

Waar is de concurrentie op de breedbandmarkt?

De nieuwe Telecommunicatiewet is in werking getreden. De regulering van de telecommunicatiemarkt wordt flexibeler, de regels op maat gesneden. OPTA moet nu aan de hand van de beginselen en begrippen van het mededingingsrecht de relevante markten in de elektronischecommunicatiesector afbakenen, eventueel dominante partijen opsporen en aan passende verplichtingen onderwerpen. Eén van de vragen waar het in de internettoegangsmarkt om draait is: zijn ADSL en kabelinternet onderdeel van dezelfde markt? Als kabel en ADSL met elkaar concurreren, doen zij dat op een nationale markt en heeft de grootste partij, KPN, niet meer dan ruim 40% van de markt in handen. Mogelijk gevolg: er worden geen toegangsverplichtingen opgelegd. De kabel blijft voorbehouden aan de eigen ISP-dochters en KPN kan in het ADSL-segment ongehinderd doorstromen.

Als kabel en ADSL aparte markten zijn, zijn er opeens allerlei (bijna-)monopolisten: de diverse kabelbedrijven in hun eigen regionale verzorgingsgebied en KPN op de nationale ADSL-markt. De voor de hand liggende remedie is dan dat zowel de kabelaars als KPN toegangsverplichtingen opgelegd krijgen: Toegang tot de kabel voor meerdere, onderling concurrerende ISP's en wholesale-ADSL

toegang bij KPN (als bitstroomtoegang). Het zal niet verbazen dat de kabelaars en KPN zelf stellen zeer te lijden onder de wederzijdse concurrentiedruk. De internettoegangsmarkt is een frêle, ontluikende markt, die de gewelddadige overregulering door een moordlustige toezichthouder niet zou kunnen overleven. De stelling is dat ADSL en kabel voorzien in eenzelfde behoefte bij de consument – snel internet tegen een vast tarief dat altijd aan staat. Bovendien zijn de prijzen sterk vergelijkbaar. In deze visie is er al 'genoeg' concurrentie en is er geen 'behoefte' aan wholesale netwerktoegang, laat staan tegen gereguleerde tarieven. O ja, en vergeet niet de schrikbarende oprukkende concurrentie via WiFi, satelliet, wireless local loop en postduif.¹

Op het eerste gezicht lijken de kabelaars en KPN gelijk te hebben. OPTA en NMa volgden die lijn ook in hun Internetrapportage in 2001. Toch is er meer aan de hand. Zowel de betrokken aanbieders als de consument lijken te vinden dat ADSL iets anders, beters is dan kabel. Zodanig dat kabel en ADSL niet substituëerbaar zijn en dus, volgens de regels van het mededingingsrecht, niet tot dezelfde relevante markt behoren.

Kabelaanbieder Multikabel begreep dat consumenten 'ADSL' superieur vinden want associëren met 'snel', 'betrouwbaar', 'niet wachten op de burens' en 'voortdurend gratis snelheidsverhoging'. Zij ging haar kabel-

internetproduct dus 'ADSL via de kabel' noemen. KPN werd boos dat haar product op deze manier door de modder werd getrokken, spande een kort geding aan overtuigde de Rechtbank Alkmaar ervan dat Multikabel zich schuldig maakte aan misleidende reclame: Multikabel bood helemaal geen ADSL aan maar kabelinternettoegang.

Ondertussen lijkt de consument alleen nog maar ADSL te willen. Onder de nieuwere breedbandabonnees is het marktaandeel van ADSL veel groter en daardoor stijgt het marktaandeel van ADSL ten opzichte van kabel. Volgens de berekeningen van KPN passeert haar aandeel op de gehele breedbandmarkt al medio 2005 de 50% (in een prospectieve analyse staat KPN's dominantie dus hoegenaamd vast, maar dat is een ander verhaal).

Dat de consument ADSL substantieel beter vindt dan kabel, bleek ook uit een onderzoek van WebWereld. De waardering voor ADSL was 7,9, vergeleken met 6,8 voor kabel. Opvallender nog was dat veel kabelabonnees bij ADSL zouden zitten als zij nu voor het eerst een breedbandaansluiting zouden kiezen. Het 'virtuele marktaandeel' van ADSL-ISP's XS4ALL en Demon was aanzienlijk hoger dan hun feitelijke marktaandeel.

Dat veel gebruikers blijven zitten bij de kabel terwijl zij liever bij ADSL zouden zitten, wordt grotendeels verklaard door overstapkosten. De immateriële overstapkosten zijn voor de meeste te hoog: het technische gedoe van de overstap, in combinatie met het probleem van een nieuw e-mailadres. Dat pleit op zich voor het snel invoeren van portabiliteit van e-mailadressen, al zijn de argumenten die daartegen in 2000 waren aan te dragen niet weggenomen.²

Er zijn ook materiële overstapkosten bij de overstap van kabel naar ADSL, zoals een nieuw modem. Daar heeft de consument meestal geen last van, want die worden gesubsidieerd door de ISP's. Met de huidige markttarieven moeten ISP's daardoor een klant jaren langer vasthouden om er winst op te maken. De materiële overstapkosten zijn dus geen sterk argument voor een scheiding tussen kabel en ADSL op de retailmarkt, maar juist wél voor een scheiding op de wholesalemarkt. Juist die kosten maken de overstap door een ISP van de enige breedbandinfrastructuur op de andere vrijwel onmogelijk.

Breedbandtoegang via ADSL is heel wat anders dan via de kabel: dat beseffen inmiddels KPN, de kabelaanbieders en de consumenten. Maar wat doet OPTA?

1 'Postduif verslaat ADSL', MacNed 26 april 2004, <http://www.macned.nl/content/news/963>.

2 R.D. Chavannes, 'Portabiliteit van e-mailadressen', *Computerrecht* 2000/1, <http://www.chavannes.net/portabiliteit.pdf>.



Mr. R.D. Chavannes is
advocaat te
Amsterdam
E-mailadres: remy.chavannes@stibbe.com