

Digitale consumptie: Raakt de markt verzadigd?

Voor de telecomindustrie is een "Era of Enough" aangebroken. Voor bedrijven die connectiviteit of digitale devices verkopen, zijn de resultaten van de 2024 Digital Consumer Trends survey van Deloitte waarschijnlijk ontvullerend.

Uit de survey blijkt dat consumenten weinig behoefte hebben aan fibre-to-the-home (FTTH) en 5G netwerken als ze daarvoor meer moeten betalen en meer moeite moeten doen. Slechts 40% van de Nederlandse huishoudens maakt gebruik van FTTH (bron: TelecomPaper), en 85% van de 2000 respondenten is tevreden met de huidige internetverbinding.

Snelheid is niet meer doorslaggevend

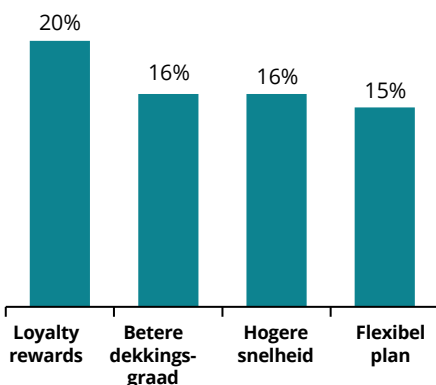
Het is zelfs zo dat 38% van de respondenten niet eens weet hoe snel hun internetverbinding is. Dit geeft al aan dat (een nog hogere) snelheid geen factor van betekenis meer is voor veel consumenten. Terwijl de meeste telecombedrijven in Nederland inmiddels multi-GB glasvezelverbindingen aanbieden, gebruikt zelfs een huishouden van vier personen zelden meer dan 50 Mbps. Kortom: de verhouding tussen vraag en aanbod is scheef gegroeid en connectiviteit wordt steeds vaker gezien als een commodity.

Ook voor een 5G mobiele verbinding is de belangstelling beperkt. Een minimale meerderheid van de respondenten (51%) beschouwt 5G als beter dan 4G, terwijl 45% weinig verschil merkt. Het uitrollen van standalone 5G-netwerken in mid-band zorgt dan wel voor meer snelheid dan 4G, maar voor veel consumenten is die extra snelheid helemaal niet interessant.

Meestal gebruiken ze maximaal 10 Mbps als ze onderweg zijn – tenzij ze een 4K film willen streamen of cloud games met een kwaliteit van 4K willen spelen. Er zit een grens aan de hoeveelheid data die consumenten gebruiken op een device met een klein scherm.

Grafiek 1. Wat motiveert jou om over te stappen naar een andere mobiele netwerkprovider?

Meerdere antwoorden mogelijk

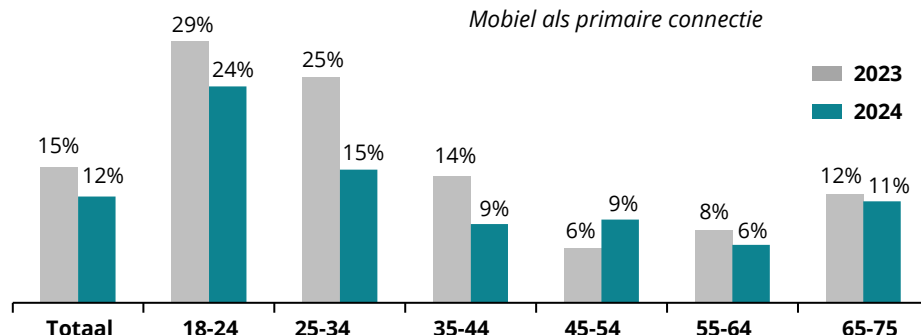


Op de vraag wat hen zou motiveren om over te stappen naar een andere (mobiele) provider (grafiek 1) bleek dat loyalty rewards belangrijker zijn (20% van de respondenten) dan een betere dekkinggraad (16%) of hogere snelheid (16%).

Hoewel de survey werd uitgevoerd voordat Oido de Klik&Klaar 5G voor Fixed Wireless Access lanceerde in oktober 2024, bleek uit de resultaten dat huishoudens minder afhankelijk worden van mobiele netwerken (grafiek 2). Slechts 12% van de respondenten gaf aan dat voor hen mobiel belangrijker is dan vast. In 2023 was dit nog 15%. In de leeftijdsgroep van 18 tot 24 jaar, waar mobiel gebruik het hoogst is, daalde dat percentage van 29% in 2023 naar 24% in 2024.

Grafiek 2. Welk type internet- of (thuis)breedbandverbinding wordt het meest gebruikt in jouw huishouden?

Mobiel als primaire connectie



Ook de markt voor devices raakt verzadigd

Consumenten zijn niet alleen tevreden met hun huidige breedbandverbinding, maar zien ook weinig reden tot de aanschaf van nieuwe devices. Sterker nog, uit de survey blijkt dat het aantal mensen in Nederland dat digitale devices koopt, min of meer gelijk is gebleven. De verkoop van smart watches, die bleef stijgen, lijkt nu te blijven steken op 34%, en slechts 17% van de respondenten is van plan om volgend jaar een nieuwe smartphone te kopen.

Hoewel de aankoop van smart home devices nog steeds wel groeit, lijkt het erop dat ook deze markt snel volwassen aan het worden is. De marktpenetratie van smart tv's is maar één procentpunt gegroeid naar 70% in 2024. Daarentegen daalde de verkoop van video streaming devices en wireless speakers/soundbars.

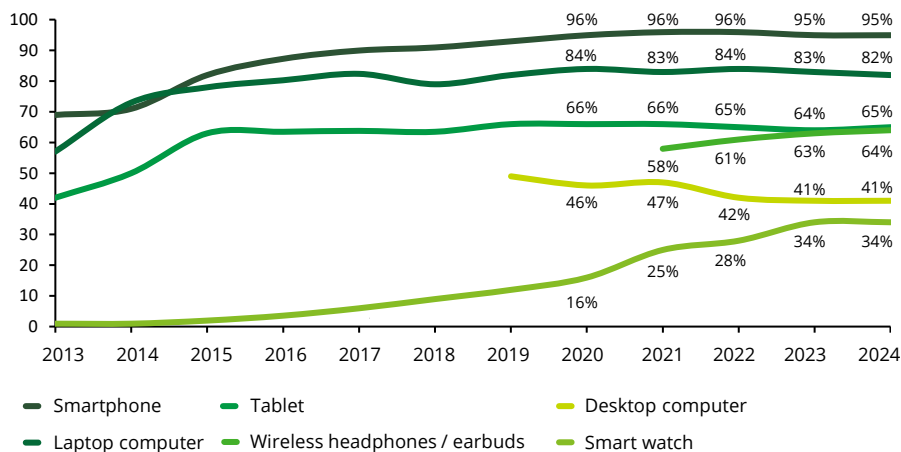
Van die 6% gebruikt slechts 12% hun VR headset dagelijks. Kortom: VR is nog steeds teveel een nichemarkt.

De gevolgen voor telecombedrijven

Telecombedrijven moeten leren omgaan met de 'Era of Enough'. Dit zijn de belangrijkste adviezen aan de industrie:

- Bied extra voordelen aan consumenten om hen te laten overstappen van bestaande technologieën naar FTTH en 5G. Deze voordelen kunnen bijvoorbeeld prijsverlagingen, lidmaatschapsvoordelen en servicevoordelen omvatten.
- Bied meer dan snelheid om klanten te behouden. Leg bijvoorbeeld de nadruk op de betrouwbaarheid van het netwerk en op lidmaatschapsvoordelen.
- Pas de kapitaaluitgaven (CapEx) aan. Zeker op de korte termijn leiden devices en apps niet tot een toenemende behoefte aan betere verbinding, zoals in het verleden.

Grafiek 3. Welke van de volgende apparaten bezit je of heb je direct toegang tot?



In 2024 was 46% van de gebruikte smartphones in Nederland minstens 4,5 jaar oud. De hardware van smartphones verbetert namelijk niet spectaculair, terwijl apps ook kunnen worden gebruikt op oudere modellen. Ongeveer 16% van de respondenten gebruikt een tweedehands smartphone en 12% een tweedehands laptop.

Natuurlijk is een langere gebruiksduur van devices beter voor het milieu, maar waarschijnlijk heeft het gebruik van bijvoorbeeld tweedehands smartphones meer te maken met de financiële prioriteiten van consumenten dan met hun belangstelling voor duurzaamheid. Sterker nog, volgens de survey kent slechts 17% van de respondenten de eigen ecologische voetafdruk. Veel consumenten zijn ook behoorlijk cynisch. Slechts 27% denkt dat tech bedrijven volledig transparant zijn over hun voetafdruk.

Nieuwe technologieën nog niet gangbaar

Het enige (digitale) marktsegment dat wel snel groeit, is generatieve AI (GenAI). Het aantal mensen in Nederland dat weleens GenAI heeft gebruikt is in het afgelopen jaar met 56% gestegen. Volgens de survey van 2024 geeft 42% van de consumenten aan dat zij GenAI hebben gebruikt. Dat is een groei van 15 procentpunten ten opzichte van 2023. Wel is het zo dat 44% van de mensen die GenAI gebruiken, dat opvallend weinig doen, namelijk minder dan één keer per maand.

Veel stakeholders in de telecomindustrie hopen dat een combinatie van AI en virtual reality (VR) en augmented reality (AR) diensten zal zorgen voor een toename van het gebruik. Toch blijkt uit de survey dat de meeste consumenten nog steeds niet geïnteresseerd zijn in VR. VR headsets zijn al zo'n tien jaar verkrijgbaar, maar slechts 6% van de respondenten heeft er één – hetzelfde percentage als in 2023 en 2022 en minder dan de 7% in 2021.

In een volgende publicatie gaan we dieper in op de gevolgen voor de telecomindustrie.

Contact

Neem contact op als je wilt bespreken wat de resultaten van deze survey voor jouw organisatie betekenen.



Jan-Piet Nelissen

Partner
jnelissen@deloitte.nl



Jens Groot

Director
jgroot@deloitte.nl



Download het volledige rapport

Dit jaar bevat het rapport ook een landenvergelijking met Italië, het Verenigd Koninkrijk, België, Zweden, Denemarken en Noorwegen.

Download

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte provides industry-leading audit and assurance, tax and legal, consulting, financial advisory, and risk advisory services to nearly 90% of the Fortune Global 500® and thousands of private companies. Our professionals deliver measurable and lasting results that help reinforce public trust in capital markets, enable clients to transform and thrive, and lead the way toward a stronger economy, a more equitable society and a sustainable world. Building on its 175-plus year history, Deloitte spans more than 150 countries and territories. Learn how Deloitte’s more than 415,000 people worldwide make an impact that matters at www.deloitte.com.

This communication contains general information only, and none of DTTL, its global network of member firms or their related entities is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte organization shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.