

## Grote verschillen in 'triple play'

ROTTERDAM - Er zijn grote prijsverschillen tussen combinatiepakketten van internet en telefonie, eventueel in combinatie met digitale tv.

Met een dergelijk 'triple play'-pakket behoren de abonnementskosten voor de vaste lijn tot het verleden en kan de consument veel geld besparen.

Dat blijkt uit de [Totaalwijzer.nl](http://Totaalwijzer.nl), de achtste vergelijkingssite van Ben Woldring. Hij rangschikte voor elk adres in Nederland de triple play-combinaties en kosten.

Triple play, (telefoneren, internetten en digitaal tv-kijken via één bedrijf) is voor veel mensen een ingewikkelde materie. De strijd om de klant wordt steeds heftiger en veel bedrijven slagen er niet in een overzichtelijk en eenvoudig aanbod te doen. Zo verschilt de definitie van 'gratis bellen' enorm tussen de verschillende partijen.

Volgens Ben Woldring zijn de aanbieders nu heel actief. Digitale televisie is 'hot', zeker nu het WK voetbal steeds dichterbij komt.



FOTO PCZAPPER

# KPN in een nieuw jasje

**ROTTERDAM - KPN presenteerde gisteren zijn nieuwe beeldmerk. Het telecomconcern komt ook met nieuwe diensten.**



Duizenden KPN'ers kijken naar de onthulling van het nieuwe logo op het hoofdkantoor in Den Haag. Er kwamen zelfs bergbeklimmers aan te pas.  
FOTO CAPITAL PHOTOS/GERALD VAN DAALEN

KPN heeft zichzelf opnieuw uitgevonden. Het bedrijf schudde gisteren in het Amsterdamse Olympisch Stadion zijn oude groene uiterlijk van zich af, en gaat vanaf vandaag 'jong, fris en wit' door het leven. De verandering is niet alleen uiterlijk. Ook intern is er het nodige veranderd en gaat er nog het nodige veranderen.

De aanpassingen zijn volgens het bedrijf nodig om aansluiting te vinden bij de razendsnelle veranderingen in de telecommunicatiemarkt en de gevolgen die dat heeft voor de consument. Deze laatste heeft steeds meer moeite om alles bij te houden. De technische innovaties volgen elkaar in zo'n hoog tempo op dat eigenlijk alleen de jeugd nog in staat is om alles te begrijpen én te gebruiken. „Ik voel me een soort analfabeet,“ viel gisteren te horen bij de presentatie van het 'andere' KPN.

Verder wordt de consument bestookt door aanbieders. Het is namelijk niet alleen KPN die diensten als bellen, internetten en televisie aanbiedt, maar ook kabels en prijsvechters als Tele2 en Scarlet.

Het vernieuwde 'witte' KPN steekt de nek in de strop door onomwonden te zeggen: 'Consument leg uw communicatieprobleem bij ons neer. Wij doen het denkwerk en komen met de oplossing.' Een gevaarlijke uitdaging, omdat concurrenten als UPC, Tele2, Wanadoo en Tiscali als de beste weten wat er gebeurt als de beloften niet worden waargemaakt: zij halen zich de toorn van de consumentenbond op de hals.

„Het zal een hele klus worden om de klant door en door gelukkig te maken. Maar het gaat lukken,“ voorspelt Michiel Buitelaar, directeur Consumentenmarkt van KPN. „De komende periode trainen we de mensen in de Primafoonwinkels. Want daar komen veel vragen binnen.“ In tegenstelling tot Philips, Heineken en Unilever haalt KPN de stofkam niet door zijn vele merken. „Niets ervan. We bedienen de consument via verschillende merken en diensten. De komende periode zullen we die zelfs gaan uitbreiden, bijvoorbeeld op het vlak van telefonie,“ gaat Buitelaar verder. „Zo komen we volgende week met 'bellen met Fred'. Het is die paarse man van Het Net (internetmerk van KPN) die ook bellen gaat aanbieden. Zo willen we voor de Het Net-gemeenschap alle communicatieproblemen oplossen. Wij geloven namelijk dat je voor elke doelgroep een merk of dienst moet hebben.“

Naast de 'internetfamilie' Het Net heeft KPN Planet, xs4all en Direct adsl. Gisteren meldde onderzoeksbureau Telecompaper dat het telecomconcern via deze vier merken inmiddels ruim 35 procent van de Nederlandse breedbandmarkt in handen heeft en daarmee marktleider is.

Het vinden van de juiste aanbieder - wanneer kies je Planet en wanneer Het Net? - kan via vergelijkingswebsites. Zo lanceerde de jonge internetondernemer Ben Woldring gisteren zijn achtste vergelijkingssite, dit maal op het vlak van communicatie. Met totaalwijzer.nl kan de consument kijken welk combinatiepakket van internet, telefonie en internet voor hem of haar geschikt is. Woldring: „Er is veel onduidelijkheid over voorwaarden, contractduur en overstapmogelijkheden. Dat maakt kiezen lastig.“