

Chaos van mogelijkheden

Vincent Everts was eind jaren negentig directeur en Internet evangelist van Media Plaza, het demonstratiecentrum van de elektronische snelweg. Tegenwoordig houdt hij zich bezig met projecten rondom innovatieve technologieën. Naast een naar eigen zeggen te grote hoeveelheid spreekbeurten over de nieuwste ontwikkelingen, heeft hij een 'kolom' bij Business Nieuws Radio. Baart de huidige telefonie en internet markt hem zorgen als het gaat om de positie van de consument?

"Nee, in het geheel niet! Het wordt er alleen maar beter op voor consumenten, door de steeds groter wordende concurrentie op de markt. Als je al medelijden moet hebben, dan met die breedband ondernemers die op het moment geen stuiver verdienen aan bijvoorbeeld ADSL. En ze moeten wel meedoen, anders liggen ze eruit. En de volgende investeringen staan alweer voor de deur."

Giga innovatie

Hij doelt op de komst van ADSL 2+: "Voor het einde van het jaar maakt KPN dat voor meer dan tweederde van hun klanten mogelijk. Gevolg: een ongeveer vijf keer sneller internet. Waardoor je perfecte kwaliteit televisiesignaal over ADSL kunt krijgen, te bekijken op je PC of met een kastje op de televisie. Versatel gebruikt dezelfde techniek om de eredivisie wedstrijden uit te zenden. Met ADSL 2+ start dus de volgende giga innovatie in de hele breedband industrie. Het aardige is dat KPN en de andere Internet providers (ISP's) dan serieus met de kabel gaan concurreren, en dat werd tijd ook. Maar de ISP's verdienen nog steeds geen cent door die snelle innovatie en dalende prijzen."

Kannibalisme

Everts verwacht dat dus de wereld van de telecommunicatie de komende jaren flink op z'n kop wordt gezet: "Want de kabelexploitanten laten het er echt niet bij zitten, die hebben ook een sterk product. En KPN zal haar grote melkkoe,

het vaste net waar maar liefst 75 procent van de winst vandaan komt, in sneltreinvaart in omvang zien afnemen. En dat moeten ze zelf kannibaliseren, anders missen ze de boot. Dus bieden ze telefonie aan via de breedband aansluiting, en zijn ze gedwongen te concurreren met hun eigen money machine. Dat doet pijn maar is noodzakelijk, want OPTA staat KPN in zeer beperkte mate toe om korting geven op vaste lijn telefonie. Wat je met die maatregel beoogde, gebeurt inderdaad: andere aanbieders kunnen de markt op. Maar met Voice over IP veranderen de spelregels radicaal."

Iedereen een eigen kanaal

Ook in de televisiewereld zal ADSL 2+ een verschuiving teweeg brengen, voorziet Everts: "Nu vinden we een aanbod van driehonderd tv-kanalen heel wat en eigenlijk teveel - hoe moet je nog kiezen, nietwaar? Maar op termijn - 5 jaar - hebben we dankzij breedband zestien miljoen kanalen! Dan is live televisie alleen nog

interessant voor voetbalwedstrijden en het Eurovisie Songfestival; alle andere programma's zijn helemaal niet gebonden aan een uitzendtijd. In de Verenigde Staten hebben nu al zes miljoen mensen een digitale recorder met een harde schijf waarop ze hun favoriete programma's kunnen zetten, en kunnen bekijken wanneer het hun uitkomt. Inderdaad, reclamemakers zullen dan nieuwe wegen moeten verzinnen om consumenten te bereiken."

Consument is de baas

En consumenten springen er dus goed uit: "Je ziet nu al aanbiedingen - een PC of een TV bij een mobiel abonnement - dat je denkt: hoelang houdt een aanbieder dat vol?! Maar ze doen werkelijk alles om consumenten aan zich te binden. En dat is precies wat de overheid - en EZ in het bijzonder - moet willen: een markt waar aanbieders vechten om de gunst van de consument. Dat die de komende tijd hoordol wordt van de meest fantastische aanbiedingen - en het wordt alleen maar gekker - daar hoef je dus als overheid niet over in te zitten. Misleidende informatie, daar moeten ze wel bovenop zitten. En als ze zich zorgen maken over de kwaliteit van die vergelijkingsites, laten ze dat dan vooral positief aanpakken, bijvoorbeeld door elk jaar een top vijf te presenteren en de beste site een prijs te geven."



Vincent Everts: "Het wordt er voor de consument alleen maar beter op."

Informatie: een gat in de markt

De vergelijkingssites Bellen.com en Internetten.nl hebben dagelijks ruim 15.000 bezoekers. Blijkbaar hebben consumenten behoefte aan betrouwbare informatie over de diensten die mobiele operators en internet providers aanbieden. Ben Woldring, bedenker en oprichter van Bellen.com, laat zijn licht schijnen over het reilen en zeilen in die snelle wereld vol hoop en vernieuwing, vol verwachtingen en teleurstellingen. En passant geeft hij de overheid een paar welgemeende tips.

“Neem de stilzwijgende verlenging van een abonnement. Als je niet op tijd opzegt, ben je het haasje. Dat lijkt normaal, maar is het minder als je je realiseert dat het vaak niet duidelijk is wanneer en op welke wijze je een abonnement moet beëindigen. Een minimumtermijn moet er natuurlijk zijn, dat begrijpt iedereen, maar als je een tweejarig contract niet op tijd verlengt en je zit meteen er aan vast voor de volgende twee jaar, dat gaat wat ver. Daar mogen ze zich in Den Haag best druk over maken, om te zorgen voor een redelijke looptijd. Op onze site bieden we daar trouwens iets voor aan: de Contractwizard. Mensen kunnen hun contractgegevens invullen en dan krijgen ze op tijd in hun mail een seintje als hun contract verloopt. Als ze willen opzeggen, printen ze het worddocumentje waar al hun gegevens al in staan, zetten een handtekening en sturen het op.”

Perfect match

De consument betaalt daar niet voor – Bellen.com bedruipt zich met inkomsten uit adverteerders. Met de enorme aantallen bezoekers kan dat niet verbazen. Woldring: “Dus aanbieders betalen óns niet om op de site op de eerste plaats te komen. Willen ze dat – en welke aanbieder wil dat niet? – dan moeten ze hun

klanten een voordelige aanbieding doen. En als een consument dan ziet dat bijvoorbeeld een pakket van KPN het voordeligst is, klikt-ie door naar hun site – voor dat extra kopje ‘bestellen’ hebben we ook afspraken gemaakt, uiteraard. Soms geven aanbieders een scherpere prijs voor onze bezoekers, dat pakt altijd positief uit voor consumenten. Bij ons vinden consument en aanbieder, vraag en aanbod elkaar.”

Naming & shaming

Toch is er veel sores in de markt voor mobiele telefonie, weet ook Woldring: “Dat die dingen geen bereik hebben, althans wel in het weiland, maar weer niet of amper in het gebouw waar je werkt. Kwaliteit is gewoon moeilijk te meten, daar moet je als overheid dus mee oppassen – hoe graag consumentenorganisaties daarover ook duidelijkheid willen. Dan kun je als overheid beter ervoor zorgen dat consumenten makkelijker kunnen opzeggen. Of bouw een wettelijke

bedenktijd in van twee dagen, dan kun je thuis alles uitproberen; werkt het niet, breng je het terug. Het moet wel gegrond zijn, bijvoorbeeld dat je in grote delen van je huis geen dekking hebt. De overheid heeft de neiging veel te onderzoeken, en dan loop je letterlijk achter de feiten aan. Webdialers en louche ADSL-providers die wel diensten verkopen maar vervolgens niet leveren, dat zijn nu hot issues. Zet daar een schijnwerper op, laat zien over wie de klachten binnenkomen. Dat is pas marktwerking!”

Selling points

Woldring noemt daarmee nog een taak voor de overheid: “Zorg dat er een behoorlijke klachtenafhandeling komt, op basis van behoorlijke en uniforme algemene leveringsvoorwaarden. Natuurlijk, je zou zeggen dat het op de lange duur ook in het belang is van de aanbieders, maar dat is een overweging waar de cowboys in de markt om lachen. Als hun kwade zaakje uitkomt, hebben zij het geld al geïncasseerd en beginnen ze een paar deuren verder opnieuw. Maar uiteindelijk moeten de goede aanbieders de langste adem hebben, en dat betekent dat ze moeten durven investeren in hun klanten. Allemaal selling points: duidelijke voorwaarden, een aantrekkelijke, heldere aanbieding, goede service en een snelle en efficiënte behandeling van klachten. Zij zouden er een eer in moeten scheppen die geschillencommissies werkeloos te maken!”

Ben Woldring: “Duidelijke voorwaarden, een aantrekkelijke, heldere aanbieding, goede service en een snelle en efficiënte behandeling van klachten: het zijn allemaal selling points.”

