

Vergaderjaar 2015–2016

32 827

Toekomst mediabeleid

Nr. 87

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 13 juli 2016

In mijn brief van 22 juni 2015 heb ik uw Kamer toegezegd om de mogelijkheden tot de invoering van een à la carte menu voor de abonnees van aanbieders van pakketten met televisiezenders nader te onderzoeken.¹ Met deze aanpak geef ik verder uitvoering aan de motie van het lid Segers (CU) en het toenmalige lid Huizing (VVD) die de regering oproep de mogelijkheden te verkennen tot het afnemen van kleinere zenderpakketten, dan wel van individuele zenders.²

Met een à la carte menu krijgt de kijker meer invloed op de samenstelling van zijn pakket aan televisiezenders, zodat het aanbod beter wordt toegesneden op zijn individuele wensen dan bij een standaardpakket van dertig zenders. Sinds 2014 zijn pakketaanbieders wettelijk verplicht om minimaal dertig televisiezenders en vijftwintig radiozenders aan te bieden in een standaardpakket. De «must carry» kanalen zijn hier in ieder geval onderdeel van.³ De verdere samenstelling van het pakket is aan de onderhandelingen tussen distributeurs en zenders. Doel van deze bepaling is om te garanderen dat kijkers en luisteraars toegang hebben tot een gevarieerd pakket aan zenders. Het Commissariaat voor de Media rapporteert jaarlijks in de Mediamonitor over de waardering van het publiek van de zenderpakketten.⁴

Ik heb de motie destijds omarmd, omdat ik me goed kan voorstellen dat sommigen consumenten geen behoefte hebben aan een standaardpakket en gebaat zouden zijn bij meer keuzemogelijkheden. Ik zie het als de taak

¹ Kamerstuk 32 827, nr. 75.

² Kamerstuk 33 426, nr. 42.

³ De «must carry» zenders zijn NPO 1, 2 en 3, drie televisiezenders van de Vlaamse publieke omroep, per provincie één regionale publieke televisiezender en per gemeente één lokale, publieke televisiezender.

⁴ Kamerstuk 32 033, nr. 18.

van de overheid om de juiste voorwaarden te creëren, zodat de marktpartijen kunnen inspelen op de behoeften van consumenten.

Het doel van het bijgesloten en hieronder beschreven onderzoek is om inzicht te krijgen in het belang en de wensen van de kijker, de bestaande ervaringen in het buitenland en de relevante ontwikkelingen in de markt.

1. Resultaten van de onderzoeken

Uit het onderzoek van het Commissariaat voor de Media naar de behoefte van de consument aan een à la carte zenderpakket blijkt dat het merendeel van de consumenten (63 procent) zelf een zenderpakket zou willen samenstellen. Ook blijkt dat 51 procent hierin alleen is geïnteresseerd als dit aanbod leidt tot een goedkoper abonnement dan de prijs van de huidige standaardpakketten. Een groot deel van de consumenten (44 procent) zou ook een keuzemogelijkheid willen als het abonnement even duur blijft. Een gering aantal kijkers (4 procent) is bereid om hiervoor meer te betalen.

Uit de eerdere onderzoeken in het kader van de Mediamonitor en uit bijgaand onderzoek blijkt dat de Nederlandse kijker gemiddeld genomen tevreden is met het huidige aanbod. Dit geldt ook voor diegenen die zelf een pakket zouden willen samenstellen. Kijkers geven het huidige standaard televisiepakket gemiddeld een ruime voldoende (gemiddeld cijfer 7,5).

De Nederlandse consumenten is – op verzoek van de fracties van D66 en de VVD – ook gevraagd of zij geïnteresseerd zijn in een mogelijk à la carte menu, alleen voor mobiele apparatuur.⁵ Daarbij moet men denken aan tablets, laptops en smarttelefoons. Tien procent van de consumenten zegt hierin geïnteresseerd te zijn. Een groter deel (24 procent) heeft misschien interesse, maar een meerderheid (60 procent) is hierin niet geïnteresseerd.

Het Commissariaat voor de Media is via het internationale netwerk van toezichthouders (EPRA) ook nagegaan wat de ervaringen zijn met à la carte televisie-aanbod in het buitenland. Hieruit blijkt dat à la carte-TV buiten Nederland niet in grote mate voorkomt. Een vorm van à la carte televisie wordt in een aantal Scandinavische landen aangeboden. In bijna alle Europese landen zijn, net als in Nederland, basispakketten de meest gebruikelijke vorm om televisiezenders aan te bieden, met daar bovenop de mogelijkheid het pakket aan te vullen met bepaalde pay tv-zenders of extra pakketten. Het onderzoek heeft in geen enkel land in Europa specifieke regels gevonden voor een bepaald minimum aantal zenders in een televisiepakket. Nederland is met deze verplichting dus uniek. Wel kent bijna ieder land regels voor «must-carry» zenders. Deze zenders zijn vaak zonder abonnement te ontvangen. De distributiesituatie is in elk land ook verschillend. Naast Nederland is vooral België dicht bekabeld. In andere landen wordt relatief vaker via satelliet of digitale ether gekeken en in toenemende mate via internet. Veel landen hebben wisselende groottes van televisiepakketten, opties om extra zenders of pakketten toe te voegen of satellietontvangers, waarmee de kijkers veel zenders kunnen ontvangen.

Namens mij is ook gesproken met de toezichthouders (Autoriteit Consument en Markt en Commissariaat voor de Media) en het Ministerie van Economische Zaken. De gesprekspartners zijn voorstander van minder regels voor omroepdistributie waar dat kan. Van de zijde van de

⁵ Kamerstuk 32 827, nr. 85.

ACM is gewezen op het feit dat in de markt ook de mogelijkheden toenemen van het via internet naar lineaire TV te kijken («*Over The Top*», ook wel «*OTT*»). Hierdoor zal voor sommige consumenten een «internet-only» abonnement volstaan. Deze optie wordt nog lang niet door alle aanbieders geboden waardoor consumenten verplicht zijn om een combinatie van kabel en internet af te nemen (vaak ook in combinatie met telefonie).

2. Waardering

De belangrijkste doelstelling van een à la carte menu is om consumenten meer keuzevrijheid te bieden. Uit het onderzoek blijkt dat mensen dat ook willen.

Uit de internationale studie blijkt dat er op dit moment in geen enkel Europees land een verplicht à la carte-zender aanbod is en ook in de VS en Canada is het (nog) niet verplicht. In veel landen worden grote basispakketten aangeboden. Dit gebeurt zonder wettelijke verplichting van een minimum standaardpakket zoals in Nederland. Nederland is het enige land met een dergelijke verplichting. Dit doet de vraag rijzen of het huidige verplichte standaardpakket nog een functie vervult. Mijn indruk is dat dit niet het geval is en dat wij hier met minder regels toekunnen. De waarborging van het publieke belang in het lineaire aanbod is in veel Europese landen, net als in Nederland, gegarandeerd door een «*must carry*» regeling.

De diversiteit van het aanbod wordt, zo is mijn indruk, in andere landen door de marktpartijen geboden. Daarnaast speelt dat door de opkomst van andere vormen van kijken («*Video on Demand*» en het «*Over The Top*» via internet kijken) de keuzemogelijkheid van de consument verder wordt vergroot. Bij het kijken van content via diensten als bijvoorbeeld Youtube, Netflix of Videoland bepaalt de consument immers zelf wat hij of zij wil zien.

Sinds kort is er wel een experiment met een à la carte model. Zo biedt de nieuwe interactieve mobiele dienst KNIPPR van T-Mobile, binnen de experimenteerruimte van de Mediawet, een Nederlands basisaanbod van zestien live tv zenders, waaraan zenders los kunnen worden toegevoegd.⁶ En KPN kwam al eerder met KPN-play, een vergelijkbare interactieve TV-dienst.⁷ Ook in deze dienst wordt een kleiner zenderpakket aangeboden. Ik vind het positief dat in de markt dergelijke experimenten ontstaan, die zijn toegesneden op de vraag van de consument.

3. Beleidsvoornemen

Voor mij is het belangrijk dat de consument de ruimte krijgt om uit een audiovisueel aanbod te kiezen. De marktpartijen zijn naar mijn oordeel zeer wel in staat om aan de vraag van de consument te voldoen. Een verplicht standaardpakket legt marktpartijen onnodige regels op en beperkt bovendien de ruimte om verschillende varianten aan te bieden. Ik ben hierdoor van mening dat consumenten noch marktpartijen gebaat zijn bij de huidige regeling. Daarom is het mijn inzet om de wettelijke verplichting van een standaardpakket los te laten, zodat de markt vrij baan krijgt om in te spelen op de behoeften van de consument.

De onderzoeken in het kader van het à la carte menu en de Mediamonitor van het Commissariaat voor de Media maken een belangrijk deel uit van

⁶ <https://www.knippr.nl/>

⁷ <https://www.playvankpn.nl>

mijn evaluatie van de omroepdistributiewet, die dit jaar wordt afgerond.⁸ In deze evaluatie wordt ook het vraagstuk van de diversiteit van het aanbod en de functie die het huidige standaardpakket hierbij vervult, meegenomen. Tevens gaat de evaluatie nader in op de mogelijke effecten die een beleidswijziging heeft op de positie van huidige zenders en aanbieders.

Na de evaluatie van de omroepdistributiewet neem ik een definitieve beslissing over de mogelijke aanpassing van de Mediawet.

De Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
S. Dekker

⁸ Kamerstukken II 2012–2013, 33 426, nr. 93.