

Vergaderjaar 2014–2015

24 095

Frequentiebeleid

Nr. 371

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 19 september 2014

Tijdens het Algemeen Overleg Telecommunicatie op 30 januari jl.¹ heb ik toegezegd de Tweede Kamer in augustus te zullen informeren over de ontwikkelingen rond de houdbaarheid van bel-, sms- en datategoeden.

In mijn brief van 17 oktober 2013² heb ik geconstateerd dat de consument weinig keuze heeft als het gaat om het meenemen van tegoeden naar de volgende maand(en). Hierdoor kan de consument die fluctuaties in zijn gebruik ervaart, die niet met elkaar compenseren. Ik heb de mobiele telefonieaanbieders daarom eind 2013 via een brief opgeroepen om de consument meer keuze te bieden als het gaat om de houdbaarheid van tegoeden. Ik heb de balans opgemaakt hoe het nu met de keuzemogelijkheden op dit punt is gesteld en constateer verbetering. Ik heb er vertrouwen in dat deze verbetering zal doorzetten en zie daarom geen aanleiding om wettelijke maatregelen te treffen.

Allereerst wil ik ingaan op een aantal initiatieven die marktpartijen hebben genomen waardoor de houdbaarheid van bel-, sms- en datategoeden minder relevant wordt om fluctuaties in het verbruik op te vangen. Ten eerste is er een ontwikkeling in de markt gaande waarbij maatwerk voor de consument wordt gerealiseerd. Dit betekent dat een abonnement beter kan worden afgestemd op het verbruik van een individuele consument en ook beter kan worden aangepast aan veranderingen in dat verbruik. Abonnementen zijn flexibeler geworden en die trend zal zich doorzetten zoals het aanbieden van bundels van zeer uiteenlopende omvang en het loskoppelen van data-, bel- en sms-bundels. Bij het loskoppelen hoeft de consument niet voor een vaste combinatie van data-, bel- en sms-bundels te kiezen, maar kan de consument als het ware *à la carte* de omvang van zijn bundels kiezen.

¹ Kamerstuk 24 095, nr. 365.

² Kamerstuk 24 095, nr. 357.

Daarnaast bieden aanbieders steeds meer mogelijkheden om de omvang van de bundels maandelijks bij te stellen. Naast de mogelijkheden om bundels naar boven bij te stellen, biedt een enkele aanbieder nu ook de mogelijkheid om bundels naar beneden bij te stellen. Dit houdt in dat gedurende de contractperiode voor een kleinere bundel kan worden gekozen dan de instapbundel (de bundel die is gekozen bij het aangaan van het abonnement). Ook bieden meerdere aanbieders abonnementen aan die meteen maandelijks opzegbaar zijn, waarbij de consument dus niet eerst een contract van één of twee jaar hoeft aan te gaan. Ten tweede is het aanbod van onbeperkt bellen en sms'en verder verruimd en nu ook in ruime mate in de markt aanwezig. Onbeperkt bellen en sms'en maakt de houdbaarheid irrelevant. Ten derde is de zogeheten «speedstepdown» voor mobiel dataverbruik gemeengoed geworden. Bij een «speedstepdown» krijgt de consument bij datagebruik buiten de bundel een lagere internetsnelheid en geen extra buitenbundelkosten. Voor de consument die hoge buitenbundelkosten vreest en daarom – te – ruime bundels heeft gekozen, is het nu makkelijker geworden om beter passende databundels te kiezen. Vrijwel alle aanbieders van abonnementen hanteren een (optionele) «speedstepdown».

Al deze ontwikkelingen zorgen ervoor dat de consument een passend abonnement kan kiezen dat aansluit bij zijn daadwerkelijke verbruik. Ook zijn er mogelijkheden om bundels bij te stellen indien wensen veranderen. Daarnaast zorgen de afspraken van de sector, zoals vastgelegd in de Gedragscode Transparantie Mobiel Datagebruik waarover ik de Kamer eerder heb geïnformeerd³, ervoor dat de consument goed inzicht heeft in zijn dataverbruik en hier dus goed op kan sturen.

Naar aanleiding van mijn oproep om de consument meer keuze te bieden als het gaat om de houdbaarheid van tegoeden, hebben meerdere aanbieders de handschoen opgepakt. Zij zijn de afgelopen maanden in afzonderlijke gesprekken met het ministerie met uiteenlopende oplossingen gekomen, zoals een langere houdbaarheid of meer maatwerk en flexibiliteit. Zij hebben hierbij toezeggingen gedaan. Vodafone is de eerste aanbieder die deze zomer een abonnement met een houdbaarheids-termijn van 12 maanden daadwerkelijk in de markt heeft gezet. Hollands-nieuwe, ook een merk van Vodafone, had reeds een abonnement met een houdbaarheid van 3 maanden. Tele2 heeft deze maand abonnementen geïntroduceerd met meer maatwerk en flexibiliteit. De consument heeft de mogelijkheid gekregen om bundels naar boven en naar beneden bij te stellen en om het abonnement maandelijks op te zeggen. KPN en T-Mobile hebben eveneens toegezegd met maatregelen te zullen komen. Deze zijn nog niet geïmplementeerd, maar de aanbieders hebben mij gegarandeerd dat ze uiterlijk de eerste helft 2015 zullen zijn geëffectueerd.

Gegeven de ontwikkelingen die zich het afgelopen jaar in deze dynamische markt hebben voort gedaan, alsmede de specifieke oplossingen van de aanbieders, zie ik momenteel volop beweging in de markt waarmee de houdbaarheidsproblematiek in belang is afgenomen en er meer keuze ontstaat voor de consument. Derhalve zie ik geen aanleiding om wettelijke maatregelen te treffen. Uiteraard houd ik de ontwikkelingen in de markt scherp in de gaten.

De Minister van Economische Zaken,
H.G.J. Kamp

³ Kamerstuk 27 879 nr. 48.