

## **Onderzoek telefonische informatiediensten**

Definitief eindrapport februari 2010

Uitgevoerd door: Intomart GfK bv

Uw contact: Ellen Cox/Dré Koks

Tel.: +31 (0)35-6258411 / Fax: +31 (0)35-6246532

E-mail: [ellen.cox@GfK.com](mailto:ellen.cox@GfK.com)

Projectnummer: 16695-22205

Datum: 17-02-2010

© **Auteursrecht voorbehouden**

Niets uit dit document mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, digitale verwerking of anderszins, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de hiervoor genoemde instanties.

## INHOUD

	<b>Pagina</b>
<b>Hoofdstuk 1. Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1 Doelstellingen	5
1.2 Leeswijzer	6
<b>Hoofdstuk 2. Consumentenonderzoek</b>	<b>8</b>
2.1 Frequentie nummergebruik	8
2.2 Gebondenheid en alternatieve contactmogelijkheden	9
2.3 Tevredenheid laatste contact	11
2.4 Irritatiefactoren	11
2.5 Preferentie	12
2.6 Conclusies	14
<b>Hoofdstuk 3. Telefonisch onderzoek - 0800- en 0900-nummers eerste meting</b>	<b>15</b>
3.1 Direct een persoon	15
3.2 Wachttijden	16
3.3 Tarieven per minuut	18
3.4 Vaste tarieven per gesprek	19
3.5 Totale gesprekskosten door wachttijd	20
<b>Hoofdstuk 4. Kwalitatief onderzoek onder nummerexploitanten</b>	<b>22</b>
4.1 Telefonische serviceverlening core business of ondersteunend proces	22
4.2 Probleembewustzijn	22
4.3 Verhogen tevredenheid	22
4.4 Telefonische informatie diensten als strategisch marketing tool	22
4.5 Verminderen wachttijd	23
4.6 Tarifiering	23
4.7 Regulering	23

<b>Hoofdstuk 5.</b>	<b>Conclusies uit de eerste meting (oktober 2007)</b>	<b>24</b>
5.1.1	Tarifering	24
5.1.2	Wachttijden	25
5.1.3	Maatschappelijke irritatie terecht	26
5.1.4	Ingrijpen?	26
5.1.5	Maatregelen	26
<b>Hoofdstuk 6.</b>	<b>Gebondenheid</b>	<b>27</b>
6.1	Welke informatiedienst heeft u aan de lijn?	27
6.2	Wat voor soort informatiedienst heeft u aan de lijn?	28
6.3	Alternatieven	28
6.4	Is er sprake van gebondenheid?	29
<b>Hoofdstuk 7.</b>	<b>Telefonisch onderzoek – 0900-nummers alle metingen</b>	<b>30</b>
7.1	Bereikbaarheid	30
7.2	Direct een persoon aan de lijn	31
7.3	Wachttijden	31
7.4	Tarief	32
7.4.1	Verdeling tarieven per minuut	33
7.4.2	Vermelding maximumtarief per gesprek	33
7.4.3	Vaste tarieven per gesprek	34
7.5	Gesprekskosten door wachttijd	35
7.6	Conclusie	35

#### **BIJLAGEN:**

- 1. Aanpak consumentenonderzoek**
- 2. Vragenlijst consumentenonderzoek IRPD)**
- 3. Resultaten consumentenonderzoek**
- 4. Steekproeftrekking en respons  
telefonisch onderzoek eerste meting**
- 5. Kwalitatief onderzoek  
nummerexploitanten**
- 6. Aanpak en respons 0900-nummers  
vervolgmetingen**

## 1. Inleiding

Aanleiding voor het onderzoek is het, in 2007, in de Tweede Kamer heersende idee dat er sprake is van maatschappelijke irritatie over de lengte en tarifiering van de wachttijden bij betaalde 0900-informatienummers. De irritatie betreft met name die gevallen waar een consument voor zijn telefonische communicatie met een dienstverlener (zoals de helpdesk van een energiebedrijf) volledig afhankelijk is van dat ene betaalde informatienummer. De Tweede Kamer dringt dientengevolge aan op de aanpak van betaalde wachttijden bij 0900-nummers. Onderzoek van het AD in die periode lijkt er echter op te duiden dat er vanuit de markt zelf al initiatieven worden ontplooid om de wachttijdproblematiek aan te pakken. Om te kunnen bepalen of een nadere aanpak van betaalde wachttijden nodig is, besluit het Ministerie van Economische Zaken (EZ) onderzoek te doen.

### 1.1 Doelstellingen

EZ wil goed onderbouwde kwantitatieve gegevens over de ernst van de problematiek rondom wachttijden bij telefonische informatiediensten. Om de problematiek zo volledig mogelijk in beeld te krijgen worden zowel de 0900- als de 0800-nummers meegenomen in het onderzoek. De maatschappelijke irritatie lijkt voornamelijk betrekking te hebben op de energiesector, de financiële sector en de telecomsector. Aan deze sectoren wordt in het onderzoek dan ook expliciet aandacht besteed. Andere sectoren komen aan de orde voor zover de resultaten daartoe aanleiding geven.

Tevens wil EZ weten of er een trend is te bespeuren waaruit blijkt dat de marktpartijen zelf actie ondernemen ter vermindering van de wachttijdproblematiek. Daartoe is in eerste instantie een tweede meting voorzien in april 2008.

Deze meting wordt echter uitgesteld in verband met de, in het voorjaar van 2008 lopende, discussies in de Tweede Kamer over wachttijdproblematiek bij telefonische informatiediensten. De discussies resulteren in nieuwe regelgeving die per 1 oktober 2008 van kracht wordt: vanaf dan moet er bij 0900-nummers met een tarief boven de 15 cent per minuut een maximumbedrag voor de gesprekskosten gehanteerd en vooraf gemeld worden. Bedrijven kunnen dit voorkomen door een vast bedrag per gesprek te hanteren. De tweede meting wordt uiteindelijk uitgevoerd in september 2008 en ingezet als nulmeting, zodat met daaropvolgende metingen de effecten in termen van gemiddelde wachttijden en gemiddelde gesprekskosten van de nieuwe regelgeving vastgesteld kunnen worden. De nieuwe regelgeving is alleen van toepassing op de (betaalde) 0900-nummers. Daarom wordt besloten de 0800-nummers niet meer mee te nemen en de vervolgmetingen te beperken tot de 0900-nummers. Naast de wachttijd en de gesprekskosten wordt vastgelegd of bij variabele tarieven hoger dan 15 cent per minuut een maximumtarief wordt vermeld.

Met de derde meting in augustus 2009, bijna een jaar na invoering, worden de effecten van de nieuwe regelgeving geëvalueerd. Tenslotte vindt in januari 2010 een vierde, vervroegde, vervolgmeting plaats. Net als tijdens de eerste meting wordt er bij alle vervolgmetingen onderscheid gemaakt naar de verschillende sectoren.

Naast het inzicht in wachttijden en bijkomende gesprekskosten wil EZ in september 2007 inzicht in drijfveren van consumenten en nummerexploitanten. Consumentenonderzoek uitgevoerd op het internetpanel van Intomart GfK resulteert met behulp van conjunct analyse tot de vaststelling van irritatiefactoren en identificatie van de sectoren die het meest gebeld worden.

Kwalitatief onderzoek onder nummerexploitanten geeft zicht op de overwegingen die spelen bij de inrichting van de telefonische informatiediensten. Op basis hiervan kan een inschatting gemaakt worden van de bereidheid in de markt om zelf maatregelen te nemen voor het terugbrengen van de irritaties en met name de wachttijdproblematiek. Tevens biedt het EZ de mogelijkheid te kiezen voor instrumenten die aansluiten bij deze drijfveren, mocht EZ besluiten over te gaan tot actief ingrijpen.

De maatschappelijke irritatie over de excessen met wachttijden en gesprekskosten lijkt zich vooral te concentreren rond de zogenaamde 'klantenservice'. Het gaat hierbij om een dienst die ondersteunend is aan de eigenlijke dienst (of het product) van het bedrijf en waarbij sprake is van een bestaande (doorlopende) contractuele en financiële relatie tussen de beller en het gebelde bedrijf buiten het telefoongesprek om. Het gaat hier dus om de gebondenheid van de bellers. Vastgesteld moet worden of wachttijden en gesprekskosten bij gebondenheid verschillen van de wachttijden en gesprekskosten wanneer er geen sprake is van gebondenheid.

Het OPTA-nummerbestand fungeert als steekproefkader voor het telefonisch onderzoek. Uit dit steekproefkader is bekend wie houder is van een bepaald nummer. Wie uiteindelijk de gebruiker is van het nummer (de aanbieder van de telefonische informatiedienst), is echter niet opgenomen in het OPTA-nummerbestand. Voor een belangrijk deel is dit vastgesteld tijdens de eerste telefonische meting. Informatie over gebondenheid ontbreekt, daarom wordt tijdens de tweede meting geïnventariseerd of er bij de betreffende telefonische informatiedienst sprake is van gebondenheid zodat vastgesteld kan worden of dit gevolgen heeft voor wachttijden en gesprekskosten.

## **1.2 Leeswijzer**

De eerstvolgende vier hoofdstukken volgen de opzet van de tussenrapportage van eind 2007. In hoofdstuk 2 worden de resultaten van het consumenten onderzoek gepresenteerd. Het derde hoofdstuk gaat in op de resultaten van het telefonisch onderzoek. In dit hoofdstuk zijn alleen de resultaten anno september 2007 gegeven. Het vierde hoofdstuk beschrijft de resultaten van het kwalitatieve onderzoek. In het vijfde hoofdstuk worden de resultaten van de drie onderzoeken in 2007 samengevoegd. Is de maatschappelijke irritatie terecht op dat moment (eind 2007); zo ja, welke sectoren spelen hierbij een hoofdrol en welke mogelijkheden heeft EZ om actief in te grijpen.

Of EZ daadwerkelijk wil ingrijpen is mede afhankelijk van de mate waarin de markt zelf maatregelen neemt teneinde de irritaties en met name de wachttijden te beperken. Op basis van de telefonische vervolgmetingen kan vastgesteld worden of de maatregelen het gewenste effect sorteren. Hoofdstuk 7 beschrijft de resultaten voor de telefonische metingen bij de 0900-nummers uit *alle* jaren. In hoofdstuk 6 worden de resultaten besproken van het vaststellen van de gebondenheid.

## 2. Consumentenonderzoek

Het Consumentenonderzoek heeft plaatsgevonden in september 2007 en biedt inzicht in de frequentie waarmee telefonische informatiediensten in de verschillende sectoren gebruikt worden en irritatiefactoren. Zie voor de aanpak, de vragenlijst en de resultaten de bijlagen 1, 2 respectievelijk 3. In dit hoofdstuk zijn de uitkomsten op hoofdlijnen beschreven.

### 2.1 Frequentie nummergebruik

Op jaarbasis belt jaarlijks een derde van de respondenten met een 0800-informatiedienst en 50% met een 0900-informatiedienst. Daarnaast wordt er ook veel informatie ingewonnen via andere (voornamelijk lokale) nummers, naar schatting gaat het om ongeveer 60% van de respondenten.

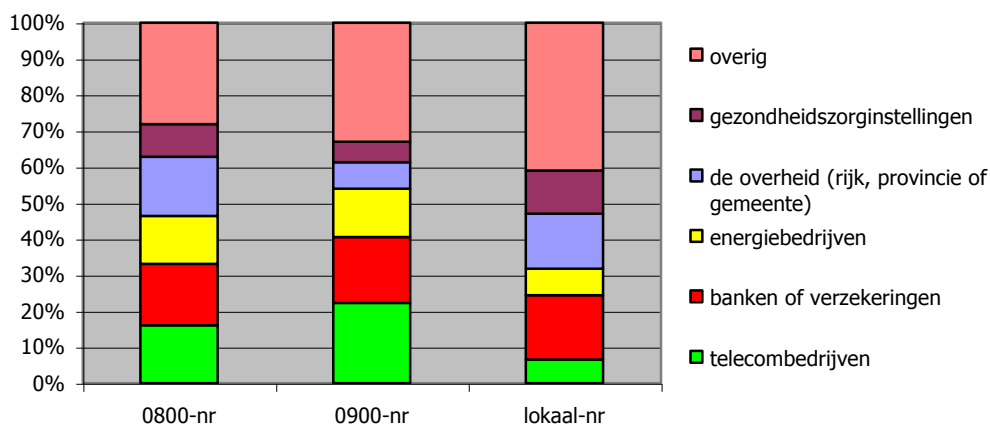
De maatschappelijke irritatie lijkt voornamelijk betrekking te hebben op de energiesector, de financiële sector en de telecomsector. Aan deze sectoren wordt in het onderzoek dan ook expliciet aandacht besteed. Daarnaast blijken ook de telefonische informatiediensten van gezondheidinstellingen en de overheid regelmatig geraadpleegd te worden.

Met zowel de betaalde informatiediensten via de 0900-nummers als de gratis informatiediensten via de 0800-nummers worden vooral telecombedrijven, banken of verzekeringen en energiebedrijven benaderd. De (gratis) 0800-nummers worden ook regelmatig gebruikt om informatiediensten van de overheid te bellen. Lokale nummers worden vaak gebruikt om banken of verzekeringen, de overheid of gezondheidinstellingen te bellen. Zie onderstaande tabel en figuur 2.1.

Verdeling contact telefonische informatiediensten	0800-nr	0900-nr	Lokaal-nr
Telecombedrijven	16%	22%	7%
Banken of verzekeringen	17%	18%	18%
Energiebedrijven	13%	13%	7%
De overheid (rijk, provincie of gemeente)	16%	7%	15%
Gezondheidsinstellingen	9%	6%	12%
Overig	28%	33%	41%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Figuur 2.1: Verdeling sectoren per nummersoort

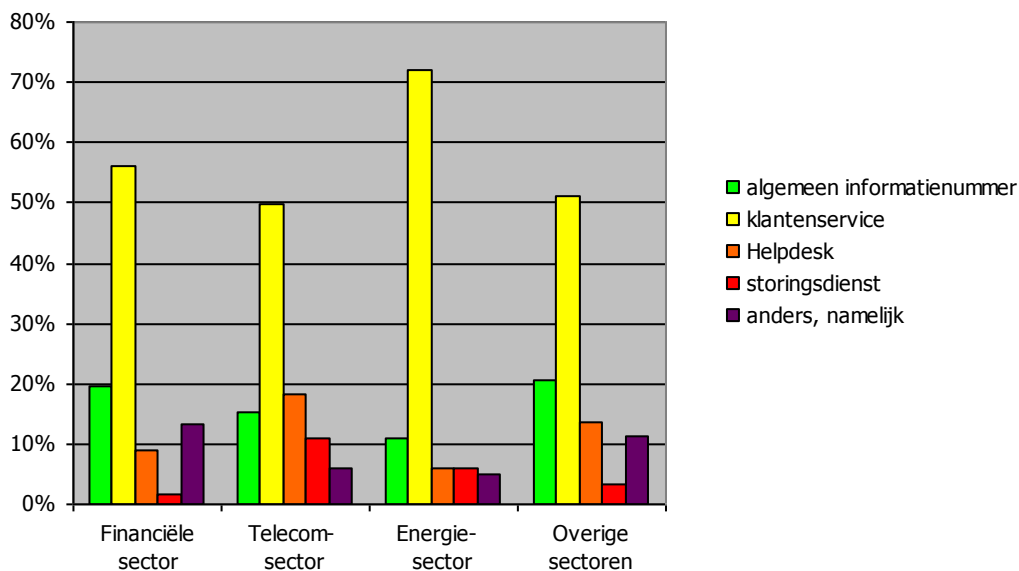


## 2.2 Gebondenheid en alternatieve contactmogelijkheden

De gebondenheid aan de telefonische informatiedienst wordt bepaald door de mate van gebondenheid met de betreffende aanbieder en de alternatieve contactmogelijkheden die geboden worden.

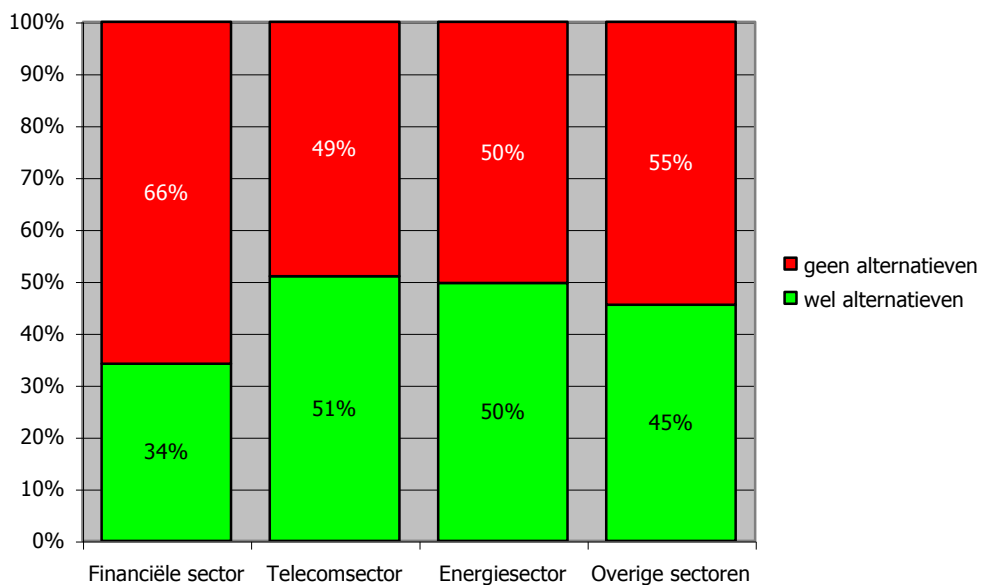
Het overgrote deel van de contacten vindt plaats met de klantenservice. Zonder nadere informatie is niet vast te stellen in hoeverre hierbij sprake is van gebondenheid. Hetzelfde geldt voor een algemeen informatienummer. Bij raadpleging van de helpdesk en de storingsdienst wordt verondersteld dat de consument een langduriger verbintenis heeft met de betreffende aanbieder en dus bij vragen wel contact *moet* zoeken met de betreffende aanbieder (de gebonden consument). In de telecomsector wordt zowel met de helpdesk als met de storingsdienst relatief gezien het meeste contact gezocht. Zie figuur 2.2.

Figuur 2.2: Specifieke dienst waarmee contact gezocht wordt per sector



In de telecomsector en de energiesector worden in 51% respectievelijk 50% van de gevallen alternatieve contactmogelijkheden gesuggereerd. In 'Overige sectoren' ligt dit met 34% beduidend lager. Zie figuur 2.3.

Figuur 2.3: Alternatieve contactmogelijkheden gesuggereerd

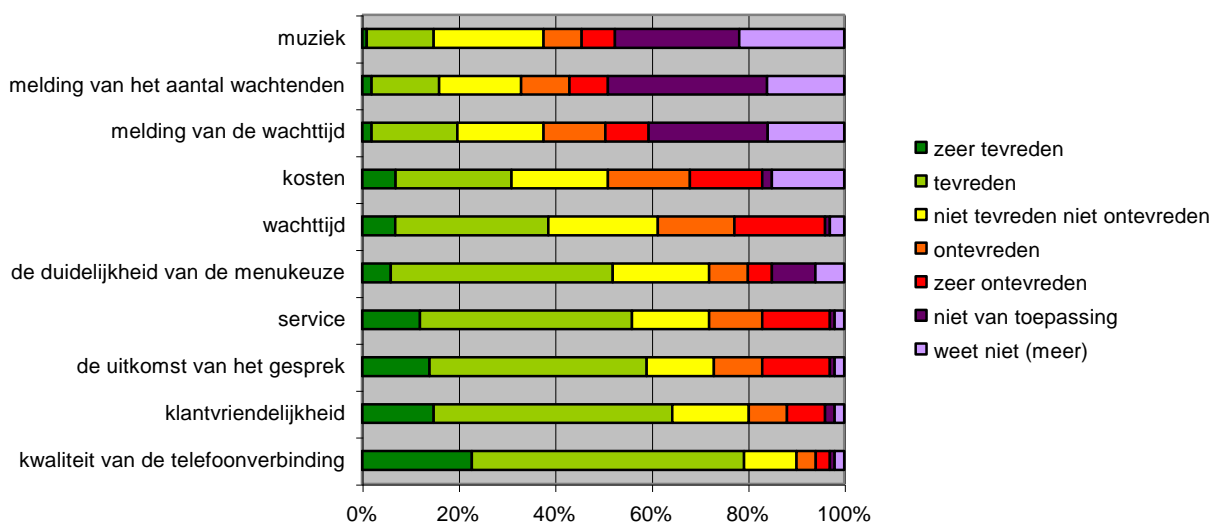


De belangrijkste gesuggereerde alternatieve contactmogelijkheid is het internet (84%), gevolgd door op een ander moment nogmaals bellen (14%) en een ander telefoonnummer (10%).

### 2.3 Tevredenheid laatste contact

Gevraagd naar de tevredenheid met betrekking tot het laatste contact blijken respondenten het meest tevreden over de kwaliteit van de telefoonverbinding. Het minst tevreden (ontevreden en zeer ontevreden) zijn de respondenten over de wachttijd en de kosten. Zie figuur 2.4.

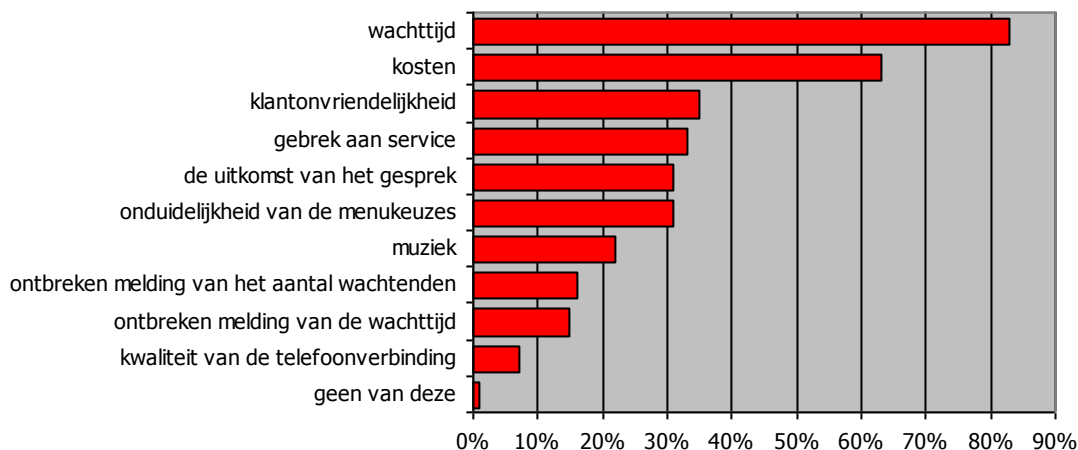
*Figuur 2.4: Tevredenheid laatste contact telefonische informatiediensten*



### 2.4 Irritatiefactoren

Deze laatste blijken ook de belangrijkste individuele irritatiefactoren te zijn. 58% van de respondenten ergert zich wel eens wanneer contact gezocht wordt met een telefonische informatiedienst; 40% ergert zich zelfs meestal. Als belangrijkste veroorzaker voor de irritatie wordt de wachttijd aangegeven (genoemd door 83% van de respondenten), gevolgd door de kosten 63%). Zie figuur 2.5.

Figuur 2.5: Individuele irritatiefactoren



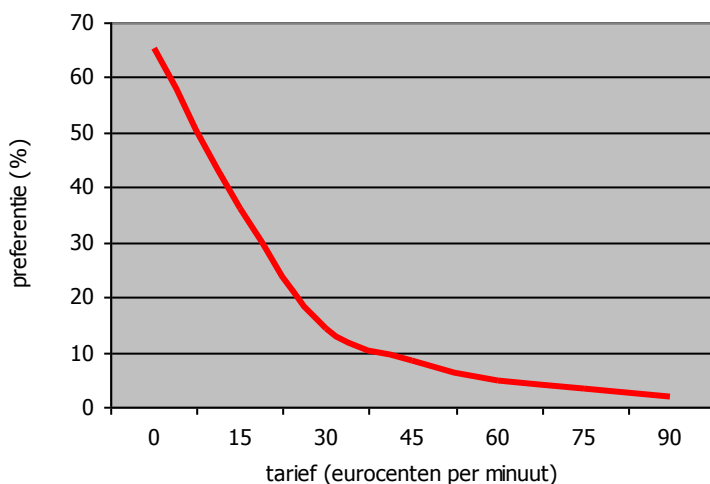
## 2.5 Preferentie

Irritatie komt echter niet voort uit individuele factoren, maar vanuit een totaalpakket. Wanneer de verschillende factoren gezamenlijk worden geanalyseerd (conjunct analyse), dan blijkt het tarief de allerbelangrijkste factor. De doorverwijzing blijkt uiteindelijk belangrijker dan de wachttijd maar veel minder belangrijk dan het tarief. Met andere woorden: consumenten hebben er wel wat voor over om daarna direct door de juiste persoon geholpen te worden. Informatie over het aantal wachtenden of de resterende wachttijd is minder belangrijk dan de muziek of het keuzemenu, maar geen van drieën speelt een grote rol bij de afweging van consumenten. Zie ook onderstaande tabel.

Relatieve belang	
Tarief per minuut	42,26
Doorverwijzing	28,17
Wachttijd	15,55
Keuzemenu	5,94
Muziek	4,36
Informatie	3,73

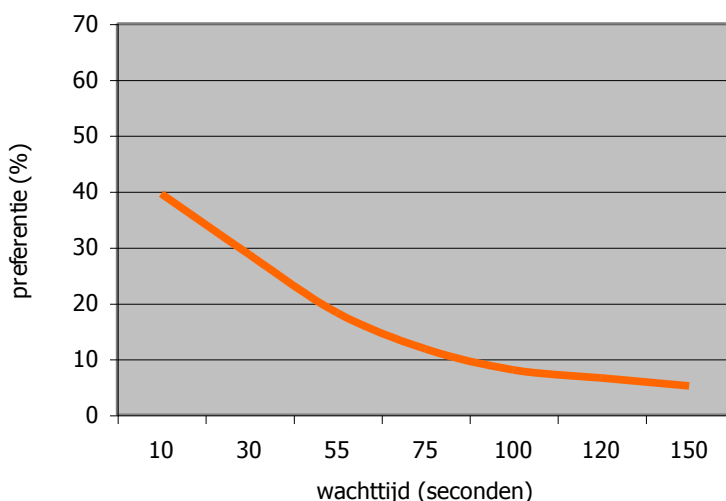
De conjunct analyse meet de preferenties van de consument. In de grafieken 2.6 en 2.7 zijn de gevoeligheden voor het tarief respectievelijk de wachttijd weergegeven. Rond de dertig cent per minuut bevindt zich het omslagpunt, zie figuur 2.6. Bij een hoger tarief wordt de preferentie van de consument nog maar nauwelijks beïnvloed door het tarief.

Figuur 2.6: Gevoeligheid preferentie voor tarief



Zoals verwacht (op basis van het belang) is de preferentie van de consument veel minder gevoelig voor de wachttijd (figuur 2.7 is veel vlakker); echter ook hier is sprake van een verandering van de gevoeligheid, zij het wat minder uitgesproken dan bij de tarieven. Als de geleidelijke verandering wordt teruggebracht tot één omslagpunt, dan ligt dit in de buurt van één minuut.

Figuur 2.7 Gevoeligheid preferentie voor wachttijd



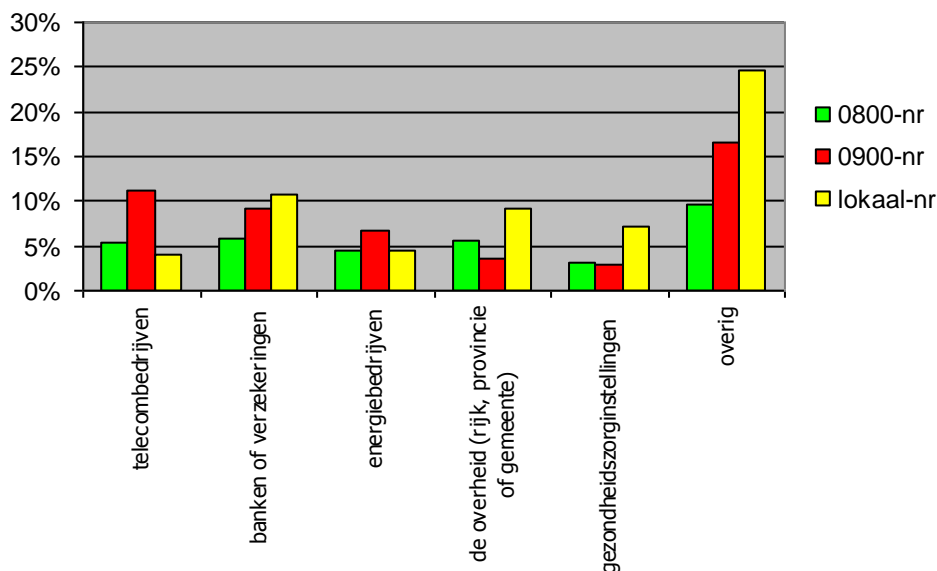
In het kader van dit onderzoek worden de preferenties opgevat als het omgekeerde van irritatie. Immers naarmate de irritatie toeneemt, neemt de preferentie af en andersom (mag men aannemen). Verondersteld wordt daarom dat de omslagpunten gezien kunnen worden als punten waarop de irritatie ontstaat dan wel verdwijnt. Als er eenmaal irritatie ontstaat, is men veel minder gevoelig voor bijvoorbeeld prijsstrategieën.

## 2.6 Conclusies

Jaarlijks belt 50% van de consumenten met een 0900-informatienummer en 34% met een 0800-informatienummer. Geschat wordt dat ongeveer 60% van de consumenten jaarlijks een informatiedienst benadert via een lokaal nummer. Het is niet bekend of deze preferentie het gevolg is van het aanbod dan wel een gevolg is van de keuzes van consumenten.

Rekening houdend met de bedrijven die via de verschillende nummersoorten worden benaderd ontstaat de frequentieverhouding uit figuur 2.8. De banken en verzekeringsbedrijven worden het meest gebeld, gevolgd door de telecombedrijven, de overheid en de energiebedrijven.

Figuur 2.8: Frequentieverdeling nummergebruik over sectoren en nummersoorten



58% van de respondenten ergert zich wel eens wanneer contact gezocht wordt met een telefonische informatiedienst; 40% ergert zich zelfs meestal. Als belangrijkste veroorzaker voor de irritatie wordt de wachttijd aangegeven (genoemd door 83% van de respondenten), gevolgd door de kosten (63%).

Bij een integrale afweging van alle kenmerken blijken de kosten echter de belangrijkste factor te zijn, gevolgd door gelijk met de juiste persoon verbonden zijn of worden. Pas op de derde plaats komt de wachttijd.

De grenswaarden voor het ontstaan van irritatie liggen bij de wachttijd rond de één minuut en bij de tarifiering op ongeveer 30 cent per minuut.

### **3. Telefonisch onderzoek - 0800- en 0900-nummers eerste meting**

Het telefonisch onderzoek geeft inzicht in de feitelijke wachttijden en tarieven. Het eerste telefonisch onderzoek heeft plaatsgevonden in september 2007 onder zowel de 0800-nummers als de 0900-nummers. Daarna zijn vervolgmetingen uitgevoerd, zodat eventuele ontwikkelingen zichtbaar worden. Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten van de eerste meting. In het volgende hoofdstuk worden de geconstateerde ontwikkelingen beschreven.

De selectie van gebelde nummers is beschreven in bijlage 4. In dit hoofdstuk worden de resultaten op hoofdlijnen besproken. De maatschappelijke irritatie lijkt voornamelijk betrekking te hebben op de energiesector, de financiële sector en de telecomsector. Aan deze sectoren wordt in het onderzoek dan ook expliciet aandacht besteed. Daarnaast blijkt tijdens het telefonisch onderzoek ook de gezondheidsector een relevante sector; een relatief groot deel van de steekproef 0800- en 0900-nummers blijkt in gebruik bij gezondheidszorg- of aanverwante instellingen. De resultaten voor de gezondheidsector worden daarom apart gerapporteerd. De overheid bleek tijdens het consumentenonderzoek weliswaar een relevante sector: de telefonische informatiediensten van de overheid worden regelmatig geraadpleegd. In het telefonisch onderzoek blijkt de overheid niet als separate, relevante sector te onderscheiden. De resultaten voor de overheidssector zijn dan ook niet afzonderlijk gerapporteerd, maar vallen onder de 'overige sectoren'.

#### **3.1 Direct een persoon**

De enquêteurs hebben de geselecteerde nummers gebeld met de opdracht het 'gesprek' te beëindigen zodra ze een persoon aan de lijn krijgen. Bij de 0800-nummers kregen ze in 42% van de 354 gevallen direct een persoon aan de lijn, dus zonder een voorafgaand keuzemenu of bandje ("alle medewerkers zijn in gesprek" of iets soortgelijks). Bij de 0900-nummers wordt eerst het tarief vermeld (verplicht), bij 36% van de 632 nummers kregen de enquêteurs daarna ook direct een persoon aan de lijn. In de sectoren gezondheid en overige krijg je bijna in de helft van de gevallen direct iemand aan de lijn. In de financiële sector is dat in een derde van de gevallen zo. In de energie- en telecomsector ligt dat duidelijk lager. Bij de 0900-nummers in de telecomsector krijg je maar in 8% van de telefoontjes direct iemand aan de lijn. Bij de 0900-nummers in de energiesector is dat niet veel beter (9%).

Gemiddeld duurt het 6 seconden voordat de betreffende persoon de telefoon beantwoordt (zie onderstaande tabel).

<b>Gemiddelde beantwoordingtijd bij direct een persoon aan de lijn</b>						
Sector	Totaal		0800-nummers		0900-nummers	
	N	sec	n	Sec	n	sec
Financiële sector	52 (33%)	8	28	8	24	9
Energiesector	5 (10%)	15	3	13	2	18
Telecomsector	12 (14%)	6	8	6	4	7
Gezondheid/sociale sector	38 (43%)	5	10	4	28	5
Overige sectoren	270 (45%)	6	100	7	170	6
<b>Totaal</b>	<b>377 (38%)</b>	<b>6</b>	<b>149</b>	<b>7</b>	<b>228</b>	<b>6</b>

De beantwoordingtijd per sector laat zien dat de wachttijd bij de energiesector duidelijk langer is. Hierbij moet wel worden aangetekend dat het gaat om een gering aantal waarnemingen. De gezondheid/sociale sector heeft de kortste beantwoordingtijd. Er is weinig verschil in wachttijd tussen 0800- en 0900-nummers.

### 3.2 Wachttijden

De door ons gemeten tijden komen uit het bestand met de afrekening van onze telecom aanbieder. Dat bevat de gespecificeerde rekening van alle door ons gebelde telefoonnummers. Daardoor weten we exact wie we gebeld hebben, hoelang dat gesprek duurde en wat er per gesprek betaald moet worden. In dit bestand staat ook het tarief per minuut van alle 0800- en 0900-nummers. Dat wil zeggen dat we exact hebben vastgelegd hoe lang de lijn open stond vanaf de eerste (betaalde) puls tot aan het einde van het gesprek. Het einde van het gesprek hebben wij daarbij gedefinieerd als het moment waarop er een "echt" persoon aan de lijn komt. In een aantal gevallen gebeurde dit echter niet. Aan de interviewers is daarom de instructie gegeven om een gesprek als beëindigd te beschouwen als zij in hun thuissituatie ook zouden aannemen dat het gesprek ten einde is. In de meeste gevallen is dat als de voice response van de aanbieder meldt dat het gesprek beëindigd wordt, dat men kan ophangen of dat men wordt doorverwezen naar een alternatief. In een aantal gevallen valt er echter een grote stilte en weet je eigenlijk niet of er nog verbinding is. In deze gevallen is achteraf geconstateerd aan de hand van de uitdraai van de contacttijden dat deze gesprekken daadwerkelijk al beëindigd waren.



Bij 85% van alle contacten duurde het gesprek niet langer dan 1 minuut. De meeste gesprekken die binnen 1 minuut eindigden duurden niet langer dan 20 seconden (56%). Acht procent van alle gesprekken duurde maximaal 2 minuten. Meer dan 2 minuten duurde 7% van alle gesprekken.

Wachttijden per sector												
Wachttijd	Totaal		Financiële sector		Energie sector		Telecom sector		Gezondheid/ sociale sector		Overige sectoren	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	
≤ 1 minuut	834	85%	124	78%	39	80%	64	75%	75	84%	532	88%
1+ minuut	81	8%	12	8%	8	16%	11	13%	9	10%	41	7%
2+ minuten	21	2%	7	4%	1	2%	2	2%	1	1%	10	2%
3+ minuten	10	1%	4	3%	0	0%	1	1%	2	2%	3	0%
4+ minuten	11	1%	3	2%	0	0%	2	2%	0	0%	6	1%
5+ minuten	18	2%	7	4%	0	0%	4	5%	1	1%	6	1%
10+ minuten	11	1%	2	1%	1	2%	1	1%	1	1%	6	1%
<b>Totaal</b>	<b>986</b>	<b>100%</b>	<b>159</b>	<b>100%</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>	<b>604</b>	<b>100%</b>

De gemiddelde wachttijd is 50 seconden. De telecomsector heeft de hoogste gemiddelde wachttijd (83 seconden) en de 'overige sectoren' de laagste (40 seconden). Bij 0900-nummers is de wachttijd gemiddeld 4 seconden langer. Bij de telecom- en de financiële sector is de wachttijd bij de 0800-nummers langer dan bij de 0900-nummers.

Gemiddelde wachttijd per sector						
Sector	Totaal		0800-nummers		0900-nummers	
	n	sec	N	Sec	n	sec
Telecomsector	85	83	33	88	52	79
Financiële sector	159	70	78	86	81	55
Energiesector	49	55	26	37	23	75
Gezondheid/sociale sector	89	44	20	19	69	51
Overige sectoren	604	40	197	29	407	46
<b>Totaal</b>	<b>986</b>	<b>50</b>	<b>354</b>	<b>47</b>	<b>632</b>	<b>51</b>

Bij iets meer dan 1% van de 0800-nummers was de wachttijd langer dan 10 minuten. Bij de top-3 van langste wachttijden was het niet mogelijk om een 'echt' persoon aan de lijn te krijgen binnen een acceptabele tijd. In deze gevallen is er door de interviewers, na ongeveer een half uur wachten, besloten de verbinding te verbreken, mede omdat er geen indicatie werd gegeven voor de geschatte wachttijd.

De informatie die bij de 0800-nummers wordt gegeven tijdens het wachten is zeer gering. In het grootste gedeelte van de gevallen wordt er alleen aangegeven dat alle medewerkers in gesprek zijn en "*u zo spoedig mogelijk wordt geholpen*". In slechts één geval werd er direct aan het begin van het telefoongesprek aangegeven dat een lange wachttijd mogelijk was.

Ook bij de 0900-nummers bedroeg in iets meer dan 1% van de gevallen de wachttijd meer dan 10 minuten. Dit betrof vooral nummers van de 'overige sectoren'. In nagenoeg alle gevallen is sprake van een menu, gevolgd door een mededeling "*alle medewerkers zijn in gesprek, u wordt zo snel mogelijk geholpen*" (of iets soortgelijks). In de helft van de gevallen bleek het niet mogelijk een 'echt' persoon aan de lijn te krijgen. De langste wachttijd bedroeg meer dan 30 minuten.

### **3.3 Tarieven per minuut**

Vijf procent van de door ons gebelde 0900-nummers berekent een vast tarief per gesprek. Iets meer dan 2% vermeldt bij aanvang van het gesprek géén tarief. Bij 93% zijn de kosten van het gesprek afhankelijk van de lengte van het gesprek. Van alle 0900-nummers wordt 9% afgerekend tegen lokaal tarief (2 cent per minuut) en 1% hanteert het interlokale tarief (5 cent per minuut). Bij de overige 0900-nummers (83%) worden de kosten per minuut tegen een ander tarief afgerekend. We hebben daarbij tarieven geregistreerd van 1 cent tot en met 80 eurocent per minuut. Bijna acht van de tien nummers hanteren hierbij een tarief van maximaal 30 cent per minuut.

In onderstaande tabel staan de tarieven.

Cummulatief percentage per tarief						
tarief per minuut	Totaal	Financiële sector	Energie-sector	Telecom-sector	Gezondheid sector	Overige sectoren
1 cent	2%	1%	0%	4%	2%	2%
2 cent	18%	28%	13%	10%	22%	17%
3 cent	19%	29%	13%	10%	22%	17%
4 cent	19%	29%	13%	10%	22%	18%
5 cent	24%	42%	21%	12%	27%	22%
6 cent	25%	42%	29%	16%	27%	22%
7 cent	25%	42%	29%	16%	27%	22%
8 cent	25%	42%	29%	16%	27%	22%
9 cent	25%	42%	29%	18%	27%	22%
10 cent	54%	83%	67%	51%	64%	47%
13 cent	54%	83%	67%	51%	64%	47%
15 cent	62%	86%	83%	57%	73%	54%
18 cent	62%	86%	83%	57%	73%	55%
20 cent	70%	91%	83%	63%	84%	63%
21-30 cent	77%	95%	92%	73%	89%	72%
31-40 cent	81%	95%	92%	78%	94%	76%
41-50 cent	88%	96%	92%	92%	95%	84%
51-60 cent	90%	97%	92%	92%	95%	87%
61-70 cent	92%	97%	96%	98%	95%	89%
71-80 cent	100%	100%	100%	100%	100%	100%

### 3.4 Vaste tarieven per gesprek

Vijf procent van de door ons gebelde 0900-nummers berekenen een prijs per gesprek. De kosten variëren van 7,5 cent tot 1,30 euro per gesprek. Meer dan driekwart van de bedrijven die een tarief per gesprek hanteren, is afkomstig uit de 'overige sectoren'.

Tarieven 0900-nummers	N= 632 (100%)
Vaste tarieven per gesprek	N=33 (5%)
1-35 cent	1%
36- 60 cent	1%
61-80 cent	1%
81- 129 cent	1%
130 cent	2%

### 3.5 Totale gesprekskosten door wachttijd

Voor 93% van de 'gesprekken' zijn de totale gesprekskosten de resultante van het tarief maal de gesprekstijd (lees: wachttijd). In 5% van de gevallen is er sprake van een vast tarief per gesprek. De gevonden totale gesprekskosten (voor wachttijd) zijn weergegeven in onderstaande tabel.

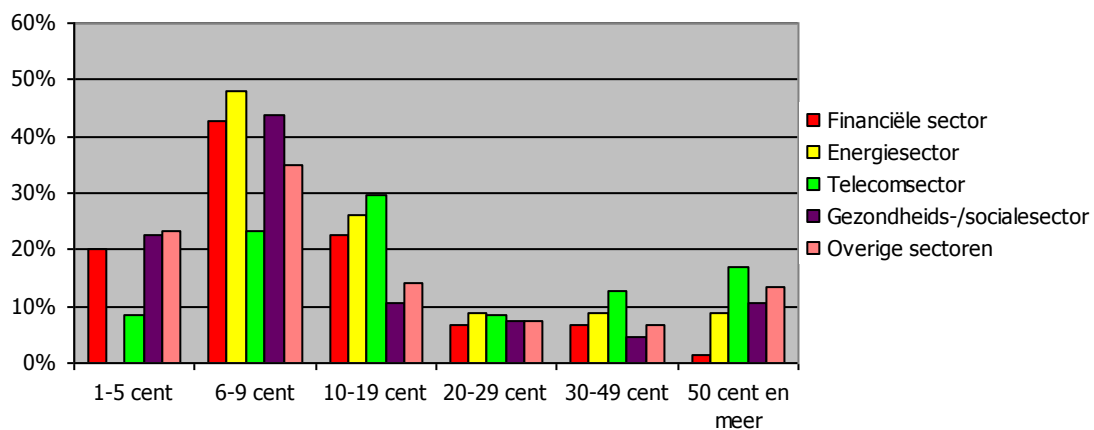
<b>Totale gesprekskosten door wachttijd (0900-nummers)</b>	<b>N=632 (100%)</b>
1-5 cent	21%
6-9 cent	57%
10-19 cent	74%
20-29 cent	81%
30-39 cent	85%
40-49 cent	88%
50-59 cent	90%
60-69 cent	91%
70-79 cent	93%
80-99 cent	94%
100 cent en meer	100%

De laagste kosten per 'gesprek' bedragen 4,8 cent, de hoogste kosten bedragen € 15,67. De gemiddelde kosten per 'gesprek' bedroegen 30 cent. De financiële sector was met 12 cent gemiddeld per 'gesprek' het meest voordelig en de telecomsector met gemiddeld 36 cent per 'gesprek' was het minst voordelig. Vergelijk onderstaand overzicht.

- Financiële sector : gemiddeld € 0,12 per gesprek
- Energiesector : gemiddeld € 0,21 per gesprek
- Gezondheid/sociale sector : gemiddeld € 0,21 per gesprek
- Overige sectoren : gemiddeld € 0,35 per gesprek
- Telecomsector : gemiddeld € 0,36 per gesprek

De verdeling naar totale gesprekskosten door wachttijd per sector is weergegeven in figuur 3.1.

*Figuur 3.1: Verdeling totale gesprekskosten door wachttijd per sector*



In de top-5 met de hoogste gesprekskosten komen we drie bedrijven tegen die ook in de top van langste 'gesprekken' (wachttijden) terug te vinden zijn.

## **4. Kwalitatief onderzoek onder nummerexploitanten**

Doel van het kwalitatieve onderzoek is de drijfveren en strategieën van aanbieders van telefonische informatiediensten te achterhalen. Met een zevental organisaties zijn in het najaar van 2007 interviews gehouden teneinde inzicht te krijgen in de keuzes die te maken zijn ten aanzien van de inrichting van telefonische informatiediensten, de strategieën die gehanteerd kunnen worden en welke factoren bepalen welke strategieën worden gekozen en op welke wijze de markt en/of de overheid iets (kunnen) doen aan de bestrijding van de wachttijden, de kosten en de ergernis. In dit hoofdstuk wordt een samenvatting van het kwalitatieve onderzoek beschreven. Een uitgebreidere beschrijving bevindt zich in de bijlage.

### **4.1 Telefonische serviceverlening core business of ondersteunend proces**

Bij telefonische informatiediensten moet onderscheid worden gemaakt tussen de telefonische informatiedienst als core business en als ondersteunend proces (je kunt immers ook informatie verkopen). Hoewel wachttijden bij beiden soorten bedrijven irritatie kunnen veroorzaken, kan wachttijd bij het bedrijf waarbij informatieverstrekking de core business is, ook leiden tot verlies van klanten.

### **4.2 Probleembewustzijn**

Bedrijven realiseren zich dat ze op de lange termijn niets hebben aan geïrriteerde klanten. De bestrijding van de irritatie richt zich vooral op een verkorting van de wachttijd. Via de tarifiering per minuut zal dit echter ook invloed hebben op de totale gesprekskosten.

Maar mensen zullen altijd klagen over telefonische bereikbaarheid. Telefonische bereikbaarheid is in termen van Herzberg een dissatisfier; de telefonische bereikbaarheid zelf zal alleen tot klachten leiden, niemand is tevreden vanwege een goede bereikbaarheid. Bovendien is er verschil tussen gepercipieerde wachttijd en werkelijke wachttijd.

### **4.3 Verhogen tevredenheid**

Het oplossen van het probleem waarmee de beller zit leidt echter wel tot tevredenheid, een steeds groter aantal aanbieders richt zich daarom op de first call resolution. Ook omdat men zich bewust is van de herhaal-bellers. Mensen die niet in één keer geholpen worden, leveren extra telefoonverkeer op omdat ze meerdere keren bellen.

### **4.4 Telefonische informatie diensten als strategisch marketing tool**

Het inzetten van telefonische informatiediensten wordt (soms ook) gezien als strategische marketing tool. Door identificatie (klantcode, postcode, enz) kunnen bellers in verschillende doelgroepen worden ingedeeld (platina, goud en zilver) met een bijbehorende aanpak (bijvoorbeeld een voorkeursbehandeling door een hoge plaats in de wachtrij).

#### **4.5 Verminderen wachttijd**

Met behulp van allerlei middelen pogen bedrijven de wachttijd tot een minimum te beperken, bijvoorbeeld forecasting of identificatie van de beller en de reden waarvoor gebeld wordt. Maar ook door bijvoorbeeld routeren door middel van effectievere keuzemenu's, sturen op contact buiten piektijden of IVR (Interactive Voice Respons).

Bedrijven onderhouden ook in toenemende mate contacten met hun klanten via verschillende kanalen (Internet (FAQs), e-mail, chatten, indicatie wachttijd op internet, of een SMS service; bel nu). De gebondenheid neemt hierdoor af en naar verwachting daarmee ook de irritatie. Men hoeft immers niet meer te wachten aan de telefoon, je kunt ook een e-mailtje sturen. Telefonische bereikbaarheid wordt daarmee minder dringend. Deze multi-channel stelt overigens wel (hoge) eisen aan de back office, deze moet over al deze kanalen geïntegreerd worden.

Het gevaar van het aanpakken van de wachttijden is dat er call takers worden ingezet. Bellers krijgen dan wel iemand aan de telefoon, echter zonder dat ze daadwerkelijk geholpen worden.

#### **4.6 Tarifiering**

Vaak wordt niet gekozen voor gratis nummers in verband met het oneigenlijk gebruik. Tarifiering vormt een drempel voor plaagbellers.

#### **4.7 Regulering**

Overheidsregulering van de tarifiering en wachttijden ziet men als onwenselijk. Het serviceniveau van telefonische diensten in termen van tarifiering en wachttijd is (regelmatig) de resultante van weloverwogen beslissingen. Uit de interviews komt naar voren dat men zich bewust is van de wenselijkheid geïrriteerde klanten als gevolg van wachttijden te voorkomen. In de afgelopen tijd zijn al heel wat maatregelen genomen om de wachttijden terug te brengen. Overheidsingrijpen wordt echter gezien als ingrijpen op de (marketing) strategie en weinig zinvol.

## 5. Conclusies uit de eerste meting (oktober 2007)

Is de maatschappelijke irritatie in 2007 terecht en zo ja, welke sectoren spelen hierbij een hoofdrol en welke mogelijkheden heeft EZ om actief in te grijpen? Of EZ daadwerkelijk wil ingrijpen is mede afhankelijk van de mate waarin de markt zelf maatregelen neemt teneinde de irritaties en met name de wachttijden te beperken. Op basis van de tweede telefonische meting kan worden vastgesteld of de maatregelen het gewenste effect sorteren. De resultaten van de tweede meting zijn nog niet opgenomen in deze tussenrapportage.

### 5.1.1 Tarifiering

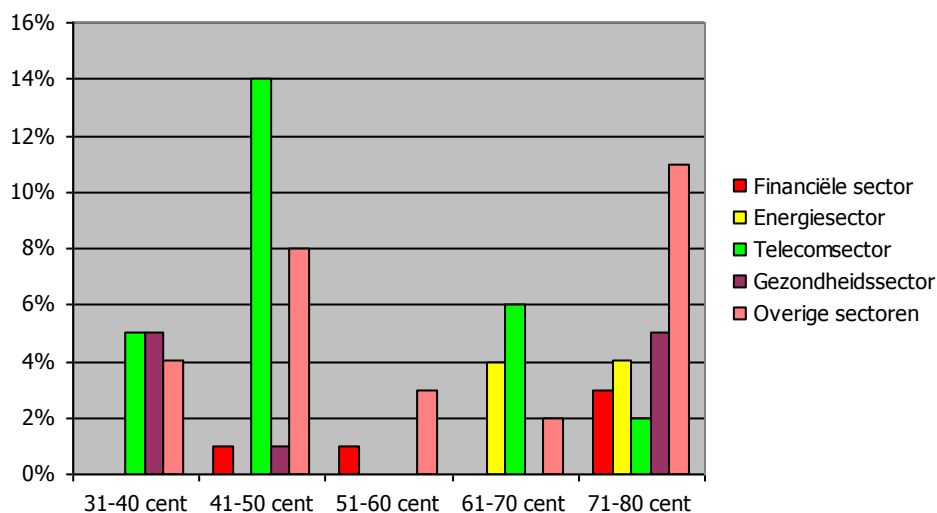
In het consumentenonderzoek is de irritatiegrenswaarde met betrekking tot de tarifiering vastgesteld op 30 cent per minuut; 77% van de aanbieders van telefonische informatiediensten blijft met de tarifiering binnen deze norm. Per sector verschillen deze percentages echter sterk:

Financiële sector	: 95%
Energiesector	: 92%
Gezondheid sector	: 89%
Telecomsector	: 73%
Overige sectoren	: 72%

Vooraf in de telecomsector en de 'overige sectoren' worden hogere tarieven gehanteerd. Een belangrijk aandeel van de telecombedrijven hanteert een tarief tussen de 41 en 50 cent per minuut. De hoogste tarieven worden vooral gebruikt in de overige sectoren. Binnen deze categorie bevinden zich ook de bedrijven waarvan de informatiedienst zelf de core business is. De tarifiering en de gesprekskosten reflecteren hierbij vooral de waarde van de geboden informatiedienst. De tarifiering en de kosten kunnen dan ook niet zondermeer vergeleken worden met de tarifiering en gesprekskosten in de sectoren waar de informatiediensten opgevat mogen worden als ondersteunend aan de core business. Zie voor een verdeling van de tarieven boven de dertig cent per minuut figuur 5.1.



Figuur 5.1: Verdeling aandeel bedrijven dat irritatiegrens tarifiering overschrijdt



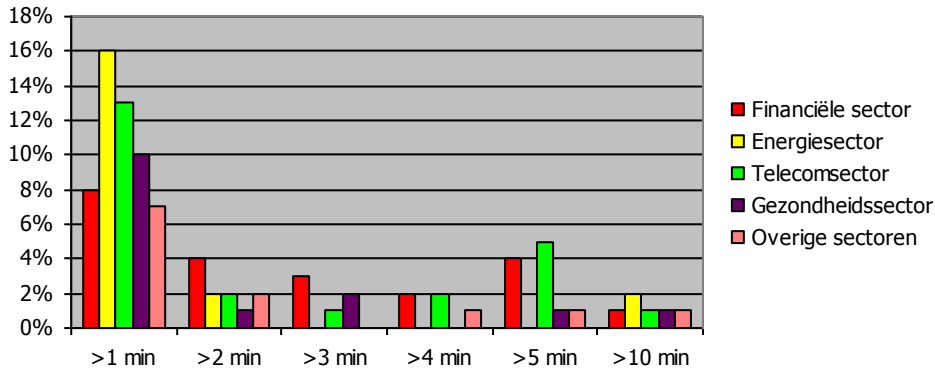
### 5.1.2 Wachttijden

In het consumentenonderzoek is de irritatiegrenswaarde met betrekking tot de wachttijden vastgesteld op ongeveer 1 minuut; 85% van de aanbieders van telefonische informatiediensten blijft met de wachttijden binnen deze norm. Per sector verschillen deze percentages en de gemiddelde wachttijden echter sterk:

Sector	Percentage	gemiddelde wachttijd
Overige sectoren	88%	40 seconden
Gezondheid sector	84%	44 seconden
Energiesector	80%	55 seconden
Financiële sector	78%	70 seconden
Telecomsector	75%	83 seconden

De wachttijden zijn het laagst bij de bedrijven in de 'overige sectoren' en het hoogst bij de telecombedrijven. Zowel in de financiële sector als in de telecomsector wordt de irritatiegrens voor wachttijden overschreden. Zie voor een verdeling van de wachttijden langer dan 1 minuut figuur 5.2.

Figuur 5.2: Verdeling aandeel bedrijven dat irritatiegrens wachttijden overschrijdt



Bij 93% van de nummers bedraagt de wachttijd niet meer dan 2 minuten.

### 5.1.3 Maatschappelijke irritatie terecht

De maatschappelijke irritatie rondom telefonische informatiediensten lijkt terecht. 98% van de respondenten ergert zich (wel eens) wanneer contact gezocht wordt met een telefonische informatiedienst; 40% ergert zich zelfs regelmatig. Op basis van de tarifiering blijkt 5% tot 27% van de irritatie verklaarbaar. Op basis van de wachttijden blijkt nog eens 12% en 25% van de irritatie verklaarbaar. Met andere woorden: 27% tot 52% van de irritatie (afhankelijk van de sector) wordt veroorzaakt door de tarifiering en/of de wachttijden. Vooral de tarieven en wachttijden in de telecomsector leiden tot irritatie.

### 5.1.4 Ingrijpen?

De maatschappelijke irritatie rondom telefonische informatiediensten is terecht. Vervolgens is het de vraag of EZ wil en kan ingrijpen. Of EZ daadwerkelijk wil ingrijpen, is mede afhankelijk van de mate waarin de markt zelf maatregelen neemt teneinde de irritaties te beperken. Eerder uitgevoerd onderzoek onder telefonische informatiediensten toonde aan dat bedrijven met telefonische serviceverlening in de afgelopen jaren zijn overgegaan tot het beperken van de wachttijden. De resultaten van dit onderzoek lijken te suggereren dat de wachttijden gemiddeld nog verder zijn teruggebracht. In hoeverre dit werkelijk het geval is, kan pas na een tweede meting definitief worden vastgesteld. De gevonden verschillen kunnen immers ook het gevolg zijn van de verschillen in de aanpak. Op basis van de interviews lijkt de verwachting gerechtvaardigd dat men zich bewust is van het probleem en dat men bij voorkeur zelf maatregelen neemt.

### 5.1.5 Maatregelen

Als besloten wordt tot maatregelen, zijn deze op twee gebieden evident: een beperking van de maximale gesprekskosten en een beperking van de maximale wachttijd.

## 6. Gebondenheid

De maatschappelijke irritatie over de excessen met wachttijden en gesprekskosten lijkt zich vooral te concentreren rond de zogenaamde 'klantenservice'. Het gaat hierbij om een dienst die ondersteunend is aan de eigenlijke dienst (of het product) van het bedrijf en waarbij sprake is van een bestaande (doorlopende) contractuele en financiële relatie tussen de beller en het gebelde bedrijf buiten het telefoongesprek om. Het gaat hier dus om de gebondenheid van de bellers. Vastgesteld moet worden of wachttijden en gesprekskosten bij gebondenheid verschillen van de wachttijden en gesprekskosten wanneer er geen sprake is van gebondenheid.

Om vast te stellen of er sprake is van gebondenheid, hebben de interviewers na afloop van het 'telefoongesprek' een aantal vragen beantwoord over de betreffende informatiedienst.

### 6.1 Welke informatiedienst heeft u aan de lijn?

Het OPTA-nummerbestand fungeert als steekproefkader voor het telefonisch onderzoek. Uit dit steekproefkader is bekend wat het nummer is en wie houder is van het nummer. Wie uiteindelijk de gebruiker is van het nummer (de aanbieder van de telefonische informatiedienst) is echter niet bekend. Tijdens de eerste telefonische meting is zoveel mogelijk vastgesteld en geregistreerd welke informatiedienst (gebruiker van het nummer) men daadwerkelijk belt. Gedurende de tweede meting wordt geverifieerd of de tijdens de eerste meting vastgestelde gebruiker nog steeds dezelfde is.

In minder dan de helft van de gevallen wordt tijdens de tweede meting een naam genoemd die overeenkomt met de tijdens de eerste meting vastgestelde gebruiker van het betreffende nummer (270 keer van de 633). In de overige gevallen beoordeelde de interviewer de genoemde naam als anders dan de tijdens de eerste meting vastgestelde naam. In ruim een kwart van de gevallen weet de interviewer niet welke informatiedienst zojuist gebeld is (172 van de 633 keer), in de overige gevallen beschrijft de interviewer zo goed mogelijk welke informatiedienst men gebeld heeft op basis van wat men net gehoord heeft. Voor ongeveer tweederde van de gevallen geeft deze tekst een herkenbare informatiedienst. Maar in een derde van de gevallen levert deze tekst geen duidelijke aanwijzingen welke informatiedienst men aan de lijn heeft.

**Illustratie meldteksten:** onduidelijk welke informatiedienst bij het nummer hoort (n=57)

Wie of welke instantie of bedrijf krijgt u aan de telefoon?

- Bestel hotline
- Voicemail van electronic voting box
- Abonneeservice
- Meldpunt zorg
- Bel en bestellijn
- Calls discount
- Here bye

Conclusie: Op basis van de meldtekst weten de interviewers in ongeveer 40% van de nummers niet welke informatiedienst ze aan de lijn hebben.

## 6.2 Wat voor soort informatiedienst heeft u aan de lijn?

Interviewers is ook gevraagd het nummer toe te delen aan één van de volgende categorieën: algemeen informatienummer, klantenservice, helpdesk, storingdienst, anders of weet niet. Meer dan een kwart van de interviewers weet niet om wat voor soort dienstverlening het gaat (n=178). Ruim 35% geeft aan dat het om een algemene informatiedienst gaat (n=224). In een kwart van de gevallen (n=158) vindt de interviewer dat de soort informatiedienst niet ingedeeld kan worden in één van de genoemde categorieën (anders), een deel hiervan wordt toegelicht in een open antwoord, maar ook daar valt niet altijd op te maken van wat voor soort informatiedienst sprake is.

### Toelichting andersoortige informatiedienst

- Waarmee kan ik u van dienst zijn
- Afdeling fraude
- Telefoonnummer niet meer in gebruik
- Afdeling verkoop
- De telefoniste
- Bandje met info openingstijden
- Bandje met nieuwe info zonder keuzemenu
- Bandje, gesloten en verwijzing naar website
- Informatie lijn
- Niet te verstaan
- Voicemail?
- Adviseur
- Dienst waarmee je goedkoper naar het buitenland kan bellen
- Fax
- Meldpunt
- Steunpunt
- Niet beschikbaar nummer
- Voor noodgevallen
- Betaalservice (geef pincode)
- Tjeerd veenstra
- Bandje kassa openingstijden
- Klachtenlijn
- Service-center
- Receptenlijn
- Nieuwslijn
- Inschrijflijn
- Prijsinformatielijn

Conclusie: Op basis van de meldtekst zijn de interviewers nauwelijks in staat vast te stellen om wat voor soort informatiedienst het gaat.

## 6.3 Alternatieven

Belangrijk voor de wachttijden, de kosten voor het 'in de wacht staan' en de ergernissen daarover, is de mate waarin alternatieven beschikbaar zijn. Als er alternatieven bestaan (andere informatiediensten of andere manieren om contact te hebben), dan is wachten aan de telefoon een eigen keus. Er *hoeft* immers niet gewacht te worden, men kan op een andere wijze contact opnemen of met een andere organisatie. Als er daarentegen geen alternatieven beschikbaar zijn, als men dus gebonden is aan het telefonisch contact, dan kan men niet anders dan wachten tot men geholpen is. Juist bij gebondenheid is wachten en vooral betalen voor wachten frustrerend en ergerniswekkend.

Of men ook gebonden is aan het gebruik van een specifiek telefoonnummer is afhankelijk van de alternatieven die geboden worden (zoals bijvoorbeeld een website of een winkel die men kan bezoeken, een ander (goedkoper of gratis) telefoonnummer of een e-mailadres waar men een vraag of een opmerking heen kan sturen). Deze alternatieven worden niet of nauwelijks aangereikt wanneer er gebeld wordt naar de telefonische informatiedienst. In 3,5% van de gesprekken wordt een alternatief geboden: 8 maal een verwijzing naar het internet, 11 maal *'belt u op een ander tijdstip terug'* en 1 keer *'u wordt teruggebeld'*.

#### **6.4 Is er sprake van gebondenheid?**

Normaal gesproken wordt een 0900-nummer gebeld vanuit een bepaalde vraag (de informatiebehoefte van de beller) en daar wordt dan een telefoonnummer bij gezocht (met behulp van bijvoorbeeld een telefoon- of bedrijvengids, advertentie, een handleiding, factuur of website). Als men gaat bellen weet men dus al welke informatiedienst men gaat bellen of in ieder geval met welk doel men gaat bellen, daarmee is de aard van de gevraagde dienst voor een deel al bekend (algemene informatie, helpdesk, storingsdienst, enzovoort). Vaak is dan ook bekend of er sprake is van gebondenheid met de specifieke informatiedienst. Immers met een algemene informatievraag zijn er misschien meerdere informatiediensten die geraadpleegd kunnen worden. Terwijl men met een storingsmelding toch vaak gebonden is aan de eigen dienstverlener.

Bij dit onderzoek naar telefonische informatiediensten bestaat geen concrete vraag. Het blijkt voor interviewers moeilijk om vast te stellen welke informatiedienst men aan de telefoon heeft of wat voor soort informatiedienst wordt aangeboden. Tijdens de 'telefoongesprekken' worden niet tot nauwelijks alternatieven geboden; dat wil overigens niet zeggen dat er geen alternatieven beschikbaar zijn. Deze kunnen immers in de advertentie, de handleiding of de website vermeld zijn.

Een inschatting maken van de gebondenheid is op basis van het uitgevoerde telefonisch onderzoek niet mogelijk. De resultaten van het onderzoek kunnen dan ook niet uitgesplitst worden naar wel of geen gebondenheid.

## 7. Telefonisch onderzoek – 0900-nummers alle metingen

Door de verschillende metingen kunnen ontwikkelingen in tarieven en wachttijden zichtbaar gemaakt worden. De vervolgmetingen worden mede gebruikt om de effecten van de nieuwe regelgeving vast te stellen (het hanteren van een maximum tarief bij variabele tarieven hoger dan 15 cent per minuut). De nieuwe regelgeving is echter alleen van toepassing op de (betaalde) 0900-nummers. Daarom zijn de vervolgmetingen beperkt tot de 0900-nummers. In dit hoofdstuk wordt dan ook alleen gerapporteerd over de 0900-nummers. De eerste meting heeft plaatsgevonden in september 2007, daarna zijn vervolgmetingen geweest in september 2008, augustus 2009 en januari 2010.

Aanleiding voor het onderzoek 'telefonische informatiediensten' is de maatschappelijk irritatie rondom de wachttijden bij telefonische informatiediensten. Deze lijkt voornamelijk betrekking te hebben op de financiële, energie- en telecomsector. Daarnaast blijkt tijdens het onderzoek de gezondheid- en sociale sector een substantiële en herkenbare groep. Bij de uitsplitsing naar sectoren worden bovenstaande vier sectoren apart onderscheiden.

Op basis van voortschrijdende kennis over de gebruiker van de nummers is na afloop van de tweede meting nogmaals kritisch gekeken naar de indeling in sectoren van alle aanbieders van telefonische informatiediensten. Zo nodig is de indeling aangepast. Hierdoor zijn de resultaten per sector iets verschoven ten opzichte van de rapportage over de eerste meting (zie hoofdstuk 3).

### 7.1 Bereikbaarheid

Alle 889 0900-nummers zijn tijdens elke meting één keer benaderd. Het aantal afgesloten lijnen loopt op van 155 in 2007, 208 in 2008, 254 in 2009 en 305 in 2010. Het aantal keren dat het niet lukt om contact te krijgen (in gesprek of er wordt niet opgenomen) blijft over de jaren ongeveer gelijk. Het gevolg is dat het aantal geslaagde contactpogingen terugloopt van 70% in 2007, 65% in 2008, 59% in 2009 naar 56% in 2010. Wanneer de afgesloten lijnen buiten beschouwing worden gelaten, ligt de bereikbaarheid gedurende de gehele periode op een vergelijkbaar niveau (rond de 84%).

In onderstaand overzicht is het aantal 'gesprekken' weergegeven (dit zijn contactpogingen waarvan een rekening beschikbaar is). In bijlage 6 wordt een overzicht gegeven van de opbouw van de bereikbaarheid per sector en per jaar.

Aantal 'gesprekken'				
	2007	2008	2009	2010
Financiële sector	80	72	66	60
Energiesector	23	23	23	23
Telecomsector	53	49	40	38
Gezondheid/sociale sector	76	75	73	68
Overige sectoren	387	363	325	312
<b>Totaal</b>	<b>619</b>	<b>582</b>	<b>527</b>	<b>501</b>

Met het teruglopend aantal bereikte nummers kan de betrouwbaarheid voor de schatting van de gemiddelde wachttijd teruglopen, maar tegelijkertijd is ook de spreiding sterk teruggelopen. Het gevolg is dat de resultaten nauwkeuriger worden, ondanks het verminderd aantal waarnemingen.

## 7.2 Direct een persoon aan de lijn

Tijdens alle metingen hebben de telefonistes de instructie gekregen het 'gesprek' te beëindigen zodra ze een persoon aan de lijn krijgen. In 2007 kwam na de verplichte tariefmelding in bijna een derde van de gevallen (n=228) direct een persoon aan de telefoon. In 2008 gebeurt dit nog maar bij 3,3%. Kennelijk zijn aanbieders van telefonische informatiediensten, voor zover dit nog niet het geval was, massaal overgegaan op het gebruik van keuzemenu's en bandjes. Gezien het geringe aantal (n=21) waarin onmiddellijk na de tariefmelding een persoon aan de lijn komt, is het niet zinvol uitsplitsingen te maken naar de verschillende sectoren. Deze lijn zet zich voort in 2009 en 2010. In deze metingen is het aantal verder gedaald tot 11 respectievelijk 6 keer direct een persoon aan de lijn.

## 7.3 Wachttijden

De wachttijden worden vastgesteld op basis van de factuur. Over de gehele linie zien we een daling van de gemiddelde wachttijd met ruim 20%, van totaal gemiddeld 53 seconden in 2007 naar 41 seconden in 2010. Ook per sector zijn de wachttijden over de gehele periode gedaald. Vooral de wachttijden in de energiesector en de telecomsector zijn over de gehele periode sterk gedaald. Alleen in de financiële sector heeft over de gehele periode geen substantiële verkorting van de wachttijd plaatsgevonden, met als gevolg dat in deze sector momenteel de langste wachttijden worden aangetroffen (maar gemiddeld nog steeds onder de minuut).

Gemiddeld aantal seconden per 'gesprek' (gemiddelde wachttijden)				
	2007	2008	2009	2010
Financiële sector	56	47	40	55
Energiesector	75	85	62	44
Telecomsector	78	68	74	46
Gezondheid/sociale sector	50	28	32	38
Overige sectoren	48	34	32	39
<b>Totaal aantal seconden gemiddeld</b>	<b>53</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>41</b>

Ook de spreiding neemt af. Over de gehele periode neemt de maximale wachttijd af met bijna 70%, van 1844 seconden in 2007 naar 579 seconden in 2010. Zie de bijlage voor een verdere uitsplitsing over de jaren en de sectoren.

Gedurende de gehele periode is het merendeel van de wachttijden een minuut of korter. De laatste twee metingen zijn er geen waarnemingen gedaan van wachttijden langer dan 10 minuten.

Aan het begin van het onderzoek zijn de wachttijden in de telecomsector het langst, maar gedurende het onderzoek is ook in de telecomsector 79% van de wachttijden een minuut of korter.

Wachttijden	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
≤ 1 minuut	513	478	441	411	83%	82%	84%	82%
1+ minuut	56	62	55	57	9%	11%	10%	11%
2+ minuten	15	7	17	18	2%	1%	3%	4%
3+ minuten	8	8	7	5	1%	1%	1%	1%
4+ minuten	7	11	6	1	1%	2%	1%	0%
5+ minuten	13	0	0	9	2%	0%	0%	2%
10+ minuten	7	16	1	0	1%	3%	0%	0%
<b>TOTAAL</b>	<b>619</b>	<b>582</b>	<b>527</b>	<b>501</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### 7.4 Tarief

De gemiddelde tarieven per minuut worden berekend op basis van de factuur (totale gesprekskosten gedeeld door de totale wachttijd). De gemiddelde tarieven zijn over het geheel gedaald (-10%), dit wordt echter vooral veroorzaakt door de laatste meting.



<b>Gemiddelde tarief per minuut (berekend)</b>				
<b>Gemiddeld tarief per minuut</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,12	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,14
Energiesector	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,16
Telecomsector	€ 0,23	€ 0,22	€ 0,16	€ 0,18
Gezondheid/sociale sector	€ 0,21	€ 0,29	€ 0,25	€ 0,18
Overige sectoren	€ 0,37	€ 0,37	€ 0,39	€ 0,33
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,29</b>	<b>€ 0,28</b>	<b>€ 0,29</b>	<b>€ 0,26</b>

Aan het begin van het onderzoek is het gemiddelde tarief in de overige sectoren relatief hoog. Vooral het laatste jaar daalt dit gemiddelde tarief sterk. Ook in de telecomsector daalt het tarief over gehele periode tamelijk sterk. De gemiddelde tarieven in de financiële en energiesector blijven tamelijk constant.

#### 7.4.1 Verdeling tarieven per minuut

Voor de verdeling van de tarieven per minuut is gebruik gemaakt van de gegevens van de factuur voor 2007 en de gegevens uit het telefonisch onderzoek zelf voor 2008, 2009 en 2010. Iets meer dan de helft van de aanbieders met een variabel tarief hanteert een tarief van ten hoogste 10 cent per minuut. Zie de bijlage voor een verdere uitsplitsing van de tarieven en een uitsplitsing naar de sectoren. Verondersteld is dat de lokale tarieven resulteren in een tarief dat lager is dan de € 0,10 per minuut.

<b>tarief per minuut</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
1-10 cent	318	311	294	262	54%	54%	56%	57%
11-15 cent	44	42	43	42	8%	7%	8%	9%
16-20 cent	47	46	41	35	8%	8%	8%	8%
21-30 cent	45	46	34	29	8%	8%	6%	6%
31-40 cent	20	21	22	16	3%	4%	4%	3%
41-50 cent	42	40	35	33	7%	7%	7%	7%
51-60 cent	9	11	9	9	2%	2%	2%	2%
61-70 cent	14	17	13	11	2%	3%	2%	2%
80 cent	47	39	34	26	8%	7%	6%	6%
<b>Totaal</b>	<b>586</b>	<b>573</b>	<b>525</b>	<b>463</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### 7.4.2 Vermelding maximumtarief per gesprek

Bij een variabel tarief boven de 15 cent per minuut geldt vanaf 1 oktober 2008 de verplichting om een maximumtarief per gesprek te noemen. Vanaf 2008 is een verschuiving te zien naar tarieven van 15 cent per minuut of lager.

<b>tarieven per minuut</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
tot en met 15 cent	62%	62%	64%	66%
boven de 15 cent	38%	38%	36%	34%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

In september 2008 vermeldt bijna geen van de aanbieders van telefonische informatiediensten die een variabel tarief hanteren dat hoger ligt dan 15 cent per minuut een maximumtarief per gesprek. Een jaar na invoering van de maatregel voldoet bijna iedereen (96%-97%) aan de eis een maximumtarief per gesprek te vermelden.

Over de gehele lijn is een afname te zien van de gemiddelde maximale tarieven per gesprek. In de overige sectoren zijn en blijven de maximumtarieven per gesprek het hoogst. In de bijlage is een uitsplitsing opgenomen naar de gehanteerde maximumtarieven per gesprek per sector.

<b>gemiddelde maximumtarieven per gespreks</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2010 tov 2009</b>
Financiële sector	€ 20,33	€ 10,93	54%
Energiesector	€ 11,50	€ 7,83	68%
Telecomsector	€ 18,87	€ 13,99	74%
Gezondheid/sociale sector	€ 20,53	€ 16,47	80%
Overige sectoren	€ 21,46	€ 19,48	91%
<b>Totaal</b>	€ 20,99	€ 18,18	87%

### 7.4.3 Vaste tarieven per gesprek

Voor de vaste tarieven per gesprek is gebruik gemaakt van de gegevens van de factuur voor 2007 en de gegevens uit het telefonisch onderzoek zelf voor 2008, 2009 en 2010.

De overgrote meerderheid van de aanbieders van telefonische informatiediensten maakt gebruik van een variabel tarief. In 2007 hanteert ruim 5% van de telefonische informatiediensten een vast tarief per gesprek, in 2010 zijn dit er nog maar ruim 3%. Bij de vaste tarieven wordt het tarief van € 1,30 het meest gebruikt.

<b>vast tarief per gesprek</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
1-35 cent	5	2	3	1
36-60 cent	7	2	5	4
61-80 cent	3	1	2	2
81-129 cent	4	4	3	2
130 cent	14	11	12	8
<b>Totaal</b>	<b>33</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>17</b>

## 7.5 Gesprekskosten door wachttijd

Als op basis van de factuur de gemiddelde gesprekskosten door wachttijd berekend worden, dan zien we dat de gesprekskosten door wachttijd over het geheel gedaald zijn. In de overige sectoren zijn en blijven de gemiddelde gesprekskosten door wachttijd het hoogst, ondanks de sterke daling zowel relatief als absoluut (-30% en -9 cent). In de telecomsector is de daling zelfs nog sterker (-50% en -16 cent). Maar ook in de energiesector en de gezondheidsector worden relatief sterke dalingen van de gesprekskosten door wachttijd gerealiseerd, al moeten deze cijfers voorzichtig geïnterpreteerd worden in verband met de kleine aantallen, vooral in de energiesector.

Hoewel de gemiddelde tarieven van 2009 op 2010 flink gedaald zijn (-10%), blijven de gemiddelde gesprekskosten van 2009 op 2010 tamelijk constant (+1%) als gevolg van de verlenging van de wachttijd (+8%) in dezelfde periode.

Ook bij de gesprekskosten door wachttijd is een afname van de spreiding te zien, over de gehele periode zijn de maximale gesprekskosten gedaald van € 13,17 in 2007 naar € 3,88 in 2010.

Gemiddelde gesprekskosten door wachttijd				
gemiddelde kosten per 'gesprek'	2007	2008	2009	2010
Financiële sector	€ 0,11	€ 0,11	€ 0,09	€ 0,13
Energiesector	€ 0,18	€ 0,19	€ 0,14	€ 0,12
Telecomsector	€ 0,30	€ 0,25	€ 0,19	€ 0,14
Gezondheid/sociale sector	€ 0,17	€ 0,14	€ 0,13	€ 0,11
Overige sectoren	€ 0,30	€ 0,21	€ 0,21	€ 0,21
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,25</b>	<b>€ 0,19</b>	<b>€ 0,18</b>	<b>€ 0,18</b>

## 7.6 Conclusie

Over de gehele periode zijn de wachttijden met 20% gedaald, ook de tarieven zijn met 10% gedaald en daarmee zijn de gesprekskosten door wachttijd in totaal met 30% gedaald.

De wachttijden in de energiesector en de telecomsector zijn aanzienlijk verbeterd. De tarieven in de telecomsector, gezondheidsector en de overige sectoren zijn ook (sterk) verbeterd. In nagenoeg alle sectoren heeft dit geleid tot een behoorlijke kostenreductie. Alleen in de financiële sector zijn wachttijden, tarieven en gesprekskosten door wachttijd constant, maar deze waren vanaf de aanvang van het onderzoek al relatief kort respectievelijk laag. In onderstaand overzicht zijn de resultaten in termen van wachttijd, tarieven en gesprekskosten door wachttijd samengevat.

Nagenoeg alle aanbieders van telefonische informatiediensten die een variabel tarief hanteren dat hoger ligt dan 15 cent per minuut, vermelden een maximumtarief per gesprek. De genoemde maximumtarieven zijn in de periode augustus 2009-januari 2010 met bijna 15% gedaald.

<b>Aantal 'gesprekken', gemiddelde wachttijd, tarief en gesprekskosten door wachttijd</b>				
<b>aantallen 'gesprekken'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	80	72	66	60
Energiesector	23	23	23	23
Telecomsector	53	49	40	38
Gezondheid/sociale sector	76	75	73	68
Overige sectoren	387	363	325	312
<b>Totaal</b>	<b>619</b>	<b>582</b>	<b>527</b>	<b>501</b>
<b>gemiddeld aantal seconden per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	56	47	40	55
Energiesector	75	85	62	44
Telecomsector	78	68	74	46
Gezondheid/sociale sector	50	28	32	38
Overige sectoren	48	34	32	39
<b>Totaal</b>	<b>53</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>41</b>
<b>gemiddeld tarief per minuut</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,12	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,14
Energiesector	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,14	€ 0,16
Telecomsector	€ 0,23	€ 0,22	€ 0,16	€ 0,18
Gezondheid/sociale sector	€ 0,21	€ 0,29	€ 0,25	€ 0,18
Overige sectoren	€ 0,37	€ 0,37	€ 0,39	€ 0,33
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,29</b>	<b>€ 0,28</b>	<b>€ 0,29</b>	<b>€ 0,26</b>
<b>gemiddelde kosten per 'gesprek' door wachttijd</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,11	€ 0,11	€ 0,09	€ 0,13
Energiesector	€ 0,18	€ 0,19	€ 0,14	€ 0,12
Telecomsector	€ 0,30	€ 0,25	€ 0,19	€ 0,14
Gezondheid/sociale sector	€ 0,17	€ 0,14	€ 0,13	€ 0,11
Overige sectoren	€ 0,30	€ 0,21	€ 0,21	€ 0,21
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,25</b>	<b>€ 0,19</b>	<b>€ 0,18</b>	<b>€ 0,18</b>

### **Tot slot**

Het onderzoek is uitgevoerd door Intomart GfK volgens het kwaliteitssysteem van Intomart GfK, dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. Daarnaast onderschrijft Intomart GfK de gedragsregels van E.S.O.M.A.R.–ICC (European Society for Opinion and Market Research), is Intomart GfK lid van de MOA, de MarktOnderzoek Associatie en beschikt zij over de CKZ (Centrum Klantervaring Zorg) accreditatie.

Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "Intomart GfK <opleveringsmaand en jaar onderzoek>" vermeld te worden.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 9 (zie <http://www.moaweb.nl>).

**BIJLAGEN:**

- 1. Aanpak consumentenonderzoek**
- 2. Vragenlijst consumentenonderzoek**
- 3. Resultaten consumentenonderzoek**
- 4. Steekproeftrekking en respons  
telefonisch onderzoek eerste meting**
- 5. Kwalitatief onderzoek nummer-  
exploitanten**
- 6. Aanpak en respons 0900-nummers  
vervolgmetingen**

## Bijlage 1: Aanpak consumentenonderzoek

Het doel van het consumentenonderzoek is tweeledig. Allereerst dient het onderzoek inzicht te bieden in de frequentie waarmee de verschillende soorten informatiediensten gebeld worden. Daarnaast dient het onderzoek inzicht te geven in irritatiefactoren; welke factoren spelen een rol en hoe groot is de invloed van elke factor.

De frequentie waarmee de verschillende soorten informatiediensten gebeld worden is vastgesteld met behulp van een reguliere vragenlijst. In de vragenlijst wordt eveneens gevraagd naar de belangrijkste bronnen van irritatie. Hiermee kan echter niet worden vastgesteld of en hoe de verschillende factoren elkaar beïnvloeden. Om dit vast te stellen is een conjunct keuze experiment uitgevoerd.

### *Conjunct keuze experiment*

In de conjunct analyse wordt aan respondenten een aantal situaties voorgelegd die zich kunnen voordoen. Deze situaties worden beschreven aan de hand van een beperkt aantal kenmerken (attributen) en waarden. In het onderzoek naar telefonische informatiediensten zijn de volgende kenmerken en waarden meegenomen in het onderzoek

Kenmerk	Waarden
Wachttijd	- 10 seconden - 30 seconden - 55 seconden - 75 seconden - 100 seconden - 120 seconden - 150 seconden
Doorverwijzing	- Direct - Juiste doorverwijzing - Ander nummer - Internet - Keuzemenu
Aantal menu's	- 1 menu - 2 menu's - 3 menu's
Muziek	- Nee - Ja
Informatie	- Nee - Ja
Tarief	- gratis - 15 cent - 30 cent - 45 cent - 60 cent - 75 cent - 90 cent

- Als muziek nee, info nee: toon "Geen geluid"
- Als muziek nee, info ja: toon "tijdens het wachten krijgt u informatie"
- Als muziek ja, info nee: toon "tijdens het wachten hoort u muziek"
- Als muziek ja, info ja: toon "tijdens het wachten hoort u muziek en krijgt u tussendoor informatie"

Bij de conjuncte keuze-experimenten worden steeds een aantal verschillende situaties (profielen) voorgelegd aan de respondenten. Zij moeten uit elk van deze situatie de meest aantrekkelijke kiezen. Zie het voorbeeld hieronder.



1/12

Wilt u aangeven welke van deze 3 opties uw voorkeur heeft?

	30 seconden	120 seconden	100 seconden
<b>Wachttijd</b>	30 seconden	120 seconden	100 seconden
<b>Doorverwijzing</b>	Ander nummer	Juiste doorverwijzing	Direct
<b>Keuzemenu</b>	3 menu's	1 menu	2 menu's
<b>In de wacht</b>	Geen geluid	Tijdens het wachten krijgt u informatie	Tijdens het wachten hoort u muziek en krijgt u tussendoor informatie
<b>Tarief per minuut</b>	45 cent	90 cent	60 cent

Volgende >>

OK

Op basis van de keuzes wordt het belang van de verschillende kenmerken en de voorkeuren van de respondent (ofwel de gevoeligheden voor de verschillende kenmerken) vastgesteld.



## Bijlage 2: Vragenlijst consumentenonderzoek (IRPD)

1. Heeft u in de afgelopen 6 maanden wel eens informatie proberen te krijgen via:

1. Postbus 51
2. uw gemeente
3. een woningbouwvereniging
4. een bibliotheek
5. een gratis 0800-nummer
6. een betaald 0900-nummer
7. het internet
8. een telefonische informatiedienst
9. geen van deze

*Selektie: code 5, 6 en 8 gaan door, rest valt af – valt niet in de doelgroep - tegen beloning van meedoen aan verloting*

2. Welke instantie(s) heeft u in de afgelopen 6 maanden via een gratis 0800-nummer telefonisch proberen te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidszorginstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties/bedrijven
11. Niet geprobeerd

3. Welke instantie(s) heeft u in de afgelopen 6 maanden via een betaald 0900-nummer telefonisch proberen te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidszorginstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties
11. Niet geprobeerd

Allen:

4. Heeft u wel eens geprobeerd om de volgende instanties via een lokaal nummer (dus tegen lokaal tarief) telefonisch te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidszorginstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties
11. Niet geprobeerd

#### **CONJUNCT METING**

4a. Ergert u zich wel eens als u contact zoekt met een telefonische informatiedienst?

1. Ja, meestal
2. Ja, soms
3. Nee
4. Weet niet

*Selectie: vraag 2, 3 of 4 code 5*

5. Welk bank of verzekeringsbedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

Naam bank of verzekeringsbedrijf:.....

5a. Met wie heeft u gesproken:

1. Algemeen informatienummer
2. Klantenservice
3. Helpdesk
4. Storingsdienst
5. Anders, namelijk
6. Weet niet

*Selectie: vraag 2, 3 of 4 code 6*

6. Welk telecombedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

Naam telecombedrijf: .....

6a. Met wie heeft u gesproken:

1. Algemeen informatienummer
2. Klantenservice
3. Helpdesk
4. Storingsdienst
5. Anders, namelijk
6. Weet niet

*Selectie: vraag 2, 3 of 4 code 7*

7. Welk energiebedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

Naam energiebedrijf: .....

7a. Met wie heeft u gesproken:

1. Algemeen informatienummer
2. Klantenservice
3. Helpdesk
4. Storingsdienst
5. Anders, namelijk
6. Weet niet

*Selectie: indien nog niet in vraag 5, 6 of 7*

8. Welk bedrijf of instantie heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

Naam instantie: .....

8a. Met wie heeft u gesproken:

1. Algemeen informatienummer
2. Klantenservice
3. Helpdesk
4. Storingsdienst
5. Anders, namelijk
6. Weet niet

9. Werd aan het begin van het 'gesprek' met <5> het tarief vermeld?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet (meer)

10. Wat was het tarief?

1. Gratis
2. Tegen lokaal tarief
3. Tegen interlokaal tarief
4. Bedrag was in eurocent per minuut, namelijk:
5. Bedrag was in eurocent voor het totale gesprek, namelijk:
6. Weet niet (meer)

11. Werd aan het begin van het 'gesprek' met <6> het tarief vermeld?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet (meer)

12. Wat was het tarief?

1. Gratis
2. Tegen lokaal tarief
3. Tegen interlokaal tarief
4. Bedrag was in eurocent per minuut, namelijk:
5. Bedrag was in eurocent voor het totale gesprek, namelijk:
6. Weet niet (meer)

13. Werd aan het begin van het 'gesprek' met <7> het tarief vermeld?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet (meer)

14. Wat was het tarief?

1. Gratis
2. Tegen lokaal tarief
3. Tegen interlokaal tarief
4. Bedrag was in eurocent per minuut, namelijk:
5. Bedrag was in eurocent voor het totale gesprek, namelijk:
6. Weet niet (meer)

15. Werd aan het begin van het 'gesprek' met <8> het tarief vermeld?

1. Ja
2. Nee
3. Weet niet (meer)

16. Wat was het tarief?

1. Gratis
2. Tegen lokaal tarief
3. Tegen interlokaal tarief
4. Bedrag was in eurocent per minuut, namelijk:
5. Bedrag was in eurocent voor het totale gesprek, namelijk:
6. Weet niet (meer)

*Selectie: voorkeur 1 = 0900-nummer, dan 0800-nummer, dan lokaal nummer*

17. Werd u in het telefonische "gesprek" met <5, 6, 7 of 8> op een of andere manier verwezen naar alternatieve contactmogelijkheden?

1. Ja
2. Nee --> naar vraag 18

17a. Welk alternatief werd u geboden?

1. Een ander telefoonnummer
2. Belt u op een ander moment nogmaals
3. Laat uw nummer achter, dan bellen wij u terug
4. U kunt ook op Internet terecht
5. U kunt ook een kaartje sturen
6. SMS service
7. Nog anders, namelijk:.....

18. Kreeg u een keuze menu te horen?

1. Ja, 1 of meer keuzemenu's
2. Nee
3. Weet niet (meer)

19. Hoe lang moest u in totaal wachten voordat u geholpen werd?

1. Minder dan een halve minuut
2. Tussen een halve en een hele minuut
3. Een tot twee minuten
4. Twee tot drie minuten
5. Drie tot vier minuten
6. Vier tot 5 minuten
7. Meer dan vijf minuten
8. Weet niet

20. Hoe lang duurde het gehele gesprek (incl wachttijd) met <5, 6, 7 of 8>?

1. .... minuten
2. Weet niet

21. Was in het algemeen genomen tevreden over het gesprek met <5, 6,7 of 8> over:

*PROGR.: IN GRID PLAATSEN*

- a. de kwaliteit van de telefoonverbinding
- b. de wachttijd
- c. de kosten
- d. de service
- e. de klantvriendelijkheid
- f. de duidelijkheid van de menukeuze
- g. de muziek
- h. melding van de wachttijd
- i. melding van het aantal wachtenden
- j. de uitkomst van het gesprek

1. zeer tevreden
2. tevreden
3. niet tevreden/niet ontevreden
4. niet tevreden
5. helemaal niet tevreden
6. niet van toepassing
7. weet niet

22. Wat zijn voor u de belangrijkste bronnen van irritatie als u belt met telefonische informatiediensten? (meerdere antwoorden mogelijk)

1. de kwaliteit van de telefoonverbinding
2. de wachttijd
3. de kosten
4. de service
5. de klantvriendelijkheid
6. de duidelijkheid van de menukeuzes
7. de muziek
8. melding van de wachttijd
9. melding van het aantal wachtenden
10. de uitkomst van het gesprek
11. geen van deze

### Bijlage 3: Resultaten consumentenonderzoek

Het consumentenonderzoek heeft plaatsgevonden op het online panel van Intomart GfK dat bestaat uit ruim 120.000 personen. Uit dit panel is een representatieve steekproef getrokken van 6000 personen. Doel was om netto n=1000 personen te ondervragen die ervaring hebben met telefonische informatiediensten. Tussen 11 en 14 oktober hebben 2880 personen gereageerd op de uitnodiging voor dit onderzoek. Deze respondenten hebben allereerst een selectievraag voorgelegd gekregen om vast te stellen of ze in het afgelopen half jaar contact hadden opgenomen met een telefonische informatiedienst.

De selectievraag is als volgt geformuleerd:

Vraag 1. Heeft u in de afgelopen 6 maanden wel eens informatie proberen te krijgen via:

1. Postbus 51
2. uw gemeente
3. een woningbouwvereniging
4. een bibliotheek
5. een gratis 0800-nummer
6. een betaald 0900-nummer
7. het internet
8. een telefonische informatiedienst
9. geen van deze

<b>Informatiebronnen afgelopen 6 maanden:</b>	<b>N=2880</b>	<b>100%</b>
Gratis 0800-nummer	498	17%
Betaald 0900-nummer	712	25%
Telefonische informatiedienst	396	14%
Internet	2469	86%
Bibliotheek	379	13%
Postbus 51	198	7%
Gemeente	936	33%
Woningbouwvereniging	296	10%
Geen van deze	234	8%

Van alle 2880 ondervraagden heeft 25% in de laatste 6 maanden ervaring met telefonische informatiediensten via een betaald 0900-nummer. Ervaring met een gratis 0800-nummer heeft 17% van de ondervraagden.

Opvallende, maar niet verrassende, uitkomst van deze vraag is natuurlijk de dominante positie van het Internet als informatiebron: liefst 86% van deze (online) populatie gebruikt het internet voor het verkrijgen van informatie. Postbus 51 scoort 7% en de bibliotheek is goed voor 13% van de informatievragen. De overige antwoordcategorieën zijn voor dit onderzoek verder niet ter zake.

De volgende vragen zijn alleen voorgelegd aan de 1001 personen die in de afgelopen 6 maanden wel eens telefonisch informatie gevraagd hebben.

Vraag 2. Welke instantie(s) heeft u in de afgelopen 6 maanden via een gratis 0800-nummer telefonisch proberen te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidsinstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties/bedrijven
11. Niet geprobeerd

Via 0800-nummers wordt het vaakst een beroep gedaan op banken en verzekeringen. Van de 481 ondervraagden die wel eens een 0800-nummer bellen heeft 33% in de afgelopen 6 maanden contact gezocht met financiële instellingen. De overheid komt met 32% op een tweede plaats en daarna volgen contacten met telecombedrijven (31%).

<b>Instantie gebeld via 0800 afgelopen 6 maanden:</b>	<b>N=481</b>	<b>100%</b>
Banken of verzekeringen	158	33%
Overheid (rijk, provincie of gemeente)	152	32%
Telecombedrijven	149	31%
Energiebedrijven	123	26%
Gezondheidsinstellingen	84	18%
Politie	64	13%
Sociaal-maatschappelijke instanties	27	3%
Brandweer	7	2%
Ambulancediensten	8	2%
Andere instanties/bedrijven	155	16%
Niet geprobeerd	13	1%



Vraag 3. Welke instantie(s) heeft u in de afgelopen 6 maanden via een betaald 0900-nummer telefonisch proberen te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidszorginstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties
11. Niet geprobeerd

Via 0900-nummers wordt het vaakst een beroep gedaan op telecombedrijven. Van alle 682 ondervraagden die wel eens een 0900-nummer bellen heeft 38,4% een beroep gedaan op telecombedrijven. Daarna volgen contacten met banken en verzekeringen met 31,7% en energiebedrijven met 23%.

<b>Instantie gebeld via 0900 afgelopen 6 maanden:</b>	<b>N=682</b>	<b>100%</b>
Telecombedrijven	262	38%
Banken of verzekeringen	216	32%
Energiebedrijven	157	23%
Overheid (rijk, provincie of gemeente)	87	13%
Politie	70	10%
Gezondheidszorginstellingen	67	10%
Sociaal-maatschappelijke instanties	36	5%
Brandweer	4	1%
Ambulancediensten	5	1%
Andere instanties/bedrijven	270	40%
Niet geprobeerd	4	1%

Vraag 4. Heeft u wel eens geprobeerd om de volgende instanties via een lokaal nummer (dus tegen lokaal tarief) telefonisch te bereiken?

1. De overheid (rijk, provincie of gemeente)
2. Politie
3. Brandweer
4. Ambulancediensten
5. Banken of verzekeringen
6. Telecombedrijven
7. Energiebedrijven
8. Gezondheidszorginstellingen
9. Sociaal maatschappelijke instanties
10. Andere instanties
11. Niet geprobeerd

Via een lokaal nummer wordt het vaakst een beroep gedaan op banken of verzekeringen. Van alle 1001 ondervraagden die wel eens een lokaal nummer bellen heeft 32% in de afgelopen 6 maanden contact gezocht met banken of verzekeringen.

<b>Instantie gebeld via lokaal nummer afgelopen 6 maanden:</b>	<b>N=1001</b>	<b>100%</b>
Banken of verzekeringen	321	32%
Overheid (rijk, provincie of gemeente)	275	28%
Gezondheidszorginstellingen	216	22%
Politie	168	17%
Energiebedrijven	132	13%
Telecombedrijven	118	12%
Sociaal-maatschappelijke instanties	76	8%
Brandweer	11	1%
Ambulancediensten	13	1%
Andere instanties/bedrijven	219	22%
Niet geprobeerd	250	25%

Vraag 5. Welk bank of verzekeringsbedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

In dit onderzoek komen de volgende financiële instellingen naar voren:

<b>Naam bank of verzekeringsbedrijf:</b>	<b>N=530</b>	<b>100%</b>
Rabobank	118	22%
Postbank	104	20%
ABN AMRO	97	18%
Fortis	16	3%
ING Bank	16	3%
SNS Bank	15	3%
Centraal Beheer Achmea	14	3%
OHRA	13	3%
Interpolis	10	2%
Zilveren Kruis Achmea	10	2%
Univé Verzekeringen	7	2%

Vraag 5a. Met wie heeft u gesproken:

Op de vraag met wie men bij deze financiële instellingen gesproken heeft kregen we de volgende antwoorden. Het vaakst geeft men aan gesproken te hebben met de klantenservice (63%), gevolgd door het algemene informatienummer (22%) en de helpdesk (10%).

<b>Bij bank of verzekeringsbedrijf gesproken met:</b>	<b>N=530</b>	<b>100%</b>
Algemeen informatienummer	118	22%
Klantenservice	336	63%
Helpdesk	53	10%
Storingsdienst	11	2%
Anders, namelijk	57	11%
Weet niet	23	4%

Vraag 6. Welk telecombedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

In dit onderzoek komen de volgende telecombedrijven naar voren:

<b>Naam telecombedrijf:</b>	<b>N=413</b>	<b>100%</b>
KPN	156	38%
UPC	48	12%
Tele2	40	10%
@Home	28	7%
Orange	21	5%
T-Mobile	21	5%
Vodafone	19	5%
Casema	18	4%
Telfort	11	3%
Tiscali	8	2%

6a. Met wie heeft u gesproken:

Op de vraag met wie men bij deze telecombedrijven gesproken heeft kregen we de volgende antwoorden. Het vaakst geeft men aan gesproken te hebben met de klantenservice (68%), gevolgd door de helpdesk (25%) en de storingsdienst (15%).

<b>Bij telecombedrijf gesproken met:</b>	<b>N=413</b>	<b>100%</b>
Algemeen informatienummer	50	21%
Klantenservice	281	68%
Helpdesk	102	25%
Storingsdienst	63	15%
Anders, namelijk	23	6%
Weet niet	10	2%

Vraag 7. Welk energiebedrijf heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

In dit onderzoek komen de volgende energiebedrijven naar voren:

<b>Naam energiebedrijf:</b>	<b>N=330</b>	<b>100%</b>
Essent	90	27%
Nuon	77	23%
Eneco	74	22%
Oxxio	24	7%
Delta	7	2%

7a. Met wie heeft u gesproken:

Op de vraag met wie men bij deze energiebedrijven gesproken heeft kregen we de volgende antwoorden. Het vaakst geeft men aan gesproken te hebben met de klantenservice (72%), gevolgd door het algemene informatienummer (11%) en helpdesk (6%).

<b>Bij energiebedrijf gesproken met:</b>	<b>N=330</b>	<b>100%</b>
Algemeen informatienummer	35	11%
Klantenservice	237	72%
Helpdesk	21	6%
Storingsdienst	19	6%
Anders, namelijk	7	2%
Weet niet	11	3%

8. Welk overige, niet eerder genoemde bedrijven of instanties heeft u het meest recent geprobeerd telefonisch te bereiken?

In dit onderzoek komen uit de veelheid van genoemde bedrijven en instanties naar voren:

<b>Naam bedrijf of instantie:</b>	<b>N=214</b>	<b>100%</b>
Belastingdienst	12	6%
Gemeente	9	4%
UWV	8	4%
Politie	5	2%
Canal Digital	3	1%

8a. Met wie heeft u gesproken:

Op de vraag met wie men bij deze bedrijven of instanties gesproken heeft kregen we de volgende antwoorden. Het vaakst geeft men aan gesproken te hebben met klantenservice (45%), gevolgd door het algemene informatienummer (18%) en de helpdesk (12%).

<b>Bij (overige) bedrijven of instanties gesproken met:</b>	<b>N=214</b>	<b>100%</b>
Algemeen informatienummer	38	18%
Klantenservice	97	45%
Helpdesk	26	12%
Storingsdienst	7	3%
Anders, namelijk	22	10%

### Tariefmelding en tarieven

In de vragenlijst zijn ook vragen opgenomen naar de tariefmeldingen voor betaalde 0900-nummers en de tarieven die daarbij genoemd zijn, voor de financiële sector zien de resultaten er als volgt uit:

<b>Tariefmelding door bank of verzekeringsbedrijf met 0900-nummers:</b>	<b>N=530</b>	<b>100%</b>
Wel tariefmelding	238	45%
Geen tariefmelding	102	19%
Weet niet (meer)	190	36%

Na deze vraag over de tariefmelding is aan de 238 respondenten die deze vraag met ja hebben beantwoord, ook de vraag gesteld wat er gemeld is. In de volgende tabel staan de resultaten.

<b>Tariefmelding:</b>	<b>N=238</b>	<b>100%</b>
Gratis	14	6%
Lokaal tarief	117	49%
interlokaal tarief	1	0%
bedrag in eurocenten per minuut	42	18%
bedrag in eurocenten per gesprek	0	0%
weet niet (meer)	64	27%

Aan degenen die aangaven dat er een bedrag per minuut werd genoemd is gevraagd welk bedrag dat was:

<b>Tarief in eurocenten per minuut:</b>	<b>N=42</b>	<b>100%</b>
€ 0,05	11	26%
€ 0,10	21	50%
€ 0,15	3	7%
€ 0,20	2	5%
€ 0,30	1	2%
€ 0,45	1	2%
€ 0,75	1	2%
€ 0,80	1	2%
€ 0,90	1	2%

Bijna 40% van de respondenten weet niet meer of er een tarief is gemeld. Terwijl het wettelijk verplicht is meent 20% zich te herinneren dat er geen tarief gemeld werd. Wanneer wordt doorgevraagd over de tarifiering, kan geen enkele respondent zich herinneren dat er een tarief per gesprek werd gemeld en slechts 42 respondenten weten zich een tarief per minuut te herinneren. De resultaten zijn voor de andere sectoren vergelijkbaar.

Uit het telefonisch deel van het onderzoek is betrouwbaarder en nauwkeuriger informatie beschikbaar. Daarom wordt de informatie uit het consumentenonderzoek over de tarifiering niet meegenomen in het vervolg van het onderzoek.

### Alternatieve contactmogelijkheden

Vraag 17. Werd u in het telefonische "gesprek" op een of andere manier verwezen naar alternatieve contactmogelijkheden?

Op deze vraag geeft 45% een bevestigend antwoord, 55% zegt nee. De geboden alternatieven staan in onderstaande tabel. Daarbij is Internet het meest genoemde alternatief (84%)

Alternatieven voor een telefonisch contact:	N=443	100%
U kunt ook op Internet terecht	370	84%
belt u op een ander moment nogmaals	61	14%
een ander telefoonnummer	46	10%
laat uw nummer achter, dan bellen wij u terug	25	6%
U kunt ook een kaartje sturen	5	1%
sms service	5	1%
nog anders, namelijk	16	4%

### Keuzemenu's

Telefonische informatie aanbieders werken veel met keuzemenu's, daarom is aan de respondenten gevraagd of zij ook een keuze menu kregen voorgelegd. Hierop antwoordde 69% bevestigend, 16% zei nee, en 16% weet dat niet (meer).

Van de banken en verzekeraars is er bij de Rabobank een kleinere kans dan gemiddeld op een keuzemenu (39%). Bij de ABN AMRO werkt men vaker met een keuzemenu (82%). Alle telecombedrijven scoren bovengemiddeld bij het aanbieden van een keuzemenu, Casema (96%) en UPC (91%) scoren hierbij het hoogst.

### De (gepercipieerde) wachttijd

Een van de belangrijkste vragen waarop we een antwoord zoeken is de vraag naar de gemiddelde wachttijd. Omdat we deze vraag stellen aan respondenten die wellicht al enige tijd geleden "in de wacht" hebben gestaan, dienen we de uitkomsten hiervan kritisch te bekijken. De antwoorden hoeven geen exacte weergave van de verstreken tijd te zijn, maar kunnen gekleurd zijn door allerlei factoren. Daarom noemen we dit de gepercipieerde wachttijd.



De vraag die we gesteld hebben luidde: Hoe lang moest u in totaal wachten voordat u geholpen werd?

In het overzicht staan de gegeven antwoorden. Hieruit blijkt dat iets meer dan de helft als antwoord geeft dat dit minder dan 2 minuten is geweest (51%). Zestien procent geeft aan dat de wachttijd langer was dan 5 minuten. De overige antwoorden staan in de tabel.

<b>Wachttijd voordat men geholpen werd:</b>	<b>N=1001</b>	<b>100%</b>
minder dan een halve minuut	167	17%
tussen een halve en een hele minuut	180	18%
een tot twee minuten	164	16%
drie tot vier minuten	95	10%
drie tot vier minuten	68	7%
vier tot 5 minuten	69	7%
meer dan 5 minuten	159	16%
weet niet	98	10%

Voor de wachttijd korter dan een halve minuut bij de financiële instellingen scoort de Rabobank het beste (49%) en de Postbank het minst goed (15%). Bij de telecombedrijven is de wachttijd bovengemiddeld. In de categorie "meer dan 5 minuten" heeft UPC (44%) een hoge score.

Ook is gevraagd naar een inschatting van de totale duur van het telefonische contact. Dit kon men aangeven in (hele) minuten. Gesprekken die korter waren dan 1 minuut, worden daarom tot de categorie "1 minuut" gerekend. De gemiddelde gesprekstijd ligt net onder de 12 minuten.

<b>Totale gesprekstijd in hele minuten</b>	<b>N=1001</b>	<b>100%</b>
1 minuut	21	2%
2 minuten	54	5%
3 minuten	97	10%
4 minuten	70	7%
5 minuten	153	15%
6 minuten	40	4%
7 minuten	39	4%
8 minuten	45	5%
9 minuten	8	1%
10 minuten	96	10%
11 tot 15 minuten	86	9%
16 tot 20 minuten	33	3%
21 tot 35 minuten	36	4%
36 tot 50 minuten	16	2%
55 minuten en meer	21	2%
weet niet	185	19%

Van de financiële instellingen heeft de ING Bank (5 minuten) het laagste gemiddelde voor gesprekstijd. De Rabobank (5,6 minuut) en Fortis (6,2 minuut) komen daarna. De hoogste gemiddelde gesprekstijden zijn te vinden bij de telecombedrijven. Met gemiddeld 28,5 minuten gesprekstijd scoort UPC het hoogst, gevolgd door Tiscali (28,3 minuten) en Tele2 (18,9 minuten).

## Tevredenheid

Tot slot zijn er vragen gesteld over de tevredenheid over een aantal aspecten van het telefonische contact. Ook zijn we nader ingegaan op eventuele ergernissen.

De vraag over de tevredenheid laat het volgende zien over de door ons voorgelegde aspecten.

Was u in het algemeen genomen tevreden over het gesprek over:

	Ze er tevreden	Tevreden	Niet tevreden, niet ontevreden	Ontevreden	Ze er ontevreden	Niet van toepassing	Weet niet (meer)
Kwaliteit van de telefoonverbinding	23%	57%	11%	4%	3%	1%	2%
Klantvriendelijkheid	15%	50%	16%	8%	8%	2%	2%
De uitkomst van het gesprek	14%	45%	14%	10%	14%	1%	2%
Service	12%	44%	16%	11%	14%	1%	2%
Wachttijd	7%	32%	23%	16%	19%	1%	3%
Kosten	7%	24%	20%	17%	15%	2%	15%
Duidelijkheid van de menukeuze	6%	46%	20%	8%	5%	9%	6%
Melding van de wachttijd	2%	18%	18%	13%	9%	25%	16%
Melding van het aantal wachtenden	2%	14%	17%	10%	8%	33%	16%
Muziek	1%	14%	23%	8%	7%	26%	22%

De meeste tevredenheid is er over de kwaliteit van de telefoonverbinding gevolgd door de Klantvriendelijkheid. Ruim een kwart van de respondenten meldt dat er geen melding van de wachttijd is, geen melding van het aantal wachtenden en dat er geen muziek te horen was.

De Rabobank haalt een hoge "zeer tevreden" score voor de kwaliteit van de telefoonverbinding (38%). Ook de tevredenheid over de wachttijd is bij de Rabobank goed (24% zeer tevreden). Helemaal niet tevreden zijn de respondenten over de wachttijd bij UPC (44%) Casema (36%) en KPN (25%). Het oordeel over de service bij KPN luidt bij 20% "helemaal niet tevreden". Respondenten zijn helemaal niet tevreden over de duidelijkheid van de menukeuzes bij UPC. Minder dan een op elke vijf vond dit duidelijk (18%).

De muziek die te horen was tijdens het wachten wordt vooral gewaardeerd bij KPN (20% tevreden).

Het oordeel over de uitkomst van het gesprek is bij de Rabobank dat 79% (zeer) tevreden is. Daarna volgen ABN AMRO (76% (zeer) tevreden) en Postbank (68%). Ontevreden is men over UPC (38% (helemaal) niet tevreden), Tele2 (26% (helemaal) niet tevreden) en KPN (27% (helemaal) niet tevreden).

## Ergernissen en bronnen van irritatie

De meest uitgesproken uitkomst in dit onderzoek is het antwoord op de volgende vraag.

Ergert u zich wel eens als u contact zoekt met een telefonische informatiedienst?

Ja, meestal	: 40%
Ja, soms	: 58%
Nee	: 2%
Weet niet	: 0%

Liefst 97% van onze respondenten ergert zich wel eens als men contact zoekt met een telefonische informatiedienst.

Waar die ergernissen uit bestaan is het onderwerp van onze laatste vraag:

Wat zijn voor u de belangrijkste bronnen van irritatie als u belt met telefonische informatiediensten?

De ergernis die onbetwist boven aan staat is de wachttijd (83%), op afstand gevolgd door de kosten (63%) en (het gebrek aan) klantvriendelijkheid (35%) Het minst irritant volgens de respondenten in dit onderzoek is de kwaliteit van de telefoonverbinding (7%).

In de onderstaande tabel staan alle ergernissen op een rijtje.

<b>Belangrijkste bronnen van irritatie:</b>	<b>N=1001</b>	<b>100%</b>
Wachttijd	829	83%
Kosten	631	63%
Klantvriendelijkheid	350	35%
Service	325	33%
Duidelijkheid van de menukeuzes	313	31%
De uitkomst van het gesprek	312	31%
Muziek	224	22%
Melding van het aantal wachtenden	161	16%
Melding van de wachttijd	152	15%
Kwaliteit van de telefoonverbinding	66	7%
Geen van deze	5	1%

#### **Bijlage 4: Steekproeftrekking en respons telefonisch onderzoek 1<sup>e</sup> meting**

In samenwerking met de opdrachtgever is allereerst getracht een steekproef samen te stellen van telefoonnummers in een drietal branches. Deze branches zijn gekozen omdat met name deze in de publiciteit veel negatieve aandacht hebben gekregen. Het gaat om bedrijven in de telecomsector, de energiesector en de financiële sector. Dit leverde een steekproef op van 85 telecombedrijven, 49 energie aanbieders en 159 financiële dienstverleners. Van al deze bedrijven zijn de telefoonnummers gekozen die ook in het OPTA bestand voorkomen. Daarnaast is uit het OPTA bestand - met peildatum 12 juli 2007 - een additionele steekproef van 1069 0800- en 0900-telefoonnummers getrokken tot een totaal van 1400 nummers, inclusief de reeds eerder geselecteerde nummers van de 3 eerder genoemde sectoren. Hierbij is elke naam in het bestand slechts 1 x keer geselecteerd. Op deze manier is voorkomen dat aanbieders met meerdere telefoonnummers op dezelfde naam (te vaak) in de steekproef zouden vallen. Het zo aangemaakte bruto bestand bestaat uit:

0800-nummers	n= 511	(36%)
0900-nummers	n= 889	(64%)
Totaal steekproefbestand	n= 1400	(100%)

Deze verhouding tussen 0800- en 0900-nummers komt niet overeen met de nummerverhouding die we aantreffen in het OPTA bestand, namelijk 60% 0800-nummers tegen 40% 0900-nummers noch met de nummerhouders, namelijk 43% 0800-nummerhouders en 57% 0900-nummerhouders. De uiteindelijke verhouding is het resultaat van de getrapte steekproeftrekking.

Alle geselecteerde nummers zijn in de periode van 3 tot 8 september 2007 één keer door ons gebeld.

#### **Geen verbinding**

Van de 1400 door ons gedraaide telefoonnummers kregen we met 414 nummers geen verbinding:

- in 265 gevallen was de lijn afgesloten;
- bij 105 nummers kregen we geen gehoor;
- 44 nummers waren in gesprek.

Opvallend is het grote aantal gevallen waarin we geen contact krijgen met het door ons gedraaide nummer. De geselecteerde nummers staan in het OPTA bestand onder het label "toegekend". Kennelijk werden niet al deze nummers ook daadwerkelijk op het moment van bellen gebruikt. Consumenten zullen dit fenomeen natuurlijk (veel) minder vaak meemaken, zij trekken immers geen steekproef, maar bellen gericht een bij hen bekend nummer. De reden voor het grote aantal afgesloten lijnen is ons niet bekend.

Vervelend(er) voor consumenten is vooral het feit dat wij in ons onderzoek vinden dat je in 8% van de telefoontjes naar een telefonische informatiedienst geen gehoor krijgt. Op in gesprek stuiten we in één op elke dertig telefoontjes. Uitgesplitst naar 0800- en 0900-nummers zien we dat er enkele verschillen zijn in de bereikbaarheid van beide nummersoorten.

<b>Bereikbaarheid naar soort nummer</b>										
nummersoort	Totaal		Contact		Geen gehoor		in gesprek		Afgesloten lijn	
	N	%	N	%	N	%	n	%	n	%
0800	511	100%	354	69%	28	5%	19	4%	110	22%
0900	889	100%	632	70%	77	9%	25	3%	155	17%
<b>Totaal</b>	<b>1400</b>	<b>100%</b>	<b>986</b>	<b>70%</b>	<b>105</b>	<b>8%</b>	<b>44</b>	<b>3%</b>	<b>265</b>	<b>19%</b>

Bij de 0800-nummers in deze steekproef is het aantal "geen gehoren" vijf procent, tegen negen procent bij de 0900-nummers. Omgekeerd is het aantal afgesloten lijnen bij de 0800-nummers hoger (22%) dan bij de 0900-nummers (17%). Het percentage contacten is bij beide nummersoorten nagenoeg gelijk, evenals het percentage "in gesprek".

In de volgende tabel wordt weergegeven op welke dag en op welk dagdeel we de telefoontjes hebben gepleegd.

<b>Resultaat belmomenten</b>										
Resultaat	Totaal		Contact		Geen gehoor		In gesprek		Afgesloten lijn	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Maandagochtend	101	7%	77	8%	0	0%	0	0%	24	9%
Maandagmiddag	93	7%	65	7%	2	2%	0	0%	26	10%
Maandagavond	46	3%	33	3%	6	6%	0	0%	7	3%
Dinsdagochtend	123	9%	81	8%	9	9%	11	25%	22	8%
Dinsdagmiddag	100	7%	70	7%	6	6%	2	5%	22	8%
Dinsdagavond	28	2%	16	2%	4	4%	3	7%	5	2%
Woensdagochtend	113	8%	85	9%	7	7%	3	7%	18	7%
Woensdagmiddag	99	7%	73	7%	8	8%	4	9%	14	5%
Woensdagavond	26	2%	15	2%	4	4%	3	7%	4	2%
Donderdagochtend	116	8%	85	9%	8	8%	4	9%	19	7%
Donderdagmiddag	141	10%	101	10%	8	8%	3	7%	29	11%
Donderdagavond	32	2%	18	2%	5	5%	0	0%	9	3%
Vrijdagochtend	243	17%	175	18%	15	14%	6	14%	47	18%
Vrijdagmiddag	51	4%	40	4%	5	5%	1	2%	5	2%
Vrijdagavond	28	2%	17	2%	6	6%	1	2%	4	2%
Zaterdagochtend	32	2%	19	2%	8	8%	1	2%	4	2%
Zaterdagmiddag	28	2%	16	2%	4	4%	2	5%	6	2%
<b>Totaal</b>	<b>1400</b>	<b>100%</b>	<b>986</b>	<b>100%</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>265</b>	<b>100%</b>

Uit deze tabel blijkt niet dat het tijdstip of de dag een verklaring vormt voor het aantal contacten dat niet tot stand komt. Gemiddeld wordt er een contactscore behaald van 67%. Van de doordeweekse ochtenden is maandagochtend (76%) het beste moment om te bellen en dinsdagochtend (66%) het minst goede moment. Voor de doordeweekse middagen is vrijdagmiddag (78%) het beste moment om te bellen. Bij de doordeweekse avonden is alleen maandagavond bovengemiddeld (72%) en de rest van de dagen benedengemiddeld met als slechtste avond de donderdagavond (56%). De hele zaterdag scoort ook benedengemiddeld (58%).

### Verdeling over de sectoren

We hebben in totaal met bijna 1000 telefoonnummers contact gehad, verdeeld over vijf sectoren. De indeling naar sectoren is tot stand gekomen doordat we tijdens het telefoongesprek hebben vastgelegd met welke instantie we hebben gesproken. In het Opta bestand staan alleen de namen van de nummerhouders, niet van de gebruikers. Door een hercodering zijn we gekomen tot een indeling in 5 sectoren. Naast de 3 reeds benoemde sectoren (financiën, energie en telecom) hebben we gezien het relatief grote aantal waarnemingen in de (sociale) gezondheidsector, deze als extra sector toegevoegd. De vijfde sector bevat alle andere instanties.

Verdeling over de sectoren	Totaal		0800-nummers		0900-nummers	
	N	%	N	%	n	%
Financiële sector	159	16%	78	22%	81	13%
Energiesector	49	5%	26	7%	23	4%
Telecomsector	85	9%	33	9%	52	8%
Gezondheid/sociale sector	89	9%	20	6%	69	11%
Overige sectoren	603	61%	197	56%	406	64%
<b>Totaal</b>	<b>986</b>	<b>100%</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>	<b>632</b>	<b>100%</b>

Uit bovenstaand overzicht valt op te maken dat in deze steekproef verschillen zijn in het gebruik van 0800- en 0900-nummers per sector. In de financiële en de energiesector zien we geen verschil tussen het gebruik van 0800- of 0900-nummers. De ene helft gebruikt een 0800-nummer en de andere helft gebruikt een 0900-nummer. Bij de gezondheid- en sociale sector zien we dat 20 van de 89 nummers gratis zijn (22%) en de rest is betaald (78%). In de sector met alle overige instanties zien we een iets andere verdeling: hier zijn 197 van de 603 nummers gratis (33%) en de rest (67%) is een betaald nummer.

Ter verificatie, zijn van alle gesprekken opnamen gemaakt.

## Bijlage 5: Kwalitatief onderzoek nummerexploitanten

Doel van het kwalitatieve onderzoek is de drijfveren en strategieën te achterhalen van aanbieders van telefonische informatiediensten.

- Welke keuzes zijn er allemaal te maken ten aanzien van de inrichting van telefonische informatiediensten?
- Welke strategieën worden er en kunnen er gehanteerd worden?
- Wat bepaalt welke strategieën worden gekozen en welke keuzes worden gemaakt?
- Wat kan/moet de overheid doen en wat doet de markt aan de wachttijden, de kosten en de ergernis?

### Aanpak

In de aanloop naar het onderzoek kwamen een aantal namen van personen en organisaties naar voren. De bereidwilligheid om mee te werken aan dit onderzoek van alle organisaties was groot. Slechts één aanbieder was niet bereid mee te werken. De volgende bedrijven en organisaties hebben in dit deel van het onderzoek geparticipeerd;

1. Mtel (aanbieder van telefoonnummers)
2. Branchevereniging VCN (Vereniging van Callcenters Nederland)
3. ITO (Instituut voor Telecom Organisatie - heeft het AD onderzoek uitgevoerd en is tevens een certificeringorganisatie)
4. AMC (Patiëntenvoorlichting)
5. KPN nummerinfo
6. XS4ALL
7. Belastingdienst

De gesprekken zijn gevoerd in de laatste week van augustus en de eerste helft van de maand september door een ervaren interviewer.

We hebben met de aanbieders gesprekken gevoerd over hun ervaringen met de markt van de telefonische informatiediensten. In deze gesprekken, die ongeveer 1 uur duurden zijn de volgende onderwerpen aan de orde gekomen:

- Welke oplossingen hebben bedrijven en organisatie gekozen voor het (verbeteren) van de telefonische bereikbaarheid voor hun klanten en andere relaties. Waarom zijn deze keuzes gemaakt en wat zijn daarvan de voor en nadelen?
- Voor en nadelen van de keuze voor een 0900-, een 0800- of een lokaalnummer? Lang of kort? Betaald of niet betaald? Tariefstelling? Openingstijden?
- Inschakelen van internet voor informatie, antwoordkaartjes, service balies, terugbellen
- De keuze voor eigen beheer of het uitbesteden aan bijvoorbeeld een callcenter van deze activiteiten en de Service Level Agreements (SLA's) die hiervoor worden afgesproken
- De keuze voor oplossingen: opbouw keuze menu, aangeven wachttijden of aantal wachtenden, muziek laten horen, wilt u het later nog eens proberen, verwijzing naar website, etc, hoe lang mag men in de wacht staan?



- Regulering door de overheid met betrekking tot het bekorten van de wachttijden en het beperken van de kosten. Speelt men hierop in, wat doet men zelf, wat (denkt men) dat de markt zal doen?
- Kwaliteit van de dienstverlening, de service aan de klanten, hoe meet je dat, wie meet dat, certificering, branche afspraken, etc
- De toekomst: hoe ziet die eruit over 2 tot 3 jaar

### **Telefonische bereikbaarheid**

*Welke oplossingen hebben bedrijven en organisatie gekozen voor het (verbeteren) van de telefonische bereikbaarheid voor hun klanten en andere relaties. Waarom zijn deze keuzes gemaakt en wat zijn daarvan de voor en nadelen?*

Bedrijven gaan in toenemende mate over tot het aanbieden van meerdere klantcontact kanalen. Het gaat daarbij om zaken als extra contactmogelijkheden via mail, telefoon, selfservice, terugbellen, sms, internet. Bereikbaarheid via alleen de telefoon wordt daardoor relatief minder belangrijk. Door het inzetten van deze meerdere contactmogelijkheden en door het inzetten van meer (professioneler opgeleid) personeel wordt de wachttijd in het algemeen korter. Er wordt ook meer aandacht gegeven aan andere zaken: kwaliteit en betrouwbaarheid. Om snel en adequaat te reageren op vragen worden klanten gegevens gecentraliseerd worden. Belangrijke klanten krijgen op deze manier bijvoorbeeld voorrang. Bedrijven doen op deze manier aan klantgerichtheid en klanttevredenheid. Binnen nu en 5 jaar wordt een goede en kwalitatieve service daarmee het bepalende beeld voor veel organisaties.

Ook de inzet van technische oplossingen zoals spraakherkenning vormt een oplossing voor het snel en correct helpen van klanten. Klanten moeten (nog) wel wennen n dit soort technische oplossingen. Er wordt gestuurd op bereikbaarheid, niet zozeer op gemiddelde wachttijd. Andere technische oplossingen zijn voorspelling van de telefoondrukke, voorgestructureerde antwoorden en het monitoren en corrigeren van personeel.

Callcenters laten klanten niet bewust in de wacht staan, uitzonderingen daargelaten. Als een klant een product willen kopen is de afhandeling soms sneller dan bij een klacht.

Met goede bereikbaarheid ben je er nog niet, belangrijker is dat klant in één keer wordt geholpen, kwaliteit is belangrijker dan de wachtrij. Maar, doordat men in één keer wordt geholpen loopt de wachtrij (automatisch) op. Meer service voor de ene klant kan leiden tot minder service voor de volgende klant. Daarom geen call scripts, maar goed ingewerkt en bekwaam personeel. Daarom ook een goede internet helpdesk die altijd bereikbaar is. En bij pieken worden externe callcenter ingeschakeld. Bij storing worden meldteksten gebruikt, bijvoorbeeld via sms. Op internet is te zien hoelang de wachtrij is.

## **Nummerstrategie**

*Voor- en nadelen van de keuze voor een 0900- een 0800- of een lokaalnummer? Lang of kort? Betaald of niet betaald? Tariefstelling? Openingstijden?*

Een gratis nummer wordt ingezet als men zich zelf verantwoordelijk acht voor de kosten, bijvoorbeeld voor een klachtenservice. Ook is het laagdrempelig: iedereen moet ervan gebruik kunnen maken. Aanbieders van 0800-nummers gebruiken liefst één nummer: dat komt de herkenbaarheid ten goede. Nadeel van 0800 is dat er veel plaagbellers bellen. Een ander nadeel is dat 0800-nummers steeds duurder worden voor bedrijven omdat mensen mobiel bellen. Het 088 nummer is nieuw maar het enthousiasme is niet erg groot. Het kost veel tijd en geld voor bedrijven om daarop over te stappen.

Het gebruik van 0900-nummers: bedrijven kiezen voor een 0900-nummer als ze een dienst aanbieden die meerwaarde biedt. Bijvoorbeeld ten opzichte van het internet doordat men een persoonlijke service biedt: je spreekt met een persoon. Dan wordt voor een 0900-nummer gekozen met een hoog bedrag per minuut (70ct). Dit is een marketingstrategie: je betaalt een hoger tarief, maar daar staat iets tegenover. Daaronder liggen de tarieven van de informatienummers die meestal 10 cent per minuut kosten. Dit zorgt voor een drempel om het nummer te bellen, maar het is slechts kostendekkend voor de toegang. Om de kosten voor de beller te dempen kan een vast bedrag per gesprek gebruikt worden.

Voor lokale gesprekken is een bedrag van 1 tot 10 cent acceptabel, daarboven niet meer. Lokale nummers zijn transparant, men weet waar men aan toe is, het is onderdeel van de traditie. Men (her)kent het nummer.

Openingstijden variëren: in het ene geval kiest men bijvoorbeeld voor openstelling van maandag tot en met vrijdag van 9 uur tot 20 uur en zaterdag en zondag van 12 uur tot 17 uur. In de nacht is men bewust niet open: uitvoorzorg voor dronken mensen en/of mensen die aandacht nodig hebben. Een ander kiest er voor om op zondag gesloten te zijn. In het algemeen hebben consumenten behoefte aan ruimere openstelling; het internet kan in deze een uitkomst bieden.

## **Alternatieven**

Internet biedt een scala aan informatie, adviezen, tips van klanten, stap voor stap processen, waarschuwingen, veiligheidsmaatregelen, informatie filmpjes, veel gestelde vragen (FAQ), volledige handleidingen, etc. Kortom zoveel mogelijk manieren om de klant via het internet te helpen. Al deze maatregelen en mogelijkheden en het vooruitdenken verminderen de noodzaak tot telefonisch contact en dat draagt bij aan een betere telefonische bereikbaarheid.

Afhankelijk van de doelgroep wordt het klantcontact afgestemd. De investeringen worden beperkt(er) doordat er selfservice wordt gevraagd van de klanten. Persoonlijk contact wordt tot een minimum beperkt. Traditionele brief wordt bijna niet meer gebruikt. De servicegraad is afhankelijk van belang klantengroep. Er zijn bijvoorbeeld internet websites met "call me now" buttons.

Spreading over meerdere klantcontact kanalen als mail, telefoon, selfservice, internet, FAQ, en chatten heeft voordelen. Chatten is aantrekkelijk omdat meerdere klanten door één medewerker kunnen worden geholpen. Veel van deze kanalen zijn (nog) doelgroep en leeftijd gebonden. Geautomatiseerde processen leveren op de langere termijn geld op en hebben als voordeel voor de consument dat ze altijd toegankelijk zijn.

Echter de behoefte aan telefonie blijft. Ondanks alle multi-channel mogelijkheden. Veel aangeboden producten zijn voorzien van moeilijk begrijpbare handleidingen, dan blijven er onduidelijkheden en dan bellen mensen.

### **Uitbesteden of in eigen beheer**

Uitbesteden gebeurt veelal vanuit kosten optiek. Redenen vanuit kwalitatieve optiek zijn ondergeschikt. Hoewel sommigen het klantencontact als waardevolle input zien voor kwaliteitsverbetering, is het doel toch meestal om tegen zo laag mogelijke kosten de telefoon laten aannemen. De voordelen van het uitbesteden: vaste (liefst lage en voorzienbare) kosten, de specialisatie van de externe partij, het ontlasten van de eigen organisatie. Uitbesteden kan interessant zijn, maar is afhankelijk van strategische keuzes en wat voor dienst het betreft.

Outbound verkeer en telemarketing wordt veel vaker uitbesteed dan inbound of contact met klanten. Voor outbound verkeer is het bekend dat het veel moeilijker is om daarvoor de mensen vast te houden en te motiveren dan voor inbound. Daarbij komt dat het vaak periodieke of tijdelijke acties of campagnes betreft. Volcontinu intern zo een afdeling aan de gang houden is voor de meeste bedrijven geen optie.

### **Het telefonisch contact**

*De keuze voor oplossingen: opbouw keuze menu, aangeven wachttijden of aantal wachtenden, muziek laten horen, wilt u het later nog eens proberen, verwijzing naar website, etc, hoe lang mag men in de wacht staan?*

Eigenlijk weten we niet precies wat de consumenten op dit gebied willen. Uit onderzoek komt bijvoorbeeld dat het op prijs gesteld wordt dat we vermelden wat de gesprekskosten zijn. Als er een wachtrij is: hoeveel wachtenden er zijn of hoelang het duurt. Er kan daarvoor bijvoorbeeld gewerkt worden met bepaalde percentages die binnen een aantal minuten geholpen moeten zijn. Dat kan ook met gemiddelde wachttijden/rijen, maar daar is minder goed op aan te sturen.

We weten ook dat muziek als storend kan worden ervaren, dus een keuze uit wel of geen muziek is belangrijk. Dus bijvoorbeeld geen muziek, ook geen reclame maar wel informatie over aantal wachtenden en suggesties voor terugbellen op een alternatief tijdstip.

Een citaat:

*"Wij kiezen voor zoveel mogelijk informatie geven, vermelden gemiddelde wachttijd door 'er zijn x wachtenden voor u' of indien zeer druk 'gemiddelde wachttijd is langer dan 10 min, belt u svp later nog eens'. Of we geven een alternatief als men niet wil wachten: we verwijzen naar de website. Het komt incidenteel voor dat mensen wel eens een halfuur wachten. Wachten is heel onwenselijk. We weten uit onderzoek dat mensen zich al na 1 minuut gaan irriteren. We monitoren hoeveel mensen tijdens de wachtrij ophangen".*

Wenselijk is een "escape" naar een telefonist(e).

Nog een citaat:

*"Keuzemenu professionaliseren: toegankelijk, simpel, begrijpelijk en kort. Voortdurend analyseren van de telefoonprocessen en routingstrategie. In toekomst ook communicatie op internet over de wachtrij en berichten over dynamische openingstijden van de telefoonservice. Verwijzen naar website. Gemiddelde wachttijd is in de piek nu 120 tot 180 seconden, buiten pieken wordt direct opgenomen. Telefoonaanbod proberen we te spreiden door gerichte mailings te spreiden in de tijd. Er wordt getracht iedereen in 1x te helpen, nu lukt dat bij 90% er wordt gestreefd naar 95%".*

En tot slot nog een citaat:

*"In verleden was het keuzemenu afgestemd op het specialisme van de medewerkers, dit werkte niet. Het liefst werken we zonder keuzemenu, maar dan krijg je te veel standaard vragen. Nu gebruiken we een simpel keuze menu. Nieuwe mogelijkheden als voice recognition worden bekeken, maar de vraag is of de privacy gewaarborgd blijft. Bij ons hoort men wat de wachttijd is en men kan kiezen voor muziek of niet. Muziek kan ook muzikliefhebbers aantrekken die enkel voor de muziek bellen. Sales- en klantenservicebellers mogen maximaal 20 seconden in de wacht staan. Bij de helpdesk wordt onze eigen norm van gemiddeld 150 seconden en een maximum van 12 minuten niet gehaald. We proberen de wachtrijen te managen door het sturen van sms en online info".*

## **Kwaliteit van de dienstverlening**

*Kwaliteit van de dienstverlening, de service aan de klanten, hoe meet je dat, wie meet dat, certificering, branche afspraken, etc*

De 0900-nummer branche is een "miljarden business aan wachtrijen en telefoontikken". Elk respecterend bedrijf meet zelf de kwaliteit van zijn service. De consument hoort centraal te staan. Niet het budget van de telefonische aanbieder. Daartussen zit een spanningsveld. Om dat te beheersen kunnen verschillende methodieken gebruikt worden. Toezicht van buiten naar binnen. Of intern met uitgebreide vragenlijsten en beoordelingen op basis waarvan een beoordeling volgt. Hoe pakken bedrijven dit aan: hoe weten ze bijvoorbeeld of en hoe vaak een klant voor hetzelfde probleem belt. Weten ze of het juiste antwoord aan de beller is gegeven? Is de te verstrekken info wel up to date? Zijn de medewerkers (on)voldoende getraind? Wordt er nagebeld met vragen over de geboden service.

Maakt men gebruik van quality monitoring van de gesprekken voor controle en verbetering van de kwaliteit? Elke organisatie kan zelf beslissen hoe ze de kwaliteit monitoren.

Enkele citaten uit de branche:

*"Meeluisteren door leidinggevenden op inhoud, kwaliteit en de manier waarop klanten te woord worden gestaan. Dat moet snel vriendelijk en goed zijn. Dat doen we intern en dat gebruiken dat tevens om onze mensen te beoordelen op hun functioneren. Daarnaast doen externe bureaus ghost calls voor ons, ze bellen onze nummers en brengen daarover rapportages uit. Via de VCN proberen we ons wel te vergelijken met andere callcentra en proberen we iets aan benchmarking te doen. Maar onze processen zijn zeer complex en onze volumes zijn zeer groot. Daarom jagen we maar geen certificering na. Wat we wel doen is die elementen halen uit de certificering die we kunnen gebruiken om ons proces te professionaliseren."*

*"Onze callcenters worden door een extern bedrijf getest op dienstverlening volgens bepaalde normen en dan krijg je een stempel waarmee je voor een bepaalde periode bent goed gekeurd, een soort ISO 9000. Ze komen in je callcenter kijken naar de technologie en de medewerkers. Ook doen ze mystery calls. Deze soort certificering is vrijwillig, er is geen verplichting toe. Onze motivatie is ons daarmee uit concurrentie overwegingen te onderscheiden van de rest. Internet toegang bijvoorbeeld is een product waarmee je je niet sterk kunt onderscheiden. Dat kan wel op je tarief en je klantenservice. Er zijn geen branche afspraken. We zijn wel lid van de brancheorganisaties."*

*"Een keurmerk kan goed werken. Als branche is het belangrijk om een keurmerk te hanteren, dat geeft onderscheidingsvermogen. Onze keuringsinstantie stelt verplicht dat we continu klant tevredenheids onderzoek uitvoeren. Op basis daarvan wordt duidelijk wat klanten ervaren en hoe en welke verbeteringen kunnen worden getroffen. Je onderzoekt op de 'norm', je wilt aan de norm (blijven) voldoen. Een beller wordt na zijn contact met ons callcenter doorverbonden naar een geautomatiseerd systeem. Daar krijgt hij een aantal vragen voorgelegd. Vragen als 'was u blij met het antwoord', 'was de medewerker vriendelijk tegen u', 'hoe lang moest u wachten', etc. De rapportage daarvan is realtime online beschikbaar. Daarmee kan je per afdeling of medewerker bijsturen en coachen. Zo beschik je over een tool waarmee je de performance kunt verbeteren. Als een klant kiest voor een bepaald kanaal, dan zou je eigenlijk via datzelfde kanaal de klanttevredenheid moeten meten. Dus het is niet goed als iemand belt om hem via een email over de service aan de telefoon te vragen."*

*"Interne kwaliteitsbewaking doen we door het meeluisteren door interne seniors. Voor externe callcenters hebben we een kwaliteitsbewaker die periodiek meeluistert. Extern kwaliteitsonderzoek gebeurt standaard 3 maandelijks door externe onderzoekbureaus. Op ad hoc basis doen we dat ook als er aanleiding toe is, bijvoorbeeld na publicatie van het AD onderzoek. We hebben toen zelf onderzocht hoe het er voor stond en hoe ernstig het was. Na zo een onderzoek kan je bepalen of je meer aan bereikbaarheid wil doen."*

*Klanten willen de goede oplossingen die we nu bieden en ook een betere bereikbaarheid. Aan onze kwaliteitsmetingen zit een soort coaching structuur vast, waarbij we individuele medewerkers evalueren op kennis. Zonodig krijgen ze extra cursussen of in de coaching aanwijzingen voor verbetering. We monitoren ze cijfermatig op een aantal punten waarop ze minimaal 50% overall goed moeten scoren. Blijven ze daaronder, dan hebben we zowel op operationeel vlak als tactisch en strategisch gebied overleg met het callcenter om te kijken wat instrumenteel kan zijn om de score te doen toenemen."*

*"We hebben in dit bedrijf de mogelijkheid om mee te luisteren en zo te meten via onze telefooncentrale. Onze bereikbaarheid is zeer goed. De gesprekken zelf verlopen inhoudelijk ook goed, we helpen mensen goed, dus die zijn tevreden. Dat weten we op basis van onze intuïtie. We horen elkaars gesprekken en geven elkaar onderling daarop feed back. Wij monitoren de kwaliteit niet echt anderszins. Er zijn geen signalen dat er iets niet goed zou gaan."*

## Regulering

*Regulering door de overheid mbt bekorten wachttijden en beperken kosten. Speelt men hierop in, wat doet men zelf, wat (denkt men) dat de markt zal doen?*

Hier volgen enkele citaten uit de gesprekken:

*"De mogelijke regulering door de overheid leeft niet in de markt. De markt denkt niet dat regulering vorm zal krijgen. Wij denken dat oplossingen die de overheid nu aandraagt zinloos zijn. Een voorbeeld: vanuit EZ verwachten ze dat bedrijven klanten in de wachtrij terugbellen, maar een wachtrij ontstaat vaak door pieken en/of ondercapaciteit. We kunnen al niet snel en adequaat genoeg de telefoon beantwoorden, laat staan terugbellen. Er zijn niet of nauwelijks oplossingen. Er zijn slechts hulpmiddelen die het klantvriendelijker en makkelijker maken. Als bedrijven dit verankerd hebben in hun bedrijfsvoering, als alles wat wordt aangeboden een integraal onderdeel uitmaakt van een totaalaanpak, dan zijn de resultaten veel beter".*

*"De overheid wil de wachtrij korter en gratis maken. Aanbieders willen dit niet. Zij willen duidelijkheid bieden naar de klant in de vorm van info over de wachtrij. Als het wachten lang duurt kan dat onderdeel zijn van de "goedkope" prijs van het abonnement. Als de service niet bevalt, is de vrijheid er om over te stappen."*

*"Antwoord van het bedrijfsleven op de dreigende regulering van de overheid is het overstappen naar de betaalde 0900-nummers ipv het gebruik maken van de gratis 0800-nummers. Het is immers onderdeel van hun marketingstrategie, een mens aan de telefoon krijgen is een duur, zomet het duurste informatie instrument. Klanten moeten dan rekening houden met kosten. Daarom worden klanten meer en meer geleid naar internet: internet, chat en email zijn gratis. Maar bedrijven kunnen klanten niet dwingen om een bepaald kanaal te gebruiken. Bedrijven hebben een voorkeur voor kanalen die het minste kosten, maar zullen er alles aan doen om deze kanalen zo klantgericht mogelijk te maken, liefst klantgerichter dan telefoneren. Bedrijven zijn gebaat erbij al die kanalen ter beschikking te stellen en proberen via marketing de mensen naar die kanalen toe te krijgen."*

*"Regulering zal ons niet treffen. De politiek zal zeker begrip hebben voor onze situatie. Wij zijn een van de meest professionele callcentra. We hebben voortdurend een enorme drang om ons zelf te verbeteren".*

*"Reguleren: wij weten niet hoe. Bij het idee om de wachtrij gratis te maken rijst de vraag hoe moet je dat technisch vormgeven? Een deel van het gesprek gratis maken en het volgende deel betaald is niet mogelijk in het netwerk. Heemskerk's idee om bedrijven, die kwalijke praktijken erop na houden, aan de schandpaal nagelen is een goed idee. Je creëert druk door de prutsers in de markt te kijk te zetten. We hebben aan EZ voorstellen gedaan. Bijvoorbeeld kijk eens naar Duitsland. Daar is voor service nummers een maximale wachtrij toegestaan van 15 minuten, Alles boven de 15 minuten is verboden. Maar dat is niet de perfecte oplossing, want bij de goedkopere nummers moeten mensen nog steeds wachten maar dat doet dan iets minder pijn."*

*"Bedrijven staan meer open voor professionalisering, vanuit het oogpunt klanttevredenheid niet angst voor overheid. Bedrijven die bewust slechte en malafide praktijken erop na laten moeten aangepakt worden. Bedrijven publiekelijk op de vingers tikken is een goede manier van aanpakken, of afsluiting van het nummer. Reguleren hoeft niet nodig te zijn als de discussie maar opgang blijft. Managers krijgen steeds meer kennis op dit gebied."*

*"Waarom wil de overheid reguleren zonder de bron van de ergernis aan te pakken: de mate waarin een partij goede producten of diensten levert. Slechts de bereikbaarheid aanpakken (we openen een blik calltakers) is niet voldoende. Het oplossen van het probleem van de klant, en daarmee het vergroten van de klanttevredenheid lijkt dan een bijzaak. Het gaat om een integrale oplossing voor de klant. We hopen dat de overheid de 0900-nummers en hun tarieven flink gaat aanpakken, voor ons zit daar veel oneigenlijke concurrentie tussen. Voor de bereikbaarheid kan de overheid wel richtlijnen neerleggen, maar laat ze deze aan kwaliteit koppelen. Anders is het een wassen neus. Laat klanttevredenheid, de klant in één keer helpen zwaar wegen. Mocht de overheid zware maatregelen gaan nemen en de kosten voor de telefonische bereikbaarheid bij de aanbieder leggen in plaats van bij de consument, dan zullen veel bedrijven helemaal overstappen naar internet self service. Want het kost veel meer dan het deel wat de klant nu betaalt"*

*"Niet ingrijpen in de wachtrijen, dat kunnen bedrijven zelf. De aanname is verkeerd, bedrijven leveren niet bewust slechte service, uitzonderingen daargelaten. Door enkele uitwassen aan te pakken tref je juist alle goedwillende bedrijven. Kwaadwillende bedrijven zijn reeds aan te pakken met bestaande wetgeving. Klanttevredenheid is de peiler onder het bestaansrecht van de meeste bedrijven, anders lopen klanten weg. De overheid moet bedrijfsleven faciliteren om klantgericht te kunnen blijven werken en moet de markt verder de vrije markt laten."*

*"Ik denk dat de markt toch wel wat water in de wijn zal gaan doen en gezamenlijk en individueel initiatieven gaan oppakken. Tot nu toe zie ik echter niet of nauwelijks beweging. Jammer dat EZ alleen maar naar bereikbaarheid kijkt, daarmee gaan ze 10 jaar terug in de tijd, te smal. Bereikbaarheid is slechts een factor in het hele pakket dat aan de consument wordt aangeboden."*



## **Toekomst**

*De toekomst: hoe ziet die eruit over 2 tot 3 jaar*

Moeilijk te voorspellen. Duidelijk is dat er veel in klantcontact wordt geïnvesteerd, veel investering in medewerkers en in technologie aan de ene kant uit efficiency maar ook om de dienstverlening te verbeteren. Er zal steeds betere integratie tussen verschillende afdelingen komen, tussen front- en backoffice, steeds betere samenwerking, doordat technologie dat steeds beter mogelijk maakt. Internet wordt steeds belangrijker, allerlei nieuwe communicatievormen die hun intrede doen. De tendens is multichannel. Steeds meer kanalen waarop men kan reageren, meer kanalen die gratis zijn. Dat betekent dat daarmee het probleem van de duurdere 0900nrs steeds kleiner zal worden. Er vindt een verschuiving plaats, steeds minder telefoonverkeer ten gunste van andere goedkopere/gratis media. De openingstijden zullen daarmee ruimer worden. De klant wordt steeds beter geholpen.

De callcenter branche is zeer dynamisch en actief. Er zijn meerdere branche verenigingen en belangen organisaties die actief zijn en adviseren. Er wordt veel geïnvesteerd in de branche.

Klachten van consumenten die behandeld zullen gaan worden door een nieuwe geschillencommissie. Dit kan verschil gaan betekenen tussen bonafide en malafide bedrijven. Een platform waar consumenten kunnen klagen, kan malafide bedrijven, waarover veel wordt geklaagd in kaart helpen brengen. Samen met OPTA moeten ze worden aangepakt. Als er bij de 0900-infonummers exploitanten zitten die opzettelijk de gesprekken rekken, dan valt een er een goede case te maken op basis waarvan zij hun praktijken verplicht moeten voortzetten onder 0909. Met de bestaande regelgeving kan de overheid dat direct aanpakken en ook met een goed werkende geschillencommissie, waar 'laagdrempelig' klachten ingediend kunnen worden, en die goed publiekelijk 'schandpalig' rapporteert.

0900 zal niet verdwijnen, wel is er een toename van 088, mooie herkenbare zakelijke nummers. Deze hebben een minder negatief beeld dan 0900, hoewel aan 088 ook een voor een bedrijf wenselijk tarief kan hangen.

## **Bijlage 6: Aanpak en respons 0900-nummers vervolgmetingen**

### **Opzet**

Alle 889 0900-nummers zijn tijdens elke meting één keer benaderd. Tijdens het onderzoek in 2007 is in eerste instantie de autodialer gebruikt. Dit systeem kiest het nummer en verbindt door naar de telefoniste op het moment dat een verbinding tot stand is gekomen. Of een verbinding tot stand is gekomen bepaalt het systeem aan de hand van een puls die gegeven wordt als de teller voor de rekening moet gaan lopen. Voor de 0900- nummers volgt deze puls pas na de melding van de tarieven. De telefonistes hebben tijdens de eerste meting dan ook geen tarieven geregistreerd.

In 2008, 2009 en 2010 is geen gebruik van de autodialer gemaakt zodat de telefoniste het genoemde tarief kan registreren en kan horen of, bij variabele tarieven boven de 15 cent per minuut, een maximum tarief wordt vermeld.

### **Bereikbaarheid**

Alle 889 0900-nummers zijn tijdens elke meting één keer benaderd. Het aantal afgesloten lijnen loopt op van 155 in 2007, 208 in 2008, 254 in 2009 305 in 2010. Het aantal afgesloten lijnen in de gezondheid-/sociale sector lijkt in 2007 erg laag, dit komt omdat de indeling in deze sector grotendeels tot stand is gekomen op basis van de informatie uit de telefoongesprekken en niet op basis van informatie uit het steekproefkader.

Het aantal keren dat het niet lukt om contact te krijgen (in gesprek of er wordt niet opgenomen) daalt over de gehele periode in de energiesector, de gezondheidsector en de overige sectoren. In de telecomsector is het aantal keren dat het niet lukt contact te maken constant. In de financiële sector is sprake van een toename, maar het aandeel is ten opzichte van de andere sectoren relatief laag, het loopt van 2% in 2007 naar 8% 2010. Over alle sectoren heen daalt het aantal keren dat het niet lukt om contact te krijgen. Wellicht dat gedurende het onderzoek een aantal ongebruikte lijnen uiteindelijk wordt afgesloten, waardoor het aandeel afgesloten lijnen stijgt en het aandeel in gesprek/geen gehoor daalt.

Al met al loopt het aantal geslaagde contactpogingen terug van 70% in 2007, 65% in 2008, 59% in 2009 naar 56% in 2010. Zie het schema hier onder. Wanneer de afgesloten lijnen buiten beschouwing worden gelaten, ligt de bereikbaarheid gedurende de gehele periode op een vergelijkbaar niveau (rond de 84%).

<b>Bereikbaarheid</b>					
<b>Afgesloten lijnen</b>	<b>n</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	107	23%	27%	30%	36%
Energiesector	31	13%	16%	19%	23%
Telecomsector	71	15%	23%	34%	35%
Gezondheid/sociale sector	89	2%	7%	10%	17%
Overige sectoren	591	19%	26%	31%	37%
<b>Totaal</b>	<b>889</b>	<b>17%</b>	<b>23%</b>	<b>29%</b>	<b>34%</b>
<b>Geen contact</b>	<b>n</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	107	2%	6%	8%	8%
Energiesector	31	13%	10%	6%	3%
Telecomsector	71	10%	8%	10%	11%
Gezondheid/sociale sector	89	12%	9%	8%	7%
Overige sectoren	591	15%	13%	14%	10%
<b>Totaal</b>	<b>889</b>	<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>9%</b>
<b>Contact ('gesprekken')</b>	<b>n</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	107	75%	67%	62%	56%
Energiesector	31	74%	74%	74%	74%
Telecomsector	71	75%	69%	56%	54%
Gezondheid/sociale sector	89	85%	84%	82%	76%
Overige sectoren	591	65%	61%	55%	53%
<b>Totaal</b>	<b>889</b>	<b>70%</b>	<b>65%</b>	<b>59%</b>	<b>56%</b>

### Wachttijden

De wachttijden worden vastgesteld op basis van de op de factuur vermelde gesprekstijden. Over de gehele lijn zien we een daling van de gemiddelde wachttijd, van totaal gemiddeld 53 seconden in 2007 naar 41 seconden in 2010. Ook bij de langste, gemeten, wachttijden is over de gehele periode duidelijk een verlaging te zien over nagenoeg de gehele lijn.

<b>Gemiddelde wachttijd</b>				
<b>gemiddeld aantal seconden per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	56	47	40	55
Energiesector	75	85	62	44
Telecomsector	78	68	74	46
Gezondheid/sociale sector	50	28	32	38
Overige sectoren	48	34	32	39
<b>Totaal</b>	<b>53</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>41</b>
<b>minimum aantal seconden per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	1	2	1	3
Energiesector	12	3	3	4
Telecomsector	3	1	1	1
Gezondheid/sociale sector	1	3	1	2
Overige sectoren	2	1	1	1
<b>Totaal</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>maximum aantal seconden per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	357	370	241	579
Energiesector	726	299	308	160
Telecomsector	500	353	679	206
Gezondheid/sociale sector	1.262	308	182	178
Overige sectoren	1.844	382	438	533
<b>Totaal</b>	<b>1.844</b>	<b>382</b>	<b>679</b>	<b>579</b>

<b>Wachttijd (per categorie aantallen per sector)</b>									
		≤1 min.	1+ min.	2+ min.	3+ min.	4+ min.	5+ min.	10+ min.	TOTAAL
Financiële sector	2007	62	6	5	3	1	3	0	80
	2008	57	10	2	1	0	2	0	72
	2009	51	12	2	1	0	0	0	66
	2010	43	11	3	2	0	1	0	60
Energie-sector	2007	17	5	0	0	0	0	1	23
	2008	9	9	2	1	2	0	0	23
	2009	16	4	1	1	1	0	0	23
	2010	18	3	2	0	0	0	0	23
Telecom-sector	2007	35	11	1	1	1	4	0	53
	2008	34	7	3	0	2	3	0	49
	2009	27	6	4	0	2	0	1	40
	2010	30	5	1	2	0	0	0	38
Gezondheid/sociale sector	2007	63	9	1	1	0	1	1	76
	2008	67	7	0	0	0	1	0	75
	2009	64	5	3	1	0	0	0	73
	2010	55	8	5	0	0	0	0	68
Overige sectoren	2007	336	25	8	3	5	5	5	387
	2008	311	29	9	5	4	5	0	363
	2009	283	28	7	4	3	0	0	325
	2010	265	30	7	1	1	8	0	312
TOTAAL	2007	513	56	15	8	7	13	7	619
	2008	478	62	16	7	8	11	0	582
	2009	441	55	17	7	6	0	1	527
	2010	411	57	18	5	1	9	0	501

<b>Wachttijd (per categorie percentage per sector)</b>									
Wachttijd		≤1 min.	1+ min.	2+ min.	3+ min.	4+ min.	5+ min.	10+ min.	TOTAAL
Financiële sector	2007	78%	8%	6%	4%	1%	4%	0%	100%
	2008	79%	14%	3%	1%	0%	3%	0%	100%
	2009	77%	18%	3%	2%	0%	0%	0%	100%
	2010	72%	18%	5%	3%	0%	2%	0%	100%
Energie-sector	2007	74%	22%	0%	0%	0%	0%	4%	100%
	2008	39%	39%	9%	4%	9%	0%	0%	100%
	2009	70%	17%	4%	4%	4%	0%	0%	100%
	2010	78%	13%	9%	0%	0%	0%	0%	100%
Telecom-sector	2007	66%	21%	2%	2%	2%	8%	0%	100%
	2008	69%	14%	6%	0%	4%	6%	0%	100%
	2009	68%	15%	10%	0%	5%	0%	3%	100%
	2010	79%	13%	3%	5%	0%	0%	0%	100%
Gezondheid/ sociale sector	2007	83%	12%	1%	1%	0%	1%	1%	100%
	2008	89%	9%	0%	0%	0%	1%	0%	100%
	2009	88%	7%	4%	1%	0%	0%	0%	100%
	2010	81%	12%	7%	0%	0%	0%	0%	100%
Overige sectoren	2007	87%	6%	2%	1%	1%	1%	1%	100%
	2008	86%	8%	2%	1%	1%	1%	0%	100%
	2009	87%	9%	2%	1%	1%	0%	0%	100%
	2010	85%	10%	2%	0%	0%	3%	0%	100%
TOTAAL	2007	83%	9%	2%	1%	1%	2%	1%	100%
	2008	82%	11%	3%	1%	1%	2%	0%	100%
	2009	84%	10%	3%	1%	1%	0%	0%	100%
	2010	82%	11%	4%	1%	0%	2%	0%	100%

### Tarieven

De gemiddelde tarieven zijn berekend door de som van de gesprekkosten op de factuur te delen door de som van de wachttijd. Over het geheel zien we een daling van 10%. Maar er zijn belangrijke verschillen tussen de sectoren. Zie onderstaande tabel voor de geïndexeerde ontwikkeling in de berekende tarieven (indexjaar is 2007).

<b>Gemiddelde tarief per minuut</b>				
<b>gemiddeld tarief per minuut</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	100%	113%	112%	114%
Energiesector	100%	97%	99%	117%
Telecomsector	100%	94%	67%	78%
Gezondheid/sociale sector	100%	139%	119%	86%
Overige sectoren	100%	98%	104%	89%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>98%</b>	<b>98%</b>	<b>90%</b>

### **Verdeling tarieven per minuut**

Voor de verdeling van de tarieven per minuut is voor 2007 gebruik gemaakt van de factuur en de overige jaren van de registraties door de telefonistes (omdat in de vervolgjaren de tarieven per minuut ontbreken op de factuur). Uit de factuur is niet op te maken of een gesprek wordt verrekend tegen het lokaal tarief of een ander tarief per minuut. Bij de registraties door de telefonistes is dat verschil wel te maken, dan is echter niet bekend wat het lokale tarief precies is. Voor de jaren 2008, 2009 en 2010 is daarom apart vermeld hoeveel gesprekken verrekend worden tegen het lokaal tarief.

tarief per minuut	2007						2008						2009						2010					
	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal
loktaal tarief	niet bekend						23	9	3	18	67	120	22	10	6	18	71	127	19	10	5	16	60	110
€ 0,00									2		2				1	1	2							
€ 0,01	2		3	1	5	11	1		2		6	9			1	8	9			1	1	7	9	
€ 0,02	21	3	3	15	53	95				1	1	2			1	3	3	1			1	2	4	
€ 0,03	1				2	3	1			3	4	2			3	5	2					3	5	
€ 0,04					2	2				2	2				2	2	2					2	2	
€ 0,05	10	2	1	3	15	31	7		3	15	25	5			3	9	17	4			3	10	17	
€ 0,06		1	1			2			1		1			1		1	1				1		1	
€ 0,07					2	2				1	1				1	1	1					1	1	
€ 0,08					1	1				2	2				2	2	2					1	1	
€ 0,09			1			1			1		1			1		1	1							
€ 0,10	31	9	16	28	86	170	25	8	12	25	73	143	21	7	12	23	61	124	23	8	10	18	53	112
€ 0,13					1	1				1	1				1	2	3					2	2	
€ 0,15	2	4	3	6	28	43	2	2	8	7	22	41	1	2	3	10	24	40	1	2	6	9	22	40
€ 0,18					1	1			1	1	2	2			2	2	2					1	1	
€ 0,20	4		3	7	32	46	2		4	7	31	44	2		3	7	27	39	3		2	8	21	34
€ 0,25	2	1	3	3	23	32	1	1	3	3	22	30	1	1	2	2	18	24	2	1	1	2	16	22
€ 0,30		1	2	2	8	13		1	2	2	11	16		1	1		8	10		1	1		5	7
€ 0,35			2	3	9	14	1			1	10	12	2			1	12	15	2			1	8	11
€ 0,40					6	6	1				8	9	1			6	7	7					5	5
€ 0,45			5	1	21	27			2	1	19	22			1	1	15	17			1	1	15	17
€ 0,50	1		3	1	10	15			3	1	14	18			2	1	15	18			2	1	13	16
€ 0,55	1				3	4				1	7	8			1	5	6	6				1	5	6
€ 0,60					5	5				3	3	3			3	3	3	3				3	3	
€ 0,65					1	1				1	1	2			1	1	2	2					1	1
€ 0,70		1	3		9	13		1	1	2	11	15		1	1	1	8	11		1			8	9
€ 0,75																							1	1
€ 0,80	2	1	1	4	39	47	2	1		4	32	39	3		1	4	26	34	3	1		3	19	26
<b>totaal</b>	<b>77</b>	<b>23</b>	<b>50</b>	<b>74</b>	<b>362</b>	<b>586</b>	<b>66</b>	<b>23</b>	<b>44</b>	<b>77</b>	<b>363</b>	<b>573</b>	<b>62</b>	<b>22</b>	<b>35</b>	<b>75</b>	<b>331</b>	<b>525</b>	<b>60</b>	<b>24</b>	<b>30</b>	<b>65</b>	<b>284</b>	<b>463</b>

### Maximumtarief per gesprek

Bij variabele tarieven boven 15 cent per minuut is het vanaf 1 oktober 2008 verplicht een maximumtarief per gesprek te vermelden.

In onderstaand overzicht is aangegeven hoe vaak een waarneming is gedaan van een tarief boven 15 cent per minuut en hoe vaak dan daadwerkelijk een maximumtarief per gesprek wordt vermeld. De roze vlakken geven aan wanneer niet aan deze eis wordt voldaan.

Te zien is dat in september 2008, vlak voor de invoering van de maatregel nagenoeg geen enkele aanbieder van telefonische informatiediensten reeds voldoet aan deze verplichting. In augustus 2009 voldoet bijna iedereen aan deze verplichting (181 van de 188) en in januari 2010 gaat het om 154 van de 159.



tarief per minuut	2008						2009						2010					
	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal
€ 0,18				1	1	2					2	2					1	1
€ 0,20	2		4	7	31	44	2		3	7	27	39	3		2	8	21	34
€ 0,25	1	1	3	3	22	30	1	1	2	2	18	24	2	1	1	2	16	22
€ 0,30		1	2	2	11	16		1	1		8	10		1	1		5	7
€ 0,35	1			1	10	12	2			1	12	15	2			1	8	11
€ 0,40	1				8	9	1				6	7					5	5
€ 0,45			2	1	19	22			1	1	15	17			1	1	15	17
€ 0,50			3	1	14	18			2	1	15	18		2	1	1	13	16
€ 0,55				1	7	8				1	5	6				1	5	6
€ 0,60					3	3					3	3					3	3
€ 0,65				1	1	2			1	1	2	2					1	1
€ 0,70		1	1	2	11	15		1	1	1	8	11		1			8	9
€ 0,75																	1	1
€ 0,80	2	1		4	32	39	3		1	4	26	34	3	1		3	19	26
<b>totaal</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>24</b>	<b>170</b>	<b>220</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>146</b>	<b>188</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>121</b>	<b>159</b>
<b>Aandeel van tarieven boven de 15 cent per minuut waarbij maximale gesprekskosten worden vermeld</b>																		
€ 0,18				0%	0%	0%	100%		100%	86%	100%	100%	100%		100%	88%	100%	100%
€ 0,20	0%		0%	0%	0%	0%	100%	100%	100%	86%	96%	95%	100%	100%	100%	88%	100%	97%
€ 0,25	0%	0%	33%	0%	5%	7%	100%	100%	100%	89%	92%	92%	50%	100%	100%	100%	94%	91%
€ 0,30		0%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
€ 0,35	0%			0%	0%	0%	100%			100%	100%	100%	100%			100%	100%	100%
€ 0,40	0%				0%	0%	100%			100%	100%	100%				100%	100%	100%
€ 0,45			50%	0%	5%	9%			100%	100%	93%	94%		100%	100%	93%	94%	
€ 0,50			0%	0%	0%	0%			100%	100%	100%	100%		100%	100%	100%	100%	100%
€ 0,55				0%	0%	0%				100%	100%	100%				100%	100%	100%
€ 0,60					0%	0%					100%	100%					100%	100%
€ 0,65				0%	0%	0%				100%	100%	100%					100%	100%
€ 0,70		0%	0%	0%	0%	0%		100%	100%	0%	100%	91%		100%			100%	100%
€ 0,75																	100%	100%
€ 0,80	0%	0%		0%	0%	0%	100%		100%	100%	96%	97%	100%	100%		100%	95%	96%
<b>totaal</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>13%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>89%</b>	<b>97%</b>	<b>96%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>94%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>

Van de 154 gevallen waarin in 2010 wordt geregistreerd dat er een maximumtarief per gesprek wordt vermeld, levert dat één keer geen geldige registratie op. De overige maximumtarieven per gesprek zijn als volgt verdeeld.

Maximum-tarieven per 'gesprek'	2009						2010					
	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal	Financiële sector	Energiesector	Telecomsector	Gezondheid/sociale sector	Overige sectoren	Totaal
€ 0,10			1			<b>1</b>						
€ 0,25										1		<b>1</b>
€ 0,30										1		<b>1</b>
€ 0,40					1	<b>1</b>	1					<b>1</b>
€ 0,45								1				<b>1</b>
€ 2,00				1		<b>1</b>				1		<b>1</b>
€ 1,00							1		1	1		<b>3</b>
€ 1,50										1		<b>1</b>
€ 2,00										4		<b>4</b>
€ 2,50									1	3		<b>4</b>
€ 3,50	1					<b>1</b>	1			1		<b>2</b>
€ 4,00					1	<b>1</b>	1	1		1		<b>3</b>
€ 5,00				1	1	<b>2</b>			1	1		<b>2</b>
€ 7,00		1			1	<b>2</b>		1		2		<b>3</b>
€ 7,50					1	<b>1</b>						
€ 9,00					2	<b>2</b>				1		<b>1</b>
€ 10,00	3		2	5	26	<b>36</b>	2		2	6	19	<b>29</b>
€ 12,50	1	1	2	2	15	<b>21</b>	1	1	1	2	13	<b>18</b>
€ 15,00		1	1		8	<b>10</b>			1		4	<b>5</b>
€ 17,00	1				2	<b>3</b>	1					<b>1</b>
€ 17,50					10	<b>10</b>					8	<b>8</b>
€ 20,00					6	<b>6</b>					2	<b>2</b>
€ 22,00					1	<b>1</b>						
€ 22,50			1	1	13	<b>15</b>				1	14	<b>15</b>
€ 25,00			2	1	15	<b>18</b>			2		10	<b>12</b>
€ 27,00				1		<b>1</b>						
€ 27,50					4	<b>4</b>				1	5	<b>6</b>
€ 30,00					3	<b>3</b>					2	<b>2</b>
€ 32,50				1	1	<b>2</b>					1	<b>1</b>
€ 35,00			1		7	<b>8</b>					5	<b>5</b>
€ 40,00	3		1	4	23	<b>31</b>	1			3	17	<b>21</b>
<b>totaal</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>141</b>	<b>181</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>16</b>	<b>118</b>	<b>153</b>

### Gesprekskosten door wachttijd

De gesprekskosten zijn vastgesteld op basis van de factuur.

Gemiddelde gesprekskosten door wachttijd (berekend)				
<b>gemiddelde kosten per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,11	€ 0,11	€ 0,09	€ 0,13
Energiesector	€ 0,18	€ 0,19	€ 0,14	€ 0,12
Telecomsector	€ 0,30	€ 0,25	€ 0,19	€ 0,14
Gezondheid/sociale sector	€ 0,17	€ 0,14	€ 0,13	€ 0,11
Anders	€ 0,30	€ 0,21	€ 0,21	€ 0,21
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,25</b>	<b>€ 0,19</b>	<b>€ 0,18</b>	<b>€ 0,18</b>
<b>minimum kosten per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04
Energiesector	€ 0,05	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,05
Telecomsector	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04
Gezondheid/sociale sector	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,04
Overige sectoren	€ 0,04	€ 0,04	€ 0,00	€ 0,00
<b>Totaal</b>	<b>€ 0,04</b>	<b>€ 0,04</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 0,00</b>
<b>maximum kosten per 'gesprek'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Financiële sector	€ 0,67	€ 0,84	€ 0,35	€ 0,85
Energiesector	€ 1,05	€ 1,01	€ 0,68	€ 0,45
Telecomsector	€ 4,94	€ 2,51	€ 0,99	€ 0,38
Gezondheid/sociale sector	€ 1,80	€ 1,13	€ 1,30	€ 0,83
Overige sectoren	€ 13,17	€ 3,84	€ 4,95	€ 3,88
<b>Totaal</b>	<b>€ 13,17</b>	<b>€ 3,84</b>	<b>€ 4,95</b>	<b>€ 3,88</b>