

**Mededeling van de Raad van het BIPT
van 24 mei 2024
betreffende de evolutie van de prijs van standalone
mobiele telecomdiensten in de afgelopen vijf jaar
(2019-2024)**

1. Executive summary

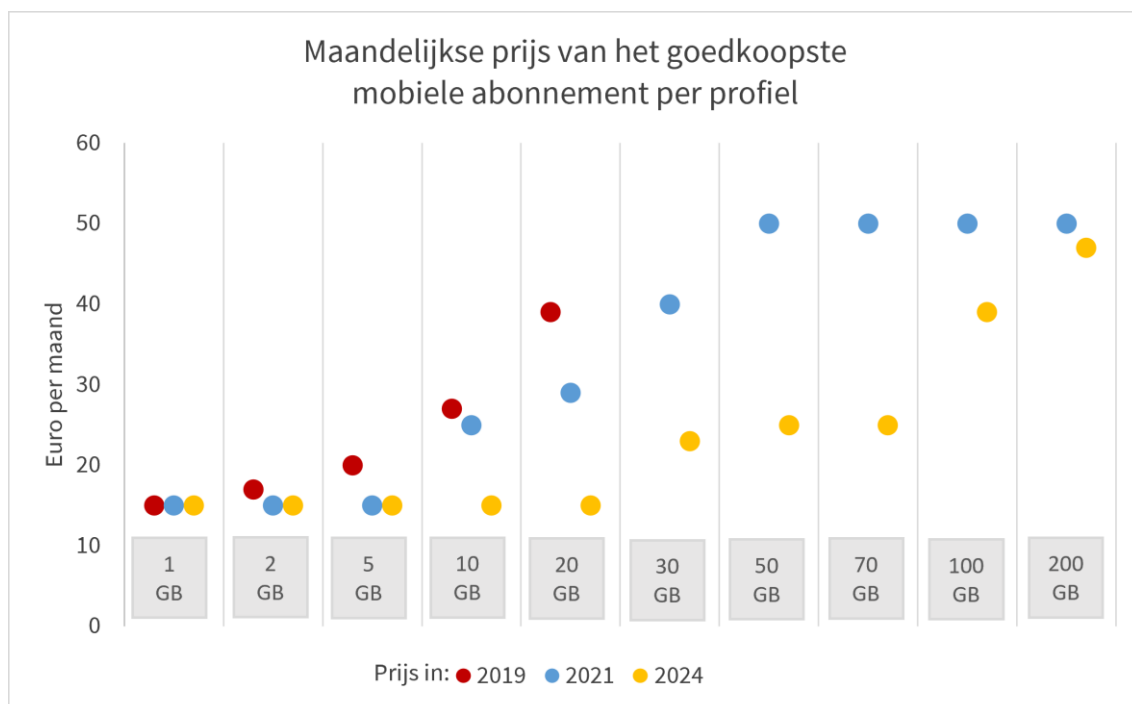
1. De markt voor standalone mobiele diensten heeft de laatste vijf jaar over het algemeen een positieve ontwikkeling doorgemaakt voor de consument. De sterkere concurrentie vergeleken met het vaste segment, de groeiende vraag van consumenten naar diensten met meer mobiele data en de bundeltrend hebben een stimulerende invloed gehad op de sector. Bovendien heeft de aanstaande lancering van de vierde netwerkoperator, Digi, de andere mobiele operatoren ertoe aangezet om op deze komst te anticiperen door nieuwe secundaire merken te creëren (zoals Hey! voor Orange) of verder te ontwikkelen (Scarlet en Mobile Vikings voor Proximus) die aantrekkelijke prijzen hanteren. Het is mogelijk dat de effectieve lancering van Digi's tariefplannen de concurrentiële dynamiek verder aanwakkert.

2. Het BIPT bracht voor tien consumentenprofielen in kaart hoe het prijsniveau tussen januari 2019 en januari 2024 evolueerde. Hieruit bleek dat de afgelopen vijf jaar twee trends de rode draad vormden op de markt voor mobiele abonnementen:
 - 1.1. De opkomst van abonnementen met veel mobiele data. Voor 2019 was 20 GB het grootste datapakket zonder snelheidsbeperking dat werd aangeboden als standalone mobiel abonnement, zelfs diegene die destijds als "onbeperkt" geadverteerd werden. Ondertussen bieden zowat alle merken minstens één abonnement met aanmerkelijk meer mobiele data aan, met datapakketten die oplopen tot maar liefst 300 GB.

 - 1.2. Sinds 2021 is er voor de consument die meer dan 5 GB wil een uitgesproken daling geweest van het bedrag dat minstens moet neergeteld worden. Voor de beperkte databehoeften tot en met 5 GB is er daarentegen sprake van een stagnatie.

3. De figuur hieronder toont de evolutie van het minimale maandelijkse bedrag dat een consument moet betalen om te voldoen aan verschillende mobiele behoeften en illustreert bovengenoemde trends.¹

¹ Een overzicht van de in deze studie opgenomen merken is te vinden in Bijlage 3.



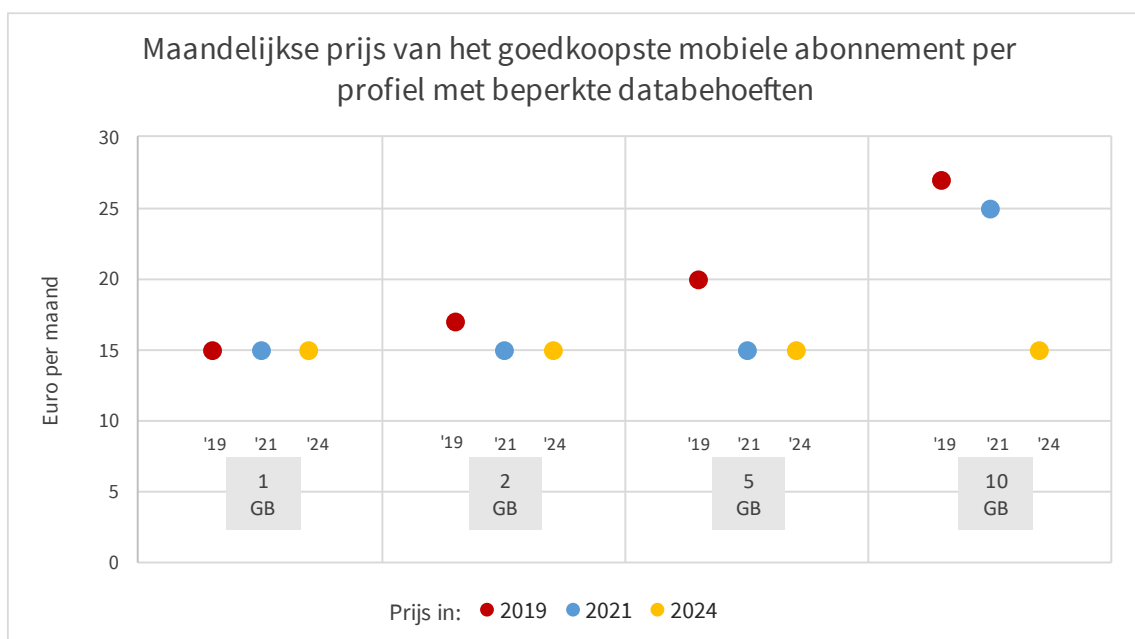
Figuur 1. Evolutie van de maandelijkse prijs van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde mobiele behoeften (Behoeften zijn vastgesteld op 1000 belminuten voor elk profiel).

4. Ondanks deze positieve evolutie (sterke daling van de minimumbedragen die betaald moeten worden voor grote datavolumes en, in het slechtste geval, stabiliteit van deze bedragen voor beperkte volumes) blijkt uit de internationale prijzenstudie van het BIPT van december 2023 dat België in vergelijking met zijn buurlanden eerder een duur land is, vooral voor de kleinste en grootste datavolumes.²
5. Naast het anticiperen van de grote operatoren op de komst van Digi, hebben verschillende andere factoren bijgedragen aan de over het algemeen gunstige evolutie vanuit het perspectief van de consument. Hieronder vallen onder andere de "meer-voor-meer"-strategie van de merken, de impact van MVNO's die enigszins druk uitoefenen op de grote netwerkoperatoren en de duidelijkheid rondom het begrip "onbeperkt mobiel internet". Deze factoren worden toegelicht in sectie 4 van dit rapport.

² [Mededeling van 18 december 2023 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden \[Tarieven van oktober 2023\] | BIPT](#)

2. Beperkte databehoeften (≤ 10 GB)

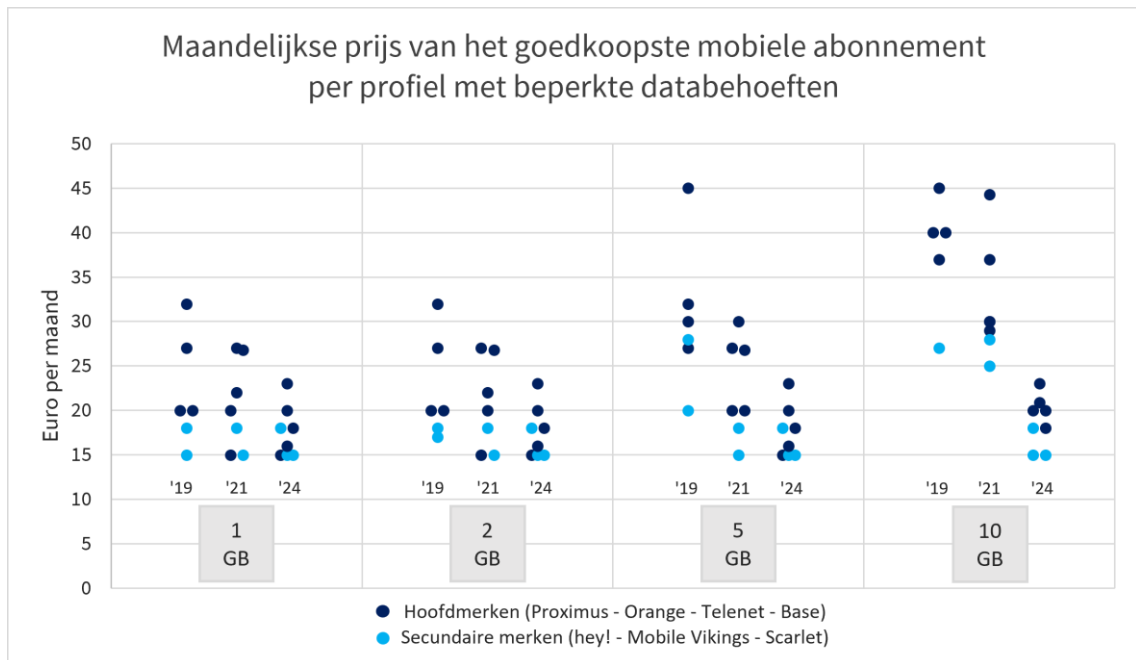
6. De prijsdynamiek voor standalone mobiele abonnementen verschilt sterk tussen enerzijds het segment van de beperkte databehoeften (≤ 10 GB) en anderzijds de middelhoge tot zeer hoge databehoeften (> 10 GB).³ Dit eerste luik richt zich op de beperkte databehoeften.
7. Figuur 2 toont een stagnatie van de minimumprijzen van de **databehoeften tot en met 5 GB** tussen 2021 en 2024. Het minimale bedrag dat een consument met een databehoefte van 10 GB minimaal dient te betalen, is significant gedaald.



Figuur 2. Evolutie van de maandelijks kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde beperkte databehoeften (Behoeften zijn vastgesteld op 1000 belminuten voor elk profiel).

8. De stagnatie van de minimumprijzen van de databehoeften tot en met 5 GB verhult dat er de afgelopen vijf jaar minder variatie is opgetreden tussen de prijzen van de verschillende merken, zoals geïllustreerd in Figuur 3. Hieruit blijkt dat de prijzen van alle merken in 2024 dichter bij elkaar liggen dan voorheen. Daarnaast toont deze figuur aan dat de minimumprijzen in januari 2019 slechts beschikbaar waren bij één van de onderzochte merken, terwijl ze in 2024 beschikbaar zijn bij drie van hen.

³ In deze studie vertegenwoordigen "beperkte", "middelhoge" en "zeer hoge" datavereisten respectievelijk datalimieten van ≤ 10 GB, tussen 10 en 100 GB en ≥ 100 GB per maand.

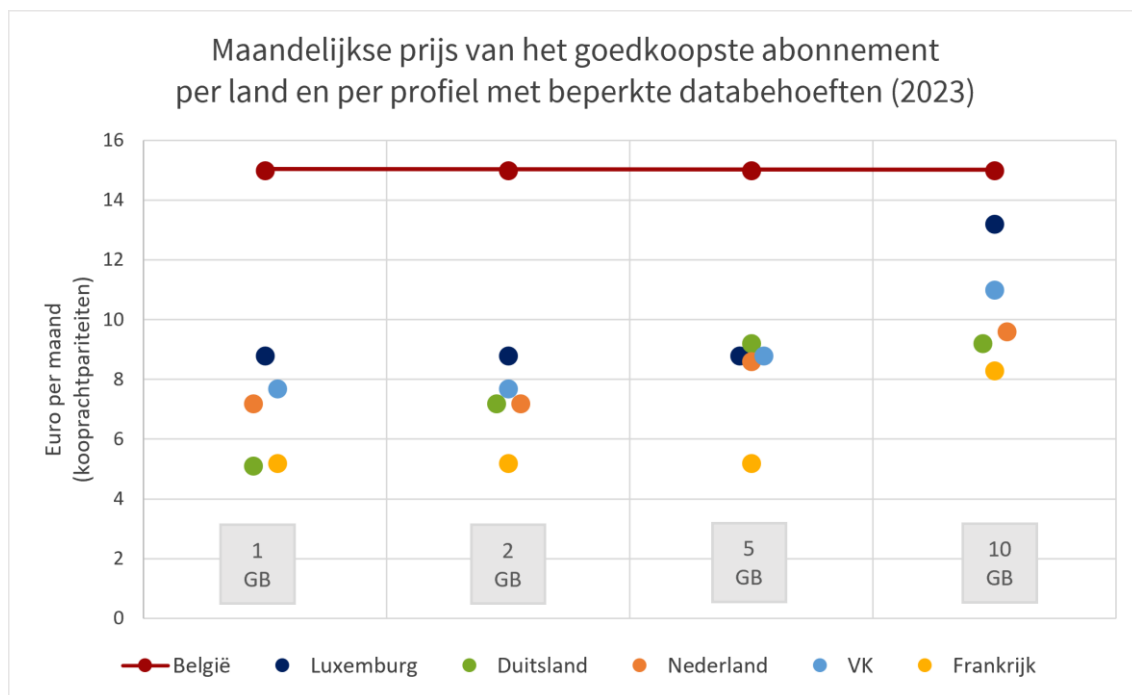


Figuur 3. Evolutie van de maandelijkse kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement per type merk, dat voldoet aan de beschouwde beperkte databehoeften (Behoeften zijn vastgesteld op 1000 belminuten voor elk profiel).

9. Figuur 3 benadrukt ook een andere markttrend: de **"meer-voor-meer"-strategie** waarbij merken het aantal gigabytes (doorgaans significant) verhogen, regelmatig gepaard gaande met een prijsverhoging. In tegenstelling tot wat intuïtief zou kunnen worden gedacht op basis van bovenstaande grafieken, **dalen de prijzen van bestaande mobiele abonnementen zelden**: wat echter verandert, zijn de datavolumes en/of belminuten en aantal sms'en die ze bevatten waardoor ze vaak voldoen aan de behoeften van een hoger profiel. Naast het aanpassen van bestaande abonnementen, introduceren merken ook nieuwe abonnementen of herschikken ze hun bestaande assortiment.
10. Uit Figuur 3 blijkt ook dat bijna alle merken in januari 2019 per beschouwd profiel aan de minimumbehoeften voldeden met een verschillend abonnement (er was dus een gedifferentieerd aanbod in het segment ≤ 10 GB). In januari 2024 hadden echter zes van de acht merken eenzelfde abonnement als goedkoopste optie voor elk van de vier verschillende profielen.⁴ De "meer-voor-meer"-dynamiek is voordelig voor gebruikers waarvan de dataconsumptie blijft stijgen, maar is niet noodzakelijk gunstig voor consumenten waarvan de databehoeften niet mee-evolueren. Hun abonnement omvat na de aanpassing immers meer mobiele data dan ze nodig hebben.
11. De stagnatie van de minimumprijzen van de databehoeften tot en met 5 GB tussen 2021 en 2024 (zie Figuur 2) heeft geleid tot een verslechtering van de positie van België ten opzichte van zijn buurlanden wat standalone mobiele telefonie met lage datavolumes betreft, zoals blijkt uit de internationale prijzenstudies van het BIPT, gepubliceerd in

⁴ Het bedrag dat moet worden betaald om te voldoen aan de behoeften van "10 GB, 1000 minuten en 200 sms'en" is hetzelfde als het bedrag dat moet worden betaald om te voldoen aan de behoeften van "1 GB, 1000 minuten en 200 sms'en", zoals blijkt uit Figuur 3.

december 2022⁵ en 2023⁶. Hoewel ons land lange tijd op gelijke hoogte stond voor de beperkte databehoeften (≤ 10 GB), is het nu aanzienlijk duurder voor deze behoeften omdat de prijs gunstig is blijven evolueren in de buurlanden. De positie van België ten opzichte van haar buurlanden in 2023 wordt geïllustreerd in Figuur 4.



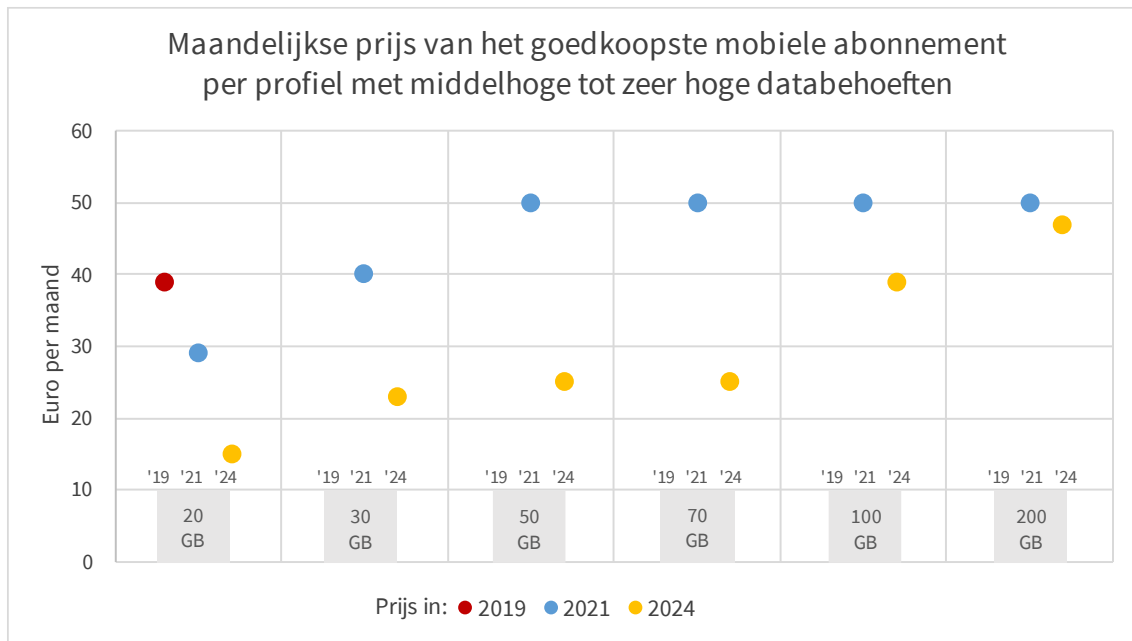
Figuur 4. Maandelijks kost per land (in koopkrachtpariteit) van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde beperkte databehoeften (2023).

⁵ [Mededeling van 14 december 2022 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden \[Tarieven van oktober 2022\] | BIPT](#)

⁶ [Mededeling van 18 december 2023 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden](#)

3. Middelhoge tot zeer hoge databehoeften (> 10 GB)

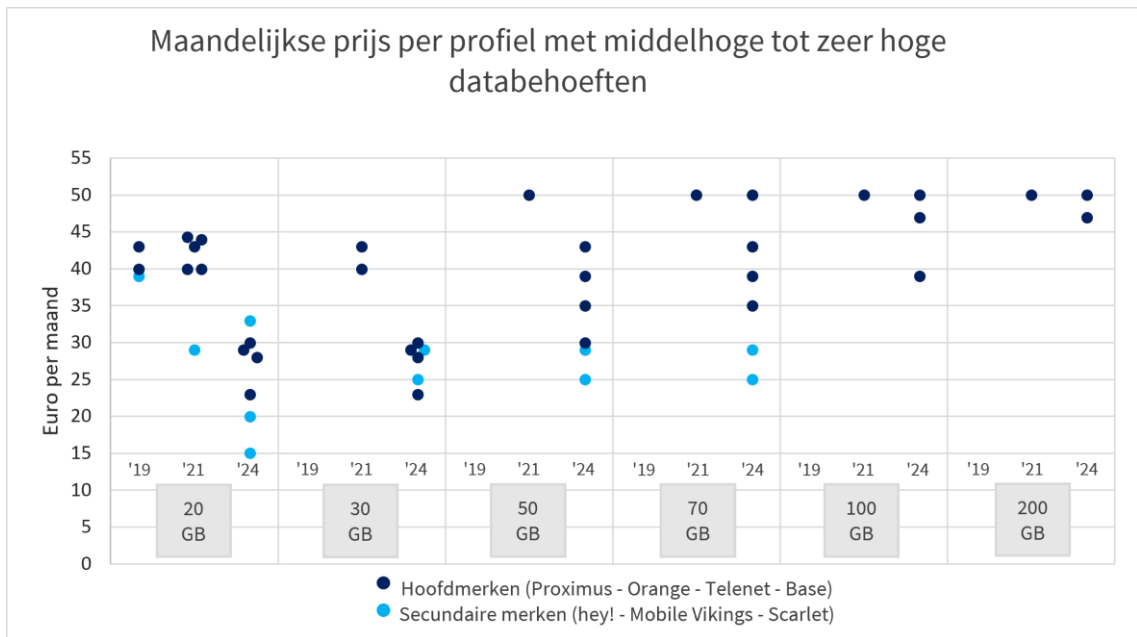
12. Wat opvalt bij de **middelhoge (> 10 GB) en zeer hoge databehoeften (≥ 100 GB)** is de introductie van abonnementen met datavolumes van meer dan 20 GB, zoals te zien is in Figuur 5. Voor 2019 zijn dus enkel gegevens beschikbaar bij het profiel van 20 GB. Daarnaast is er sinds 2021 een aanzienlijke daling van de minimumprijzen waar te nemen bij de zes profielen in deze categorie.



Figuur 5. Evolutie van de maandelijkse kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde middelhoge tot zeer hoge databehoeften.

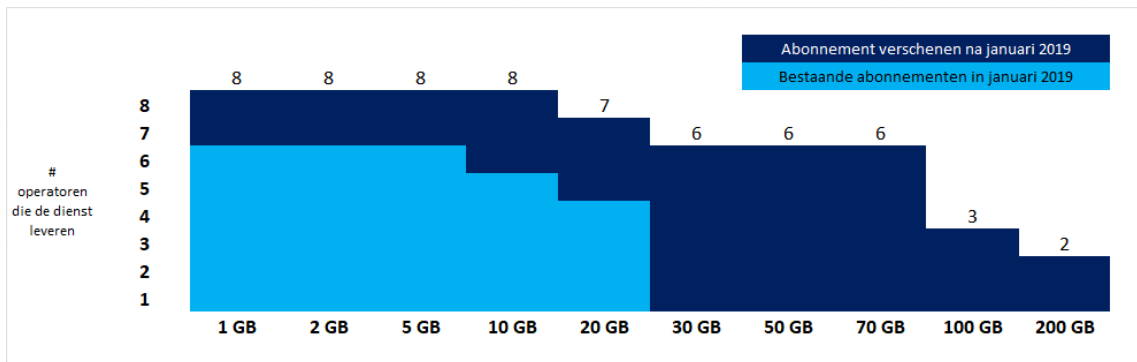
13. De prijzen die door de merken worden gehanteerd voor de middelhoge en zeer hoge datavolumes zijn nog verre van uniform voor de verschillende consumentenprofielen, zoals geïllustreerd in Figuur 6.⁷ Daarnaast zijn er grote verschillen te zien tussen de secundaire merken (Scarlet, Mobile Vikings en hey!, die 15 tot 20% van de markt vertegenwoordigen) en de hoofdmerken (Proximus, Orange, VOO, Telenet en BASE, die samen 80 tot 85% van de standalone mobiele markt bedienen).

⁷ Dit wordt deels veroorzaakt doordat de merken niet altijd een abonnement aanbieden dat precies voldoet aan de vereiste minimale databehoeften van de profielen in deze studie, waardoor sommige oplossingen bijvoorbeeld meer mobiele data bevatten dan strikt noodzakelijk is. Los daarvan variëren de prijzen ook significant tussen verschillende merken.



Figuur 6. Evolutie van de maandelijkse kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement per merk, dat voldoet aan de beschouwde middelhoge tot zeer hoge databehoeften.

14. Bovendien valt bij de secundaire merken de afwezigheid op van abonnementen voor **zeer hoge databehoeften (≥ 100 GB)**. Zoals te zien is op Figuur 7, boden in januari 2024 slechts drie merken abonnementen aan die voldeden aan de behoeften van 100 GB. Slechts twee merken zijn beschikbaar voor behoeften van 200 GB, in tegenstelling tot wel acht aanbieders voor de beperkte en middelhoge databehoeften.



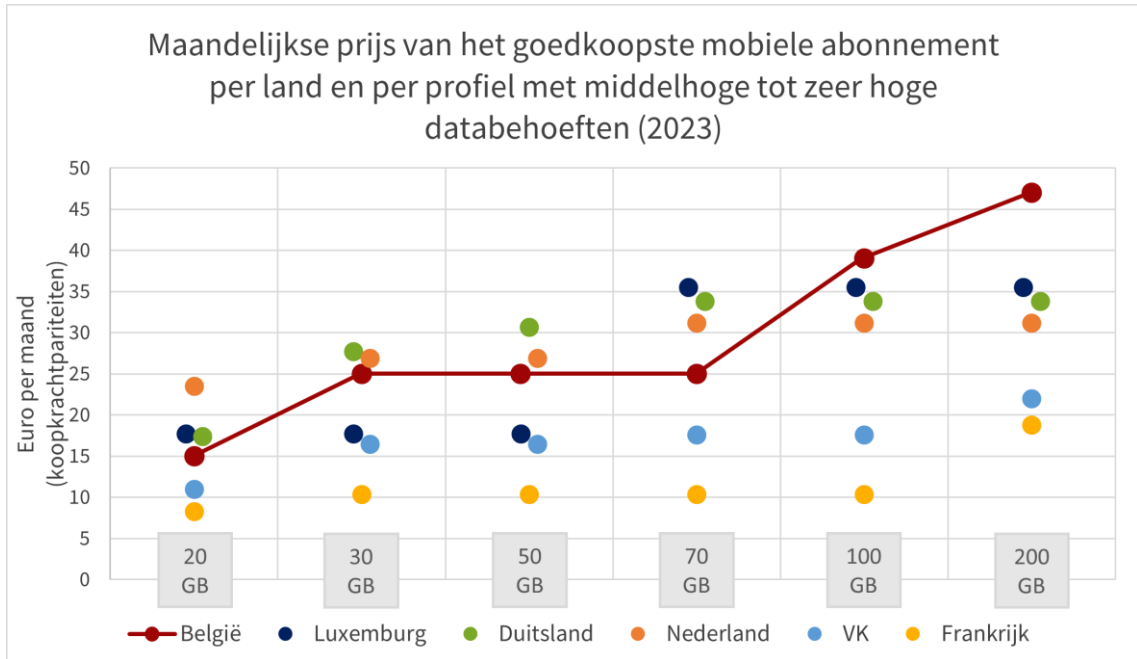
Figuur 7. Aantal merken dat een abonnement aanbiedt dat voldoet aan de beschouwde databehoeften.

15. De introductie van abonnementen met datavolumes van meer dan 20 GB heeft een significante impact gehad op de positie van België in vergelijking met zijn buurlanden voor dit marktsegment. Zoals blijkt uit de internationale prijzenstudie die het BIPT publiceerde in 2023, bevindt België, dat lange tijd achterliep op het gebied van mobiel datavolume⁸, zich nu op een niveau dat weliswaar nog steeds ver verwijderd is van de goedkoopste buurlanden, maar toch goedkoper is dan verschillende andere⁹. Als gevolg van de beperkte

⁸ [Mededeling van 14 december 2022 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden \[Tarieven van oktober 2022\] | BIPT](#)

⁹ [Mededeling van 18 december 2023 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden](#)

concurrentie in het segment van de zeer hoge behoeften, blijft België niettemin aanzienlijk duurder voor datavolumes boven de 100 GB, zoals geïllustreerd in Figuur 8.



Figuur 8. Maandelijkse kost per land (in koopkrachtpariteit) van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde middelhoge tot zeer hoge databehoeften (2023).

4. Verklarende factoren

16. Voornamelijk volgende factoren hebben bijgedragen aan de overwegend gunstige evolutie voor de consument:
- 16.1. **De "meer-voor-meer"-strategie van gebundelde aanbiedingen sijnpelde door naar de standalone mobiele abonnementen:** om hun klantenbestand te behouden¹⁰, hebben merken die vaste (breedbandinternet, televisie, vaste telefonie) en mobiele diensten combineren, de mobiele datavolumes in hun bundels sterk verhoogd. Deze verhogingen hebben zich (ten minste gedeeltelijk) vertaald naar de standalone mobiele abonnementen die door deze merken worden aangeboden.
 - 16.2. **Gevestigde operatoren anticiperen op de komst van Digi:** de toekomstige vierde netwerkoperator¹¹ kondigde aan om in de zomer van 2024 een gunstig geprijsd mobiel aanbod te lanceren. Gevestigde operatoren anticiperen hierop door hun aanbiedingen aan te passen, zowel die van hun hoofdmerken als door de lancering (hey! voor de Orange Belgium-groep) of vernieuwing (Mobile Vikings en Scarlet voor de Proximus-groep) van hun secundaire merken.
 - 16.3. **De impact van MVNO's:** hoewel ze een bescheiden marktaandeel hebben (minder dan 5%), blijven de MVNO's enigszins druk uitoefenen op de grote netwerkooperatoren.¹² In de afgelopen vijf jaar zijn er verschillende nieuwe MVNO's op de Belgische markt verschenen, waaronder Youfone¹³, Neibo, FASTfiber, Undo en Mega, naast reeds aanwezige spelers zoals edpnet, Lycamobile, Carrefour Mobile, enz. Hoewel ze aanvankelijk vooral gericht waren op tariefplannen met beperkte datavolumes, bieden deze merken nu ook steeds meer aanbiedingen met hogere datavolumes aan.
 - 16.4. **Duidelijkheid over onbeperkt mobiel internet:** tot halverwege 2022 boden bijna alle merken mobiele abonnementen aan die als 'onbeperkt' werden geadverteerd. Echter, in veel gevallen lag de daadwerkelijke grens tussen de 20 GB en 40 GB, waarna de snelheid sterk werd vertraagd. Het BIPT heeft in 2022 met een Richtlijn bepaald dat er enkel sprake kan zijn van onbeperkte mobiele data bij minstens 300 GB.¹⁴ Deze heldere keuze voor de consument heeft bijgedragen aan de positieve dynamiek, door de opkomst van een verruimd aanbod in het segment van de zeer hoge databehoeften.

¹⁰ Het klantverlooptarief ("churn") ligt tussen 5% en 10% voor triple- en quadruple-play bundelaanbiedingen (3P en 4P), en stijgt tot bijna 20% voor dubbele-play (2P) en enkelvoudige-play (1P) diensten

¹¹ Digi Belgium (een resultaat van de samenwerking tussen Digi Communications en Citymesh) heeft in juni 2022 de licenties verkregen om een mobiel telefonienetwerk uit te rollen in België. De nieuwe operator heeft aangekondigd dat ze hun eerste commerciële aanbiedingen willen lanceren in de tweede helft van 2024.

¹² Een Mobile Virtual Network Operator (MVNO) is een operator die mobiele telefoniediensten aanbiedt zonder een eigen fysiek netwerk te bezitten. In plaats daarvan maakt deze gebruik van het netwerk van een bestaande mobiele netwerkoperator (MNO), zoals Proximus, Telenet of Orange. In de zomer van 2024 zal Digi toetreden als vierde Belgische mobiele netwerkoperator.

¹³ Youfone heeft een naamswijziging ondergaan en heet "yoin" sinds 15 april 2024.

¹⁴ [Mededeling van 21 februari 2022 inzake richtsnoeren betreffende het aanbieden van « onbeperkt » internet | BIPT](#)

5. Opties voor de consument

17. De consument beschikt over verschillende mogelijkheden om zijn mobiele telefoonrekening te verlagen. Meer uitleg hieronder.
18. **Ken je behoeften.** Dit is een fundamentele stap: bepaal welke diensten je nodig hebt en hoe je ze gebruikt. Hoeveel mobiele data? Hoeveel belminuten? Hoeveel sms-berichten? Hoewel de antwoorden op sommige van deze vragen puur een kwestie van persoonlijke keuzes zijn, kunnen andere geobjectiveerd worden door de analyse van je verbruik, dat beschikbaar is in jouw persoonlijke ruimte op de website van je operator.
19. **Ken je telecomgeving.** Welke netwerken bieden de beste dekking in de gebieden die een consument regelmatig bezoekt? Welke operator maakt gebruik van welk netwerk? Met welke kwaliteit van dienstverlening? Dit zijn allemaal vragen die belangrijk kunnen zijn bij het kiezen van een telecomprovider. In dit opzicht biedt het BIPT de consument een reeks tools om deze keuze te bepalen:
 - 19.1. De lijst van [operatoren en de netwerken die ze gebruiken](#).
 - 19.2. [Dekkingskaarten](#) om te ontdekken welke operatoren beschikbaar zijn op uw verbindingslocatie.
 - 19.3. Een [kwaliteitsbarometer](#) met verschillende indicatoren die je een beter inzicht geven in de operationele dienstkwaliteit van de operatoren.
20. Wat de prijs betreft: **vergelijken, vergelijken, vergelijken.** Daartoe heeft het BIPT de gratis vergelijker [bestetarief.be](#) opgericht. Deze tool, die regelmatig wordt geüpdatet, presenteert de verschillende tariefplannen op een neutrale, transparante en alomvattende manier. Het BIPT publiceert bovendien regelmatig vergelijkende studies over tarieven voor zowel de [mobiele](#) als de [vaste en convergente diensten](#).
21. Om de consument te helpen bij het optimaliseren van zijn abonnementskeuze¹⁵, dienen operatoren hem jaarlijks te informeren over het voordeligste tariefplan op basis van zijn gebruik. Deze informatie moet duidelijk en toegankelijk worden verstrekt op een duurzaam medium (bijvoorbeeld de factuur)¹⁶. Door zijn tariefplan af te stemmen op zijn reële behoeften, kan de consument dus ook besparingen realiseren bij zijn huidige operator.
22. Daarnaast kan de consument er ook voor kiezen om van mobiele operator te veranderen, doorgaans zonder extra kosten. Hiervoor hoeft hij alleen maar contact op te nemen met de nieuwe operator en, indien hij zijn telefoonnummer wil behouden, de benodigde informatie te verstrekken voor nummerbehoud. Bij een overstap naar een nieuwe operator, kan een consument mogelijk genieten van promoties die worden aangeboden aan nieuwe klanten.

¹⁵ Zie de Wet van 13 juni 2005 betreffende elektronische communicatie, artikel 109.

¹⁶ De definitie van het begrip 'duurzame gegevensdrager' is vastgelegd in artikel I.1, 15° van het Wetboek van economisch recht.

6. Conclusie

23. Het BIPT bracht voor tien consumentenprofielen in kaart hoeveel het goedkoopste abonnement voor hun behoeften kostte in januari 2019, 2021 en 2024.
24. De markt voor standalone mobiele diensten heeft over het algemeen een positieve ontwikkeling doorgemaakt voor de consument sinds 2019.
 - 24.1. Wat de **bepaalde databehoeften (≤ 10 GB)** betreft, is er sinds 2021 voor de consument een stagnatie van de minimale prijs voor datavolumes tot en met 5GB. Deze stagnatie gaat gepaard met een afnemende prijsvariatie tussen de verschillende merken: in 2019 werd het goedkoopste aanbod slechts door één merk aangeboden, terwijl in januari 2024 drie merken hetzelfde goedkoopste tarief aanboden. De keuzemogelijkheden voor de consument zijn dus groter geworden. Voor de consument die minstens 10 GB wil, is er sinds 2021 een uitgesproken daling geweest van het minimaal te betalen bedrag.
 - 24.2. Wat **middelhoge (> 10 GB)** en **zeer hoge (≥ 100 GB) databehoeften** betreft, valt vooral de introductie van abonnementen met datavolumes van meer dan 20 GB op, die nog niet werden aangeboden in 2019. Sinds 2021 is er een aanzienlijke daling van de minimumprijzen waar te nemen voor deze databehoeften. De prijzen verschillen echter nog aanzienlijk tussen verschillende merken. Het aanbod van abonnementen met meer dan 100 GB blijft vandaag nog steeds beperkt.
25. Desalniettemin toont de internationale prijzenstudie van het BIPT van december 2023 aan dat België nog steeds aanzienlijk duurder is dan zijn buurlanden wat betreft zowel de beperkte als de zeer hoge databehoeften. Voor de middelhoge databehoeften bevindt België zich in de middenmoot.¹⁷
26. Om geld te besparen, kan de consument zijn abonnement afstemmen op zijn werkelijke behoeften. Operatoren zijn namelijk verplicht hun abonnees jaarlijks te informeren over het meest voordelige tariefplan op basis van hun verbruik. Daarnaast kan de consument ook doorgaans kosteloos en met behoud van zijn huidig nummer overstappen naar een andere operator. Via bestetarief.be, de gratis tariefvergelijker van het BIPT, kan de consument de tariefplannen vinden die het voordeligst zijn op basis van zijn verbruik.

¹⁷ [Mededeling van 18 december 2023 betreffende de vergelijkende studie van de prijzen voor telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden \[Tarieven van oktober 2023\] | BIPT](#)

Bernardo Herman
Lid van de Raad

Peggy Valcke
Lid van de Raad

Stefaan Vyverman
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad

Bijlage 1. Methodologie

De in deze studie gebruikte werkwijze is identiek aan de werkwijze die het BIPT gebruikt bij zijn internationale prijsvergelijkingen¹⁸. De hoofdlijnen van deze werkwijze worden hier genoemd. We verwijzen naar de internationale vergelijking van december 2021 voor meer details over dit onderwerp.

- De studie gaat uit van de vraag, dus de mobiele telecombehoeften waarin de verschillende types consumenten willen voorzien. Concreet heeft het BIPT een reeks consumentenprofielen opgesteld die gedefinieerd zijn op basis van te vervullen behoeften. Die behoeften worden telkens gezien als een minimum waaraan moet worden voldaan, dat wil zeggen dat elke oplossing die aan die behoeften voldoet (ook wanneer ze meer mobiele data, belminuten of sms'en inhoudt dan nodig), als aanvaardbaar voor de consument wordt beschouwd. De consument zal in deze studie vervolgens uit alle mogelijkheden kiezen voor het aanbod met de laagste prijs. De mobiele diensten die worden overwogen zijn de postpaid abonnementen buiten bundels ("standalone").
- De consumentenprofielen die in deze studie gebruikt werden, hebben verschillende maandelijkse databehoeften, variërend van 1 tot 200 GB mobiele data. Voor alle profielen geldt een belbehoefte van minstens 1000 belminuten en een sms-behoefte van minstens 200 sms'en per maand.
- De prijzen die werden gekozen om de vergelijkingen uit te voeren, zijn de prijzen van de goedkoopste aanbiedingen die ten minste de mobiele telecombehoeften vervullen waaraan moet worden beantwoord voor verschillende consumentenprofielen. Zo zal bijvoorbeeld in het geval van een consument van wie de behoeften bestaan uit ten minste 10 GB mobiele data, 1000 belminuten en 200 sms'en, voor elk bestudeerd merk worden bekeken welk mobiel abonnement het goedkoopste is en minstens aan deze behoefte beantwoordt. Vervolgens worden de voor elk merk verkregen oplossingen onderling vergeleken om te bepalen welke de goedkoopste is.
- De prijzen die worden gebruikt voor de analyse zijn de op lange termijn terugkerende prijzen die gevraagd worden voor de beschouwde diensten, namelijk zonder rekening te houden met eventuele tijdelijke promoties.
- De operator-groepen van wie de aanbiedingen werden gebruikt om deze vergelijking uit te voeren, zijn deze die een mobiel standalone marktaandeel hebben van meer dan 5% (Proximus-groep, Orange Belgium-groep, Telenet-groep). De belangrijkste secundaire merken van deze operatoren (Scarlet, Mobile Vikings, hey!, Zuny¹⁹) maken ook deel uit van het bestudeerde panel.

¹⁸ Zie meer bepaald: [Mededeling van 20 december 2021 betreffende de vergelijkende prijzenstudie van de telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden in 2021 | BIPT](#)

¹⁹ Wat Zuny betreft, heeft de CEO van Orange, Xavier Pichon, in januari 2024 aangekondigd dat dit merk 'in slaapstand' wordt gezet. Zijn klanten zullen in de loop van 2024 worden overgezet naar hey! (Orange et VOO entament les grandes manœuvres, L'Echo, 18 januari 2024)

Bijlage 2. Bijkomende figuren

observaties uitgevoerd in de maand januari	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
2021 vs. 2019	0%	-12%	-25%	-7%	-26%	-	-	-	-	-
2024 vs. 2019	0%	-12%	-25%	-44%	-62%	-	-	-	-	-
2024 vs. 2021	0%	0%	0%	-40%	-48%	-43%	-50%	-50%	-22%	-6%

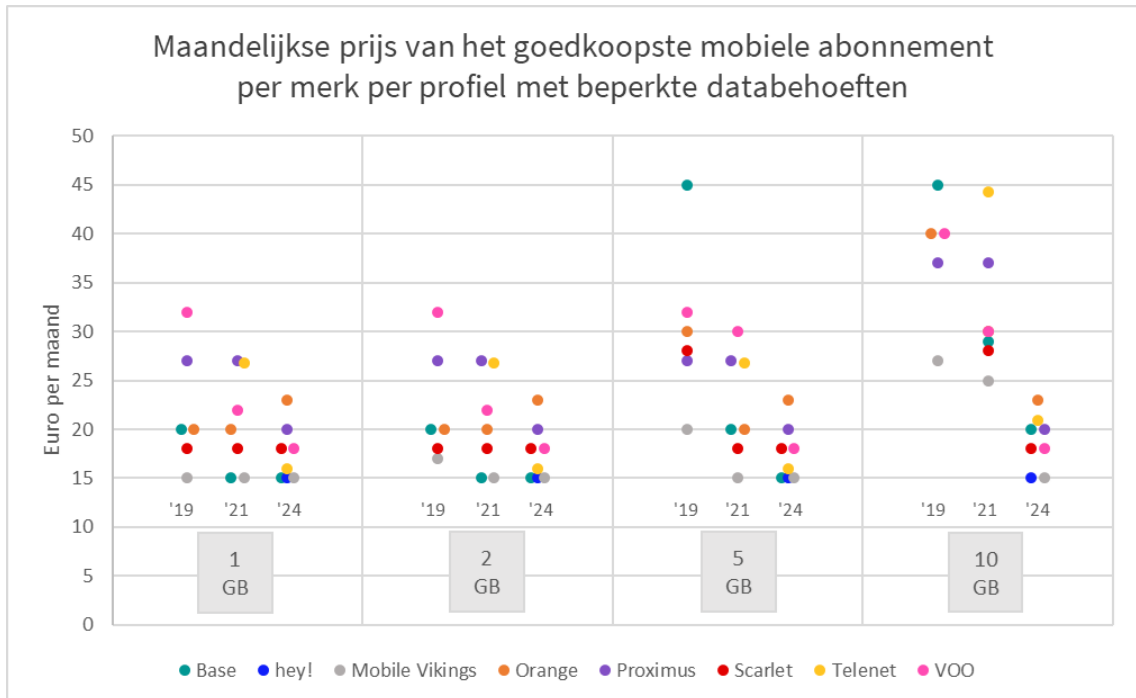
Figuur 9. Evolutie van de maandelijkse kosten van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde mobiele behoeften (%).

observaties uitgevoerd in de maand januari	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
2021 vs. 2019	0,0	-2,0	-5,0	-2,0	-10,0	-	-	-	-	-
2024 vs. 2019	0,0	-2,0	-5,0	-12,0	-24,0	-	-	-	-	-
2024 vs. 2021	0,0	0,0	0,0	-10,0	-14,0	-17,0	-25,0	-25,0	-11,0	-3,0

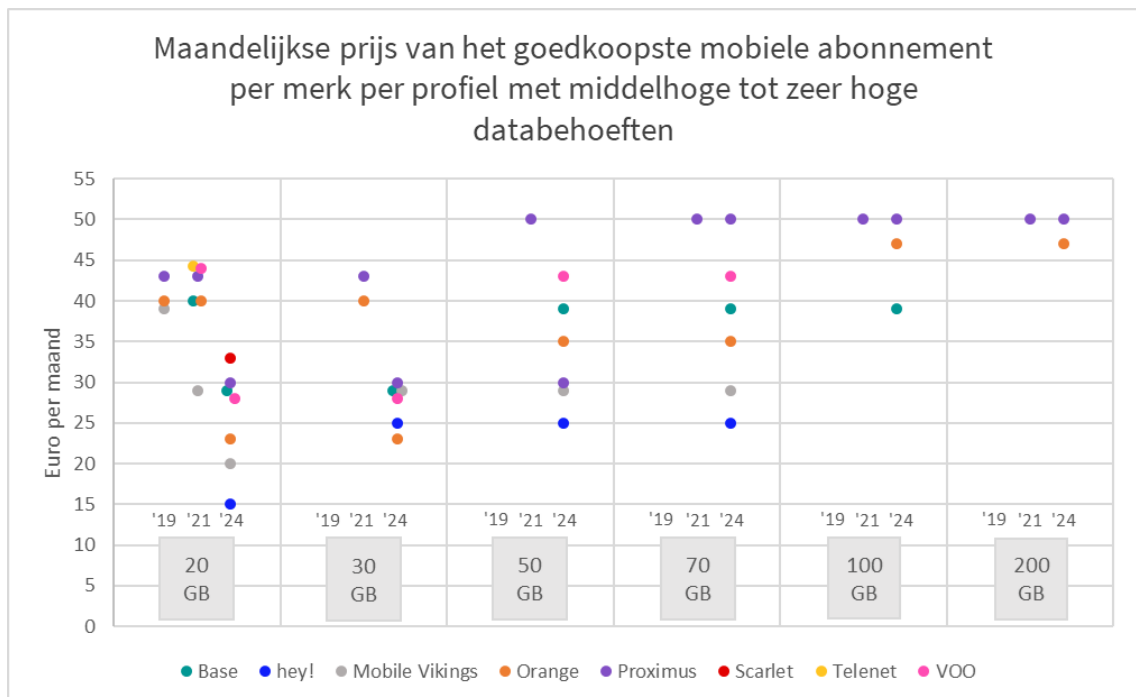
Figuur 10. Evolutie van de maandelijkse kosten van het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde mobiele behoeften (euro).

	1 GB	2 GB	5 GB	10 GB	20 GB	30 GB	50 GB	70 GB	100 GB	200 GB
Goedkoopste merk(en) in januari 2019	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	-	-	-	-	-
Goedkoopste merk(en) in januari 2021	M. Vikings Base	M. Vikings Base	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	Orange	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus
Goedkoopste merk(en) in januari 2024	M. Vikings Base hey!	M. Vikings Base hey!	M. Vikings Base hey!	M. Vikings hey!	hey!	Orange	hey!	hey!	Base	Orange

Figuur 11. De merken met het goedkoopste standalone mobiele abonnement dat voldoet aan de beschouwde mobiele behoeften in 2019, 2021 en 2024.



Figuur 12. Evolutie van de maandelijkse kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement per merk dat voldoet aan de beschouwde beperkte behoeften (De behoeften zijn vastgesteld op 1000 belminuten per maand voor elk profiel).



Figuur 13. Evolutie van de maandelijkse kost van het goedkoopste standalone mobiele abonnement per merk dat voldoet aan de beschouwde middelhoge en zeer hoge behoeften.

Bijlage 3. Marktaandelen en verdeling postpaid simkaarten (residentieel segment)

<i>Residentieel segment - verkochte standalone postpaid simkaarten, per beschikbaar downloadvolume (2023 Q4)</i>	
≤ 2GB	[5-10%]
]2 – 5 GB]	[15-20%]
]5 – 10 GB]	[15-20%]
]10 – 20 GB]	[20-25%]
]20 – 50 GB]	[10-15%]
> 50 GB	[15-20%]

Figuur 14. Residentieel segment – verdeling van de verkochte standalone postpaid simkaarten, per beschikbaar downloadvolume (2023 Q4).

<i>Residentieel segment - verkochte standalone postpaid simkaarten, per merktype (2023 Q4)</i>	
Hoofdmerken	[80-90%]
Secundaire merken en alternatieve operatoren	[10-20%]

Figuur 15. Residentieel segment – verdeling van de verkochte standalone postpaid simkaarten per merktype (2023 Q4).

<i>Residentieel segment – verkochte standalone postpaid simkaarten verkocht (2023 Q4)</i>	
Proximus-groep	[40-50%]
Telenet-groep	[20-30%]
Orange Belgium-groep	[30-40%]
Alternatieve operatoren	[0-5%]

Figuur 16. Residentieel segment – verdeling van de verkochte standalone postpaid simkaarten, per groep (2023 Q4).

<i>Groep</i>	<i>Hoofdmerken</i>	<i>Secundaire merken</i>
Proximus	Proximus	Scarlet, Mobile Vikings
Telenet	Telenet, BASE ²⁰	-
Orange Belgium	Orange, VOO	hey!, Zuny

Figuur 17. Onderzochte hoofdmerken en secundaire merken van operator-groepen.²¹

²⁰ BASE maakt het grootste deel uit van de mobile standalone-klantenbasis van de Telenet-groep en wordt niet als secundair merk beschouwd op de markt voor standalone mobiele telecommunicatiediensten.

²¹ De aanbiedingen van alternatieve operatoren werden buiten beschouwing gelaten vanwege hun bescheiden marktaandeel (minder dan 5%). Alternatieve operatoren bieden telecommunicatiediensten aan, maar behoren niet tot de traditionele grote spelers met een sterke machtspositie. Zij richten zich vaak op specifieke niches of innovatieve diensten en maken gebruik van de mobiele netwerken van gevestigde operatoren, in plaats van zelf een netwerk te bezitten. Voorbeelden hiervan zijn yoin, Neibo, FASTfiber, Undo en Mega.