



Persbericht
20 April 2009

BASE zet vereenvoudiging van zijn volledige tarieven portfolio verder
In tijden van crisis past BASE zijn aanbod aan de behoeften van de
consument aan

Brussel, 20 april 2009 – Vandaag kondigt mobiele operator BASE een volledig nieuw portfolio van producten aan, met aangepaste tarieven. In de jungle van mobiele oplossingen bevestigt BASE zijn status van operator van de eenvoudigheid en de duidelijkheid. Om zijn klanten dichter te benaderen, paste BASE zijn bestaande portfolio aan. De aankondiging is erop gericht om mobiele communicatie en facturatie in België transparanter te maken, en binnen het bereik van iedereen te brengen.

Een stap dichterbij het einde van de verwarring

Twee miljoen klanten, twee miljoen verhalen en evenveel individuele interpretaties van wat tarieven zouden moeten zijn. Dat is de conclusie van het gesprek tussen BASE en zijn klanten (www.basenation.be). Het is altijd het doel van BASE als bedrijf geweest om innovatieve tarieven voor te stellen, en om mobiele telefonie aan te bieden aan iedereen, tegen een redelijke prijs en in overeenstemming met de behoeften van de klanten. In tijden van crisis luistert BASE naar de markt, én biedt oplossingen.

BASE neemt het voortouw om de onduidelijke situatie van tariefplannen in België te vervangen door een vereenvoudigd en transparant portfolio. De best presterende, bestaande tariefplannen werden hervormd (meer minuten, meer sms'en, betere prijs) om ze te perfectioneren, en om ze te vervangen door nieuwe en flexibele modellen, die vollediger zijn.

Deze kleine revolutie komt op hetzelfde moment als de tarievensimulator die online werd gelanceerd door de regering, en die de standpunten verenigt van operator en klanten, die meer en meer geneigd zijn om te opteren voor tarieven die beter overeenstemmen met hun behoeften.

De crisis creëert kansen om producten en diensten te vereenvoudigen

Het nieuwe gamma wordt ten eerste gekarakteriseerd door haar **eenvoudigheid**. Een beperkt gamma, met 5 tariefplannen. Het bevat een prepaid oplossing, "prepaid", en 4 postpaid oplossingen, "postpaid 0", "postpaid 1", "postpaid 3" en "postpaid 5".

Het tweede kenmerk van het gamma: **flexibiliteit**. De klant wordt niet overstelpt met diensten die hij niet gebruikt, maar die wel automatisch in zijn tariefformule zitten, en waar hij automatisch voor betaalt.

En ten slotte, de derde innovatie: **transparantie en eerlijkheid**. BASE stelt comparatieve tabellen voor. De prijzen worden op een overzichtelijke manier gepresenteerd, in vergelijking met de prijzen van de concurrentie, om alle verwarring uit te sluiten en om de klanten toe te laten om zich een eigen mening te vormen. De prijzen zijn echte tarieven, en niet enkel tijdelijke promoties om verwarring te stichten onder de klanten.



BASE 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 BASE 573 mensen in dienst, en een marktaandeel in klanten van ca. 24%. In 2008 had BASE 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.

Voor verdere informatie:

BASE

Bart Vandesompele

E-mail: bart.vandesompele@base.be

www.base.be

www.basestation.be