



Informatiebulletin van kabelraden.nl • verschijnt vier maal per jaar

# kabelraad 31



**Volgende  
TV- EN  
RADIODAG  
15 oktober**

## In deze kabelraad ondermeer:

- Conferentie 2011
- Radio-adviezen
- Raad van Advies
- KPN en CAIW
- Ziggo
- Lokale omroepen



# Conferentie 2011 beestachtig goed

Op 13 mei (de enige vrijdag de 13e in 2011!) organiseerde kabelraden.nl haar jaarlijkse conferentie in Dierenpark Amersfoort. De bezoekers gingen letterlijk de dierentuin in en langs de olifanten om de conferentie te bereiken.



Het programma ging dit jaar niet over programmeraden alleen. Met name de, veranderende, wereld waarin programmeraden hun werk doen kwam aan de orde. De alternatieve wijze van kabel-distributie, zoals Glashart Media brengt, werd belicht net als de werkwijze van kleinere kabelexploitanten. Maar ook een blik op kijkcijfers in de regio, de geschiedenis en toekomst van de radio alsmede de toekomst van televisie passeerden de revue. De foto's van de bijeenkomst en de meeste presentaties zijn te vinden op kabelraden.nl.

## Glashart Media

Mariska Verheyden, content- en projectmanager bij Glashart Media lichtte toe hoe haar bedrijf als dienstenleverancier de pakketten levert aan verschillende glasvezelnetten. Het bedrijf is in handen van Reggefiber (42 % KPN) dat glasvezelnetten exploiteert onder verschillende merknamen (van Lijbrandt Telecom tot OnsNet Eindhoven en van ConceptsICT tot XMS). Glashart Media levert via de glasvezelnetten zowel analoge als digitale televisie. Analooq biedt Glashart 39 tv-zenders. Het biedt digitale pakketten en meerdere HDzenders. Het bedrijf geeft het standaardpakket ongecodeerd door. Via de IPTV-techniek biedt Glashart het meest uitgebreide aanbod met "uitzending gemist" mogelijkheden van NPO/RTL/SBS en naast een basispakket van 83 zenders nog 51 pluspakketzenders,

eredivisie live en een uitgebreid radiopakket. Dit jaar wil Glashart Media inzetten op meer interactie. Naast het inmiddels geïntroduceerde Youtube is het de bedoeling later dit jaar te komen met meer on demand aanbod. Glashart Media bedient 100.000 klanten waarvan 40.000 huishoudens digitaal kijken en 18.000 een HD-abonnement hebben.

## 'Kleine kabelaars'

Vier kleine(re) kabelaars boden een blik

op hoe kabeltelevisie ook kan zijn. CAI Harderwijk bijvoorbeeld met 16.500 abonnees, 12 euro per maand als tarief, 24 analoge zenders en 70 digitale zenders. Ook de eerder in dit blad besproken Stichting Kabelnet Veendam met 10.400 abonnees (2100 digitaal) voor 11,85 euro per maand met 55 digitale zenders en 31 analoge zenders. CAI Hendrik Ido Ambacht met 8200 abonnees, 3000 die digitaal kijken voor 11 euro per maand (of 13,60 euro per

Erik de Zwart



maand afhankelijk van de wijk) voor 60 digitale zenders en 35 analoge zenders. Allen bieden ze ook internet en telefonie, veelal via externe partijen. De grootste van de 'kleine' is Delta Kabelcomfort dat 156.000 abonnees bedient waarvan 82.500 digitaal voor 16,45 euro per maand met 33 analoge zenders en 52 digitale zenders. Opvallend in de panel-discussie is dat de drie kleine kabelaars aangaven vooral de kostprijs te berekenen en als stichtingen geen winst na te streven. "Geen dikke sigaar in een dikke auto," aldus Haijo Huising van Kabelnet Veendam. Zeeland verklaarde mede vanwege de uitgestrektheid duurder te zijn. Ook is Delta een Naamloze Vennootschap, ook al zijn overheden eigenaar. Opvallend is dat de kleinere kabelaars weinig mensen in dienst hebben, benaderbaar en bekend zijn in hun eigen gemeenten; weliswaar niet afhankelijk zijn van hun gemeenten, maar veelal wel nauwe banden daarmee onderhouden. En verkoop? Zolang het niet hoeft en het doorkan op de huidige basis liever niet is het credo; behalve bij Delta dat de indruk gaf alle opties nog open te houden.

#### Marco Swart

Marco Swart, voorzitter kabelraden.nl, maakte een mooie vergelijking tussen de dierentuin en de ontwikkelingen rond programmaraden en kabelexploitanten. Elders in deze kabelraad is een samenvatting van zijn verhaal te vinden. Programmaraadsleden riepen elkaar op tot meer actie om de nieuwe regelgeving in de gewenste richting om te buigen.

#### Regionale kijkcijfers

René van Dammen van de afdeling kijken en luisteronderzoek Publieke Omroep lichtte toe hoe in Nederland per regio



Edo Kweldam (Cai Harderwijk), Peter Gommans (Cai HI-Ambacht), Haijo Huising (Kabelnet Veendam), Hans Burgs (Delta)

gekeken wordt. Groningers kijken het meeste televisie, leuk weetje: 3 uur en 41 minuten. Van Dammen ging ook in op een van zijn bekende onderwerpen: 'hoe jaag je kijkers weg'. Lange aftitelingen, zwaaien in de camera, muziek in praatprogramma's, waarschuwen voor schokkende beelden, afscheid nemen van gasten, tot de volgende keer/ welterusten/ tot slot zeggen en... rare hoedjes blijken allemaal afschrikwekkend te zijn voor kijkers. Regionale verschillen in kijkgedrag komen vooral tot uiting in bovenmatige interesse voor Duitse zenders in provincies als Groningen, Limburg en Noord-Brabant, maar tonen soms ook opvallende verschillen zoals bijvoorbeeld bij kinderzenders in Flevoland en Comedy Central in de drie grote steden.

#### Radio

Erik de Zwart schetste de geschiedenis van de Nederlandse radio. Een geschiedenis van verzuilde radio, een publiek monopolie, doorbroken door onder andere Radio Luxemburg, Radio Veronica en anderen. Dit leidde eind jaren '80 tot commerciële kabelradio en uiteindelijk

in 1992 tot commerciële etherradio. De nieuwe vorm van radio is wat betreft Erik de Zwart vooral internetbeluistering. Nu al wordt dit via de mobiele telefoons flink gedaan (Erik de Zwart is investeerder van iCarRadio). De toekomst van de Nederlandse radio wordt door de regering op DAB+ ingezet. Om dat te bereiken is nu de verlenging van etherkavels gekoppeld aan investeren in DAB(+). Of dat uiteindelijk zal blijken te werken is nog de vraag.

#### TV in de toekomst

Michel Mol (entrepreneur en mediastrategist) schetste een verhaal waarin televisie, radio, pc-videogebruik, mobiel videogebruik e.d. op een andere manier werd belicht dan gebruikelijk. Het uitgangspunt dat mobiel kijken individueel is, radio puur radiobeluistering is en televisie alleen algemeen lineair is, is achterhaald. Het werkelijke effect van kijken, zo betoogde Mol, is misschien wel anders dan sommigen willen geloven. Hoeveel schermen ziet een gemiddelde Nederlander inmiddels per dag en hoe worden deze gebruikt? Digitale radio op de kabel? Dat lijkt op waardevernietiging, er kan immers veel meer mee dan een still met de tekst 'RADIO'. De hele waardedeketen van televisie verandert; meer fragmentatie leidt er toe dat het publiek uiteindelijk defragmenteert waardoor niches beter worden bediend, was een van de conclusies van Mol.

De conferentie was al met al vooral een dag voor reflectie op zaken die programmaraden misschien niet direct raken, maar indirect wel. De andere kant van de media- en kabelwereld met andere woorden. En dat tussen de dieren in!

DdJ



# Marco Swart over programma- raden en consumenteninvloed

**Marco Swart, voorzitter kabelraden.nl, sprak op de conferentie over ervaringen van consumenten met het kabelpakket en de nieuwe regeling voor consumenteninvloed. Een korte samenvatting.**

Marco: "Een conferentie in een dieren-tuin... Passende locatie! Waarom? Het is natuurlijk een beetje een beestenbende geworden. Als je hier rondloopt zie je dat de exploitant er voor zorgt dat dieren in ruimtes zitten die passen bij het dier en die ervoor zorgen dat je als publiek van de beesten kan genieten. Als je naar de regeling van consumenteninvloed in het kabel-landschap kijkt, zie je iets heel anders. Daar is ooit, lang geleden, een standaard-hok bedacht dat sindsdien nooit meer is opgelapt. Ondertussen zijn de beesten veel groter geworden. Van sommige kan je zelfs zeggen dat ze al lang ontsnapt zijn en nu over de paden wandelen. Als publiek is het dan maar afwachten hoe ze met je om zullen gaan.... Terwijl er ook nog steeds hele vriendelijke beesten zijn die gewoon in hun oude hok blijven zitten".

Dat is een bizarre situatie waarin snel verandering moet komen. We vieren binnenkort het lustrum van de discussie bij programmaraden over de gewenste verbeteringen. De techniek gaat snel maar de regeling blijft hopeloos achter. Dat ligt niet aan programmaraden, hoewel dat soms wel wordt gedacht. Uiteraard, als er iets mis gaat in de samenstelling van het pakket is er bijna altijd wel ergens een programmaraad bij betrokken. Maar problemen ontstaan niet door de programmaraad.

## **Gewoon goed**

Veel situaties gaan ook gewoon goed. Een recent voorbeeld: programmaraad Oost Gelderland had verschil van mening met UPC over de inhoud van het pakket. Met een gesprek en wat geven en nemen zijn beiden daar uitgekomen. Het haalt de krant niet maar is wel goed nieuws voor consumenten. Daar tegenover staat dat sommige dingen echt verkeerd gaan. Zoals bijvoorbeeld bij Ziggo. Daar gaan de discussies heel anders. Natuurlijk moet er gesproken worden over de veranderingen die samenhan-



gen met de digitalisering. Maar Ziggo lijkt nu geheel voorbij te gaan aan belangen van consumenten. Om meer geld te verdienen moet het analoge pakket kleiner, waarbij Ziggo wil uitmaken welke zenders verdwijnen. Zenders worden op basis van commerciële overwegingen behouden of juist in een extra pakket gestopt. Vervolgens wordt programmaraden aangere-

"Als je hier rondloopt zie je dat de exploitant er voor zorgt dat dieren in ruimtes zitten die passen bij het dier en die ervoor zorgen dat je als publiek van de beesten kan genieten. Als je naar de regeling van consumenteninvloed in het kabellandschap kijkt, zie je iets heel anders."

kend dat ze voor de consument toch een divers pakket overeind willen houden. Die houding van Ziggo is vooral triest op plekken waar het echt vreselijk mis gaat. Zoals in Limburg. Dat grenst voor bijna de hele lengte van de provincie aan Duitsland. Als je er daar voor kiest om ZDF én WDR uit het pakket te halen ontken je dat mensen juist op Duitsland zijn georiënteerd en er

belang bij hebben om te weten wat daar gebeurt. Dat is denken vanuit een groot concern met voorbijgaan aan de echte wensen van mensen.

## **Grote beer**

Programmaraden missen nu de mogelijkheid om deze grote beer in zijn hok te stoppen. Op dit moment wordt een groot aantal adviezen genegeerd zonder duidelijke reden. Procedures duren eindelijk. Consumenten begrijpen dat ook niet. Steeds horen ze dat de programmaraad de procedure heeft gewonnen, maar op de tv verandert er niets. De adviezen worden nog steeds genegeerd. De rechter heeft nu zelfs bedacht wat pluriformiteit precies betekent. Terwijl de wetgever dat nou juist overlaat aan programmaraden. Overigens zou een glasheldere definitie wel een oplossing zijn, maar dan moet de consument ook zelf naar de rechter kunnen stappen om die gewenste pluriformiteit te handhaven.

Belangrijk onderdeel van de discussie is dat Ziggo grote analoge pakketten - die nog zeer worden gewaardeerd - steeds verder inkrimpt en daarbij mensen negeert die van het digitale pakket geen gebruik willen of kunnen maken. Toch blijven deze mensen hetzelfde betalen en moeten ze

zelf maar zien hoe ze de bijbehorende frequentiewijzigingen oplossen. Geen onderneming in een echt concurrerende markt zou dit aandurven. Dit is dan ook geen echte concurrerende markt. De situatie lijkt sterk op het openbaar vervoer waar je, als je ontevreden bent over het trambedrijf, “toch gewoon de tram in een andere gemeente neemt” (vrij naar Fokke en Sukke).

#### Groot digitaal pakket

Nu lijkt inkrimping van het pakket nog een eenmalige actie. Om digitaal mogelijk te maken moet het analoge pakket nu eenmaal kleiner. Maar het is te voorzien dat straks, door invoering van HDtv bijvoorbeeld, weer meer geld te verdienen valt door ook digitale pakketten te verkleinen.

En tegen dat verhaal, ‘consumenten betalen steeds meer voor minder’, moet goed tegenwicht komen. Eén van de conclusies van programmaraden is dan ook dat in de nieuwe wet een digitaal pakket met grote omvang gewaarborgd moet worden. Als je voor elke analoge zender wel zes digitale zenders kan doorgeven – zoals gezegd wordt – zou het digitale basispakket ook zes keer zo groot mogen zijn. De wetgever is nu wel heel erg snel tevreden met 30 zenders.

#### Pluriformiteit

De tweede conclusie van programmaraden is dat helder moet worden hoe pluriformiteit eruit moet zien. Tenslotte moet de regeling ‘tanden’ hebben. Zorg dat je ook grote beren in hun hok kan houden! Dat kan simpel: als het bedrijf een advies niet op wil volgen moet het daarvoor toestemming van het Commissariaat krijgen. Nu moet de programmaraad nog om handhaving verzoeken waarmee de zwaarste lasten worden gelegd op veruit de zwakste schouders.

Programmaraden zijn druk in overleg om deze punten te maken, in het belang van kijkers en luisteraars. Of eigenlijk alleen in het belang van de kijkers, want bij de wetgever bestaat het idee dat radio vanzelf wel goed komt. Programmaraden roepen op om die drie punten goed te regelen: de omvang van het digitale pakket, de pluriformiteit (laat dat niet over aan kabelmaatschappijen en de toevallige opvatting van een rechter) en de handhaving.

Want, zoals Marco Swart besluit “ik eindig in de dierentuin: er zijn hier veel leuke beesten. Het enige beest waar we met elkaar, na al die jaren van wachten op nieuwe wetgeving, niet op zitten te wachten is een dooie mus”.

# Overzicht radio-adviezen

**Vorige keer schreven we in kabelraad over de tv-adviezen van de afgelopen periode. Nu zijn de radioadviezen aan de beurt. Bij radio is de variatie veel groter dan bij tv. Programmaraden adviseren gezamenlijk ca. 75 verschillende zenders (exclusief de Nederlandse must carry zenders) in de 37 onderzochte adviezen. De zenders VRT1 en Classic FM worden het meest geadviseerd, waarbij VRT1 natuurlijk profiteert van het feit dat twee Vlaamse zenders verplicht in het advies moeten worden opgenomen.**

Zowel de programmaraden die aan UPC adviseren als de ‘Ziggo programmaraden’ kiezen uit ongeveer 55 zenders. De adviezen aan overige kabelexploitanten bevatten maar ca. 34 verschillende zenders.

#### Nederlands publiek

Naast de must carry zenders kunnen programmaraden ook andere publieke zenders adviseren. En dat doen ze dan ook. Radio 6 is het meest populair (26 adviezen) met daarna FunX (21). Programmaraden adviseren 15 keer een andere regionale zender dan de verplichte. De Tweede Kamerlijn (geen echte zender) staat nog zes keer in het advies en Concertzender zeven keer.



#### Buitenlands publiek

Eén programmaraad adviseert World Radio Network, een verzameling van internationale radiostations. Voor de invulling van de Vlaamse must carry zenders kiezen programmaraden uit zeven zenders: VRT1 en 2, Klara, Studio Brussel, Vlaanderen internationaal 1 en 2 en MNM. VRT1 en Klara worden het meest geadviseerd; Vlaanderen int. 1 en MNM maar twee keer en Vlaanderen int. 2 slechts één keer. RTBF international komt in één advies voor. BBC 1t/m 4 worden allemaal geadviseerd. BBC4 echter maar één keer, terwijl BBC3 15 keer in het advies voor-

komt. BBC Worldservice doet het nog beter met 18 adviezen.

Bij de Franse zenders komen de zenders France international (13 keer), FIP (10) en France Musique (2) voor.

We vinden veel Duitse zenders in de adviezen. WDR 1 t/m 4, NDR 1,2,3, Deutsche Welle, Deutschland Funk, WDR Funkhaus en Radio Köln komen we allemaal tegen. WDR4 is het meest populair met 26 adviezen. De drie laatstgenoemde zenders worden maar één keer geadviseerd.

#### Muziek

De adviezen kennen uiteraard ook veel muziekzenders. Arrow Classic Rock is erg populair met 27 adviezen. Ook Arrow Jazz (26), Sky Radio (26), Radio 10 (25), 100% NL (25), Radio 538 (24) en Kink (23) worden veel geadviseerd. Classic FM komt 32 keer voor in een advies en is daarmee met VRT1 de meest geadviseerde zender.

#### Overig

De zender BNR is ook populair onder programmaraden. De zender komt in 30 adviezen voor. Zowel Classic FM als BNR zullen profiteren van het feit dat veel programmaraden werken met categorie-indelingen, een goede manier om tot een pluriform advies te komen. In de categorie ‘klassieke muziek’ of ‘nieuwszender’ is er niet veel binnenlandse concurrentie. Ook bij kinderzenders is er nauwelijks concurrentie. Efteling radio is dan ook 15 keer geadviseerd.

Veel zenders komen maar een paar keer voor in adviezen. Dat zijn veelal zenders die ook maar uitzenden in een beperkt gebied. Wild FM (3), City FM (5), Waterstad (3) en 8FM (2) zijn daar goede voorbeelden van.

De radiozenders Continu, Simone, SBS FM, Nostalgie, Optimaal, Sunrise, Decibel, Nashville, ZapFM en Delta Piraat worden maar één keer geadviseerd. Maar voor de liefhebbers natuurlijk wel te beluisteren via internet!

# Nieuwe leden van de raad van advies stellen zich voor

Sinds begin 2011 kent de raad van advies drie nieuwe leden: Semih Eski (programmaraad Utrecht), Martin Paus (programmaraad Cogas) en Anke Wonneberger (APR). Kabelraad stelde de nieuwelingen een aantal vragen.

*Vertel eens kort iets over jezelf. Wat vind je leuk aan radio en tv?*

**Anke:** "Na mijn studie Communicatiewetenschap in Berlijn ben ik vier jaar geleden naar Amsterdam gekomen. Momenteel ben ik hier mijn promotieonderzoek over televisiekijkgedrag aan het afronden. Met name ben ik geïnteresseerd in de ontwikkelingen rondom de Nederlandse nieuws- en actualiteitenprogramma's. Het is verbazingwekkend en heel leuk om te zien hoeveel aandacht mensen in Nederland vergeleken met veel andere landen aan informatieprogramma's besteden. Zelf heb ik door radio en tv veel over de Nederlandse taal en cultuur geleerd maar stiekem ben ik wel veel ARTE aan het kijken".

**Semih:** "Ik studeer Bestuurskunde aan de Hogeschool Avans in 's-Hertogenbosch. Sinds twee jaar ben ik lid van de Utrechtse Programmaraad (UPR), en vind het geweldig om een van de personen te zijn, die namens de bewoners van de stad Utrecht mee mag denken over radio en televisiezenders in het basispakket. Vroeger was het niet vanzelfsprekend dat iedereen thuis een tv had, überhaupt dat er tv bestond. Nu tegenwoordig is televisie niet meer weg te denken uit de huiskamers. Ik vind tv en radio een medium bij uitstek om informatie over te brengen van mensen tot mensen. Het maakt de wereld een stuk kleiner, en daarnaast ook erg belangrijk naar mijn mening in het dagelijks leven. Ik vind het allerleukst aan TV, dat we op de hoogte kunnen zijn van de

gebeurtenissen elders in de wereld, maar daarnaast ook de manier hoe het ons vormt, en ons algemeen kan ontwikkelen."

**Martin:** "Ik zwerf inmiddels 44 jaar rond op deze aardbol. Ik ben trots op mijn gezin en 'proud to be a Tukker'. In het dagelijks leven ben ik - nadat ik eerder vele jaren in het bankwezen werkzaam ben geweest - toegetreten tot de ambtenarij. Ik heb vele hobby's w.o. het publiceren van boeken, artikelen etc., maar ook wil ik me graag dienstbaar maken voor mijn omgeving. Dit is mede de reden dat ik tal van bestuurlijke functies vervul. Daar ik een brede interesse heb, volg ik graag het nieuws/actualiteit etc. Maar ook een goede film vind ik als ontspanning opportunity. En niet te vergeten het voetbalgebeuren waarbij FC Twente en Heracles Almelo veruit m'n favoriete clubs zijn."



Anke Wonneberger

*Wat vind je belangrijk in het werk van de programmaraad?*

**Anke:** "Programmaraden geven een unieke mogelijkheid om mee te praten over het aanbod op radio en tv. Kijk- en luisteronderzoek geeft een heel goed beeld van de populariteit van zenders. Maar het is belangrijk om ook buiten de cijfers om te kijken. Zo kunnen mensen uit een regio heel goed aanvoelen wat aan het huidig aanbod ontbreekt of welke interesses beter vertegenwoordigd zouden kunnen zijn. Deze kennis is vooral voor de beoordeling van nieuwe of kleinere zenders erg belangrijk".

**Semih:** "Ik vind het belangrijk, als lid van de Utrechtse Programmaraad, een goed afgewogen advies te geven over het analoge pakket van de Utrechtse tv kijkers. Daarbij heb ik twee uitgangspunten waar ik telkens het advies aan toets. Een, is het advies pluriform? Twee, worden de behoeften van de jongeren ook bediend. Ik vind het dan ook belangrijk dat elke programmaraad zo divers mogelijk is samengesteld, zodat het advies ook wordt gedragen onder de inwoners van de stad/gemeente."

**Martin:** "Inmiddels al weer vier jaar geleden (waar blijft de tijd?) ben ik toegetreten tot de programmaraad van Cogas Kabel te Almelo. Met veel genoegen maak ik, namens de gemeente Tubbergen, deel uit van deze raad waarvoor ik recentelijk ben herbenoemd. Ofschoon we als programmaraad jaarlijks slechts



Semih Eski

vijf keer vergaderen, is elke bijeenkomst weer interessant om bij te wonen. Mede doordat visies van overige leden vanzelfsprekend uiteenlopen en keuzes niet uniform zijn. Desalniettemin vindt besluitvorming op democratische wijze plaats en gezegd mag worden dat de Cogas voor ons als programmaraad een uiterst prettige sparringpartner is. Ofschoon ik besef dat het feitelijk redelijk marginaal is waar het nu in de kern om gaat – slechts het adviseren voor wat betreft een mogelijke wijziging van zenders in het analoge pakket - is de uiteindelijke samenstelling van het pakket wel degelijk belangrijk voor de consument. In deze is het niet zomaar de consument, maar het zijn de mensen uit je eigen omgeving! Daarvoor tracht je gefundeerde keuzes te maken, daarbij rekening houdend met de diverse aspecten. Niet enkel pluriformiteit maar ook, zoals bij ons, rekening houdend met de voorkeuren (Duitse zenders).”

### *Hoe zie je de toekomst van programmeraden?*

**Anke:** “Groeï en de verdere ontwikkelingen rondom digitale radio en televisie vragen ook om veranderingen van de manier waarop het aanbod wordt bepaald. Met meer keuzemogelijkheden zal daarom zeker ook de invloed van consumenten veranderen. Tot vandaag blijft echter goed de helft van de Nederlanders radio en tv via de standaardpakketten ontvangen. Het is belangrijk om een goede manier te vinden om deze groep kijkers ook in de nabije toekomst goed te kunnen vertegenwoordigen. Maar ook in een volledig digitale wereld zullen mogelijkheden voor consumenteninspraak moeten blijven bestaan”.

**Semih:** “Het is duidelijk dat wij in de toekomst naar een andere vorm moeten overgaan wat betreft consumenteninvloed. Het bestaansrecht van de programmaraad in de huidige vorm zal evenredig afnemen, met de afname van het analoge kijken. Ik denk dat er in de toekomst geen programmaraad zal zijn, maar meer een gebiedsraad. Ik verwacht dat in het gebied dat wordt beheerd door de kabelexploitant een onafhankelijke klantenraad wordt ingesteld om het digitaal pakket aan de eisen en wensen van de bewoners van het gebied te toetsen.”

**Martin:** “Persoonlijk zou ik graag zien dat de wettelijke bevoegdheden verder reiken dan alleen maar de samenstelling van het analoge pakket, dat steeds maar inkrimpt. Digitalisering en andere technologische innovaties brengen geweldige veranderingen teweeg. Trouwens ook de consument verandert! Mensen hebben steeds minder tijd, zijn drukker en willen gewoon die dingen zien en horen op het moment dat ze daar behoefte aan hebben. Kortom hier liggen tal van mogelijkheden, alleen lopen de programmeraden nu door verouderde wetgeving achter de feiten aan. Weliswaar zal die wet op termijn veranderen, maar belangrijk blijft in mijn beleving toch dat neutrale personen, zoals de programmaraadsleden, invloed kunnen blijven houden. Juist ter bescherming van de consument. Dit is mede de reden dat ik gesolliciteerd heb bij kabelraden.nl.”

### *Waarom wilde je graag in de raad van advies?*

**Anke:** “Juist door de actuele ontwikkelingen rond om de wetswijziging is het nu een heel belangrijke maar ook spannende periode voor de raad van advies. Ik was erg benieuwd naar het werk achter de schermen van kabelraden.nl en wilde heel graag meedenken en meewerken om consumenteninvloed ook in toekomst een goede vorm te geven.”

**Semih:** “Ik ben sinds twee jaar lid van de UPR. In die periode heb ik een grote belangstelling ontwikkeld voor tv en radio. Toen ik op kabelraden.nl ik de vacature zag, besloot ik om te solliciteren. Nu het einde van de huidige programmeraden ook langzamerhand in zicht is, vind ik het belangrijk om met de raad van advies mee te denken over de toekomst en daarbij mijn lokale ervaring meenemen.”

### *Kan je al iets vertellen over je ervaringen daar?*

**Anke:** “Tijdens mijn eerste twee bijeenkomsten van de raad van advies heb ik leuke mensen leren kennen en spannende discussies meegemaakt. Iedereen is erg betrokken en enthousiast. Maar ook de kennis die mensen uit de verschillende regio's en vanuit verschillende achtergronden meebrengen maakt de bijeenkomsten erg interessant en productief.”



Martin Paus

**Semih:** “Ja, ik heb de afgelopen maand voor het eerst een vergadering bijgewoond. Ik vond het een bijzondere en leuke ervaring. Vooral op dit moment, waarin alle programmeraden vele vraagtekens hebben over hun toekomst, hebben we gebrainstormd natuurlijk over de vraag wat we willen als programmeraden in de toekomst. In de komende tijd hoop ik op de bijeenkomsten van kabelraden met leden van verschillende programmeraden kennis te maken en met hen samen te na denken over een gezamenlijke toekomst visie.”

**Martin:** “Sinds mijn kortstondig aantreden als lid van de raad van advies heb ik al wel ervaren dat het nu een bijzondere hectische periode is. Er speelt verschrikkelijk veel. Analoge pakketten die dus kleiner worden, rechtszaken van programmeraden die lopen, adviezen van programmeraden die niet opgevolgd worden etc. Dit alles maakt wel dat het nu niet alleen een uiterst boeiend moment betreft, maar ook een heel wezenlijk moment om lid te zijn van deze adviesraad waaraan ik dus met genoegen mijn steentje wil bijdragen.”

Sinds 4 juli 2011 maakt Animal Planet van 18 tot 02 uur (zowel analoog als digitaal) plaats voor TLC. TLC is het vrouwenmerk van Discovery Networks. De zender krijgt nu, na de Verenigde Staten, India, Brazilië, Noorwegen, Azië/Pacific, Polen en de Balkan, ook een plek op de Nederlandse kabel.

# TLC: Animal Planet maakt 's avonds plaats voor nieuwe vrouwenzender

Kabelraad sprak voorafgaand aan deze wijziging met Mertijn de Nooijer - vice-president bij Discovery Networks Benelux en verantwoordelijk voor distributie - en met Alco de Jong, vice-president 'channels' en verantwoordelijk voor de programmering.

## Wat gebeurt er op 4 juli?

De Nooijer: "Animal Planet zal voortaan van 02 tot 18 uur uitzenden en TLC van 18 tot 02 uur. De HD-versie van Animal Planet die bij Caiway, KPN Interactieve TV, Delta en andere kleine kabelexploitanten te zien is, zal 24 uur per dag beschikbaar blijven."

## Wat betekent dit voor Animal Planet?

De Nooijer: "We zijn druk bezig om in lijn met de lancering van TLC, de distributie van Animal Planet HD uit te breiden. Er is ook een 24 uren-standaard definitie-versie voor digitale distributie beschikbaar, maar we hebben te maken met capaciteitsdiscussies bij distributeurs. In samenwerking met hun is de focus wel meer op hoge definitie gericht. Met Animal Planet in HD heb je wel het mooiste wat je kan hebben aan HD-content"

## Waarom wordt de zendtijd van Animal Planet ingeperkt?

Wij willen graag een derde groot merk als vlaggenschip neerzetten. Tegelijkertijd zien we dat Animal Planet vooral in het weekend en overdag goed bekeken wordt. 's Avonds ondervinden we veel concurrentie van Nederland 1/2/3, RTL en SBS. We willen met TLC een alternatief bieden, omdat we uiteindelijk als commercieel tv-bedrijf zoveel mogelijk kijkers willen trekken en inkomsten willen genereren."

## En de Animal Planet liefhebbers, zullen die reageren?

"Ongetwijfeld komen er reacties. Animal Planet is de twaalfde zender van Nederland, dus het zou raar zijn als dat niet zo is, dat is logisch. In april hebben we met alle belanghebbenden, waaronder programmaraden, gesproken over onze plannen. Wij hopen dat kijkers die het jammer vinden dat Animal Planet 's avonds niet meer te zien is, een alternatief krijgen met Animal Planet HD; maar we hopen ze natuurlijk ook te overtuigen met de programma's van TLC."

## Hoe moet TLC gezien worden ten opzichte van Net 5 en RTL 8 en hoe ziet TLC er straks uit?

"We willen nieuwe groepen kijkers trekken. De focus ligt op vrouwencontent; het lag ook binnen de verwachting dat we ons binnen Discovery Networks meer op vrouwen zouden gaan richten. Voor TLC hebben we onderzoek gedaan om te zien of er vraag is in de markt. We hebben geconcludeerd dat de RTL- en SBS-zenders niet een heel duidelijk mannelijk of vrouwelijk profiel hebben. Het is general entertainment. Wij zijn meer een niche-speler en beter in staat om uitgesproken vrouwelijke programma's te brengen. TLC is straks veruit de meest vrouwelijke zender, zoals Discovery Channel de meest mannelijke zender in Nederland is."

"Discovery Networks Benelux is onderdeel van het wereldwijde opererende Discovery Communications. Dat is een Amerikaans bedrijf met Amerikaanse aandeelhouders. Het management in Amsterdam zoekt onder leiding van Jochem de Jong naar kansen.

TLC is een kans en het lanceren van een nieuwe zender in de Nederlandse markt een enorme uitdaging; het is vooral heel erg leuk om op 4 juli met een kijker te beginnen en een voor de Nederlandse markt geheel nieuw TV merk te laden. De timing is goed; het is nog onduidelijk wat Net 5 gaat doen en we zitten nog een aantal jaar in de transitie van analoog naar digitaal waardoor we met volledige dekking van start gaan."

## TLC. Wat voor tv-merk zal dat zijn en wat zijn de verwachtingen?

De Nooijer: "Op dit moment heeft Discovery Networks twee gelocaliseerde zenders: Discovery Channel en Animal Planet. Met de lancering van TLC zetten we een derde vlaggenschipzender in de markt, gericht op vrouwen, vooral tussen 20 tot 49 jaar. De content van de zender is exclusief. De zender zal ook ondersteunende series uitzenden naast factual





onderwerpen die op een typische TLC-manier worden gebracht. De zender zal absoluut veel Europese-producties brengen (is EU-plicht, red.), maar ook putten uit de Amerikaanse bibliotheek van TLC. Op termijn zie ik ook Nederlandse content. Van belang is eerst om de zender neer te zetten. TLC wordt in prime time verticaal geprogrammeerd."

#### Welke producties gaat we zien?

De Jong: "Mad about the House over make-over van huizen met een jong stel dat huizen opknapt terwijl de vrouw zich er niet mee mag bemoeien; Model Agency over een modellenbureau, maar ook fictie in de vorm van de serie 'Offspring' over een verloskundige die stoeit met de rollen in haar leven. Ook de serie 'Lipservice' zal interessant zijn, over een Schotse lesbische fotografe. Net zoals DC Cupakes over hoe een cakezaak in de Verenigde Staten wordt gerund."

DdJ

entertainment. Wij willen binnen half jaar in de doelgroep 2 % marktaandeel halen en over 5 jaar 5 %." (nu scoort Animal Planet 's avonds 0,3 % en overdag 3,4% bij vrouwen 20-49, red.)

De Nooijer vervolgt "TLC wordt ook aangepast aan de Nederlandse markt en aan de smaak van de Nederlandse vrouw. TLC in Nederland zal verschillen ten opzichte van TLC in andere landen. We

willen op TLC ook Nederlandse formats brengen; dat hebben we met Discovery Channel nog niet gedaan."

Alco de Jong over de programmering: "Het moet een zender worden waar vrouwen van nu zich thuis bij voelen. Een mix van non-fictie en lifestyle entertainment, een zender met een knipoog, dat gevoel zal van de zender komen. Programma's zijn niet al te serieus, maar wel serieuze

## KPN neemt CAIW over

**Voor velen onverwacht kondigde KPN begin mei aan het dienstenbedrijf CAIW Holding over te nemen. CAIW is met de merknaam Caiway actief voor 143.000 radio- en tv-kabelabonnees en bedient tevens internet- en telefoniekanten. Het bedrijf is voortgekomen uit CAI Westland. De infrastructuur van CAI Westland is in 2008 verkocht aan het Rabobank Bouwfonds CIF, dat ook nu de infrastructuur in handen blijft houden.**

KPN wil via haar woordvoerder niet veel kwijt over de overname, anders dan dat ze van mening is dat het hier simpelweg om een dienstenleverancier gaat waarbij de klant op zich niets zal merken. KPN is vooral in afwachting van een oordeel van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa). In feite is het een rentree in de kabelmarkt, aangezien KPN tot 1997 eigenaar was van het toenmalige Casema (nu onderdeel van Ziggo). In haar persaankondiging stelt KPN dat de overname past binnen de

strategie om de positie in de Nederlandse televisiemarkt uit te breiden en de positie in de breedbandmarkt te versterken. De glasvezelambitie sluit 'uitstekend' aan bij de KPNstrategie en de visie van KPN dat 'geloof in open communicatienetwerken'. CIF en het management van CAIW (directeuren Aart Verbree, Ruud Wielaard en Eric Sas en controller Jan Kastelein) zijn tot nu toe de eigenaren van CAIW. Hoe de onderlinge verhouding is, is niet bekend anders dan dat CIF een controlerend belang heeft in CAIW.

Hans van der Giessen, directiesecretaris van CAIW licht desgevraagd voor kabelraad een en ander toe: "De intentie is dat het eigen aanbod, de eigen naam en het eigen beleid van CAIW blijven. We blijven ook gewoon met de Kabel-AdviesRaad werken. Ik kan me voorstellen dat we nu met de nieuwe eigenaren

ook via netwerken actief kunnen worden die we tot nu toe nog niet bedienden en een grotere (nationale) ambitie daarin krijgen. Hoe het ook zij, serviceprovider CAIW paste niet goed bij de core business van CIF, het aanleggen van glasvezelnetwerken," aldus Hans van der Giessen.

Caiway blijft dus een eigen koers volgen, zo wil het bedrijf doen blijken. Het kabeltarief van CAIW bedraagt inmiddels 16,95 euro per maand; een tarief dat lijkt op dat van Ziggo en UPC. Verschil is wel dat Caiway geen analoge diensten meer biedt, haar aanbod free to cable (ongecodeerd) uitzendt in het kerngebied, een meer gediversifieerde pakketstructuur kent en de meeste HD-zenders heeft van de kabelexploitanten.

DdJ



# CAI Albrandswaard: laatste der mohicanen in de verkoop?

**CAI Albrandswaard is een van de laatste gemeentelijke kabelnetten. De 'centrale antenne inrichting' is simpelweg één van de activiteiten van de gemeente Albrandswaard. De gemeenteraad heeft er inmiddels voor gekozen het kabelnet per 2012 te willen verkopen. Kabelraad sprak met Ton Groenewegen die zich bij de gemeente bezighoudt met de kabel.**

Ton Groenewegen: "In 1985 zijn na de samenvoeging van gemeenten Rhooen en Portugaal stappen gezet om allerlei gemeenschappelijke antenne inrichtingen te koppelen. Hieruit ontstond CAI Albrandswaard. Die is verder uitgebouwd over de gehele gemeente. Eerst was het alleen analoge kabeltelevisie; In oktober 2008 zijn de digitale pakketten geïntroduceerd. Ongeveer tien jaar geleden is gestart met het verglazen van het hoofdnet. De verglazing is inmiddels zover dat het net tot 98 % is voorzien van glasvezel. Ziggo en UPC zitten op 97% zoals zij vermelden in hun prospectus. De laatste stukken van de wijkcentrales tot de woningen niet; wel is ruim 40 % voorbereid met behulp van duokabels. CAI Albrandswaard heeft een abonneegraad van circa 82 % (8300 abonnees), waarvan 4000 ook digitaal kijken."

#### Hoe werkt jullie digitale pakket?

"Wij nemen het digitale pakket af van Delta (kabelexploitant uit Zeeland). Het pakket wordt gecodeerd om wildgroei in de hand te houden en de pluspakketten te kunnen verrekenen met de gebruiker. We hebben zelf weinig invloed op het pakket dat digitaal wordt uitgezonden, maar voegen wel de lokale omroepen toe. We merken dat er veel behoefte is

aan analoge televisie, ook met name voor tweede en verdere televisietoestellen. Bovendien kijkt bij ons een meerderheid alleen analoog."

#### Hoe is jullie organisatie opgebouwd?

"We huren bijna alles extern in. Ik ben als halve voltijdseenheid de enige 'ambtenaar' voor de CAI. De administratie en techniek wordt extern ingehuurd."

#### Het tarief van CAI Albrandswaard is iets hoger dan de andere kleine kabels, hoe kan dat?

"Wij vragen 14,95 euro voor het standaardpakket. Dat is de afgelopen jaren gestegen door hogere kosten; contentrechten en investeringen in nieuwe wijken maakten dat het tarief omhoog is gegaan."

#### De verkoopdiscussie, hoe is die er gekomen?

"De verkoopdiscussie is vooral ontstaan uit de kerntakendiscussie. Het hebben van een CAI bedrijf wordt niet echt als een gemeentelijke taak gezien. De

discussie is niet per se omwille van het geld, want de exploitatie van de CAI levert jaarlijks een inkomen op. De discussie van verzelfstandiging of verkoop loopt inmiddels een jaar of vier. De lokale partij Echt voor Albrandswaard heeft in haar verkiezingsprogramma de wens staan om elke woning op glasvezel te laten aansluiten. Deze partij levert in de coalitie wethouders in het College van B&W. Een van deze wethouders heeft de CAI in zijn portefeuille en is verantwoordelijk voor een goede begeleiding van het verkooptraject. In de onderhandeling is ook glasvezel naar de woning als onderdeel meegenomen. Op dit moment (eind mei, red), is de gemeente Albrandswaard met biedende partijen in gesprek. De gemeenteraad wil naast het bieden van tripple play en een goed televisiepakket ook invloed uitoefenen op het abonneetarief; kabels willen immers graag snel harmoniseren. Dit wordt ook meegenomen in de onderhandelingen. De programmaraad is gevraagd om hun mening, maar daar hebben we niets van vernomen. Uitgangspunt van de verkoop is dat het kabelnet een open netwerk zal zijn, met ook andere partijen op de kabel. Internet wordt bijvoorbeeld nu geleverd door Caiway," aldus Ton Groenewegen.

DdJ



"De gemeenteraad wil naast het bieden van tripple play en een goed televisiepakket ook invloed uitoefenen op het abonneetarief"



Gemeente  
Albrandswaard

# Slam!FM en Slam!TV

## onderdeel van RTL Nederland

**Slam!FM is per 1 juni jl. overgenomen door RTL Nederland Holding waar ook Radio 538 en Radio 10 Gold onderdeel van zijn. Kabelraad sprak met Jan Willem Bruggenwirth, algemeen directeur van de radiotak van RTL Nederland.**

“Vanuit de portfoliogedachte is Slam!FM een mooie aanvulling. Slam!FM vult het jongerensegment aan, terwijl Radio 10 Gold al het oudere segment bediende en Radio 538 ons belangrijkste station is. Bovendien is het verhaal ook: if you can't beat them, eat them” aldus Bruggenwirth.

### **Wat gaat er gebeuren voor kijkers en luisteraars?**

“Voor luisteraars gaat er niets veranderen; we hebben het juist overgenomen omdat het goed is zoals het is. Jacqueline Bierhorst (de vertrekkende Slam!-directeur) heeft voor de televisiezender een groeipad neergelegd. Vooralsnog is er geen aanleiding dat te veranderen maar we gaan wel kijken of het strookt met onze ideeën. Wel zijn er mogelijkheden om meer met de grote televisiemerken uit te wisselen. RTL 4 en RTL 5 passen op een bepaalde manier bij Radio 538 en RTL 5 past soms meer bij Slam!TV; in promotioneel opzicht biedt dat kansen.”

**Slam!FM krijgt per 1 juli veel nieuwe distributie: analoog bij UPC, digitaal bij UPC, via Digitenne van KPN en meer. In feite is dit de zesde RTL televisie-zender in Nederland (na RTL 4, 5, 7,8 en Lounge) en Radio 538 had toch zelf ook tv-plannen?**

“Het is absoluut een mooie basis om 3,4 miljoen huishoudens te bereiken. Daar kunnen we uiteindelijk veel mee doen. Het zakelijk model dat gebruikt wordt, betaling door distributeurs en adverteerderinkomsten, is een interessant model. We willen bekijken hoe dit ook vanuit de televisie-ervaring van RTL Nederland kan worden ingebed. De tv-zender Slam!TV blijft een separaat merk en de zender blijft een Nederlands zender (in tegenstelling tot de andere RTL-zenders die formeel in Luxemburg zetelen). Ik zou gek zijn als ik de expertise van RTL niet

zou gebruiken, maar commercieel willen we nadenken over de programmering; het is allemaal nog niet vast omljnd. Nu is het een non stop clipzender, de belofte aan programmaraden om met Slam!TV ook het Nederlands muziekproduct en voor jongeren muziektelevisie te blijven

helemaal niet erg dat we samen bijna de helft van de radioluisterende jongeren bedienen. Slam!FM is vooral jong en actueel en Radio 538 is meer mainstream en bekend, daar zit het onderscheid.”



Jan Willem Bruggenwirth

brengen, lossen we zeker in. Wij denken in tegenstelling tot MTV Networks dat er wel degelijk brood valt te verdienen met muziektelevisie. We kunnen met onze producten meer massa verkopen dan MTV doet dankzij onze crossmediale mogelijkheden. Overigens gaan we gewoon door met onze plannen voor TV 538, maar die staan los van Slam!TV.”

### **Hoe kijkt u aan tegen analoog versus digitaal?**

“Ik denk persoonlijk dat digitale distributie belangrijker wordt. Je moet realistisch zijn in het gegeven dat kabels hun analoge aanbod willen terugbrengen. Slam!TV is nu vooral een nichezender die niet breed wordt weggezet, daar moeten we naar kijken. De manier waarop kabels pakketten maken levert soms grillige onderhandelingen op.”

### **Slam!FM versus Radio 538, is dat kanibaliserend?**

“In de avonduren zitten we soms in elkaars vaarwater, maar als je de markt-aandelen op de jongerengroep optelt, dan zijn we juist versterkend en is het

### **Gaat er iets veranderen in het format?**

“Nee. Bovendien zijn we gebonden aan de formatplicht voor nieuwe muziek, ook met de nieuwe licentie. Dus overdag blijft er weinig gesproken woord en vooral muziek. We kijken wel of op internet er meer subthemazenders als stream kunnen starten. Slam!FM heeft die nog niet, je moet dan denken aan dance-achtige streams. “

### **Blijft Slam!FM helemaal zelfstandig?**

We willen Slam! een eigen plek geven. Fysiek wordt Slam!FM ondergebracht in wat we nu het Slam! Clubhuis noemen. Een eigen honk, waar de mensen zitten die daaraan werken. Het is belangrijk dat de zaken niet door elkaar gaan lopen, het blijven gescheiden merken en jocks werken alleen voor een bepaald merk. Wat wel kan zijn is dat bepaalde DJ's doorgroeien op een bepaald moment naar Radio 538. Dat kan, dan biedt dat als kweekvijver nieuwe carrierekansen”

DdJ

# Nogmaals Ziggo

**De afgelopen maanden zijn programmeraden die aan Ziggo adviseren druk geweest met opstellen en uitgevoerd krijgen van hun advies. En dat verliep niet voorspoedig. In deze kabelraad daarom weer een laatste overzicht van de stand van zaken.**

**Rechter spreekt, advies niet gemotiveerd en onvoldoende pluriform**

Op 1 maart 2010 heeft de Rechtbank Groningen uitspraak gedaan in het hoger beroep van Ziggo tegen het Commissariaat voor de Media. Het gaat om het handhavingsverzoek van de programmeraden Multikabel (nu Noord-Holland) en Breda e.o. van het advies voor 2009. In eerste instantie en in bezwaar heeft het Commissariaat Ziggo opgedragen het advies uit te voeren. Ook de voorzieningenrechter had de programmeraden in het gelijk gesteld. De rechtbank oordeelt echter anders en onderschrijft één van de stellingen van Ziggo, namelijk dat deze adviezen onvoldoende gemotiveerd zijn en geen rekening houden met de gewijzigde omstandigheden. Ook meent de rechter dat de adviezen ten onrechte geen van de (Nederlandse) commerciële zenders

bevatten. De rechtbank meent dat uit de wetsgeschiedenis valt af te leiden dat een pluriform wettelijk minimumpakket (basispakket) dient te bestaan uit programma's van zowel publieke als commerciële omroepinstellingen. De rechtbank meent bovendien dat de voorgelegde adviezen niet onderbouwd zijn en de overwegingen niet kenbaar voor Ziggo. Het Commissariaat had deze adviezen, om beide genoemde redenen, niet aan zijn besluitvorming ten grondslag mogen leggen. De rechtbank oordeelt dan ook dat Ziggo de adviezen niet hoeft op te volgen.

**Consequenties voor programmeraden**

De betrokken programmeraden hebben besloten om in hoger beroep te gaan bij de Raad van State. Totdat daar een uitspraak komt moet rekening gehouden worden met de huidige stand van zaken. Dat wil in ieder geval zeggen dat programmeraden hun adviezen goed moeten motiveren.

Ziggo heeft inmiddels aan veel programmeraden laten weten dat "het advies niet voldoet aan de geldende formele eisen" en dat het bedrijf op grond daarvan besluit het advies naast zich neer te leggen. Hoewel Ziggo de afwijzing verder niet onderbouwt, is voor sommige program-

maraden duidelijk dat ook gewezen wordt op het ontbreken van motivering en commerciële zenders.

**Advies 2011 niet opgevolgd**

Zoals gezegd hebben de meeste programmeraden een brief van Ziggo gekregen waarin aangegeven wordt dat het advies (deels) niet wordt opgevolgd. Het nieuwe aanbod gaat in juni-juli in, afhankelijk van de regio. Klanten hebben al bericht gekregen over de nieuwe inhoud van het pakket. Buitenlandse publieke zenders (Duitse zenders, BBC2, TVE, RAI Uno, TV5), CNN, Euronews en BBC World zijn de zenders die verdwijnen. Daarbij maakt het meestal niet uit of de zenders geadviseerd zijn of niet.

Verschillende zaken vallen op. Zo geeft Ziggo aan dat TV5 niet meer beschikbaar is. Het alternatief dat soms door programmeraden wordt voorgesteld (France 2) is beschikbaar in het digitale pakket. Inmiddels weten we echter dat de zender ook aangeboden kan worden in het analoge pakket.

Voor wat betreft de andere zenders is onduidelijk waarom Ziggo het advies niet opvolgt. Er wordt verwezen naar formele redenen, die niet nader gespecificeerd worden. Een aantal programmeraden heeft daarom meer duidelijkheid gevraagd aan Ziggo. Het bevreedt alle programmeraden dat Ziggo zonder overleg besluit het advies niet op te volgen. Een deel van de programmeraden is naar het Commissariaat voor de Media gegaan met een handhavingsverzoek.

Klanten blijken vooral het verlies van BBC2 en Duitse zenders zwaar op te vatten. Verschillende programmeraden zijn al benaderd door lokale en regionale media om een toelichting te geven. Een aantal programmeraden heeft inmiddels een handhavingsverzoek ingediend bij het Commissariaat. Op onze website is steeds de laatste stand van zaken te vinden.



Raad van State

# Commissariaat voor de Media: Lokale omroepen moeten digitalisering betalen

Het Commissariaat voor de Media heeft in twee uitspraken over de uitzending van lokale publieke omroepen in digitale pakketten bepaald dat de omroepen zelf de kosten dienen te dragen die kabels rekenen evenals eventueel extra auteursrechtelijke bijdragen indien de zenders als gevolg van digitalisering in een groter gebied worden uitgezonden.

De media-toezichthouder noemt dit een 'inherent' gevolg van het recht op digitale doorgifte zoals geregeld in de Mediawet en noemt de voorstellen van Ziggo, dat de kosten in rekening brengt en de aanbodtechniek specificceert, 'alleszins redelijk'. In de vorige Kabelraad werd al aandacht gegeven aan dit onderwerp.

De organisatie voor lokale omroepen OLON noemt de bepaling uit de Mediawet die digitale doorgifte verplicht maakt wanneer kabels meer dan 50% digitale abonnees hebben nu een 'lege huls'. Volgens OLON is de eenmalige bijdrage van 3500 euro en 400 euro aan maandelijkse kosten bij Ziggo 'onbetaalbaar', zeker als 40 % van de gemeenten niet aan de wettelijke bijdrage van 1,30 euro per huishouden per jaar voldoet. Volgens OLON is niet bewezen dat deze oplossing ten opzichte van andere oplossingen beter en goedkoper is. Toos Bastiaansen stelt namens OLON dat blijkbaar dit soort zaken ook in de wet moeten staan, wil de digitale doorgifte daadwerkelijk werkbaar zijn voor lokale omroepen. De ongevraagde extra kosten door uitzending in andere gemeenten, verbaast OLON daarbij ook zeer.

## Kamervragen

Het CDA heeft over de zaak inmiddels kamervragen gesteld en wil van de minister weten hoe deze oordeelt over de toegangsprijzen die Ziggo en UPC hanteren. De vragen en antwoorden zijn te vinden op [www.kabelraden.nl](http://www.kabelraden.nl). De belangrijkste vragen:



## Onderschrijft u de stelling dat de praktijk heeft aangetoond dat toegang tot het aanbod van de publieke lokale omroep via dominante infrastructuren (met name digitale kabelpakketten) sinds 2007 nog altijd niet afdoende geregeld? Wat is daarvan de oorzaak?

Het gaat bij de hierboven aangehaalde zaak niet om de doorgifte, maar om een technische kwestie (op welke wijze het televisiesignaal door de lokale publieke omroep wordt aangeleverd bij de kabel-exploitant) en de kosten die daarmee gepaard gaan. De kabelbedrijven vragen de lokale publieke omroepen geen vergoeding voor de doorgifte. Lokale publieke omroepen zijn zelf verantwoordelijk voor (de kosten voor) het transport van signalen vanaf de studio van de desbetreffende omroep tot aan het desbetreffende kabelnetwerk.

## Hoe beoordeelt u de toegangsprijzen die UPC en Ziggo, monopolisten op de kabel, vragen aan de publieke omroepen?

Zoals uit het besluit van het Commissariaat voor de Media blijkt, acht het Commissariaat de voorwaarden en tarieven die Ziggo hanteert niet onredelijk.

Inmiddels maken ruim 60 lokale publieke omroepen gebruik van de mogelijkheid om hun televisieprogramma digitaal door te geven. Voor deze omroepen vormen de voorwaarden en kosten blijkbaar geen belemmering.

De kosten voor aanlevering van het digitale signaal kunnen voor sommige lokale publieke omroepen inderdaad wel een probleem zijn. Ik zal NLKabel en OLON vragen om samen te onderzoeken of er goedkopere werkbare alternatieven mogelijk zijn. Overigens zij er op gewezen dat de situatie voor de diverse kabelnetwerken verschillend kan zijn.

DdJ



# Grote fusies van televisie-distributeurs in Europa: fusievoorwaarden

**Alweer enige tijd geleden werd in de media aandacht geschonken aan de mogelijkheid dat Ziggo door Liberty Global zou kunnen worden gekocht om het vervolgens samen te voegen met UPC (dochter van Liberty Global) en zo één grote Nederlandse kabelexploitant te vormen. Een bedrijf dat 4,9 miljoen klanten zou bedienen, 65 % van alle Nederlandse huishoudens.**

Officieel willen beide bedrijven niet zo veel kwijt over een dergelijk scenario. Overigens zou ook een scenario waarin Ziggo door KPN wordt overgenomen een heel belangrijke speler opleveren, aangezien KPN nu al het grootste nationale telecombedrijf is.

Ook in andere landen hebben de afgelopen jaren grote (voorgenomen) fusies gespeeld in de distributiewereld. Kabelraden zet een aantal voorbeelden op een rijtje, om een beeld te krijgen van de (on)mogelijkheden bij de vorming van een dergelijke grootmacht. Een fusie lijkt immers ook mogelijkheden te geven om uitgebreide regels te stellen aan het nieuwe bedrijf.

## **TPS en CanalSat/Canal+ (2005)**

Toen satellietexploitanten TPS en CanalSat (Canal+) samengingen onder de heerschappij van Vivendi (Canal+) - met de commerciële grote Franse zenders TF1 en M6 als minderheidsaandeelhouder en betrokkenheid van uitgeverij Lagardere - stelde de Franse regering bepaalde voorwaarden. Het nieuwe bedrijf moest 59 toezeggingen nakomen. Die hadden te maken met het aanbieden van capaciteit aan derden en bijvoorbeeld het verplicht beschikbaar stellen van bepaalde general interest-zenders aan andere partijen zonder doorgiftevergoeding. Ook zijn voorwaarden gesteld over de wijze waarop het conglomeraat bepaalde films en series mocht aankopen (contractsduur bijv. maximaal 3 jaar) om een te grote dominantie te voorkomen.



Aangezien filmproducent StudioCanal onderdeel is van Canal+ moet deze op nondiscriminatoire basis haar filmrechten ter beschikking stellen aan derden. Ook voor de aankoop van sportrechten zijn beperkende voorwaarden opgelegd. Opvallend is dat bepaalde zenders wel exclusief mochten blijven, waaronder de nieuwzender LCI. Ook is de plicht opgelegd dat zenders die eerder al uitzonden in de pakketten niet mochten worden verwijderd en dat er 'non discriminatoire en eerlijke' toegangsvoorwaarden moeten bestaan. Exclusieve zendercontracten mogen maximaal 4 jaar duren. Een onafhankelijke 'trust' zal monitoren hoe de combinatie omgaat met de plichten.

De voorwaarden gelden voor 6 jaar. De regering gaat er vanuit dat met deze plichten, de combinatiepakketten van ADSL-aanbieders en de opkomst van digitale ether voldoende concurrentie zou ontstaan. Essentiële content moest verplicht elders worden aangeboden opdat die concurrenten niet belemmerd zouden worden en de Franse regering heeft om culturele redenen een aantal plichten opgelegd. Toegangsplichten tot het aanbod bleken overigens nauwe-

lijks handhaafbaar. Dat wordt versterkt doordat CanalSat een volledig afgesloten systeem gebruikt.

## **Sogecable (Canal+) en Via Digital (2002)**

Beide bedrijven gingen in 2002 samen in Digital+ (het nieuwe Sogecable). Inmiddels is de mediamacht verder geconcentreerd daarbij waarbij Mediaset (Tele5) en Telefonica elk 22 % van Digital+ bezitten. Destijds moest Digital+ beloven geen activiteiten van de nationale telecomoperator Telefonica te zullen verkopen/bundelen. Een exclusief filmcontract met MGM moest worden ontbonden. Ook moest Telefonica haar belang in de commerciële zender Antena 3 verkopen. In totaal werden 24 voorwaarden en 10 specifieke voorwaarden met betrekking tot voetbalrechten gesteld.

## **Sky Italia (Tele+ & Stream) (2003)**

Sky Italia is in feite een fusie en overname door News Corp van voormalige platformconcurrenten. Alhoewel in Italië de mediamacht vooral bij Mediaset van premier Berlusconi zit, was Sky Italia enige tijd de enige dominante betaaltelevisiepartij. Dankzij de digitale ether is dit niet meer zo, maar de overname



werd door onder andere de Europese Commissie aan voorwaarden verbonden die tot eind dit jaar duren. Sky Italia mag alleen met betrekking tot satelliet exclusieve rechten overeenkomen. Voor pay per view mag dat ook niet voor satellietdiensten. Het bedrijf is gebonden aan limieten voor de duur van contracten met sport en filmpartijen. Ook moet Sky Italia derden ontbundelde toegang verlenen tot haar platform. Enkele erotische zenders maken hier gebruik van. Sky Italia werkt immers met een volledig afgesloten 'eigen' systeem, waar eigenaar News Corp een essentieel belang in heeft (NDS/Videoguard). Ook moest Sky Italia beloven geen etheractiviteiten te ontplooiën tot eind dit jaar. Inmiddels is deze voorwaarde voor één tv-zender ingetrokken.

#### Exclusiviteit contentrechten

Deze voorbeelden laten zien dat toezichthouders bij het fuseren van grotere distributieplatforms vooral gericht zijn op regels met betrekking tot de exclusiviteit van contentrechten. Over toegangs-kwesties van individuele zenders worden veelal in algemene termen voorwaarden opgelegd die uiteindelijk praktisch niet hanteerbaar blijken. Bij alle genoemde platforms zijn zenders uiteindelijk verdwenen als gevolg van de marktmacht van de nieuwe conglomeraten. De beschreven partijen gebruiken allen volledig afgesloten 'eigendom'systemen, iets dat in de Nederlandse kabelindustrie ook gebruikelijk is. Universeel toegang daartoe verkrijgen is daardoor lastig; net zoals de 'macht' van de Electronische Programmagids (EPG) en daarmee de voorkeuzebepaling in de kanalenlijst vooral voorbehouden is aan de exploitant. In het Verenigd Koninkrijk, waar BSkyB een vrij dominante positie heeft, is wettelijk en door toezichthouder OFCOM een aantal regels opgesteld over toegang tot het platform en de EPG-volgordes. Het gaat daarbij overigens niet alleen om het opstellen van regels maar ook om de naleefbaarheid.

DdJ

# Workshops voor programmaraden in het kader van kwaliteitsproject

**Op 26 maart organiseerde kabelraden.nl een workshop in het kader van het kwaliteitsproject. Ben Bakker en Evert Ijsselmuiden van de programmaraad Haarlem schreven daarover een kort verslag.**

Rond half 10 werden wij hartelijk ontvangen in La Vie te Utrecht, door Pablo en Marieke met koffie en een heerlijke donut. Na een uitleg over de workshops en een update over het kwaliteitsproject werd uitgelegd wat de volgende stap in dit project is:

- het duidelijk en eenvoudig vermelden van de werkwijze van de programmaraad op de website en het goed en actueel bijhouden hiervan;
- het opstellen van een goed advies met een duidelijke en voor het publiek begrijpelijke motivering;
- duidelijk vermelden van vergaderingen en agenda's op de website en benadrukken dat de vergaderingen openbaar zijn.

Vervolgens werd het programma van de twee workshops voor de pauze uitgelegd. Wij hebben de workshop voor beginners gevolgd. Een interessante uitleg door Pablo over de functie en de werkzaamheden van een programmaraad. Omdat er een flink aantal vertegenwoordigers van andere programmaraden waren, die adviseerden aan verschillende kabelaars, ontstond er een levendige discussie.

Na de pauze werd de tweede (plenaire) workshop uitgelegd. Het was een casus. "Kruip eens in de huid van..." De bedoeling was het verbreden van de visie van programmaraadsleden door ook eens op de stoel van bijvoorbeeld het publiek of de kelaar te gaan zitten.

We werden verdeeld in 4 groepen.

- programmaraad
- kabelmaatschappij
- publiek
- pers

Evert kwam in de programmaraad terecht en Ben was publiek. De casus: de programmaraad heeft een van het vorige jaar afwijkend advies uitgebracht met een nogal discutabele inhoud. De overigen moesten daar op reageren. Na een voorbereidingstijd ging het spel beginnen. Het werd een geanimeerde en af en toe zelfs felle discussie. Strak geleid door een door Kabelraden ingehuurd professional. Leuk was het te merken dat naarmate de discussie vorderde, de mensen hun rol niet alleen speelden, maar ook echt werden.

Het programma werd afgesloten met een heerlijke lunch. Al met al een zeer interessante en leerzame en zeker ook gezellige dag!



## APR kan nog maar zes zenders adviseren

**Het Commissariaat voor de Media heeft bepaald dat de APR voor Amsterdam en 10 omliggende gemeenten voortaan 6 tv-zenders mag adviseren. Tot dusver adviseerde de APR voor een deel van dit gebied 8 tv-zenders. Dat werd tot voor kort ook door UPC aanvaard. Met een uitspraak van het Commissariaat is daar een eind aan gekomen. De APR vindt het een slechte zaak dat de kabel-exploitant nu nog meer zeggenschap krijgt.**

### **Aanleiding - een andere zaak**

Na het faillissement van Het Gesprek (augustus 2010), dat deel uitmaakte van het advies, moest de APR een vervanger aanwijzen. De APR koos met het oog op het culturele gehalte van het pakket voor BravaNL. UPC wilde dit besluit niet uitvoeren. Enkele maanden daarvoor leverde een soortgelijke situatie met een 'aanvullend advies' na het verdwijnen van een zender nog geen problemen op met UPC.

### **Handhavingsverzoek**

De APR diende een handhavingsverzoek in bij het Commissariaat voor de Media om ervoor te zorgen dat UPC BravaNL alsnog door zou geven. Op 8 maart 2011 deed het Commissariaat uitspraak. Het Commissariaat stelt dat UPC BravaNL niet hoeft op

te nemen in het analoge pakket, omdat het advies geen deel uitmaakt van het wettelijk minimumpakket. Het Commissariaat stelt dat het advies voortaan voor het gehele gebied uit 6 tv-zenders moet bestaan. In de praktijk betekent dit dat de APR twee zenders minder mag adviseren voor drie gemeenten binnen het adviesgebied. UPC vult die plekken voortaan in.

Het Commissariaat overweegt het volgende. "Vaststaat dat de omroepnetwerken van UPC in het adviesgebied van de APR in mediawettelijke zin gekoppeld zijn. Differentiatie op de gekoppelde omroepnetwerken is mogelijk, maar deze differentiatie is beperkt en slechts bij lokale (publieke) mediainstellingen die lokaal op het omroepnetwerk ingekoppeld kunnen worden. Voor UPC is het derhalve slechts mogelijk om één pakket aan de aangeslotenen op dat gekoppelde netwerk door te geven en alleen ten aanzien van lokale (publieke) mediainstellingen kan zij daarin differentiatie aanbrengen. Vaststaat voorts dat er voor de gemeente Amsterdam e.o. negen televisiekanalen en -voor de "overige" gemeenten- zeven televisiekanalen zijn die op grond van artikel 6.13 Mediawet verplicht moeten worden doorgegeven. Vastgesteld kan ook worden en niet weersproken is, dat de distributie van de televisiesignalen van de programmakanalen vanuit één punt in de gemeente Amsterdam geschiedt. Omdat de distributie van de programmasignalen vanuit Amsterdam geschiedt en de omroepnetwerken in

alle gemeenten van het adviesgebied van de APR gekoppeld zijn, is het naar het oordeel van het Commissariaat aannemelijk dat UPC de televisieprogrammakanalen die zij doorgeeft in Amsterdam e.o. ook doorgeeft in de "overige" gemeenten. Dit komt er feitelijk op neer dat er voor de APR ook in de "overige" gemeenten zes televisieprogrammakanalen resterend om vrij te adviseren. Het Commissariaat is dan ook van oordeel dat het advies voor Amsterdam e.o. ook voor de "overige" gemeenten dient te gelden".

### **'Oude' situatie**

Van oudsher was er een onderscheid in het aantal te adviseren zenders binnen het adviesgebied. In een aantal gemeenten zijn er 9 must carry tv-zenders omdat de lokale publieke omroep meerdere kanalen invult. Drie andere gemeenten hebben echter slechts 7 verplichte zenders en daar blijven dus 8 zenders over om te adviseren. Een soortgelijke situatie bestaat bij het analoge radiopakket, waar Amsterdam e.o. ook meer verplichte zenders heeft (de Salto-kanalen). Deze manier van adviseren - 6 tv-zenders en 11 radiozenders, aangevuld met 2 tv-zenders en vijf radiozenders voor Landsmeer, Purmerend en Zaanstad - heeft tot voor kort niet tot problemen geleid met UPC.

### **Situatie vanaf 1 juli 2011, nieuwe adviezen**

Na de uitspraak van het Commissariaat bepaalt UPC in de drie gemeenten waar maar één lokaal kanaal wordt ingevuld wat er met die plekken gebeurt. De APR heeft inmiddels bezwaar aangetekend. De tv- en radioadviezen voor de volgende periode (1 juli 2011 t/m 30 juni 2012) waren al definitief, maar de APR heeft deze naar aanleiding van de uitspraak aangepast.