

Onlangs ontvingen de programmaraden een oproep van ROOS (Stichting regionale omroep overleg en samenwerking, de gezamenlijke regionale omroepen) om de regionale omroepen te steunen bij hun streven om geplaatst te worden op positie 11 in het digitale kabelpakket. Kabelraad vroeg Gerard Schuiteman, directeur van ROOS, om een toelichting.

# ROOS vraagt steun van programmaraden

**Regionale omroepen zijn de laatste jaren ook beschikbaar in het digitale pakket. Geldt dat voor alle aanbieders en alle zenders?**

Gerard: "dat is niet het geval. Per kabelmaatschappij verschilt het zeer. Ziggo bijvoorbeeld geeft wel alle regionale omroepen via het digitale pakket door. UPC geeft negen regionale omroepen door. Andere kabelmaatschappijen hebben vaak weer een eigen manier".

**Kan je iets zeggen over kijkcijfers in het digitale pakket? Kijken mensen digitaal naar regionale zenders?**

"Huishoudens die digitaal kijken, kijken natuurlijk ook naar de regionale omroep. Maar uit onderzoek blijkt dat er digitaal wel minder gekeken wordt dan dat analoog wordt gekeken. Dat heeft te maken met de plek waarop de regionale omroep te vinden is op de digitale kabel. Die is bij analoge kabel zelf in te stellen. Maar op de digitale kabel kan dat niet, of is het heel lastig. En omdat de regionale omroep onder een heel hoge voorkeuzepositie is geplaatst kijken mensen gewoon een stuk minder. Dat is natuurlijk een ongewenste situatie die we al jaren aan de kaak proberen te stellen. Wij vinden dat ook de regionale publieke omroep, net als de landelijke zenders, goed vindbaar moet zijn, ook op de digitale kabel".

**Waarom vragen jullie nu de aandacht van programmaraden?**

"Programmaraden hebben net als de regionale omroep een maatschappelijke functie. Wij hebben programmaraden gevraagd om in de contacten met kabelmaatschappijen het grote belang aan te geven van een goede vindbaarheid van de regionale omroep. Daarmee is naar onze mening de kijker zeer gediend, en uit onderzoek blijkt ook dat de kijker de regionale omroep graag wil ontvangen".

**Waarom vragen jullie geen aandacht voor de positie in het analoge pakket? Is digitaal echt anders?**

"Het probleem van de vindbaarheid geldt echt voor het digitale pakket. Digitaal zijn er veel meer zenders te ontvangen dan



analoog en de regionale omroep is in het digitale pakket veel te ver naar achter geplaatst door de kabelmaatschappijen. Steeds meer huishoudens kijken digitaal, en dus neemt het probleem almaar toe".

**Kennelijk staat de politiek niet onwelwillend tegenover jullie verzoek. Ligt het dan niet voor de hand om wettelijke regels te stellen?**

"De politiek wil dat de regionale omroep op plek 11 te vinden is, direct na de eerste tien landelijke zenders. Wat ons betreft zouden kabelmaatschappijen zelf die wens snel moeten overnemen. De Minister van OCW gaat nu voor de tweede keer met de kabelars in overleg. Als dat nu tot niets leidt, dan zou de plek waaronder de zogenaamde must carry-kanalen opgenomen moeten worden inderdaad maar wettelijke geregeld moeten worden. Dus ook de plek van de regionale omroep".

**Is het niet beter als mensen zelf de volgorde van hun zenders kunnen bepalen? En wordt daar over gesproken met kabelexploitanten?**

"Ik weet niet of dit een oplossing kan worden want dat is met alle verschillende kabelkastjes lang niet mogelijk. En voordat zoiets wel ingesteld kan worden zijn we vast alweer vele jaren verder. Dat gaat dus allemaal veel te lang duren!"

Informatiebulletin van kabelraden.nl • verschijnt vier maal per jaar

# kabelraad 29



**kabelraden.nl**  
stichting landelijk steunpunt programmaraden

**COLOFON** Kabelraad is een uitgave van Kabelraden.nl, Stichting Landelijk Steunpunt Programmaraden en verschijnt 4 keer per jaar. Leden van programmaraden en andere geïnteresseerden ontvangen Kabelraad gratis • Het abonnement is aan te vragen via e-mail (info@kabelraden.nl) of bij Kabelraden.nl • Beechavenue 54 - 80, 1119 PW Schiphol-Rijk • Telefoon: 020 - 6586250 • Kabelraad verschijnt onder redactie van Kabelraden.nl en David de Jong (DutchMedia). Met medewerking van Tessa Slagboom • Fotografie: Henk Veenstra • Vormgeving: Fonts+Files visuele communicatie, Haarlem • Drukwerk: StyleMathôt, Haarlem

**In deze kabelraad ondermeer:**

- Leden raad van advies nemen afscheid
- Slam!TV
- CAIW: na de afschakeling
- BravaNL alleen digitaal bij Ziggo
- ROOS vraagt steun programmaraden



# Leden raad van advies nemen afscheid

Met ingang van 2011 gaan drie leden de raad van advies verlaten: Thea Schuitemaker, Herbert van Til en Simone Veldema. En dit jaar heeft Johan Sieswerda al afscheid genomen, omdat hij was benoemd in de gemeenteraad van zijn woonplaats. Vier leden hebben natuurlijk heel wat te vertellen, en daarvoor geven we ze graag de ruimte.

**Johan** trapt af: "pluriformiteit van het zenderpakket staat bij mij bovenaan. Programmaraden en kabelraden.nl vertegenwoordigen abonnees en die hebben andere belangen dan het commerciële belang van de aanbieders. Het tegenovergestelde van pluriform is uniform. Oftewel, eenheidsworst op de tv van bijvoorbeeld verkoopkanalen. Het publiek heeft niets aan een eenzijdig aanbod. Het doel van kabelraden.nl is ondersteuning en versterking van de programmaraden. Het mooiste van de raad van advies is, dat deze is samengesteld uit vertegenwoordigers van diverse programmaraden over heel Nederland. Leerzaam vind ik de uitwisseling van kennis en ideeën.

**Ook aan de anderen vroegen wij waarom ze zich hebben aangemeld voor de raad van advies.**

**Thea:** "als je in de programmaraad zit heb je geen idee wat er op het niveau daarboven gebeurt. Dus in de keuren kijken bij de ander boeit mij zeer. Ik dacht dat het ambtelijk zou zijn, maar totaal niet, er wordt puur praktisch gewerkt/geadviseerd!"

**Herbert:** "het leek me interessant om mee te kunnen denken over de problemen die programmaraden hebben met kabelexploitanten als lid van een programmaraad die wel een goede relatie heeft met de kabelexploitant (Stichting Cai Harderwijk)"

**Simone:** "de grootste uitdaging voor alle programmaraden was en is nog steeds



Thea Schuitemaker

om te laten zien dat zij waardige en inhoudelijk broodnodig gesprekspartners zijn bij de vormgeving van het mediabeleid met de nodige consumenteninvloed. De programmaraden hebben expertise in huis die andere partijen graag zouden moeten willen gebruiken. Kabelraden.nl heeft met haar lobbyinspanningen naar Den Haag een belangrijke functie hierin. In de jaren vanaf 2007 tot nu toe moesten er knopen doorgehakt worden. Dit wilde ik niet alleen doen met mijn voeten in de modder bij de Algemene Programma Raad (APR) voor de Amsterdamse regio, maar ook door zoveel mogelijk bij te sturen in de raad van advies van de kabelraden.nl"

**Wat vond je de meest interessante activiteiten van de raad van advies in de afgelopen jaren?**

**Johan:** "bijzonder interessant vind ik het informeren van de Haagse politiek. Want ook die plek is uiterst belangrijk voor ons geweest. Let wel, het bestaansrecht van de programmaraden ligt verankerd in de Mediawet. Verder het kwaliteitsproject, om het functioneren van programmaraden te verbeteren en om ze zichtbaarder te maken voor de abonnees. Ik heb door mijn inzet meer respect en een beter beeld gekregen van kabelraden.nl en de programmaraden.

**Thea** merkt op dat zij de discussies van de laatste tijd, over de inkrimping van het analoge pakket erg interessant vond. En ook het meedenken over de conferenties en tv- en radiodag.

**Herbert** waardeerde vooral de hele discussie rondom de nieuwe mediawet en de afschaffing van programmaraden. "Een heel leuke en leerzame ervaring in dat kader was het bezoek aan het ministerie in Den Haag".

**Simone:** "de afgelopen vier jaar stond in het teken van het komende voorstel over consumenten invloed in het TV- en radioaanbod. Met veel bewondering heb ik gekeken hoe kundig het lobbyproces van kabelraden.nl verliep naar Den Haag toe. Er zijn veel spannende momenten geweest waarbij het leek alsof het wets-



Herbert van Til

voorstel er veel negatiever uit zou komen te zien, dan waar het nu naar toe lijkt te gaan. En toch heeft kabelraden.nl het steeds weer weten te draaien waardoor het schip werd gewend. Dat hele traject waarbij wij als raad van advies klankbord konden zijn, heb ik als heel leerzaam ervaren. Natuurlijk weten we niet hoe het uiteindelijke voorstel eruit komt te zien. Wel is het zeker dat alle programmaraadsleden waarschijnlijk zelf hard moeten aan de bel moeten gaan trekken bij hun volksvertegenwoordigers om het resultaat te maximaliseren".

**Wat is je beeld van programmaraden?**

**Simone:** "de programmaraden zijn de afgelopen jaren veranderd. Toen ik voor het eerst op een kabelradendag kwam, zag ik alleen maar oudere heren om mij heen. Tegenwoordig zijn er steeds meer jongere leden actief en dat leidt tot een andere dynamiek naar binnen en buiten toe. Dit zie je terug in de raad van advies maar ook bij mijn eigen APR, daar is de meerderheid zo rond de 35 jaar. Verder vind ik het jammer dat de programmaraden door de kabelexploitanten onvoldoende worden gebruikt als kennisbron over de invulling van het aanbod. Eigenlijk zijn we partners van elkaar, maar vaak lijkt het alsof we altijd tegenover elkaar staan. Terwijl we eigenlijk toch in grote lijnen hetzelfde willen: namelijk leuke TV en radio zenders".

**Thea** is nog wel op zoek naar verjonging: "programmaraden zouden meer 'uit de kast' moeten komen. Ik hoor dat de raden steeds proberen om jonge mensen te vinden, dit lukt nog niet echt. Maar de aanhouder wint!"

**Herbert:** "ik heb nu geleerd dat programmaraden heel verschillend zijn. Er zijn er een paar die niet echt actief zijn, en je hebt andere raden die zo groot zijn en zoveel meer mogelijkheden hebben dat je mond open valt. Het afgelopen jaar heeft de werkgroep kwaliteit wel een goede slag geslagen om de programmaraden meer bij elkaar te krijgen".

**Wordt er ook gelachen in de raad van advies?**

**Thea:** "Ja, gelukkig wel. We bespreken veel stevige stukken, maar humor is er zeker. Wat ik sterk vond en nog steeds vind: dat er met veel positieve energie gewerkt wordt, ondanks dat Den Haag steeds op zich laat wachten over de veranderende regelgeving als het om programmaraden gaat"

**Johan:** "de sfeer in de raad van advies is altijd relaxt geweest. Los van serieuze en zakelijke onderwerpen is er voldoende ruimte geweest voor relativering".

**Herbert** merkt op dat het absoluut geen dooie boel is tijdens vergaderingen, "maar als het te leuk wordt wijst Marco naar de klok..."

**Simone** noemt de sfeer altijd positief en erg fijn; "het is een warm bad".

**Hebben jullie nog opmerkingen over de dagelijkse ondersteuning door kabelraden.nl?**

**Johan** waardeert het dat kabelraden.nl de programmaraden ook bij 'gewone' dingen ondersteunt. "Met name de Ziggo-raden, zoals in Friesland, omdat ineens de secretariële ondersteuning door Ziggo werd ingetrokken. Het is nu aan

"Ik vind het jammer dat de programmaraden door de kabelexploitanten onvoldoende worden gebruikt als kennisbron over de invulling van het aanbod. Eigenlijk zijn we partners van elkaar, maar vaak lijkt het alsof we altijd tegenover elkaar staan."



Johan Sieswerda

de programmaraden om te laten zien dat ze sterk in hun schoenen staan en dat zij daadwerkelijk in staat zijn hun abonnees te vertegenwoordigen".

**Thea** noemt de checklist van de werkgroep kwaliteit erg handig en een mooie leidraad. Misschien kan er ook voor andere vraagstukken iets dergelijks komen. Belangrijk is ook om erop te blijven wijzen dat kabelraden.nl er is voor de programmaraden.

**Herbert:** "als je hulp nodig hebt hoeft je maar te bellen en Pablo of Marieke springt in de auto. Onze programmaraad heeft in de opstartfase veel steun gekregen. Het grootse onopgeloste probleem is denk ik het vinden van nieuwe leden. Daar zou extra ondersteuning voor veel programmaraden erg welkom zijn"

**Simone** sluit af: "de insteek van Kabelraden is altijd erg praktisch geweest. Dit lijkt goed te werken. Zelf heb ik hoge verwachtingen van de vervolgwergroep kwaliteit. Doel is om de programmaraden naar een hoger niveau te tillen"

**Dat klinkt allemaal positief. Nog teleurstellingen te melden?**

**Thea** kan geen teleurstellingen melden. "ook het steeds wachten op informatie uit Den Haag vind ik geen teleurstelling, dat is een kwestie van overmacht".

De teleurstelling van Herbert: "dat ik mijn 4 jaar nu al voorbij zijn..."

Ook **Simone** verwijst naar Den Haag. "de grote teleurstelling is natuurlijk dat het wetsvoorstel er nog steeds niet ligt. De onzekerheid over hoe programmaraden in de toekomst eruit komen te zien is natuurlijk erg vervelend"

**Is er nog toekomst voor programmaraden?**

Ja, zegt **Thea**. "maar voor de korte termijn. Omdat alles op termijn digitaal gaat denk ik dat de programmaraden nog 3 á 4 jaar in deze setting zullen blijven bestaan".

Programmaraden gaan zeker veranderen, meent **Johan**. "Door de digitalisering en

door veranderende omstandigheden in Den Haag. Het beestje zal een andere naam krijgen, maar wel met dezelfde belangenvertegenwoordiging van abonnees. Uitgangspunten: objectief, (financieel) onafhankelijk en regionale verscheidenheid. Kabelaars hebben over het algemeen geen boodschap aan consumenteninvloed. Dat zij hun zaakjes niet helemaal op orde hebben en zich nergens aan storen, blijkt overduidelijk uit de grote respons naar aanleiding van de internetactie van Youp van 't Hek. Maar dat is hun probleem dat zij zelf moeten oplossen"

**Herbert:** "ik hoop dat we snel naar een systeem kunnen waarbij je gewoon gaat betalen voor de zenders die je wilt kijken. Wat moet je met 71 televisiezenders als je er gemiddeld maar 15 tot 20 gebruikt, dus laat mij er 20 kiezen. Met digitale tv en een smartcard moet dat toch mogelijk zijn ..... en dan hebben we geen programmaraden meer nodig"

**Simone** meent dat in ieder geval zeker is dat programmaraden in de huidige vorm niet blijven bestaan. "Het is nu aan de regering, het parlement en vooral aan ons om ervoor te zorgen dat de consumenten invloed gemaximaliseerd blijft. Het alternatief is een scenario waarbij de kabelexploitanten invloed tot een minimum gaan beperken. Alle kaarten liggen wat dat betreft open.

Verder zie je dat, onder meer door de motie Atsma/Slob, de toekomstige advisering niet beperkt blijft tot het analoge pakket. Ook het digitale pakket en het aanbod van andere aanbieders zal door consumenten onder de loep worden genomen. Dit is een interessante ontwikkeling.

Tenslotte zullen digitalisering en andere technologische innovaties ervoor kunnen zorgen dat de consument een grotere invloed heeft op welke zenders worden doorgegeven. Voor deze stem van het publiek moet echter wel ruimte ontstaan die we dan vervolgens ook moeten gaan innemen. Ik ben erg voor een model



Simone Veldema

waarbij de input van de consument echt wordt gehoord. Er is namelijk niemand die zoveel afweet van het aanbod en de wensen als wij zelf. Dit maakt ons een zeer gewaardeerde partner”.

**Tot slot: jullie zijn erover eens dat de consumenteninvloed op de kabel gaat veranderen. Wat vinden jullie echt belangrijk bij een nieuwe regeling?**

**Herbert** wijst erop dat zolang de door hem bepleitte keuzevrijheid nog niet gerealiseerd is, het belangrijk is dat er consumenteninvloed blijft door een partij die onafhankelijk van de kabelexploitant kan adviseren. Daarbij moet de kabelexploitant ook de plicht hebben het advies op te volgen. Natuurlijk zou het het mooiste zijn wanneer dit advies ook voor de digitale kanalen mag worden gegeven “al is dat misschien niet zo belangrijk zolang we 71 digitale televisiekanalen in het basispakket hebben...”

**Thea** vult aan dat het belangrijk is dat de mensen in die raden goed (pluriform) worden gekozen en dat er een goed toezicht komt op de klantenraden en de naleving van de nieuwe regelgeving. **Simone** heeft het laatste woord: “de traditionele wijze van advisering door middel van programmaraden aan de kabelexploitanten wijzigt sowieso. Ik vind het belangrijk dat consumenten over elke vorm van aanbod kunnen adviseren. Of het nu analoog, digitaal of anders is. Anders kan de aanbieder zijn zender en de prijs naar eigen denken steeds aanpassen. De consument is dan vogelvrij”. “Verder wil ik graag blijven werken aan een verbeterde samenwerking tussen consument en aanbieder waarbij elkaars belangen worden gemaximaliseerd. De consument heeft de pakketaanbieder veel te bieden. Maar hij heeft daarbij ook een onafhankelijke positie met enkele machtsinstrumenten nodig om een volwaardige gesprekspartner te zijn. Anders wordt de consument niet gehoord. Zo moeten bijvoorbeeld nieuwe of ongewone zenders een echte doorgiftekans krijgen om zich te kunnen bewijzen. Het nieuwe model kan hier een rol in blijven spelen”.

“Programmaraden zouden meer ‘uit de kast’ moeten komen.”

## Radiostations krijgen opheldering toekomst

**Op 9 november heeft de nieuwe minister van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (Maxime Verhagen, CDA) het concept-besluit bekend gemaakt dat bestaande FM-radiostations hun FM-uitzendlicenties met zes jaar kunnen verlengen. Voor Radio 538, Sky Radio, Radio Veronica, Slam!FM, 100%NL, BNR Nieuwsradio en Q-Music geldt dat hun bestaande FM-uitzendlicenties per 1 september 2011 verlopen. Dit is ook voor regionale commerciële zenders (als RadioNL, Radio Decibel en Waterstad FM) het geval. Ook voor deze zenders is een concept-verlengingsbesluit voorgelegd.**

Concreet houdt het besluit in dat de zenders een eenmalig bedrag moeten betalen en de verplichting aangaan om per 1 september 2015 in DAB(+) uit te zenden, een digitale radiotechniek. Ook regionale commerciële zenders krijgen deze plichten, zij het dat de bedragen daarbij relatief laag zijn. Voor de meeste commerciële landelijke zenders die in een zogeheten ‘geclausuleerd kavel’ uitzenden, zijn de financiële verplichtingen laag; het voorgestelde bedrag is 0 euro. Voor de ‘vrij’ geclausuleerde zenders en Radio Veronica worden de voor hun bepaalde bedragen als vrij hoog ervaren. De minister noemt de voorgestelde bedragen marktconform. Ze zijn tot stand gekomen na een rapport van bureau SEO in opdracht van het ministerie van Economische Zaken. Jan Willem Bruggenwirth, directeur van Radio 538 omschreef dit als dat er ‘allerlei fantastische theoretische modellen op tafel’ komen. Ook Martin S. Banga van Sky Radio Groep en voorzitter van de Nederlandse Vereniging voor Commerciële Radio (NVCR) is het niet eens met de bedragen: ‘niet marktconform’. Essentieel voor zenders als Q-Music, Sky Radio en Radio 538 is wat deze bedragen uiteindelijk zullen worden en of ze daarmee hun voortbestaan kunnen zekerstellen. Radiostations mogen een betalingsregeling treffen opdat het eenmalig totaalbedrag telkens per jaar (in termijnen) afbetaald kan worden. In totaal moet de nieuwe (landelijke) regeling volgens het huidige voorstel 174,2 miljoen euro (gemiddeld 29,03 miljoen per jaar) voor de landelijke commerciële kavels opbrengen; dit was voor de periode 2003-2011 voorzien op 302,38 miljoen euro (gemiddeld 37,96 miljoen), maar is door het

FM-einde van de twee Arrow-stations niet gerealiseerd.

### A7 en A8

De FM-kavels A7 en A8 zijn sinds maart 2009 niet in gebruik. Het A7-kavel dat destijds door RTL Nederland werd bemachtigd voor het toenmalige Yorin FM, eindigde uiteindelijk bij Arrow Classic Rock. Die ging failliet nadat de FM-uitzendlicentie werd ingetrokken. Hetzelfde gebeurde met Arrow Jazz FM op kavel A8. Beide zenders blijven uitzenden op de kabel, na een doorstart. De opeenvolgende regeringen en ministers/staatssecretarissen hebben lang nagedacht over hoe verder met deze frequentieruimte. A8 is het klassiek/jazz-geclausuleerde kavel. Of er een nieuwe zender met dat format in de ether komt moet blijken in het voorjaar als de feitelijke verdeling plaatsvindt. Initiatieven als die van Bernard Koeleman & Martijn Koeleman (Radio Jazz), maar ook die van Floris van Steenis & Menno Hiddajotallah (Magic Jazz) zouden zich kunnen melden voor het A8-kavel. Kink FM, het alternatieve radiostation van V-Ventures (van Vereniging Veronica) maakt zich op om deel te nemen aan de verdeling opdat ze het A7-kavel kan invullen.

Hoe het ook zij, het ether-landschap zal in 2011 worden opgeschud. Mogelijk krijgt dit ook consequenties voor kabelradio, net als in 2003 toen zich na de verdelingen nieuwe radiostations aandienen. Sommigen daarvan verdwenen weer na verloop van tijd of gingen op een andere manier door. Wordt vervolgd.

DdJ

**De muziektelevisiezender Slam!TV is begonnen met een offensief om brede analoge kabel distributie te krijgen. Slam!TV is een muziektender die nu digitaal wordt doorgegeven. De zender is in handen is van Slam!FM (van Lex Harding) en richt zich op 13 tot 35 jarigen.**

nu niet willen investeren in analoge kabeltelevisie. Ik weet niet en wil niet treden in welke overwegingen partijen hebben om dat te doen, maar het lijkt me niet slim,’ aldus de woordvoerder van de kabelexploitant die 3,1 miljoen huishoudens bedient. Jacqueline Bierhorst is het niet eens met de uitspraak van de Ziggo-zegsman:

## Slam!TV wil alternatief zijn voor digitaliserend TMF

Jacqueline Bierhorst, algemeen directeur van de tv- en radiozender, is van mening dat muziektelevisie een plek verdient in het bredere aanbod van televisiezenders dat analoog wordt verspreid. Tot voor kort verzorgde MTV Networks dat muziekaanbod op de Nederlandse analoge kabel. Die organisatie maakte echter in november bekend dat de muziektender TMF per 1 januari 2011 niet langer volledig analoog zal worden uitgezonden en in het tweede kwartaal volledig zal digitaliseren (zie apart artikel in deze Kabelraad).

“Een Nederlands muziektelevisie-initiatief verdient een plek in het basispakket. Wij willen met Slam!TV de populaire jongerenstijlen bij de Nederlandse jongeren onder de aandacht brengen. We hebben inmiddels met een aantal programmaraden gesproken en merken dat er een positieve houding bestaat. Ook de auteursrechtenorganisatie Buma Cultuur en de muziekbrancheorganisatie NVPI staan positief ten opzichte van ons initiatief,” aldus Jacqueline Bierhorst. Slam!TV wil een basisvenster vormen voor de Nederlandse muziekindustrie. De tv-zender biedt een breder aanbod dan Slam!FM op de radio.

### Slam! TV awards

De bedoeling is dat de zender een zo breed mogelijke distributie verkrijgt. Als dat het geval is, zal de zender investeren in programmering en een Slam!TV awards opzetten. Hierbij kan gedacht worden aan specifieke urban, dance, happy hardcore en classic programma’s en Slam!NL (producties van Nederlandse bodem). Ook krijgt jong presentatietalent de kans als VJ aan de slag te gaan. Zowel Jacqueline Bierhorst als eigenaar Lex Harding stonden in 1995 aan de wieg van TMF. Dat werd in 2001 aan MTV Networks verkocht. In de optiek van Bierhorst is er potentie voor analoge muziektelevisie, zeker met het gegeven dat tweede televisietoestellen veelal analoog worden gebruikt. Slam!TV is de afgelopen periode druk bezig geweest programmaraden te bezoeken om presentaties te geven. Inmiddels heeft dit geleid tot positieve (concept)adviezen in het basispakket in een aantal regio’s waaronder Flevoland, Den Haag, Zoetermeer en Noord-Oost Polder. Ook APR (Amsterdam e.o.) heeft Slam!TV in zijn conceptadvies voor het basispakket opgenomen, omdat het van mening is dat een muziektelevisiezender in het basispakket thuishoort.

### Niet slim

Ziggo-woordvoerder Erik van Doeselaar noemt het initiatief om te komen tot een nieuw analoog kanaal ‘nu niet slim’: “je moet



“het staat hem vrij een mening erover te hebben, maar het heeft absoluut zin om muziektelevisie toegankelijk te houden op ieder televisietoestel. Digitaal bereikt nog niet voldoende kritische massa om iedereen te bereiken”

Slam!TV gaat er vanuit dat Ziggo positieve basispakketadviezen gewoon opvolgt. Slam!TV is bij UPC op dit moment alleen te zien via het aparte digitale musiczone-pakket. Ook bij Ziggo zit de zender in het muziekkpakket. Slam!TV is via internet vrij te ontvangen.

DdJ

**SLAM!TV**

Op 10 oktober jl. was CAIW de eerste Nederlandse kabelexploitant die het analoge kabelaanbod uitschakelde. De regio's Westland, Midden-Delfland, Schiedam, Maassluis, Aalsmeer, Uithoorn, Benschop, IJsselstein, Hilvarenbeek en Doorn zijn daarbij volledig gedigitaliseerd op FM-radio na. Ook REKAM (Gouda) kondigde een digitalisering aan, maar stelde die uit tot eind november. Kabelraad sprak met Marit Vos, die contentmanager is voor CAIW.



#### Hoe is de analoge afschakeling naar jouw belevenis ervaren?

"Het is een gevolg van een proces dat al in 2005 begon. Op 10 oktober hebben we Nederland 1, 2 en 3 nog analoog laten staan met een tekstregel in beeld om eventuele onduidelijkheden bij klanten op te vangen. 10 dagen later zijn deze ook uitgegaan, waarna op Nederland 1 analoog alleen nog een infodia te lezen is. Die laten we voorlo-

pig staan. We hadden onze winkels op 10 oktober open gedaan, zodat klanten met hun vragen daar terecht konden, maar het was niet druk. Ook op het callcenter was het minder druk dan verwacht. Het verrassingseffect dat we wilden voorkomen, heeft niet plaats gevonden. We hadden van te voren onderzocht hoe bekend het was dat we zouden afschakelen, maar je weet het nooit zeker. Op de maandag (11 oktober) was het wel drukker dan normaal. Een paar honderd klanten hebben hun abonnement opgezegd, en tegelijk zien we dat meer klanten aanvullende pakketten nemen. We hebben ook gezien dat meer mensen voor hun tweede toestel maatregelen namen. Voor ons is het afschakelen van analoog goed verlopen. De technische hindernissen die er leken te zijn, bleken veel minder te zijn in de praktijk. Digitale ontvangers zijn in de loop der jaren simpeler geworden. De actiegroep pro-analoog die zich in 2010 verzette tegen de digitalisering, heeft ons geholpen in communicatieve zin en de bewustwording van onze klanten. En ook de reclame van een concurrent heeft hetzelfde effect gehad. Er zijn natuurlijk klanten voor wie die een enorme stap is geweest. Met name diegenen die daar een handtekening hebben gezet. Maar voor die groepen hebben we maatregelen genomen."

#### Hoe is het proces met de tv-zenders gegaan?

"Met eigenlijk alle aanbieders hebben we vanaf 2004/2005 contact gehad. Dat was het moment dat we terug gingen van circa 40 analoge zenders naar 24. Bijna alle zenders hebben ons ondersteund. Daar zijn afspraken over gemaakt. Een enkele zender had vrees dat deze bereik zou missen, maar daar zijn we uitgekomen. Grote partijen als SBS Broadcasting en RTL Nederland en de NPO (Nederland 1/2/3) hebben ons ondersteund. Zij zijn als laatste gedigitaliseerd. We hebben wel verteld van de plannen en ze op de hoogte

gehouden. Voor mij als contentmanager was er niet veel extra werk, wel is een aantal contracten aangepast. Dankzij de vrijgekomen capaciteit kon ik aan de slag om nieuwe Hoge Definitie-content te contracteren. Die hebben we direct per 14 oktober toegevoegd. Ik denk dat wij een heel goed model hebben gekozen. Ik geloof dat het overgrote deel van de CAIW-klanten er klaar voor was."

(zorg)instellingen in ons gebied contact gehad en overlegd welke digitale oplossing hen het beste paste. Wij zijn daar vrij intensief mee bezig geweest. Ook is er contact geweest met diverse ouderbonden en CAIW heeft desgevraagd informatiebijeenkomsten gehouden voor groepen ouderen. Uiteindelijk komt het neer op communicatie."

kwantiteit moet zitten maar misschien nog meer op kwaliteit. Ook onderzoeken we een oplossing voor mensen die liever minder zenders willen afnemen. Ons tarief blijft per 1 januari aankomende gelijk (15,45 euro per maand, red.) later in 2011 gaan we dit wel wijzigen." (CAIW codeert haar standaardaanbod overigens niet op de meeste netwerken, zodat deze direct zonder drempels toegankelijk is).

# CAIW: na de afschakeling

#### En de programmaraad, die is digitaal wettelijk overbodig?

"CAIW heeft een een KlantenAdviesRaad (KAR). Ik ben daar de secretaris van. Zij zijn vooral een adviesorgaan voor al onze producten met een focus op radio en televisie. Wat nu veranderd is, is dat de gemeenteraden ze niet meer hoeven te benoemen. Maar we gaan door met de Klantenadviesraad, dat verandert niet door de digitalisering. We hebben ze geïnformeerd en ze blijven hetzelfde doel dienen. Ze kunnen over het digitale standaardaanbod blijven adviseren, maar doordat dat aanbod groot is (tenminste 48 zenders), wordt daar goed in samengewerkt. We dienen immers hetzelfde doel, namelijk een aantrekkelijk dienstenpakket bieden aan klanten van CAIW. De KabelAdviesRaad heeft de analoge afschakeling unaniem ondersteund maar volgde het traject kritisch. Er zijn veel vragen geweest."

#### Waren er veel klachten vanuit jullie klanten?

"Er waren klachten, maar een veel grotere groep wilde vooral weten wat het voor hen zelf betekende wanneer het analoge signaal uit ging. Hierdoor zijn we in de periode rondom de analoge uitschakeling wat slechter bereikbaar geweest. (CAIW gebruikt het lokale tarief bij haar service-lijn, red.) Een kritiekpunt was dat er tijdelijk te weinig DVB-T sticks waren. CAIW zendt ten behoeve van directe ontvangst 21 zenders via de digitale etherstandaard (DVB-T) uit via de kabel (DVB-T via C)". (Op deze wijze kunnen makkelijk en goedkoop standaard 21 zenders ontvangen worden, red).

#### Hoe is omgegaan met kwetsbare groepen?

"CAIW heeft veel aandacht besteed aan senioren. Onze ervaring is dat de meeste ouderen zeker niet willen worden gezien als aparte groep consumenten, onderschat ouderen niet. We hebben met alle



#### Hoe zat u persoonlijk in het proces?

"Voor mij was het heel positief. Ik heb er naar toegeleefd en nu kunnen we verder en meer gaan doen. Ik ben altijd overtuigd geweest dat het analoog afschakelen goed is voor de klanten. Zeker met Hoge Definitie: het merendeel van de klanten heeft geïnvesteerd in een plat scherm en dan is een analoog signaal een beetje zonde. Hoge Definitie ziet er veel beter uit. We kunnen nu een nog breder aanbod aan HD-zenders bieden. Verder willen we met Video On Demand beginnen, iets waar wij ten opzichte van bijvoorbeeld UPC op achterlopen. Mensen die mij kennen en die in het werkgebied van CAIW wonen, hebben wel privé soms vragen over de analoge afschakeling aan mij gesteld, maar het was goed uit te leggen."

#### En nu hoe verder?

"We bekijken nu hoe we onze pakketten aan diensten kunnen verbeteren. Zo gaan we kijken naar de pakketstructuur van met name de aanvullende pakketten, en je kan je afvragen of we niet alleen op

#### Is er nu een digitale tweedeling tussen de CAIW-gebieden en de rest Nederland (lees Ziggo/UPC)?

"CAIW loopt op het gebied van digitalisering inderdaad voorop. Ik denk dat je als maatschappij analoog niet meer zo nodig hebt. Er is wel een stap voor nodig om dat te doen; wij hebben dat proces in 2005 ingezet. Er zal bij Ziggo en UPC ongetwijfeld een plan zijn, maar ze hebben dat niet kenbaar gemaakt (beiden ontkennen dat er een plan is, red). Je moet bovendien niet bang zijn voor je klanten en ze niet onderschatten. Onze ervaring is dat klanten (inclusief instellingen), mits je goed communiceert, bereid zijn mee te gaan in de ontwikkelingen."

CAIW heeft aangetoond de digitaliseringslag te kunnen maken. Uit interviews met andere partijen blijkt dat CAIW een vrij grote voorsprong heeft genomen ten opzichte van partijen als UPC en Ziggo.

DdJ

# MTV Networks wijzigt analoge zenders

## TMF, Kindernet, Nickelodeon, Comedy Central en MTV krijgen andere invulling

**MTV Networks heeft aangekondigd haar drie analoge kanalen per 1 januari 2011 anders in te delen. Kabelraad zet de wijzigingen op een rijtje.**

### TMF

De muzikzender TMF digitaliseert in 2011. Dat gaat in fases. Per 1 januari zendt TMF analoog alleen nog uit van 06 tot 15 uur. In de loop van het tweede kwartaal vervallen de analoge uitzendingen en is de zender alleen nog digitaal te zien. Het is niet duidelijk in welk pakket TMF digitaal terecht zal komen. Daarover praten MTV Networks en de infrastructuurexploitanten nog. TMF blijft als merk wel bestaan, volgens MTV Networks. Als muziektelevisie merk blijft de zender in het digitale pakket een rol van betekenis spelen met o.a. de themazenders TMF Pure, TMF NL en TMF Dance. Op dit moment wordt nog gewerkt aan de vormgeving in het digitale domein. In Vlaanderen blijft TMF wel analoog via de kabel bestaan.

### KINDERNET

Het merk Kindernet keert terug op televisie. Kindernet was van 1988 tot 2003 als kinderzender actief, maar die plek is na een overname ingenomen door het MTV-merk Nickelodeon, resp. Nick Jr. Het 'nieuwe' Kindernet zal vanaf het tweede kwartaal 2011 van 06 tot 15 uur de plaats van TMF innemen op de analoge kabel. De zender zendt dan uit in kanaaldeling met Comedy Central. Kindernet richt zich op 3- tot 8 jarigen en wordt door MTV

Networks samen met het Vlaamse Studio 100 ingevuld. De zender gaat Nickelodeon- en Studio 100producties als Piet Piraat, K3 en Pipi Langkous vertonen.

### COMEDY CENTRAL

Comedy Central gaat per 1 januari 2011 van 15.00 – 06.00 uur uitzenden op het kanaal van TMF. Daarmee krijgt het vijf uur per dag aan extra middag en avond-programmering. MTV Networks gaat het merk versterken met nieuwe programmering. Tot 14 februari blijft Comedy Central ook op het kanaal van Nickelodeon uitzenden, zoals nu al het geval is. Comedy Central gaat in februari drie weken Jan Jaap van der Wal in een Nederlandse versie van de 'Daily Show' uitzenden, als nieuwe poging (na Nederland 3's Laatste Show en Comedy Central News) om te komen tot een dagelijkse comedy-nieuwsshow. Verder is op de zender cabaret te zien met met o.a. Freek de Jonge en een programma met standup-comedian Silvester Zwaneveld. In de nieuwe indeling van de zender worden van 15.00 tot 18.30 uur verschillende series (horizontaal geprogrammeerd) uitgezonden. Om 19.30 uur worden twee afleveringen van de Simpsons uitgezonden. Comedy Central beschouwt 19.30 en 22.30 uur als haar 'prime time-momenten'.

### NICKELODEON

Nickelodeon gaat per 14 februari (weer) 24 uur per dag uitzenden. De zender deed dit al eerder in het seizoen 2003/2004. Tot 21 uur 'trekt de zender de huidige pro-

grammering een uur langer door'. Daarna worden onder de naam TeenNick series en programma's voor tieners uitgezonden. De exacte programmering, was bij het ter perse gaan van deze kabelraad nog niet bekend.

### MTV

Het digitale TMF krijgt niet of nauwelijks gepresenteerde programma's. MTV krijgt een belangrijkere rol in het analoge pakket. Om die redenen zal de programmering van MTV in januari enigszins wijzigen. MTV wil de grootste jongerenzender van Nederland zijn. De verhouding muziek/non muziek blijft 70/30. De zender blijft muziekprogramma's uitzenden zoals MTV World Stage, MTV EMAs, MTV World Exclusive, MTV Push en MTV Storytellers. Daarnaast gaat MTV investeren in nieuwe programma's en zal het meer (extra) Nederlands geproduceerde programma's gaan uitzenden. Tess Milne, die van TMF afkomstig is, verschijnt als presentatrice. Daarnaast komt MTV met programma's over 'lifestyle en werken'.

DdJ

Na meer dan 10 jaar actief te zijn geweest in de consumentenvertegenwoordiging neemt een van de langzittende voorzitters in 2011 afscheid van de programmaraad. Kabelraad vraagt Jan Vink (programmaraad Cogas kabel) om terug te kijken op zijn lange programmaraad-loopbaan..

## Jan Vink: "de toekomst is digitaal"

Eerst willen we natuurlijk weten hoe die loopbaan is verlopen

Jan: "In maart 1990 werd de Adviescommissie KTMO Goor opgericht en begon ik daar als lid en voorzitter. Op 27 maart 1997 ging de adviescommissie op in de nieuwe Kabelraad KTMO. Die periode duurde maar kort. In oktober 1998 werd de raad omgezet in de programmaraad KTMO, nu programmaraad Cogas Kabel. In juli 2011 loopt mijn benoeming af en ik ben niet meer benoembaar".

Hoe ben je bij de programmaraad terecht gekomen?

"Dat gebeurde min of meer toevallig. Begin 1990 las ik een advertentie voor leden van de op te richten Adviescommissie KTMO Goor. Ik heb hierop gesolliciteerd en werd ook geselecteerd. Ik had al jarenlang bestuurlijke ervaring in medezeggenschapsraden, ouderraden en dergelijke. Als student, als personeelslid en als ouder. Daarnaast kwam mijn technische opleiding ook van pas".

Wat wilde je bereiken met de programmaraad? Is dat uitgekomen?

"In het begin sta je daar blanco in. De adviescommissie Goor was de laatste adviescommissie van het KTMO (Cogas) gebied. Al snel werd duidelijk dat het Cogas gebied bestond uit allemaal aan elkaar geknoopte plaatselijke en CAI netwerken. Verre van stabiel, met veel storingen en kwalitatief matig signaal. Overigens waren ze daarmee niet uniek. Zo was denk ik de situatie bij veel kabelbedrijven. Het was een grote uitdaging om daar goed mee om te gaan. Om een bestuurlijk goed werkbaar situatie te krijgen zonder dat je in allemaal 'welles-nietes' situaties komt. Ik heb toen als voorzitter het initiatief genomen om samen met Cogas en een onafhankelijke deskundige een werkgroep in het leven te roepen die de kwaliteit van het KTMO netwerk in kaart zou brengen. Dat voorstel is overgenomen. Het werk is uitgevoerd door een deskundig adviesbureau en dit bureau is met een gedegen rapport gekomen. Voor ons en voor Cogas stonden daar geen verrassende conclusies in. Het belang van dit rapport was dat de



discussie voorbij was en dat nu positief aan de toekomst gewerkt kon worden. De ontwikkeling van een goed netwerk stond centraal. Wat er in het rapport stond wist de directeur van Cogas in feite ook wel, maar het intern en vooral aan zijn Raad van Commissarissen verkopen was kennelijk een moeilijk punt. Ik heb toen vooral geleerd dat het ook bestuurlijk belangrijk is om zo snel mogelijk van het operationele naar het strategische niveau te gaan. Dan kan er positief aan perspectieven gewerkt worden. De samenwerking van Cogas en de programmaraad is hierna altijd bijzonder constructief en positief geweest".

Heb je de laatste jaren veel veranderingen meegemaakt?

"Jazeker, er is de laatste jaren zeer veel veranderd. Kijk alleen maar naar de verschuiving van analoog naar digitaal. Ik heb dit zelf in mijn technische carrière helemaal meegemaakt. Toen ik met mijn studie elektrotechniek aan de - toen nog TH Eindhoven startte, begon de digitale wereld net in ontwikkeling te komen. Met zijn vooral grote maatschappelijk invloed. Ik heb er altijd naar gestreefd om programmaraad overbodig te maken. Dat door de technische ontwikkelingen (digitaal o.a.) de positie van programmaraad overbodig zou worden. Dat de kabelaar en de klant rechtstreeks met elkaar kunnen communiceren. Want in mijn ogen zouden

programmaraad een tijdelijke oplossing moeten zijn".

Jullie adviseren voor Cogas, in hoeverre is dat anders dan adviseren aan een van de 2 grote kabelexploitanten?

"Het advieswerk is denk ik hetzelfde. Wij zijn alleen kleiner en daardoor zijn de lijnen misschien wat korter. En wij streven ernaar om een uitstekende communicatie met elkaar te hebben. Onze ambtelijk secretaris is tevens directiesecretaris. Dat kan voordelen hebben, maar dan moeten beide partijen het spel wel professioneel spelen. Het heeft kansen en bedreigingen en je moet vooral zorgen dat de kansen groot zijn en de bedreigingen zo klein mogelijk zijn en het vraagt ook een uitstekende vertrouwensrelatie. En dat lukt denk ik tot op heden nog goed".

Hoe ziet de toekomst eruit? Welke rol zie je voor de programmaraad?

"Daar ben ik heel duidelijk in. De toekomst is digitaal. Geen schaarste problemen meer. Rechtstreekse communicatie mogelijkheden tussen aanbieder en klant. En dan is er geen plaats meer voor programmaraad". Tot slot: "door de huidige (technologische) ontwikkelingen is de wereld een groot dorp aan het worden (compressie van tijd en ruimte) met alle voor- en nadelen hiervan".



# De analoge Ziggo-dilemma's

Ziggo omschreef op 12 november in een persbericht de dilemma's waarmee het grootste kabelbedrijf van Nederland te maken krijgt als het gaat om het terugbrengen van het analoge pakket ten behoeve van het digitale aanbod.

## Analoog is voortaan extra dienst

Ziggo benoemt analoge kabeltelevisie voortaan als 'extra' dienst. Het digitale standaardaanbod moet gezien worden als het primaire aanbod, ook al is daar extra apparatuur voor nodig (smartcard en digitale ontvanger of CI+ CAM module).

In persbericht geeft Ziggo aan te 'hopen' dat programmaraden zich in hun adviezen richten naar de 'daadwerkelijke brede kijkervoorkeur', waarbij 'kleine doelgroepen' goed bediend worden via het digitale pakket. Ziggo wijst daarbij erop dat 'als programmaraden zich baseren op andere gronden dan de brede voorkeur van de burger, dan is het gevolg van hun adviezen dat voorkeurszenders van de kijkers niet meer analoog kunnen worden doorgegeven' en dat 'daarvoor in de plaats met gedeelde zenders worden ontvangen, waar zij mogelijk zelfs nooit naar zullen kijken'. In de optiek van de kabelaar zullen 'veel kijkers' dan teleurgesteld zijn in het resterende analoge aanbod.

Ziggo heeft bij het persbericht een lijst van zenders gepubliceerd waarbij de wettelijke mustcarry tv-zenders, de SBS- en RTL-zenders, Discovery Channel, National Geographic Channel, Animal Planet, Eurosport, Nickelodeon, TMF (Comedy Central/Kindernet), MTV, een lokale commerciële zender en een regionale commerciële zender op de eerste 23 plekken worden gezet, met buitenlandse (publieke) zenders als BBC One, ARD, TV5Monde, CNN International, Euronews en anderen daaronder.

## Teruggaan in zenders

De algemene verwachting is dat Ziggo – ondanks dat ze zelf daartoe geen bevestiging wil geven – in het tweede kwartaal van 2011 terug zal gaan naar ca. 25 zenders. Op dit moment worden er analoog 30 zenders doorgegeven. Het kabeltarief van Ziggo zal overigens per 1 januari 2011 in tegenstelling tot voorgaande jaren niet wijzigen; een tariefswijziging vindt later in het eerste half jaar plaats.

Ziggo-woordvoerder Erik van Doeselaar zegt desgevraagd dat het persbericht is

verzonden omwille van 'transparantie'.

Hoe Ziggo om zal gaan met programmaraden die zich niet aan de oproep houden, door bijvoorbeeld buitenlandse publieke zenders te adviseren in het basispakket, wil Van Doeselaar niet op voorhand kenbaar maken. Programmaraden menen vaak dat in een pluriform pakket ook die buitenlandse publieke zenders thuishoren. In het verleden heeft Ziggo – toen het terugging naar 30 analoge zenders - adviezen van programmaraden naast zich neergelegd. Volgens de Ziggo-zegsman is er geen digitaliseringsplan bij het kabelbedrijf maar wordt er wel gesproken over 'ideeën'. Zolang nog niets besloten is, maakt het bedrijf niets bekend. Ook als bekend is hoe de inkrimping naar minder analoge kanalen zal plaats vinden, zal dat nog niet worden geopenbaard. Volgens van Doeselaar is de relatie met de tv-zenders goed, 'die weten waar we mee bezig zijn'. De woordvoerder is overigens weinig spraakzaam op vragen over de situatie. Het persbericht dat Ziggo verstuurde was bij een aantal zenders niet bekend.

*Kabelraad.nl sprak met Discovery Networks Benelux en MTV Networks, die beiden met meer inzet dan voorheen programmaraden opzoeken.*

## MTV NETWORKS

Niels Baas: "Analoge kabel is voor MTV Networks van belang vanwege de meest wijde verspreiding en directe toegang tot het tweede tv-toestel in een huishouden. Wij denken dat de importantie van analoog de komende paar jaren nog steeds groot is aangezien de dekking van digitaal, en met name op tweede toestellen, nog verder door zal moeten groeien. Dat kabelmaatschappijen analoog willen afbouwen om capaciteit vrij te maken voor digitale diensten begrijpen wij. Wij geloven ook in de ontwikkeling van digitale TV en de additionele mogelijkheden. Het is wel van belang om te beseffen dat een advertentie verdienmodel in digitaal op dit moment voor doelgroep zenders (bijv. Nickelodeon, TMF en MTV) niet mogelijk is gezien het beperkte bereik. Afgelopen jaren hebben de meeste

programmaraden defensieve adviezen uitgebracht waarbij met name buitenlandse publieke zenders opgenomen werden in het wettelijk basispakket. Hierdoor hebben de Nederlandse commerciële doelgroepzenders moeite om doorgifte en daarmee bestaansrecht te behouden. We gaan er van uit dat programmaraden dit in hun toekomstige adviezen mee zullen laten wegen ten behoeve van de abonnees in hun regio."

MTV Networks wil niet aangeven hoe haar contractuele relatie is met Ziggo en of ze verzekerd is van doorgifte. Getuige de aanwezigheid van vertegenwoordigers van het bedrijf bij de vele programmaradsbijeenkomsten, kan afgevraagd of dat het geval is.

## DISCOVERY NETWORKS

Mertijn de Nooijer van Discovery Networks Benelux zegt het 'achterhaald' te vinden om aantrekkelijke zenders uit het analoge kabelpakket te halen om digitalisering te bevorderen "Er is concurrentie van KPN, Tele2, Canal Digitaal en anderen. In Vlaanderen is Discovery Channel vorig jaar toegevoegd aan het analoge aanbod bij Telenet omdat concurrent Belgacom (de nationale telecomoperator die met IPTV actief is, red) Discovery in het basisaanbod heeft. Ziggo en UPC zien dat hun aanbod van hoge kwaliteit moet zijn en een goede prijs moet hebben. Wij hebben een prima relatie met Ziggo. Dat het analoge aanbod kleiner wordt bij Ziggo ten behoeve van digitalisering is een logische ontwikkeling. Ook als het analoge aanbod terug zou gaan naar 15 zenders, ga ik er vanuit dat onze zenders Discovery Channel en Animal Planet daarbij zullen zitten. Onze zenders worden simpelweg goed gewaardeerd en bekeken, ze horen op plekje 11 en 12. Ik verwacht dat over 4 of 5 jaar er volledige digitalisering heeft plaats gevonden. Wat mij opvalt bij programmaraden is dat er heel wisselend geadviseerd wordt en dat iedereen dat op zijn eigen manier zo goed mogelijk wil doen. In sommige gevallen kan je moeilijk zeggen dat er sprake is van een pluriform advies, in andere gevallen is dat beter. Maar in algemene zin vinden we dat er te weinig aandacht is voor kijkcijfers bij programmaraden. Het niet adviseren van goed bekeken zenders kan leiden tot het verdwijnen van deze zenders uit het analoge aanbod en dat is iets wat zowel Ziggo als de programmaraden niet zouden moeten willen zolang nog meer dan 40% van de abonnees alleen analoog kijkt."

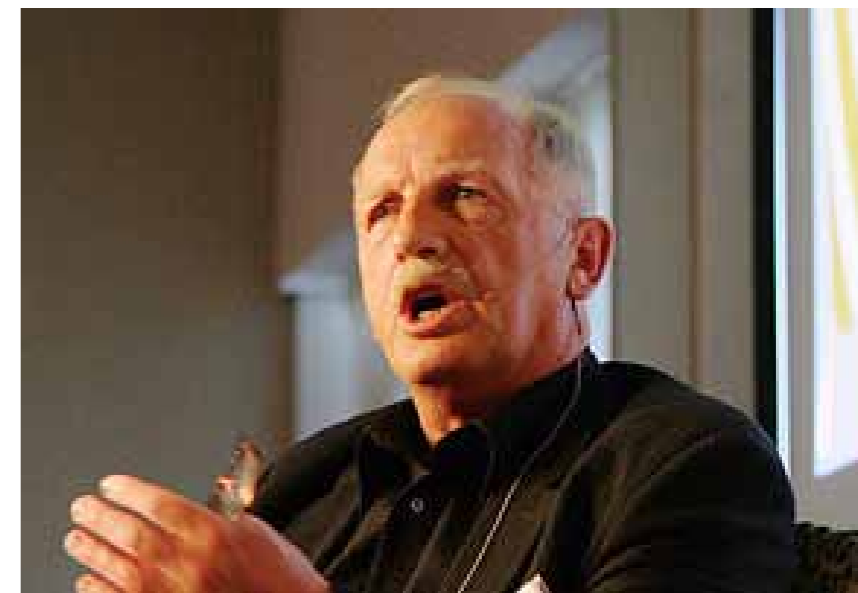
DdJ

De Nederlandse klassieke muziekzender BravaNL heeft aangekondigd niet meer beschikbaar te zijn voor analoge doorgifte bij Ziggo. De zender gaf in een persbericht aan in onderhandeling te zijn met de kabelaar waarbij de verwachting is dat BravaNL analoog in de tweede helft van 2011 'geleidelijk' zal verdwijnen. Het huidige contract met Ziggo voor digitale kabeldoorgifte in het digitale standaardpakket loopt tot december 2012.

Kabelraad sprak met initiatiefnemer en mede-eigenaar Jur Bron van BravaNL: "Wij gaan voor zoveel mogelijk brede dekking. We zien dat de line-up bij programmaraden twee keer zo lang is geworden voor het analoge pakket. Zenders als Discovery Channel, MTV, CNN International en anderen melden zich, terwijl de ruimte voor zenders in het analoge pakket beperkt is. Sommige programmaraden willen ons niet ontvangen. De kans op brede dekking via het analoge pakket is dan ook beperkt. Tegelijk zien we dat meer dan 55 % digitale kabeltelevisie heeft bij Ziggo en dat percentage groeit."

Jur Bron is (samen met Gerard Ardesch) ook actief met o.a. de zender TV Oranje. Bij de start van BravaNL beloofde deze nog dat ze zich niet zouden terugtrekken uit het analoge pakket, zoals destijds met TV Oranje gebeurde. Jur Bron daarover: "Ik heb dat gezegd, maar wel in een adem met het doel een zo groot mogelijke dekking te willen realiseren. Ik zie dat dat digitaal nu haalbaar is. Het is misschien voor programmaraden een hard gelach en heb veel moeten uitleggen aan programmaraden die teleurgesteld zijn. Tegelijk zie ik hoe programmaraden reageren op de oproep van Ziggo om vooral general interest zenders te adviseren nu het analoge

# BravaNL bij Ziggo alleen nog digitaal



pakket kleiner wordt. Onze kansen worden kleiner. Ik zou het echter een slechte zaak vinden als nieuwe zenders daardoor niet meer geadviseerd worden. Bij UPC blijven we ons presenteren en beschikbaar stellen voor analoge kabeldistributie. UPC wil ons digitaal niet verspreiden. Zij zeggen 'ga programmaraden maar overtuigen'. Ik verwacht niet snel digitaal met BravaNL te worden uitgezonden bij UPC; we hebben bij de UPC-programmaraden steeds meer adviezen waarbij we analoog te zien zijn." (Bij UPC is bovendien het

digitale percentage lager, 45 % waarbij per maand extra betaald moet worden om digitaal te kunnen kijken, red.).

DdJ



De programmaraad Utrecht is één van de programmaraden die BravaNL had geadviseerd. De programmaraad licht bij monde van voorzitter Raymond Houtman zijn teleurstelling toe.

Raymond: "Op 14 september is BravaNL bij ons gepresenteerd. Na deze presentatie vroeg de programmaraad wat BravaNL zou doen wanneer Ziggo afspraken zou willen maken over digitale doorgifte.

Die vraag was niet voor niets, we hadden immers in het verleden al meegemaakt dat Arte plotseling alleen nog digitaal doorgegeven wilde worden. Er was, tot onze geruststelling, geen sprake van dat BravaNL digitaal zou gaan. Na de presentatie hebben we dan ook besloten om BravaNL op te nemen in het advies. Het voorlopig advies hebben we ook in de krant geplaatst. We waren erg verbaasd om vervolgens te vernemen dat

Brava met Ziggo om de tafel zou zitten. Uiteraard heb ik contact opgenomen. BravaNL wees er onder meer op dat zij bij digitale doorgifte betaald krijgen, terwijl zij analoog zelf zouden moeten betalen. Het is erg jammer dat een van de grotere klantgroepen (ouderen bijvoorbeeld en cultuurliefhebbers met analoge TV) nu verstoken blijven van BravaNL in de Ziggo gebieden. Te meer daar doorgifte bij UPC kennelijk nog wel mogelijk is..."