



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

Oege Boonstra is internationaal media consultant en founding partner van management adviesbureau 3Rivers



Strijd der giganten

Stelt u zich voor, de RTL-zenders zijn een ruime maand niet te zien op het netwerk van Ziggo of UPC. Kanaal 4, 5, 7 en 10 op uw toestel gaan op zwart. Dat zou in Nederland enorm opzien baren en de gemoederen bezighouden. Toch is dat precies wat deze zomer in de Verenigde Staten gebeurde en het is opvallend dat we er in Nederland niet zoveel van hebben gehoord.

CBS, al lange tijd marktleider op de Amerikaanse broadcastmarkt, opende een groot gevecht met Time Warner Cable, een van de grootste kabelnetwerken in het land. De inzet? Verhoging van de *retransmission fees* (de vergoeding die de kabelaars betalen aan broadcasters voor hun content) en het behouden van het recht op de digitale verspreiding van de zender en haar programma's. Maar liefst 32 dagen was CBS niet te zien op het netwerk van Time Warner Cable, dat steden als New York, Los Angeles en Dallas bedient. De start van het nieuwe seizoen van de National Football League dwong tenslotte Time Warner Cable overstap te gaan.

Wat is het resultaat? De vergoeding die de kabelaars aan het broadcast *network* van CBS gaan betalen, is verdubbeld. Naar het zich laat aanzien, gaat CBS twee dollar per huishouden per maand incasseren, een enorm bedrag. Als klap op de vuurpijl behouden de broadcasters het recht om hun content ook aan nieuwe, digitale verspreidingsvormen ter beschikking te stellen (second screen, OTT leveranciers als Netflix, noem maar op).

Een *slam dunk* voor CBS: andere networks als ABC, NBC en Fox wrijven zich in de handen. De networks, die het de laatste jaren toch lastig hebben gekregen door verlies van marktaandeel, hebben er in één klap een geweldige nieuwe inkomstenstroom mee aangeboord. Op deze wijze maken ze zich minder afhankelijk van de traditionele advertentiemarkt en creëren een positie om ook op digi-

taal terrein aanzienlijke inkomsten te genereren. Deze ontwikkeling zal ook de aandacht van de Europese spelers hebben getrokken. Geloof maar dat ook in ons land RTL, SBS, Fox, Discovery, UPC, Ziggo en KPN de oren hebben gespist. Want ook hier vinden dezelfde discussies plaats tussen zender en distributeur, waarbij het over enorme bedragen gaat. Ook bij onze zuiderburen zijn de gevechten tussen deze grote partijen intens. Wie zal hier nu gaan winnen?



De networks hebben in één klap een geweldige nieuwe inkomstenstroom aangeboord



Als het Amerikaanse voorbeeld naar Europa overwaait, lijkt de uitkomst wel vast te staan. Wie de content in eigendom hebben of exploiteren, hebben de sterkste kaarten. Het zal hier vast niet ontploffen zoals in de Verenigde Staten, de onderhandelingen zullen onder de radar plaatsvinden. Het lijkt echter geen twijfel dat de zenders aan gewicht winnen door hun greep op de programmering. In de 3Rivers bespreking van de krachten in

de waardeketen in het aprilnummer van *Broadcast Magazine*, kwamen we ook al tot deze conclusie: het adagium *content is king* zal het winnen van het dogma *distribution rules*.

Per land zal het gevecht zijn eigen karakteristiek kennen. In België bijvoorbeeld is de positie van Telenet zó dominant (waar zijn de mededingingsautoriteiten?), dat het daar wel eens een wat taaiere strijd kan worden en de broadcasters voorlopig nog aan het kortste eind trekken. De kans is groot dat er één slachtoffer zal zijn van deze strijd der giganten: de kijker. Distributeurs slagen er over het algemeen in om oplopende kosten aan hun klanten door te berekenen... De positie van de netwerk operators is zo sterk en de concurrentie tussen de infrastructuur dermate beperkt, dat de prijzen van abonnementen wel zullen stijgen. Waarmee zeker in de VS, maar misschien ook wel in Nederland de consument weer eens de rekening krijgt gepresenteerd.