



Persbericht

27 augustus 2009

KPN Group Belgium/BASE lanceert HSPA-diensten tegen eind 2009

Concurrentieel draadloos internet voor gebruik van b.v. netbooks

Brussel – KPN Group Belgium, dat naast andere activiteiten het BASE merk op de markt brengt in België, kondigde vandaag aan dat het tegen eind 2009 3G HSPA diensten op de Belgische markt wil brengen. Dit zal gebeuren op het BASE netwerk, en kadert in de “smart follower strategie” van het BASE merk nl. enkel investeren in die technologieën waarnaar vraag is op de Belgische markt. 3G HSPA zal stelselmatig verder worden uitgebouwd in functie van de toenemende vraag naar mobiele datadiensten op de consumenten- en SOHO-KMO markt. Op commercieel vlak zal de strategie van BASE focussen op de ontwikkeling van mobiele internetproducten als echte alternatieven voor de huidige (vaste) internetaanbiedingen, en de aanbidding van deze producten tegen zeer aantrekkelijke prijzen.

Momenteel biedt KPN Group Belgium/BASE al 3G-diensten aan. Die diensten laten vlot mobiel internet toe via de EDGE-technologie, tegen de meest betaalbare tarieven in België. Tegen het einde van 2009 zal KPN Group Belgium/BASE de EDGE-technologie aanvullen met de HSPA-technologie, wat zal resulteren in nog meer gebruiksgemak voor de eindgebruiker. BASE wil deze diensten aan de consument en de SOHO/SME-klanten aanbieden tegen de laagste prijs, waarbij vooral op internetgebruikers gefocust wordt.

Strategie rond 3G om netbooks toe te laten

De invoering van 3G HSPA kadert in de challengerstrategie die KPN Group Belgium/BASE ook in de uitbouw van haar netwerk toepast. Een eerste focus lag hierbij op de volledige uitbouw van het 2G-2,5G netwerk, waardoor KPN Group Belgium/BASE inmiddels haar doelstelling heeft bereikt om het beste netwerk in België uit te bouwen, zoals dit bevestigd wordt door objectieve testen, uitgevoerd door Netcheck GmbH (Duitsland, beschikbaar op aanvraag)

BASE heeft sinds 2007 stevig geïnvesteerd in 3G HSPA en is nu klaar voor de volgende (commerciële) fase. Door een 'smart follower' strategie te ontwikkelen, kan BASE de nieuwste en best mogelijke 3G technologie aanbieden aan de markt, waardoor het de consument kan voorzien van de beste draadloze internetervaring. Dit laat BASE toe om een zeer competitieve "beste koop" internetdienst aan te bieden, om het gebruik van nieuwe mobiele toestellen te ondersteunen, zoals e.g. netbooks van Nokia (in de nationale media deze week) of de Amazon Kindle. BASE wil deze markt als merk claimen in België, vergelijkbaar met 'challenger' initiatieven in landen als Oostenrijk, die het mobiele internet deden boomen en die de hele markt veranderden in het voordeel van de eindgebruikers. Een challenger, medelid van KPN Group Belgium/BASE in de Mobile Challengers Group (www.mobilechallengers.eu), heeft druk gezet op de Oostenrijkse 'incumbent' operator. Daardoor kende de Oostenrijkse markt een zeer sterke groei op het vlak van mobiel internet, lage aantrekkelijke prijzen en een indrukwekkende groei in abonnees. De dienst zal in België gelanceerd worden om de klantentevredenheid te verzekeren.

Wat betreft 3G-diensten slaagde KPN Group Belgium/BASE er in om een hele tijd terug reeds een nationale dekking te bereiken, en dit via de EDGE-technologie. Tot op heden volstond de EDGE-technologie ruimschoots om de behoeften inzake mobiele data en internet op de consumentenmarkt en de SOHO-KMO markt in te vullen. Enkel op de 'corporate' markt bestond de behoefte aan een hogere bandbreedte, maar aangezien deze markt volledig was en nog steeds is afgesloten voor KPN Group Belgium/BASE tengevolge van het inmiddels bewezen machtsmisbruik door Belgacom Mobile (uitspraak Raad voor de Mededinging van 26 mei 2009), rechtvaardigde dit tot op heden geen uitgebreide investering in alternatieve 3G-technologieën. Nu huidige trends, waaronder het groeiend gebruik van smartphones of netbooks (en laptops), lijken aan te geven dat mobiele data en internet uiteindelijk ook zullen doorbreken op de consumentenmarkt en de SOHO-KMO-markt, is de aanvulling van EDGE met de HSPA-technologie een volgende logische stap.

Strategische visie van het BIPT ivm mobiele data

Ondanks de lancering van HSPA zal de strategie van KPN Group Belgium/BASE inzake mobiele data blijven focussen op de consumentenmarkt en de SOHO-KMO-markt. Immers, ondanks de beslissing van de Raad voor de Mededinging, zet Proximus haar gewraakte praktijken op de corporate markt verder, waardoor deze markt meer dan ooit afgesloten blijft. KPN Group Belgium heeft terzake aan het BIPT gevraagd om, in navolging van de beslissing van de Raad voor de Mededinging, de nodige actie te ondernemen zodat een echte concurrentie mogelijk wordt gemaakt, zowel inzake 2G- als inzake 3G diensten. Hoewel het BIPT voorlopig nog niet formeel heeft gereageerd op dit verzoek, vertrouwt KPN Group Belgium/BASE erop, dat het BIPT haar actieplan terzake snel zal bekend maken, gezien het belang voor de volledige telecomsector,.

KPN Group Belgium n.v./s.a. is een 100% dochterbedrijf van KPN Mobiel N.V., de mobiele divisie van Koninklijke KPN N.V. KPN biedt mobiele spraak- en datadiensten aan in Duitsland (E-Plus), België (BASE) en Nederland (KPN, Hi en Telfort). Op het einde van 2008, had KPN Group Belgium 732 mensen in dienst (BASE + ALLO telecom), en een marktaandeel in klanten van ca. 24%. In 2008 had KPN Group Belgium een jaaromzet van 647 miljoen euro. Het bedrijf heeft zijn hoofdzetel in Brussel en positioneert zich als innovator in producten en diensten via een gesegmenteerde aanpak. KPN Group Belgium commercialiseert de merken BASE, Ortel, Ay Yildiz, Chiama, Zoniq en apart Tele2.

Voor meer informatie :

KPN Group Belgium, Bart Vandesompele

E-mail: bart.vandesompele@kpngroup.be