

Expertgroep Digitale Televisie

Monitor Digitale TV in Nederland, vierde kwartaal 2008 februari 2009

1	Monitor Digitale TV in Nederland.....	2
2	Over de Expertgroep Digitale TV en de Monitor	3
3	Aansluitingen Digitale TV in Nederland	4
4	Digitale kanalen en diensten.....	10
5	Mijlpalen en toekomst.....	11
6	Berichten in de media over Digitale TV	12

Expertgroep Digitale Televisie
Versie 7.0, februari 2009

Onder redactie van:
iMMovator Cross Media Network
Postbus 124
1200 AC Hilversum

Powered by



en



1 Monitor Digitale TV in Nederland

Voor de zevende keer verschijnt de Monitor Digitale TV in Nederland, met de nieuwste cijfers, analyse en nieuws over het vierde kwartaal van 2008. De monitor verschijnt ieder kwartaal met de belangrijkste ontwikkelingen en statistieken op het gebied van digitale televisie.

De Monitor Digitale TV in Nederland biedt inzicht in het aantal huishoudens in Nederland dat is aangesloten op Digitale Tv-infrastructuren. Deze informatie is afkomstig van de deelnemers van de Expertgroep Digitale TV, aangevuld met publieke bronnen.

De Monitor Digitale TV geeft ook inzicht in het tempo waarmee Nederlandse huishoudens voor hun televisiediensten overschakelen naar digitale ontvangst en platte, grote beeldschermen. Voor dit doel wordt samengewerkt met onderzoeksbureau GfK Benelux Marketing Services te Amstelveen, zie www.gfkbenelux.nl.

De overzichten van relevante ontwikkelingen in de afgelopen en de komende periode zijn samengesteld op basis van informatie vanuit de deelnemers van de Expertgroep Digitale TV en publieke bronnen. De bloemlezing uit recent verschenen berichten in de pers wordt samengesteld in samenwerking met DIGItvNEWS, zie www.digitvnews.nl.

De Monitor Digitale TV beoogt daarbij een overzicht te geven zonder de pretentie te hebben om volledig te zijn. Partijen die informatie willen toevoegen die past binnen het kader van de Monitor Digitale TV in Nederland kunnen hierover contact opnemen met iMMovator Cross Media Network te Hilversum, zie www.immovator.nl.

Adressen & contactpersonen

Immovator Cross Media Network

Postbus 124
1200 AC Hilversum
www.immovator.nl

Contact: Freek van 't Ooster
e-mail: freek.vantooster@immovator.nl
tel nr: 035-677 7507

GfK Benelux Marketing Services BV

Krijgsman 22-25
1186 DM Amstelveen
www.gfkbenelux.nl

Contact: Barbara Schouten
e-mail: barbara.schouten@gfk.com
tel nr: 020-7133000

DIGItvNEWS

www.digitvnews.nl

Contact: Jan Boers
e-mail: info@digitvnews.nl
tel nr: 06 53283865

2 Over de Expertgroep Digitale TV en de Monitor

In de afgelopen tijd is de groei van digitale televisie met name voortgekomen uit de snelle toename van het aantal platte beeldschermen thuis. Consumenten kiezen onder andere voor digitale televisie omdat ze er van uit gaan dat een digitaal signaal per definitie een betere beeld- en geluidskwaliteit levert dan men gewend is. De ontwikkeling naar steeds grotere beeldschermen vraagt ook om een betere kwaliteit van het signaal. Distributiepartijen hebben deze ontwikkeling verder versterkt door aan de aanbodkant te zorgen voor doorgifte van meer zenders in de digitale pakketten en van abonneetelevisie kanalen zoals Film1 en Sport1.

Medio 2007 is dit verder aangevuld met een breed Video-on-Demand aanbod variërend van films tot "uitzending gemist"-content. Omroepen en andere marktpartijen hebben de komst van digitale TV aangegrepen om specifieke kanalen te programmeren rond bepaalde thema's als nieuws, muziek, sport, kinderen, etc ("themakanalen"). Er wordt in toenemende mate getest met de interactieve mogelijkheden van de digitale settopbox, zowel in programma's als in reclame-uitingen. Met het uitzenden in HDTV van de grote toernooien in de zomer van 2008 is ook de introductie van HDTV over verschillende infrastructuren op gang gekomen. Dat zal in de loop van 2009 met de integrale doorgifte van de publieke omroepen in HDTV verder versnellen.

Digitale televisie zorgt dus voor nieuwe kansen en impulsen in de radio- en televisieketen. Cruciaal daarbij is dat radio en televisie een sector is die gedreven wordt door massaliteit en standaardisatie. Diensten worden pas levensvatbaar als een belangrijk deel van de Nederlandse bevolking ermee bereikt kan worden en er gebruik van kan of wil maken. Het is daarom voor de sector van groot belang dat in Nederland zo snel mogelijk de omschakeling wordt voltooid naar de complete digitale televisie-infrastructuur. Dit leidt enerzijds tot grote kostenbesparingen omdat schaarse bandbreedte kan worden vrijgemaakt voor nieuwe digitale diensten. Anderzijds zijn digitale diensten (waaronder hoogwaardige televisie en radio) de kern van een nieuwe reeks economische mogelijkheden voor de sector.

De Expertgroep Digitale TV zet zich in om de acceptatie van digitale televisie in Nederland te versnellen en neemt daarvoor diverse initiatieven (zie kader) waaronder deze Monitor Digitale Televisie. Via de monitor publiceert de Expertgroep periodiek de belangrijkste ontwikkelingen in Nederland. De Monitor Digitale TV wordt ieder kwartaal gepubliceerd. De inhoudelijke redactie wordt gevoerd door iMMovator Cross Media Network.

De Expertgroep Digitale TV is een industrieplatform dat de belangrijkste partijen verenigt die in Nederland samen de dienst Televisie verzorgen. Doelstellingen van de Expertgroep Digitale TV zijn:

- **Versnelling** van de adoptie van digitale televisie in Nederland in termen van huishoudens die zijn aangesloten op digitale televisie, ongeacht de onderliggende infrastructuur (DVB-C, DVB-S, DVB-T, IP)
- **Verbreding** van de toepassingen en diensten die via de digitale tv-infrastructuur tot exploitatie kunnen worden gebracht.
- **Verdieping** van de content-ervaring door hoogwaardige beeldkwaliteit in combinatie met het benutten van de internetervaring t.a.v. het bieden van context, interactiviteit en personalisering.
- **Garanderen van basiskwaliteit** van (content)diensten op voldoende niveau.

In de Expertgroep Digitale TV zijn verenigd: producenten, omroepen (publiek en commercieel), Beeld en Geluid, AV Facilitaire industrie en distributiepartijen. De volgende partijen hebben momenteel zitting in de Expertgroep: Endemol, Eyeworks, Nederlandse Publieke Omroep, NOS, RTL Nederland, SBS, regionale omroepen verenigd in ROOS, Beeld en Geluid, Technicolor Nederland, United Broadcast Facilities, UPC, Ziggo, KPN, Tele2 en CanalDigitaal.

De Expertgroep Digitale TV is een initiatief van iMMovator Cross Media Network in het kader van de programma's Versterking Multimediacluster en MultiMedia-impuls, die mogelijk zijn gemaakt door de Provincie Noord-Holland en de Taskforce Innovatie Regio Utrecht.

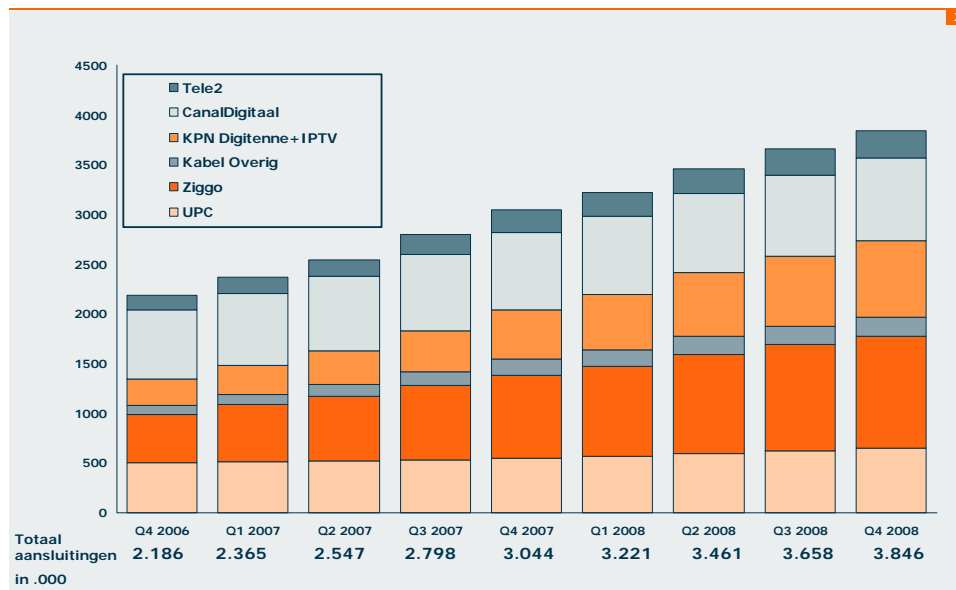
3 Aansluitingen Digitale TV in Nederland

Ontwikkeling aantal aansluitingen op digitale televisie

Ook in het vierde kwartaal van 2008 nam het aantal digitale televisie aansluitingen toe met zo'n 200.000 abonnees. Dit was goed voor een groei van ongeveer 5 %. De groei voor het gehele jaar 2008 kwam daarmee uit op 26%.

Aansluitingen Digitale TV t/m vierde kwartaal 2008 NL

bron: opgaven aanbieders



Ontwikkeling in aantallen abonnees met ontvangst digitale televisie, x 1.000

Bovenstaande grafiek geeft een indicatie van het aantal huishoudens dat inmiddels is aangesloten op enige vorm van digitale televisie. De grafiek is gebaseerd op gegevens die door de distributiepartijen zijn verstrekt of via publieke bronnen als persberichten/kwartaalcijfers zijn gepubliceerd, aangevuld met inschattingen van deskundigen¹. Deze gegevens zijn opgeteld en niet ontdubbeld voor bijv. huishoudens met meerdere aansluitingen of recreatief gebruik, zodat de totale penetratie theoretisch boven de 100% kan stijgen. Ook verschillen de definities die de diverse distributiepartijen hanteren als grondslag voor de gepubliceerde aantallen. Het doel van deze grafiek is primair de ontwikkeling aan te geven in de afgelopen kwartalen.



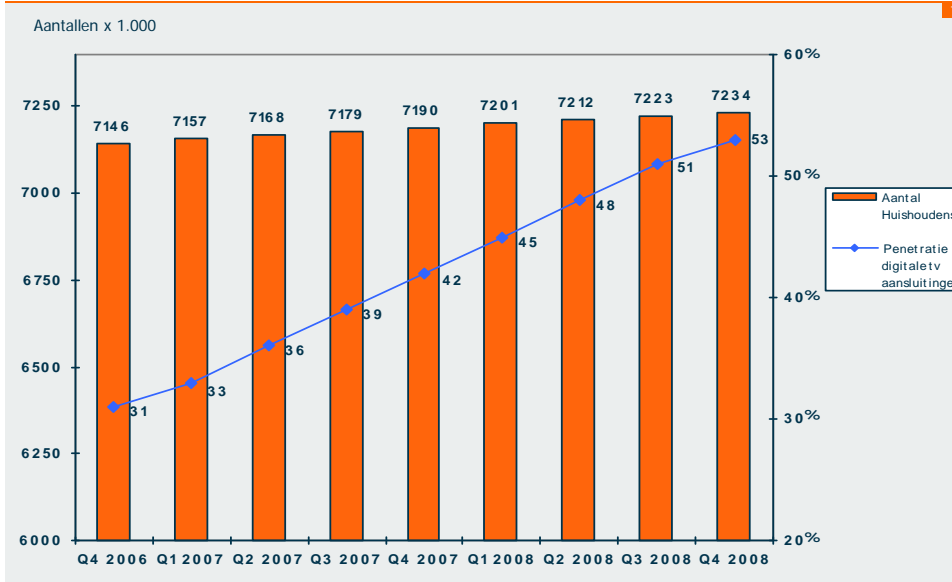
¹ De cijfers voor glasvezelaansluitingen (Fibre-to-the-Home) zijn nog niet opgenomen in deze grafieken, maar betreffen wat digitale televisie betreft nog een relatief gering aantal aansluitingen.

In relatie tot het aantal huishoudens in Nederland is de penetratie van digitale televisie in de afgelopen twee jaar toegenomen van 21 procent begin 2006 tot 51 procent aan het eind van het derde kwartaal 2008.

Ontwikkeling aantal huishoudens & penetratie digitale tv aansluitingen t/m vierde kwartaal 2008 NL



bron: opgaven aanbieders

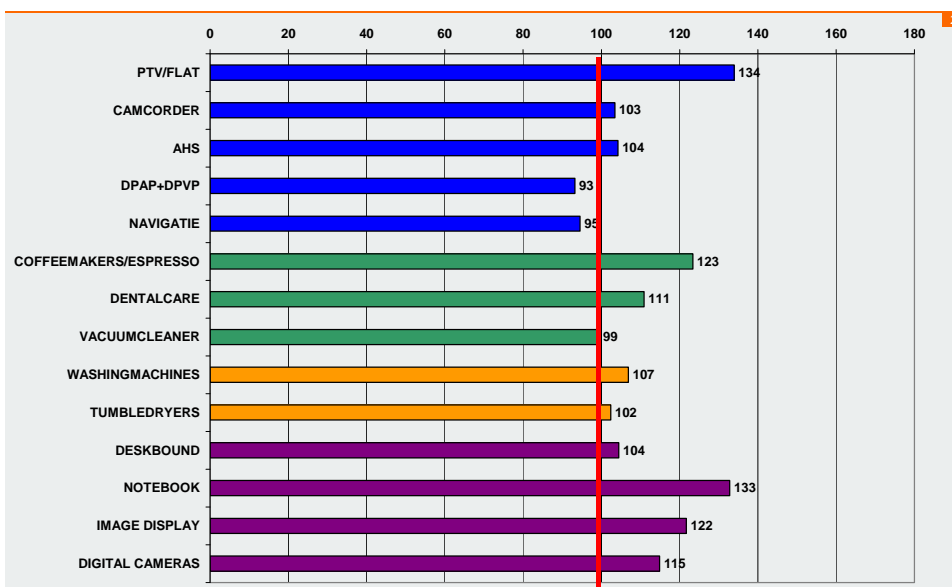


Ontwikkelingen in verkopen apparatuur

Bij de verkopen van televisies is de impact van de economische crisis nog beperkt. De index van het consumentenvertrouwen in Nederland ligt dramatisch laag, voornamelijk als gevolg van het inmiddels algemeen levende lage vertrouwen in de economie. De ontwikkeling van de markt van Consumer Electronics producten steek nog tamelijk gunstig af in vergelijking met andere industrieën zoals de automobiel branche.

Weekindex retail consumer electronics

YTD week 1 t/m 7 - Indexen units



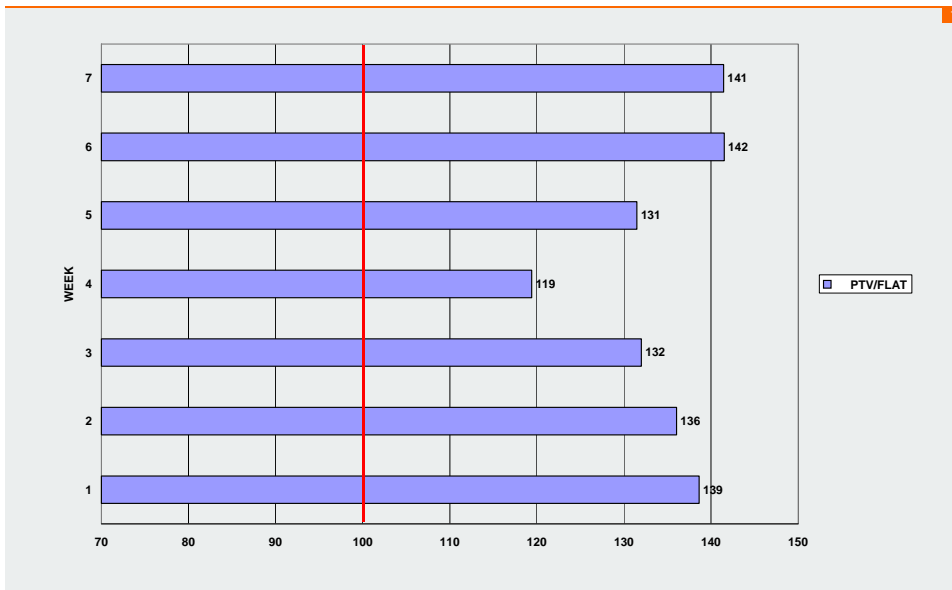
Met name innovatieve producten zoals Espresso Machines, notebooks en tv's zijn nog steeds zeer gewild en worden massaal door de consument aangeschaft.



Weekindex retail consumer electronics

YTD week 1 t/m 7 - Indexen units

Index 134

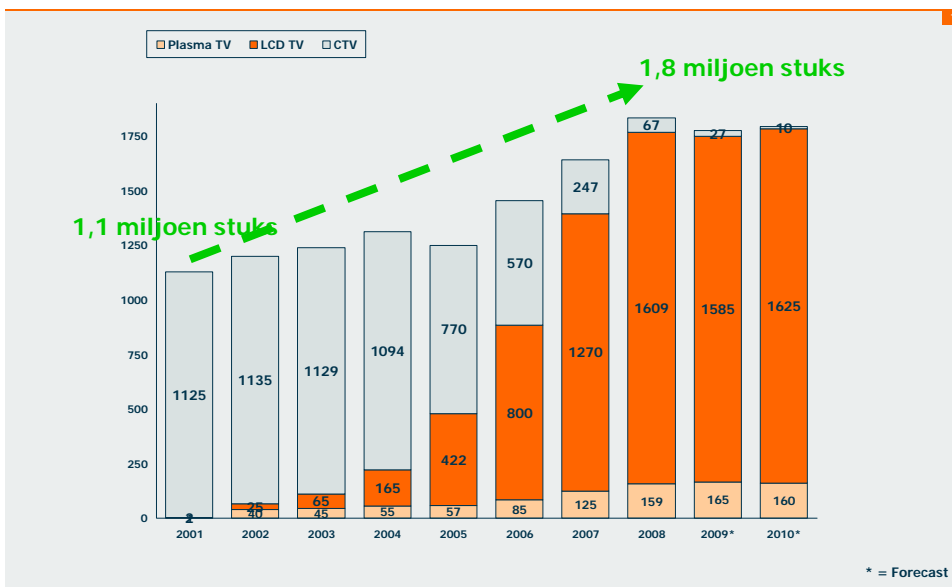


Kijken we bijvoorbeeld naar de ontwikkeling van het aantal gekochte platte televisies dan zien we dat in de eerste 7 weken van 2009 er 34% meer is gekocht in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. Ook in omzet zien we nog een stijging van 6%, maar daar hoort wel de kanttekening bij dat in veel productcategorieën de prijzen nog steeds onder druk staan. Dit is echter niet aan de crisis te wijten maar een trend die vorig jaar al aanwezig was.

In het laatste kwartaal van 2008 waren de verkopen van televisies dan ook beter dan de verwachting die in de vorige monitor werd gepubliceerd, waardoor het aantal van 1,8 miljoen stuks toch nog werd overschreden. In de voorspelling van GfK zal in 2009 het aantal verkochte televisie afnemen tot 1,77 miljoen stuks maar in 2010 weer licht stijgen.

Totale TV verkopen in Nederland per type TV

Schatting totale markt op basis van GfK Panelmarkt

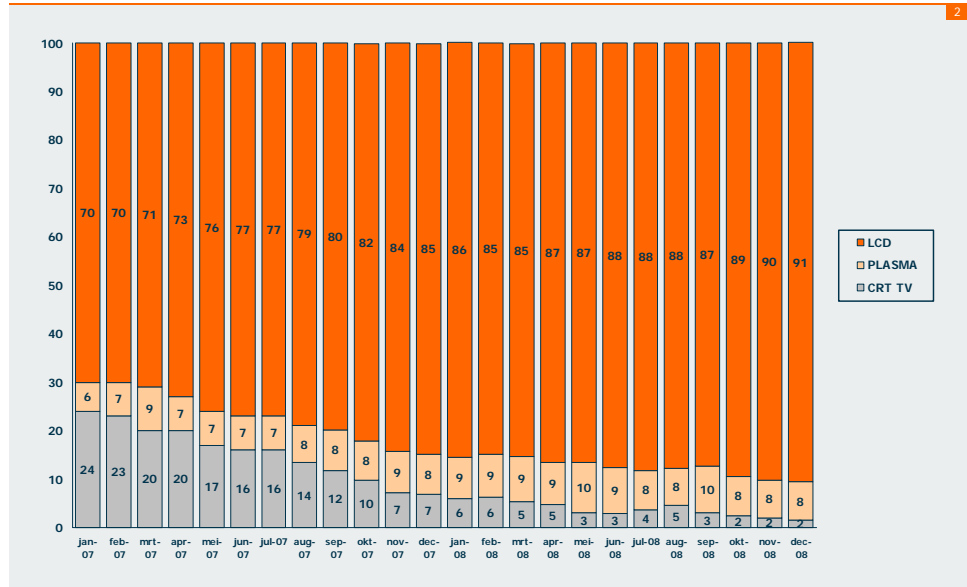


* = Forecast

Na het lichte herstel in de verkoop van traditionele beeldbuis toestellen in het derde kwartaal, was deze in het vierde kwartaal nog maar 2 procent van de verkopen. In 2009 worden er nog maar enkele tienduizenden beeldbuis televisies verkocht.

Aandeel van de "Platte TV" in de TV verkopen NL

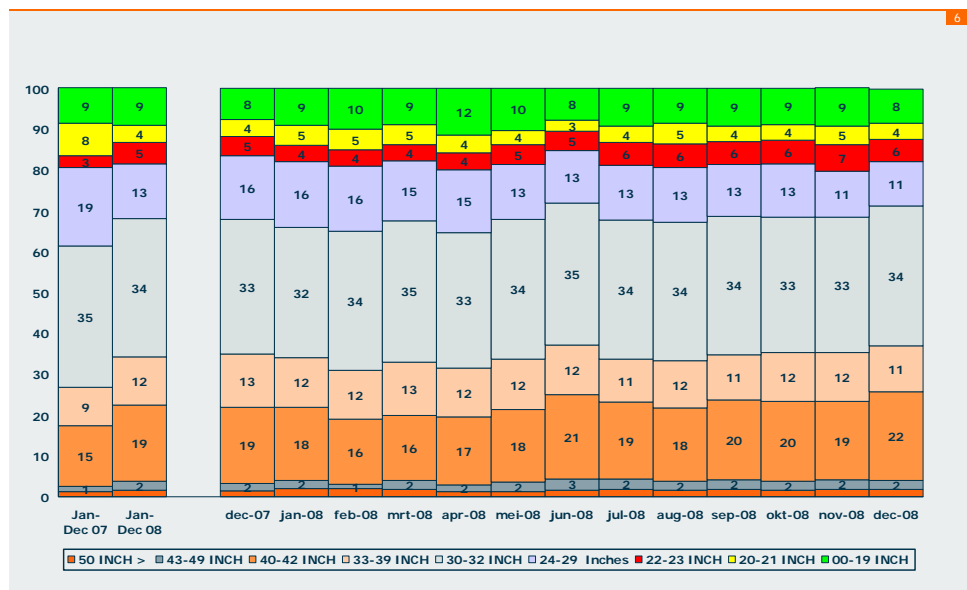
Op basis GfK Panelmarkt laatste 24 maanden, jan 2007- dec 2008



De trend waarbij de televisiekoper in Nederland in de laatste jaren steeds grotere televisies is gaan kopen, lijkt inmiddels wel voltooid. Zo'n 20 procent van de markt bestaat uit toestellen van 23 inch of kleiner, 55% koopt toestellen tussen de 24 en 39 inch en de markt voor televisies van 40 inch of groter telt ongeveer 25%.

Ontwikkeling beeldformaat "Platte TV" in inchmaten

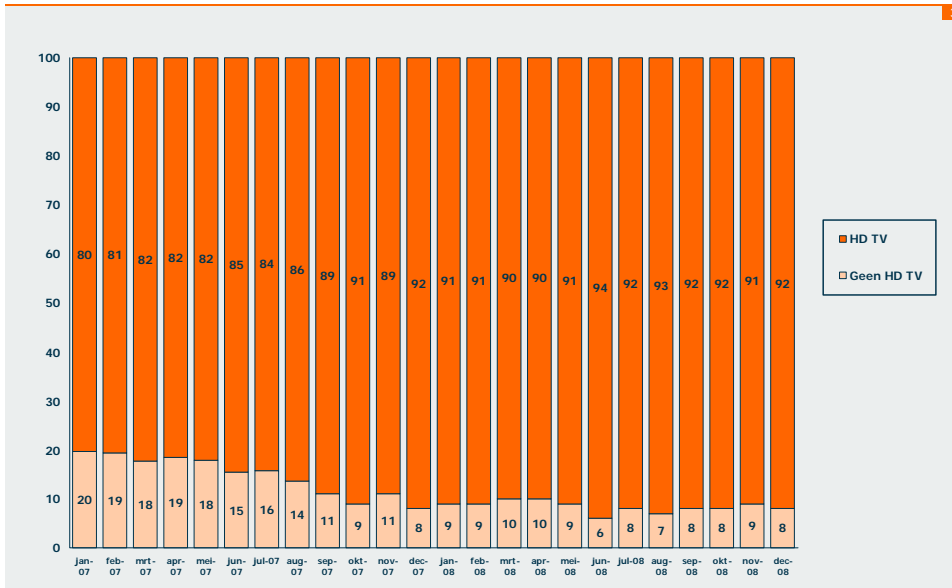
Op basis van GfK Panelmarkt, laatste 13 maanden, December 2008 (units %)



Ook het aandeel van de platte schermen die geschikt zijn voor de ontvangst van HDTV (HD Ready of FullHD) neemt niet meer noemenswaardig toe en blijft gehandhaafd op circa 92 procent.

Verhouding HD TV vs. geen HD TV bij "Platte TV"

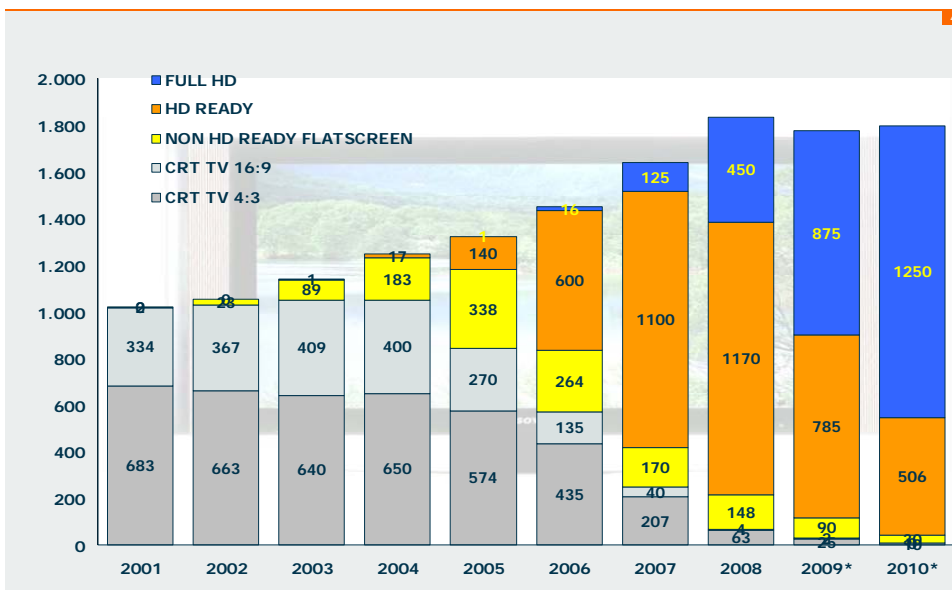
Op basis van GfK Panelmarkt laatste 24 maanden, jan 2007 – dec 2008



Het aandeel van de FullHD verkopen is het laatste kwartaal van 2008 nog aanzienlijk toegenomen ten opzicht van de prognose uit het derde kwartaal. Daarmee is een kwart van de verkochte toestellen in 2008 vande FullHD kwaliteit. Naar verwachting zet deze ontwikkeling zich in 2009 en 2010 versterkt door en zal 49 % van de verkopen in 2009 betrekking hebben op FullHD televisies met een verdere groei naar 70% in 2010.

Ontwikkeling FULL HD & HD TV verkopen 1998-2009 NL

Schatting op basis van GfK Panelmarkt

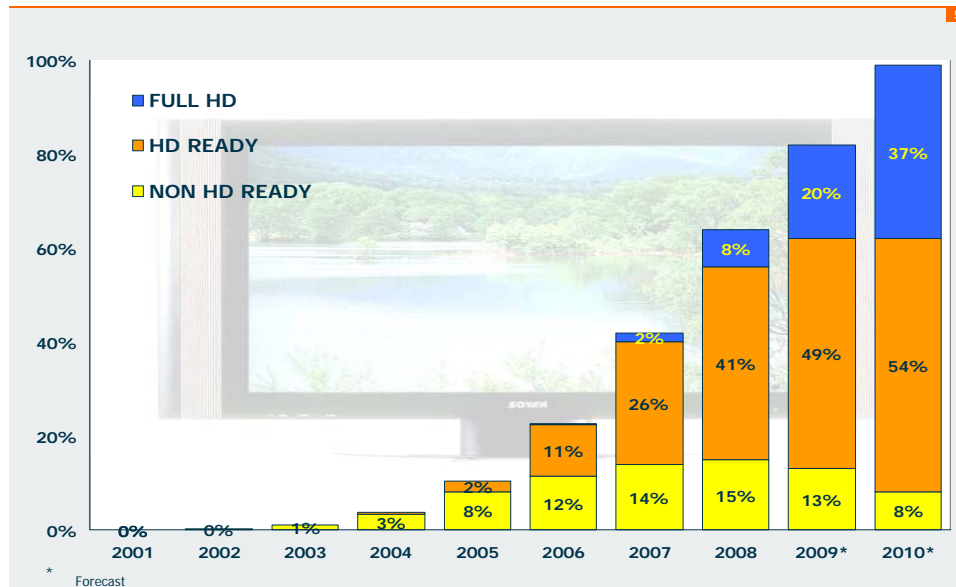


Volgens verwachting is eind 2008 vrijwel de helft van de meest gebruikte toestellen in huiskamers een HD televisie. In een jaar tijd is dat percentage gestegen van 28% naar 49%. Dit percentage zal in 2009 verder stijgen tot 70 procent en in 2010 zal maar liefst 91% van de eerste toestellen een plat scherm zijn.

De rol van de FullHD schermen versnelt nog ten opzichte van de vorige verwachting, inmiddels is 8% van de aanwezige eerste toestellen FullHD. Dit stijgt naar 20% in 2009 en 37% in 2010.

Platte TV & HD TV Huishoud Penetratie

Penetratie is een schatting op basis van winkerverkopen gecorrigeerd voor geschatte vervangingsverkoop. Q3 2008 voor het meest gebruikte toestel in Huiskamer !



4 Digitale kanalen en diensten

Digitale televisie levert een groot aantal nieuwe kanalen en diverse diensten met verschillende functionaliteit op. Om inzicht te geven in het aanbod van kanalen en functionaliteit via de verschillende distributeurs, zijn onderstaande tabellen samengesteld.

Nederlandse kanalen aanbod

	Ziggo	UPC	KPN Digitenne	KPN Interactief	CanalDigitaal	Tele2
Themakanalen NPO	√	√		√	√	
Regionale omroepen	√	√ (deels)	√ (per regio)	√	√ (deels)	√
Film1/Sport1 (abonnement)	√	√			√	√
Eredivisie Live (abonnement)	√	√	√	√	√	√

Functionaliteit en aanbod

	Ziggo	UPC	KPN Digitenne	KPN Interactief	CanalDigitaal	Tele2
HD TV	√	√			√	
Programma gemist						
• NPO		√		√		√
• RTL						
• SBS						
Video on Demand	√	√		√	π	√
Interactiviteit		√				√

√ = al in aanbod

π = in planning

Functionaliteiten van uitstaande settop boxen

	alleen zappen	VOD/Programma op verzoek	interactief	PVR	HD
Ziggo	88,4%			5,9%	5,7%
KPN Digitenne	95,5 %			4,5 %	
KPN Interactief		100%	100%	100%	
Tele2		100 %	100 %		
CAIW	98,5 %			1,5 %	

De hier gepresenteerde gegevens zijn gebaseerd op de opgaven van de betreffende partijen.

5 Mijlpalen en toekomst

5.1 Activiteiten expertgroep

HD Dagen 11 November 2008

Tijdens de HD Update op dinsdag 11 november werd voor de eerste keer de HD Award uitgereikt voor de beste Nederlandse HD-productie van de afgelopen tijd. Winnaar was The Entertainment Group met de concertregistratie 'Symphonica in Rosso' van Marco Borsato.

De uitreiking van de HD Awards waren een onderdeel van de HD Dagen Update. Op initiatief van iMMovator werd dit event gehouden in opvolging van de HD Dagen in maart. De genodigden werden met een gevarieerd programma helemaal up to date gebracht over de status van de introductie van HDTV op de Nederlandse televisieschermen. Tijdens de uitreiking in Beeld en Geluid op het Media Park te Hilversum zagen 175 genodigden prachtige HD-producties voorbij komen. Het programma en de HD Awards werden mogelijk gemaakt door Astra Benelux, CanalDigitaal, Cinevideogroup, iMMovator, SONY, Philips, Broadcast Press en het ministerie van Economische Zaken. Over dit evenement werd in de vorige monitor al uitgebreid bericht.



De HD Dagen updatecongres en HD Awards worden mede mogelijk gemaakt door: iMMovator Cross Media Network, Astra Benelux, CanalDigitaal, Cinevideogroup, Philips, SONY, Broadcast Press en het Ministerie van Economische Zaken.

Het complete verslag met de presentaties is na te lezen op www.immovator.nl.
Podcasts van de presentaties zijn beschikbaar via <http://media.immovator.nl>.

Rapport iMMovator "Introductie van HDTV in Nederland" openbaar

De Expertgroep Digitale TV buigt zich regelmatig over mogelijkheden om de kloof tussen HDTV-aanbod en HDTV-vraag te doorbreken. Zo zet de Expertgroep Digitale TV zich in om afspraken te maken tussen de partijen in de keten over hoe de televisiesector in Nederland de komende jaren overgaat naar deze nieuwe digitale standaard. In opdracht van het ministerie van EZ is door iMMovator een onderzoek uitgevoerd en gepubliceerd over de introductie van HDTV in Nederland. Uit deze actielijn zijn ook de HD-Dagen en de HD-Awards voortgekomen. Het rapport is beschikbaar via EZ en de website van iMMovator.

Standaardisatie

Op het gebied van Metadata, Programmagegevens en het Knoppengebruik voor interactieve TV worden vanuit de expertgroep acties ondernomen om afspraken te maken tussen de partijen in de keten zodat de dienstverlening over de hele keten kan worden gewaarborgd. Rondom metadata is een traject opgezet met Dutch Guild (zie www.dutchguild.nl), dat inmiddels een rapportage heeft gemaakt over een 'recommended practice'. Daarover is documentatie beschikbaar bij iMMovator via info@immovator.nl. Daarnaast is onderzoek gedaan naar een standaardisatie van het knoppengebruik voor interactieve toepassingen. Ook is er een actielijn uitgezet rondom de volgende generatie Electronische Programma Gidsen (EPGs).

6 Berichten in de media over Digitale TV²

DISTRIBUTIE

Groei uitzending gemist

De video on demand dienst van de publieke omroep op internet, uitzending gemist, heeft in 2008 meer dan 130 miljoen verzoeken voor streams gehad. Er zijn inmiddels 1,6 miljoen unieke bezoekers per maand, wat een stijging van 44% ten opzichte van 2007 betekende. Meest bekeken waren De Lama's, Onderweg naar morgen en Boer zoekt vrouw.

Uitzending gemist, 23 feb. 2009

Concurrentie op kabel

De Europese Commissie heeft de plannen van Opta om concurrentie op de kabel mogelijk te maken, goedgekeurd. UPC en Ziggo krijgen de verplichting om andere aanbieders toe te laten om het analoge pakket van de kabelexploitant te wederverkopen. Met name Tele2 is erg enthousiast over het besluit, omdat het nu met haar triple play diensten ook analoge televisie kan aanbieden waarmee op meerdere televisies in huis kan worden gekeken.

Tele2, 10/02/09

Ouderkerk aan den IJssel digitaal

In samenwerking met Rekam en Caiway biedt de stichting CAI Ouderkerk aan den IJssel digitale televisie aan per 13 januari. De abonnees kunnen tegen geringe vergoeding een digitale ontvanger krijgen. Er wordt als gevolg van de samenwerking ook kabelinternet en kabeltelefonie aangeboden.

Rekam, 05/01/09

Extra Astra voor HDTV

De Astra 1G satelliet op 23,5 graden Oost is door SES Astra in gebruik genomen, naast de Astra 3A en de Astra 1E. Deze satelliet zal met name worden gebruikt voor HDTV. De nieuwe satelliet heeft een vrijwel pan-europese dekking, reden voor de Nederlandse regionale

² NB de hier vermelde berichten zijn een selectie uit het nieuwsaanbod van de laatste drie maanden. Bron: DIGItvNEWS

omroepen om naar de 1G te verhuizen. Ook de thema- en HDTV pakketten van CanalDigitaal en van TV Vlaanderen zijn op de nieuwe satelliet te ontvangen. De 23,5 positie wordt steeds belangrijker voor Astra, met name voor HDTV. Hij wordt ook in Duitsland gebruikt voor aanvoer van signalen naar kabelnetwerken.

RadioNL, 20/02/09

Ftth bezig met opmars

Volgens de FttH Council Europe zijn er inmiddels 20 landen waar meer dan 1 procent van de huishoudens bereikt wordt door fiber. Dat zijn er zes meer dan een half jaar eerder. De hoogste penetratie is bereikt in Zuid-Korea met 44 procent, Japan met 28 en Hong Kong met 27 procent. Voor Nederland wordt een percentage van 2 % gegeven. In het onderzoek van Idate zijn voor Nederland 350.000 aansluitingen van Reggefiber geteld. Hiervoor wordt een abonneepercentage van 29,0 procent opgegeven, wat zou betekenen dat er in Nederland inmiddels zo'n 100.000 abonnees op glasvezel zijn.

FttH Council, 16/02/09

Flakkeenieuws via DVB-T

De regionale zender Flakkeenieuws gaat televisie en radio uitzenden via DVB-T in de regio Goeree-Overflakkee. Hiermee kunnen de drie lokale radiozenders en het gezamenlijke lokale televisiekanaal worden uitgezonden. De uitzendingen zullen net als N1, N2, N3 en RTV Rijnmond free-to-air worden doorgegeven.

Flakkeenieuws.nl, 20/01/09

KANALEN

TV5 Monde naar digitaal bij Ziggo

De franstalige internationale publieke zender TV5 gaat bij Ziggo over naar het digitale pakket, waarmee het kanaal kosten bespaart. Ook wordt en blijft hiermee TV5Monde in het hele Ziggo gebied op dezelfde manier beschikbaar, terwijl voor het steeds kleiner wordende analoge pakket de verschillen per regio door verschillende adviezen van programmaraden dreigen toe te nemen. In Arnhem en Nijmegen (UPC) heeft de programmaraad juist geadviseerd om TV5 in het analoge pakket te laten ten koste van TRT, wat voor veel protesten uit de Turkse gemeenschap zorgde.

Samenwerking Joost en Netlog

De leden van de sociale netwerksite Netlog krijgen toegang tot de videobibliotheek van Joost. Op de videowebedienst van Joost zijn inmiddels 57.000 video's beschikbaar, waaronder ook nederlands materiaal zoals de films van Dutch Film Works, materiaal van Het Gesprek en binnenkort ook muziekconcerten uit het VPRO platform 3VOOR12.

Rabobank TV bij Tele2

Tele2 en de Rabobank zijn samen gestart met een interactief televisiekanaal over de activiteiten van de bank en van de door de bank gesponsorde sportteams. Er kan via Windows Media Center en Wii ook aan telebankieren worden gedaan.

Tele2, 18/12/08

BravaTV in basispakket Haarlem

De programmaraad van Haarlem heeft aan UPC en Lybrandt Telecom geadviseerd om de nieuwe cultuurzender BravaNL huis aan huis door te geven via het analoge pakket. BravaNL is de nederlandse variant van de Europese cultuurzender BravaTV.

BravaTV, 03/02/09

Family 7 digitaal bij Ziggo

Vanaf 1 februari wordt de commerciële zender Family7 ook bij Ziggo doorgegeven in het digitale pakket. De zender met christelijke signatuur is al analoog te zien in onder andere Flevoland en Zuid-Holland Zuid. De zender heeft plannen voor live uitzendingen en nachtelijke interactieve programma's.

Family7, 06/01/09

SBS met merchandising webshops

SBS heeft sinds begin februari zender- en programmagerelateerde producten te koop via webshops op de zendersites van het mediabedrijf. Zo is er een NET 5 Shop met bijvoorbeeld dvd's van de succesvolle Nederlandse dramaserie SINGLE, een SBS 6 Shop met de Weeralmanak van Piet Paulusma en een Veronica Shop met onder meer dvd's van het autoprogramma Top Gear.

SBS, 03/02/09

INTERACTIEF

In-video overlays bij RTL

Op websites van RTL Nederland wordt een nieuwe vorm van adverteren toegepast bij videocontent, waarbij reclameboodschappen worden getoond terwijl de afgespeelde videocontent wordt gepauseerd. De zogenaamde in-video overlay is het antwoord op een verzoek van Vodafone naar nieuwe mogelijkheden om reclame te maken bij online video. De consument kan de reclame beëindigen door de video te hervatten of doorklikken naar meer informatie van de adverteerder.

Radio.nl, 24 feb 09

Vara online videocommunity

De VARA start met een interactief videoplatform met de naam blikvoer.tv. Hierin kunnen kijker discussiëren over allerlei onderwerpen, maar ook verwante video's bekijken of meedoen aan wedstrijden. De onderwerpen worden gepresenteerd aan de hand van fragmenten radio en televisie en met eigen reportages.

Adformatie, 06/02/09

McDonalds interactief

Bij UPC zijn in februari interactieve versies van commercials van McDonalds te zien geweest. Via de afstandsbediening konden kijkers tijdens de commercials van de McDonald's Wintersportweken bij RTL toegang krijgen tot extra informatie en een prijsvraag waarmee een wintersportvakantie te winnen was. Voor de prijsvraag werden de kijkers doorverwezen naar een actiewebsite.

UPC, 04/02/09

Veel gegeven via rode knop

Via de rode knop van UPC digital werd tijdens de Serious Request actie van 3FM in december 2008 bijna 125.000 euro gedoneerd. Dat was 139% meer dan het jaar daarvoor, toen voor het eerst via de rode knop kon worden gedoneerd. Meer dan 8% van het totaal aantal aanvragen voor platen tijdens de actie kwam tot stand via de rode knop van UPC klanten.

UPC, 08/02/09

34 miljoen VoD streams bij UPC

De nieuwe Video-On-Demand service van UPC heeft in 2008 meer dan 34 miljoen programma's getoond. Het aantal streams groeide van 13,8 miljoen streams in het eerste halfjaar naar meer dan 21 miljoen in het tweede halfjaar, een groei van 51%. De helft van de UPC klanten maakt inmiddels minstens 1 keer per maand gebruik van de dienst. Daarmee behoren de klanten van UPC volgens de kabelexploitant tot de wereldtop. UPC On Demand had aan het eind van 2008 ruim 430 films en 765 uur (1.300 afleveringen) aan televisieprogramma's beschikbaar. Daar bovenop kwam het aanbod aan programma's via Programma Gemist.
UPC, 06/02/09

CONSUMENT

Consument geïnteresseerd in 3D

Volgens een onderzoek van de Consumer Electronics Association en de Entertainment and Technology Center van de University of South Carolina kon 3D televisie wel eens de volgende grote ontwikkeling in de home entertainment worden. Volgens onderzoek zijn bijna 26 miljoen Amerikaanse huishoudens geïnteresseerd om thuis 3D content te kunnen zien.

CEA smartbriefs, 23 feb. 2009

Toegankelijkheid televisie gebrekkig

Volgens het jaarlijkse televisieonderzoek van UPC, voor de vijfde keer uitgevoerd in 11 Europese landen, heeft meer dan de helft van de Europese televisiekijkers problemen met de leesbaarheid van tekst op het televisiescherm. Er blijkt behoefte aan mogelijkheden zoals zoom, aanpassing van ondertiteling en nasynchronisatie van programma's. Toch blijken bestaande mogelijkheden zoals teletekst ondertiteling weinig gebruikt te worden.

UPC, jan/09

SKO survey: 41,3 procent huishoudens digitaal

Volgens het Establishment Survey van de Stichting Kijk en Luisteronderzoek had in 2008 41,3 procent van de huishoudens een

aansluiting op digitale televisie, tegenover 33 procent in 2007. In 80% van de huishoudens staat een DVD speler of Harddisk recorder. Het aantal aansluitingen op kabel of gemeenschappelijke antenne nam af van 79% naar 73 %, schotelontvangst bleef ongeveer gelijk met 7,8% en Digitenne groeide van 4,6% naar 7,5 %. Volgens het onderzoek gebruikt 31,6% van de huishoudens diensten via de digitale ontvanger (oftewel driekwart van de bezitters van digitale ontvangers). Inmiddels zegt ook 27% van de ondervraagden wel eens naar Tv-programma's te kijken via de computer (in 2007 was dit nog 17%).

SKO, www.kijkonderzoek.nl

Programmaraad Digitenne

De tweede kamer heeft besloten dat er een programmaraad moet komen voor Digitenne. Minister Plasterk zou in januari met een brief naar de kamer komen over zijn visie op de toekomst van de programmaraaden in het algemeen en is gevraagd daarin ook de wens voor een programmaraad voor Digitenne te beantwoorden.

HDTV

HDTV bij publiek omroep later

De start van reguliere HDTV kanalen bij de Publieke Omroep is voor onbepaalde tijd uitgesteld. Dit uitstel wordt veroorzaakt door een vertraging in de oplevering van de eindregie die nodig is om de drie publieke zenders in HDTV te kunnen uitzenden. Volgens de NPO is de techniek voor de eindregie heel complex omdat er hoge eisen worden gesteld aan de kwaliteit en continuïteit van het uitzendproces.

Radio.nl, 27 feb. 09

SBS wil betaling voor HD

De commerciële zenders van SBS kunnen snel in HD kwaliteit beschikbaar komen, maar daarvoor wil de omroep wel een vergoeding van 2 a 3 euro per jaar per zender ontvangen van de operators die de kanalen doorgeven. Daardoor zouden de HD-pakketten van de aanbieders stevig duurder moeten worden. Volgens SBS zijn de 20% hogere kosten voor de productie in HD kwaliteit niet terug te verdienen met extra reclame inkomsten.

SBS, 14/01/09

TECHNIEK

Connected TV door Intel en Yahoo



Intel en Yahoo hebben tijdens de CES beurs in Las Vegas samen het TV Widgets concept gepresenteerd. Hiermee wordt een huwelijk tussen internet en televisie voorgesteld: het beste van internet in perfecte harmonie met de eenvoud en betrouwbaarheid van de televisie. Partijen als Sony, LG en Samsung zeiden producten met Yahoo Widget Engine al in het voorjaar van 2009 te zullen gaan aanbieden.
Digitvnews, 04/01/09

MOBIELE TELEVISIE

Vergunningen voor mobiele TV

Er zijn aan Mobiele Televisie Nederland en Call Max Global BV vergunningen verstrekt door het Agentschap Telecom voor uitzendingen op de L-band en band III. Op deze frequenties kan landelijke digitale omroep worden uitgezonden. Deze frequenties waren oorspronkelijk bedoeld voor DAB maar zijn nu breder inzetbaar zodat er naast radio ook televisie en multimediale toepassingen kunnen worden aangeboden.

Nu.TV gestart

Op MobielTV van KPN is vanaf januari de tv-variant van Nu.nl te zien. In de loop van februari volgt de doorgifte via andere platformen en zenderpakketten. Nu.TV wordt gemaakt door uitgeverij Ilse Media.
KPN, 12/01/09

BEDRIJVEN

Nieuwe directeur Beeld en Geluid

Bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid is met Jan Müller een nieuwe algemeen

directeur aangesteld. Müller was eerder onder andere directeur van reclamebureau Saatchi en Saatchi Nederland. De Raad van Toezicht heeft hem als taak meegegeven om het merk Beeld en Geluid verder uit te bouwen om daarmee een toppositie op de markt te verwerven.

Beeld en Geluid, 13/02/09

Glashart nieuwe merk Reggefiber

Reggefiber gebruikt de merknaam Glashart in steeds meer regio's. Het netwerk in Deventer en Diepenveen werd onlangs omgedoopt van Y-3net in Glashart Deventer en in Rijssen verdween de naam Twennet. In Hilversum begon onlangs Glashart Hilversum met de aanleg van in totaal 300 kilometer glasvezel. Daarnaast heeft Reggefiber haar wholesale activiteiten nu ondergebracht in Reggefiber Wholesale BV. Jan Davids (afkomstig van KPN en daarvoor bij Casema werkzaam) is per 1 februari toetreden tot de directie van Reggefiber als directeur Wholesale en Business Development.
Glasvezel.nu, 29/01/09

Eindhoven Intelligent Community

Op de lijst 'Intelligent Communities' van de Amerikaanse Intelligent Community Forum staat Eindhoven als één van de zeven steden genoemd, naast drie andere Europese steden: Stockholm, Tallinn (Estland) en Issy-les-Moulineaux (Frankrijk). Eindhoven wordt het industriële hart van Nederland genoemd en de plaats op de lijst is verdiend door Brainport, het stedelijke FttH netwerk en het Skool systeem voor scholen.

www.intelligentcommunity.org, 28/01/09

INTERNATIONAAL

Switchoff in de VS uitgesteld

De nieuwe president van de Verenigde Staten heeft de switchoff van de analoge aardse televisie op 17 februari uitgesteld. Vele Amerikanen bleken nog afhankelijk te zijn van de analoge signalen, ondanks het feit dat er voor de aanschaf van een digitale ontvanger subsidie kon worden verkregen. Volgens onderzoek van Nielsen waren 5 miljoen Amerikanen niet klaar voor digitale TV.
Digitvnews, 21/02/09