

De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
Günay Uslu
Postbus 16375
2500 BJ 's-Gravenhage
Per e-mail: nieuwendienstenNPO@minocw.nl



Bezoek- en postadres

Dr. Kuiperstraat 5
2514 BA Den Haag

T [070-3053333](tel:070-3053333)
E info@nlconnect.org
I www.nlconnect.org

Den Haag, 16-5-2022

Betreft: reactie vereniging NLconnect op het ontwerpbesluit significante wijziging NPO Gemist

Geachte mevrouw Uslu,

NLconnect is de branchevereniging van de breedbandindustrie en behartigt de belangen van zo'n 80 partijen uit de keten van bedrijven die breedbandnetwerken aanleggen en exploiteren, bedrijven die elektronische communicatiediensten leveren over deze digitale infrastructuur alsmede partijen die aan deze keten toeleveren. Onder de leden van NLconnect bevinden zich ruim 20 partijen die consumenten en bedrijven toegang bieden tot radio- en televisiezenderpakketten (verder: distributeurs) alsmede partijen die dit technisch mogelijk maken. We stellen het bijzonder op prijs in de gelegenheid te worden gesteld te reageren op het ontwerpbesluit.

Onze reactie bevat geen vertrouwelijke gegevens. In eerder stadium hebben we tevens gereageerd de aanvragen van de NPO voor enkele wijzigingen in haar aanbod(kanalen), op de nadere uitwerking van de aanvraag van de significante wijziging van NPO Gemist en op nadere informatie-uitvraag terzake door ACM.

NPO Start on Demand

De NPO beoogt haar aanbodkanaal NPO Gemist te wijzigen. Deze wijziging behelst onder meer dat programma's die gepland zijn voor lineaire uitzending voortaan alvast via dit kanaal door de NPO worden aangeboden (pre-VoD/vooruitkijken) alsmede dat bepaalde (eigen en aangekochte) producties uitsluitend op dit kanaal beschikbaar worden gesteld aan het publiek (on demand only). Men is voornemens NPO Gemist daarbij te rebranden naar NPO Start on Demand.

Op het eerste oog lijken dit incrementele wijzigingen. In de context van de distributiestrategie van de NPO baren de wijzigingen ons echter zorgen. De NPO voert namelijk een niet-inclusieve distributiestrategie, die zich richt op eigen slecht bekeken platforms in plaats van op platforms waar kijkers reeds vaak komen.

Hoewel lineair kijken nog altijd de belangrijkste manier van videoconsumptie is, zijn wij zeker voorstander van de vooruitkijk-functie en (beperkt) on demand only aanbod bij de NPO. We verzoeken u daarbij te regelen dat deze functie en dit aanbod niet alleen binnen het platform NPO Gemist/ NPO Start on Demand wordt toegevoegd maar ook onder laagdrempelige voorwaarden beschikbaar worden gesteld via de platforms van distributeurs.

Distributeurs spelen een onmisbare rol

NLconnect en de distributeurs in haar ledenbestand zijn voorstander van een sterke en innovatieve Nederlandse audiovisuele mediasector, aan welk doel onze sector sinds jaar en dag actief bijdraagt. Zo stonden distributeurs aan de wieg van de (publieke) lokale televisie, digitale televisie en on demand kijken. Ook maakten investeringen van telecom- en kabelaanbieders het moderne medialandschap mogelijk, inclusief streaming video. Anno 2022 is dat medialandschap breder geschakeerd dan ooit tevoren. Distributeurs zijn daarin een waardevolle en onmisbare schakel tussen kijker en NPO: zonder distributeurs zou de NPO veruit het grootste deel van haar kijkers niet effectief bereiken. Zowel lineair kijken als uitgesteld kijken geschiedt in veruit de meeste gevallen via de platforms van distributeurs. De NPO schat in dat 'zo'n 90% van het uitgesteld kijkgedrag gerealiseerd wordt via de terugkijkfunctie die via de kabel en IPTV worden aangeboden'.¹ In het Concessiebeleidsplan zegt de NPO dan ook terecht dat 'veruit de meeste kijkers en luisteraars kijken naar de NPO via distributeurs van zenderpakketten, zoals KPN en Ziggo. Ons publiek hecht sterk aan pakketten vanwege het gemak van zappen en de bundeling van terugkijkfuncties. De meeste huishoudens in ons land hebben daarom een (multiplay-) abonnement bij een van deze aanbieders'.² Een samenwerkingspartner die beter aansluit bij het kijkgedrag van de consument kunnen wij ons voor de NPO nauwelijks voorstellen.

Eigen kanalen eerst?

Toch zet de NPO uitsluitend in op haar eigen platform, dat slechts 10% van de Nederlanders bereikt.³ In het Concessiebeleidsplan wordt de distributiestrategie samengevat: de NPO wil haar aanbod hoofdzakelijk content 'in een veilige publieke context, in een mix van elkaar versterkende aanbodkanalen' aanbieden. Andere platforms worden door de NPO met de rug aangekeken: in het wereldbeeld van de NPO zijn distributeurs 'gatekeepers' die 'tussen contentaanbieders en het publiek in staan' en die ook nog eens 'grote invloed hebben op de manier waarop kanalen en diensten zichtbaar worden gemaakt.'⁴ Distributeurs worden dus met openlijke tegenzin geduld in plaats van dat ze worden gezien als belangrijke samenwerkingspartners om de kijker effectief te bedienen. De gevraagde wijziging van NPO Gemist sluit aan bij deze onvoldragen strategie.

Zorgwekkend genoeg is daarvoor kennelijk ook steun bij de adviesorganen. Zo is de Raad voor Cultuur 'positief over het vergroten van het bereik van de publieke omroep via een reclamevrij en gratis kanaal NPO Start - on demand'. Nu hebben wij al sinds het verschijnen van het rapport 'Zicht op zoveel meer'⁵ moeite om de opvattingen van de Raad voor Cultuur over het Nederlandse audiovisuele medialandschap erg serieus te nemen, maar wij zouden een advies waarin niet eens de vraag wordt gesteld of andere platforms wellicht beter geschikt zijn om het bereik van de NPO te vergroten als ronduit teleurstellend ervaren.

Distributiestrategie NPO is in strijd met de Visiebrief uit 2019

¹ Nadere onderbouwing NPO, p 11

² Concessiebeleidsplan, p. 36

³ ACM marktimpactanalyse, randnummer 59

⁴ Concessiebeleidsplan, p.6 en 8

⁵ Raad voor Cultuur, Sectoradvies Audiovisueel: 'Zicht op zo veel meer', 2018

Het CvdM heeft mede vanuit de kernwaarde toegankelijkheid in zijn advies terecht wel aandacht voor andere platforms. In dat kader vraagt het Commissariaat om een nadere toelichting op het onderdeel van de aanvraag waarin de NPO voorstelt de aanwezigheid van NPO Start - on demand op platformen van derden te vergroten. In antwoord heeft de NPO aangegeven uitsluitend aanbod op platformen van derden te plaatsen met als doel de programmering van NPO Start - on demand uit te lichten en te promoten, bijvoorbeeld met trailers en fragmenten. 'Dit gaat altijd gepaard met een verwijzing naar de plek op NPO Start - on demand waar het hele programma kan worden bekeken. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling lange fragmenten of hele uitzendingen van programma's op platformen van derden te plaatsen via het account van NPO Start - on demand.', aldus de NPO.⁶ Het CvdM neemt kennelijk genoegen met dit antwoord. Bij ons wekt dat verbazing, want een toegankelijke NPO zou juist kijker en content boven het platform moeten stellen. Het antwoord van de NPO is ook in strijd met de Visiebrief uit 2019, waarin de NPO nog expliciet de opdracht kreeg om aan te sluiten bij het mediagebruik van het publiek: 'De inhoud zou leidend moeten zijn, niet de distributie. De centrale vraag zou moeten zijn: welk aanbod beantwoordt aan de publieke taken en de behoefte van het publiek. En vervolgens is de vraag hoe je dat aanbod het beste bij kijkers en luisteraars krijgt en om welke vormen en platforms dat vraagt. (...) Maatwerk en speelruimte is nodig om actief te zijn op verschillende kanalen en platforms om de verschillende doelgroepen te kunnen bereiken. Dat kunnen eigen kanalen en platforms zijn, maar ook kanalen en platforms van derden. Vanuit het oogpunt van doelmatigheid moeten eigen platforms en kanalen aantoonbaar toegevoegde waarde hebben bij het bereiken van doelgroepen.'⁷

NPO moet daar zijn waar de kijker is

Dat brengt ons bij de kern van ons bezwaar tegen het voorliggende ontwerpbesluit: de NPO zou zich niet druk moeten maken over de vraag *wáár* kijkers naar de publieke producties kijken, maar *dat* ze ze bekijken. In onze optiek dient de NPO daar te zijn waar haar doelgroep reeds is: in elk geval op alle veelgebruikte platforms. De platforms van distributeurs bieden zonder uitzondering ook de gewenste veilige context in een mix van elkaar versterkende aanbodkanalen, inclusief publieke content – zij het daartoe niet beperkt. Dat laatste zou geen probleem moeten zijn mits de publieke omroep zich beseft dat er in het brede moderne medialandschap meer (en ook kwalitatief hoogwaardige) content is dan alleen die van de NPO en kijkers ook niet alleen naar de content van de NPO (willen) kijken.

Tegen die achtergrond merken we op dat het een misvatting is dat NPO Start de centrale vindplaats zou zijn voor het video-aanbod van NPO. Die centrale vindplaats wordt reeds gevormd door de platforms van distributeurs, waar de content van de NPO dus het meest lineair wordt bekeken en het meest wordt teruggekeken. We snappen natuurlijk de behoefte van een eigen vindplaats voor video-aanbod van de NPO. Uitzending gemist bestaat als webdienst al 19 jaar en het is logisch dat tevens wordt geïnvesteerd om de functionaliteit van het platform up to date te houden en verder uit te bouwen. Maar uitgangspunt moet zijn dat de NPO ook met distributeurs samenwerkt en dat distributie via hun platforms eveneens geborgd is.

Platforms van distributeurs kunnen pre-VoD en uitgebreide catch-up faciliteren

In haar marktimpactanalyse schrijft ACM dat de platforms van distributeurs 'uitsluitend in staat (zijn) om de catch-up-functionaliteit (aanbod van 0-6 dagen na lineaire uitzending)

⁶ CvdM, Advies (n.a.v. additionele informatie) significante wijziging aanbodkanaal NPO Start, randnummer 20

⁷ Kamerbrief 'Visie toekomst publiek omroepbestel: waarde voor het publiek', 14 juni 2019, p. 7 en 8

aan te bieden, terwijl de mogelijkheid om programma's langer dan zes dagen na lineaire uitzending terug te kijken nu al is voorbehouden aan NPO Start'.⁸ Deze uitspraak berust op een misverstand, want de platforms van distributeurs zijn uiteraard technisch prima geschikt om catch-up aan te bieden voor meer dan zes dagen terug. In het verleden hebben distributeurs bijvoorbeeld catch-up tot twee weken terug aangeboden. De beperking in het aantal dagen komt bij de zender vandaan - in dit geval de NPO - die hiervoor de rechten niet aan distributeurs wil verlenen. In soortgelijke bewoordingen schrijft ACM ook dat de platforms van distributeurs geen pre-VoD (vooruitkijken) zouden kunnen aanbieden.⁹ Ook dat is onjuist: technisch is er geen beperking, maar zenders weigeren distributeurs hiervoor soms de rechten. Zo bood KPN in het verleden vooruitkijken van programma's van RTL aan, maar dit is gestopt omdat de commerciële omroep deze rechten exclusief voor haar eigen platforms wilde houden. De NPO volgt dat commerciële spoor en in onze optiek is dat niet in lijn met de publieke mediaopdracht.

Pre-VoD/vooruitkijken ook via platforms van distributeurs aanbieden

Samenvattend zijn wij van mening dat de content die straks via NPO Start als pre-VoD kan worden vooruitgekeken of die on demand only wordt aangeboden onder laagdrempelige voorwaarden ook beschikbaar moet worden gesteld via de platforms van distributeurs. Uiteraard is dat breder dan alleen het kunnen plaatsen van een NPO-app op een settop box, omdat de kijker daarmee juist weer uit het platform van de distributeur vertrekt en ook niet alle distributeurs apps op de settopbox ondersteunen of überhaupt met settop boxen werken. Met distributeurs zijn bestaande (vergoedings-)afspraken gemaakt en bovenstaande functies en content behoren gewoon onderdeel te zijn van die afspraken.

Vanzelfsprekend altijd bereid tot nadere toelichting,

Met vriendelijke groet,

Mathieu Andriessen
Directeur

⁸ ACM marktimpactanalyse, randnummer 46

⁹ ACM marktimpactanalyse, randnummer 47