

BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN EN TELECOMMUNICATIE

PERSBERICHT

De passiviteit van gebruikers van mobiele telefonie kan hen honderden euro's kosten

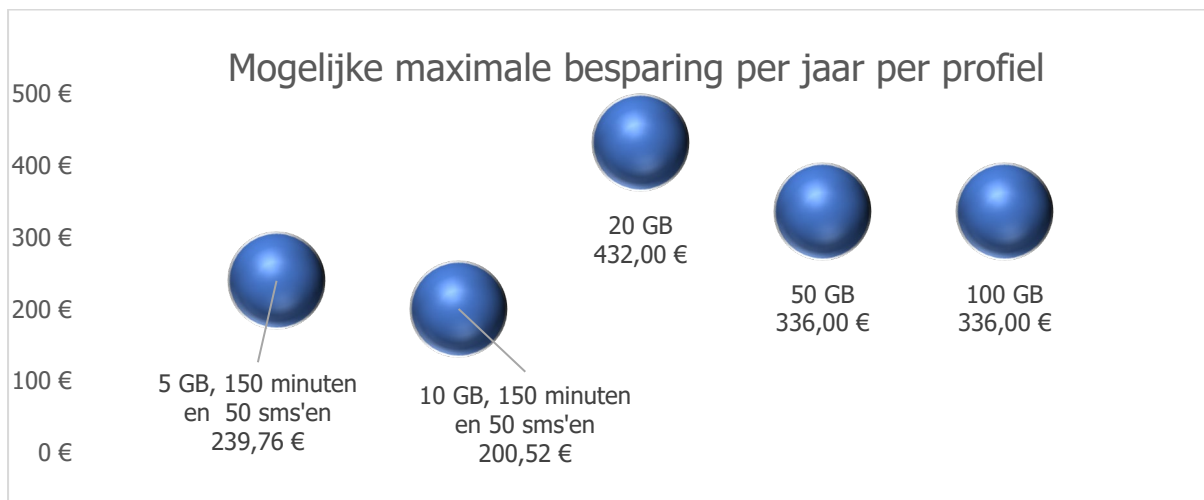
Brussel, 8 juli 2026 – De nieuwe studie van het BIPT over de prijzen voor mobiele diensten toont aan dat wanneer consumenten de status-quo-valkuil herkennen en overwinnen, ze proactief kunnen handelen en zo honderden euro's kunnen besparen op telecommunitgaven.

Elk jaar berichten nieuwsartikelen en consumentenverenigingen geregeld over de prijsstijgingen en aanpassingen van de tariefplannen die sommige telecommunicatieoperatoren doorvoeren. Volgens de editie van 2025 van de consumentenquête van het BIPT¹ denkt echter slechts 12% van de respondenten dat de inhoud van hun plan in de afgelopen 12 maanden op initiatief van hun operator is gewijzigd en 19% dat de prijs in dezelfde periode is gestegen. Slechts een klein percentage kiest er echter voor om te veranderen van operator (respectievelijk² 2% en 1%), terwijl de overgrote meerderheid passief blijft (57% en 71%). Dit psychologische fenomeen van weerstand tegen verandering – zelfs wanneer alternatieven voordelig zouden kunnen zijn – staat bekend als de 'status-quo-bias' of 'status-quo-valkuil'³. Wat de werkelijke behoeften van de consument ook zijn, er kan aanzienlijk worden bespaard als de consument zich bewust is van deze bias en deze weet te overwinnen, tot wel honderden euro's zelfs.

¹ <https://www.bipt.be/operators/publicatie/consumentenenquête-2025>

² De percentages tussen haakjes hebben respectievelijk betrekking op het percentage respondenten dat heeft verklaard in het afgelopen jaar een PRIJSAANPASSING te hebben ondergaan en op het percentage respondenten dat in dezelfde periode een aanpassing van het VOLUME van het aanbod heeft waargenomen.

³ Zie met name het artikel in Trends: <https://trends.knack.be/geld/consumeren/waarom-we-toch-zo-hondstrouw-blijven-aan-te-dure-telecomabonnementen/>



Mogelijke maximale besparingen per jaar per profiel (bron: www.bestetarief.be, gegevens van 04/05/26)

Geconfronteerd met de verhogingen van het datavolume door tal van operatoren, gepaard met prijsstijgingen, worden de consumenten aangeraden om proactief te handelen door hun werkelijke behoeften te bepalen en, in voorkomend geval, voor een lagere prijs te kiezen door in het gamma af te dalen in plaats van passief te zijn en de extra data te aanvaarden die niet noodzakelijk nuttig voor hen zijn.

Zelfs zij die tevreden zijn met hun huidige operator en niet willen overstappen naar de concurrentie, kunnen bij hun huidige operator nagaan of ze 'het meest gunstige tariefplan' genieten. Operatoren geven deze informatie eenmaal per jaar, maar de consumenten kunnen er ook op elk moment zelf naar vragen.

Om het mobiele aanbod te kiezen dat aansluit bij hun werkelijke behoeften, kunnen consumenten hun recente verbruiksprofiel vinden in de klantzone op de website van hun operator. Door op de knop 'beste tarief' te klikken worden hun recente verbruiksgegevens naar de vergelijker van het BIPT gestuurd (www.bestetarief.be). Binnen enkele seconden krijgen consumenten een lijst met tariefplannen die worden aangeboden en die voldoen aan hun behoeften, voor alle merken.

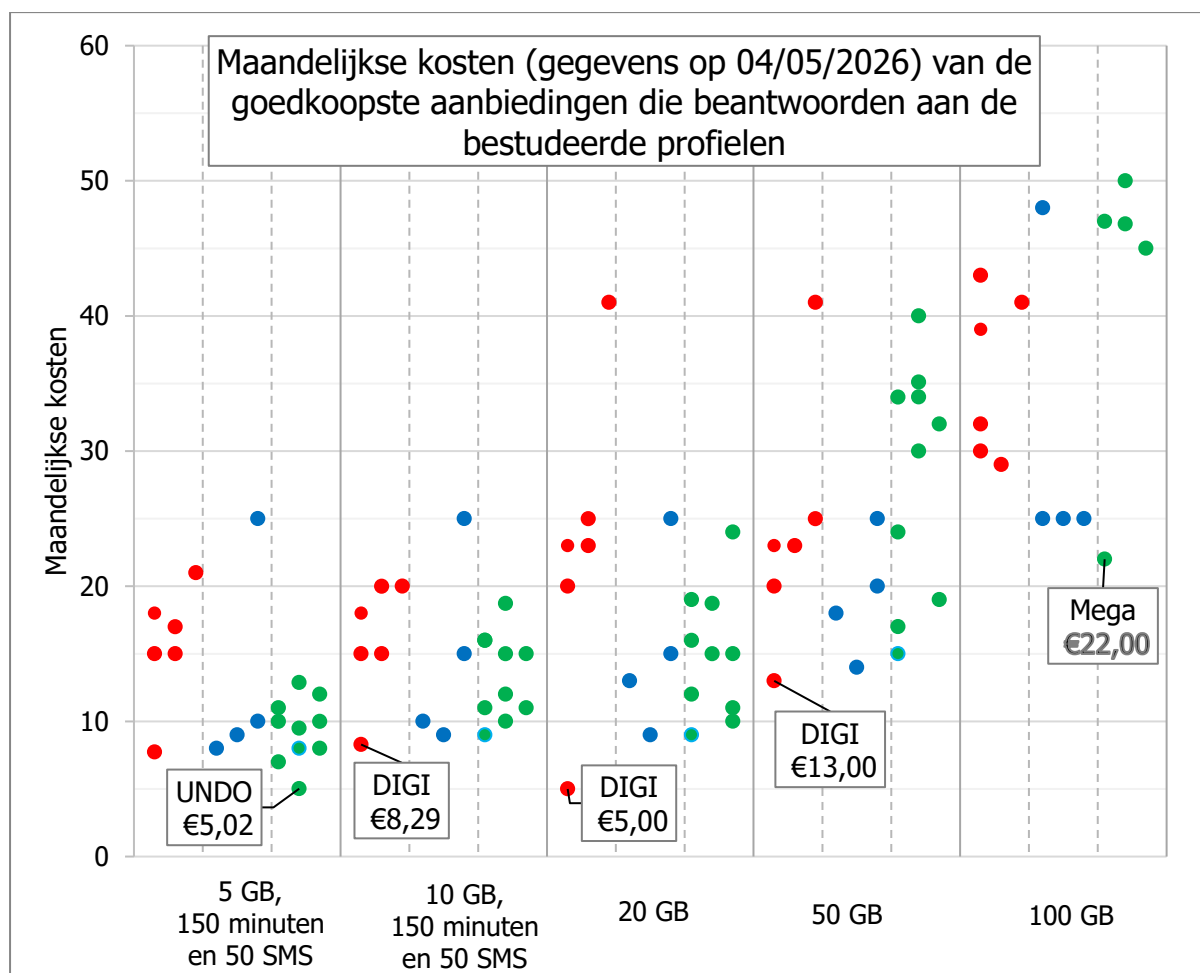
Wie van merk wil veranderen maar het mobiele netwerk van de huidige operator wenst te behouden, wordt aangeraden na te gaan welke secundaire of alternatieve merken aan zijn behoeften kunnen voldoen. Het BIPT biedt consumenten een lijst om het mobiele netwerk te kennen dat door de verschillende merken wordt gebruikt.⁴

Ongeacht hun profiel kunnen consumenten goedkopere alternatieven vinden voor hun huidige tariefplan door de aanbiedingen te bekijken van nieuwkomers, alternatieve merken en secundaire merken die doorgaans agressievere prijsstrategieën hanteren.

Naarmate in het bestudeerde profiel meer mobiele data vereist zijn, worden in de eerste plaats de **alternatieve merken**, en daarna de **secundaire merken** doorgaans en soms opmerkelijk aantrekkelijker dan de andere categorieën van merken.

⁴ <https://www.bipt.be/consumenten/lijst-van-de-mobiele-operatoren>

We merken echter op dat er een zekere spreiding van aanbiedingen is, dat wil zeggen dat er binnen elke merkcategory soms aanzienlijke prijsverschillen zijn (primaire⁵, secundaire⁶ en alternatieve merken⁷):



Maandelijks kosten van de goedkoopste aanbiedingen die beantwoorden aan de profielen (bron: www.bestetarief.be, gegevens op 04/05/26)

Tijdens de momentopname op 4 mei waren de alternatieve merken UNDO en Mega aldus de goedkoopste oplossingen voor de basisprofielen (5 GB, 150 minuten en 50 sms'en) en de zeer intensieve profielen (100 GB), terwijl nieuwkomer DIGI met zijn zeer agressieve prijsstrategie de goedkoopste was voor de gematigde (10 GB, 150 minuten en 50 sms'en), de hoge (20 GB) en de intensieve (50 GB) profielen.

⁵ De 'primaire' merken zijn merken waarbij de operatoren elk in hun eigen mobiele netwerk hebben geïnvesteerd (rode stippen): BASE, DIGI, Orange, Proximus, Telenet en VOO

⁶ De 'secundaire' merken zijn de merken waarover die primaire operatoren beschikken (blauwe stippen): Mobile Vikings en Scarlet bij Proximus, hey! bij Orange Belgium, TADAAM bij de groep Telenet

⁷ De 'alternatieve merken' (groene stippen) zijn merken die onderhandeld hebben over een meerjarige overeenkomst om de mobiele netwerken van de primaire merken te mogen gebruiken: Cybernet, edpnet, FASTfiber, IP Telecom, Mega, Neibo, Netcom, Tchamba Telecom, UNDO en Yoin.

We merken echter op dat de prijzen voor sms-berichten in het geval van DIGI variëren naar gelang van het netwerk waarnaar ze worden verzonden (0 euro naar nummers van DIGI en 0,07 euro per sms naar andere netwerken indien het aantal sms-berichten dat wordt verzonden groter is dan het aantal ontvangen sms-berichten), wat verklaart waarom de drie profielen die meer mobiele data eisen maar geen minuten en sms'en, minder kunnen kosten dan de twee profielen die wel voorwaarden stellen in termen van minuten en sms'en. De consument moet dus rekening houden met deze tarifaire bijzonderheid.

De markt voor mobiele telecommunicatie is vrij dynamisch: sinds de momentopname van 4 mei zijn er al aanpassingen in het aanbod doorgevoerd en in de komende maanden worden er nog meer verwacht. Het is daarom van essentieel belang proactief te zijn en regelmatig te vergelijken.

NUTTIGE LINKS

Link naar de pagina's gewijd aan de resultaten van de 5 mobiele profielen in Q2 2026

<https://www.bipt.be/consumenten/telefoon-internet-tv/tarieven/nationale-vergelijking-2026-mobiele>

Links in verband met mobiel (= kwalitatieve en tariefaspecten)

<https://www.bipt.be/consumenten/lijst-van-de-mobiele-operatoren>

Voor verdere inlichtingen:



Jimmy Smedts | Woordvoerder

Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie

Koning Albert II-laan 32 bus 10 | 1000 Brussel

T +32 2 226 88 22 | **M** +32 478 63 91 82 | www.bipt.be

