)
De vaste kosten per maand	72%	58%	67%
Inzicht in mijn eigen verbruik	30%	28%	36%
De mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	29%	25%	27%
De contractduur	29%	27%	25%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van het netwerk	33%	26%	23%
De snelheid van het netwerk	18%	17%	16%
De mogelijkheid om de maandelijkse kosten voor gebruik in de hand te houden	13%	16%	14%
Specificaties en prijzen van toestellen	20%	15%	13%
De eventuele bijbetaling voor toestel	18%	10%	12%
Kosten voor gebruik buiten de bundel	13%	6%	8%
Informatie over de klantvriendelijkheid van de aanbieder	9%	12%	7%
De afronding van belminuten of data en geldigheidsduur van niet verbruikt tegoed	8%	7%	5%
Een eventuele simlock op het toestel	4%	2%	2%
Anders	2%	1%	3%
Weet niet	5%	5%	6%

Mobiel – Keuzeproces | Benodigde informatie

Minder onderwerpen zijn van belang bij het maken van een keuze voor een nieuw abonnement

Inzicht in de vaste maandelijkse kosten zijn (wederom) het meest belangrijk volgens consumenten om een keuze te maken. Consumenten noemen daarnaast vaak de kwaliteit/betrouwbaarheid van het netwerk (46%), inzicht in eigen verbruik (39%), contractduur (38%), en mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat (36%).

Ten opzichte van 2022 geven consumenten minder onderwerpen aan die zij nodig achten om een keuze te maken. Vorig jaar gaven consumenten gemiddeld 4,2 onderwerpen aan, dit jaar is dat 3,6.

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Welke informatie heb je volgens jou nodig om een goede keuze te maken voor een nieuw mobiel abonnement? (meerkeuzevraag) <i>Basis: allen</i>	2021 (n= 1.020)	2022 (n= 1.037)	2023 (n= 1.026)
De vaste kosten per maand	67%	70%	64%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van het netwerk	46%	49%	46%
Inzicht in mijn eigen verbruik	43%	41%	39%
De contractduur	43%	46%	38%
De mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	43%	45%	36%
De snelheid van het netwerk	33%	37%	30%
Kosten voor gebruik buiten de bundel	28%	28%	26%
Specificaties en prijzen van toestellen	25%	23%	19%
De eventuele bijbetaling voor toestel	27%	21%	17%
De mogelijkheid om de maandelijkse kosten voor gebruik in de hand te houden	25%	23%	17%
De afronding van belminuten of data en geldigheidsduur van niet verbruikt tegoed	17%	19%	15%
Informatie over de klantvriendelijkheid van de aanbieder	14%	15%	11%
Een eventuele simlock op het toestel	9%	9%	5%
Anders	2%	1%	2%
Weet niet	12%	10%	15%



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: houding t.a.v. overstappen

Kun je aangeven in hoeverre je het oneens of eens bent met deze stellingen over prijzen van mobiele telefoonaanbieders? Je moet minimaal elke twee jaar overstappen op een nieuwe aanbieder, ander betaal je te veel	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
Zeer oneens	4%	8%	11%	15%	13%
Oneens	21%	41%	28%	26%	28%
Niet eens, niet oneens	29%	25%	24%	21%	23%
Eens	25%	13%	18%	7%	10%
Zeer eens	7%	6%	8%	3%	4%
Weet niet / niet van toepassing	13%	7%	10%	28%	22%

Kun je aangeven in hoeverre je het oneens of eens bent met deze stellingen over prijzen van mobiele telefoonaanbieders? Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
Zeer oneens	0%	1%	0%	1%	1%
Oneens	4%	3%	2%	2%	2%
Niet eens, niet oneens	8%	7%	7%	12%	11%
Eens	62%	74%	60%	56%	59%
Zeer eens	24%	11%	30%	18%	19%
Weet niet / niet van toepassing	2%	4%	1%	11%	8%

Verschillen tussen overstapgroepen: gebruikte informatiebronnen

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt tijdens jouw overstap/oriëntatie?	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	2023 (n=330)
Websites van een of meer mobiele telefoonaanbieders	34%	54%	60%	50%
(Prijis-)vergelijkingswebsites (bijv. GSM web, Belsimpel)	23%	34%	50%	36%
Vrienden/ familie	28%	27%	20%	25%
Consumentenbond	8%	12%	16%	12%
Telecomwinkels	11%	3%	13%	9%
Klantenservice van een of meer mobiele telefoonaanbieders (per telefoon, e-mail of schriftelijk)	9%	8%	6%	8%
Radio en televisie	3%	6%	5%	5%
Folders of brochures	1%	3%	7%	4%
ACM ConsuWijzer	2%	4%	2%	3%
Dag- en weekbladen	0%	0%	3%	1%
Anders	7%	4%	3%	5%
Weet niet	6%	6%	9%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: gebruikte informatiebronnen

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt bij de keuze voor jouw nieuwe mobiele telefoonabonnement	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	2023 (n=221)
De vaste kosten per maand	60%	72%	67%
Inzicht in mijn eigen verbruik	24%	44%	36%
De mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	29%	26%	27%
De contractduur	22%	27%	25%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van het netwerk	25%	21%	23%
De snelheid van het netwerk	10%	21%	16%
De mogelijkheid om de maandelijkse kosten voor gebruik in de hand te houden	8%	20%	14%
Specificaties en prijzen van toestellen	10%	16%	13%
De eventuele bijbetaling voor toestel	9%	15%	12%
Kosten voor gebruik buiten de bundel	13%	5%	8%
Informatie over de klantvriendelijkheid van de aanbieder	9%	6%	7%
De afronding van belminuten of data en geldigheidsduur van niet verbruikt tegoed	3%	6%	5%
Anders	5%	1%	2%
Weet niet	7%	0%	3%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen
Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: benodigde informatie voor het maken van een keuze

Welke informatie heb je volgens jou <u>nodig</u> om een goede keuze te maken voor een nieuw mobiel abonnement? (Meerkeuzevraag)	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
De vaste kosten per maand	61%	70%	76%	61%	64%
Inzicht in mijn eigen verbruik (MB's, belminuten, Smsjes)	44%	41%	48%	47%	46%
De mogelijkheid om nummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	31%	45%	45%	38%	39%
De contractduur	43%	50%	44%	34%	38%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van het netwerk	42%	41%	44%	34%	36%
De snelheid van het netwerk	32%	32%	42%	28%	30%
De mogelijkheid om de maandelijkse kosten voor gebruik in de hand te houden	23%	23%	33%	25%	26%
Specificaties en prijzen van toestellen	23%	26%	25%	16%	19%
De eventuele bijbetaling voor toestel	21%	19%	26%	15%	17%
Kosten voor gebruik buiten de bundel	17%	25%	22%	15%	17%
Informatie over de klantvriendelijkheid van de aanbieder	12%	12%	32%	13%	15%
De afronding van belminuten of data en geldigheidsduur van niet verbruikt tegoed	11%	11%	17%	9%	11%
Anders	5%	4%	7%	5%	5%
Weet niet	2%	1%	3%	2%	2%

Resultaten

Mobiele telefonie 11

H1 Overstapgedrag 14

H2 Huidige aanbieder 26

2.1 Beoordeling aanbieder 26

2.2 Keuzeprocess voor aanbieder 31

H3 Prijsperceptie 41

Multiplay 49

H4 Overstapgedrag 52

H5 Huidige aanbieder 64

5.1 Beoordeling dienstverlener 64

5.2 Keuzeprocess voor leverancier 72

H6 Prijsperceptie 80

Mobiel – Prijsperceptie | Beleving prijzen

Prijsbeleving slechter dan afgelopen jaren

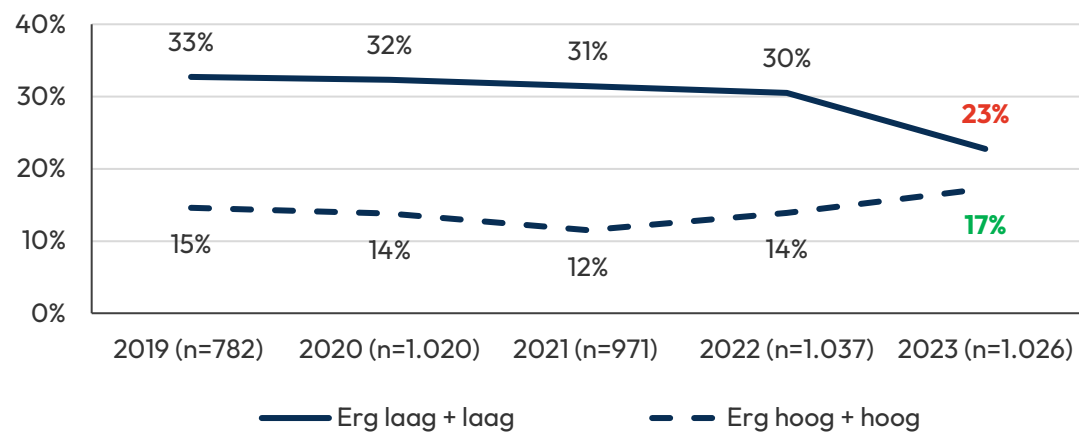
Dit jaar geeft 23% van de consumenten aan dat zij de prijzen voor hun mobiele telefoonabonnement over het algemeen (erg) laag vinden. Dat is een daling ten opzichte van afgelopen jaren.

Het aandeel consumenten dat de prijs (erg) hoog vindt, is in de afgelopen jaren gestegen (2021: 12%; 2022: 14%; 2023: 17%).

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het mobiele telefoonabonnement bij jouw mobiele telefoonaanbieder?



Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het mobiele telefoonabonnement bij jouw mobiele telefoonaanbieder?



[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Mobiel – Prijsperceptie | Prijsbesparing en -drempel

Consumenten betalen gemiddeld meer per maand voor hun mobiele telefoonabonnement

Consumenten geven aan dat zij gemiddeld €18,20 per maand betalen voor hun mobiele telefoonabonnement. Dat is gestegen t.o.v. voorgaande jaren. 14% weet niet wat zij maandelijks betalen voor hun abonnement.

Bijna zes op de tien consumenten (59%) kunnen geen antwoord geven op de vraag wat zij denken te besparen als ze overstappen naar een andere aanbieder. Degenen die wel een inschatting kunnen maken verwachten een besparing van gemiddeld €3,97 per maand. De verwachte besparing is ongeveer gelijk aan vorig jaar.

Consumenten vinden het bij een besparing van gemiddeld €7,05 aantrekkelijk worden om over te stappen van aanbieder. Dat is ongeveer gelijk aan vorig jaar. 49% weet niet waar de prijsdrempel voor hen ligt.

Weet je -zonder dit op te zoeken- wat je per maand betaalt voor jouw mobiele telefoonabonnement?	2021 (n= 1.020)	2022 (n= 1.037)	2023 (n= 1.026)
Gemiddeld per maand	€18,35	€18,06	€19,20
Gemiddeld (excl. outliers)*	€17,39	€16,80	€18,20
% weet niet	12%	12%	14%

Wat verwacht je per maand te besparen als je overstapt naar een andere mobiele telefoonaanbieder?	2021 (n= 1.020)	2022 (n= 1.037)	2023 (n= 1.026)
Gemiddelde besparing per maand	€5,25	€4,00	€4,82
Gemiddelde besparing (excl. outliers)*	€3,46	€3,27	€3,97
% weet niet	52%	51%	59%

Prijsverschil per maand waarbij het aantrekkelijk wordt om over te stappen	2021 (n= 1.020)	2022 (n= 1.037)	2023 (n= 1.026)
Gemiddelde prijsverschil per maand	€7,30	€7,58	€7,89
Gemiddelde prijsverschil (excl. outliers)*	€6,68	€6,81	€7,05
% weet niet	44%	42%	49%

**Indien de z-score van de waarneming 3x hoger of 3x lager lag dan het gemiddelde zijn de waarnemingen als outliers beschouwd en uit de analyse gehaald. De outliers komen mogelijk voort uit een typefout van de respondent.*

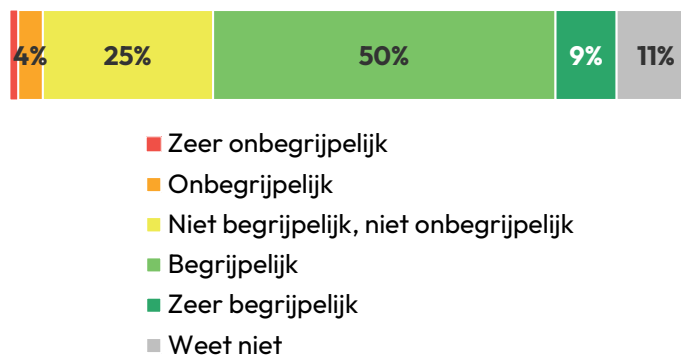
Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar
Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Mobiel – Prijsperceptie | Begrijpelijkheid en vergelijkbaarheid informatie

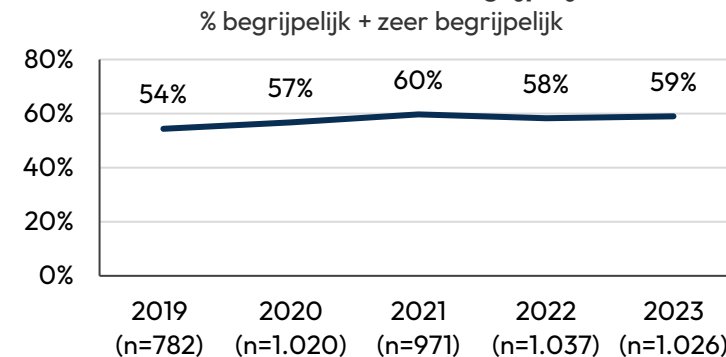
Zes op de tien vinden informatie over prijzen en voorwaarden begrijpelijk

De meerderheid (59%) van de consumenten vindt de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen begrijpelijk. Dat is ongeveer gelijk aan vorig jaar (2022: 58%). Slechts 5% vindt de informatie niet begrijpelijk.

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen begrijpelijk?



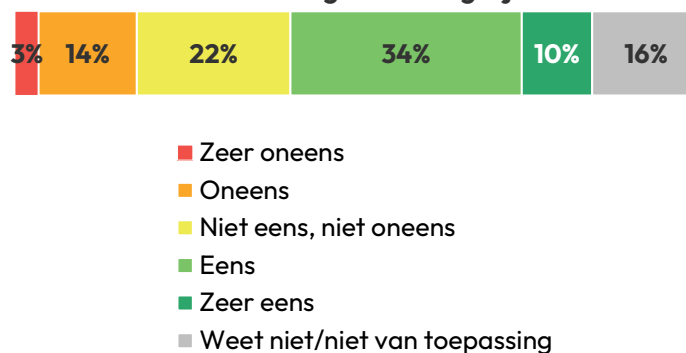
In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen begrijpelijk?



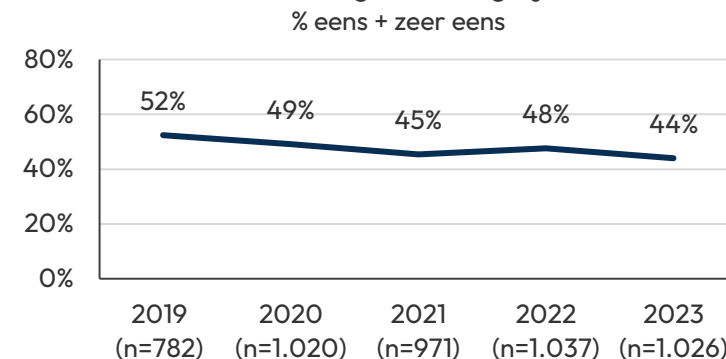
Steeds minder consumenten vinden het moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders te vergelijken

44% van de consumenten vindt het moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken. Dit aantal daalt sinds 2019, met een korte onderbreking vorig jaar (2019: 52%, 2020: 49%, 2021: 45%, 2022: 48%).

Het is moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken



Het is moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken



[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: prijsbeleving

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het mobiele telefoonabonnement bij jouw mobiele telefoon aanbieder?	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
Erg laag	9%	4%	2%	4%	4%
Laag	24%	13%	17%	19%	19%
Niet hoog, niet laag	44%	65%	52%	56%	56%
Hoog	18%	17%	25%	13%	15%
Erg hoog	4%	0%	4%	2%	2%
Weet niet	0%	1%	0%	6%	4%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: begrijpelijkheid prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen begrijpelijk?	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
Zeer onbegrijpelijk	1%	0%	3%	1%	1%
Onbegrijpelijk	6%	2%	3%	4%	4%
Niet begrijpelijk, niet onbegrijpelijk	24%	26%	23%	25%	25%
Begrijpelijk	50%	64%	56%	46%	50%
Zeer begrijpelijk	16%	5%	10%	9%	9%
Weet niet	3%	3%	5%	15%	11%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: vergelijkbaarheid prijzen van mobiele telefoonabonnementen

Kun je aangeven in hoeverre je het oneens of eens bent met deze stellingen over prijzen van mobiele telefoonaanbieders? Het is moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken	Van aanbieder veranderd (n=95)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=126)	Georiënteerd op een overstap (n=109)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=696)	2023 (n=1.026)
Zeer oneens	3%	1%	1%	4%	3%
Oneens	13%	23%	20%	12%	14%
Niet eens, niet oneens	21%	23%	13%	24%	22%
Eens	40%	31%	47%	31%	34%
Zeer eens	17%	12%	16%	8%	10%
Weet niet / niet van toepassing	6%	11%	3%	20%	16%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Resultaten

Mobiele telefonie 11

H1 Overstapgedrag 14

H2 Huidige aanbieder 26

2.1 Beoordeling aanbieder 26

2.2 Keuzeprocess voor aanbieder 31

H3 Prijsperceptie 41

Multiplay 49

H4 Overstapgedrag 52

H5 Huidige aanbieder 64

5.1 Beoordeling aanbieder 64

5.2 Keuzeprocess voor aanbieder 72

H6 Prijsperceptie 80

Leeswijzer (1/2)

In het volgende gedeelte van het rapport gaan we in op de resultaten van de 'multiplay'-markt, ofwel de markt van internetaanbieders die ook telefonie en tv aanbieden. De resultaten zijn in de volgende thema's ondergebracht:

- **Overstapgedrag (H4).** In dit hoofdstuk behandelen we het overstapgedrag: wat waren aanleidingen voor het oriëntatieproces, wat waren redenen om een overstap te maken en via welk kanaal is uiteindelijk het nieuwe abonnement afgesloten. We kijken ook naar consumenten die niet van aanbieder zijn veranderd: waarom zijn ze gebleven?
- **Huidige aanbieder & Keuzeprocess (H5).** Dit hoofdstuk is ingedeeld in twee paragrafen. Als eerste behandelen we kort de beoordeling van de huidige internetaanbieder en redenen waarom men het mobiele telefonieabonnement wel of niet bij de internetaanbieder heeft afgesloten. In de tweede paragraaf behandelen we hoe consumenten tegen overstappen aankijken. We kijken daarna nog naar gebruikte informatie(bronnen) tijdens het oriëntatieproces.

- **Prijsperceptie (H6).** In dit hoofdstuk kijken we naar de prijsbeleving: vinden consumenten hun abonnement duur of niet. Daarna behandelen we de kosten: wat is het maandbedrag, wat verwacht men te kunnen besparen bij een overstap en wat is de prijsdrempel (de verwachte besparing) waarbij het aantrekkelijk wordt om over te stappen. We sluiten de paragraaf af met de mate waarin men prijsinformatie begrijpelijk vindt en vergelijkbaar tussen aanbieders

Elke paragraaf wordt afgesloten met een overzicht van de resultaten uitgesplitst naar de verschillende overstapgroepen. De volgende overstapgroepen worden onderscheiden:

- In de afgelopen 12 maanden overgestapt van internetaanbieder (n=150)
- In de afgelopen 12 maanden bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)
- In de afgelopen 12 maanden georiënteerd op een ander abonnement bij de huidige aanbieder of een overstap naar een andere aanbieder (n=143)
- In de afgelopen 12 maanden niet overgestapt en zich niet georiënteerd op een overstap (n=889)

Leeswijzer (2/2)

De resultaten zijn weergegeven in grafieken en worden ondersteund door tekst. In de grafieken geven we significante verschillen* aan met een groene pijl omhoog ▲ (hoger dan vorig jaar in het geval van jaarresultaten of hoger dan het resultaat van de andere overstapgroepen) of een rode pijl omlaag ▼ (lager dan vorig jaar in het geval van jaarresultaten of lager dan het resultaat van de andere overstapgroepen). In de tabellen geven we significante verschillen in percentages aan met kleur (**groen**: hoger dan voorgaand jaar of dan de andere switchgroepen; **rood**: lager dan voorgaand jaar of dan de andere switchgroepen).

•Indien we significante en relevante verschillen** vinden tussen de huidige meting en de voorgaande meting benoemen we dit in de tekst. We benoemen het ook als we een trendmatige ontwikkeling zien over meerdere jaren.

Significante verschillen tussen overstapgroepen geven we aan door de percentages een kleur te geven: (**groen**: hoger in vergelijking met de andere groepen samen; **rood**: lager in vergelijking met de andere groepen samen).

Geaggregeerde percentages (bijvoorbeeld de som van de percentages 'zeer eens' en 'eens') die we in de tekst noemen, kunnen soms iets (1 procentpunt) afwijken van de som van de onderliggende percentages in de grafiek. Dat komt door afrondingsverschillen.

In verband met de leesbaarheid van de grafieken zijn lage percentages die buiten de lay-out van de grafiek vallen, niet weergegeven.

* significant: getoetst met een alpha van 0,05

** Of een verschil relevant is, is afhankelijk van de grootte van het verschil (in procentpunten en ten opzichte van de gevonden waarden) én de inhoudelijke betekenis (in hoeverre is het belangrijk voor de beantwoording van de onderzoeksvragen). Als uitgangspunt voor de grootte van het verschil hanteren we een grens van vijf procentpunten voordat we een significant verschil ook in de tekst benoemen. Er zijn enkele uitzonderingen in het rapport, waarbij verschillen worden benoemd die kleiner zijn dan vijf procentpunten (maar wel significant). Deze verschillen zijn dusdanig belangrijk in de context van het onderzoek dat we deze wel rapporteren.

Resultaten

Mobiele telefonie

H1 Overstapgedrag

H2 Huidige aanbieder

2.1 Beoordeling aanbieder

2.2 Keuzeproces voor aanbieder

H3 Prijsperceptie

Multiplay **49**

H4 Overstapgedrag **52**

H5 Huidige aanbieder **64**

5.1 Beoordeling aanbieder 64

5.2 Keuzeproces voor aanbieder 72

H6 Prijsperceptie **80**

Multiplay - Overstappedgedrag | Overstap

Wederom geen verandering in overstappedgedrag

In de afgelopen 12 maanden is 20% veranderd van abonnement:

- 12% heeft een nieuw abonnement bij een andere aanbieder.
- 8% heeft een nieuw abonnement of zijn pakket veranderd bij de huidige aanbieder.

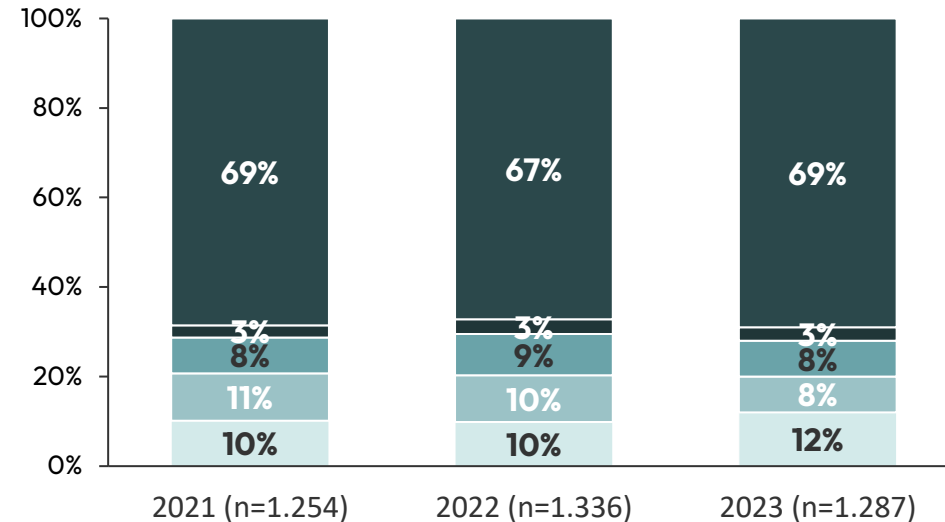
Circa één op de tien (11%) heeft zich georiënteerd op een nieuw abonnement:

- 8% heeft zich georiënteerd op een overstap naar een andere aanbieder.
- 3% heeft zich georiënteerd op een nieuw abonnement of wijziging in het pakket bij de huidige aanbieder.

69% is in de afgelopen 12 maanden niet overgestapt van abonnement en heeft zich ook niet georiënteerd op een nieuw abonnement.

Het overstappedgedrag is nagenoeg gelijk aan dat van de afgelopen jaren.

Ben je in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een nieuwe aanbieder voor internet?



- Nee, ik ben niet overgestapt
- Nee, maar ik heb mij wel georiënteerd op een overstap naar een ander pakket bij mijn aanbieder
- Nee, maar ik heb wel gekozen voor een ander abonnement of heb een wijziging doorgevoerd
- Nee, maar ik heb me wel georiënteerd op een overstap naar een andere aanbieder
- Ja

[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay - Overstapgedrag | Aantal jaren klant

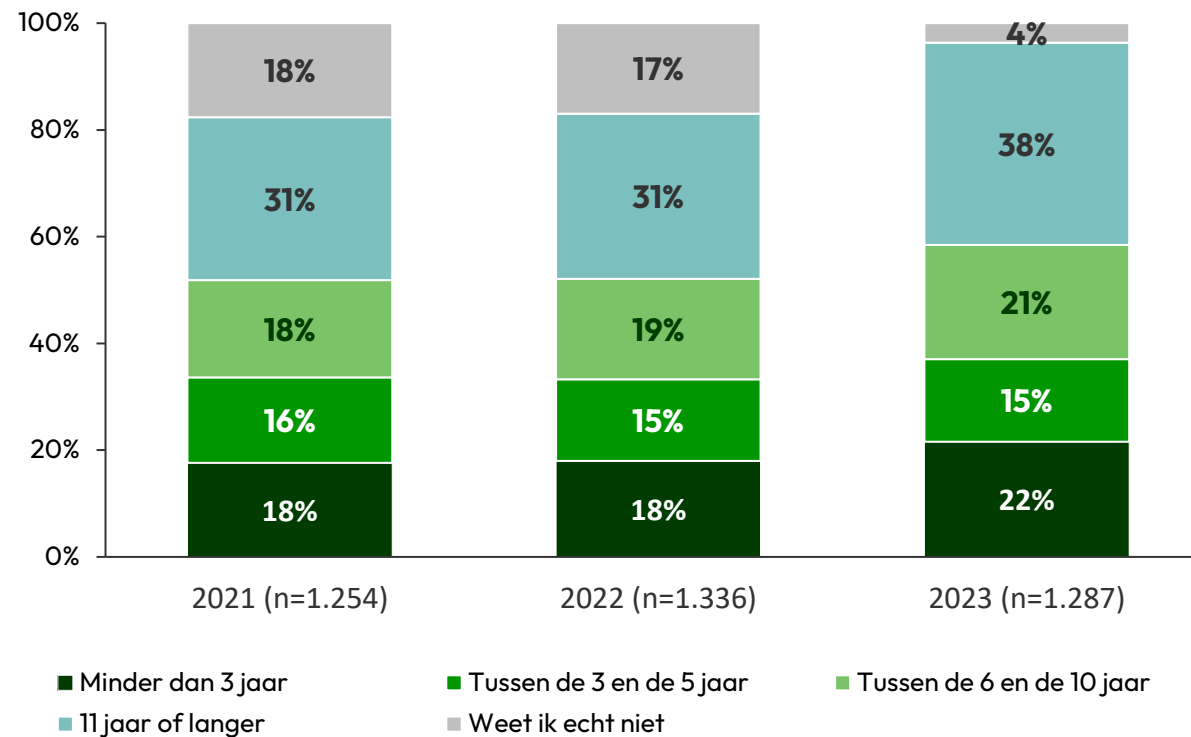
Verdeling aantal jaar klant vrijwel onveranderd

Circa vier op de tien van de ondervraagde consumenten zijn 5 jaar of minder lang klant bij de huidige telefoonaanbieder (37%), 60% is zes jaar of langer klant bij de huidige aanbieder en 4% weet niet precies hoe lang ze al klant zijn bij hun huidige aanbieder.

N.B.1: Er moet worden opgemerkt dat de cijfers zijn gebaseerd op zelfrapportage. De zelfrapportagecijfers wijken mogelijk af van de werkelijke cijfers, omdat respondenten zich niet altijd goed herinneren hoelang ze precies bij dezelfde mobiele telefoonaanbieder zitten.

N.B.2: Voorgaande jaren vulden respondenten zelf een getal in voor het aantal jaar dat zij klant zijn. Dit jaar konden respondenten een categorie aangeven (bijv. minder dan 3 jaar). Omdat de antwoordmanier is veranderd, is een vergelijking niet meer zuiver te maken. Zelf bedenken hoe lang je klant ben en daar een getal aan hangen vraagt meer van respondenten dan een bandbreedte aangeven (door middel van een categorie). Dat verklaart mogelijk waarom voorgaande jaren meer respondenten antwoorden met 'weet ik echt niet'.

Hoeveel jaar heb je al een abonnement voor internet bij jouw aanbieder?



[Kik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay - Overstapgedrag | Aanleidingen overstap

Maandelijkse kosten iets minder vaak een reden om zich te gaan oriënteren, maar wel nog steeds meest genoemde reden

Besparen op maandelijkse kosten is nog steeds de belangrijkste reden om over te stappen naar een andere internetaanbieder. Wel noemen minder consumenten deze aanleiding dan in 2022 (gedaald van 45% naar 36%).

Meer consumenten noemen als aanleiding dat:

- zij een persoonlijk aanbod kregen van een andere aanbieder (6% in 2022 vs. 9% in 2023);
- zij een veranderde persoonlijke situatie hadden (5% in 2022 vs. 9% in 2023);
- zij een persoonlijk aanbod kregen van hun huidige aanbieder (5% in 2022 vs. 9% in 2023).

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Wat was/waren voor jou aanleiding(en) om in actie te komen? (Meerkeuzevraag) Basis: is overgestapt of heeft zich georiënteerd op een overstap (bij dezelfde of andere aanbieder)	2021 (n=394)	2022 (n=438)	2023 (n=398)
Ik wilde besparen op maandelijkse kosten	36%	45%	36%
Ik zag een beter aanbod/ productaanbod	15%	21%	21%
De contractperiode van mijn abonnement liep af	11%	15%	14%
Ik was (on)tevreden over mijn vorige/huidige aanbieder	21%	14%	13%
Ik wilde een hogere internetsnelheid	19%	16%	12%
Ik kreeg combinatievoordeel door mijn vaste diensten te combineren met mobiel*	-	-	9%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van een andere aanbieder	5%	6%	9%
Mijn persoonlijke situatie is veranderd	11%	5%	9%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn huidige aanbieder	6%	5%	9%
Ik wilde een ander tv-zenderpakket	11%	8%	8%
Ik wilde graag alle diensten onderbrengen bij 1 aanbieder	8%	10%	7%
Het aanbod van mijn huidige aanbieder is veranderd	8%	8%	6%
Mijn aanbieder is samengegaan of ondergebracht bij een andere aanbieder	5%	5%	6%
Vanwege een advertentie van een aanbieder	5%	6%	5%
Ik wilde vaste telefonie toevoegen of opzeggen	8%	8%	3%
Ik wilde mobiele telefonie toevoegen of opzeggen	2%	4%	3%
Op advies van anderen	4%	4%	4%
Ik wilde televisie toevoegen of opzeggen	6%	3%	4%
Anders	9%	8%	10%
Weet niet	3%	1%	3%

*Nieuw in 2023

Multiplay - Overstappedrag | Redenen overstap

Prijs vaker een reden om over te stappen

De prijs is voor veruit de meesten aanleiding om over te stappen op een andere aanbieder of ander abonnement. Dit jaar gaven meer consumenten aan dat dit voor hen de doorslaggevende reden was (46% vs. 37% in 2022).

Wat waren voor jou redenen om over te stappen op een andere aanbieder/abonnement? (Meerkeuzevraag) Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)	2021 (n=228)	2022 (n=254)	2023 (n=255)
Vanwege de prijs	33%	37%	46%
Vanwege de snelheid	23%	20%	18%
Vanwege een aanbieding	13%	19%	15%
Vanwege het pakket	29%	17%	12%
Ik wilde graag alle diensten (internet, vaste of mobiele telefonie en televisie) onderbrengen bij 1 aanbieder	7%	7%	9%
Vanwege de betrouwbaarheid	9%	9%	7%
Mijn nieuwe aanbieder werd mij geadviseerd door anderen	8%	7%	6%
Vanwege service	11%	5%	6%
Vanwege de koppeling met mijn mobiele telefoonabonnement	9%	6%	4%
Mijn nieuwe aanbieder biedt meer of andere zenders voor films, series of sport	3%	4%	1%
Anders	11%	11%	10%
Weet niet	4%	4%	5%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

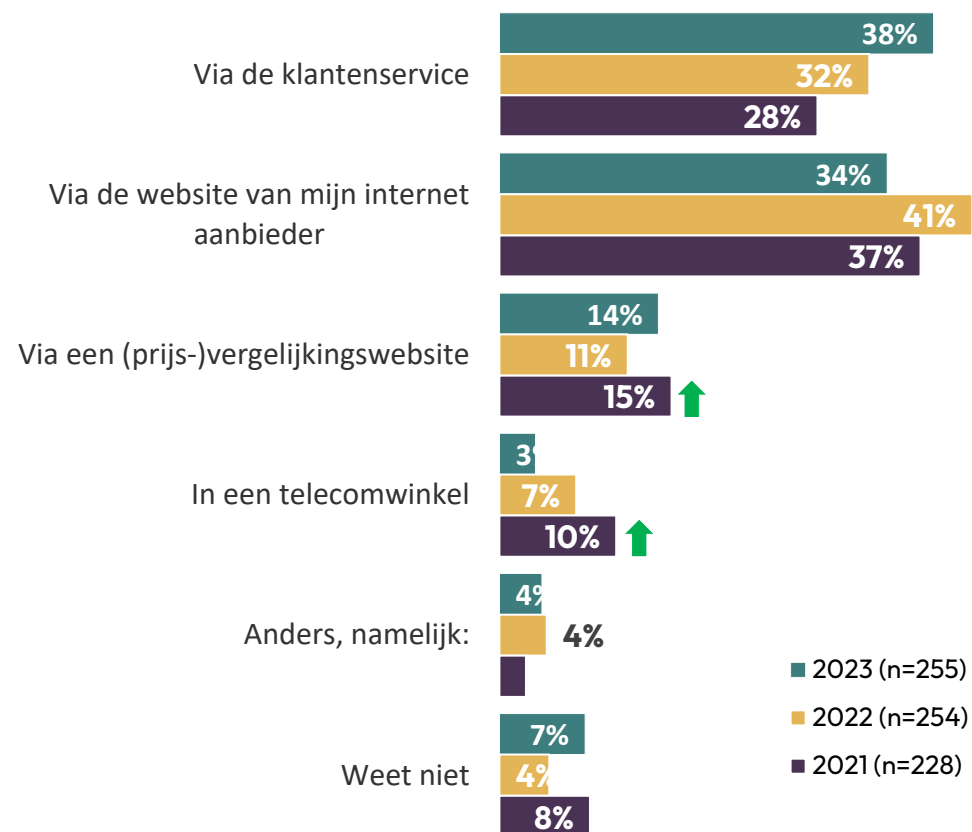
Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Multiplay - Overstappedrag | Gebruikt kanaal bij overstap

Klantenservice meest gebruikte kanaal om nieuw abonnement af te sluiten

38% van de consumenten sloot via de klantenservice een nieuw abonnement af. Dat maakt de klantenservice het populairste middel voor consumenten om een nieuw abonnement af te sluiten. Als tweede is de website van de internetaanbieder het meest gebruikte middel (34%).

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe abonnement afgesloten? Basis: Is (intern) overgestapt



[Kik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay - Overstapgedrag | Redenen om te blijven

Tevredenheid blijft meest genoemde reden om te blijven

49% van de Nederlanders motiveert hun keuze om te blijven bij hun huidige internetaanbieder omdat zij tevreden zijn over hun aanbieder. Ook vindt ongeveer een kwart (24%) van de consumenten die zijn gebleven dat de huidige aanbieder goede service biedt en een goede internetsnelheid heeft (23%).

Minder consumenten dan in 2022 zijn van mening dat de huidige aanbieder goede service biedt (van 28% naar 24%) en ook het aantal consumenten dat de goede internetsnelheid als reden gaf om te blijven daalde (van 27% naar 23%).

Ook het aantal consumenten dat er niet zeker van is of andere aanbieder kunnen leveren op hun adres daalt iets, van 5% in 2022 naar 3% in 2023.

Wat waren voor jou redenen om niet over te stappen naar een andere aanbieder van internet? (Meerkeuzevraag) Basis: is niet van aanbieder veranderd	2021 (n=1.126)	2022 (n=1.205)	2023 (n=1.137)
Ik ben tevreden over mijn huidige aanbieder	53%	53%	49%
Mijn huidige aanbieder biedt goede service	28%	28%	24%
Mijn huidige aanbieder heeft een goede internetsnelheid	23%	27%	23%
Ik heb ook een mobiel abonnement bij deze aanbieder en dat combinatievoordeel wil ik niet verliezen	17%	19%	19%
Mijn huidige aanbieder heeft een gunstige prijs	16%	19%	16%
Er zit geen/nauwelijks verschil tussen aanbieders	14%	16%	16%
Overstappen kost veel tijd/moeite	14%	13%	15%
Ik ben bang voor administratieve rompslomp als ik overstap	11%	10%	11%
Ik vind het te ingewikkeld om over te stappen	10%	8%	10%
Diensten bij mijn huidige aanbieder die ik niet bij andere aanbieders kan krijgen	13%	10%	9%
Ik ben bang dat ik toch meer zal betalen dan mij is beloofd	8%	8%	8%
Ik ben bang dat ik tijdelijk geen internet heb als ik overstap	6%	5%	5%
Ik weet niet zeker of andere aanbieders op mijn adres kunnen leveren	6%	5%	3%
Anders	7%	6%	5%
Weet niet	4%	4%	7%



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: aanleidingen

Wat was/waren voor jou aanleiding(en) om over te stappen/je te oriënteren? (Meerkeuzevraag) Basis: is overgestapt of heeft zich georiënteerd op een overstap (bij dezelfde of andere aanbieder)	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	2023 (n=398)
Ik wilde besparen op maandelijkse kosten	24%	37%	86%	36%
Ik zag een beter aanbod/ productaanbod	26%	16%	40%	21%
Ik wilde een hogere internetsnelheid	8%	12%	28%	12%
De contractperiode van mijn abonnement liep af	10%	19%	30%	14%
Ik was (on)tevreden over mijn vorige/huidige aanbieder	18%	3%	27%	13%
Ik wilde graag alle diensten onderbrengen bij 1 aanbieder	4%	15%	8%	7%
Ik wilde een ander tv-zenderpakket	5%	10%	23%	8%
Het aanbod van mijn huidige aanbieder is veranderd	4%	7%	17%	6%
Ik wilde vaste telefonie toevoegen of opzeggen	2%	9%	5%	4%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van een andere aanbieder	9%	9%	15%	9%
Vanwege een advertentie van een aanbieder	8%	1%	10%	5%
Mijn persoonlijke situatie is veranderd	15%	9%	11%	9%
Mijn aanbieder is samengegaan of ondergebracht bij een andere aanbieder	11%	1%	5%	6%
Ik kreeg een persoonlijk aanbod van mijn huidige aanbieder	6%	14%	16%	9%
Ik wilde mobiele telefonie toevoegen of opzeggen	3%	3%	3%	3%
Op advies van anderen	4%	6%	3%	4%
Ik wilde televisie toevoegen of opzeggen	4%	3%	11%	4%
Anders	12%	8%	13%	10%
Weet niet	0%	4%	13%	3%

Verschillen tussen overstapgroepen: overstapreden

Wat waren voor jou redenen om over te stappen op een andere aanbieder? (Meerkeuzevraag) <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	Van aanbieder veranderd (n=125)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=95)	2023 (n=255)
Vanwege de prijs	46%	46%	46%
Vanwege de snelheid	15%	22%	18%
Vanwege een aanbieding	12%	20%	15%
Vanwege het pakket	9%	17%	12%
Ik wilde graag alle diensten (internet, vaste of mobiele telefonie en televisie) onderbrengen bij één aanbieder	8%	10%	9%
Vanwege de betrouwbaarheid	12%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	7%
Vanwege service	11%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	6%
Mijn nieuwe aanbieder werd mij geadviseerd door anderen	9%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	6%
Vanwege de koppeling met mijn mobiele telefoonabonnement	4%	3%	4%
Mijn nieuwe aanbieder biedt meer of andere zenders voor films, series of sport	1%	<i>Niet uitgevraagd voor deze groep</i>	1%
Anders	14%	4%	10%
Weet niet	5%	6%	5%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: overstapkanaal

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe abonnement afgesloten? <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	2023 (n=255)
Via de website van mijn internet aanbieder	38%	27%	34%
Via de klantenservice	25%	56%	38%
Via een (prijs-)vergelijkingswebsite	18%	8%	14%
Via een telecomwinkel	5%	1%	3%
Anders	6%	0%	4%
Weet niet	7%	8%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: blijfredenen

Wat waren voor jou redenen om niet over te stappen naar een andere aanbieder van internet? (Meerkeuzevraag) Basis: is niet van aanbieder veranderd	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=889)	2023 (n=1.137)
Ik ben tevreden over mijn huidige aanbieder	37%	55%	55%	49%
Mijn huidige aanbieder biedt goede service	20%	26%	26%	24%
Mijn huidige aanbieder heeft een goede internetsnelheid	26%	36%	23%	23%
Mijn huidige aanbieder heeft een gunstige prijs	20%	28%	16%	16%
Ik heb ook een mobiel abonnement bij deze aanbieder en dat combinatievoordeel wil ik niet verliezen	26%	26%	19%	19%
Er zit geen/nauwelijks verschil tussen aanbieders	18%	29%	15%	16%
Overstappen kost veel tijd/moeite	17%	21%	15%	15%
Ik ben bang voor administratieve rompslomp als ik overstap	10%	25%	10%	11%
Diensten bij mijn huidige aanbieder die ik niet bij andere aanbieders kan krijgen	18%	25%	8%	9%
Ik vind het te ingewikkeld om over te stappen	8%	26%	9%	10%
Ik ben bang dat ik toch meer zal betalen dan mij is beloofd	9%	16%	8%	8%
Ik ben bang dat ik tijdelijk geen internet heb als ik overstap	5%	9%	4%	5%
Ik weet niet zeker of andere aanbieders op mijn adres kunnen leveren	3%	10%	2%	3%
Anders	0%	20%	5%	5%
Weet niet	11%	20%	6%	7%

Resultaten

Mobiele telefonie

H1 Overstapgedrag

H2 Huidige aanbieder

2.1 Beoordeling aanbieder

2.2 Keuzeproces voor aanbieder

H3 Prijsperceptie

Multiplay **49**

H4 Overstapgedrag **52**

H5 Huidige aanbieder **64**

5.1 Beoordeling aanbieder **64**

5.2 Keuzeproces voor aanbieder **72**

H6 Prijsperceptie **80**

Multiplay – Huidige leverancier | Beoordeling aanbieder

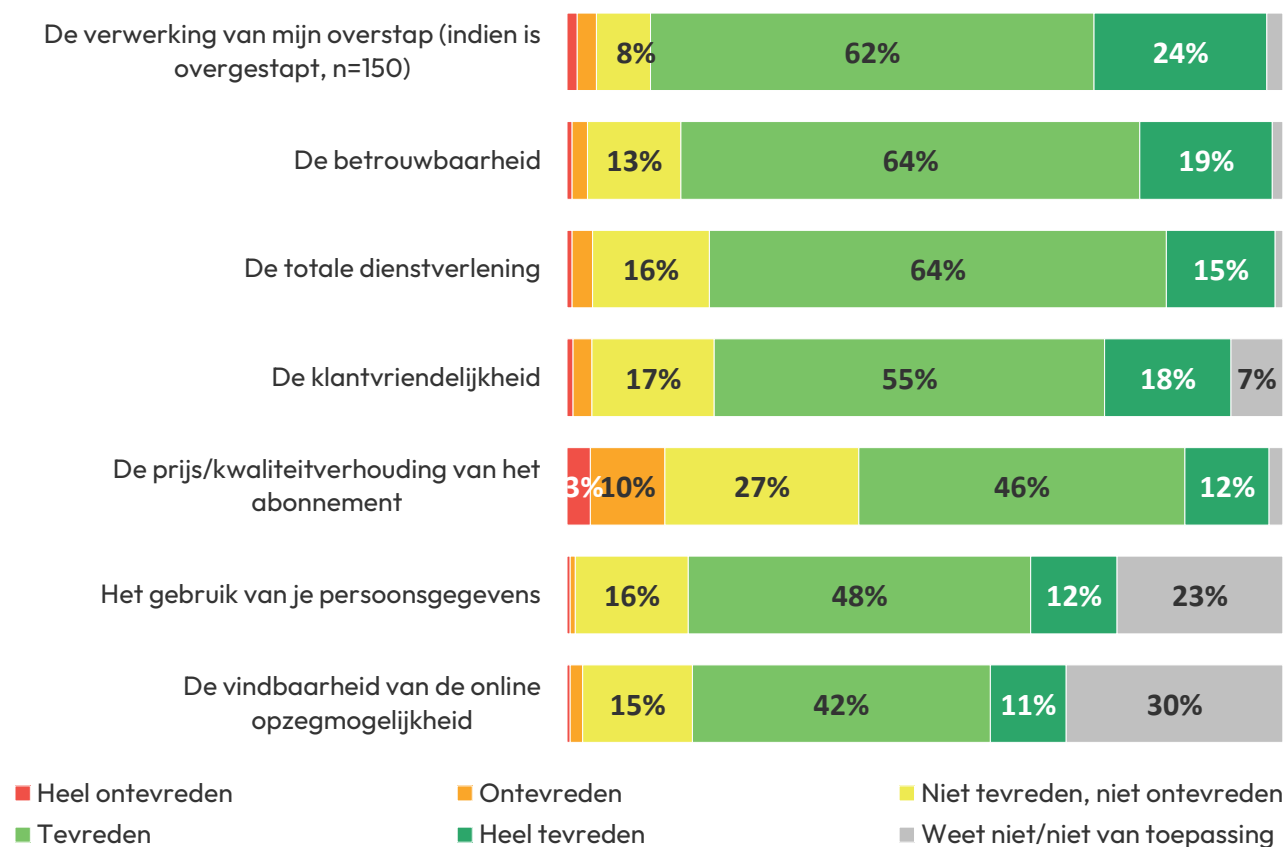
Consumenten zijn over het algemeen erg tevreden met huidige internetaanbieder

Respondenten zijn over de eigen aanbieder met name tevreden over de verwerking van de overstap (indien overgestapt), waarover 86% (heel) tevreden is. Verder worden de betrouwbaarheid (83%) en de totale dienstverlening (79%) ook goed beoordeeld. Ook over de overige aspecten is meer dan de helft van de Nederlanders (heel) tevreden.

Ten opzichte van vorig jaar zijn minder consumenten tevreden over de klantvriendelijkheid (gedaald van 76% naar 72%) en de prijs/kwaliteitverhouding van hun abonnement (gedaald van 63% naar 57%).

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw internet aanbieder over deze aspecten?

Basis: meting 2023, n=1.287

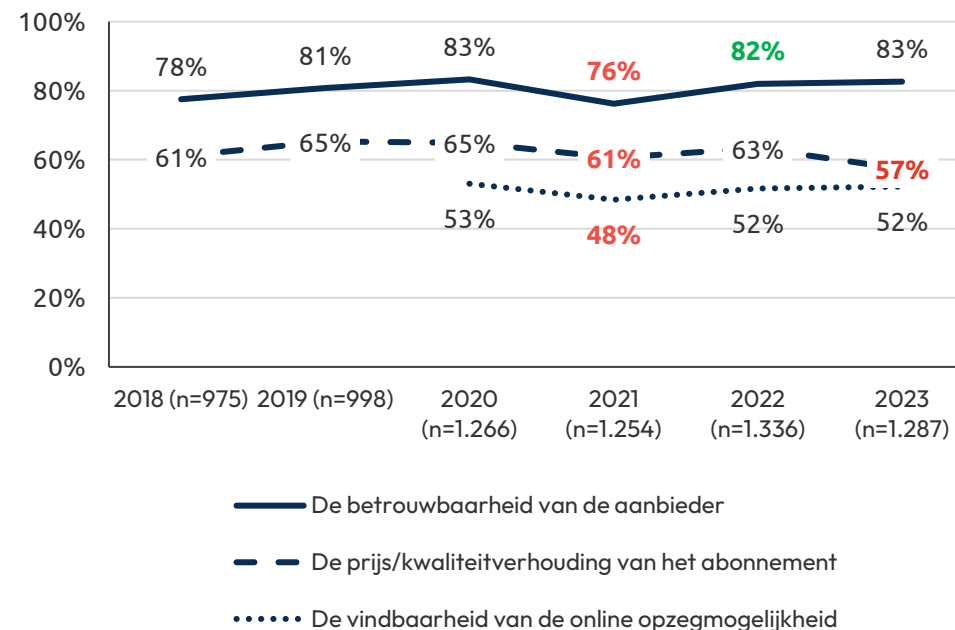
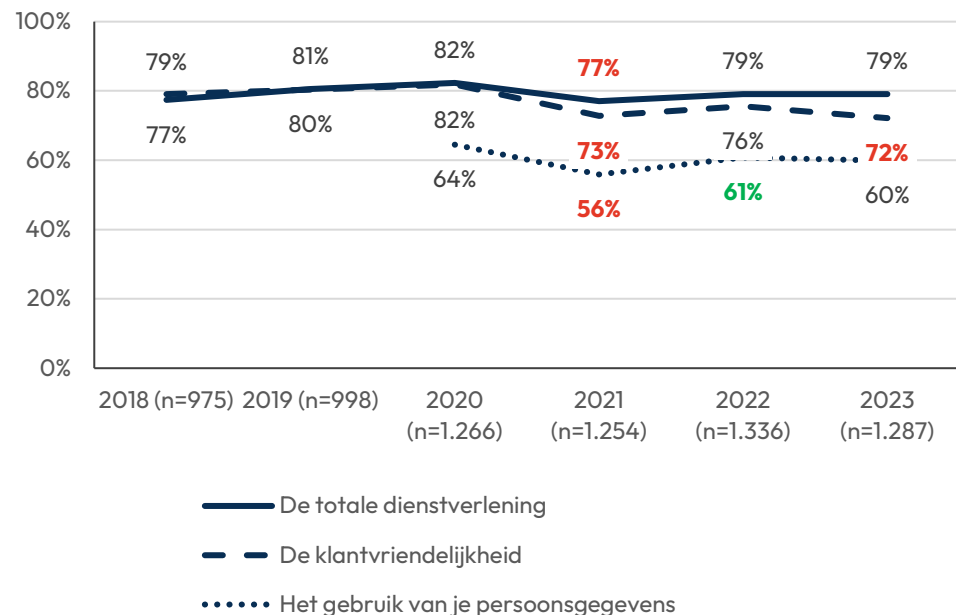


[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay – Huidige leverancier | Beoordeling aanbieder

Minder consumenten zijn tevreden over de klantvriendelijkheid van hun aanbieder en de prijs/kwaliteitverhouding van hun abonnement.

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw internet aanbieder over deze aspecten?
% tevreden + heel tevreden



[Klik voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay – Huidige leverancier | Vast pakket

Korting op abonnement minder een reden om mobiele telefonie naast vaste pakket af te nemen

Vergeleken met 2022 noemen minder consumenten als reden om mobiele telefoon bij een vast pakket af te nemen een korting op abonnement bij het afnemen van meerdere diensten (gedaald van 68% in 2022 naar 60% in 2023). Wel is het nog steeds de meest genoemde reden, en voor de helft van de consumenten de meest belangrijke reden (45%).

Verder zijn extra datategoed (35%), het gemak van één aanspreekpunt (26%) en gratis extra tv-zenders (26%) redenen voor consumenten om mobiele telefonie samen met een vast pakket af te nemen.

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

*Nieuw/aangepast in 2022

** Nieuw/aangepast in 2023

Wat zijn voor jou belangrijke redenen om jouw mobiele telefoon abonnement bij je vaste pakket af te nemen? (Meerkeuzevraag) <i>Basis: Neemt ook mobiele telefonie af bij internetaanbieder</i>	2021 (n=243)	2022 (n=422)	2023 (n=478)
Korting op abonnement bij het afnemen van meerdere diensten	60%	68%	60%
Gratis extra data tegoed	32%	39%	35%
Gemak van één aanspreekpunt	24%	31%	26%
Gratis extra Tv-zender(s) (zoals Ziggo Sport, ESPN, buitenlandse zenders, etc.)*	-	28%	26%
Gratis of korting op andere betaalde diensten, zoals Spotify**	-	-	19%
Gratis extra series en/of video-on-demand (zoals HBO, Videoland, Viaplay, etc.)*	-	20%	12%
Anders	2%	2%	3%
Weet niet	18%	8%	14%

Wat is voor jou de <u>belangrijkste</u> reden om jouw mobiele telefoon abonnement bij je vaste pakket af te nemen? (enkele keuze vraag) <i>Basis: Neemt ook mobiele telefonie af bij internetaanbieder</i>	2021 (n=243)	2022 (n=422)	2023 (n=478)
Korting op abonnement bij het afnemen van meerdere diensten	48%	54%	45%
Gratis extra data tegoed	10%	10%	12%
Gemak van één aanspreekpunt	10%	9%	12%
Gratis extra Tv-zender(s) (zoals Ziggo Sport Totaal, ESPN, buitenlandse zenders, etc.)*	-	7%	9%
Gratis extra series en/of video-on-demand (zoals HBO, Videoland, Viaplay, etc.)*	-	4%	1%
Gratis of korting op andere betaalde diensten, zoals Spotify**	-	-	2%
Anders	2%	2%	3%
Weet niet	18%	8%	14%

Multiplay – Huidige leverancier | Geen vast pakket

Prijs en overstapgemak belangrijke redenen om mobiele telefonie en internet gescheiden af te nemen

27% van de consumenten die geen mobiele telefonie afnemen bij hun internetprovider noemt de prijs als een belangrijke reden. Daarnaast geeft 17% aan dat het eventueel makkelijker is om over te stappen naar een andere aanbieder. Ongeveer een kwart (24%) van de consumenten heeft zich niet verdiept in deze optie.

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Wat zijn voor jou belangrijke redenen om jouw mobiele telefoon abonnement <u>niet</u> bij dezelfde aanbieder of partneraanbieder (moeder of dochterbedrijf) af te nemen? (Meerkeuzevraag) <i>Basis: Neemt geen mobiele telefonie af bij internetaanbieder</i>	2021 (n=759)	2022 (n=688)	2023 (n=626)
Het is goedkoper	22%	25%	27%
Ik heb me hier niet in verdiept	28%	23%	24%
Makkelijker overstappen naar een andere aanbieder	16%	19%	17%
Mijn huidige abonnementen lopen nog	12%	11%	12%
Ik kies per dienst de aanbieder met de beste kwaliteit	12%	14%	11%
Mijn huidige aanbieder biedt deze optie niet aan	7%	5%	7%
Anders	9%	11%	7%
Weet niet	14%	14%	17%
Wat is voor jou de <u>belangrijkste</u> reden om jouw mobiele telefoon abonnement <u>niet</u> bij dezelfde aanbieder of partneraanbieder (moeder of dochterbedrijf) af te nemen? (enkele keuze vraag) <i>Basis: Neemt geen mobiele telefonie af bij internetaanbieder</i>	2021 (n=759)	2022 (n=688)	2023 (n=626)
Het is goedkoper	20%	22%	24%
Ik heb me hier niet in verdiept	22%	19%	17%
Makkelijker overstappen naar een andere aanbieder	12%	14%	13%
Mijn huidige abonnementen lopen nog	10%	8%	10%
Ik kies per dienst de aanbieder met de beste kwaliteit	10%	10%	7%
Mijn huidige aanbieder biedt deze optie niet aan	5%	3%	5%
Anders	9%	11%	7%
Weet niet	14%	14%	17%

Multiplay – Huidige leverancier | Mogelijke redenen voor mobiele telefonie bij vast pakket

Korting op abonnement meest genoemde reden om vast pakket af te nemen

Consumenten die mobiele telefonie niet met vast internet combineren, is gevraagd wat voor hen redenen zouden kunnen zijn om dit wel te doen. Korting op het mobiele telefoonabonnement zou voor de meesten (45%) een reden zijn.

Voor één op de vijf zou extra datategoed (20%) of gratis extra series en/of videos-on-demand (20%) reden zijn om mobiele telefoon aan het internetpakket toe te voegen.

Wat zouden voor jou redenen kunnen zijn om jouw mobiele telefoonabonnement bij een vast pakket op te nemen? (Meerkeuzevraag) Basis: <i>Neemt geen mobiele telefonie af bij internetaanbieder</i>	2021 (n=759)	2022 (n=688)	2023 (n=626)
Korting op abonnement bij het afnemen van meerdere diensten	48%	47%	45%
Gratis extra datategoed	25%	21%	20%
Gratis extra series en/of video-on-demand (zoals HBO, Videoland, Viaplay, etc.)	-	18%	20%
Gratis extra TV-zender(s) (zoals Ziggo Sport, Discovery, buitenlandse zenders, etc.)	-	13%	13%
Anders	5%	7%	5%
Weet niet	31%	30%	31%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten? <i>% tevreden + heel tevreden</i>	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=889)	2023 (n=1.287)
De betrouwbaarheid van de dienstverlening	83%	74%	68%	86%	83%
De totale dienstverlening	83%	72%	55%	83%	79%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	75%	52%	33%	59%	57%
De klantvriendelijkheid	81%	65%	51%	75%	72%
Het gebruik van je persoonsgegevens	66%	56%	44%	62%	60%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	65%	55%	43%	51%	52%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Resultaten

Mobiele telefonie

H1 Overstapgedrag

H2 Huidige aanbieder

2.1 Beoordeling aanbieder

2.2 Keuzeproces voor aanbieder

H3 Prijsperceptie

Multiplay **49**

H4 Overstapgedrag **52**

H5 Huidige aanbieder **64**

5.1 Beoordeling aanbieder **64**

5.2 Keuzeproces voor aanbieder **72**

H6 Prijsperceptie **80**

Multiplay – Keuzeproces | Gebruikte informatiebronnen

Websites van aanbieders en folders of brochures minder vaak gebruikt als informatiebron

In vergelijking met 2022 hebben consumenten dit jaar minder vaak gebruik gemaakt van websites van aanbieders (gedaald van 57% naar 48%) en folders of brochures (gedaald van 8% naar 5%) voor het verkrijgen van informatie.

Websites van aanbieders zijn wel nog de meest gebruikte informatiebron. Verder gebruiken consumenten vooral vergelijkingswebsites (44%).

Van welke informatiebronnen heb je gebruik gemaakt tijdens je overstap/oriëntatie? <i>Basis: is overgestapt van contract of heeft zich georiënteerd</i>	2021 (n=394)	2022 (n=438)	2023 (n=398)
Websites van een of meer aanbieders	53%	57%	48%
(Prijs-)vergelijkingswebsites	48%	41%	44%
Vrienden/ familie	28%	21%	16%
Klantenservice van een of meer aanbieders (per telefoon, e-mail of schriftelijk)	15%	12%	13%
Consumentenbond	26%	16%	12%
Sociale mediakanalen van een of meer aanbieders*	-	-	10%
Radio en televisie	10%	6%	5%
Dag- en weekbladen	5%	3%	5%
Folders of brochures	9%	8%	5%
In een telecomwinkel	8%	3%	3%
ACM ConsuWijzer	5%	2%	3%
Anders	5%	5%	3%
Weet niet	6%	5%	9%

*Nieuwe antwoordoptie in 2023

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Multiplay – Keuzeproces | Gebruikte informatie

Vaste kosten per maand nog steeds meest gebruikte informatie

De helft (51%) van de consumenten die zijn overgestapt van abonnement, heeft tijdens de keuze voor een nieuwe abonnement gebruik gemaakt van informatie over de vaste kosten per maand. Daarnaast worden ook de snelheid van de internetverbinding (39%), de kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding (24%) en de contractduur (22%) vaak genoemd.

Ten opzichte van vorig jaar noemen consumenten die zijn overgestapt vaker de contractduur (2022: 15%, 2023: 22%) en mogelijkheden de verbinding te laten installeren en de kosten daarvan (2022: 11%, 2023: 17%) als onderwerpen om hun keuze te maken.

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt bij de keuze voor jouw nieuwe abonnement? (meerkeuzevraag) <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	2021 (n=228)	2022 (n=254)	2023 (n=255)
De vaste kosten per maand	53%	49%	51%
De snelheid van de internetverbinding	40%	37%	39%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding	30%	26%	24%
De contractduur	18%	15%	22%
De televisie- en radiozenders in het abonnement	18%	22%	20%
Mogelijke eenmalige kosten	18%	14%	18%
Mogelijkheden de verbinding te laten installeren en de kosten daarvan	12%	11%	17%
Hoe de overstap in zijn werk gaat	8%	11%	12%
De mogelijkheden om delen van het pakket te wijzigen of op te zeggen	22%	14%	12%
Andere (betaal-)diensten (zoals bijvoorbeeld Spotify, Netflix, HBO)	12%	11%	10%
De mogelijkheid om het telefoonnummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	14%	9%	9%
De klantvriendelijkheid van de aanbieder	9%	14%	9%
De specificaties van de randapparatuur	15%	6%	9%
De gesprekskosten voor bellen	5%	5%	3%
Anders	5%	4%	3%
Weet niet	11%	9%	7%

Multiplay – Keuzeproces | Benodigde informatie

Inzicht in vaste kosten is het meest nodig om een keuze te maken

Consumenten zeggen het meest inzicht in vaste kosten (64%), kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding (45%), en de snelheid van de internetverbinding (44%) nodig te hebben voor het maken van een goede keuze.

Ten opzichte van vorig jaar zeggen consumenten het merendeel van de informatie minder nodig te hebben om een keuze te maken.

Het aantal onderwerpen waarover consumenten informatie behoeven om een goede keuze te maken is licht gedaald (van gemiddeld 4,7 onderwerpen naar gemiddeld 4,5).

*Nieuw in 2023

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Welke informatie heb je volgens jou nodig om een goede keuze te maken voor een nieuw abonnement? (meerkeuzevraag) Basis: allen	2021 (n= 1.254)	2022 (n= 1.336)	2023 (n= 1.287)
De vaste kosten per maand	65%	66%	64%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding	52%	52%	45%
De snelheid van de internetverbinding	53%	51%	44%
Mogelijke eenmalige kosten	41%	41%	36%
De televisie- en radiozenders in het abonnement	39%	36%	33%
De contractduur	33%	34%	32%
Inzicht in mogelijk combinatievoordeel als meerdere diensten worden afgenomen*	-	-	29%
Mogelijkheden de verbinding te laten installeren en de kosten daarvan	29%	25%	22%
De mogelijkheid om het telefoonnummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	31%	28%	21%
De klantvriendelijkheid van de aanbieder	25%	23%	21%
Hoe de overstap in zijn werk gaat	28%	25%	21%
Andere (betaal-)diensten (zoals bijvoorbeeld Spotify, Netflix, HBO)	16%	21%	20%
De mogelijkheden om delen van het pakket te wijzigen of op te zeggen	26%	23%	20%
De mogelijkheden om het hele pakket tegelijk op te zeggen	-	18%	18%
De gesprekskosten voor bellen	20%	17%	14%
De specificaties van de randapparatuur	18%	16%	13%
Anders	4%	4%	2%
Weet niet	14%	12%	15%



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: informatiebronnen

Van welke informatiebronnen heb je gebruik gemaakt tijdens je overstap/oriëntatie?	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	2023 (n=398)
Websites van een of meer aanbieders	47%	45%	52%	47%
(Prijis-)vergelijkingswebsites	40%	34%	54%	40%
Vrienden/ familie	14%	15%	20%	14%
Klantenservice van een of meer aanbieders (per telefoon, e-mail of schriftelijk)	17%	12%	10%	17%
Consumentenbond	9%	15%	14%	9%
Sociale mediakanalen van een of meer aanbieders	9%	18%	6%	9%
Radio en televisie	6%	5%	3%	6%
Dag- en weekbladen	2%	9%	4%	2%
Folders of brochures	7%	3%	4%	7%
In een telecomwinkel	4%	2%	2%	4%
ACM ConsuWijzer	2%	2%	4%	2%
Anders	3%	2%	4%	3%
Weet niet	9%	13%	6%	9%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: informatiebronnen

Van welke informatie heb je gebruik gemaakt bij de keuze voor jouw nieuwe abonnement? (meerkeuzevraag) <i>Basis: is overgestapt (bij dezelfde of andere aanbieder)</i>	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	2023 (n=255)
De vaste kosten per maand	56%	43%	51%
De snelheid van de internetverbinding	41%	37%	39%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding	23%	27%	24%
De contractduur	28%	15%	22%
De televisie- en radiozenders in het abonnement	19%	23%	20%
Mogelijke eenmalige kosten	25%	7%	18%
Mogelijkheden de verbinding te laten installeren en de kosten daarvan	18%	14%	17%
Hoe de overstap in zijn werk gaat	13%	11%	12%
De mogelijkheden om delen van het pakket te wijzigen of op te zeggen	10%	15%	12%
Andere (betaal-)diensten (zoals bijvoorbeeld Spotify, Netflix, HBO)	10%	10%	10%
De mogelijkheid om het telefoonnummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	11%	7%	9%
De klantvriendelijkheid van de aanbieder	6%	13%	9%
De specificaties van de randapparatuur	6%	13%	9%
De gesprekskosten voor bellen	4%	3%	3%
Anders	3%	2%	3%
Weet niet	6%	9%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: benodigde informatie

Welke informatie heb je volgens jou nodig om een goede keuze te maken voor een nieuw abonnement? (meerkeuze)	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=889)	2023 (n=1.287)
De vaste kosten per maand	63%	61%	72%	63%	64%
De kwaliteit/betrouwbaarheid van de internetverbinding	47%	37%	57%	44%	45%
De snelheid van de internetverbinding	50%	40%	59%	41%	44%
Mogelijke eenmalige kosten	39%	30%	45%	34%	36%
De televisie- en radiozenders in het abonnement	19%	29%	38%	35%	33%
De contractduur	43%	35%	33%	30%	32%
Inzicht in mogelijk combinatievoordeel als meerdere diensten worden afgenomen	19%	28%	31%	31%	29%
Mogelijkheden de verbinding te laten installeren en de kosten daarvan	21%	16%	31%	21%	22%
De mogelijkheid om het telefoonnummer mee te nemen en hoe dat in zijn werk gaat	15%	16%	24%	22%	21%
De klantvriendelijkheid van de aanbieder	24%	16%	26%	21%	21%
Hoe de overstap in zijn werk gaat	21%	26%	25%	20%	21%
Andere (betaal-)diensten (zoals bijvoorbeeld Spotify, Netflix, HBO)	19%	18%	21%	21%	20%
De mogelijkheden om delen van het pakket te wijzigen of op te zeggen	13%	24%	22%	21%	20%
De mogelijkheden om het hele pakket tegelijk op te zeggen	15%	13%	14%	20%	18%
De gesprekskosten voor bellen	5%	11%	9%	16%	14%
De specificaties van de randapparatuur	10%	10%	15%	13%	13%
Anders	1%	1%	1%	3%	2%
Weet niet	7%	7%	4%	19%	15%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Resultaten

Mobiele telefonie

H1 Overstapgedrag

H2 Huidige aanbieder

2.1 Beoordeling aanbieder

2.2 Keuzeproces voor aanbieder

H3 Prijsperceptie

Multiplay **49**

H4 Overstapgedrag **52**

H5 Huidige aanbieder **64**

5.1 Beoordeling aanbieder **64**

5.2 Keuzeproces voor aanbieder **72**

H6 Prijsperceptie **80**

Multiplay – Prijsperceptie | Beleving prijzen

Meer consumenten noemen de prijs voor internet hoog

Dit jaar geeft 49% van de consumenten aan dat zij de prijs voor hun internet-abonnement hoog of erg hoog vinden. Sinds 2020 groeit deze groep consumenten.

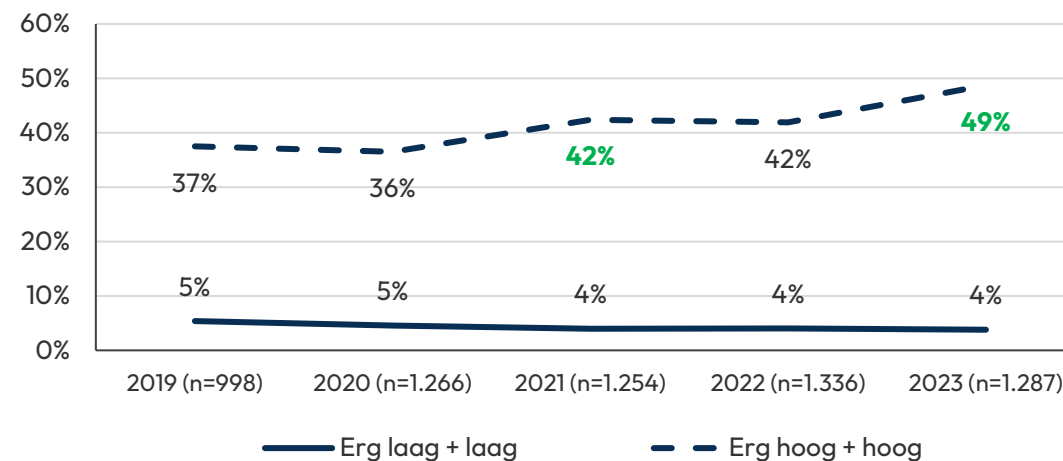
Het aandeel van de consumenten die de prijs (erg) laag vinden is sinds 2019 ongeveer gelijk gebleven.

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het abonnement bij jouw internet aanbieder?



■ Erg laag ■ Laag ■ Niet hoog, niet laag ■ Hoog ■ Erg hoog ■ Weet niet

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het abonnement bij jouw internet aanbieder?



[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Multiplay – Prijsperceptie | Prijsbesparing en -drempel

Consumenten betalen gemiddeld meer per maand voor hun internetabonnement

Consumenten geven aan dat zij gemiddeld €64,37 per maand betalen voor hun mobiele telefoonabonnement. Dat is gestegen t.o.v. vorig jaar (toen: €61,70). 19% weet niet wat zij maandelijks betalen voor hun abonnement.

Bijna zes op de tien consumenten (59%) kan geen antwoord geven op de vraag wat zij denken te besparen als ze overstappen naar een andere aanbieder. Degenen die wel een inschatting kunnen maken verwachten een besparing van gemiddeld €13,75 per maand. De verwachte besparing is ongeveer gelijk aan vorig jaar.

Consumenten vinden het bij een besparing van gemiddeld €18,31 aantrekkelijk worden om over te stappen van aanbieder. Dat is ongeveer gelijk aan vorig jaar. 35% weet niet waar de prijsdrempel voor hen ligt.

Weet je -zonder dit op te zoeken- wat je per maand betaalt voor jouw internetabonnement?	2021 (n= 1.254)	2022 (n= 1.336)	2023 (n= 1.287)
Gemiddeld per maand	€ 62,31	€ 63,05	€65,29
Gemiddeld (excl. outliers)*	€ 61,69	€ 61,70	€64,37
% weet niet	20%	20%	19%

Wat verwacht je per maand te besparen als je overstapt naar een andere aanbieder?	2021 (n= 1.254)	2022 (n= 1.336)	2023 (n= 1.287)
Gemiddelde besparing per maand	€ 11,91	€ 15,77	€15,58
Gemiddelde besparing (excl. outliers)*	€ 9,77	€ 12,92	€13,75
% weet niet	61%	57%	59%

Prijsverschil per maand waarbij het aantrekkelijk wordt om over te stappen	2021 (n= 1.254)	2022 (n= 1.336)	2023 (n= 1.287)
Gemiddelde prijsverschil per maand	€ 18,06	€ 20,11	€19,41
Gemiddelde prijsverschil (excl. outliers)*	€ 17,14	€ 18,37	€18,31
% weet niet	40%	35%	35%

*Indien de z-score van de waarneming 3x hoger of 3x lager lag dan het gemiddelde zijn de waarnemingen als outliers beschouwd en uit de analyse gehaald. De outliers komen mogelijk voort uit een typefout van de respondent.

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

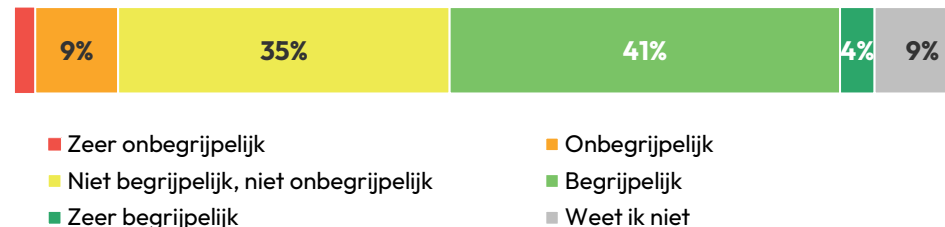
Multiplay – Prijsperceptie | Begrijpelijkheid

Begrijpelijkheid van prijzen en voorwaarden gelijk gebleven

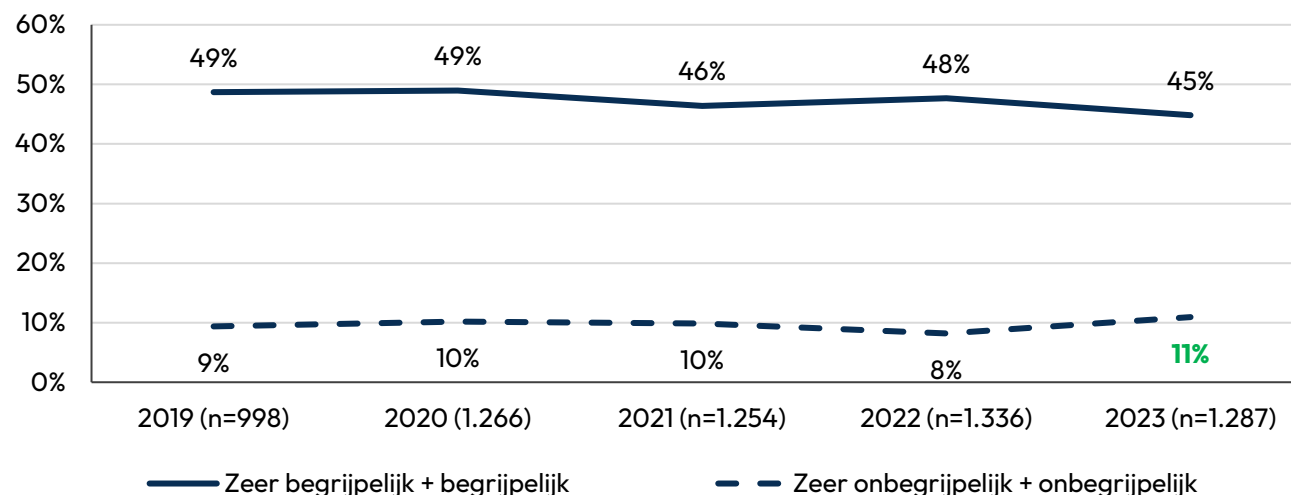
Ruim vier op de tien (45%) van de consumenten geven aan dat zij de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk of zeer begrijpelijk vinden. Dat is grotendeels gelijk gebleven aan voorgaande jaren.

Een kleine groep consumenten (11%) geeft aan de informatie onbegrijpelijk of zeer onbegrijpelijk te vinden. Dat is een stijging ten opzichte van 2022.

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk?



In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk?



[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar
Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

Multiplay – Prijsperceptie | aanbodperceptie

Prijzen vergelijken vinden consumenten moeilijk

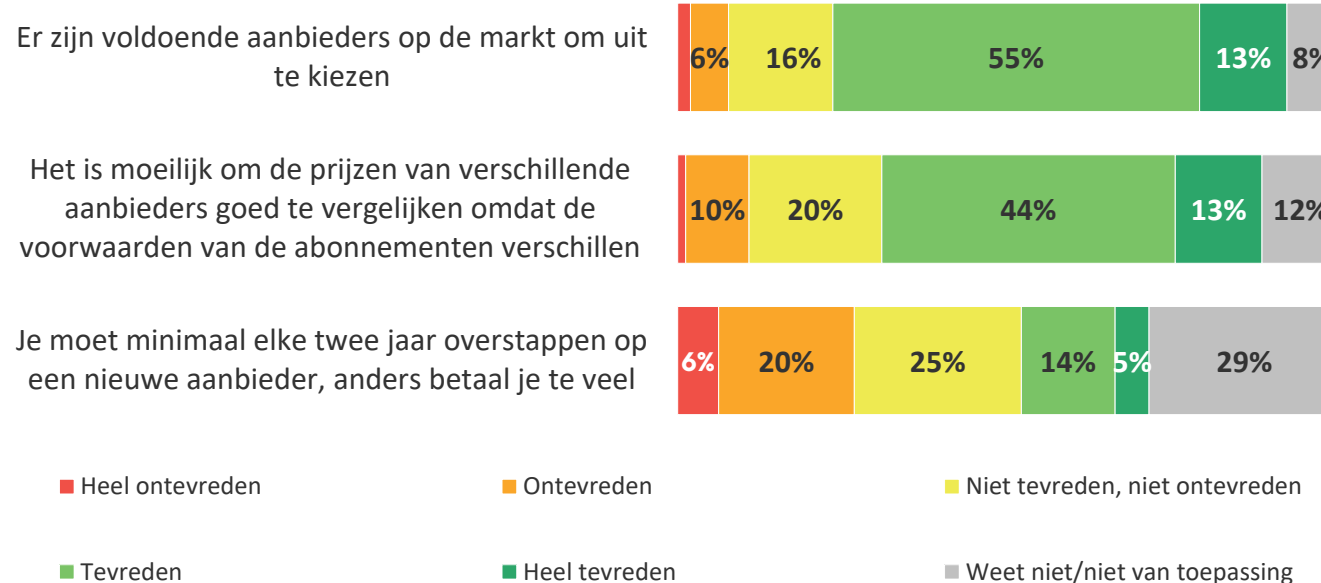
Ruim de helft (57%) vindt het moeilijk prijzen van verschillende aanbieders te vergelijken omdat de voorwaarden van de abonnementen verschillen.

Over het keuzeaanbod is een meerderheid (68%) tevreden, in die zin dat ze het gevoel hebben dat er voldoende aanbieders zijn op de markt.

Consumenten hebben niet het idee dat je minimaal elke twee jaar moet overstappen naar een andere aanbieder omdat je anders te veel betaalt (26%). Circa drie op de tien (29%) lijken niet na te denken over deze mogelijkheid (antwoorden met 'weet niet').

In hoeverre ben je eens of oneens met de volgende stellingen:

Basis: meting 2023, n=1.287



Deze vraag is in 2023 voor het eerst gesteld.

[Klik hier voor de bijlage met de achterliggende tabellen](#)



Verschillen tussen overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: prijsbeleving

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het abonnement bij jouw internet aanbieder?	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=889)	2023 (n=1.287)
Erg laag	3%	0%	0%	0%	1%
Laag	6%	4%	5%	3%	3%
Niet hoog, niet laag	51%	40%	20%	47%	44%
Hoog	32%	46%	47%	37%	38%
Erg hoog	8%	8%	26%	9%	11%
Weet niet	1%	2%	2%	4%	4%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen

Verschillen tussen overstapgroepen: begrijpelijkheid prijzen en voorwaarden van telecomdiensten

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk?	Van aanbieder veranderd (n=150)	Bij huidige aanbieder van abonnement veranderd (n=106)	Georiënteerd op een overstap (n=143)	Niet overgestapt of zich georiënteerd (n=889)	2023 (n=1.287)
Zeer onbegrijpelijk	0%	0%	2%	3%	2%
Onbegrijpelijk	5%	6%	13%	9%	9%
Niet begrijpelijk, niet onbegrijpelijk	22%	41%	31%	37%	35%
Begrijpelijk	64%	49%	45%	36%	41%
Zeer begrijpelijk	5%	3%	3%	3%	4%
Weet ik niet	3%	1%	6%	12%	9%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met andere overstapgroepen

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met andere overstapgroepen



Bijlagen

Bijlage mobiel: overstapgedrag

Ben je in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een nieuwe mobiele telefoonaanbieder?	2021	2022	2023
Ja	11%	13%	9%
Nee, maar ik heb wel gekozen voor een ander mobiel abonnement bij mijn eigen aanbieder	12%	12%	12%
Nee, maar ik heb me wel georiënteerd op een overstap naar een andere mobiele telefoonaanbieder	6%	8%	7%
Nee, maar ik heb mij wel georiënteerd op een ander abonnement bij dezelfde aanbieder	4%	4%	4%
Nee, ik ben niet overgestapt	67%	62%	68%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: aantal jaren klant

Hoeveel jaar heb je al een mobiel abonnement bij jouw mobiele telefoon aanbieder?	2021	2022	2023
Minder dan 3 jaar	22%	20%	27%
Tussen de 3 en de 5 jaar	24%	22%	25%
Tussen de 6 en de 10 jaar	24%	24%	23%
11 jaar of langer	16%	18%	20%
Weet niet	14%	15%	5%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: overstapkanaal

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe mobiele telefoonabonnement afgesloten? <i>Basis: is overgestapt naar een nieuw abonnement (bij de huidige of nieuwe aanbieder)</i>	2021	2022	2023
Via de website van mijn mobiele telefoonaanbieder	55%	48%	50%
Via de klantenservice	9%	17%	17%
Via een (prijs-)vergelijkingswebsite	14%	15%	13%
Via een telecomwinkel	17%	11%	12%
Anders	2%	2%	4%
Weet niet	4%	7%	4%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten?	Heel ontevreden	Ontevreden	Niet tevreden, niet ontevreden	Tevreden	Heel tevreden	Weet niet/ niet van toepassing
De betrouwbaarheid	0%	2%	8%	58%	30%	3%
Totale dienstverlening	1%	1%	10%	66%	21%	2%
Mobiel bereik	0%	3%	8%	58%	28%	2%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	1%	3%	9%	63%	21%	4%
De klantvriendelijkheid	0%	3%	12%	57%	25%	3%
De verwerking van mijn overstap naar nieuwe aanbieder (overgestapt, n=95)	4%	3%	10%	46%	34%	3%
Het internetbereik en de internetsnelheid	1%	1%	8%	55%	22%	13%
Het gebruik van je persoonsgegevens	0%	0%	10%	47%	14%	28%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	1%	1%	10%	43%	13%	33%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten?	2019	2020	2021	2022	2023
De betrouwbaarheid	88%	90%	89%	89%	88%
Totale dienstverlening	88%	87%	88%	86%	87%
Mobiel bereik	89%	87%	89%	90%	86%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	82%	84%	84%	84%	84%
De klantvriendelijkheid	81%	84%	82%	82%	82%
De verwerking van mijn overstap naar nieuwe aanbieder (overgestapt, n=95)	83%	89%	86%	87%	80%
Het internetbereik en de internetsnelheid	81%	82%	79%	77%	77%
Het gebruik van je persoonsgegevens	-	66%	62%	62%	61%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	-	58%	58%	57%	56%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: houding overstap

Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen	2022	2023
Zeer oneens	1%	1%
Oneens	3%	2%
Niet eens, niet oneens	9%	11%
Eens	60%	59%
Zeer eens	21%	19%
Weet niet	6%	8%

Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen	2021	2022	2023
Zeer oneens	10%	15%	13%
Oneens	31%	28%	28%
Niet eens, niet oneens	23%	23%	23%
Eens	10%	10%	10%
Zeer eens	2%	3%	4%
Weet niet	22%	20%	22%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: Beleving prijzen

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het mobiele telefoonabonnement bij jouw mobiele telefoonaanbieder	2021	2022	2023
Erg laag	6%	7%	4%
Laag	25%	24%	19%
Niet hoog, niet laag	55%	53%	56%
Hoog	10%	12%	15%
Erg hoog	1%	2%	2%

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het mobiele telefoonabonnement bij jouw mobiele telefoonaanbieder	2019	2020	2021	2022	2023
% erg laag + laag	33%	32%	31%	30%	23%
% hoog + erg hoog	15%	14%	12%	14%	17%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage mobiel: Begrijpelijkheid en vergelijkbaarheid informatie

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoonabonnementen begrijpelijk	2023
Zeer onbegrijpelijk	1%
Onbegrijpelijk	4%
Niet begrijpelijk, niet onbegrijpelijk	25%
Begrijpelijk	50%
Zeer begrijpelijk	9%
Weet ik niet	11%

Het is moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken	2023
Zeer onbegrijpelijk	3%
Onbegrijpelijk	14%
Niet begrijpelijk, niet onbegrijpelijk	22%
Begrijpelijk	34%
Zeer begrijpelijk	10%
Weet ik niet	16%

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van mobiele telefoon abonnementen begrijpelijk	2019	2020	2021	2022	2023
% begrijpelijk + zeer begrijpelijk	54%	57%	60%	58%	59%

Het is moeilijk om prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken	2019	2020	2021	2022	2023
% begrijpelijk + zeer begrijpelijk	52%	49%	45%	48%	44%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: overstappedrag

Ben je in de afgelopen 12 maanden overgestapt naar een nieuwe aanbieder voor internet?	2021	2022	2023
Ja	10%	10%	12%
Nee, maar ik heb me wel georiënteerd op een overstap naar een andere aanbieder	11%	10%	8%
Nee, maar ik heb wel gekozen voor een ander abonnement of heb ik heb een wijziging doorgevoerd	8%	9%	8%
Nee, Nee, maar ik heb mij wel georiënteerd op een overstap naar een ander pakket bij mijn aanbieder	3%	3%	3%
Nee, ik ben niet overstapt	69%	67%	69%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: aantal jaren klant

Hoeveel jaar heb je al een mobiel abonnement bij jouw mobiele telefoon aanbieder?	2021	2022	2023
Minder dan 3 jaar	18%	18%	22%
Tussen de 3 en de 5 jaar	16%	15%	15%
Tussen de 6 en de 10 jaar	18%	19%	21%
11 jaar of langer	31%	31%	38%
Weet niet	18%	17%	4%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: overstapkanaal

Via welk kanaal heb je uiteindelijk jouw nieuwe abonnement afgesloten? <i>Basis: Is (intern) overgestapt</i>	2021	2022	2023
Via de klantenservice	28%	32%	38%
Via de website van mijn internet aanbieder	37%	41%	34%
Via een (prijs-)vergelijkingswebsite	15%	11%	14%
In een telecomwinkel	10%	7%	3%
Anders	2%	4%	4%
Weet niet	8%	4%	7%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten?	Heel ontevreden	Ontevreden	Niet tevreden, niet ontevreden	Tevreden	Heel tevreden	Weet niet/ niet van toepassing
De betrouwbaarheid	1%	2%	13%	64%	19%	1%
Totale dienstverlening	1%	3%	16%	64%	15%	1%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	3%	10%	27%	46%	12%	2%
De klantvriendelijkheid	1%	3%	17%	55%	18%	7%
De verwerking van mijn overstap naar nieuwe aanbieder (overgestapt, n=150)	1%	3%	8%	62%	24%	2%
Het gebruik van je persoonsgegevens	0%	1%	16%	48%	12%	23%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	0%	2%	15%	42%	11%	30%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: beoordeling aanbieder

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten?	2020	2021	2022	2023
De betrouwbaarheid	83%	76%	82%	83%
Totale dienstverlening	82%	77%	79%	79%
De prijs/kwaliteitverhouding van het abonnement	65%	61%	63%	57%
De klantvriendelijkheid	82%	73%	76%	72%
De verwerking van mijn overstap naar nieuwe aanbieder (overgestapt)	88%	76%	86%	86%
Het gebruik van je persoonsgegevens	64%	56%	61%	60%
De vindbaarheid van de online opzegmogelijkheid	53%	48%	52%	52%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: beleving prijzen

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het abonnement bij jouw internet aanbieder?	2021	2022	2023
Erg laag	0%	1%	1%
Laag	4%	3%	3%
Niet hoog, niet laag	51%	51%	44%
Hoog	35%	36%	38%
Erg hoog	7%	5%	11%

Hoe beoordeel je de prijs die je betaalt voor het abonnement bij jouw internet aanbieder?	2019	2020	2021	2022	2023
% erg laag + laag	5%	5%	4%	4%	4%
% hoog + erg hoog	37%	36%	42%	42%	49%

Groen = waarneming is significant hoger in vergelijking met voorgaand jaar

Rood = waarneming is significant lager in vergelijking met voorgaand jaar

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: begrijpelijkheid

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk?	2023
Zeer onbegrijpelijk	2%
Onbegrijpelijk	9%
Niet begrijpelijk, niet onbegrijpelijk	35%
Begrijpelijk	41%
Zeer begrijpelijk	4%
Weet ik niet	9%

In welke mate vind je de informatie over prijzen en voorwaarden van telecomdiensten begrijpelijk?	2019	2020	2021	2022	2023
% zeer onbegrijpelijk + onbegrijpelijk	9%	10%	10%	8%	11%
% begrijpelijk + zeer begrijpelijk	49%	49%	46%	48%	45%

[Terug naar de resultaten](#)

Bijlage multiplay: aanbodperceptie

In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over jouw mobiele telefoon aanbieder over deze aspecten?	Zeer oneens	Oneens	Niet eens, niet oneens	Eens	Zeer eens	Weet niet/ niet van toepassing
Het is moeilijk om de prijzen van verschillende aanbieders goed te vergelijken omdat de voorwaarden verschillen	1%	10%	20%	44%	13%	12%
Je moet minimaal elke twee jaar overstappen op een nieuwe aanbieder, anders betaal je te veel.	6%	20%	25%	14%	5%	29%
Er zijn voldoende aanbieders op de markt om uit te kiezen	2%	6%	16%	55%	13%	8%

[Terug naar de resultaten](#)



Wij verminderen onze footprint

Motivaction
is ISO 14001-gecertificeerd

Motivaction gebruikt
energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt
groene stroom

Motivaction gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-label

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Algemene voorwaarden

Artikel 1 – Algemeen

Deze Algemene voorwaarden zijn van toepassing op alle overeenkomsten tussen Motivaction International bv (hierna: de ‘**Opdrachtnemer**’) en een (potentiële) opdrachtgever (hierna: de ‘**Opdrachtgever**’) met betrekking tot door Opdrachtnemer te verrichten marktonderzoek (hierna: de ‘**Opdracht**’).

Afwijkingen van deze Algemene voorwaarden kunnen uitsluitend schriftelijk worden overeengekomen en gelden alleen voor de Opdracht waarop zij van toepassing zijn verklaard.

De wijze waarop Opdrachtnemer onderzoek uitvoert is gecertificeerd conform de ISO-20252:2019 norm voor markt-, opinie- en sociaal wetenschappelijk onderzoek. Het managementsysteem voor informatiebeveiliging van Opdrachtnemer is gecertificeerd conform ISO 27001:2015. Het milieumanagementsysteem van Opdrachtnemer is ISO14001:2015 gecertificeerd.

Artikel 2 – MOA-voorwaarden

Voor zover in de onderhavige Algemene voorwaarden daar niet expliciet van wordt afgeweken, zijn op alle Opdrachten de Algemene voorwaarden van de MarktOnderzoekAssociatie Nederland (hierna te noemen: de ‘**MOA-voorwaarden**’) van toepassing. De MOA-voorwaarden zijn te downloaden op www.moaweb.nl onder 'Over de MOA'. Op verzoek worden de voorwaarden toegezonden.

Artikel 3 – Offertes

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 3 van de MOA-voorwaarden gelden door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekte offertes voor een termijn van 30 dagen na dagtekening van de offerte, terwijl Opdrachtnemer zich het recht voorbehoudt om na het verstrijken van deze termijn de planning en/of de kosten, in overleg met Opdrachtgever, aan te passen.

Artikel 4 – Intellectuele eigendomsrechten

Indien bij de uitvoering van de Opdracht door Opdrachtnemer gebruik wordt gemaakt van de door Opdrachtnemer ontwikkelde segmentatiemodellen 'Mentality' en/of 'BusinessLocus', dan wel van daarop gebaseerde nieuw ontwikkelde segmentatiemodellen, geldt dat alle (intellectuele eigendoms)rechten, zowel met betrekking tot die modellen als met betrekking tot de daarmee verzamelde data, aan Opdrachtnemer zullen (blijven) toebehoren. Het voorgaande betekent, onder meer, dat ingeval Opdrachtgever de met de genoemde segmentatiemodellen verzamelde data van Opdrachtnemer ter beschikking heeft gekregen, Opdrachtgever deze niet zonder schriftelijke toestemming van Opdrachtnemer als basis voor ander onderzoek of doel (dan dat waarop de Opdracht betrekking had) mag gebruiken, of om welke reden dan ook aan derden ter beschikking mag stellen of door derden mag doen gebruiken, bij gebreke waarvan Opdrachtgever schadeplichtig jegens Opdrachtnemer.

Artikel 5 – Facturering

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 8 van de MOA-voorwaarden geschiedt de facturering in twee termijnen: twee derde bij de opdrachtbevestiging en een derde na afronding van de Opdracht. Opdrachtnemer behoudt zich echter het recht voor van deze bepaling af te wijken en in één termijn te factureren bij opdrachtbevestiging; bedragen tot € 10.000,- zullen altijd in één keer gefactureerd worden.

Deze Algemene voorwaarden van Motivaction International bv zijn gedeponeerd bij de Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam onder nummer 58/2012, versie juni 2012.

Indien in deze offerte sprake is van het aanbieden van door Motivaction International bv ontwikkelde of te ontwikkelen softwareproducten, dan zijn naast de Algemene voorwaarden Motivaction International bv de Algemene voorwaarden IT-Development Motivaction International bv van toepassing. Deze voorwaarden zijn te vinden op de website www.motivaction.nl in de footer.



meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl