

“Maximumsnelheid” volstaat niet! Breedbandproviders moeten duidelijke informatie verstrekken over hun producten en services, zegt de FTTH Council Europe

Door Hartwig Tauber, directeur-generaal van de FTTH Council Europe

BRUSSEL, 22 JANUARI 2013 – Zou u het fijn vinden als een supermarkt u een volle liter melk zou aanrekenen en u thuis zou vaststellen dat de fles maar half gevuld is? Natuurlijk niet! Toch mogen breedbandproviders de consument de volle prijs aanrekenen voor een snelheid “tot”, ongeacht of ze die kunnen leveren of niet.

Internetproviders houden vol dat een “maximumsnelheid” de enige manier is waarop ze breedband kunnen adverteren gezien het drukke verkeer op het internet en de technische beperkingen van het netwerk. Maar klopt die bewering wel?

Het is nochtans technisch mogelijk voor internetproviders om de beloofde snelheden te leveren... wanneer ze gebruik maken van FTTH (fibre to the home). Een goed ontworpen glasvezelnetwerk is fysisch in staat om 100% van de geadverteerde snelheid te leveren. Dit in tegenstelling tot telefoonkabels waarvan het vermogen om ultrasnelle elektronische signalen te vervoeren afneemt naarmate de eindgebruiker verder verwijderd is van de telefooncentrale, of televisiekabelnetwerken die de breedbandcapaciteit over alle gebruikers in de buurt moeten verdelen.

Studies hebben zelfs aangetoond dat FTTH-gebruikers vaak een **hogere** snelheid krijgen dan was aangekondigd. Breedbandperformantie-specialist Samknows mat de internetsnelheden in de VS voor de Federal Communications Commission (FCC) en ontdekte dat DSL-netwerken tijdens de piekperioden gemiddeld downloadsnelheden leverden die slechts 84% bedroegen van de geadverteerde snelheid. Dit was bij kabelnetwerken 99% en bij FTTH-netwerken 117% van de geadverteerde snelheid.

Bovendien zijn de FTTH-abonnees tevredener over hun breedbandverbinding. Een enquête van het marktonderzoeksbureau RVA LLC bij meer dan 2.000 Amerikaanse breedbandabonnees stelde een grote tevredenheid vast bij FTTH-gebruikers. In 2012 antwoordde 74% dat ze "zeer tevreden" waren, ten opzichte van 54% voor kabelgebruikers en 51% voor DSL-gebruikers. Deze studie toont aan dat duidelijke en transparante marketing, waarbij klanten diensten ontvangen die aan hun verwachtingen voldoen of zelfs overtreffen, tot tevreden gebruikers leidt die minder geneigd zullen zijn om van internetprovider te veranderen.

In Europa is het verschil tussen de geadverteerde en de feitelijke breedbandsnelheid nog groter. De gemiddelde geadverteerde snelheid bedroeg in mei 2011 in het Verenigd Koninkrijk bijvoorbeeld 15Mbps, ongeveer 8,2Mbps meer dus dan de gemiddelde feitelijke snelheid van slechts 6,8Mbps die regulator Ofcom vaststelde. Het verschil tussen die geadverteerde en feitelijke snelheid is jarenlang

voortdurend toegenomen en dat heeft het Britse Advertising Standards Agency er uiteindelijk toe aangezet om nieuwe regels op te leggen voor breedbandreclame.

De richtlijn, die in werking trad in april 2012, zegt dat minstens 10% van de klanten de in de advertentie beloofde snelheid moeten ontvangen en dat de internet service providers (ISP's) dat moeten kunnen bewijzen. De ISP's moeten ook in hun advertenties vermelden dat de consumenten de maximumsnelheid mogelijk niet bereiken.

Had dit het gewenste effect? In het Verenigd Koninkrijk hebben veel ISP's hun breedbandreclame aangepast door een lagere snelheid te vermelden. Zo worden maximumsnelheden "tot" 24Mbps nu aangeprezen als maximumsnelheden "tot" 16Mbps. Soms vernoemen de ISP's zelfs geen snelheden meer in hun reclame. Nu de gemiddelde breedbandsnelheid in het Verenigd Koninkrijk 9Mbps bedraagt (mei 2012), kunnen we hieruit afleiden dat veel breedbandgebruikers nog steeds lang niet de snelheid krijgen die ze hadden verwacht.

Denemarken heeft onlangs een grote stap vooruit gezet door te eisen dat operatoren een minimumsnelheid garanderen op hun breedbandnetwerken. Deense consumentenorganisaties stelde samen met de telecommunicatie- en energiesector in Denemarken een nieuwe overeenkomst op die moet garanderen dat klanten minstens 50% van de geadverteerde snelheid ontvangen en dat deze minimumsnelheid beschikbaar zou moeten zijn voor alle gezinnen. Alle soorten breedbandnetwerken – inclusief op koper gebaseerde telefoon- en televisienetwerken, en ook mobiele breedband – zullen onder deze nieuwe overeenkomst vallen.

We zijn blij met de vooruitgang in Denemarken, maar het gebrek aan transparantie in breedbandmarketing blijft niettemin een probleem in andere Europese landen. Hoe kunnen consumenten het juiste breedbandcontract kiezen als de marketinginformatie verwarrend en onnauwkeurig is? Hoe kunnen ze betere, meer betrouwbare diensten eisen als ze om te beginnen al niet precies kunnen weten wat ze aankopen? Waarom zouden ze meer betalen voor een hogere snelheid als ze niet zeker weten of dat wel verschil zal maken bij hun internetgebruik?

In 2012, beloofde Neelie Kroes, vicevoorzitter bevoegd voor de Digitale Agenda van de Europese Commissie, dat ze actie zou ondernemen om breedbandreclame voor alle Europeanen te verbeteren door een Aanbeveling (een richtlijndocument voor regulatoren) op te stellen. *"Zijn klanten echt in staat om goed te kiezen? Beseffen ze waarvoor ze tekenen? Ik heb niet alle pagina's van mijn mobiele telefooncontract gelezen en ik wed dat u dat ook niet hebt gedaan! Ik geloof dat we allemaal meer transparante informatie nodig hebben,"* verklaarde ze.

Soms zijn klanten er zelfs niet zeker van dat ze zich een echte glasvezelverbinding aanschaffen – de telecomoperatoren hebben het woord "glasvezel" in hun jargon opgenomen toen ze een kleine hoeveelheid glasvezels in hun oude telefoon- of kabelnetwerken begonnen te integreren. Maar FTTC (fibre to the cabinet) steunt nog steeds op koperen telefoonkabels die van de telefooncabine op straat naar de huiskamer lopen en waarin opstoppingen ontstaan in het laatste gedeelte tot aan de eindgebruiker. Dergelijke verbindingen bieden misschien voldoende snelheid voor de gebruikers van vandaag, maar zal dat binnen vijf of tien jaar nog steeds het geval zijn?

Wij zijn van mening dat de consumenten absoluut duidelijke en nauwkeurige informatie moeten krijgen over hun internetverbinding, zodat ze met kennis van zaken een keuze kunnen maken. Laat de breedbandgebruikers niet in het ongewisse. Geef ze informatie!

- EINDE -

Referenties:

A Report on Consumer Wireline Broadband Performance in the U.S.
FCC's Office of Engineering and Technology and Consumer and Governmental Affairs Bureau
<http://www.fcc.gov/measuring-broadband-america/2012/july>

UK fixed-line broadband performance, May 2012
Ofcom
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/broadband-snelheids/broadband-snelheids-may2012/>

Next steps on Net Neutrality – making sure you get champagne service if that's what you're paying for, Neelie Kroes (May 2012)
<http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/netneutrality/>

Kom naar de FTTH Conference 2013, ExCeL Londen, 19-21 februari 2013
De 10^{de} jubileumeditie van de FTTH Conference focust op verschillende thema's, waaronder diensten en toepassingen ondersteund door FTTH die de ervaring en levenskwaliteit van de eindgebruiker verbeteren en de privé- en publieke sector helpen om hun efficiëntie te verhogen. Dit jaar staat de filmindustrie in de spots. Naast het bijwonen van de conferentiesessies kunnen de deelnemers deze diensten en toepassingen ook praktisch ervaren in de FTTH World of Applications showroom.
MEP Gunnar Hökmark, Europees Parlementslid, Anthony Whelan, Kabinetschef van Vicevoorzitter Neelie Kroes, Europese Commissie en Chi Onwurah MP, Schaduwminister voor Innovatie, Wetenschap en Digitale Infrastructuur in het Verenigd Koninkrijk zullen het publiek toespreken tijdens de officiële openingsceremonie. Een speciale 'Investors Day' brengt investeerders en glasvezelprojecten dichterbij elkaar.
Perskaarten zijn vrij te verkrijgen, het volstaat om een e-mail te sturen naar nadia.babaali@ftthcouncil.eu.

Over de FTTH Council Europe:

De FTTH Council Europe is een industrieorganisatie met als doel het versnellen van de beschikbaarheid van hogesnelheid-glasvezelnetwerken voor consumenten en bedrijven. De organisatie promoot deze technologie omdat zij een nieuwe reeks van diensten aanbiedt die de kwaliteit van het leven verbetert, een beter milieu mogelijk maakt en de economische concurrentiekracht versterkt. De FTTH Council Europe bestaat uit meer dan 150 bedrijven. (www.ftthcouncil.eu)

Uw internetverbinding beu? Word lid van de "I want Fibre"-pagina op Facebook:

www.facebook.com/pages/I-want-fibre/174248502650699

Media Contact:

Nadia Babaali Communications Director FTTH Council Europe +33 (0) 6 20 88 72 38 nadia.babaali@ftthcouncil.eu	Florence Burhin Network Coordinator of PR Network ComUnity.pro VADEMECOM +32 (0) 2 269 50 21 fb@vadecom.be
--	---