

**Mededeling van de Raad van het BIPT  
van 10 juli 2025  
betreffende  
de status van de elektronische communicatie- en tv  
markt (2024)**

## INHOUDSOPGAVE

1.	Samenvatting .....	4
2.	Nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie .....	7
2.1.	Nationale externe omzet .....	7
2.2.	Nationale omzet per marktsegment (retail/wholesale) .....	8
2.3.	Nationale omzet per productsegment (vast/mobiel/tv/ander) .....	9
2.3.1.	<i>Vaste diensten</i> .....	9
2.3.1.1.	Omzetevolutie .....	9
2.3.1.2.	Marktaandelen .....	10
2.3.2.	<i>Mobiele diensten</i> .....	11
2.3.2.1.	Omzetevolutie en ARPU .....	11
2.3.2.2.	Marktaandelen .....	12
2.3.3.	<i>Televisie</i> .....	13
2.3.3.1.	Omzetevolutie en ARPU .....	13
2.3.3.2.	Marktaandelen .....	14
2.4.	Nationale retailomzet per klantsegment (particulier/zakelijk) .....	15
2.4.1.	<i>Omzetevolutie</i> .....	15
2.4.2.	<i>Marktaandelen</i> .....	15
2.5.	Retail dienstenomzet particuliere markt .....	17
2.5.1.	<i>Omzetevolutie</i> .....	17
2.5.2.	<i>Marktaandelen</i> .....	19
3.	Ebitda .....	20
4.	Investerings .....	21
5.	Tewerkstelling .....	23
6.	Vaste diensten: uitrol en gebruik .....	24
6.1.	Marktspelers .....	24
6.2.	Vaste telefonie .....	25
6.2.1.	<i>Vaste telefonie-abonnementen</i> .....	25
6.2.2.	<i>Vaste spraakminuten</i> .....	25
6.2.3.	<i>Vaste nummeroverdraagbaarheid</i> .....	25
6.3.	Vaste breedbandverbindingen .....	27
6.3.1.	<i>Volume: retail en wholesale</i> .....	27
6.3.2.	<i>Technologie</i> .....	28
6.3.3.	<i>Transmissiesnelheden</i> .....	30
6.3.4.	<i>Marktaandelen</i> .....	33
6.3.5.	<i>Vast breedbandverkeer</i> .....	35
7.	Mobiele diensten .....	36
7.1.1.	<i>Marktspelers</i> .....	36
7.1.2.	<i>Mobiele verbindingen</i> .....	37
7.1.2.1.	Actieve simkaarten van individuen .....	37
7.1.2.2.	Simkaarten van individuen met actief datagebruik .....	39
7.1.2.3.	IoT-verbindingen .....	40
7.1.3.	<i>Mobiel verkeer</i> .....	42
7.1.3.1.	Spraak .....	42

7.1.3.2.	Sms .....	44
7.1.3.3.	Mobiele data (exclusief m2m).....	46
7.1.3.4.	M2M-verkeer .....	48
7.1.4.	<i>Mobiele nummeroverdraagbaarheid</i> .....	49
8.	Tv-aansluitingen .....	50
8.1.	Bundels particuliere markt.....	52
8.1.1.	<i>Volume</i> .....	52
8.1.2.	<i>Bundels per x-play en per bundelcombinatie</i> .....	52
8.1.3.	<i>Diensten binnen een bundel</i> .....	54
8.1.4.	<i>Klantverloop bundels</i> .....	56
8.1.5.	<i>Marktaandelen in volume</i> .....	56
9.	Klantverloop via easy switch.....	57

## 1. Samenvatting

Het BIPT monitort de telecom- en televisiemarkt door op regelmatige basis gegevens te verzamelen bij de belangrijkste operatoren. Deze informatie wordt gebundeld in een jaarlijks rapport dat een overzicht biedt van de belangrijkste evoluties en trends. Het rapport voor 2024 geeft inzicht in de recente ontwikkelingen en is bedoeld voor zowel consumenten als professionals uit de sector.

1. De totale externe nationale retail- en wholesale-omzet uit elektronische communicatie en televisie van 9 bedrijven uit de sector daalt lichtjes met 0,1% tot € 8,64 miljard.  
De telecomoperatoren Proximus NV (inclusief Scarlet), Orange/VOO en Telenet Group Holding N.V. boeken, op een totale jaarmzet van € 8,59 miljard, € 3,33 miljard bruto bedrijfswinst (ebitda). Dit is 3,4 procent meer dan het jaar voordien.
2. De vaste markt kampt met een lichte omzetsdaling (€ 13,78 miljoen tot € 3,82 miljard), gecompenseerd door stijgende inkomsten uit mobiele diensten (+ € 4,6 miljoen tot € 3,53 miljard), uit televisie (+ € 0,67 miljoen tot € 1,24 miljard) en uit andere diensten gerelateerd aan elektronische communicatie (+ € 1,5 miljoen tot € 0,05 miljard). Ondanks de daling blijft het vaste segment de belangrijkste inkomstenbron (44,2%).
3. Op retailniveau daalt de omzet in de zakelijke markt met 6,1% tot € 2,32 miljard. De residentiële markt laat daarentegen een omzetgroei van 3,8 procentpunten zien, goed voor een totaal van € 5,51 miljard. Daarvan is 91,3% afkomstig uit diensten (vast/mobiel/tv), een aandeel dat vrijwel gelijk is aan dat van het voorgaande jaar.
4. Bundels vormen met 66% nog steeds de belangrijkste bron van retailinkomsten uit diensten op de particuliere markt. Het grootste deel van deze bundelomzet (42,7%) komt voort uit 3-playbundels. Deze bundels leveren een gemiddeld rendement van 77,5 euro per maand op (+5,2% ten opzichte van vorig jaar), terwijl het jaarlijkse volume licht is afgenomen tot 1,52 miljoen (-2%).
5. De investeringen in telecom en televisie (exclusief uitzendrechten, content en licentievergoedingen) blijven verder stijgen tot € 2,74 miljard, 4,5% meer dan het jaar voordien. Zij concentreren zich vooral op de vaste markt (62%), gevolgd door de mobiele markt (17%) en de tv-markt (4%). De resterende 17% houden verband met gemengde investeringen. De capex-over-omzet ratio loopt verder op van 30,4% naar 31,7%.
6. Dankzij aanhoudende investeringen stijgt het aandeel huishoudens met toegang tot glasvezel in 2024 van 25% naar 32,5%. Dat betekent een toename van ongeveer 390.000 aansluitbare huishoudens, tot een totaal van zo'n 1,68 miljoen. De daadwerkelijke adoptie blijft lager. Het percentage van de aansluitbare huishoudens dat effectief gebruikmaakt van glasvezel stijgt van 30,5% naar 33,3%. Dit komt neer op een groei van circa 164.000 actieve lijnen, tot een totaal van 0,56 miljoen. Met het oog op een snellere en bredere uitrol van glasvezel ondertekenden Proximus, Fiberklaar, Telenet en Wyre in juli 2024 een memorandum of understanding over een mogelijke toekomstige samenwerking. Die intentieverklaring heeft echter nog niet geleid tot een formele overeenkomst die is goedgekeurd door de Mededingingsautoriteiten (met steun van het BIPT).

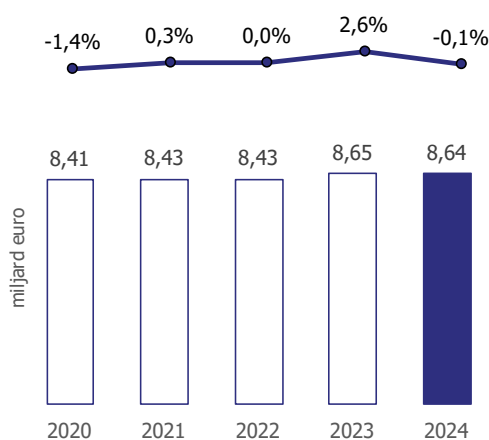
7. Ook op het vlak van gigabitconnectiviteit ligt de uitrol hoger dan het daadwerkelijke gebruik. Met een dekking van 94,57% van de Belgische huishoudens in januari 2025 is er sprake van een brede uitbouw van netwerken met gigabitsnelheden in België. Deze ontwikkeling sluit aan bij de strategie van de Europese Commissie voor het digitale decennium 2023, die als doel heeft om tegen 2030 elk huishouden van gigabitconnectiviteit te voorzien. Toch blijft de effectieve benutting van deze infrastructuur voorlopig beperkt: eind 2024 is het aandeel van de gigabitsdiensten in het totaal aantal vaste breedbandverbindingen slechts 5,8%, goed voor zo'n 302.000 lijnen. De meeste consumenten verkiezen momenteel breedbandverbindingen met snelheden tussen 100 Mbps en 1 Gbps. Deze categorie kende in 2024 een sterke groei met ongeveer 335.000 lijnen en vertegenwoordigt eind 2024 zo'n 73,8% van het totale aantal vaste breedbandverbindingen, tegenover 68,4% een jaar eerder.
8. De residentiële bundelmarkt groeit opnieuw, met een stijging van 24.302 bundels tot 3,46 miljoen, na een daling van 38.383 bundels in 2023. De integratie van mobiele diensten in bundels blijft toenemen: het aandeel bundels met mobiel steeg met 3,4 pp tot 70,9%. Daarentegen verliezen vaste breedband (- 0,9 pp tot 79% van het totaal aantal bundels met vast breedband) en televisie (- 1,3 pp tot 83% van het totaal aantal bundels met televisie) geleidelijk aan belang als bundelcomponenten. Ondanks een verlies met 31.364 bundels blijft 3-play traditioneel sterk, goed voor 1,52 miljoen bundels of 44% van het totale aantal. Deze positie wordt vooral ondersteund door de toenemende populariteit van bundels die vast internet, mobiele telefonie en televisie combineren (+ 59.746 tot 950.155 bundels) en inmiddels 63% van alle 3-play bundels vertegenwoordigen.
9. Steeds meer klanten maken bij een overstap voor vast internet en/of tv naar een andere operator gebruik van de easy switch-procedure. In 2024 schakelden 162.724 residentiële klanten over naar Proximus N.V. (inclusief Scarlet), Telenet of Orange/VOO via deze regeling – 34.602 meer dan het jaar ervoor. Daarmee vertegenwoordigen easy switch-klanten 28,4% van alle nieuwe residentiële klanten voor vast internet en/of tv, een stijging van 2,6 procentpunten. Ook in de zakelijke markt wint easy switch aan terrein: 19.019 klanten kozen in 2024 voor een overstap naar Proximus, Telenet of Orange/VOO via deze procedure (18% van alle nieuwe zakelijke klanten voor vast internet en/of tv).
10. Eind 2024 waren er 12,71 miljoen actieve simkaarten in omloop (exclusief machine-to-machine-kaarten), een lichte stijging van 0,2% ten opzichte van het jaar daarvoor. Het aantal simkaarten met actief datagebruik groeide met 181.000 tot 11,58 miljoen. Tegelijkertijd groeide het gemiddelde mobiele dataverbruik fors van 7,6 GB per maand in 2023 naar 9,7 GB – een toename van 2,1 GB. Ook het gebruik van 5G zit in de lift. 39,8% van de simkaarten met actief datagebruik genereerden 5G-verkeer, tegenover 27,4% een jaar eerder. Deze toename wordt mede mogelijk gemaakt door de verdere uitrol van het 5G-netwerk: in februari 2025 had 99,78% van de Belgische huishoudens toegang tot 5G, vergeleken met 87,5% begin 2024.
11. Op nationaal niveau ziet Telenet zijn marktaandeel in volume afnemen in alle segmenten: - 0,9 pp op de vaste breedbandmarkt, - 0,3 pp op de televisiemarkt, - 0,2 pp op de mobiele markt (actieve simkaarten) en - 0,9 pp op de particuliere bundelmarkt. Het verlies op de vaste breedbandmarkt komt ten goede aan zowel Orange/VOO (+ 0,6 pp) als Proximus N.V. (+ 0,2 pp). Dit is ook het geval op de mobiele markt waar Orange/VOO 0,3 pp wint en Proximus N.V. 0,4 pp wint. In de particuliere bundelmarkt is het echter uitsluitend Orange/VOO dat marktaandeel wint (+ 1,1 procentpunten tot een aandeel tussen 20% en 30%), terwijl op de televisiemarkt enkel Proximus marktaandeel weet te winnen (+ 0,3 pp).

12. De intrede van Telenet (onder het merk BASE) op de volledige Waalse breedband- en televisiemarkt, via het kabelnetwerk van VOO/Orange Belgium (HFC), heeft de concurrentie met de gevestigde spelers Proximus en Orange/VOO aangescherpt. Op de Waalse markt voor vast breedband vertaalt deze komst zich in een stijging van 0,5 procentpunt in marktaandeel voor Telenet, ten koste van Proximus NV (inclusief Scarlet), dat 0,8 procentpunt verliest. Op de televisiemarkt voelt vooral Orange/VOO de impact, met een daling van 0,7 procentpunt, terwijl Telenet daar zijn marktaandeel met 0,6 procentpunt uitbreidt.

## 2. Nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie

### 2.1. Nationale externe omzet

1. In 2024 daalt de nationale externe<sup>1</sup> omzet uit elektronische communicatie en televisie lichtjes naar 8,64 miljard euro (- 0,1%), na een groei met 2,6% in 2023.

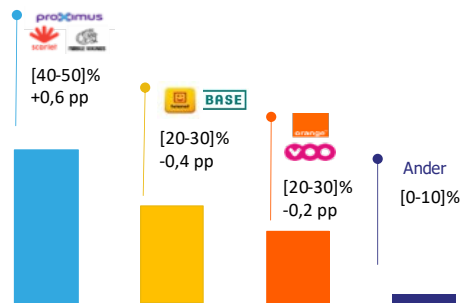


Figuur 1: Nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie (Bron: BIPT)

2. Van de drie grootste telecomoperatoren ziet enkel Proximus zijn nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie stijgen. Dit leidt tot een groei van 0,6 procentpunt in het marktaandeel van Proximus dat eind 2024 tussen de [40-50]% van de markt bezit. Telenet verliest 0,4 procentpunt, maar blijft met een marktaandeel van [20-30]% de op één na grootste telecomoperator in België. Orange/VOO bevindt zich op de derde plaats met een marktaandeel dat zich ook situeert tussen [20-30]%.

<sup>1</sup> De term externe omzet verwijst naar inkomsten die worden gegenereerd door de verkoop aan derden die geen deel uitmaken van hetzelfde bedrijf: interne verkoop binnen een verticaal geïntegreerd bedrijf en verkoop tussen entiteiten binnen één onderneming zijn uitgesloten.

Op basis van input van 9 bedrijven: BT, Colt, Eurofiber, Lycamobile, M-7 Group, Orange/VOO, Proximus NV (inclusief Scarlet) en Mobile Vikings: "Proximus", Telenet Group Holding NV: "Telenet", Verizon.



Figuur 2: Marktaandeelen in nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie (Bron: BIPT)

## 2.2. Nationale omzet per marktsegment (retail/wholesale)

3. De nationale omzet kan worden opgesplitst in inkomsten uit retaildiensten en uit wholesalediensten. De inkomsten via retail, gegenereerd uit diensten voor eindconsumenten, groeien met 52 miljoen euro tot 7,86 miljard euro. Dit doet het aandeel van de retailomzet in de totale nationale omzet met 0,7 procentpunt stijgen tot 91% in 2024. Uit wholesalediensten, geleverd aan telecomoperatoren en andere serviceproviders, wordt op jaarbasis 59 miljoen minder inkomsten gegenereerd (tot 0,78 miljard euro).



Figuur 3: Nationale omzet per marktsegment retail/wholesale (Bron: BIPT)

4. De externe omzet op de wholesalem Markt neemt af door verlies aan omzet op de mobiele markt (- 43 miljoen euro) en op de televisiemarkt (- 22,3 miljoen euro). De daling op de mobiele markt is voornamelijk het gevolg van een terugloop in de inkomsten uit vergoedingen die operatoren elkaar aanrekenen voor:
- het beëindigen van een gesprek of sms op hun netwerk
  - het gebruik van mobiele spraak-, sms- of datadiensten in België door abonnees van buitenlandse mobiele netwerken (roaming in)
- Op de televisiemarkt houdt de daling verband met de aankoop van VOO door Orange<sup>2</sup>.

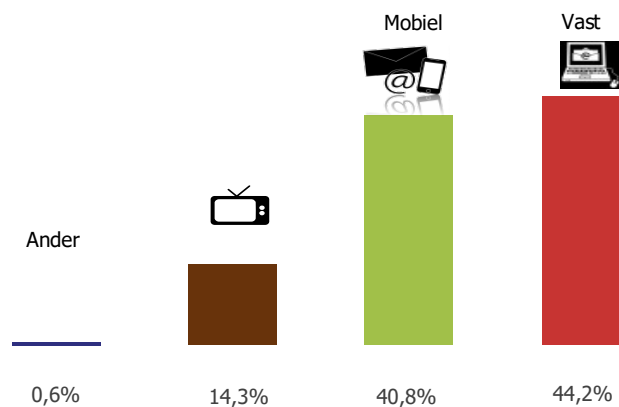
<sup>2</sup> Als gevolg hiervan wordt de wholesale verkoop van VOO aan Orange beschouwd als interne verkoop die niet meegerekend wordt in de externe omzet.

## 2.3. Nationale omzet per productsegment (vast/mobiel/tv/ander)

### 2.3.1. Vaste diensten

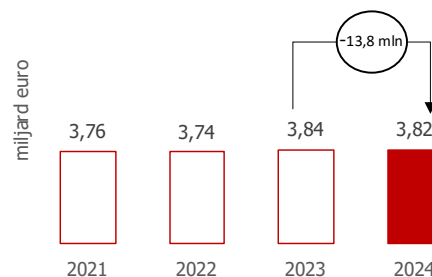
#### 2.3.1.1. Omzetevolutie

5. Het merendeel van de nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie is afkomstig uit vaste diensten. Maar liefst 44,2% van de totale omzet van 2024 wordt gegenereerd binnen het vaste productsegment (3,82 miljard euro). Het mobiele segment draagt 40,8% bij (3,53 miljard euro), terwijl televisie goed is voor 14,3% van de omzet (1,24 miljard).



Figuur 4: Nationale omzet uit elektronische communicatie en televisie in 2024, aandeel per productsegment (Bron: BIPT)

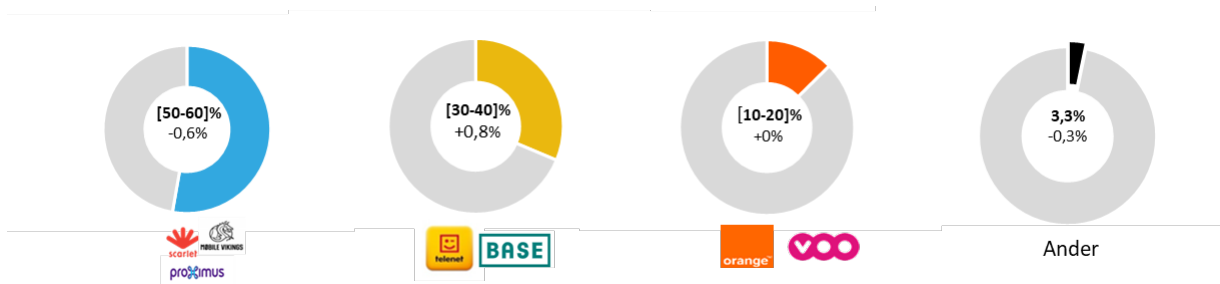
6. Het vaste segment verliest 13,78 miljoen euro, waardoor de omzet uitkomt op 3,82 miljard euro. Daarentegen blijven de omzet van mobiele diensten (+ 4,61 miljoen euro) en de omzet van televisie (+ 0,67 miljoen euro) wel groeien.



Figuur 5: Evolutie nationale omzet uit vaste diensten (Bron: BIPT)

**2.3.1.2. Marktaandelen**

7. In het vaste productsegment is het alleen de omzet van Telenet die stijgt, wat resulteert in een toename van het marktaandeel met 0,8 procentpunt tot [30-40]%. Proximus verliest 0,6 procentpunt, terwijl het marktaandeel van Orange/VOO stabiel blijft.

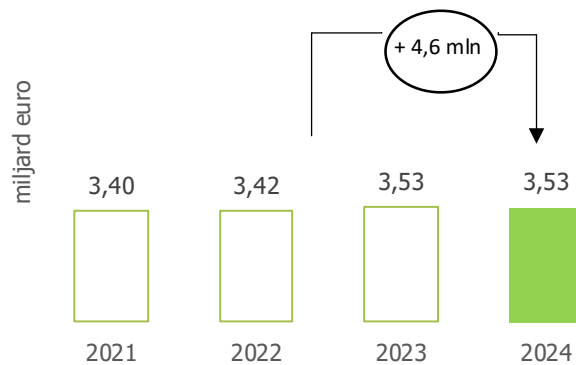


*Figuur 6: Marktaandelen omzet uit vaste diensten (Bron: BIPT)*

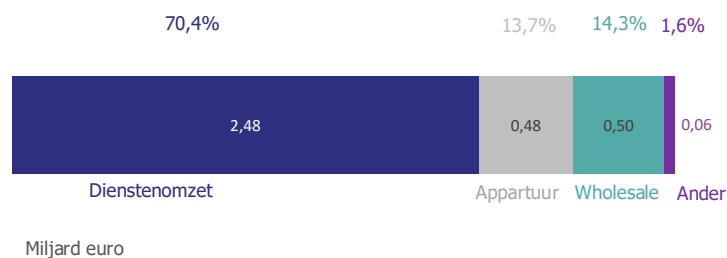
## 2.3.2. Mobiele diensten

### 2.3.2.1. Omzetevolutie en ARPU

8. De inkomsten uit mobiele elektronische communicatie blijven stabiel op 3,53 miljard euro. Vergeleken met een jaar eerder is er slechts een lichte stijging van 4,6 miljoen euro, wat neerkomt op een toename van 0,1%. De totale omzet kan als volgt worden opgesplitst: 70,4% inkomsten via retaildiensten (spraak, sms en data, exclusief eindapparatuur), 13,7% via apparatuur en 14,3% via groothandel, 1,6% via ander.



Figuur 7: Evolutie omzet uit mobiele diensten (Bron: BIPT)



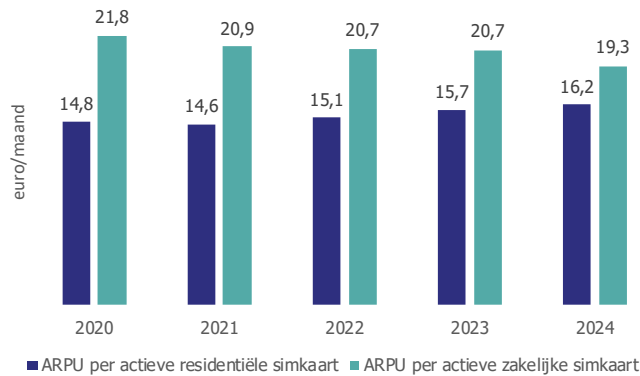
Figuur 8: Samenstelling omzet uit mobiele diensten, MNO en MVNO (Bron: BIPT)

9. De retail dienstenomzet van de 3 mobiele netwerkoperatoren ("MNO")<sup>3</sup> stijgt met 0,3% tot € 2,29 miljard. Dit is het resultaat van een gemiddelde besteding van € 17,1/maand per actieve simkaart (- € 0,1/maand) en een gemiddeld aantal actieve simkaarten<sup>4</sup> van 11,14 miljoen (+ 0,6%).

<sup>3</sup> Proximus, Telenet en Orange (exclusief Mobile Vikings en VOO)

<sup>4</sup> Actieve simkaarten aan het begin en het einde van het jaar gedeeld door twee.

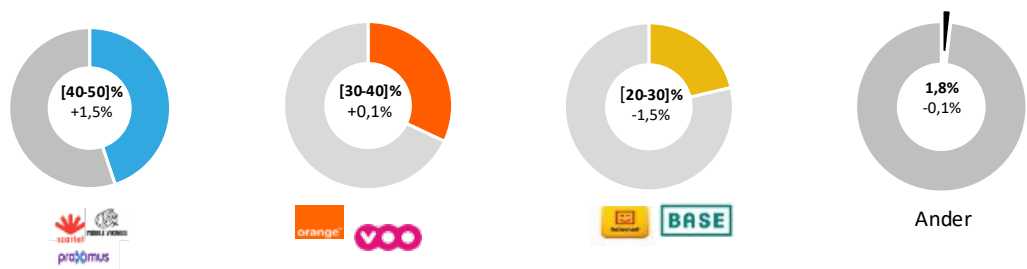
10. De gemiddelde maandelijkse besteding op de residentiële retailmarkt bedraagt € 16,2, wat lager is dan op de zakelijke retailmarkt (€ 19,3/maand). Opvallend is dat de besteding op de zakelijke retailmarkt een dalende trend vertoont (- € 1,3/maand), terwijl er op de residentiële retailmarkt sprake is van een stijgende tendens (+ € 0,5/maand).



Figuur 9: Evolutie retail mobiele ARPU/maand op de residentiële en de zakelijke markt (Bron: BIPT)

### 2.3.2.2. Marktaandelen

11. Hoewel de totale omzet in de Belgische mobiele markt een lichte stijging vertoont (+ 0,1%), zijn er verschillen tussen de operatoren. Proximus en Orange/VOO zien een omzetgroei en slagen erin hun marktaandeel te laten groeien met respectievelijk 1,5 en 0,1 procentpunten. Telenet daarentegen verliest omzet en marktaandeel (- 1,5 pp tot [20-30]%)

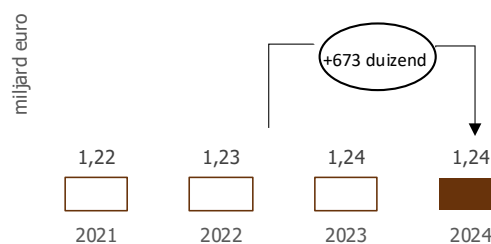


Figuur 10: Marktaandelen mobiele markt in omzet (Bron: BIPT)

### 2.3.3. Televisie

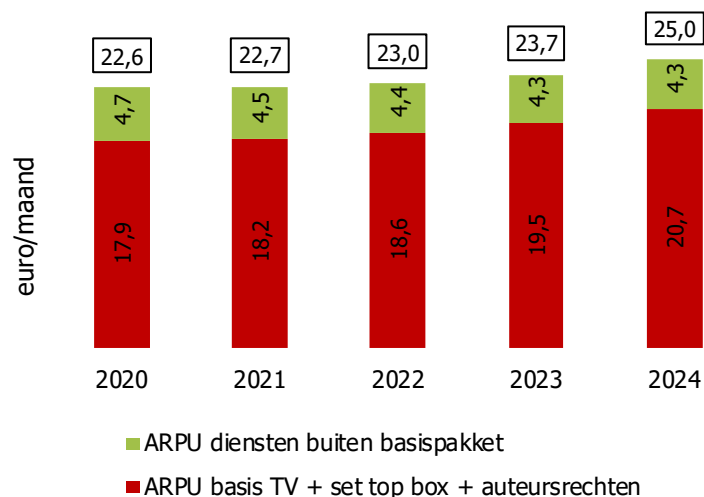
#### 2.3.3.1. Omzetevolutie en ARPU

12. Ondanks de afname van het aantal tv-aansluitingen en de toenemende populariteit van streamingdiensten, neemt de aan televisie gerelateerde omzet van de telecomoperatoren toe met € 0,67 miljoen tot € 1,24 miljard (+ 0,1%).



Figuur 11: Omzet uit televisie (Bron: BIPT)

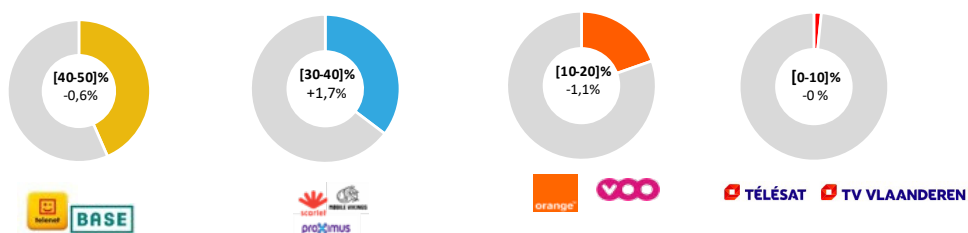
13. De lichte omzetgroei is vooral toe te schrijven aan hogere abonnementsprijzen op de retailmarkt, die het verlies aan klanten compenseren. Per tv-aansluiting wordt gemiddeld 1,30 euro meer per maand besteed, wat het totaal op 25 euro per maand brengt. De uitgaven aan aanvullende diensten buiten het basispakket blijven ongewijzigd.



Figuur 12: Retail ARPU uit televisie (exclusief satelliet), in € per maand (Bron: BIPT)

### 2.3.3.2. Marktaandelen

14. Telenet ondervindt de gevolgen van de verschuivende televisiemarkt. Het omzetverlies leidt tot een daling van het marktaandeel met 0,6 procentpunt, waardoor het uitkomt tussen de 40% en 50%.  
 Het marktaandeel van Orange/VOO verschuift van de vork 20–30% naar een lagere vork van 10–20%. Dit is mede het gevolg van de aankoop van VOO door Orange<sup>5</sup>.



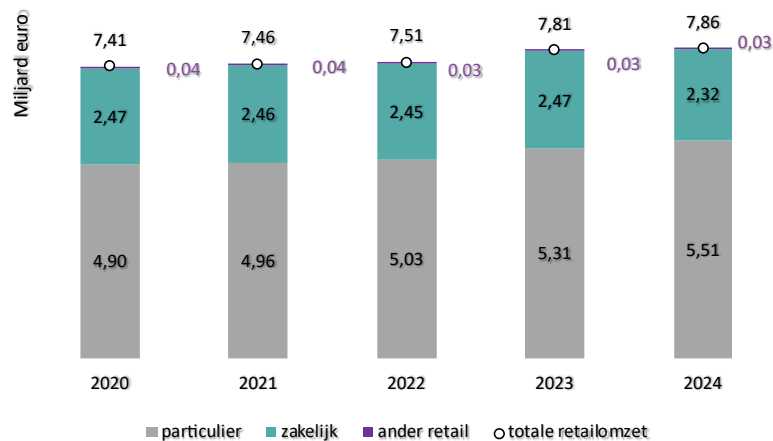
Figuur 13: Marktaandelen televisie, in waarde (Bron: BIPT)

<sup>5</sup> Als gevolg hiervan wordt de wholesale verkoop van VOO aan Orange beschouwd als interne verkoop.

## 2.4. Nationale retailomzet per klantsegment (particulier/zakelijk)

### 2.4.1. Omzetevolutie

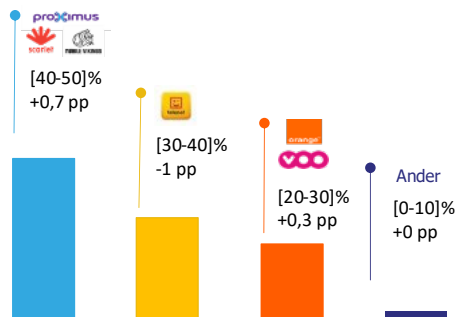
15. Van de totale retailomzet van 7,86 miljard euro is 70% afkomstig uit de particuliere markt, goed voor 5,51 miljard euro in 2024. Dat betekent een stijging van 203,76 miljoen euro of + 3,8%. In contrast daarmee daalt de retailomzet in de zakelijke markt fors met 150 miljoen euro (- 6,1%), tot een totaal van 2,32 miljard euro.



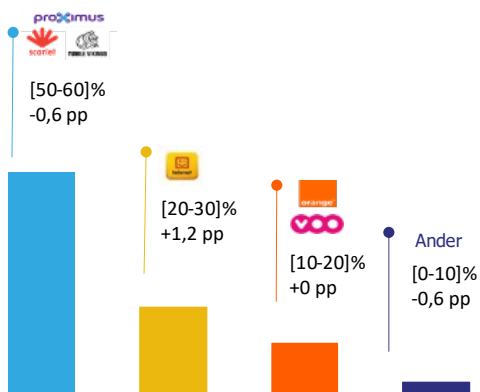
Figuur 14: Retailomzet per split residentieel – zakelijk (Bron: BIPT)

### 2.4.2. Marktaandelen

16. In 2024 verstevigt Proximus zijn positie als nationale marktleider op de residentiële markt, met een stijging van het marktaandeel met 0,7 procentpunt tot een aandeel tussen 40% en 50%. Op de zakelijke markt verliest Proximus echter terrein, met een daling van 0,6 procentpunt tot een aandeel tussen 50% en 60%.
17. Orange/VOO boekt winst op de residentiële markt (+ 0,3 procentpunt), terwijl hun aandeel in het zakelijke segment stabiel blijft tussen 20 en 30%.
18. Bij Telenet is het omgekeerde waarneembaar: het marktaandeel op de residentiële markt daalt met 1 procentpunt, maar stijgt in het zakelijke segment met 1,2 procentpunt. Toch blijft Telenet vooral actief in de particuliere markt, waar het marktaandeel tussen 30% en 40% ligt, tegenover 20% tot 30% in de zakelijke markt.



Figuur 15: Marktaandeel in termen van omzet op de particuliere markt (Bron: BIPT)

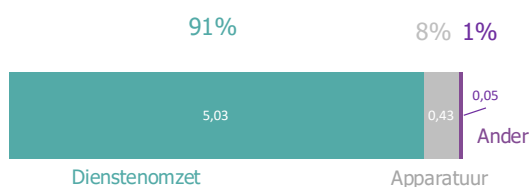


Figuur 16: Marktaandeel in termen van omzet op de zakelijke markt (Bron: BIPT)

## 2.5. Retail dienstenomzet particuliere markt

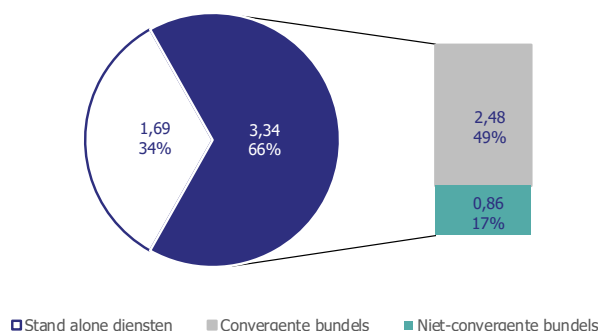
### 2.5.1. Omzetevolutie

19. 91,3% van de € 5,51 miljard retailomzet op de particuliere markt komt van diensten (vast/mobiel/tv), goed voor € 5,03 miljard. Per huishouden<sup>6</sup> wordt in 2024 gemiddeld € 82,7 per maand besteed, € 3,1 meer dan een jaar voordien.



Figuur 17: Retailomzet op particuliere markt per product (Bron: BIPT)

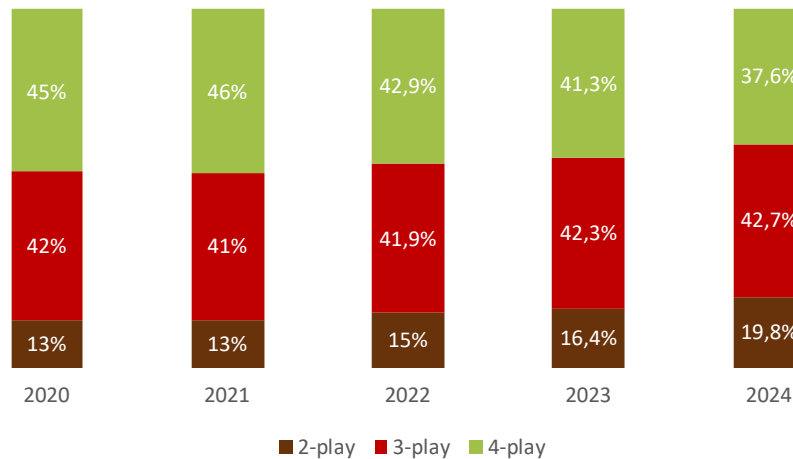
20. Bundels blijven met 66% de voornaamste bron van de retail dienstenomzet op de particuliere markt. De overige 34% van de omzet komt uit individueel verkochte diensten. De groei van de bundelomzet – een stijging van 0,10 miljard euro – is volledig toe te schrijven aan de zogeheten convergente bundels. Deze combineren minstens één mobiele dienst met een vaste of televisie-dienst. Het aandeel van deze bundels in de totale retailomzet uit diensten is gestegen van 45% naar 49%.



Figuur 18: Retail dienstenomzet op particuliere markt uit bundels en uit standalone diensten, in 2024 (Bron: BIPT)

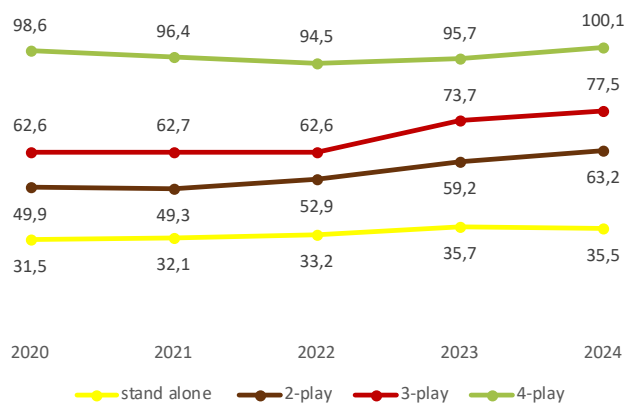
<sup>6</sup> Huishoudens op 1/1/2024: 5.201.000. Bron: Eurostat

21. Met een aandeel van 42,7% (+0,4 pp) blijven de 3-playbundels de grootste bron van retailinkomsten uit bundels. Ook de 2-playbundels vergroten hun aandeel in de totale retailomzet uit bundels (+3,4 pp), mede dankzij een volumestijging van 130.582 bundels.



Figuur 19: Bundelomzet per x-play: aandeel in het totaal (Bron: BIPT)

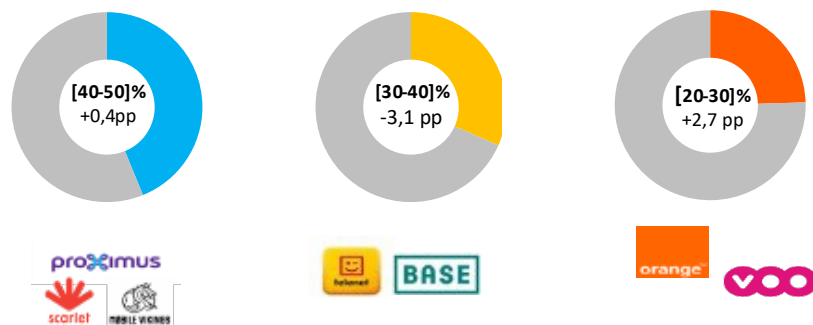
22. De gemiddelde maandelijkse uitgave van bundelklanten blijft stijgen. In 2024 geven klanten met een 3-playbundel gemiddeld 77,5 euro uit (+3,8 euro/maand).



Figuur 20: ARPU per x-play per maand (Bron: BIPT)

### 2.5.2. Marktaandelen

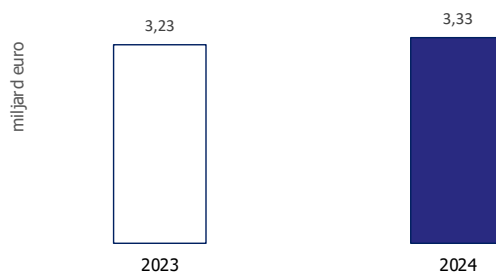
23. Telenet ziet zijn marktaandeel in bundelomzet afnemen met 3,1 procentpunt. Deze terugval komt voornamelijk ten goede aan Proximus, dat zijn aandeel met 0,4 procentpunt versterkt, en aan Orange/VOO, dat zijn positie in de bundelmarkt met 2,7 procentpunt weet uit te breiden tot een aandeel tussen 20% en 30%.



Figuur 21: Marktaandelen, in termen van bundelomzet (Bron: BIPT)

### 3. Ebitda

24. In 2024 boeken de telecomoperatoren Proximus NV (inclusief Scarlet), Orange/VOO en Telenet Group Holding N.V. op een totale jaaromzet<sup>7</sup> van € 8,59 miljard € 3,33 miljard bruto bedrijfswinst (ebitda). Dit is 3,4 procent meer dan het jaar voordien.



*Figuur 22: Ebitda-evolutie (Bron: BIPT)*

25. De extra brutowinst van € 109,05 miljoen op een omzetgroei van € 15,85 miljoen laat de EBITDA-marge in 2024 stijgen van 37,6% naar 38,8%.

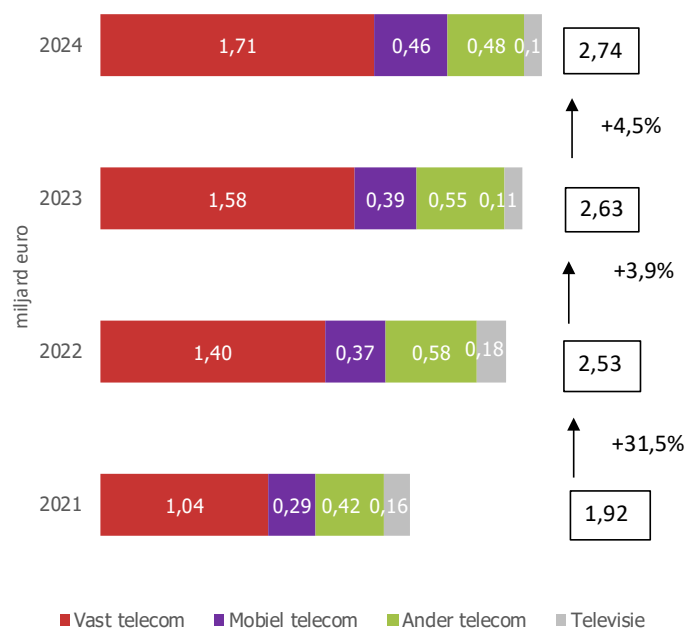


*Figuur 23: Evolutie Ebitda-marge (Bron: BIPT)*

<sup>7</sup> Inclusief omzet niet gerelateerd aan telecommunicatie.

## 4. Investerings

26. De Belgische telecomoperatoren blijven aanzienlijk investeren: in 2024 bedroegen de kapitaaluitgaven in elektronische communicatie en televisie (exclusief licenties, uitzendrechten en content) € 2,74 miljard, 4,5% meer dan het jaar voordien.



*Figuur 24: Investerings in vaste activa telecom en televisie, exclusief licenties, uitzendrechten en content (Bron: BIPT)*

27. Het grootste deel van de investeringen – namelijk 62% van het totaal van 2,74 miljard euro (exclusief licenties, uitzendrechten en content) – gaat naar vaste netwerken. Deze investeringen richten zich vooral op de uitrol van glasvezelverbindingen en de modernisering van bestaande coaxnetwerken via DOCSIS-technologie (versie 3.1 en in de toekomst 4.0).
28. Het glasvezelnetwerk van Proximus, in samenwerking met Fiberklaar<sup>8</sup>, Unifiber en GoFiber, bereikt eind 2024 zo'n 2.224.000 woningen en bedrijven<sup>9</sup>. Dat betekent een groei van ongeveer 500.000 aansluitingen op één jaar tijd en komt neer op zo'n 37% van alle gebouwen in België<sup>10</sup>. Tegen 2028 wil Proximus 70% van de gebouwen voorzien van een gigabitaansluiting via glasvezel, met een ambitie om 95% te bereiken tegen 2032. Het netwerk ondersteunt momenteel downloadsnelheden tot 8,5 Gbps.

<sup>8</sup> In de zomer van 2024 heeft Proximus de volledige controle verworven over Fiberklaar.

<sup>9</sup> Proximus kwartaalresultaten Q4 2024

<sup>10</sup> Ongeveer 6 miljoen

29. Telenet maakt voor het aanbieden van gigabitconnectiviteit gebruik van zijn bestaande coaxkabelnetwerk, dat via DOCSIS-technologie snelheden tot 1 Gbps ondersteunt. Voor de uitrol van glasvezel werkt Telenet samen met Fluvius binnen de joint venture Wyre. Deze samenwerking heeft als doel om tegen 2038 78% van de huishoudens in Vlaanderen, alsook in delen van Brussel en Wallonië, aan te sluiten op een glasvezelnetwerk, waarbij er beoogd wordt om in 2029 reeds ongeveer 70% te bereiken.
30. Om de uitrol in gebieden met een gemiddelde tot lage bevolkingsdichtheid te versnellen, hebben Wyre bv, Telenet, Proximus N.V. en Fiberklaar in juli 2024 een Memorandum of Understanding ondertekend. Deze samenwerking beoogt glasvezelverbindingen voor zo'n 2,7 miljoen woningen in deze zones. In deze verdeling zou Wyre instaan voor 60% van de uitrol, terwijl Fiberklaar de overige 40% voor zijn rekening neemt. In de meest dunbevolkte regio's zou Proximus zijn diensten aanbieden via het Hybrid Fiber Coax (HFC)-netwerk van Wyre, waardoor bij beide operatoren gigabitsnelheden in heel Vlaanderen toegankelijk worden. De realisatie van deze samenwerking is onder voorbehoud van goedkeuring door de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA), bijgestaan door het BIPT, en de formele ondertekening van een samenwerkingsakkoord.
31. In het kader van zijn 'Lead the Future'-strategie wil Orange Belgium dat zijn vast netwerk in Wallonië en zes Brusselse gemeenten tegen 2040 voor twee derde uit Fiber to the Premises (glasvezel) en één derde uit Hybrid Fiber Coaxial (het huidige coaxkabelnetwerk) bestaat, om zo de weg te banen voor snelheden van 5 Gbps en 10 Gbps. Na de upgrade van zijn netwerk naar de DOCSIS 3.1-technologie, kondigde Orange Belgium in januari 2025 aan zijn HFC-netwerk te upgraden naar Distributed Access Architecture (DAA)<sup>11</sup>. Deze upgrade, die de weg vrijmaakt voor hogere snelheden, zal ten minste 34 % van de voetafdruk in Wallonië en Brussel beslaan<sup>12</sup>.
32. De capex-over-omzet<sup>13</sup> ratio loopt verder op van 30,4% naar 31,7%.

---

<sup>11</sup> DAA decentraliseert en virtualiseert het headend (het beginpunt van het netwerk bij de provider) en de netwerkfuncties van het hybride netwerk (een combinatie van coax en glasvezel).

<sup>12</sup> Orange persbericht van 15/01/2025: Orange Belgium moderniseert zijn gigabittoegangsnetwerk voor vast internet om met Distributed Access Architecture (DAA) aan toekomstige connectiviteitsvereisten te voldoen <https://corporate.orange.be/nl/news-medias/orange-belgium-moderniseert-zijn-gigabittoegangsnetwerk-voor-vast-internet-om-met>

<sup>13</sup> Omzet uit elektronische communicatie en televisie

## **5. Tewerkstelling**

33. Tegen eind 2024 wordt het aantal voltijdsequivalenten bij de Belgische telecomoperatoren geschat op 14.876, wat neerkomt op een daling van 1,9%. Ongeveer een derde van deze werknemers (32%) is vrouw.

## 6. Vaste diensten: uitrol en gebruik

### 6.1. Marktspelers

34. Op 3 juni 2024 breidde Telenet via het merk BASE zijn aanbod uit met vaste internet- en televisiediensten in heel België. Deze nationale lancering werd mogelijk dankzij een wholesaleovereenkomst die in 2023 werd afgesloten met Orange Belgium/VOO. De overeenkomst voorziet gedurende 15 jaar in wederzijdse toegang tot elkaars netwerken. Afhankelijk van de geografische locatie van de klant, gebruikt BASE twee verschillende kabelnetwerken. In Vlaanderen, in twee derde van de Brusselse gemeenten en in de Botte du Hainaut (Wallonië), maakt BASE gebruik van het hybride fiber-coax-netwerk (HFC) van WYRE – een joint venture tussen Telenet (66,8%) en Fluvius. In de overige delen van Wallonië en in zes Brusselse gemeenten wordt het HFC-netwerk van VOO/Orange Belgium ingezet.
35. In december 2024 betrad Digi Belgium officieel de Belgische telecommarkt als aanbieder van vaste internetdiensten via een eigen glasvezelnetwerk. Aanvankelijk richt Digi zich op huishoudens in de Brusselse gemeenten Anderlecht en Sint-Jans-Molenbeek. Het bedrijf geeft aan ook open te staan voor het afnemen van wholesalediensten bij andere vaste netwerkaanbieders, wanneer zich daarvoor geschikte opportuniteiten voordoen<sup>14</sup>.
36. Ook in december 2024 begon Orange Belgium met het aanbieden van internet via satelliet, onder de naam Orange Satellite. Deze dienst, beheerd door Nordnet, is speciaal ontwikkeld voor klanten die geen toegang hebben tot kabel- of glasvezelverbindingen, zoals in landelijke of afgelegen gebieden<sup>15</sup>.

---

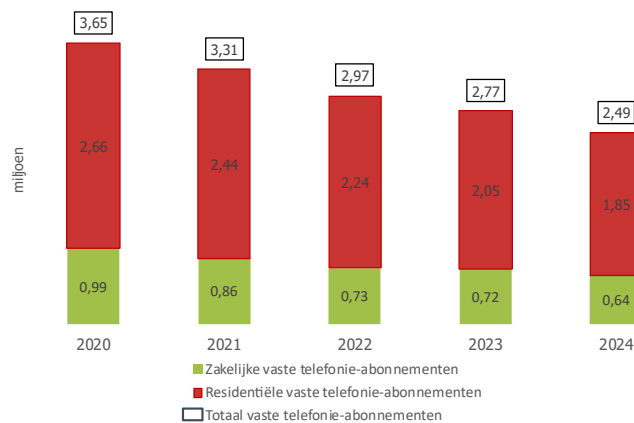
<sup>14</sup> Zie Digi 2024 Preliminary results Call transcript (PDF)  
<https://www.digi-communications.ro/en/investor-relations/shares/financial-results-shares/annual-reports-shares>

<sup>15</sup> Orange persbericht van 16/12/2024: Orange Belgium lanceert internetsatellietdienst  
<https://corporate.orange.be/nl/news-medias/orange-belgium-lanceert-internetsatellietdienst>

## 6.2. Vaste telefonie

### 6.2.1. Vaste telefonie-abonnementen

37. Het gebruik van vaste telefonie blijft verder afnemen. Eind 2024 waren er 2,49 miljoen vaste telefonie-abonnementen<sup>16</sup>, een daling van 280.094 ten opzichte van het jaar voordien. Het aantal particuliere abonnementen kromp met 9,5% tot 1,85 miljoen. Daardoor daalde het aandeel huishoudens met een vaste lijn van 40% naar 36%.



Figuur 25: Aantal vaste telefonie-abonnementen (Bron: BIPT)

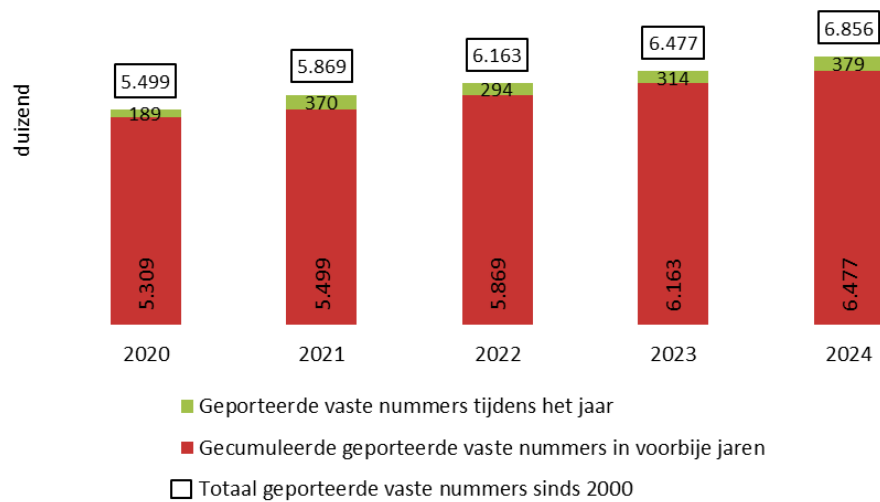
### 6.2.2. Vaste spraakminuten

38. Ook het belverkeer via de vaste lijn liep terug: het aantal belminuten nam met 12,9% af tot 2,70 miljard. Op de residentiële markt bedroeg de daling 14,9% tot 1,54 miljard minuten.

### 6.2.3. Vaste nummeroverdraagbaarheid

39. In 2024 werden 379.335 vaste nummers overgedragen. Dat dit aantal hoog blijft, ondanks de dalende trend in het gebruik van vaste telefonie, suggereert dat vaste telefonie voor een specifieke groep gebruikers nog steeds van belang is en dat de drempel om over te stappen naar een andere provider laag is.

<sup>16</sup> Onder vaste telefoonabonnementen wordt het aantal analoge vaste telefoonlijnen, Voice over IP-abonnementen en ISDN-spraakkanaal-equivalenten verstaan.

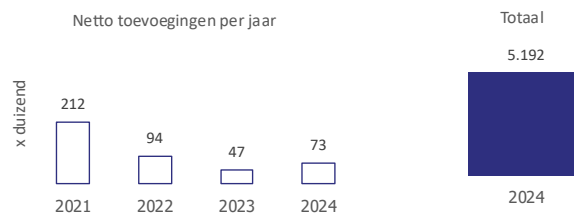


*Figuur 26: Geporteerde vaste nummers (Bron: VZW nummeroverdraagbaarheid en BIPT)*

## 6.3. Vaste breedbandverbindingen

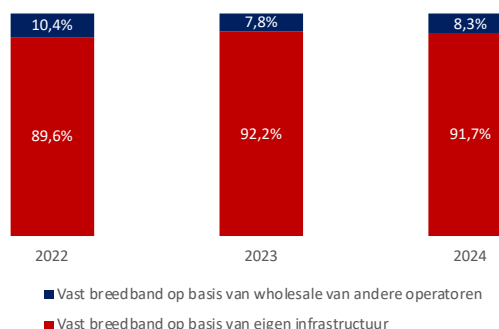
### 6.3.1. Volume: retail en wholesale

40. De verkoop van vaste breedbandlijnen in België stijgt met 73.464, waardoor het totaal eind 2024 op ongeveer 5,19 miljoen uitkomt. Van dit aantal worden 4,27 miljoen lijnen afgenomen door particuliere huishoudens, wat resulteert in een breedbandpenetratie van minstens 83,1% onder huishoudens.<sup>17</sup>



*Figuur 27: Netto-toevoegingen vaste breedbandlijnen (Bron: BIPT)*

41. Van de 5,19 miljoen vaste breedbandverbindingen die eind 2024 operationeel zijn, wordt ongeveer 91,7% verkocht via de eigen infrastructuur van internetproviders. De overige 8,3% wordt aangeboden door providers die groothandelsproducten afnemen van externe netwerkoperatoren. Na de daling in 2023, veroorzaakt door de fusie van Orange en Voo, groeit het aantal vaste breedbandverbindingen dat via groothandelsproducten aan eindgebruikers wordt verkocht weer, met een toename van 35.227 lijnen tot ongeveer 432.137.

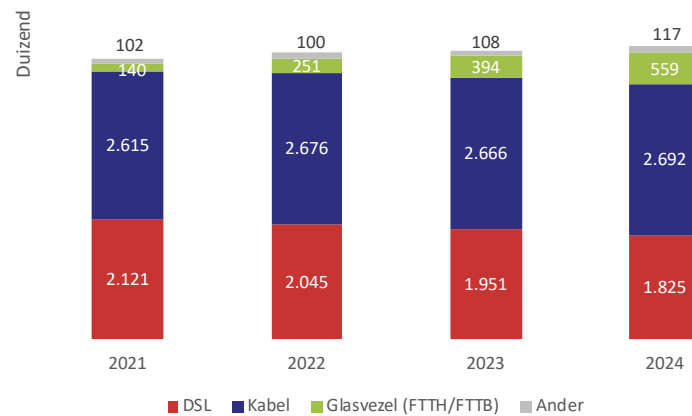


*Figuur 28: Aandeel van de retail vaste breedbandverbindingen dat via groothandelsproducten van derde partijen wordt verkocht (Bron: BIPT)*

<sup>17</sup> Dit percentage vormt een ondergrens aangezien vaste breedbandlijnen vaak door bedrijven worden betaald en daardoor als zakelijke aansluitingen worden geregistreerd.

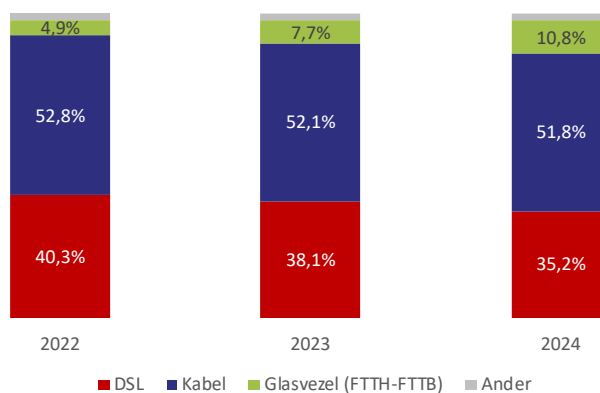
### 6.3.2. Technologie

42. Op de retailmarkt is de meerderheid van de vaste breedbandverbindingen, 51,8% of 2,69 miljoen, gebaseerd op HFC-kabelnetwerken. Alle andere technologieën samen zijn goed voor ongeveer 2,5 miljoen verbindingen. De meeste hiervan zijn gebaseerd op DSL-technologieën (ongeveer 1,82 miljoen). Ongeveer 0,56 miljoen zijn gebaseerd op glasvezel (FTTH/FTTB) en 0,12 miljoen op FWA, satelliet en technologieën voor breedbandtoegangen van hoge kwaliteit (WDM, SDH en ethernet).



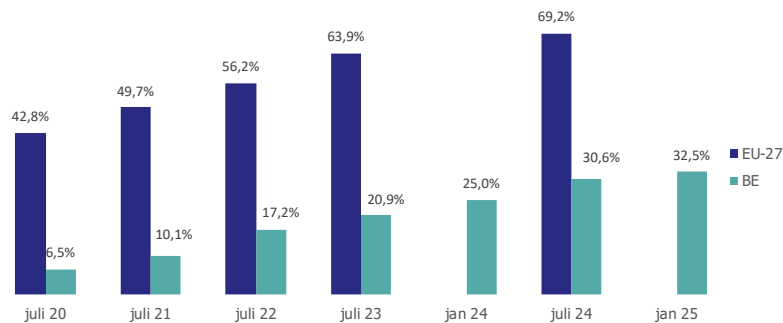
Figuur 29: Aantal vaste breedbandlijnen per technologie (Bron: BIPT)

43. DSL verliest vrijwel evenveel marktaandeel (- 2,9 procentpunt) als glasvezel wint (+ 3,1 procentpunt), wat suggereert dat de overstappers grotendeels vanuit DSL komen. De kabel blijft redelijk stabiel met een aandeel rond 52%.



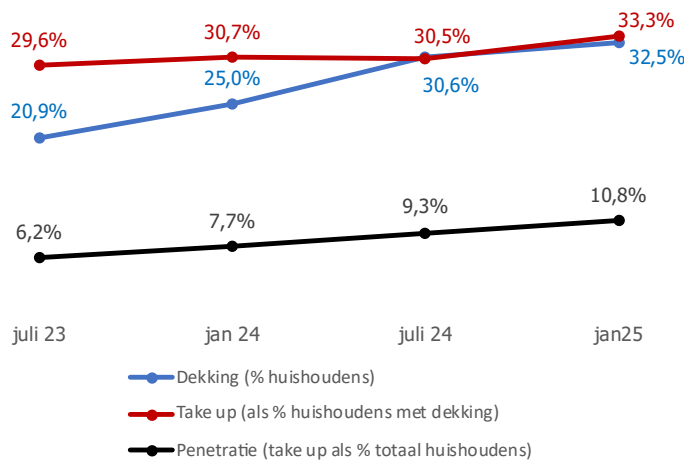
Figuur 30: Aandeel van de vaste breedbandlijnen per technologie (Bron: BIPT)

44. Hoewel de verkoop van glasvezel in België op jaarbasis met 164.602 is toegenomen, blijft de adoptiegraad relatief laag. Eind 2024 maakte 10,8% van de Belgische huishoudens daadwerkelijk gebruik van glasvezel. Dit is deels te verklaren doordat de uitrol van het netwerk nog niet voltooid is. Tegen het einde van 2024 had 32,5% van de huishoudens toegang tot glasvezel, wat aantoont dat de uitrol nog volop aan de gang is. Ter vergelijking: in juli 2024 bedroeg de gemiddelde glasvezeldekking binnen de EU-27 maar liefst 69,2%, wat aangeeft dat België nog een aanzienlijke inhaalslag te maken heeft.



Figuur 31: Glasvezeldekking in BE en in de EU-27, in termen van huishoudens (Bron: BIPT en EC)

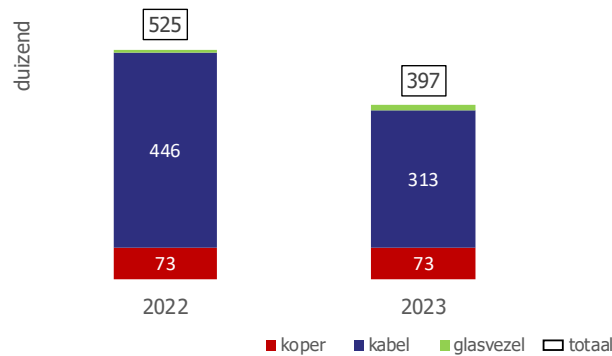
45. De beschikbaarheid van glasvezel is slechts één van de factoren die de take-up ervan beïnvloeden. Ook elementen zoals de prijsstelling, de concurrentie met bestaande kabelnetwerken en de perceptie van consumenten over de noodzaak en voordelen van glasvezel spelen een cruciale rol bij de beslissing om effectief over te stappen. Dit blijkt uit het feit dat de groei van de take-up achterblijft ten opzichte van de uitbreiding van de dekking. Zo nam in 2024 het aandeel huishoudens met toegang tot glasvezel toe van 25,01% naar 32,49% – een stijging van ongeveer 390.000 huishoudens, tot een totaal van circa 1,68 miljoen. Daartegenover staat een toename van ongeveer 164.000 effectieve glasvezelaansluitingen tot 0,56 miljoen. Daarmee komt het aandeel huishoudens met glasvezeldekking dat effectief overstapt op glasvezel op 33,3%.



Figuur 32: Glasvezel : dekking, take up en penetratie in BE (Bron: BIPT en EC)

46. De trends per technologie op de groothandelsmarkt vertonen een gelijkaardig patroon. Het aantal koperverbindingen op wholesaleniveau daalt geleidelijk door de overgang naar glasvezel. Toch blijft de groei van glasvezelproducten op wholesaleniveau beperkt, met een toename van ongeveer 4.000 lijnen, wat neerkomt op een bescheiden aandeel van 3,2% in het totale aantal wholesalelijnen. Meer dan 97% van de glasvezellijnen op de retailmarkt zijn gebaseerd op eigen infrastructuur.

47. Kabeloperatoren blijven de grootste speler op de groothandelsmarkt. In vergelijking met het voorgaande jaar zijn er ongeveer 33.000 extra lijnen beschikbaar gesteld aan andere providers. Hierdoor vertegenwoordigt de kabel 80% van het totale aantal wholesalelijnen, + 1,2 procentpunt ten opzichte van een jaar eerder.

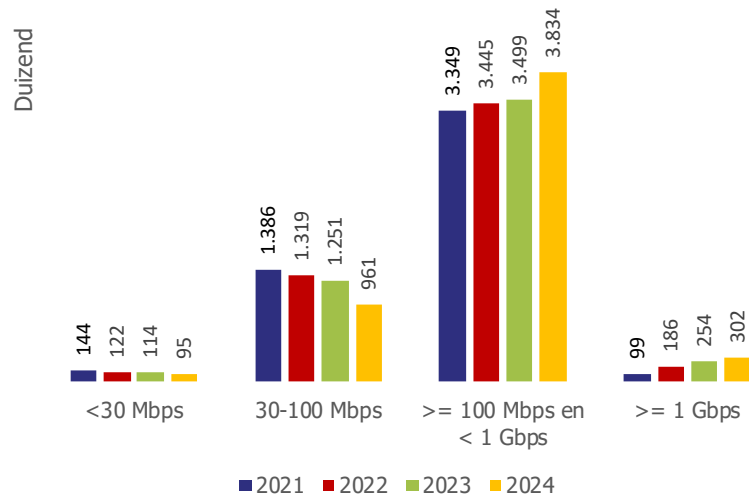


Figuur 33: Aantal wholesale breedbandlijnen per technologie (Bron: BIPT)

### 6.3.3. Transmissiesnelheden

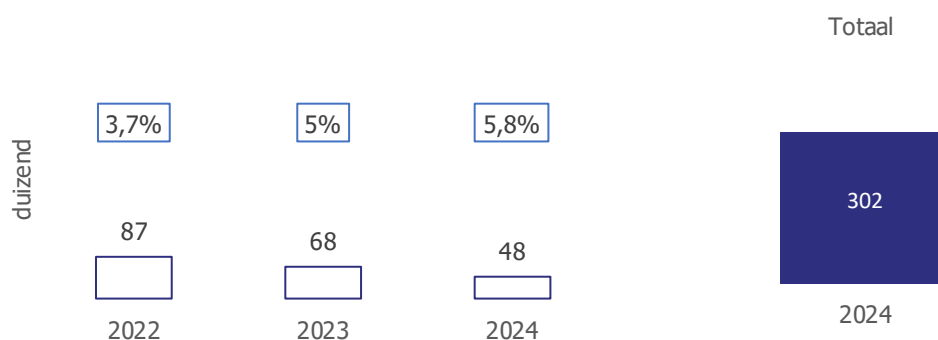
48. Op de vaste breedbandmarkt was er in 2024 opnieuw een sterke vraag naar verbindingen met hoge transmissiesnelheden. Eind 2024 werden er ongeveer 4,14 miljoen breedbandverbindingen verkocht met een geadverteerde transmissiesnelheid van minimaal 100 megabit per seconde. Dit komt neer op ongeveer 79,7% (2023: 73,3%) van alle vaste breedbandverbindingen (5,19 miljoen).

49. 302.131 verbindingen hadden een geadverteerde snelheid van minimaal 1 gigabit per seconde, terwijl ongeveer 95.215 verbindingen eind 2024 nog een maximale datasnelheid van minder dan 30 Mbps hadden. Dit laatste aantal is met 19.150 afgenomen ten opzichte van een jaar eerder.



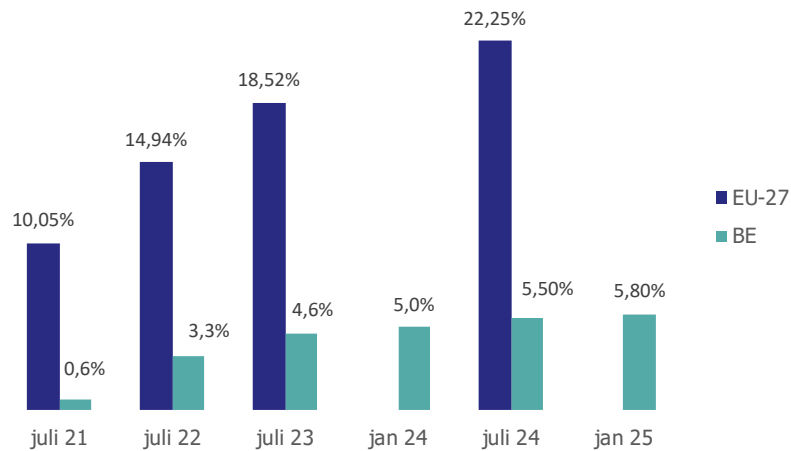
Figuur 34: Vaste breedbandverbindingen per snelheidscategorie (Bron: BIPT)

50. De groei van de categorie [ $\geq 100$  Mbps en  $< 1$  Gbps] met 334.978 is groter dan de toename van het aantal lijnen met een transmissiesnelheid van minstens 1 Gbps (+ 47.987). Met een aandeel van 5,8% van het totale aantal vaste breedbandlijnen eind 2024 blijft de adoptie van vast breedband met een snelheid van minstens 1 Gbps in België onder het EU-gemiddelde van 22,25% van juli 2024<sup>18</sup>.



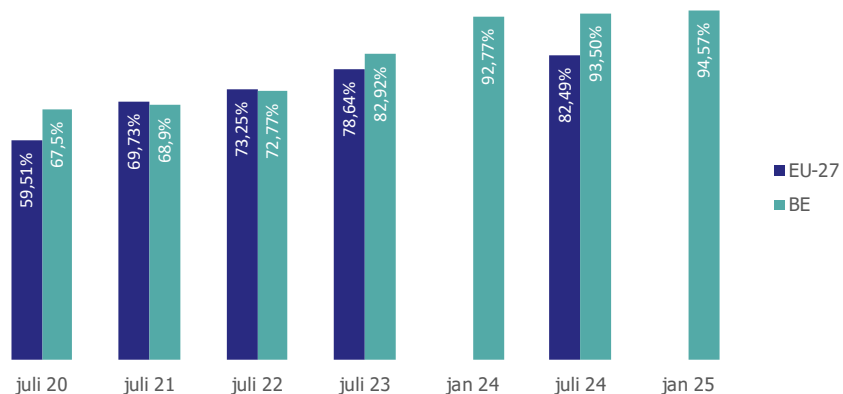
Figuur 35: Netto-toevoegingen lijnen  $\geq 1$  Gbps en aandeel in totaal vaste breedbandlijnen (Bron: BIPT)

<sup>18</sup> EU-gemiddelde van de DESI2025 (juli 2024 data)



*Figuur 36: Aandeel van vast breedband 1 gigabit in België en in de EU-27 (Bron: BIPT en EC)*

51. Op nationaal niveau kan de lage take-up van 1 gigabit niet worden verklaard door een trage uitrol van gigabitnetwerken via glasvezel en eurodocsis 3.1. België beschikt over goed ontwikkelde vaste netwerken met gigabitsnelheid. Eind 2024 had 94,57% van de Belgische huishoudens toegang tot een gigabitnetwerk, een stijging van 1,8 procentpunt ten opzichte van een jaar eerder. Bovendien ligt de gigabitdekking in België boven het EU-gemiddelde van 82,49% (in juli 2024).



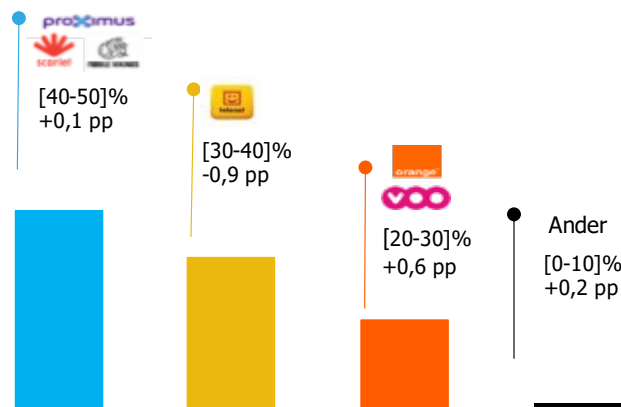
*Figuur 37: Gigabitdekking in BE en de EU-27, in % huishoudens (Bron: BIPT en EC)*

### 6.3.4. Marktaandeelen

52. De nationale markt voor vaste breedband wordt gedomineerd door drie spelers: Proximus, Orange/VOO en Telenet.

Van deze top drie is Telenet de enige aanbieder waarvan de verkoop van vaste breedbandaansluitingen op jaarbasis terugloopt, wat resulteert in een marktaandeelverlies van 0,9 procentpunt tot [30-40]%. Deze daling in aansluitingen, die in 2023 begon, is echter in de tweede helft van 2024 tot stilstand gekomen. Telenet schrijft dit keerpunt toe aan eindejaarspromoties voor convergente bundels met mobiel, evenals de nationale lancering van dergelijke bundels onder de merknaam BASE<sup>19</sup>.

Ondertussen versterken Proximus en Orange/VOO hun positie op de nationale markt en winnen zij op jaarbasis zowel in volume als in marktaandeel. De grootste groei is voor Orange/VOO, met een toename van 0,6 procentpunt tot een marktaandeel van [20-30]%. Proximus blijft echter de marktleider met een marktaandeel van [40-50]%, een stijging van 0,1 procentpunt.



*Figuur 38: Marktaandeelen op de nationale vaste breedbandmarkt, in volume (Bron: BIPT)*

<sup>19</sup> Zie persbericht Telenet voor Q4 2024.

53. Per gewest variëren de marktaandelen door infrastructuurverschillen en regulering.

In Vlaanderen zijn er 3 concurrenten actief op twee netwerken: Proximus opereert via het eigen koper- en glasvezelnetwerk, Telenet via zijn eigen kabelnetwerk en Orange/VOO maakt gebruik van het kabelnetwerk van Telenet. Op termijn wordt in een deel van Vlaanderen ook de uitrol van een glasvezelnetwerk door Digi verwacht, wat zou leiden tot vier aanbieders die concurreren via drie verschillende netwerken.

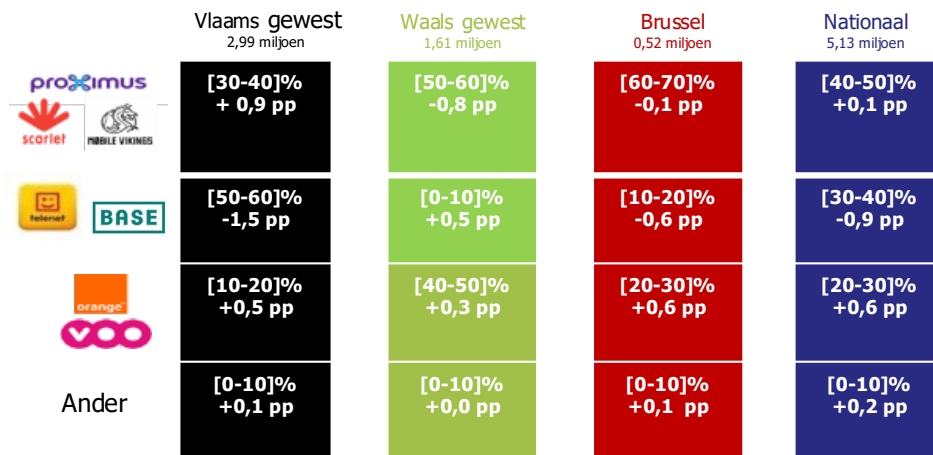
Telenet blijft, ondanks een verlies van 1,5 procentpunt aan marktaandeel, marktleider dankzij zijn historisch sterk ontwikkelde kabelnetwerk. Het afgenomen marktaandeel verschuift naar Proximus (+ 0,9 procentpunt) en Orange/VOO (+ 0,5 procentpunt). Dankzij de groei met 0,5 pp overschrijdt Orange/VOO voor het eerst de drempel van 10% marktaandeel.

Sinds 2016 heeft Orange zijn marktaandeel in Vlaanderen verder versterkt door breedbanddiensten aan te bieden via het kabelnetwerk van Telenet, een mogelijkheid die ontstond na de verplichte openstelling van dit netwerk voor concurrenten in 2010. Sedert juli 2023 vindt de verhuur van infrastructuur van Telenet aan Orange/VOO plaats in overeenstemming met een commerciële wholesale overeenkomst die gebaseerd is op de gereguleerde referentie-aanbieding van Telenet. De overeenkomst dateert van juli 2023 en biedt Orange/VOO en Telenet/Wyre (die het coaxnetwerk van Telenet overnam) gedurende 15 jaar wederzijdse toegang tot hun hybride-coaxiale (HFC) netwerken, evenals toegang tot hun toekomstige FTTH netwerken.

54. Ook in Wallonië zijn drie operatoren actief via twee netwerken: Proximus opereert via zijn eigen koper- en glasvezelnetwerk, Orange/VOO via zijn eigen kabelnetwerk, en sinds 2024 maakt Telenet gebruik van het kabelnetwerk van Orange/VOO.

Ondanks een marktaandeelverlies van 0,8 pp behoudt Proximus traditioneel de sterkste positie, mede dankzij zijn DSL-netwerk. De openstelling van het kabelnetwerk van VOO in 2010 en de overname van VOO door Orange in 2023 hebben Orange echter in staat gesteld om een sterkere concurrent te worden voor Proximus. In 2024 wint Orange/VOO 0,3 procentpunt aan marktaandeel en bereikt daarmee [40-50]%. Deze groei is iets minder dan in 2023 (+ 0,4 procentpunt), omdat Telenet in 2024 de retailmarkt voor vast breedband in Wallonië betrad en 0,5 pp extra marktaandeel verwerft.

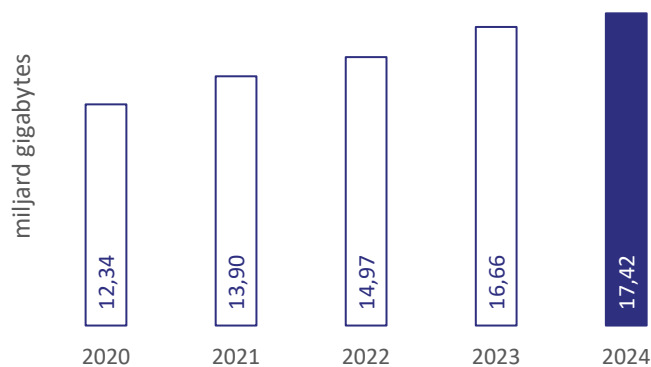
55. In Brussel, waar zowel Orange/VOO als Telenet hun eigen kabelnetwerk gebruiken voor vast breedband, blijft het marktaandeel van Proximus relatief stabiel tussen [60-70]%. Orange/VOO boekt een groei van 0,6 procentpunt en komt uit op [20-30]%, maar blijft aanzienlijk kleiner dan Proximus. De volledige marktaandeelgroei van Orange/VOO komt ten koste van Telenet dat zijn marktaandeel ziet afnemen met 0,6 procentpunt tot [10-20]%.



Figuur 39: Marktaandelen vast breedband per gewest en nationaal, in volume (Bron: BIPT)

### 6.3.5. Vast breedbandverkeer

56. In 2024 werd in totaal 17,42 miljard gigabytes<sup>20</sup> aan data verzonden via breedbandverbindingen in vaste netwerken in België<sup>21</sup>. Dit komt overeen met een gemiddeld verbruik van 289 gigabytes per vaste breedbandlijn per maand in 2024 (+ 11 gigabytes). Sinds 2020 is het datavolume met 41% toegenomen.



Figuur 40: Vast breedbandverkeer, in miljard gigabytes (Bron: BIPT)

<sup>20</sup> 1 miljard gigabytes = 1 exabyte

<sup>21</sup> Input van Proximus NV (inclusief Scarlet), Orange/VOO en Telenet

## 7. Mobiele diensten

### 7.1.1. Marktspelers

57. Eind 2024 hebben 18 MVNO's<sup>22</sup> een directe overeenkomst met Proximus, Orange of Telenet om gebruik te maken van het mobiele netwerk.
58. Op 11 december 2024 introduceerde DIGI mobiele spraak- en datadiensten voor de residentiële markt in België. Voorlopig wordt daarbij gebruikgemaakt van het mobiele netwerk van Proximus, op basis van een akkoord uit augustus 2023. De overeenkomst tussen Digi Communications Belgium en Proximus voor de levering van 4G-wholesalediensten blijft vijf jaar van kracht. Een soortgelijk akkoord werd gesloten met Citymesh Connect, dat actief is op de B2B-markt.

Ondertussen werken DIGI en Citymesh samen aan de uitrol van een eigen mobiel netwerk op basis van 5G-technologie. Dit netwerk moet tegen eind 2025 minstens 30% van de bevolking dekken, met een verdere uitbreiding naar 70% in 2028 en bijna volledige dekking tegen 2030.

De samenwerking met Proximus gaat verder dan alleen een nationale roaming-overeenkomst. In dit kader heeft Proximus ook antennesites ter overname beschikbaar gesteld aan InSky, het bedrijf dat verantwoordelijk is voor de uitrol van de infrastructuur van DIGI en Citymesh.

---

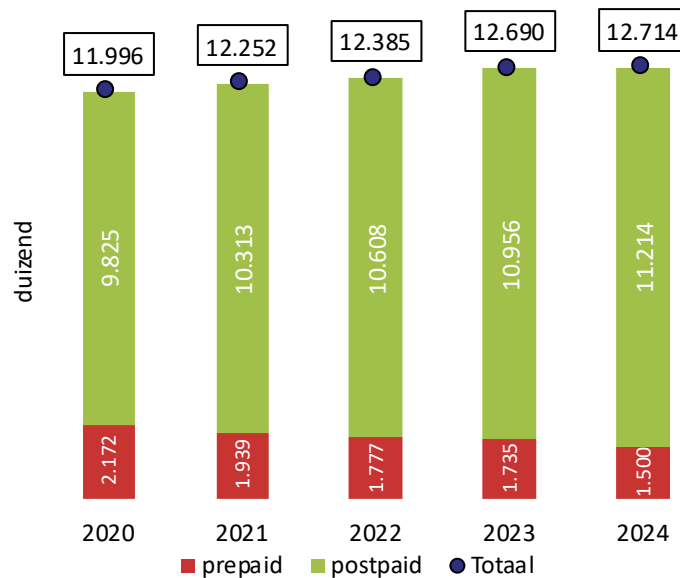
<sup>22</sup> Een virtuele mobiele netwerkoperaator (MVNO) is een telecombedrijf dat geen eigen radiospectrumlicentie heeft, maar toch mobiele telefoniediensten aanbiedt onder een eigen merknaam. Dit doen ze via het netwerk van een bestaande mobiele operator. Een light MVNO delegeert het operationele beheer van zijn netwerk aan de hostoperator. Een full MVNO hangt alleen af van de mobiele netwerkoperaator voor het netwerk van antennes en creëert een kernnetwerk met eigen infrastructuur.

De volgende bedrijven hebben een directe MVNO-overeenkomst: Astrid, Carrefour, Citymesh, Dstny, EDPnet, Fuzer, IP Nexia, Jan Mobile, LCRT, L-mobi, Lycamobile, Mega, Sewan, Transatel, Tellink, TelSmart, United Telecom en Yoin.

## 7.1.2. Mobiele verbindingen

### 7.1.2.1. Actieve simkaarten van individuen

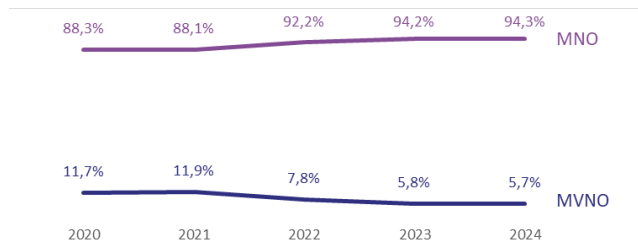
60. Eind 2024 waren er 12,71 miljoen actieve simkaarten in omloop, exclusief machine-to-machine (M2M) kaarten. Een simkaart wordt als actief beschouwd als deze in de afgelopen drie maanden is gebruikt (voor prepaid) of onderdeel is van een geldig contract (voor postpaid).



Figuur 41: Aantal actieve simkaarten per contracttype (Bron: BIPT)

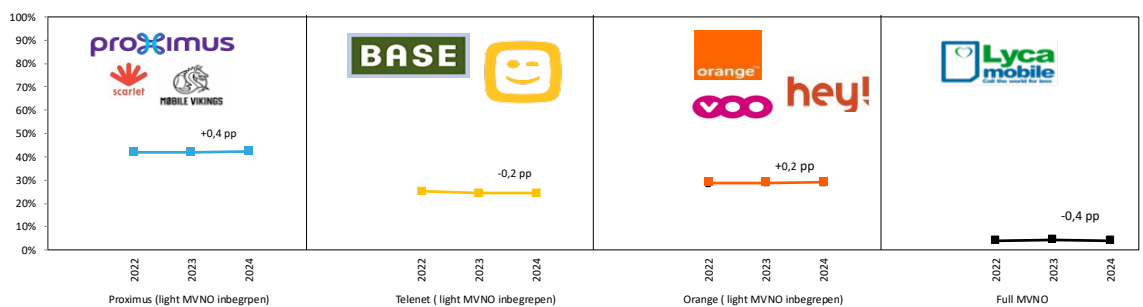
61. Er was een lichte verschuiving van 1,9 procentpunt van prepaid- naar postpaidkaarten. Tegen het einde van 2024 had 88,2% van de simkaarten (11,2 miljoen) een postpaidcontract, terwijl 11,8% (1,5 miljoen) een prepaidcontract had.
62. 5,28 miljoen postpaid simkaarten worden verkocht in combinatie met een vaste dienst. Deze convergente simkaarten vertegenwoordigen nu 47% van het totale aantal postpaid kaarten, een stijging van 1 procentpunt ten opzichte van het voorgaande jaar.

63. Na twee achtereenvolgende jaren waarin het marktaandeel van MVNO's in het totale aantal actieve simkaarten afnam<sup>23</sup>, blijft de verdeling tussen de netwerkkoperatoren Proximus, Orange en Telenet (inclusief hun submerken Scarlet, Mobile Vikings, Hey!telecom en BASE) en MVNO's in 2024 vrijwel onveranderd. Netwerkkoperatoren hebben eind 2024 94,3% (11,99 miljoen) van de simkaarten in bezit, terwijl MVNO's gezamenlijk een aandeel van 5,7% (0,73 miljoen) vertegenwoordigen.



Figuur 42: Aandeel MNO en MVNO (light + full) in het aantal actieve simkaarten (Bron: BIPT)

64. Inclusief hun submerken en light MVNO's zagen Proximus en Orange/VOO een toename in het aantal actieve simkaarten, terwijl Telenet een daling registreerde. Ook full MVNO Lycamobile verliest actieve simkaarten. Dit leidt tot een lichte verschuiving in de markt, waarbij Telenet (- 0,2 procentpunt) en Lycamobile (- 0,4 procentpunt) marktaandeel verliezen en de andere twee grote spelers hun positie versterken: Proximus wint 0,4 procentpunt marktaandeel, terwijl Orange/VOO met 0,1 procentpunt groeit. Ondanks deze verschuiving blijft de algemene marktaandeelverdeling ongewijzigd: Proximus behoudt een aandeel tussen 40 en 50%, terwijl Orange/VOO en Telenet elk een aandeel tussen de 20 en 30% vertegenwoordigen.

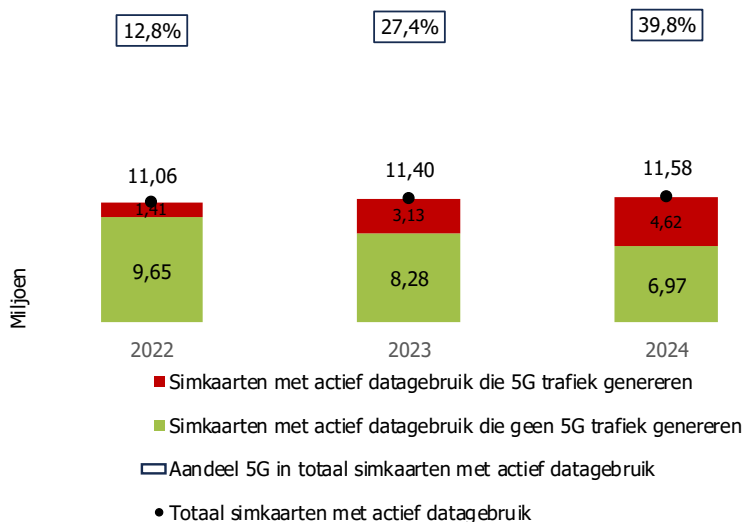


Figuur 43: Aantal actieve simkaarten per MNO/Full MVNO (Bron: BIPT)

<sup>23</sup> In 2022 zijn de gebruikers van full MVNO Mobile Vikings overgezet op het netwerk van Proximus ten gevolge van de overname in 2020. In 2023 werd gestart met de transfer van mobiele klanten van full MVNO VOO van het Telenet netwerk naar het netwerk van Orange Belgium, ingevolge de overname van VOO door Orange die werd afgerond op 2 juni 2023.

### 7.1.2.2. Simkaarten van individuen met actief datagebruik

65. De vraag naar mobiele dataconnectiviteit blijft groeien: eind 2024 zijn er 11,58 miljoen simkaarten met actief datagebruik<sup>24</sup>, een stijging van 181.000 ten opzichte van het voorgaande jaar.
66. 5G wordt steeds vaker gebruikt, maar is nog niet de dominante technologie. Eind 2024 genereert 39,8% van de simkaarten met actief datagebruik 5G-verkeer, tegenover 27,4% een jaar eerder. De verdere uitbreiding van de 5G-dekking stimuleert deze groei: in februari 2025 had 99,78% van de Belgische huishoudens toegang tot 5G, vergeleken met 87,5% in januari 2024<sup>25</sup>.



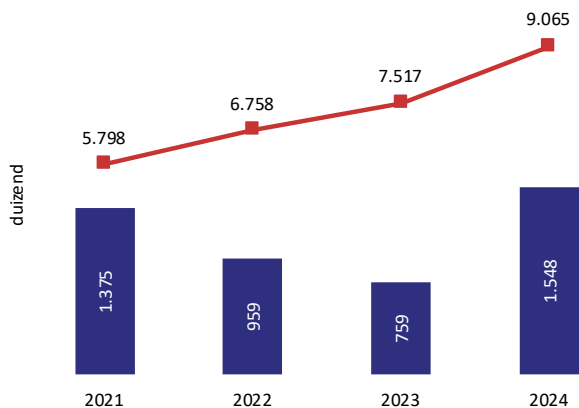
Figuur 44: Simkaarten van individuen met actief datagebruik en % kaarten die 5G verkeer genereren, exclusief m2m (Bron: BIPT)

<sup>24</sup> Data- en belabbonementen worden meegeteld als actief indien het abonnement in de afgelopen 3 maanden is gebruikt om een dataverbinding tot stand te brengen. Alle data-only abonnementen (abonnementen op speciale datadiensten via een mobiel netwerk die los van spraakdiensten worden aangeschaft, hetzij als een zelfstandige dienst (modem/dongle) of als een aanvullend datapakket voor spraakdiensten waarvoor een extra abonnement vereist is) met terugkerende abonnementskosten worden opgenomen als "actieve data-abonnementen", ongeacht het daadwerkelijke gebruik. Prepaid mobiele breedbandabonnementen vereisen actief gebruik als er geen maandelijks abonnement is.

<sup>25</sup> Bron: BIPT

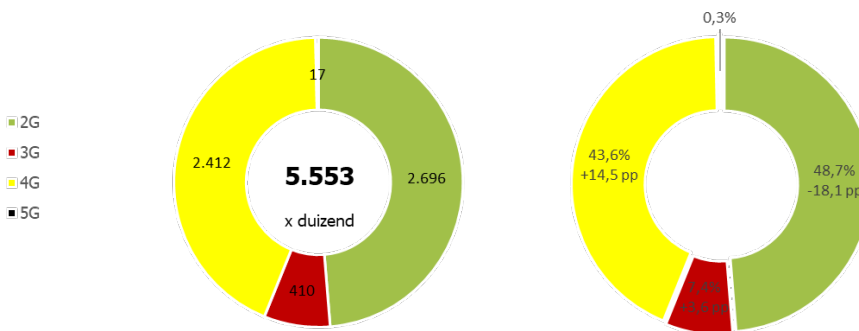
### 7.1.2.3. IoT-verbindingen

67. IoT-verbindingen, die fysieke objecten met het internet verbinden en gegevens verzamelen en uitwisselen, vertonen in 2024 een sterke groei: het groeipercentage bedraagt 21% per jaar, waardoor het totale aantal de grens van 9 miljoen overschrijdt. Machine-to-machine, een onderdeel van IoT, groeit met 1,54 miljoen simkaarten tot 8,54 miljoen.



Figuur 45: Aantal IoT-verbindingen, netto-toevoegingen en totaal (Bron: BIPT)

68. IoT-verbindingen maken gebruik van verschillende netwerken waaronder mobiele netwerken (2G/3G/4G/5G) en LPWA-netwerken (NB-IoT, LTE-M, SigFox, LoRa). Een toename met 17,6% brengt het aantal IoT-verbindingen op basis van een mobiel gelicentieerd netwerk op 5,54 miljoen. Binnen deze groep maakt 48,7% gebruik van 2G wat een aanzienlijke daling is ten opzichte van de 66,8% van een jaar eerder. Het gebruik verschuift naar 3G (+ 229.000 tot 410.000) en vooral naar 4G dat met iets meer dan 1 miljoen verbindingen groeit tot 2,4 miljoen. Het aantal IoT-verbindingen via 5G blijft met ongeveer 17.000 beperkt, wat overeenkomt met slechts 0,3% van het totaal.



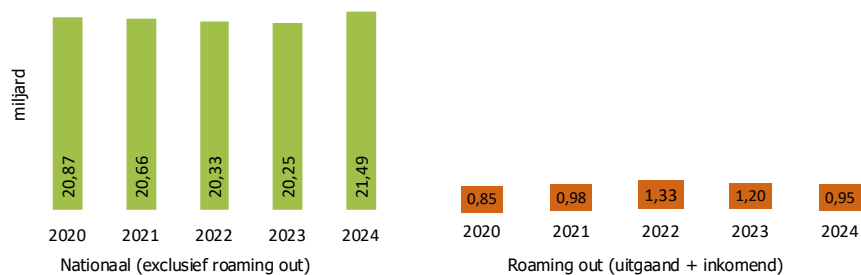
Figuur 46: Aantal IoT-verbindingen op basis van een mobiel netwerk met licentie en % aandeel (Bron: BIPT)

69. LPWA technologieën voor IoT-toepassingen die een laag energieverbruik en een brede dekking vereisen, worden in 2024 ook vaker ingezet. Met een totaal van 3,5 miljoen verbindingen vergroten ze hun marktaandeel op de totale IoT-markt tot 38,9%, vergeleken met 37,4% in 2023. Van deze verbindingen maken ongeveer 3 miljoen gebruik van een LPWA-netwerk dat een licentie vereist (NB-IoT en LTE-M).

### 7.1.3. Mobiel verkeer

#### 7.1.3.1. Spraak

70. In 2024 belden mobiele abonnees ongeveer 21,49 miljard minuten via het thuisnetwerk van hun Belgische provider. Daarnaast werden via roamingdiensten<sup>26</sup> van buitenlandse mobiele netwerken ongeveer 0,45 miljard minuten aan oproepen gemaakt en 0,50 miljard minuten aan oproepen ontvangen. Terwijl het gebruik van het thuisnetwerk in 2024 toeneemt (+ 1,25 miljard minuten), neemt het roamingverkeer sinds 2023 af (- 0,13 miljard in 2023 en - 0,25 miljard in 2024).

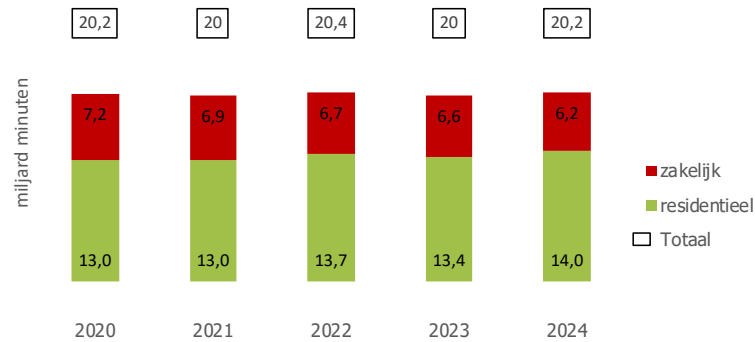


Figuur 47: Minuten mobiel spraakverkeer MNO en MVNO (Bron: BIPT)

71. De abonnees van de drie Belgische mobiele netwerkoperatoren (MNO<sup>27</sup>) zijn in 2024 goed voor 90,1% van het totale mobiele spraakverkeer, wat neerkomt op 20,2 miljard minuten. Dit betekent opnieuw een stijging (+ 0,23 miljard minuten), nadat het mobiele spraakverkeer van de MNO's in 2023 nog een daling kende van 0,37 miljard minuten. Van het totaal hebben 14 miljard minuten betrekking op de residentiële markt en 6,22 miljard minuten op de zakelijke markt. In de afgelopen 4 jaar is het aandeel van de residentiële markt gestegen van 64% naar 69%.

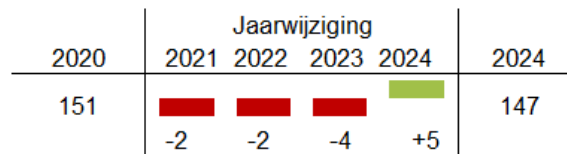
<sup>26</sup> Mobiele abonnees maken voor het plaatsen en ontvangen van oproepen gebruik van roamingdiensten wanneer zij zich buiten het bereik van hun eigen netwerk bevinden.

<sup>27</sup> Proximus (Proximus NV inclusief Scarlet, exclusief Mobile Vikings), Telenet en Orange (exclusief VOO)



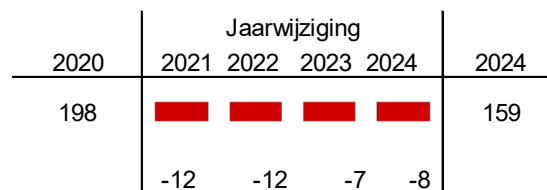
Figuur 48: Mobiel spraakverkeer van MNO per split residentieel – zakelijk (Bron: BIPT)

72. Met gemiddeld 147 minuten per maand is het mobiele spraakverkeer per actieve simkaart bij de MNO's weer op het niveau van twee jaar geleden, nadat het in 2023 lichtjes was gedaald tot 143 minuten per maand.

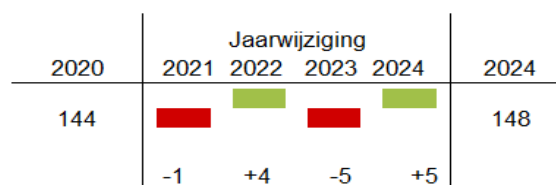


Figuur 49: Gemiddeld maandelijks mobiel spraakverkeer in minuten, MNO (Bron: BIPT)

73. De zakelijke markt blijft een neerwaartse trend vertonen (- 8 minuten tot 159 minuten/maand) , terwijl in de residentiële markt het gemiddelde maandelijks mobiele spraakvolume zich herstelt tot het niveau van 2023 (148 minuten/maand).



Figuur 50: Gemiddeld maandelijks mobiel spraakverkeer op de zakelijke markt in minuten, MNO (Bron: BIPT)

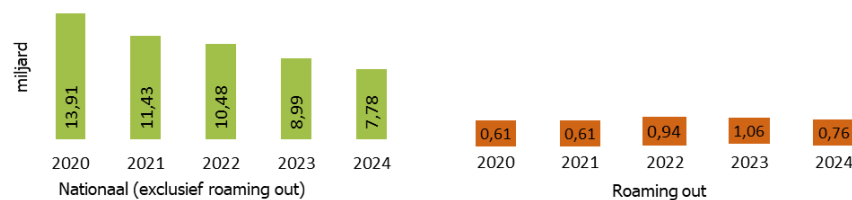


Figuur 51: Gemiddeld maandelijks mobiel spraakverkeer op de residentiële markt in minuten, MNO (Bron: BIPT)

74. Voor spraakoproepen kan een mobiele telefoon automatisch overschakelen naar VoWiFi (Voice over Wi-Fi) in plaats van het klassieke mobiele netwerk te gebruiken. Deze technologie is vooral handig op locaties waar het mobiele signaal zwak is, maar een goede wifi-verbinding beschikbaar is. Daarnaast kan VoWiFi kostenbesparend zijn, aangezien de gebruikte internetverbinding meestal al inbegrepen is in het bestaande internetabonnement, zonder extra kosten voor de oproepen. In 2024 werden in België meer dan 1,5 miljard mobiele gespreksminuten via wifi gegenereerd. Dit komt neer op ongeveer 6,4% van de totale mobiele gespreksminuten die op een Belgisch mobiel netwerk ontstaan.

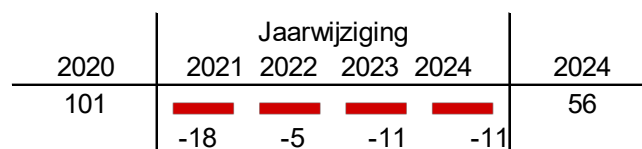
### 7.1.3.2. Sms

75. Sinds de piek in 2013, toen er maar liefst 24,96 miljard sms'jes werden verstuurd via het thuisnetwerk, is er jaarlijks een duidelijke daling in het gebruik van sms te constateren. Deze terugloop wordt gestimuleerd door de groei van smartphones met mobiele data en de toenemende populariteit van instant messaging-apps. In 2024 zet deze trend zich voort: het aantal verstuurd sms'jes afkomstig van een Belgisch netwerk (exclusief roaming) daalt met 1,21 miljard tot een totaal van 7,78 miljard. Daarnaast verzenden en ontvangen Belgische abonnees via buitenlandse mobiele netwerken in 2024 gezamenlijk 0,76 miljard sms-berichten – een daling van 0,3 miljard vergeleken met het voorgaande jaar.



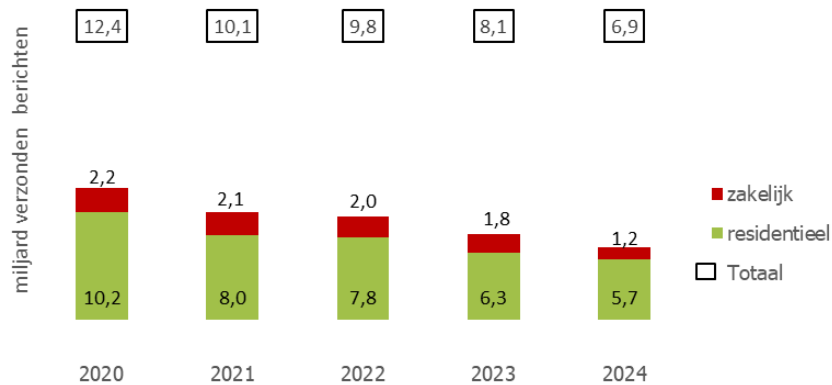
Figuur 52: Aantal sms-berichten MNO en MVNO (Bron: BIPT)

76. Het gemiddeld sms-gebruik per actieve simkaart valt in 2024 terug tot 56 berichten per maand, een daling van 11 berichten per maand ten opzichte van het jaar daarvoor.



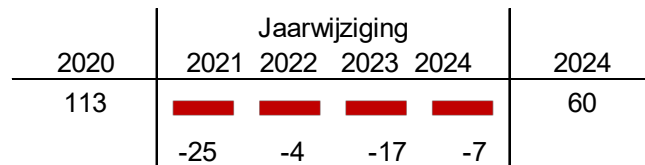
Figuur 53: Gemiddeld maandelijks aantal sms-berichten per actieve simkaart, MNO en MVNO (Bron: BIPT)

77. Het aantal sms-berichten verstuurd door abonnees van de drie Belgische mobiele netwerkoperatoren (MNO) daalt in 2024 met 1,12 miljard naar 6,88 miljard sms'jes. Op de residentiële markt, die goed is voor 83% van het totale volume, vermindert het aantal verstuurd sms'jes met 0,59 miljard tot 5,71 miljard. De zakelijke markt laat een daling zien van 0,62 miljard, wat resulteert in een totaal van 1,17 miljard verstuurd sms'jes.



Figuur 54: Aantal verzonden sms'jes per split residentiële-zakelijk (Bron: BIPT)

78. Per residentiële actieve simkaart worden gemiddeld 60 sms-berichten per maand verstuurd, 7 minder dan een jaar voordien. Het volume verstuurd sms-berichten op de zakelijke markt is beduidend lager met 30 sms-berichten (- 16 in 2024).



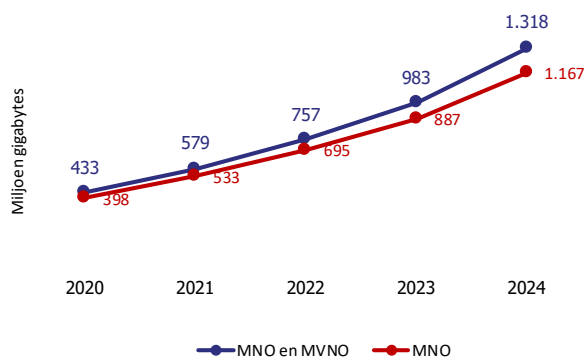
Figuur 55: Gemiddeld verzonden sms'jes per maand op de residentiële markt, MNO (Bron: BIPT)



Figuur 56: Gemiddeld verzonden sms'jes per maand op de zakelijke markt, MNO (Bron: BIPT)

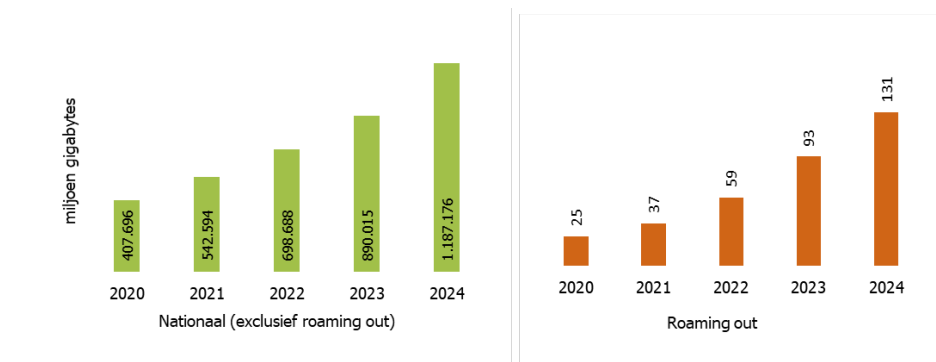
### 7.1.3.3. Mobiele data (exclusief m2m)

79. De mobiele datavolumes blijven sterk toenemen. Gegevens verzameld door het BIPT voor 2024 suggereren dat er 1.318 miljoen GB aan data werd verzonden, tegenover 983 miljoen GB in 2023. Dit komt overeen met een stijging van 34%. Bijna 89% van het dataverkeer komt van mobiele abonnees van de netwerkoperatoren. Het aandeel van de mobiele virtuele operatoren in het totale mobiele datavolume is sinds 2020 toegenomen, van 8% naar 11,5%.



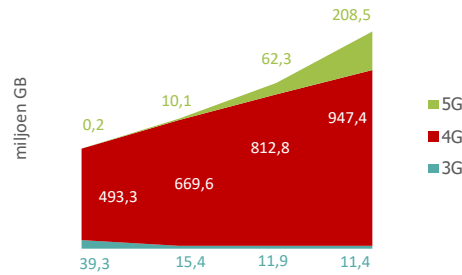
Figuur 57: Mobiel dataverkeer, in miljoen gigabytes (Bron: BIPT)

80. Mobiele abonnees gebruikten 1.187 miljoen GB aan mobiele data op het thuisnetwerk, terwijl via roamingdiensten 131 miljoen GB werd verbruikt.



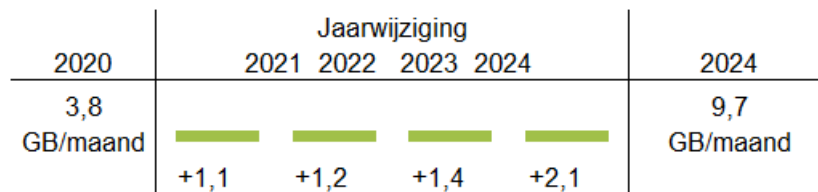
Figuur 58: Mobiel dataverbruik, MNO (Bron: BIPT)

81. MNO-abonnees genereerden 89% van het totale mobiele dataverkeer, goed voor 1.167 miljoen GB. In 2024 verloopt nog slechts 1% van dit dataverkeer via het 3G-netwerk. Ook het aandeel van 4G – nog steeds het meest gebruikte netwerk – neemt verder af: van 96,3% in 2022 naar 91,6% in 2023 en 81,2% in 2024. Tegelijkertijd blijft 5G terrein winnen, met een stijging van 7% naar 17,9%.



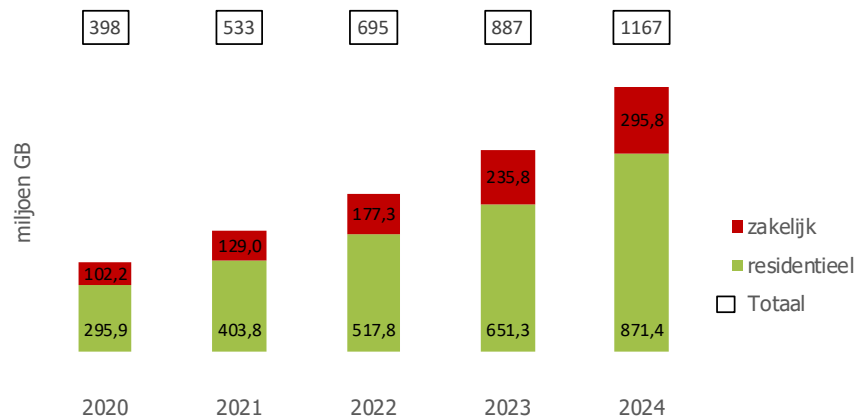
Figuur 59: Mobiel dataverbruik per technologie, MNO (Bron: BIPT)

82. In 2024 verbruikte een simkaart met actief datagebruik van de MNO's gemiddeld 9,7 GB mobiele data per maand – een stijging van 2,1 GB vergeleken met 2023.



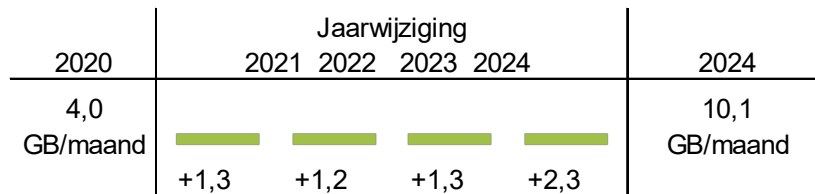
Figuur 60: Gemiddeld mobiel dataverbruik, MNO (Bron: BIPT)

83. De residentiële markt is verantwoordelijk voor 78,6% van de toename in mobiel dataverkeer, goed voor een stijging van 220 miljoen GB tot 871,4 miljoen GB. Op de zakelijke markt neemt het dataverkeer toe met 60 miljoen GB, wat het totaal op 296 miljoen GB brengt.

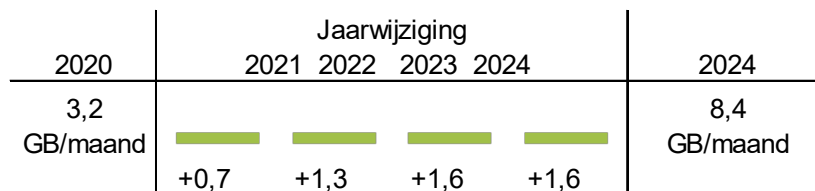


Figuur 61: Mobiel dataverkeer per split residentieel/zakelijk, MNO (Bron: BIPT)

84. Het gemiddeld maandelijks mobiel dataverbruik stijgt op zowel de residentiële (+ 2,3 GB) als de zakelijke markt (+ 1,6 GB), maar blijft duidelijk hoger bij residentiële gebruikers. Zij verbruiken gemiddeld 10,1 GB per maand, tegenover 8,4 GB op de zakelijke markt.



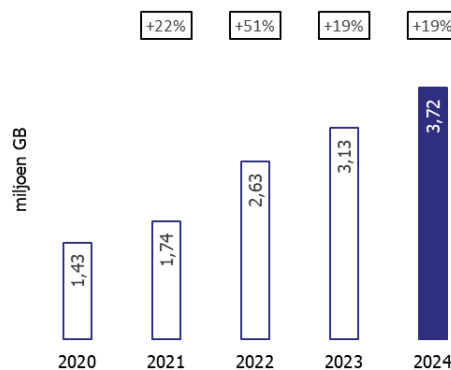
*Figuur 62: Gemiddeld maandelijks mobiel dataverbruik per simkaart met actief datagebruik op de residentiële markt, MNO (Bron: BIPT)*



*Figuur 63: Gemiddeld maandelijks dataverbruik per simkaart met actief datagebruik op de zakelijke markt, MNO (Bron: BIPT)*

#### 7.1.3.4. M2M-verkeer

85. Het m2m<sup>28</sup>-verkeer, een van de fundamenteën van het bredere IoT (internet of things), groeit in 2024 met 19% tot 3,72 miljoen GB.

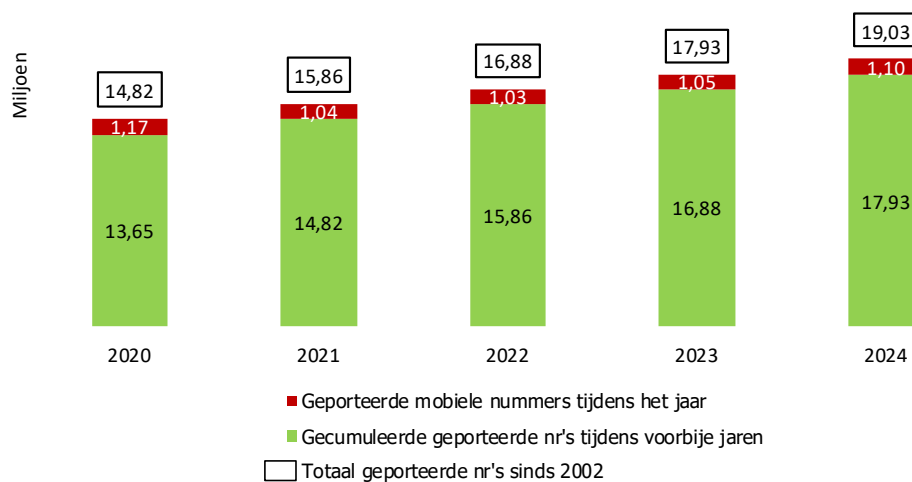


*Figuur 64: M2M-verkeer (Bron: BIPT)*

<sup>28</sup> M2M (machine-to-machine) is een communicatietechnologie waarmee data op een automatische wijze wordt getransfereerd tussen apparatuur en toepassingen met geen of weinig menselijke interactie.

#### 7.1.4. Mobiele nummeroverdraagbaarheid

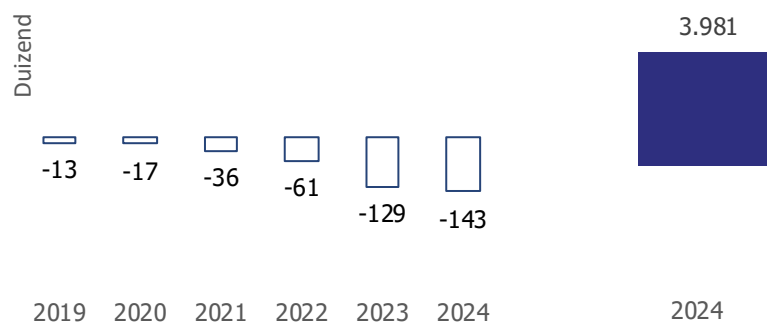
86. In 2024 werden 1.102.751 mobiele nummers overgedragen bij het wisselen van provider, wat overeenkomt met 8,7% van het totale aantal actieve simkaarten. Dit percentage ligt 0,5 procentpunten hoger dan in 2023.



*Figuur 65: Geporteerde mobiele nummers  
(Bron: VZW nummeroverdraagbaarheid en BIPT)*

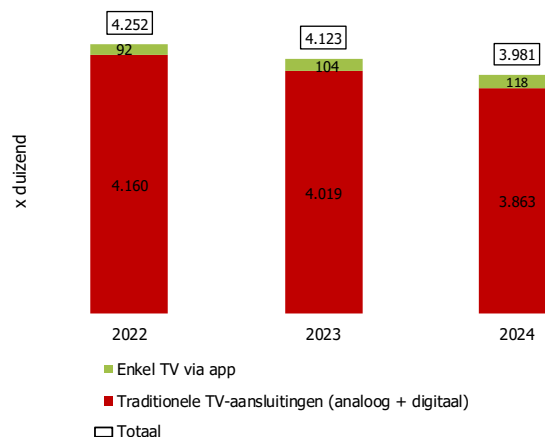
## 8. Tv-aansluitingen

88. In 2024 is het aantal tv-aansluitingen (exclusief satelliet) bij telecomoperatoren verder afgenomen, met een daling van 3,5%. Dit is het scherpste verlies sinds 2019. Over de voorbije zes jaar bedraagt de totale terugval 9,1%. Deze evolutie wordt in belangrijke mate verklaard door de toenemende populariteit van streamingdiensten, zowel via gratis applicaties van publieke en commerciële omroepen (zoals Auvio, RTL Play, VRT MAX en GoPlay) als via betalende platformen (zoals Netflix, Disney+ en Streamz).



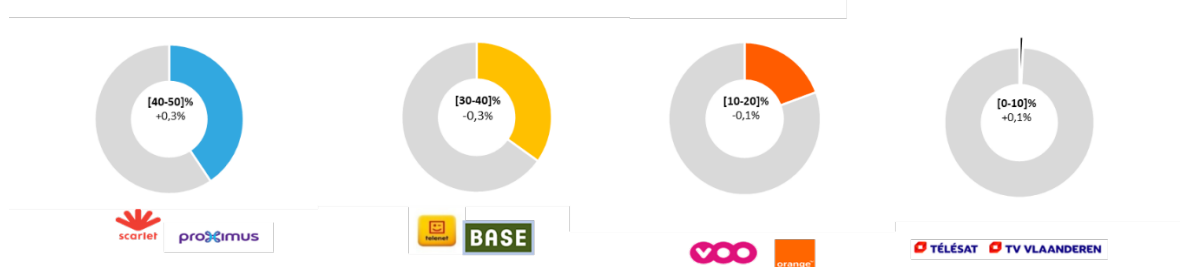
Figuur 66: Aantal tv-aansluitingen, exclusief satelliet (Bron: BIPT)

89. De eigen streamingaanbiedingen van de telecomoperatoren – via een applicatie zonder gebruik van een decoder – kennen een beperkte groei. In 2024 stijgt het aantal van deze aansluitingen met 13.704 tot 118.000. Het merendeel van de tv-aansluitingen bij telecomoperatoren (97%) blijft gebaseerd op klassieke televisie, voornamelijk digitaal via een decoder.



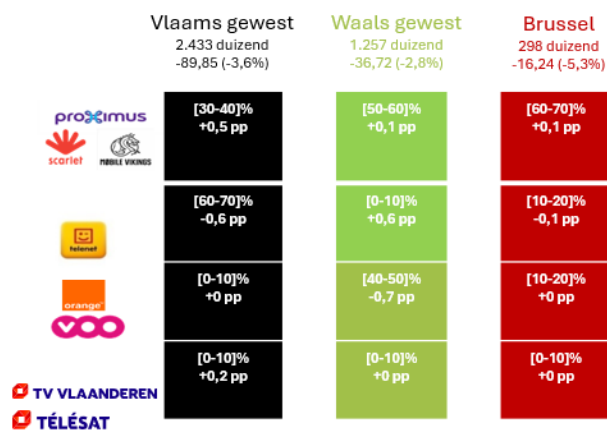
Figuur 67: Tv-aansluitingen telecomoperatoren (Bron: BIPT)

90. In 2024 zetten de nationale marktaandelen van de telecomoperatoren voor televisie de trends van de voorbije jaren voort, met een verschuiving van marktaandeel (0,3 pp) van Telenet naar Proximus NV (inclusief Scarlet).



Figuur 68: Nationale marktaandelen tv-aansluitingen, in volume (Bron: BIPT)

91. In Vlaanderen blijft de daling van het marktaandeel van Telenet aanhouden (- 0,6 procentpunt), terwijl Proximus N.V. (inclusief Scarlet) opnieuw terrein wint (+ 0,5 procentpunt). Ondanks deze verschuiving blijft Telenet in Vlaanderen marktleider met een aandeel van meer dan 60%.
92. In Brussel blijft de situatie stabiel, met weinig beweging in de marktaandelen. Proximus N.V. (inclusief Scarlet) behoudt er zijn positie als grootste aanbieder, met een marktaandeel van meer dan 60%.
93. Sinds juni 2024 treedt BASE, een merk van Telenet, op als nieuwe speler op de Waalse markt voor televisie en vast internet. Daarmee gaat BASE de concurrentie aan met gevestigde aanbieders zoals Orange/VOO en Proximus N.V. (inclusief Scarlet). De diensten worden aangeboden via het netwerk van VOO/Orange, op basis van een wholesaleovereenkomst uit 2023. Door de komst van BASE weet Telenet zijn marktaandeel met 0,6 procentpunt te vergroten ten koste van Orange/VOO.

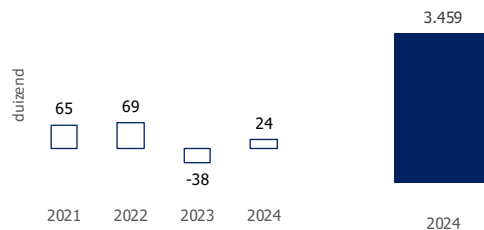


Figuur 69: Marktaandelen tv, in volume (Bron: BIPT)

## 8.1. Bundels particuliere markt

### 8.1.1. Volume

94. Na de eenmalige terugval in 2023 (- 38.383) is in 2024 opnieuw een lichte groei zichtbaar (+ 24.302) in het aantal bundels<sup>29</sup> waarin meerdere diensten – zoals vast breedband, vaste telefonie, tv en mobiele diensten – worden gecombineerd. Het totaal komt daarmee uit op 3,46 miljoen bundels.



*Figuur 70: Volume bundels op de residentiële markt: netto-toevoegingen en einde jaar (Bron: BIPT)*

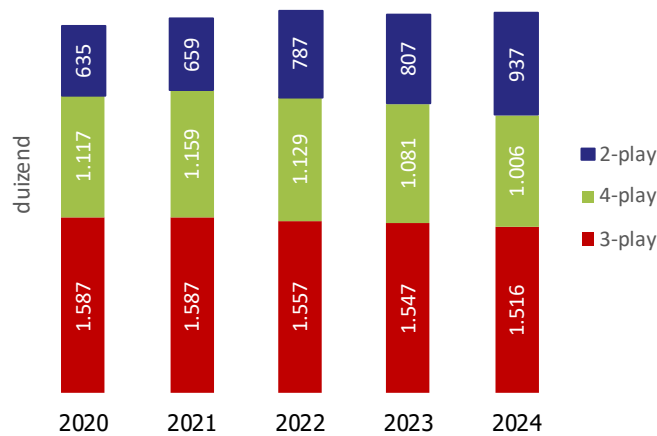
### 8.1.2. Bundels per x-play en per bundelcombinatie

95. Gebundelde producten met drie diensten zijn nog steeds het meest gebruikelijk, goed voor ongeveer 1,52 miljoen bundels. Voor het tweede jaar op rij valt er wel een daling op te merken van het aantal 3-play bundels: - 2% of - 31.364 bundels. De meeste van deze 3-play-bundels bestaan uit een vaste breedbandverbinding naast mobiele diensten en een tv-aansluiting (63%). Deze combinatie zit duidelijk in de lift: + 59.746 tot 950.155 bundels. De klassieke triple play-combinatie – vast internet, televisie en vaste telefonie – verliest aan belang (- 84.996 tot 550.041) mede doordat vaste telefonie steeds minder relevant wordt.

<sup>29</sup> Bundels zijn commerciële aanbiedingen van twee of meer van de volgende diensten: (1) vaste breedband, (2) vaste telefonie, (3) mobiele diensten (spraak en/of breedband) en (4) tv.

Bundels zijn:

- zuivere bundels, bestaande uit diensten die individueel niet beschikbaar zijn;
- combinaties van koppelende en gekoppelde diensten bestaande uit een dienst waarvan de verkoop afhankelijk wordt gesteld van de aankoop van een andere dienst. Het eerste product wordt het "koppelende product" genoemd en het tweede het "gekoppelde product".
- gemengde bundels die diensten combineren die afzonderlijk beschikbaar zijn, maar waarvan de gezamenlijke aankoop wordt aangemoedigd door het verlenen van permanente gunstige voorwaarden die niet verkrijgbaar zijn wanneer de diensten afzonderlijk worden aangekocht. Deze voorwaarden kunnen betrekking hebben op kortingen of op niet-monetaire voordelen (bijv. verhoogd datagebruik). Tijdelijke promoties en geschenken dienen buiten beschouwing te worden gelaten.



Figuur 71: Aantal bundels per x-play (Bron: BIPT)

**3-play**

1. Vast BB + TV + mobiel	950.155	+ 59.746
2. Vast BB + TV + vaste tel	550.041	- 84.966
3. Vast BB + vast TEL + mobiel	9.990	- 3.477
4. Vast TEL + TV+ mobiel	5.475	- 2.637

Figuur 72: Volume 3-play bundels per bundelcombinatie (Bron: BIPT)

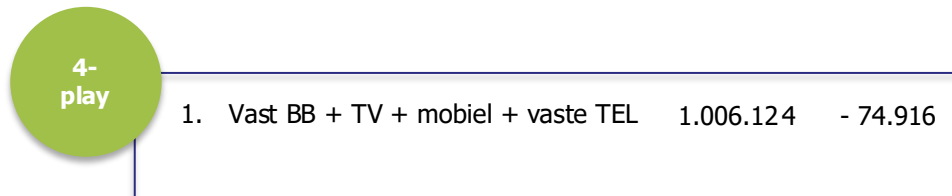
96. Hoewel 3-play bundels traditioneel populair zijn, kiezen consumenten in 2024 steeds vaker voor 2-play bundels. Daarbij gaat de voorkeur opvallend vaak uit naar combinaties zonder televisie. Steeds meer mensen beperken zich tot vast en mobiel breedband, wat leidde tot een toename met 156.451 van deze bundels tot een totaal van 479.556. Tegelijkertijd verliest de op één na populairste 2-play combinatie, namelijk internet en televisie, terrein: het aantal daalde met 17.878 tot 368.782.

**2-play**

1. Vast BB + mobiel	479.556	+156.451
2. Vast BB + TV	368.782	- 17.878
3. Vast TEL + TV	63.849	- 1.821
4. Vast BB + vast TEL	28.734	- 18.572
5. Vast TEL + mobiel	123	- 2.052
6. TV + mobiel	289	- 23

Figuur 73: Volume 2-play bundels per bundelcombinatie (Bron: BIPT)

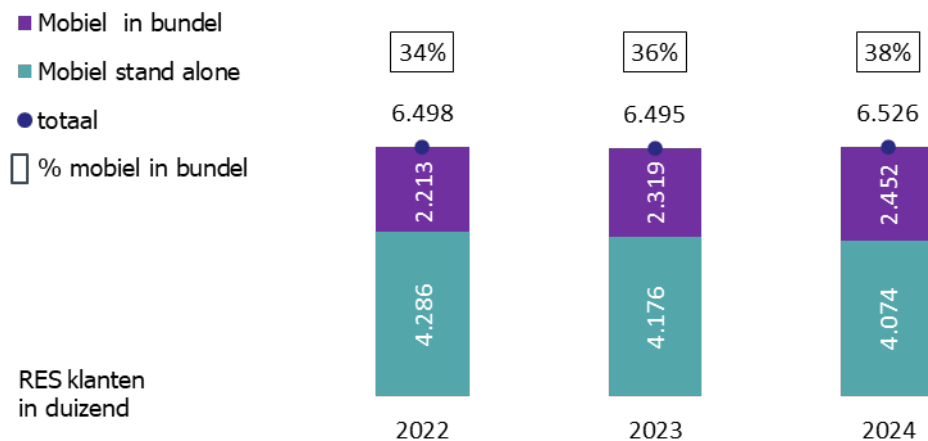
97. In 2024 daalde het aantal 4-play bundels met 74.916, tot iets meer dan één miljoen. Waar deze bundels vroeger aantrekkelijk waren door kortingen en het gemak van één aanbieder, zet de dalende trend zich sinds 2022 duidelijk door. Steeds meer consumenten kiezen voor gepersonaliseerde formules die beter aansluiten bij hun specifieke behoeften. De groei van streamingdiensten, die leidt tot minder traditionele tv-aansluitingen, en het afnemende gebruik van vaste telefonie dragen bij aan deze evolutie.



Figuur 74: Volume 4-play bundels (Bron: BIPT)

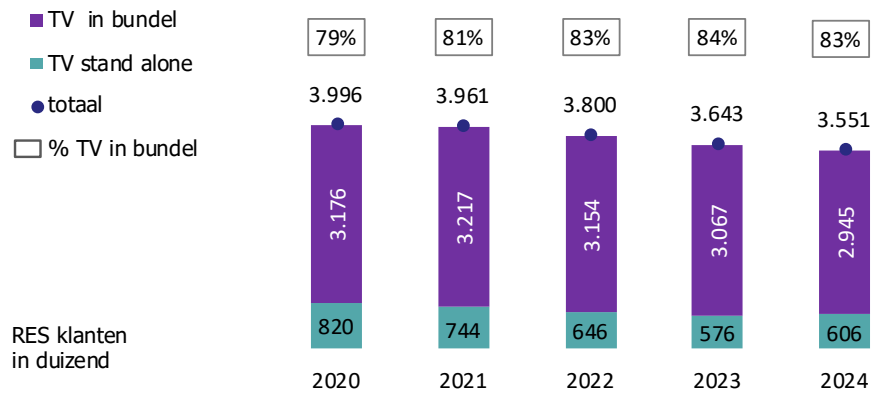
### 8.1.3. Diensten binnen een bundel

98. De verkoop van mobiele diensten binnen bundels blijft gestaag toenemen: 70,9% van alle bundels bevat inmiddels een mobiele component, een stijging van 3,4 procentpunt. Ook ten opzichte van het totale aantal residentiële klanten met een mobiele dienst is er groei zichtbaar: het aandeel dat zijn mobiele dienst via een bundel afneemt, stijgt met 2 procentpunt tot 38%.



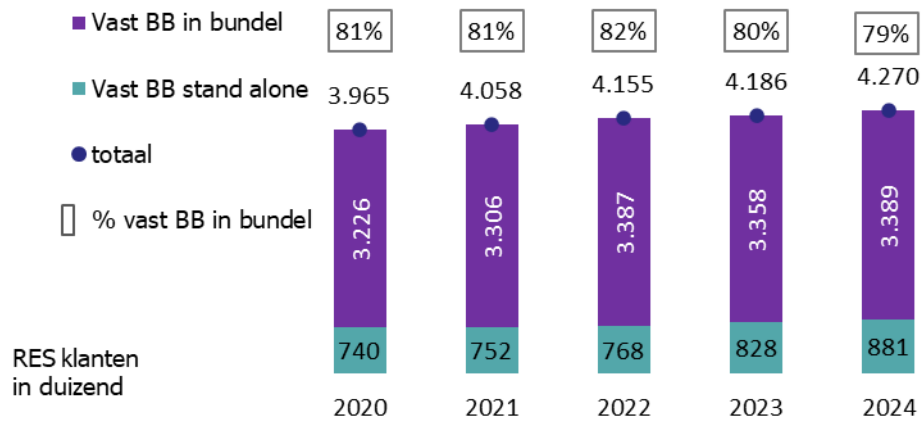
Figuur 75: Residentiële klanten met mobiele diensten, standalone en in bundel (Bron: BIPT)

99. Voor vast breedband en televisie is het omgekeerde waar. In 2024 daalde het aantal bundels met televisie met maar liefst 122.525, waardoor het aandeel tv-klanten dat televisie via een bundel afneemt met 1 procentpunt zakt naar 83%.



Figuur 76: Residentiële klanten met tv, standalone en in bundel (Bron: BIPT)

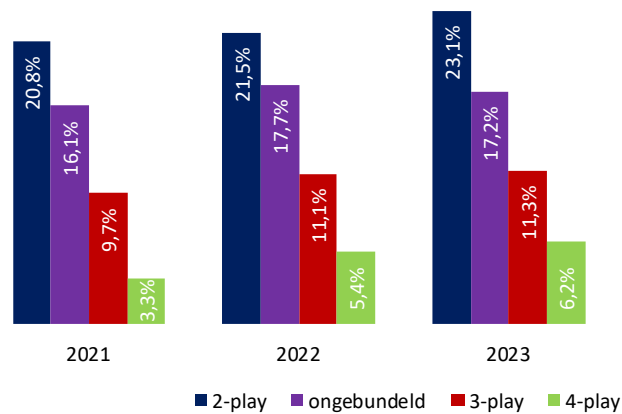
100. Ook het aandeel vast breedband in bundels neemt licht af, van 80% naar 79%. Hoewel het aantal bundels nog steeds groeit met 30.835, wordt deze groei overtroffen door de sterkere verkoop van standalone breedband, die met 53.013 stijgt.



Figuur 77: Aantal residentiële klanten met vast breedband, standalone en in bundel (Bron: BIPT)

### 8.1.4. Klantverloop bundels

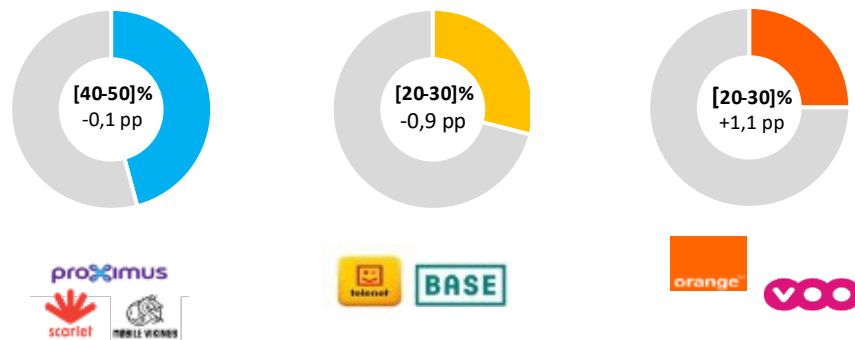
101. In 2024 daalt de loyaliteit van particuliere klanten met ongebundelde diensten aanzienlijk. De churn van ongebundelde diensten stijgt van 17,2% naar 22,5% van het gemiddelde klantenbestand, wat aangeeft dat de klanten sneller geneigd zijn van provider te wisselen en de markt voor telecomdiensten die los worden verkocht meer concurrentie kent. Bij bundels daarentegen is er juist een tegenovergesteld effect. Voor zowel 2-play, 3-play als 4-play bundels daalt het percentage van de klanten dat zijn operator verlaat.



Figuur 78: Churnpercentage per x-play (Bron: BIPT)

### 8.1.5. Marktaandelen in volume

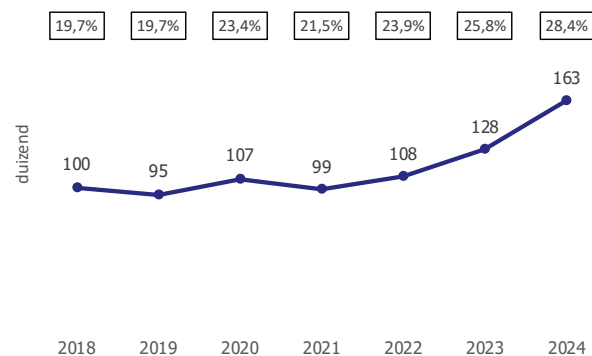
102. Door de terugval in de bundelverkoop bij Telenet verschuift marktaandeel van Telenet (- 0,9 pp) naar Orange/VOO (+ 1,1 pp), waardoor beide spelers eind 2024 elk een marktaandeel tussen 20 en 30% hebben.



Figuur 79: Marktaandelen bundelmarkt, in volume (Bron: BIPT)

## 9. Klantverloop via easy switch

103. In juli 2017 werd de Easy Switch-procedure geïntroduceerd om de overstap naar een andere vaste telecomoperator te vergemakkelijken voor klanten met een afzonderlijk abonnement voor vast internet of tv (1-play), evenals voor klanten met een combinatieaanbod (multiplay) waarbij minstens vast internet of tv is inbegrepen. Met Easy Switch geeft de klant de nieuwe operator toestemming om het contract bij de vorige operator op te zeggen zodra de nieuwe diensten zijn geactiveerd. Dit betekent dat de klant zelf geen opzegging meer hoeft te regelen. Deze procedure is van toepassing voor abonnees die een tariefplan voor residentieel gebruik hebben gekozen.
104. In 2024 maakten 162.724 residentieële klanten (huishoudens) de overstap naar Proximus, Telenet en Orange/VOO via de easy switch-procedure. Dat is een stijging van 34.602 klanten ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze overstappers via Easy Switch vertegenwoordigen 28,4% van het totale aantal nieuwe residentieële klanten voor vast internet en/of tv.



*Figuur 80: Acquisities residentieële klanten via easy switch en aandeel in totale acquisities voor vast breedband en/of televisie (Bron: BIPT)*

105. Sinds oktober 2023 is de Easy Switch-procedure ook beschikbaar voor gebruikers van een standaardtariefplan voor bedrijven. Dit is een tariefplan dat niet onderhandelbaar is: de prijs en andere parameters zijn vastgesteld en kunnen niet worden besproken. Over het algemeen zijn deze tariefplannen beschikbaar op de website van de operator. In 2024 kozen 19.019 zakelijke klanten voor een nieuwe telecomoperator – Proximus, Telenet of Orange/VOO – via de easy switch-regeling. Zij vertegenwoordigen 18% van het totaal aantal nieuwe zakelijke klanten voor vast internet en/of tv<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> Het totaal omvat zowel klanten die van operator wisselden als bestaande klanten die hun diensten uitbreiden met vast internet en/of televisie bij dezelfde operator.