



BRUUT'S BROADCAST BELEVINGEN

Tekst: Edwin Valent // Fotografie: Joel Frijhoff, Edwin Valent, Canal+

DE TOEKOMST VAN SATELLIETTELEVISIE IN NEDERLAND

Als een onvervalste beroepsdeformant heb ik naast alle nieuwste 'spiffy' distributievormen ook nog gewoon een ouderwetse schotel op mijn dak staan. Jawel, dit blijft mijns inziens nog altijd dé manier om vooral de Britse en Duitse tv-boeketten de huiskamer binnen te krijgen. Toch loopt het gebruik van satelliettelevisie de afgelopen jaren in Nederland met gezwinde spoed terug. Het aantal abonnees van Canal Digitaal, de enige aanbieder van het betaalde Nederlandse tv-boeket via de satelliet, is naar schatting teruggelopen naar ergens rond de 150.000 huishoudens.



EDWIN VALENT

is manager en mediastrateg met jarenlange ervaring in de (inter)nationale media-, sport- en cultuurindustrie. Voor BM schrijft hij al jaren over innovatie in het medialandschap. Meer weten? Check dan EdwinValent.com

Wat ook niet meehelpt, is dat sommige tv-zenders zelf ook wegbewegen: ESPN zet al een tijdje ESPN 3 niet meer door via de satelliet, 192TV en Horse & Country zijn ook verdwenen uit het satellietaanbod en recentelijk werd bekendgemaakt dat BVN, de NPO-satellietzender voor Nederlandstaligen die in het buitenland wonen, binnenkort ook gaat stoppen. In landen om ons heen gebeurt er op dit vlak ook van alles: in het Verenigd Koninkrijk zijn er zelfs concrete plannen om televisie vanaf 2030 volledig via internet te distribueren. Dat rechtvaardigt de vraag: hoe lang is satelliet-tv nog levensvatbaar als betaalde abonnementen afnemen, het aanbod verschaalt en andere distributievormen verder blijven groeien? Hierover ging ik in gesprek met Alco de Jong, country

manager van CANAL+ waar Canal Digitaal deel van uitmaakt.

Gecompenseerd

De Jong zullen de meeste lezers ongetwijfeld nog kennen uit zijn lange periode bij Discovery Inc. Inmiddels is hij alweer een dikke drie jaar country manager Benelux voor het Europese mediabedrijf CANAL+, dat sinds begin dit jaar beursgenoteerd is in Londen. Onder zijn verantwoordelijkheid vallen in België de merken TV Vlaanderen en TV Sat. En in Nederland CANAL+, Online.nl en Canal Digitaal. Daarmee is hij dé aangewezen persoon om aan te vragen hoe het aantal betalende abonnees zich momenteel ontwikkelt en hoe hij naar de toekomst kijkt. De Jong: "We verwachten dat de komende tien jaar het aantal huis-

houdelijke abonnees in Nederland blijft dalen, maar dat het professionele gebruik en hybride aanbod (dat is satelliet plus IPTV) stabiel blijft. Exacte aantallen geven we hierover niet, maar we zien dat de afname bij particuliere huishoudens deels wordt gecompenseerd door stabiele, zakelijke segmenten. Daarnaast zien we uiteraard groei in het aantal abonnees via de pure OTT-aanbiedingen, waarbij we live tv en films en series aanbieden via streaming." Het huidige klantenbestand van Canal Digitaal is grofweg te verdelen in een aantal duidelijke doelgroepen. Allereerst de zogenaamde 'hardcore' gebruikers: klanten die waarde hechten aan stabiliteit, beeldkwaliteit en een

"Satelliet-tv is van blijvende waarde, maar het karakter verandert"



ruim aanbod van internationale zenders. Daarnaast is er de 'second home'- en recreatiedoelgroep. Dit zijn mensen met een vakantiehuis, camper of caravan die elders in Europa het meest complete Nederlandse tv-aanbod willen ontvangen. Ook de offshore- en maritieme sector vormt een belangrijke afzetmarkt; denk hierbij aan schepen, platforms en jachten. Tot slot richt Canal Digitaal zich op hotels, (zorg)instellingen en defensie.

Blijvende waarde

Met het voorgaande in het achterhoofd en de doelgroepen van CANAL+ helder in beeld; wat is volgens hem dan het toekomstperspectief van satelliettelevisie in Nederland? De Jong: "Satelliet-tv is van blijvende waarde, maar het karakter verandert. De komende tien jaar ontwikkelt satelliet-tv zich verder van een massa-oplossing voor lineaire tv naar een meer hybride TV *everywhere* dienst voor specifieke doelgroepen. In Nederland zien we natuurlijk dat streaming en glasvezelinternet sterk groeien. Ook CANAL+ beweegt daarin volop mee met onze hybride 2-in-1 aanbod, waarin we live TV combineren met ons streamingaanbod van films

en series, dat we zowel als OTT- als IPTV-product via onze app aanbieden. Tegelijkertijd zien we dat satelliet-tv nog altijd zijn unieke waarde behoudt: goede en stabiele beeldkwaliteit, brede dekking en een uitgebreid aanbod aan thematische en internationale zenders (aangevuld met de reguliere *free-to-air* zenders). Dit geldt ook in het buitenland en op plekken waar andere vormen van tv-distributie nog beperkt of storingsgevoelig zijn. Daar is satellietontvangst een prima *always-on* oplossing."

Hoe verhoudt Nederland, van oudsher toch een sterk bekabeld land, zich volgens De Jong ten opzichte van andere Europese landen? "Nederland is een van de meest gedigitaliseerde markten van Europa. In andere landen binnen de CANAL+ groep waar de dekking van kabel en glasvezel minder volledig is, is satelliet-tv vaak nog een van de dominante distributievormen voor tv-diensten; niet alleen voor directe ontvangst door consumenten, maar ook als aanvoer naar operators."

Investeren

"CANAL+ blijft daarom fors investeren in technische oplossingen, zowel in



Alco de Jong



OTT als in satelliet. Na content is technologie het tweede grootste investeringsgebied van de groep. Dit is een strategische pijler voor CANAL+ en we investeren jaarlijks meer dan €1 miljard in technologie. De groep kan wereldwijd een beroep doen op tweeduizend experts en een uitgebreid technologisch arsenaal, met onder andere de beschikbaarheid van tien satellietposities voor broadcast - dat is voor de integratie van Multichoice in Afrika.”

Als er wordt geïnvesteerd, mag je concluderen dat er nog vertrouwen is. Wat is volgens De Jong dan de strategie van CANAL+ op het gebied van abonnementen voor de komende jaren? “Hoewel we ons productaanbod en in onze marketing vooral richten op het CANAL+ 2-in-1 OTT aanbod met CANAL+ Start en CANAL+ Totaal, richten we ons wat betreft satelliet-tv vooral op hybride gebruik. Wij bieden daarbij allebei de oplossingen binnen een abonnement, zodat je altijd en overal kunt kijken: via je schotel en ontvanger, of via onze smart-tv en

“De groep kan wereldwijd een beroep doen op **tweeduizend experts** en een uitgebreid **technologisch arsenaal**”

mobiele tv app. Bovendien streven we ernaar om satelliet-tv betaalbaar en flexibel te houden door middel van technologische optimalisatie. Daarom bieden we onder andere een flexibel abonnement aan dat je kunt activeren tijdens het recreatieseizoen, bijvoorbeeld wanneer je met je camper reist of naar je vakantiehuis in Spanje gaat.”

Ruimtebesparing

De investeringen in satelliet-tv blijven aanzienlijk. Zo wordt er voortdurend gezocht naar manieren om de kosten te verlagen. Canal Digitaal stapte daarom dit jaar over op HEVC (H.265), een DVB-broadcastnorm die vooral ruimtebesparing op de satelliet oplevert (en dus geld bespaart). Daarom blijft bij mij de vraag hangen: waarom is satelliettelevisie nog steeds zo duur en zorgen nieuwe toetreders, zoals Starlink van Elon Musk, niet voor forse kostenreductie? De Jong: “Om met het laatste te beginnen: nieuwe spelers zoals Starlink veranderen de infrastructuur, maar niet direct die van satelliet-tv. Starlink is een connectivity en datanetwerk, geen broadcastnetwerk. En de kosten zitten vooral in satellietcapaciteit, uplink-infrastructuur en rechten. Een transponder huren op een Europese satelliet is best kostbaar en er is

sprake van een complexe keten tussen content, uplinkstations, encryptie en distributie. We zien wel steeds meer voordeel ontstaan door efficiëntere compressietechnologie zoals HEVC en gedeelde satellietcapaciteit binnen CANAL+ Group waardoor we meerdere markten met hetzelfde signaal kunnen bedienen.”

Als liefhebber van satelliet-tv ben ik door De Jong's verhaal toch minder pessimistisch geworden over de toekomst van dit medium. Want zolang er geïnvesteerd wordt en er doelgroepen blijven bestaan die hun heil het komende decennium nog niet ergens anders kunnen vinden, zal dit product (misschien in afgeslanktere vorm) blijven bestaan. Wat wel ongewis blijft, is of contenthouders zich in landen als Duitsland en het Verenigd Koninkrijk mogelijk gaan terugtrekken. Daarover is op dit moment nog weinig concreets te melden: er wordt overal wel nagedacht, maar zeker de komende drie tot vijf jaar waarschijnlijk weinig abrupts besloten door grote zenders en contentpartijen. Voor de middellange termijn ben ik gerustgesteld. Ik kan dus nog lekker elke zaterdagavond, in strak beeld via mijn schotel, naar Wrexham en Birmingham City highlights kijken op het Engelse ITV4. ●