

Bart Weijermars, algemeen directeur

HET VOLUME VAN T-MOBILE

Bart Weijermars trad op 1 juli van dit jaar als algemeen directeur T-Mobile Nederland in de voetsporen van Niek Jan van Damme, die toetrad tot T-Home en T-Mobile in Duitsland en daarmee tot de managementboard van Deutsche Telekom. Weijermars, pas sinds anderhalf jaar actief bij de mobiele operator, ontvouwt zijn toekomstplannen aan Hans van der Geest van KPMG.

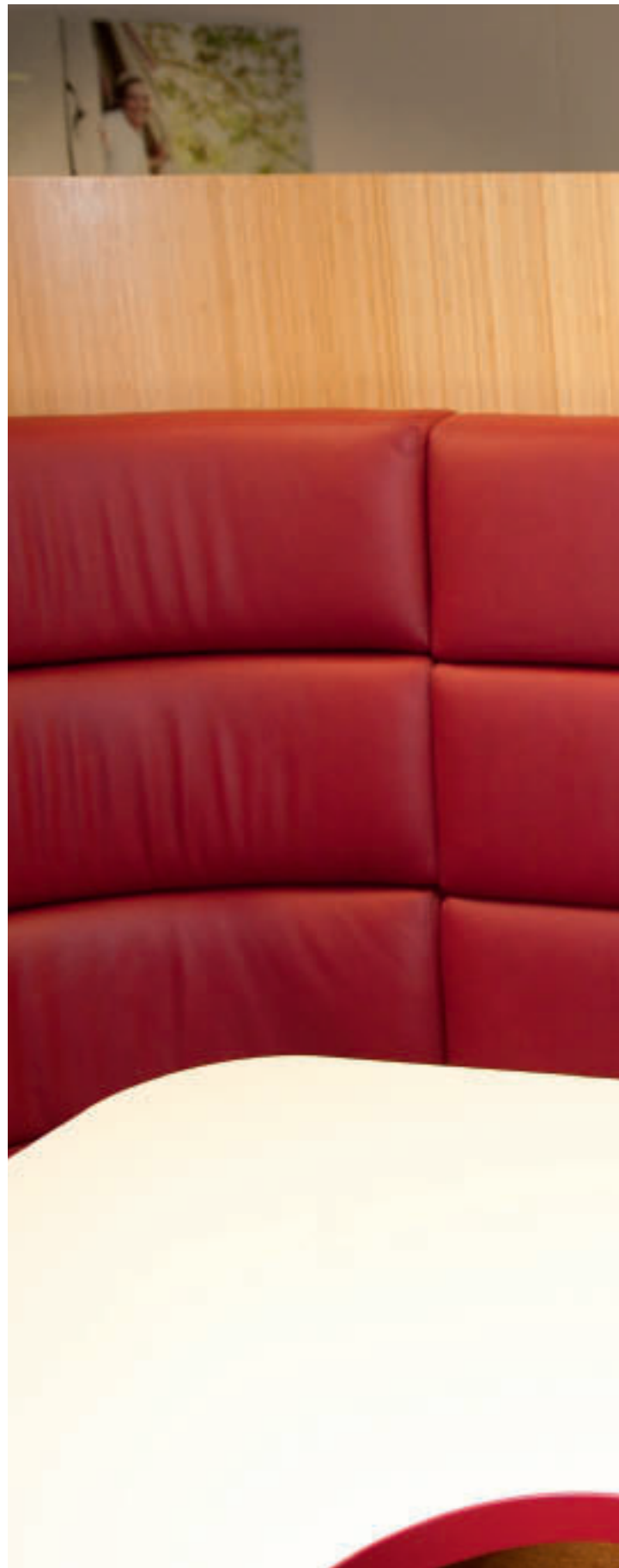
Tekst: Maarten van Vliet Interview: Hans van der Geest Fotografie: Thomas Fasting

Weijermars kwam als marketingdirecteur binnen bij T-Mobile, een functie die hij, zacht gezegd, niet onverdienstelijk vervulde. De huidige directeur van de Nederlandse tak van T-Mobile stond namelijk aan de wieg van het eclatante succes van de iPhone, het paradepaardje van elektronicaconcern Apple. Weijermars oogt, ondanks de hype die het toestel met zich meebracht, ontspannen. Is hij al een beetje bijgekomen? "Ach, bijgekomen", relateert Weijermars. "Gezien het nog altijd aanhoudende succes van de iPhone komen we er nog steeds niet van bij. Niet alleen de consument loopt ermee weg, maar ook het zakelijke segment heeft de iPhone ontdekt. De iPhone heeft onze verwachtingen ruimschoots overtroffen." Tot zover de iPhone, want dat loopt wel. Weijermars staat nu voor geheel andere uitdagingen.

Innovaties

"Het belangrijkste is dat ik relatief nieuw in de organisatie ben. Ik ben pas anderhalf jaar geleden bij T-Mobile begonnen dus ik heb nog nauwelijks geschiedenis bij dit bedrijf. Dat betekent dat ik nog een hoop moet leren, maar tegelijkertijd zit ik ook niet vast in de manier waarop we jarenlang dingen hebben gedaan. Dat werpt een frisse blik op de organisatie en zijn functioneren."

In commercieel opzicht valt er nog meer uit T-Mobile te halen, stelt Weijermars. Betere diensten en betere service moeten meer klanten overhalen om te kiezen voor T-Mobile dat sinds de integratie van Orange qua klantenaantal concurrent Vodafone overstijgt. Mobiel internet is één van de speerpunten waar volgens Weijermars nog veel te winnen is. "Wanneer je het hebt over innovaties, met name technologische, dan praat je vaak over kapitaalintensieve operaties >>





“De overheid is kortzichtig en opportunistisch als het gaat om de uitgifte van frequenties”



waarbij de kans op succes niet altijd is gegarandeerd. Mobiel internet is bezig aan een opmars op de bestaande netwerkinfrastructuur en daarop zal de nodige ontwikkeling plaatsvinden. Innovatie zal dan komen uit verschillende aanbiedingsvormen voor diverse segmenten. Dat zijn commerciële innovaties die op dit moment het verschil maken in de markt. Een mooi voorbeeld hiervan is het recent geïntroduceerde Family-product. Door een innovatieve koppeling van prepaid en abonnement hebben we een fantastisch nieuw product voor families. Je moet niet vergeten dat we meer dan veertig partijen op de Nederlandse markt hebben die allemaal strijden om de gunst van de consument.”

T-Mobile heeft een heel actieve rol ten aanzien van mobile virtual network operators (mvno's), zegt Weijermars. Niet al te lang geleden nam de operator bijvoorbeeld Tele2 op in zijn netwerk. “Daarbij moet ik wel zeggen dat de markt voor mvno's geen gemakkelijke is. Je moet als operator heel praktisch zijn. Het volume zit namelijk in een aantal marktsegmenten, bijvoorbeeld in het etnische segment. Daarnaast heb je maar een paar partijen die echt succesvol zijn zoals Albert Heijn dat beschikt over een goed distributienetwerk. De rest is eigenlijk kruimelwerk.”

Terugverdienen

De integratie met Orange is nog maar net afgerond, maar nu al spreekt Weijermars over een succes. Noemenswaardige problemen heeft de samenvoeging niet opgeleverd en nu is het wachten op de synergievoordelen. “Het realiseren van kostenbesparingen was natuurlijk een belangrijke doelstelling. Met het samenvoegen van Orange en T-Mobile hebben we de gelegenheid gehad om een compleet nieuw netwerk te bouwen en behoort het nu tot de modernste netwerken van Europa. Het is nu de tijd om de investeringen terug te verdienen.”

Regeldruk

Terugverdienen heeft prioriteit, weet Weijermars. Niet alleen de economische tegenwind staat garant voor voorzichtige klanten, maar ook de constante stroom aan overheidsregels maken het er de operators niet gemakkelijker op. “Er is vanuit de Europese Unie een ontzettende druk op de tarieven voor roaming en interconnectiviteit. Ongetwijfeld zal de OPTA hier ook mee aan de slag gaan. Dat zal voor een enorme druk zorgen op de rentabiliteit van de mobiele markt. Daarvoor moeten we alternatieven vinden.” Tot die alternatieven behoort onder meer het afschaffen van subsidie op prepaidtoestellen. “Het kan natuurlijk niet zo zijn dat regelgeving leidt tot minder inkomsten. Die moeten ergens worden gecompenseerd want in de afgelopen tien jaar hebben we naar schatting meer dan tien miljard euro in Nederland geïnvesteerd. Daarom stoppen we deze maand met de subsidie op prepaidtoestellen waardoor deze klanten iets meer gaan betalen. Het komt natuurlijk uit de lengte of uit de breedte. Daarnaast wordt er continu gekeken naar de optimalisatie van onze aanbiedingen en dit zal onvermijdelijk zijn weerslag hebben op de nationale tarieven.”

>>

“Regelgeving zal voor een enorme druk zorgen op de rentabiliteit van de mobiele markt”



“Commerciële innovaties maken momenteel het verschil in de markt”

Onduidelijkheid

Nu staat er ook weer een nieuwe veiling op stapel, die van de 2.6 Gigahertz-frequentie. Een veiling die niet alleen keer op keer is uitgesteld, maar waarvan de voorwaarden ook nog eens in nevelen zijn gehuld. De houding van de overheid is Weijermars duidelijk een doorn in het oog. “De politiek geeft totaal geen duidelijkheid over de context van de veiling. We hebben het hier niet alleen over de 2.6 Gigahertz, maar ook gsm- en umts-licenties gaan over een aantal jaren aflopen. Je kunt als overheid niet zeggen: “Hier is een plukje licentie en we kijken wel wat de gek ervoor geeft.” Geen enkel bedrijf met een beetje economisch verstand gaat dat natuurlijk doen. De overheid is in deze kortzichtig en opportunistisch. Bovendien is het toezicht op telecom in Nederland versnipperd en wordt er vanuit verschillende belangen gewerkt.” Zolang er geen duidelijkheid is over het frequentiebeleid is Weijermars ook niet voornemens te investeren in long term evolution (lte), de volgende fase in mobiel breedband. “Ik weet niet eens waar ik het zou moeten bouwen want ik heb geen flauw idee welke frequenties beschikbaar komen. Ik denk ook dat we niet de fouten moeten maken die we in het verleden hebben gemaakt met umts, dat na een moeizame start nog niet is terugbetaald. Bovendien kent umts nog heel veel groeimogelijkheden.”

Volume

Met de netwerken hebben operators jarenlang geld verdiend en dat moeten ze ook vooral blijven doen, vindt Weijermars. Bovendien is er nog heel veel groei mogelijk in het transporteren van informatie. “Zeker op het gebied van mobiel internet, wat we met voldoende capaciteit moeten kunnen faciliteren. Wij zijn niet zozeer op zoek naar het leveren van nieuwe diensten, maar kunnen deze wel op unieke wijze ondersteunen. Denk bijvoorbeeld aan mobiele identificatie voor diensten, een markt met een grote potentie. Maar nogmaals: in transportvolume zit voor ons nog steeds de grootste driver.”