

Op 29 juni 2005 heeft de rechtbank Zutphen uitgesproken dat UPC geen verbodsbepaling uit de Mediawet heeft overtreden toen zij het radioadvies 2004-2005 van de programmaraad Gelderland Oost niet op 1 april, maar pas op 1 juli 2004 implementeerde. Het Commissariaat heeft zich terecht niet bevoegd geacht UPC een bestuurlijke boete op te leggen.

Toelichting

Op 15 december 2003 heeft de programmaraad Gelderland Oost aan UPC het radioadvies 2004-2005 doen toekomen, met de met ingang van 1 april 2004 uit te zenden radioprogramma's. Bij brief van 19 februari 2004 en per email op 11 maart 2004 heeft UPC de programmaraad meegedeeld dat het radioadvies uiterlijk op 1 juli 2004 zal worden geïmplementeerd.

Op 9 april 2004 heeft de programmaraad aan het CvDM gevraagd om handhavend op te treden tegen de weigering van UPC om het radioadvies op te volgen voor wat betreft de ingangsdatum 1 april 2004.

Op 19 mei 2004 heeft het Commissariaat het verzoek van de programmaraad afgewezen op de grond dat UPC geen enkele

tot haar gerichte verbodsbepaling heeft overtreden. Tegen dat besluit heeft de programmaraad bezwaar gemaakt. Het bezwaar is ongegrond verklaard.

Rechtszaak

De programmaraad heeft beroep ingesteld bij de rechtbank Zutphen. De rechtbank moet beoordelen of de weigering van het Commissariaat om handhavend op te treden terecht was.

In de motivering haalt de rechtbank aan dat het Commissariaat heeft overwogen dat de door UPC aangevoerde reden om van de implementatiedata van het radioadvies af te wijken voldoende zwaarwegend is. De rechtbank overweegt voorts dat niet is gebleken van feiten of omstandigheden op

grond waarvan UPC in redelijkheid niet van haar bevoegdheid om van het radioadvies af te wijken gebruik had mogen maken. Het is de rechtbank niet gebleken dat door het wijzigen van de implementatiedatum de door eiser te behartigen belangen van de aangeslotenen bij het omroepnetwerk zijn geschaad waarbij de rechtbank in aanmerking neemt dat UPC gedurende de periode van 1 april 2004 tot 1 juli 2004 het vrijwel gelijklopende radioadvies 2003-2004 van eiser heeft voortgezet. Hetgeen door de programmaraad is aangevoerd geeft geen aanleiding tot een ander oordeel.

Uitspraak

Het vorenstaande leidt tot de conclusie dat van een overtreding van artikel 82k, tweede lid, van de Mediawet geen sprake is en dat verweerder (CvDM) zich derhalve terecht niet bevoegd acht aan UPC een bestuurlijke boete op te leggen. Het beroep is dan ook ongegrond.

De programmaraad heeft inmiddels hoger beroep ingesteld bij de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.

Producten Kabelraden.nl

Kabelraden.nl heeft de afgelopen een aantal producten ontwikkeld die van belang kunnen zijn bij het werk van programmeraden. Ter informatie zetten we ze hier nog eens op een rij.

- website met dagelijks nieuwe informatie over programmeraden en de media, www.kabelraden.nl
- website, alleen voor programmeraden, met informatie over zenders: www.zenderinformatie.nl
- een "basiswebsite" voor programmeraden, met behulp waarvan een eigen website gemaakt kan worden. Kabelraden.nl zorgt voor domeinnaam en hosting
- elektronische nieuwsbrief met de laatste belangrijke nieuwtjes voor programmeraden.
- handboek voor programmeraden
- informatiefolder met algemene informatie over programmeraden, die programmeraden als eigen voorlichtingsmateriaal kunnen gebruiken

- overzicht van kijkcijfers, landelijk gesplitst naar verschillende doelgroepen en daarnaast regionaal ingedeeld over de jaren 2003 en 2005.
- onderzoek door het Nipo "zendervoorkeur", met bijzondere informatie om de keuzes van programmeraden te ondersteunen
- onderzoek "kijkgedrag en wensen rondom kabel- en satellietzenders bij Turken en Marokkanen" met daarin informatie over zendervoorkeuren van deze groepen.
- workshops over "hoe maak ik een advies", "communicatie met kijkers en luisteraars" en "grenzen aan het advies (over de zenders die geadviseerd kunnen worden)". De workshops worden door kabelraden.nl op uw eigen locatie gegeven, bijvoorbeeld als onderdeel van een reguliere vergadering. Ook andere onderwerpen zijn in overleg mogelijk.

De producten kunt u bestellen via info@kabelraden.nl. Daar kunt u zich uiteraard ook aanmelden voor de nieuwsbrief of een eigen website. Als u meer wensen heeft, of opmerkingen en aanvullingen bij de bestaande producten, dan horen wij dat natuurlijk graag!

COLOFON

Kabelraad is een uitgave van Kabelraden.nl, Stichting Landelijk Steunpunt Programmeraden en verschijnt 4 keer per jaar. Leden van programmeraden 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, 020 - 6586250

Kabelraad verschijnt onder redactie van Kabelraden.nl en David de Jong (Dutch Media).

Opmaak wordt verzorgd door Fonts + Files. Foto's: Henk Veenstra

Onderzoek Onno van Zelst naar functioneren Programmeraden

Onno van Zelst



Wat heb je precies onderzocht?

Mijn onderzoek richtte zich op het functioneren van consumentenbescherming in de vorm van programmeraden. De vraag die tijdens mijn onderzoek centraal stond was of programmeraden in de praktijk functioneren zoals deze volgens het mediabeleid zouden moeten functioneren. Daarnaast heb ik tevens onderzocht welke mogelijke knelpunten programmeraden ervaren in hun functioneren.

Om deze vragen te kunnen beantwoorden heb ik een zogenaamd effectiviteitsonderzoek uitgevoerd waarbij het overheidsbeleid wordt beoordeeld aan de hand van de mate waarin de officiële doelen bereikt zijn dankzij het gevoerde beleid. Hiervoor heb ik de veronderstellingen die aan het beleid ten grondslag liggen gereconstrueerd en in de praktijk getoetst door middel van casestudy onderzoek bij negen programmeraden. Daarnaast heb ik bij het Commissariaat voor de Media, Kabelraden.nl en de VECAL nog aanvullende interviews afgenomen.

Waarom dit onderwerp?

De reden dat ik voor onderzoek heb gekozen is dat er de afgelopen jaren door diverse partijen kritiek is geuit op het functioneren van programmeraden. Deze kritiek richt zich altijd op de programmeraden terwijl er niet gekeken wordt naar het beleidsveld waarin programmeraden functioneren. Ik vond het nu juist interessant om naar het mediabeleid te kijken om te bepalen of de juiste middelen zijn ingezet om het gewenste doel te bereiken. Om dit goed te kunnen beoordelen heb ik bewust gekozen om vanuit programmeraden het beleid te beoordelen. Programmeraden kunnen namelijk het beste oordelen of de juiste middelen zijn gekozen om consumentenbescherming te garanderen. Bovendien zijn er diverse onderzoeken uitgevoerd waarbij programmeraden slechts gedeeltelijk betrokken waren en waarbij niet werd gekeken naar de knelpunten die zij ervaren.

Wat zijn de belangrijkste bevindingen van je onderzoek?

Uit mijn onderzoek zijn de volgende resultaten naar voren gekomen:

1. De veronderstelling dat de wettelijke verplichting om het basispakket door te geven zal leiden tot een pluriform en kwalitatief hoogwaardig aanbod, blijkt in de praktijk niet te kloppen. Het wettelijk basispakket voor televisie biedt de programmeraden onvoldoende mogelijkheden om een pluriform en kwalitatief hoogwaardig aanbod te garanderen;
2. De veronderstelling dat de mogelijkheid van het wettelijk prijstoezicht zal leiden tot een betaalbaar pakket blijkt in de praktijk niet (meer) te kloppen. Door diverse ontwikkelingen in de kabelsector blijkt het wettelijk prijstoezicht niet langer effectief te zijn;
3. De veronderstelling dat de instelling van een programmaraad zal leiden tot invloed van de consument op het aanbod klopt in de praktijk maar er bestaan grote verschillen tussen programmeraden. De programmeraden met een beperkte adviesbevoegdheid vinden hun invloed te marginaal en kunnen de belangen van de consument onvoldoende dienen voor wat betreft televisie;
4. De veronderstelling dat de wettelijke verplichting ertoe zal leiden dat gemeenten een programmaraad instellen, blijkt in de praktijk niet (geheel) te kloppen. Nog steeds blijkt een aantal gemeenten niet aan de wettelijke plicht te hebben voldaan om een programmaraad in te stellen;

Lees verder op de volgende pagina



- De veronderstelling dat de regels die de Mediawet stelt aan de samenstelling van de programmaraad zullen leiden tot een programmaraad die uit minimaal zeven en maximaal 15 leden bestaat en die deskundig en representatief is, blijkt in de praktijk (ten dele) te kloppen. De omvang en deskundigheid leidt niet tot problemen maar de eis van representativiteit blijkt lastig te realiseren;
- De veronderstelling dat de wettelijke verplichting van gemeenten om een programmaraad in te stellen zal leiden tot een gezamenlijke ondersteuning van programmeraden door de kabelexploitant en de gemeente(n) blijkt in de praktijk niet te kloppen. Gemeenten blijken programmeraden slecht of soms geheel niet te ondersteunen en in de ondersteuning door exploitanten bestaan grote verschillen tussen de programmeraden.

Op basis van de resultaten kan worden geconcludeerd dat de consumentenbescherming door middel van programmeraden grotendeels niet functioneert zoals deze zou moeten functioneren volgens het mediabeleid. De doelstellingen van het mediabeleid ten aanzien van consumentenbescherming blijken grotendeels niet te worden bereikt. Programmeraden ervaren een aantal knelpunten in hun functioneren. Op de eerste plaats noemen zij de te beperkte adviesruimte om aan de wettelijke taak te voldoen. De bevoegdheid voor televisie is te beperkt om aan de pluriformiteits eis te voldoen en de consument goed te vertegenwoordigen. Dit probleem wordt benadrukt door de raden die een ruimere adviesbevoegdheid hebben en wel in staat blijken om hun wettelijke taak goed uit te voeren. Het tweede knelpunt dat programmeraden noemen betreft de organisatie van de ondersteuning. Veel gemeenten blijken zich aan hun plicht te onttrekken waardoor programmeraden op de exploitant zijn aangewezen. Hoewel de ondersteuning door exploitanten redelijk gaat, blijken er grote verschillen tussen exploitanten te bestaan hetgeen effect heeft op het functioneren van de programmeraden. Het derde knelpunt betreft de representativiteit van de programmaraad die in veel gevallen niet optimaal is. Dit komt ten eerste doordat gemeenten in veel gevallen geen rekening houden met de representativiteit en ten tweede blijkt het lastig om geschikte kandidaten te vinden die ook representatief zijn. Programmeraden ervaren dit zelf echter niet als een groot knelpunt omdat zij door gebruik te maken van regionaal kijk- en luisteronderzoek de representativiteit kunnen waarborgen

Wat zijn de grootste verschillen tussen de verschillende programmeraden? Waar ligt dat aan?

Tijdens mijn onderzoek heb ik gemerkt dat programmeraden heel erg gemotiveerd zijn om hun wettelijke taak goed te volbrengen.

Ondanks het feit dat het vrijwilligers zijn, geven zij zich volledig en proberen zij hun werk zo goed mogelijk te doen. Wel bleek uit mijn onderzoek dat er twee grote verschillen bestaan tussen de diverse programmeraden die tevens invloed hebben op het functioneren.

Eén van de grootste verschillen betreft zoals gezegd de adviesruimte. Het blijkt duidelijk dat programmeraden die een grotere adviesruimte hebben dan het wettelijk basispakket, beter in staat zijn om de consument goed te vertegenwoordigen dan de overige raden. Het wettelijk basispakket blijkt voor wat televisie betreft te beperkt om optimaal te kunnen functioneren. Dit heeft tot gevolg dat programmeraden noodgedwongen 'strategisch' gaan adviseren, hetgeen zij onwenselijk vinden.

Een tweede verschil betreft het verschil in ondersteuning door gemeenten en exploitant. Regionale programmeraden die door één gemeente zijn ingesteld hebben het gevoel wel serieus genomen te worden en zijn goed te spreken over hun ondersteuning. Programmeraden die door meerdere gemeenten zijn ingesteld ervaren echter een lage betrokkenheid en een slechte ondersteuning. Hoewel de meeste exploitanten de ondersteuning van programmeraden serieuzer nemen, blijken ook hier grote verschillen te bestaan. De ondersteuning van exploitanten varieert van alleen een financi-

ele ondersteuning tot een volledig facilitaire ondersteuning. Programmeraden ervaren de steun van hun exploitant niet als een probleem voor hun onafhankelijk maar erkennen dat een eigen budget beter zou zijn.

Welke aanbevelingen doe je om het functioneren van programmeraden te verbeteren?

- Op basis van mijn onderzoek heb ik een drietal aanbevelingen gedaan die kunnen bijdragen aan het verbeteren van het functioneren van programmeraden.
- De huidige adviesbevoegdheid zou moeten worden uitgebreid zodat programmeraden hun wettelijke taak goed kunnen uitvoeren. De adviesbevoegdheid voor televisie zou wettelijk moeten worden uitgebreid zodat de consument goed vertegenwoordigd kan worden en programmeraden een pluriform pakket samen kunnen stellen;
 - De ondersteuning van programmeraden zou wettelijk geregeld moeten worden waarbij programmeraden een eigen budget zouden moeten krijgen om onafhankelijk te kunnen functioneren;
 - Het Commissariaat voor de Media zou middelen moeten krijgen om ten eerste de instelling van programmeraden af te dwingen en ten tweede bij gemeenteraden moeten kunnen afdwingen dat de selectie van nieuwe leden aan de wettelijke eis van representativiteit voldoet.

Conferentie 2006: Mediamacht

Op vrijdag 21 april 2006 organiseert kabelraden.nl zijn jaarlijkse conferentie. Ook dit jaar bent u weer van harte welkom in het NBC te Nieuwegein. Tijdens de bijeenkomst proberen we enig inzicht te geven in de invloed van media op de consument en de invloed van de consument op het media-aanbod die daar volgens ons onlosmakelijk mee verbonden is. Niet alleen nodigen we deskundigen uit die hun kennis hierover met ons willen delen, maar ook valt er heel veel leuks te beleven! Bovendien is er natuurlijk altijd ruimte voor discussie en om mee te praten.

Voor de programmeraden hebben we een nieuw programma-onderdeel: de bijpraat-lunch. Tijdens de pauze kunt u in een gereserveerde lunchruimte bijpraten met mede-programmaradsleden die aan dezelfde kabelexploitant adviseren.

Het programma is nog niet helemaal ingevuld. Maar noteer vast de datum in uw agenda! Op korte termijn kunt u uw uitnodiging tegemoet zien.

Tot dan!



Afscheidsinterview Ijde Haakma

In februari 2006 nam Ijde Haakma afscheid als penningmeester van kabelraden.nl. Uiteraard spraken wij hem over zijn ervaringen in de afgelopen jaren en over de toekomst van programmeraden en de ondersteuning.

“wat was je belangrijkste reden om in het bestuur van kabelraden.nl te stappen?”

Ik vond het een uitdaging om een nieuwe organisatie op te zetten en daarbij de uitgangspunten van het rapport van van Naem & partners over de ondersteuningsstructuur inhoud te geven

“welke ervaring heb je zelf met programmeraden?”

Ik ben lid geweest van de programmaraad Stichting Kabel Leeuwarden, later Telekabel. Dit netwerk was gekoppeld aan Nuon en later UPC. Nu ben ik voorzitter van de programmaraad Kabel Noord in Dokkum.

“wat vind je van de resultaten van kabelraden.nl tot nu toe?”

We hebben als duidelijk resultaat dat we gezamenlijk in Nederland beleid hebben uitgewerkt en dit hebben kunnen presenteren in het krachtenveld van kabelexploitant, leveranciers van het product (radio- en tv-aanbieders). Dit met inachtnaam van de opdracht die in de Mediawet aan de programmeraden is gegeven.

“wat moet er zeker nog bereikt worden?”

Er moet bereikt worden dat de programmeraden zelfstandig en onafhankelijk kunnen functioneren. Daar hoort een budget bij dat beschikbaar moet worden gesteld door de gemeenten. Die hebben immers de verplichting tot het instellen van programmeraden. Zowel de programmeraden als de gemeenten moeten zorgen voor pluriforme samenstelling van deze raden zoals in de Mediawet is verankerd...

“hoe lang gaan programmeraden nog mee?”

Als de digitalisering doorzet, of er komen andere technieken, dus er is voldoende



aanbod, verplichte doorgave etc. dan zou dat een situatie in beeld kunnen brengen van het einde van programmeraden. Mijns inziens zal dan een nieuwe taak in beeld komen, namelijk onafhankelijke consumentenbescherming. Dit is niet te waarborgen door marktpartijen en hun vertegenwoordigers zoals bijvoorbeeld de Vecai.

“en, was het ook een beetje leuk in het bestuur?”

Het gaat niet altijd om leuk, maar ook om het vertrouwen en respect wederzijds in het bestuur, alsmede in relatie tot de directie van kabelraden.nl. Dat was allemaal perfect en goed.

“mooie laatste woorden...?”

Ooit was ik in Amerika op een congres over kabel en tv programma's, dus de producten voor de kabel. Laat ons in Nederland de waarde erkennen van de Mediawet waarin vermeld staat wat verplicht is te leveren als beeld en geluid op de kabel. Op hoofdlijnen zijn dit de publiekszenders, informatiezenders voor

de regio (ook in verband met calamiteiten) en een pakket van zenders dat is samengesteld door de programmaraad die de bevolking vertegenwoordigt en dat pluriform moet zijn samengesteld. Dit is een enorm kostbaar goed in Nederland, gewaarborgd en verankerd in de Mediawet.

Maar nu het voorbeeld van Amerika. Daar bezoekt de commissaris van een provincie, of een burgemeester van een stad deze beurs. Hij heeft de beschikking over de kabelinfrastructuur en de afspraak om jaarlijks het aanbod te vernieuwen. Dit is nog gunstig. Ook kwam ik daar kabeleigenaren tegen die zelf bepalen welk product zij leveren. Men onderhandelt over hoeveel reclame, hoe vaak onderbrekingen etc. Terug in de stad of werkgebied vernieuwt men het aanbod en gaat over tot de orde van de dag. Natuurlijk heeft men met deze zuivere marktwerking wel wat rekening gehouden met de wensen van de kijkers, maar programmeraden, consumentenbescherming, democratisch recht... ho maar. Wees wij met onze rechten verankerd in wetgeving, zo slecht is het hier nog niet. En waak voor teloorlogang!

Sinds augustus 2005 is kabelraden.nl bezig om een aantal gegevens van programmeraden te verzamelen met behulp van een zeer uitgebreide enquête. Doel van de vragenlijst was om beter inzicht te krijgen in de waardering van onze dienstverlening door de programmeraden, maar ook om meer te leren over de programmeraden zelf.

Grote enquête onder programmeraden

In onderstaand artikel willen we graag verslag doen van een aantal bevindingen. In een volgend nummer zullen we nader ingaan op een aantal onderdelen. In de onderstaande resultaten zijn 50 enquêtes betrokken. We zouden het heel fijn vinden als de overige programmeraden ook nog een vragenlijst terugsturen. Binnenkort zullen we die programmeraden daar over benaderen. Geef ons de mogelijkheid om het overzicht helemaal compleet te maken!

pondenten op één na bekend. Het bezoek varieert, maar 41 van de 50 mensen bezoekt de site minimaal 1 keer per maand. Over de vraag of de website een forum/discussieplatform moet hebben zijn de meningen verdeeld. 26 vinden van niet en 20 vinden van wel. Onze ervaringen hebben geleerd dat een forum alleen werkt als het goed onderhouden wordt en het voldoende bezocht wordt en we weten niet zeker of dat het geval zal zijn bij een forum op onze

88% van de programmeraden vindt de dienstverlening voldoende afgestemd op hun behoefte

Over het algemeen zullen de enquêtes zijn ingevuld door één lid van de programmaraad. Uiteraard stellen we de mening en informatie van andere leden van programmeraden ook op prijs! Dus mocht u naar aanleiding van dit artikelje bepaalde informatie willen aanvullen, of heeft u opmerkingen waarmee wij onze dienstverlening kunnen verbeteren, dan horen we het graag!

Dienstverlening

Allereerst hebben wij wat algemene vragen gesteld over de dienstverlening van Kabelraden.nl. Gelukkig is het merendeel positief. 88% van de programmeraden vindt de dienstverlening voldoende afgestemd op hun behoefte en slechts 4% geeft aan dat de dienstverlening mogelijk goed is voor anderen, maar niet voor henzelf. Niemand vond de dienstverlening "slecht". 86% van de programmeraden heeft in de afgelopen jaren contact gezocht met Kabelraden.nl. Van de 7 programmeraden die Kabelraden.nl nooit benaderd hebben, gaven er 6 aan ook geen behoefte aan dit contact te hebben. Een programmaraad geeft als reden aan dat hij een afstand ervaart.

Kabelraden website

De Kabelraden.nl website is bij alle res-

pondenten op één na bekend. Het bezoek varieert, maar 41 van de 50 mensen bezoekt de site minimaal 1 keer per maand. Over de vraag of de website een forum/discussieplatform moet hebben zijn de meningen verdeeld. 26 vinden van niet en 20 vinden van wel. Onze ervaringen hebben geleerd dat een forum alleen werkt als het goed onderhouden wordt en het voldoende bezocht wordt en we weten niet zeker of dat het geval zal zijn bij een forum op onze

Kabelraad

98% van de ondervraagden vindt de kabelraad zeer prettig leesbaar. 86% vindt de frequentie goed, 12% vindt dat de kabelraad vaker moet verschijnen, 2% minder vaak. Bij de invulling van de kabelraad kunnen we zeker nog uw hulp gebruiken. Mocht u dus geïnteresseerd zijn in onderwerpen die u nog nooit in de kabelraad bent tegengekomen, of wilt u een bepaalde persoon wel eens uitgebreid aan het woord zien, laat het ons weten!

SKO kijkcijfers

Begin 2004 hebben wij kijkcijfers van Stichting Kijkonderzoek gekocht over het jaar



2003. Deze cijfers geven inzicht in het marktaandeel van de verschillende tvzenders. Ook de zenders die niet worden meegenomen in de dagelijkse of jaarlijkse overzichten. En bovendien uitgesplitst per provincie, zodat ze meer informatie moeten geven op het niveau van de programmeraden. Deze cijfers zijn slechts door 30% van de programmeraden aangevraagd. Degene die hier geen gebruik van maakten wisten veelal niet van het bestaan van deze cijfers. Om die reden hebben we besloten om de cijfers van 2005, die wij wederom gekocht hebben, meer aandacht te geven. Wij denken dat de gegevens voor veel programmeraden van belang zijn, en een mooie onderbouwing van het advies kunnen geven. De gegevens zijn overigens alleen beschikbaar voor programmeraden; andere geïnteresseerden kunnen zich wenden tot de stichting kijkonderzoek.

Onderzoek Kabelraden.nl

Naast de informatie van SKO is ook informatie beschikbaar uit ons eigen onderzoek, dat door het Nipo in 2004 is uitgevoerd. Helaas weet een derde niet van het bestaan van dit onderzoek en 7% geeft aan dat het onderzoek niet voldoet aan de wensen van programmeraden. Een aantal keren wordt opgemerkt dat het jammer is dat het onderzoek niet regionaal is opgezet en wordt het nut voor programmeraden in twijfel getrokken. Programmeraden blijken dan ook vooral interesse te hebben in regionaal onderzoek en willen daarnaast meer weten over het kijk- en luistergedrag van bepaalde groepen, zoals allochtonen. Inmiddels hebben wij met deze informatie in ons achterhoofd een nieuw onderzoek opgedragen aan Nipo, dat meer gericht moet zijn op de wensen van de programmaraad.

Bijeenkomsten Kabelraden.nl

47 van de 50 respondenten geeft aan een bijeenkomst van Kabelraden.nl te hebben bezocht. Degenen die nooit geweest zijn geven veelal aan dat het agendatechnisch niet uitkwam. Ook gaf een respondent aan dat het kwam doordat de kosten voor eigen rekening zijn. Vooral informatie uitwisselen met andere programmeraden staat hoog op het lijstje van de programmaraadsleden. Zie elders in deze kabelraad voor meer informatie over onze volgende bijeenkomst, de conferentie van 21 april a.s.!

De programmeraden zelf

We hebben ook enige vragen gesteld over het functioneren van de programmeraden zelf. Op dit onderdeel zullen we in een komende kabelraad nog terugkomen. Het is voor ons niet zomaar "leuk" meer over programmeraden te weten. In de komende tijd zal het steeds belangrijker worden om in de discussies over de toekomst van programmeraden met concrete gegevens te komen. Ook om die reden willen we graag duidelijke gegevens kunnen presenteren. En daar hebben we de hulp van de programmeraden bij nodig!

Uit de specifieke vragen naar problemen en mogelijkheden van de programmeraden blijkt dat 22% van de programmeraden niet voldoende budget heeft om de (door hen) gewenste werkzaamheden uit te voeren. 28% krijgt zijn budget van de kabelexploitant en 44% krijgt subsidie van de gemeente(n). 16% krijgt geld van beiden. Bij 12% is voor een andere oplossing gekozen, waaronder "geen budget"

Mocht u nog vragen hebben over de uitkomsten van de enquête, of uw antwoorden nog willen opsturen, dan kunt u altijd een e-mail sturen naar info@kabelraden.nl

Swart op wit

Onderzoek wijst uit...

Elk jaar opnieuw worden er duizenden nieuwe producten gelanceerd, waarvan de grote meerderheid mislukt. Het onthutsende is dat tegenwoordig naar veel van die producten uitvoerig marktonderzoek is gedaan voordat ze geproduceerd worden. Het mag niet baten; het enige onderzoek dat telt, is de markt zelf.

Dit maakt vernieuwing zo spannend. Van meer van hetzelfde kun je misschien nog voorspellen hoeveel belangstelling er zal zijn, maar als je echt iets nieuws maakt kan de belangstelling pas groeien wanneer mensen er kennis mee maken. Of in de woorden van Wim Kan: voorspellen is moeilijk, vooral wanneer het de toekomst betreft.

Ik moet hier altijd aan denken als ik met enig aplomb hoor beweren dat het werk van programmeraden gemakkelijk door marktonderzoek kan worden vervangen. "Dan weten we immers precies wat de consument wil horen en zien". Als dat zo eenvoudig is, waarom mislukken er dan zoveel nieuwe producten?

Vaak gaat het om onderzoek waarbij wordt vastgesteld hoeveel gebruik mensen nu van bepaalde producten maken. U kent dat uit Hollywood. Als een film met een verassend thema succes heeft, bedenken we een deel II en deel III (Sylvester Stallone schijnt zelfs alweer te trainen voor Rocky VI. En de concurrenten verzinnen vrolijk 'nieuwe' films met hetzelfde thema. Als Brokeback Mountain nog een beetje blijft scoren, blijken de komende jaren al die stoere saloons eigenlijk gay bars te zijn geweest...

Er is ook onderzoek waarbij juist wat dieper wordt gepeild naar de zieleroserselen van de consument. Helaas zijn mensen vaak niet in staat die betrouwbaar te verwoorden: soms omdat ze het niet kunnen en soms omdat ze het niet willen. Als je mensen 10 jaar terug vroeg waarvoor ze internet wilden gebruiken scoorde informatie van en over de gemeente altijd veel hoger dan erotiek. Ja, en u en ik schrobden wekelijks ons stoepje.

Is onderzoek dus zinloos? Helemaal niet. Mensen die hun verstand gebruiken kunnen nuttig onderzoek onderscheiden van flauwekul. Mensen die weten wat ze willen bereiken, kunnen op grond van onderzoek betere beslissingen nemen. Maar onderzoek is geen vervanging voor inzicht. En het kan je zeker niet vertellen wat je wilt bereiken. Dat zijn keuzes die je zelf moet maken.

Daarom blijft Kabelraden.nl ervoor zorgen dat programmeraden kunnen blijven beschikken over goede onderzoeksgegevens. Maar het opstellen van een programma-advies blijft mensenwerk. Daarbij zijn er meer argumenten dan cijfers. Als je niet uitkijkt, kan er gemakkelijk een uitgebreid maar eenzijdig aanbod voor de grootste minderheid ontstaan. Wie onze TV en Radiodag heeft bezocht, heeft kunnen horen hoe dat proces zich bij de geveilde FM-frequenties heeft voltrokken. Ondanks alle goede bedoelingen die de overheid ooit had. Dan is het toch prettig dat de keuze op de kabel niet louter door commerciële overwegingen wordt bepaald.

Maar het tegenovergestelde bedreigt de pluriformiteit misschien nog wel ernstiger. "Deze zender wordt niet doorgegeven, omdat onderzoek uitwijst dat niemand ernaar kijkt." "Ja, maar dat komt omdat hij nergens wordt doorgegeven." "Dat spreekt toch vanzelf, als niemand ernaar kijkt!"

Marco Swart, Voorzitter Kabelraden.nl

De afgelopen periode is er een aantal wisselingen geweest van vertegenwoordigers van de verschillende commerciële televisiezenders. In dit en de volgende nummers een aantal oude en nieuwe gezichten die terugblikken en vooruitblikken. In dit nummer Roy Sikking, Mertijn de Nooijer en Kurt Pauwels.

Roy Sikking: van SBS Broadcasting BV naar Talpa

“Ik ben Roy Sikking, ben 53 jaar. Ik heb altijd aan de reclameverkoop-kant gezeten bij uitgeverijen. Voordat ik bij SBS Broadcasting BV werkte, had ik 15 jaar lang een eigen uitgeverij met periodieken en jaarboeken. In 1998 heb ik de stekker eruit getrokken. Via, via ben ik bij SBS Broadcasting BV terecht gekomen. Door de toenmalige baas ben ik gevraagd om de reclamezendtijd voor de digitale UPC-kanalen te verkopen. Toen bestond het idee dat daar reclame kon worden weggezet. Dat werkte niet, constateerde ik na een maand. Toen is dat gestopt en ben ik distributie gaan doen. Dat deed met vreselijk veel plezier! Buiten mijn werk om houd ik van oude motoren, tuinieren en varen. Oftewel alles wat met de open lucht te maken heeft. Verder houd ik van lekker eten en geniet ik van mijn mooie wijnkelder.”



Waarom bent u kabeldistributie gaan doen?

“Het kwam op mijn pad en het leek mij wel interessant. Ik wist er in eerste instantie niks van en al doende leert men. Ben ook behoorlijk door de concurrent/collega's geholpen. Eerst werd RTL als concurrent gezien, nu zie ik ze als vrienden en collega's.”

Stoel endans

Hoe vond u het werk?

“Geweldig!”

Wat vindt u van programmeraden?

“Steeds beter. Het is een instituut dat er is en je kan er niet omheen. Het is goed dat er tussen distributeur en zender ook een vertegenwoordiging van mensen zit. Er is de afgelopen jaren veel gedaan aan het kennisniveau. Mede dankzij Kabelraden.nl overigens! Toch heb je nog altijd mensen waarbij je denkt 'nu moet je even stoppen...' maar in het algemeen gaat het goed. Ook bij programmeraden in het Case-magebied (waar de commerciële zenders contractueel zich hebben uitgesloten van het basispakket, red.) kwam ik langs omdat ik vind dat de programmaraad op de hoogte moeten blijven van hetgeen er gebeurt om een goede afweging te kunnen maken.”

Wat vindt u van de presentaties die u gedaan hebt en de reacties die u kreeg?

“Als ik er voor ga, ga ik er voor de volle 100% voor. Nu ik niet meer voor SBS Broadcasting BV werk, heb ik even het gevoel gehad ik ben 'mijn' zenders kwijt. Ik ben bevlogen over mijn product. Alleen dan kan je goede presentaties geven. Ze werden meestal goed opgepikt. Ik denk dat mensen het merken als je alleen een blaadje opleest. Ik ben één van de eerste geweest die met beeldmateriaal kwam. Bij radiostations kwam ik dan met geluid. Je moet het proeven wat je brengt. Ik had met SBS 6 bijvoorbeeld de dames van 'Hart van Nederland' de programmeraden direct laten aanspreken. Dat spreekt tot de verbeelding!”

Waarom bent u wat anders gaan doen en wat doet u nu?

“Er was verschil van inzicht in het te voeren SBS-distributiebeleid. Daar kon ik niet meer achter staan. En dan gaan partijen helaas soms uit elkaar. We zijn uiteindelijk op een goede wijze uit elkaar gegaan. Ik ben me gaan herbezinnen en dan kom je oude collega's tegen. Ze hebben mij gevraagd bij Talpa of ik de distributie voor de radiostations (Radio 538, Juize FM en Radio 10 Gold) wilde gaan doen. Radio 10 Gold deed ik al en met Q-Music ga ik door. Je gaat na zo'n vraag afwegen wat je wilt. De ambitie is bij Talpa hoog. Ik wil dan ook graag meewerken aan het opbouwen van een grote speler”

Welke tip wilt u aan uw opvolger geven?

“Mijn functie is daar opgeheven. De algemeen directeur bij SBS (Patrick Tillieux) doet het een en ander en een deel is overgenomen door de pers/communicatie-afdeling. Ik zou zeggen houd contact met de concurrent/collega's in het veld. Niet alles is even duidelijk, contacten zijn essentieel. Bezoek ook alle programmeraden, ook al denk je dat je het niet nodig vindt.”

Wat verwacht u in uw nieuwe functie van programmeraden?

“Ik verwacht niks nieuws dan dat wat ze al gedaan hebben en voorzie niet echt veranderingen. Ik verwacht wel steeds kritischer benaderd te worden en dat is alleen maar goed, zeker als het niveau omhoog gaat...”

Welke tip wilt u aan programmeraden geven?

“Leef je in in de materie. Neem eens de tijd om bij bijvoorbeeld de radiostations naar FunX te luisteren om zo het verschil te ontdekken tussen FunX en Juize FM, of beluister het verschil tussen Radio 10 Gold, City FM, Arrow Classic Rock en Radio Veronica.”

Mertijn de Nooijer



Waarom bent u kabeldistributie gaan doen?

“Mijn betrokkenheid bij de distributieperikelen in Amsterdam en Rotterdam was tussen 1996 en 2000 als Press & PR Manager ook al groot. Toen de mogelijkheid zich voordeed om de distributie erbij te gaan doen, heb ik geen moment gearzeld.”

Hoe vond u het werk?

“Ik vond en vind het een erg interessant en belangrijk onderdeel van mijn baan.”

Wat vindt u van programmeraden?

“Onontbeerlijk zolang er schaarste is voor wat betreft het aantal analoog door te geven programma's en zolang de kabelexploitant een te dominante positie inneemt. Op beide fronten zijn er, zoals ook op het laatste Kabelraden-congres uitvoerig aan de orde kwam, zaken aan het veranderen. Aan de ene kant neemt de digitalisering toe, terwijl aan de andere kant de dominante positie van de kabelexploitant minder wordt.”

Wat vindt u van de presentaties die je gedaan hebt en de reacties die u kreeg?

“Zo heel veel presentaties heb ik niet gedaan dus ik vind het lastig om daar een goed antwoord op te geven. De reacties waren vooral heel divers.”

Mertijn de Nooijer, van Eurosport naar Discovery Channel/Animal Planet

“Mijn naam is Mertijn de Nooijer. Ik ben 35 jaar geleden geboren te Alkmaar en ben sinds 1996 werkzaam in televisieland. In 1995 ben ik afgestudeerd als historicus aan de universiteit van Utrecht. Weer langer geleden zat ik op het Murrnellius Gymnasium en op de Rudolf Steiner school in Alkmaar. Tegenwoordig woon ik in Hilversum met vrouw en drie kinderen. In mijn schaarse vrije tijd speel ik gitaar en hoop ik binnen niet al te lange tijd weer wekelijks ergens op een hockeyveld te staan (Mertijn de Nooijer is familie van de bekende hockeyer Teun de Nooijer, red.)

Waarom ben je gestopt/wat anders gaan doen?

“Na tien jaar Eurosport werd het tijd voor een nieuwe uitdaging. Discovery biedt die uitdaging zeker met betrekking tot de nieuwe distributie mogelijkheden op het gebied van digitale televisie, hoge definitie televisie (HDTV), video on demand en mobiele toepassingen.”

Wat bent u gaan doen?

“Ik ben sinds 1 februari jl. Affiliate Sales Director bij Discovery Networks Benelux (te Amstelveen, red.)”

Welke tip wilt u aan uw opvolger geven?

“Bij uitgesproken negatieve geluiden over het succes van de digitalisering van de Nederlands kabel, temper dan het negativisme. Is men overdreven optimistisch over dit succes, temper dan het optimisme...”

Hoe bent u bij Discovery terecht gekomen?

“Het is een klein wereldje. Ik ben gevraagd en was zeer vereerd.”

Wat zijn uw drijfveren om kabeldistributie te gaan doen voor Discovery?

“Het is een fantastisch merk met hele mooie zenders. In een woord: kwaliteitstelevisie. Naast Discovery Channel en Animal Planet, verzorgen we de distributie van Discovery Travel & Living, Discovery Civilisation en Discovery Science. Drie zenders die digitaal beschikbaar zijn en waarvoor steeds meer kijkers graag een digitaal abonnement afsluiten.”

Wat verwacht u in uw nieuwe functie van programmeraden?

“Ik hoop en verwacht dat de programmeraden met mij overtuigd zijn van de kwaliteit van onze zenders en van de onmisbaarheid ervan voor de diversiteit van het basispakket.”

Welke tip wil je aan programmeraden geven?

“Het zou goed zijn wanneer programmeraden zich zouden beperken tot het verzoeken om een presentatie aan die zenders die in hun ogen ter discussie staan. Er is dan meer tijd per zender beschikbaar en de discussie overstijgt dan het toch wat obligate vijf minuten praatje-plaatje. Het is bovendien lastig een televisiezender te presenteren als je niet gebruik kan dan wel mag maken van televisiebeelden.”

Stoelendans

Kurt Pauwels (voorheen vertegenwoordiger Discovery Channel/Animal Planet)

“Kurt Pauwels. Ik ben 43 jaar geleden geboren in Halle, de meest zuidelijk gelegen stad van Vlaanderen. Mijn carrière kan je mooi opdelen tussen radio (10 jaar) en televisie (10 jaar).

Bij radiozenders als Radio Victoria, Radio Contact, Radio SIS, Radio Nostalgie & Cherie FM heb ik gewerkt en bij televisie-bedrijven FilmNet, MultiChoice, Canal+, Discovery Channel en nu TV Vlaanderen. Tussendoor heb ik ook een tijdje in de Verenigde Staten gewoond. Ik ben zeer geïnteresseerd in reizen, muziek en politiek. In mijn functie heb ik dankzij mijn uitgebreide muziekcollectie een huis moeten kiezen met genoeg kamers en plaats om alles in kwijt te geraken.

Ondertussen ben ik ook verslaafd geraakt aan DVD's, ebay en vooral de www.amazon.com site waar ik meer koop dan goed voor me is.



Kurt Pauwels

Waarom bent u kabeldistributie gaan doen en hoe vond u het werk?

“Het werken voor Discovery Channel was eigenlijk een logische evolutie na mijn periode bij MultiChoice en Canal+. Beide bedrijven hadden een eigen digitaal platform en al in 1998 ging we in Vlaanderen van start met digitale kabeltelevisie onder de merknaam Canal Digitaal. In die functies onderhandelde ik met allerlei televisiezenders over kabeldistributie. Toen ik in 2000 naar Discovery Channel overstapte ging ik eigenlijk gewoon aan de andere kant van de tafel zitten. Ik vertegenwoordigde Discovery naar de distributeurs toe en deed dat voor de Benelux-landen, Scandinavië, Afrika, een aantal Middellandse zee landen en ook Frankrijk. Vooral dat laatste was een uiterst boeiende ervaring omdat Discovery Channel toen in Frankrijk helemaal niet bestond. Ondertussen is het de grootste documentairezender geworden en heb ik vorig jaar ook aan de wieg gestaan van de lancering van een tweede kanaal in Frankrijk (Discovery Real Time). Het werk was heel boeiend en afwisselend maar het betekende natuurlijk ook veel reizen.”

Wat vindt u van programmeraden?

“Programmeraden zijn natuurlijk een typisch Nederlands fenomeen. Andere landen kennen dit soort van consumentenbreng niet. Alleen Denemarken heeft een systeem van CAI's dat via een soort van verkiezing onder alle leden, een selectie maakt van wat de kabel kan/moet aanbieden. Eigenlijk zijn programmeraden het ultieme democratische middel richting kabelmaatschappij. Als je met een goed product en een goed verhaal komt hebben programmeraden best wel oren naar wat je te bieden hebt. Door stelselmatig alle programmeraden te overtuigen heb ik ook zelf de fijne ervaring gehad om de distributie van Animal Planet in Nederland te verviervoudigen. Dan kan je alleen maar dankbaar zijn”

Wat vindt u van de presentaties die u gedaan hebt en de reacties die u kreeg?

“Met misschien één enkele uitzondering (die ik hier niet ga herhalen) altijd ontzettend opbouwend. Je moet mensen die in hun vrije tijd bereid zijn om naar het verhaal van 60 programma-aanbieders te gaan luisteren wel respecteren.”

Waarom bent u gestopt en wat anders gaan doen?

“Na 5 jaar Discovery had ik het wel een beetje gezien. Het is een fijn en een heel dankbaar product om voor te werken, maar ik keek er naar uit om zelf iets uit de grond te stampen en een eigen kantoor te gaan runnen.”

Wat bent u nu gaan doen?

Ik ben Algemeen Directeur geworden van TV Vlaanderen, dat is een nieuw digitaal Vlaams satellietplatform, het eerste in België, wat net van start is gegaan. In Nederland hebben jullie al jaren Canal Digitaal Satelliet, maar zo'n platform is dus totaal nieuw in Vlaanderen. Het is ook een nieuw bedrijf dus je moet aan alles werken, het zoeken van een kantoor, het aannemen van de juiste mensen, het onderhandelen met de programmaleveranciers, het oprichten van een call centre, de bloemen water geven....Nee, heel leuk allemaal. Ik zou het voor geen geld van de wereld willen missen.”

Welke tip wilt u aan uw opvolger geven?

“Mijn opvolger heb ik weinig tips te geven want hij komt uit dezelfde branche, hij was eigenlijk een goede collega. Als dan toch wat moet zijn, dan liefst in de woorden van Aretha Franklin R-E-S-P-E-C-T. Als je respect hebt voor je kijkers, en hun vertegenwoordigers, dus de programmeraden, dan krijg je dat dubbel en dik terug!”

DdJ

TV Oranje: muziek van eigen bodem

Vorig jaar op 5 oktober startte TV Oranje. Het kanaal is een initiatief van Gerard Ardesch en Jur Bron. Ardesch is televisieproducent en algemeen directeur van VNN Mediaproducties en Noordkaap TV. Jur Bron heeft een carrière in de kabelsector achter de rug en was jarenlang directeur/mede-eigenaar van Telekabel, dat later opging in Nuon en vervolgens in wat nu UPC is. Inmiddels is Jur Bron onafhankelijk (media)adviseur en mede-eigenaar van de regionale commerciële radiozender Freez FM. Kabelraad interviewde Jur Bron over TV Oranje.



Wat doet TV Oranje?

“TV Oranje biedt non stop 24 uur per dag een podium aan Nederlandse artiesten. Niet alleen Nederlandstalig, maar al het Nederlands product. De zender is reclamevrij. Het idee is ontstaan doordat er een leemte in het muziekaanbod op televisie bestaat. De Nederlandse muziek is populairder dan ooit, maar behalve de TROS die enkele uren per maand hieraan besteedt, was dit nauwelijks terug te zien op televisie. Daarom dus een dergelijke zender. We willen puur een muziekzender zijn. We hebben nog wel voornemen een blok Nederlands cabaret te starten en op termijn wellicht programma's over Nederlandse artiesten en een kinderprogramma over Nederlandse muziek. Kinderen van vroeger werden grootgebracht met vele liedjes; wie kent immers de tune van Fabeltjeskrant niet? Bij jonge kinderen is dat wellicht anders....”

Waarom alleen digitaal?

“Bij Kabeltelevisie Krimpen a/d IJssel zijn we ook analoog te zien. Bij Casema, CAIW, Multikabel en Essent Kabelcom's TV Home zijn we in het zogeheten digitale pluspakket te ontvangen. Met UPC gaan de zaken wat moeizamer en kregen we een botweg 'nee' te horen. Wij willen liever analoog uitzenden dan uitsluitend digitaal; immers ons product willen zo breed mogelijk aan de kijkers aanbieden. De kabels willen op hun beurt hun digitale (pluspakketten) met exclusieve zenders aanbieden opdat het digitale kabelproduct gepromoot kan worden. Daarnaast vragen wij een vergoeding van 8 eurocent per maand per abonnee voor digitale kabeldistributie en 4 eurocent per maand per abonnee voor analoge kabeldistributie ter dekking van onze kosten. In het Cogas-gebied (omgeving Almelo e.o.) heeft de programmaraad ons geadviseerd. We verwachten met Cogas Kabel geen problemen en hopen dat aldaar de distributie snel zal kunnen starten. Er zijn nog geen andere programmeraden geweest die ons hebben geadviseerd.”

Hoe kijken jullie dan aan tegen programmeraden?

“Open! Wij bieden immers juist de optie voor analoge distributie aan. Als programmeraden ons adviseren in het basispakket, wat we graag wensen, weet ik overigens nog niet wat er gebeurt, gezien de moeilijke onderhandelingen voor analoge uitzendingen met de diverse grote kabels. We hebben in ieder geval alle programmeraden aangeschreven...”

Er is de bekende Mezzo/Essent-case waarbij Essent verplicht werd Mezzo door te geven na een programmaraadsadvies en ook voor Discovery Channel, Eurosport en de buitenlandse publieken wordt betaald voor analoge kabeluitzending...?

“Dat klopt. Daarbij teken ik aan dat onze zender auteursrechtenvrij wordt aangeboden. We gaan de gesprekken graag aan met programmeraden en als we geadviseerd worden met de kabelexploitanten. Het is afwachten wat daar dan uitkomt. Het is overigens waar dat kabelexploitanten de afgelopen jaren hun tarieven flink hebben verhoogd, de vraag is dan ook of met de opname van TV Oranje de exploitatie in gevaar komt....”

En u kijkt ook naar distributie elders?

“Ja. We hopen snel een akkoord met Canal Digitaal Satelliet te bereiken voor opname in een van hun zenderpakketten. Verder kijken we naar de verschillende IPTV-operatoren of daar mogelijkheden bestaan en hopen ook via de TVPortal van Casema tegen betaling op internet beschikbaar te komen.”

Er is een heropleving van Nederlandse muziekzenders op de radio gaande. Toch heeft Radio Nationaal het niet gered. Waarom gaat u het wel redden?

“Reclameverkoop bij Nederlands product is moeilijk. In principe willen wij dat niet, al is het maar omdat reclame irritant is en wij een ander zakelijk model hanteren. Wij juichen uiteraard de aandacht aan Nederlands product bij de diverse regionale (commerciële) radio-

zenders (RadioNL, Nationaal FM, Gelders Geluid, Bingo FM, e.d., red.) toe.

Wilt u nog iets toevoegen?

“We merken dat we behoorlijk populair zijn. Toen we eind vorig jaar een maandje bij Essent Kabelcom op het etalagekanaal uitzonden, merkten we toen dat stopte hoe populair Oranje TV is. Datzelfde effect zien we ook bij Casema, waar we eveneens in de periode februari/maart enige tijd op het Etalagekanaal uitzonden. Je merkt dan hoezeer het Nederlands product leeft, terwijl andere media er nauwelijks aandacht aan besteden, tenzij het om de bekende sterren als Andre Hazes (overleden), Frans Bauer of Marco Borsato gaat...”

Meer informatie over TV Oranje is te vinden op de website www.tvoranje.nl

UPC digitaliseert stilaan... en de programmaraad?

UPC, Nederlands grootste kabelexploitant digitaliseert stilaan. Zoals bekend heeft UPC een iets andere strategie dan andere kabelaars. Wat betekent dit voor de kijker en de programmaraad?



De strategie

Jarenlang hebben kabelaars en ook UPC geworsteld met de vraag hoe het beste te digitaliseren. Geen makkelijke opgave, aangezien de bestaande situatie niet in een 'big bang' te digitaliseren valt zoals sommige visionairs graag wensen, maar kabelaars wel meer omzetstromen met digitaliseren willen genereren zonder te veel klanten te verliezen of een nog negatiever imago te verkrijgen dan sommigen al hebben. Eind vorig jaar startte UPC met de uitvoering het 'Digital 4 All' plan. Het komt er op neer dat UPC in circa anderhalf jaar tijd al haar klanten een UPC Mediabox aanbiedt. De strategie van UPC is om klanten het eerste half jaar de digitale kabelontvanger kosteloos in bruikleen te geven. Daarna kost het digitale standaardaanbod 2,16 euro (inclusief de decoderhuur) boven het geharmoniseerde standaardabonnementstarief van 15,83 euro per maand (behoudens Hilversum). Op deze wijze hoopt UPC zoveel mogelijk UPC Digital-klanten te verwerven. Het (ongevraagd) toezenden naar de klanten van de UPC Mediabox heeft bij sommigen wenkbrauwen doen fronsen. De praktijk is dat bij acceptatie van de postbode, de gratis proefperiode ingaat. UPC stelt na een half jaar klanten te vragen of ze de box willen houden. Het idee is dat mensen dan gewend zijn geraakt aan het gebruik van de digitale kabelontvanger en deze dan houden. Alleen bij weigering van de postbode of terugsturen gaan klanten de gratis proefperiode niet aan.

Het aanbod van UPC Digital betekent dat overall hetzelfde pakket digitaal beschikbaar is. In het digitale standaardaanbod zitten naast de welbekende publieke, Vlaamse VRT, MTV Networks-, RTL- en SBS-zenders altijd BBC 1, BBC 2, TVE Internacional, Rai Uno, TRT Int, maar ook zenders als Euro-

sport, EuroNews, Cartoon Network, Hallmark Channel, Travel Channel, Discovery Channel, ARTE en Extreme Sports. Meer dan 40 extra zenders zitten in het zogeheten 'extra' pakket. Ook zenders die soms analoog te zien zijn of waren: WDR Fernsehen, NDR Fernsehen, RTL Television, het Arabische MBC of RTM1, aangevuld met welbekende subthemazenders als de Discovery-kanalen of de publieke themakanalen 3voor12, /Geschiedenis en HollandDoc. Maar ook gratis op satelliet beschikbare kanalen als BBC 3, BBC 4 en Sky News, CNBC Europe en Bloomberg TV zijn aanwezig in het duurdere 'extra' pakket (4,16 euro per maand bovenop het standaardabonnement van 15,83 euro per maand). Daarnaast biedt UPC allerlei premiumzenders als Film1/Sport1, het Antilliaanse A-TiVi, Surinaamse TeleSur of Indonesische Garuda TV, maar ook erotische zenders.

Programmaraden en digitalisering

De gevolgen van digitalisering voor de 'keuzevrijheid' van programmaraaden is merkbaar. De meeste zenders hebben het fenomeen digitale doorgifte opgenomen in de contracten. Een koppeling tussen analoge en digitale doorgifte kan soms betekenen dat zenders wel of niet geadviseerd kunnen worden. Immers als zenders alleen digitaal beschikbaar zijn, hoopt de kabelaar (als dominante speler) dat de abonnee niet zozeer naar satelliet of andere infrastructures overstapt, maar het digitale pluspakket afneemt, waarbij in het geval van UPC er extra argumenten bestaan om het aanbod af te nemen, als er al een digitale ontvanger staat.

Programmaraden zullen bij digitalisering elk hun eigen afweging voor hun rol moeten maken. Kabelaars voorzien een eindige rol voor programmaraaden bij een hogere

digitaliseringsgraad. Sommige programmaraaden denken echter dat programmaraaden juist een rol als belangenbehartiger voor de consument hebben en houden. Zo heeft de UPC-programmaraad Friesland gesteld dat deze alles zal doen om te voorkomen dat de omvang van het analoge pakket verminderd wordt en wijst op de tweede toestelproblematiek: elke televisie moet een eigen digitale kabelontvanger hebben voor ontvangst! Bovendien gebruikt UPC ten opzichte van CAIW, Multikabel, Casema en Essent Kabelcom een andere techniek, waardoor bij verhuizing geen compatibiliteit bestaat, ondanks dat dit beloofd was. De programmaraad Friesland vindt dat met digitalisering er helemaal geen keuzevrijheid ontstaat: de klant blijft via de UPC Mediabox aangewezen op door UPC samengestelde pakketten. Hij kan geen klant worden bij Essent Kabelcom of CAIW via diezelfde kabel. Juist daarom wil de programmaraad Friesland erop aandringen de rol van de programmaraaden steviger te verankeren als 'beschermer van de consument'. Nadeel van digitalisering is dat regionale verschillen uitgevlakt worden. Hoe omgegaan zal worden met lokale zenders is nog enigszins onduidelijk. Soms betekent het dat bepaalde zenders door contractuele onenigheid helemaal digitaal verdwijnen, ondanks behoeftes in bepaalde regio's. Door de grootschaligheid van digitale kabeltelevisie over een geheel verzorgingsgebied is de kans dan kleiner dat dergelijke zenders terugkeren.

DdJ

Vijf vragen aan... Fadime Örgü (VVD)



1. Wat vindt u van de huidige opzet van programmaraaden?
Programmaraden zijn opgericht omdat er te weinig ruimte op de kabel was om het potentiële aanbod aan kanalen in te passen. Dan moet iemand namens de kijker bepalen welke zenders moeten worden doorgegeven. De schaarste vervalt echter met de digitale pakketten en daarmee vervalt ook de functie van de programmaraad. Met de uitgebreide digitale pakketten is de keuzevrijheid voor kijkers enorm toegenomen. De programmaraaden zouden zichzelf daarom moeten opheffen. Hun voorheen belangrijke rol is uitgespeeld.

2. Programmaraaden hebben bij de behandeling van de wijziging van de Mediawet aangegeven behoefte te hebben aan meer bevoegdheden en een regeling voor financiële ondersteuning. Ziet u nog mogelijkheden om aan deze vragen te voldoen?

Nee, gezien de snelle ontwikkelingen denk ik eerder aan minder financiële ondersteuning en aan minder bevoegdheden.

3. Kabelexploitanten zijn druk bezig om digitale pakketten in te voeren. Denkt u dat ook het digitale aanbod onderhevig moet zijn aan een regeling voor consumenteninvloed?

Dat denk ik niet. Kijkers kunnen prima zelf beslissen of en zo ja welk digitale pakket ze willen afnemen. Voor het basispakket kan worden volstaan met de must-carry verplichtingen.

4. Kunt u zich ook een dergelijke regeling voor andere infrastructures voorstellen?

Dat kan ik me om dezelfde reden niet voorstellen. Concurrentie tussen infrastructures is mooi. Als je wilt dat die concurrentie

eerlijk verloopt moet je de kabelmaatschappijen dezelfde positie geven als die andere infrastructures. Dat kunnen de programmaraaden regelen door zichzelf op te heffen.

5. Hoe denkt u over de toekomst van programmaraaden?

Ik denk dat aan het voortbestaan van de programmaraaden een einde komt. De eerste tekenen van de noodzakelijkheid daarvan zijn al zichtbaar. De Haarlemse programmaraad adviseerde onlangs kabelexploitant UPC voor het komende televisie-seizoen het publieke digitale muziekkanaal '3 voor 12' door te geven in het analoge wettelijk basispakket. Een buitengewoon kwalijke zaak, omdat dat kanaal is ontwikkeld met gelden die waren bedoeld voor het stimuleren van digitalisering van het medialandschap. Door zo'n kanaal voor het analoge basispakket te adviseren vormt desbetreffende programmaraad juist een obstakel voor een verdergaande digitaliseringslag. Het lijkt me dat niemand dat moet willen. Je kan zo'n besluit de programmaraad overigens nauwelijks kwalijk nemen, die streeft natuurlijk gewoon naar een aantrekkelijk zenderaanbod. Best een compliment voor VPRO's 3voor12 ook. Maar het geeft wel aan dat programmaraaden niet alleen overbodige instituties aan het worden zijn, maar dat ze tevens een obstakel kunnen vormen voor verdergaande keuzevrijheid. Dan schiet je als programmaraad je doel voorbij.

Kamervragen over analoge doorgifte 3voor12

Fadime Örgü heeft staatssecretaris Van der Laan een aantal vragen gesteld naar aanleiding van het jongste advies van de Programmaraad Haarlem (PRH). Aanleiding was dat de programmaraad in het advies het themakanaal 3voor12 van de VPRO heeft opgenomen. De vragen, met daaronder de antwoorden, luiden:

Hoe beoordeelt het kabinet het feit dat een publiek kanaal dat is ontwikkeld voor digitale distributie nu mogelijk in een beperkte regio analoog beschikbaar komt?

De visie van het kabinet is dat de publiek gefinancierde programma's op verschillende platforms toegankelijk moeten zijn, ongeacht de wijze van distributie (analoog/digitaal). Het is aan de publieke omroep daarin keuzes te maken. De VPRO stelt op dit moment dezelfde programma-inhoud aan iedereen ter beschikking via het internet. Bovendien biedt UPC het programma '3 voor 12' als digitale dienst aan in een aanvullend pakket. Indien daarnaast dit programma eveneens analoog zou worden doorgegeven is daarvoor toe-

stemming van de publieke omroep vereist. De publieke omroep heeft hierover nog geen besluit genomen en ik kan daarom hierover geen mededelingen doen.

Deelt u de mening dat het onwenselijk is dat het publieke beslag van de landelijke publieke omroep op de schaarse beschikbare analoge capaciteit wordt uitgebreid, mede in het licht van de gewenste stimulerende digitale televisie die de Kamer bij de laatste begrotingsbehandeling bij motie nogmaals kamerbreed heeft onderschreven?

Nee, ik deel deze mening niet. De programmaraaden hebben op grond van art 82i van de Mediawet de taak om te adviseren over

de programma's die een kabelexploitant minimaal uitzendt naar alle aangeslotenen. Dit betreft het wettelijke minimumpakket. Daarmee is de invloed op het totale beslag van de analoge capaciteit beperkt. De rol van de programmaraaden blijft bestaan zolang digitalisering, keuzevrijheid en marktwerking niet in voldoende mate garanties geven voor een pluriform programma-aanbod. Zoals gesteld in de eerdere kabelbrieven, vindt het kabinet dat het aan de markt is om de digitalisering verder vorm te geven. De rol van de overheid beperkt zich daarbij tot het actief wegnemen van belemmeringen voor de digitalisering door de markt. In aanvulling op de Omschakelbrief die recent aan de Kamer is gestuurd, zal ik in reactie op het WRR rapport nader ingaan op de rol van de overheid bij de digitalisering van de media. Voor wat betreft de rol van de publieke omroep in de digitalisering verwijs ik naar het kabinetsstandpunt over de toekomst van de publieke omroep.