

Bron: Emerce

'Penetratie mobiel internet naar 80 procent'

4 maart 2009 - Door [Jeroen Mirck](#)

In 2011 heeft 80 procent van alle post-paid mobiele telefoons toegang tot internet. Dat voorspelde PricewaterhouseCoopers gisteren op een IPAN-bijeenkomst over mobile advertising. De verwachting is dat de penetratie van mobiel internet alles behalve afgeremd wordt door de economische crisis.

Het bereik van mobiel internet is momenteel nog een stuk lager in ons land. Begin dit jaar was dat voor post-paid 20 procent (prepaid speelt met 5 procent al helemaal geen rol van betekenis), maar volgens GfK zit die groep in april al op 30 procent. Volgens een berekening ter plaatse van PwC is dat aandeel begin 2011 dus alweer explosief gegroeid tot 80 procent.

Het was flink druk tijdens de discussieavond in de Amsterdamse Flexbar, want 'mobiel' lijkt het buzzwoord van het jaar te zijn. Adviesmoloch PricewaterhouseCoopers (PwC) voelde dat goed aan en publiceerde recent een [dossier over mobiele reclame](#), met als ondertitel: 'Is het tipping point voor mobile advertising bereikt?' Tijdens de IPAN-sessie ging auteur Erik Klein Nagelvoort in debat met enkele prominente mobiele spelers, van Vodafone, Blyk, i-Wood en IceMobile.

Klein Nagelvoort trekt vier conclusies in zijn PwC-rapport:

- Sterke groei van mobiele telefoons met toegang tot internet, maar mobile advertising wordt pas een succes als standaardisatie en interoperabiliteit verbetert;
- De klassieke waardeketen zal veranderen, waardoor kansen en bedreigingen voor mobiele operators ontstaan;
- De consument zal mobiele advertenties op aanvraag accepteren;
- Bedrijven die nu al actief zijn met mobile advertising, zullen beter uit de huidige recessie komen.

Hoe kansrijk mobile advertising ook moge zijn, de aanwezige Eric Kip van Blyk maakte bekend dat de [Nederlandse lancering is uitgesteld](#). Het bedrijf dat gratis bellen mogelijk maakt in ruil voor mobiele reclame is bezig met een internationale heroriëntatie, waarbij per land exclusieve samenwerkingen worden gezocht met één operator.

Volgens Jorrit Biesheuvel van i-Wood breekt mobiel internet pas echt door 'als de consument het echt nodig heeft'. "Sms'en kon al in 1995, maar brak pas door dankzij televoting in 2001. Toen maakte de penetratie in acht weken tijd een sprong van 25 naar 45 procent."

In het debat werd beweerd dat over vijf jaar zelfs 'Mien uit Assen' aan het mobiel internet is gegaan. Ralph Cohen van IceMobile vindt dat het allemaal niet snel genoeg gaat. "Anderhalf jaar na de lancering van de iPhone is er nog steeds geen handset die in de buurt komt. Wel geloof ik dat alle mobiele telefoons over vijf jaar allemaal een echt goede browser hebben."

Adverteerders kregen het verwijt nog te veel te denken in push-strategieën. Aangezien ze enorm veel weten over hun klanten, zou 'pull' veel effectiever moeten zijn. Vodafone's Nils Rouwendal beaamde dat: "We zijn nu al bezig met contextuele advertising en permission based marketing." Met cijfers was de grote mobiele adverteerder echter nog erg voorzichtig.

© VNU Media