



4-5

REGIO hoopt op versterking aanbod, **SES** optimistisch



6-7

Politiek 'poldert' voor **BREEDBAND-SUBSIDIE** platteland



8-9

HD zet door, **ASTRA ONLINE** in nieuw jasje



10-11

Zomer in **FRIESLAND**, Focus op **FRANKRIJK**



12

Bekende kop en schotel: **FONS VAN WESTERLOO**

Boer vindt internet

Terwijl in omroepland de laatste voorbereidingen werden getroffen voor alweer een seizoen *Boer zoekt vrouw*, werkte landbouwminister Gerda Verburg aan een andere belangrijke stimuleringsmaatregel voor de agrarische sector: boeren en tuinders die geen breedband kunnen krijgen via kabel, dsl of mobiel netwerk, krijgen een financiële bijdrage voor de eenmalige investeringen in alternatieve oplossingen zoals internet via satelliet.

Want voor een moderne boer is breedband een absolute noodzaak. Niét voor internet-dating, maar voor de dagelijkse bedrijfsvoering. Want ook het agrarisch bedrijf gaat steeds meer *online*. "Precisielandbouw wordt steeds meer gemeengoed en is zonder breedbandinternet niet mogelijk", aldus agrarisch ondernemer Bauke Bierma in dit nummer.

ASTRA Benelux had ruim een jaar geleden de breedbandproblematiek in buitengebieden onder de aandacht van politiek en overheid gebracht, waarna CDA-Kamerlid Joop Atsma een motie indiende met verzoek om een stimuleringsmaatregel. Die is er nu gekomen en dat is goed nieuws voor de duizenden boeren en tuinders die verstoken zijn van internettoegang. Hierdoor kan Nederland zich straks met recht 'Breedbandland' noemen en ASTRA zal uiteraard haar steentje bijdragen om dit zo snel mogelijk te realiseren. Want met *ASTRA2Connect* is er een breedbandoplossing die naadloos aansluit bij de behoeften van boeren en tuinders in buitengebieden. En dankzij het grote bereik van de *footprint* is *ASTRA2Connect* ook de ideale internetoplossing voor de vele camper- en caravanbezitters die deze zomer Europa intrekken...

Prettige vakantie!



Bill Wijdeveld
Algemeen Directeur ASTRA Benelux



Andrei Noppe (links) en René Tensen van CanalDigitaal.


CANALDIGITAAL KLAAR VOOR VOLGENDE STAP

"We zijn primair op zoek naar nieuw publiek"

'Ideaal voor Digitaal', luidt de slogan van de campagne die CanalDigitaal onlangs lanceerde. De voortekenen wijzen inderdaad op de gehoopte nieuwe impuls voor satellietontvangst in Nederland. "De afgelopen jaren hebben we ons de kaas een beetje van het brood laten eten. De ambitie is om een fairder share voor de satelliet te pakken in de groeiemarkt van digitale televisie."

Nieuwe bezems vegen schoon: met managing director Andrei Noppe (sinds september 2007 in dienst) en commercieel directeur René Tensen (sinds 1 februari dit jaar actief) aan het roer, heeft CanalDigitaal ook welbewust zijn koers verlegd. Tensen, die voor zijn komst naar Hilversum twaalf jaar lang in binnen- en buitenland diverse marketing- en salesfuncties bekleedde in de mobiele telecomsector, kent de geschiedenis:

"Toen twee jaar geleden het 'geweld' tussen Digitenne en de kabel begon en Ziggo groot werd gelanceerd, gingen ze samen de digitale tv-markt opjagen. In die versnelling kochten mensen steeds minder bij vakspecialisten, maar meer op internet en bij retailers in het winkelcentrum." In die circuits speelde CanalDigitaal een ondergeschikte rol, "omdat je daar nu eenmaal moeilijk een grote doos met spullen zonder installatie verkoopt voor ▶



“De Smartpack-campagne
kannibaliseert niet met
de traditionele business”

“Je moet overal zijn in het distributienetwerk.”

300 euro. Er was geen omloopsnelheid in die twee kanalen en dat was ook een van de uitdagingen die ik onmiddellijk op mijn bordje kreeg”, aldus Tensen.

‘Ontzorgen’

Met als resultaat het zogeheten HD Smartpack in twee varianten, EntertainmentHD en FamilieHD, voor respectievelijk € 29,95 en € 19,95 per maand. “Een zeer laagdrempelig product, zowel qua prijs als positionering”, vindt Andrei Noppe. Hij weet als geen ander hoe belangrijk het “ontzorgen van mensen” is, juist gezien zijn technische achtergrond. Noppe werkte eerder bij diverse kabeltelevisiebedrijven, waaronder in de directie van het Duitse Primacom en meest recent Casema, vlak voor de fusie tot Ziggo.

“Op internet en bij grote retailers moet je het kopers zo makkelijk mogelijk maken; vandaar een handzaam doosje met alleen een smartcard die je telefonisch kunt activeren en wij doen de rest. Televisie is een *commodity*, dat betekent dat je ook in het distributienetwerk overal moet zijn. We zien bijvoorbeeld dat CanalDigitaal nu wel staat vermeld als alternatief bij die postcodechecks op internet.”

Noppe benadrukt dat “we ons met deze campagne weliswaar richten op retail- en internetoutlets, maar voor het leveren van spullen en de installatie gebruiken we het ook om de relatie met de dealers, de satelliet specialisten, weer aan te trekken. Afgezien van onze eigen zes monteurs en een netwerk van ‘installerende aannemers’, hebben we met een behoorlijk

aantal vakhandels afspraken gemaakt dat we bij hen, als pakketten zijn verkocht, online kunnen inplannen. Dan heb je dus de *best of both worlds*: verkoop via de kanalen waar het vandaag de dag steeds meer gebeurt en tegelijkertijd de installatie door ter zake kundige mensen.”

Met die groep, zo’n vijftig ‘Excellent Dealers’, willen Noppe en Tensen graag intensiever en gericht samenwerken. “Om met hen de markt verder te ontwikkelen, gaan ASTRA en CanalDigitaal bijvoorbeeld een ondersteunend marketingtraject inzetten. Er ontstaan in feite twee productcombinaties: zeg maar de *one size fits all* optie via winkelcentrum en internet en daarnaast voor klanten die doelbewust de vakspecialist opzoeken. Ze weten vaak beter wat ze willen en hebben specifieke

wensen. Dat is uniek en we mogen ons gelukkig prijzen met het mooie netwerk om hen te bedienen, bijvoorbeeld door het brede palet aan ontvangers en schotels.”

Enig alternatief

De nieuwe ‘twee sporenstrategie’ bezorgt CanalDigitaal zelfvertrouwen, zoveel is duidelijk. Tensen: “In buitengebieden zijn we het enige alternatief als je haarscherp beeld en veel zenders wilt, als je een tweede huis hebt in het buitenland zijn we het enige alternatief, als je met je camper door Europa rijdt, zijn we het enige alternatief. En voor mensen die kwaliteit willen, zijn we in toenemende mate óók het alternatief in de bekabelde gebieden. We zien door het aanbieden van de nieuwe service bijvoorbeeld redelijke scores in de Randstad en grappig is ook dat voor het eerst vrouwen zich inschrijven. Dat hele ‘technische sausje’ is weg, waardoor ze nu wel een satellietpakket durven aan te schaffen.”

Ook High Definition is een belangrijke pijler onder de filosofie van CanalDigitaal, benadrukken Tensen en Noppe. “Er zijn nu al bijna tien free-to-air HD-kanalen en we kijken continu welke stations we kunnen toevoegen aan ons eigen HD-pakket. Commercieel gezien is de *value proposition* voor HD er momenteel nog niet omdat de hele keten ‘om’ moet en iedereen naar elkaar kijkt. Er moeten meer zenders in HD willen uitzenden, er moet capaciteit worden toegekend in de distributie ervan, maar ook moeten meer mensen over HD-ontvangers gaan beschikken. Maar wij denken dat nú het moment is dat zaken bij elkaar gaan komen. Wij denken dat we al die mensen die nu al geïnvesteerd hebben in een HD Ready of Full HD televisie voor

een paar euro meer kunnen interesseren om via ons HD te gaan kijken en daarmee het potentieel van hun tv benutten.”

“Ik zit nog maar kort in deze markt, maar het potentieel zit in concurrerende niches”, beseft Tensen. “We zijn primair op zoek naar nieuw publiek. En dat lijkt te lukken, want uit de postcode van de bestellingen en het feit dat meer vrouwen het Smart-pack willen, blijkt inderdaad dat we een andere doelgroep trekken. En daardoor kannibaliseert het niet met de traditionele business, de zaken in de vakhandel. Kijk, ons businessplan is realistisch genoeg om rekening te houden met het feit dat niet iedereen in Nederland een schotel aan de muur schroeft, vanuit esthetisch

oogpunt of de associatie met bepaalde doelgroepen.”

“Als we uitgaan van betere resultaten in de helft van het groeipotentieel – we zien de penetratie van digitaal tv kijken de komende jaren doorstijgen van 50 naar zeker 85 procent – dan doet CanalDigitaal nog steeds goede zaken. Onze ambitie is om een *fairder share* voor de satelliet te pakken in de groeiemarkt voor digitale televisie, wat sinds de agressievere campagnes van Ziggo en Digitenne moeilijker werd. We haken daar echter op in door te *slipstreamen* op het feit dat zij de digitale televisiemarkt versnellen, en voor klanten die zich goed oriënteren een sterk alternatief te bieden.” ■

Alles in 1 of meer en **beter** van 2?

CanalDigitaal is vooralsnog een zogeheten single play provider, terwijl de trend bij binnenlandse kabelconcurrenten en buitenlandse collega's als Sky is om naast digitale tv ook telefonie en breedbandinternet aan te bieden. Heeft CanalDigitaal plannen in die richting?

“Als je kijkt naar marktonderzoek, zijn mensen niet zozeer op zoek naar één contractrelatie, maar naar een lagere prijs”, aldus Tensen. “We zijn daarom absoluut niet gefocust op zelf internet of telefonie doen, maar kijken wel of we kunnen bundelen met een internetpartij die geen tv biedt. Kabelpartijen bieden nu aan: ‘Alles in 1’. Wij zeggen: ‘Meer en beter van 2’. Onze internet-partner kan zijn eigen klanten benaderen met ‘blijf bij me internetten en bellen en je krijgt er televisie van CanalDigitaal bij’. En wij kunnen hetzelfde roepen tegen onze klanten. De optelsom telt. Als we zoiets doen, is dat zeer concurrerend want niemand heeft HDTV in zijn combinatiepakket.”

Bij het ter perse gaan van deze Footprint was de naam van de internet-partner nog niet bekend, maar we verwachten u in het volgende nummer hierover uitgebreid te kunnen berichten.



“Het potentieel zit in concurrerende markten.”

RUIM 420.000 HUISHOUDENS IN DE BENELUX ONTVANGEN 23.5-SIGNAAL

Regionale omroep hoopt op versterking zenderaanbod

De ASTRA 23.5 positie manifesteert zich steeds nadrukkelijker als de nieuwe 'hot spot' voor satellietontvangst in Nederland en Vlaanderen. Daarmee worden ook de pijlers onder zowel de ontwikkeling van HDTV als regionale omroep verder verstevigd. Maar er staan nog wel de nodige uitdagingen te wachten...



Gerard Schuiteman: "Er valt nog het nodige te ontwikkelen."

Volgens marktonderzoek van SES ASTRA waren eind 2008 ruim 420.000 satelliet-huishoudens in de Benelux - 310.000 in Nederland, 110.000 in België, waarvan 80.000 in Vlaanderen - in staat de nieuwe ASTRA 23.5 positie te ontvangen. Die werd twee jaar geleden geïntrodu-

ceerd voor de ontvangst van onder meer regionale omroep en HDTV. "De cijfers bewijzen het succes," stelt Bill Wijdveld namens ASTRA Benelux vast. "Mede dankzij de geslaagde marktintroductie van de ASTRA DUO LNB is de gecombineerde ontvangst van ASTRA 19.2 en ASTRA 23.5 inmiddels de standaard geworden voor nieuwe Nederlandstalige satelliet-huishoudens."

Daarmee krijgen deze niet alleen de mogelijkheid om steeds meer HDTV-kanalen te ontvangen, maar ook toegang tot tien regionale publieke zenders. "De 23.5 Oost moet met 19.2 Oost één satelliet-positie voor Nederland worden," besefte ook Gerard Schuiteman, directeur van ROOS, de verenigde regionale omroepen. "ASTRA heeft daartoe een grote stap gemaakt, maar er valt nog het nodige te ontwikkelen. De groei lijkt momenteel vooral in de vervangingsmarkt te zitten; versterking van het programma-aanbod op 23.5 Oost is dan ook essentieel om het restant bestaande schotelkijkers tot in de installatie van een DUO LNB te bewegen."

Stimulans

Jaap Hilbink, technisch directeur bij RTV Oost, bevestigt dat: "Dankzij een behoorlijk pr offensief van ASTRA en de deelnemende regionale omroepen is de verkoop van DUO LNB's behoorlijk op gang gekomen, waardoor we inmiddels op 50% van het totale satellietbereik zitten. De uitdaging zit nu vooral in het bereiken van de andere helft schotelkij-

kers die nog geen *upgrade* heeft gedaan voor de ontvangst van 23.5 Oost. De verspreiding van bijvoorbeeld de HD-versies van zenders als Nederland 1, RTL 4 of SBS 6 via 23.5 zou natuurlijk een prima stimulans zijn. Het zou mooi zijn als daar dit jaar nog een start mee wordt gemaakt. De regionale omroepen zullen in ieder geval in samenwerking met ASTRA actief campagne blijven voeren om schotelkijkers op de beschikbaarheid van de regionale omroep te wijzen."

Het marktonderzoek van SES ASTRA, uitgevoerd in samenwerking met TNS NIPO, wees ook uit dat Nederland eind 2008 ruim 620.000 huishoudens telde, die primair televisie kijken en radio luisteren via de satelliet. Dat was 30 procent meer dan in 2007. Nog eens 250.000 Nederlandse huishoudens maken voor secundaire locaties (tweede woning, camper, caravan, boot, et cetera) gebruik van satellietontvangst.

Katalysator

Ook in Europa - met name Frankrijk, de Oekraïne en het Verenigd Koninkrijk - blijft het bereik van televisie-uitzendingen via SES ASTRA groeien. De satellietvloot bereikt inmiddels 122 miljoen Europese huishoudens, waarvan ruim 53 miljoen via een eigen of gedeelde schotelantenne.

Die toename is voor een groot deel te danken aan ASTRA's digitale satellietopmars in Europa. In 2008 kwamen er in dat kader 6,1 miljoen huishoudens bij, wat het totaal bracht op 47,2 miljoen huishoudens - 74 procent van alle huishoudens met een digitaal satelliet-signaal. Momenteel ontvangt 50 procent van de in totaal 243 miljoen Europese huishoudens haar tv-programma digitaal, waarmee satelliet bewijst de grote katalysator van digitalisering te zijn. Het digitaliseringspercentage via satelliet is drie keer hoger (89%) dan dat van kabelmaatschappijen (27%). ■

ECONOMISCHE TEGENWIND HEEFT GEEN NEGATIEVE GEVOLGEN

SES blijft optimistisch en investeren

Aanhoudende economische crisis of niet, SES ASTRA ziet geen reden tot doemdenken. Sterker nog, in het Luxemburgse hoofdkwartier in Betzdorf rekent men nog altijd op een omzetgroei van meer dan 5 procent voor het jaar 2010.

Hoewel de financiële tegenwind ook veel media treft die via de ASTRA satelliet-systemen uitzenden, staan de bedrijfsresultaten van SES fier overeind. Alle wereldwijde onderdelen van de beursgenoteerde satellietonderneming boekten dit eerste kwartaal een hogere winst dan het jaar ervoor. De omzet kwam uit op bijna 424 miljoen euro, de winst op circa 190 miljoen. De grootste klanten zijn nu eenmaal de minder conjunctuurgevoelige publieke zenders en betaalplatforms.

Romain Bausch, president en CEO van SES: "Het eerste kwartaal van dit jaar is volgens verwachting en conform businessplan verlopen. Dat onderstreept onze stabiliteit en groeipotentie. We hebben tal van nieuwe contracten gesloten en zien vooral verdere vooruitgang in HD-programmering. Op dit moment heeft de economische situatie geen negatieve impact op ons. De business van de meerderheid van onze klanten blijkt stabiel of laat gezonde groei zien. Daarom blijven we optimistisch en zien we op dit moment geen reden onze verwachtingen bij te stellen."

Uitbouw ASTRA 23.5

In maart van dit jaar werd de ASTRA 1G op 23.5 Oost in gebruik genomen, waarmee de beschikbare capaciteit op deze satellietpositie tot 56 transponders is uitgebreid. De extra transpondercapaciteit

op 1G is met name bedoeld ten behoeve van HDTV-uitzendingen in de Benelux en Centraal Europa. ASTRA biedt inmiddels ruim 70 HDTV-kanalen via diverse satellietposities. Begin 2010 zullen ook de Duitse publieke omroepen ARD en ZDF met free-to-air HD-uitzendingen van start gaan via ASTRA 19.2 Oost. De verwachting is dat het aanbod op ASTRA volgend jaar tot circa 100 HD-zenders zal doorgroeien.

YahLive

Eind 2009 zal de 23.5 positie nog verder worden versterkt met de lancering van ASTRA 3B, de satelliet die momenteel in aanbouw is bij EADS ASTRIUM in het Franse Toulouse. En daarbij blijft het niet, want ook in andere werelddelen wordt stevig geïnvesteerd. Zo hebben SES ASTRA en het Arabische Yahsat een satellietbedrijf in het leven geroepen (YahLive), dat zich richt op meer dan 24 landen in het Midden-Oosten, Noord-Afrika en Zuidwest Azië, inclusief de Golfstaten en Maghreb. YahLive zal DTH satellietdiensten aanbieden voor free-to-air en betaaltelevisie providers in deze regio. De Yahsat 1A satelliet wordt momenteel geproduceerd en naar verwachting in het vierde kwartaal van 2010 gelanceerd naar 52.5° Oost. ■



In het Franse Toulouse wordt hard gewerkt aan de totstandkoming van de ASTRA 3B-satelliet, ter versterking van de 23.5 positie.

MINISTER VERBURG WIL ALLE BOEREN OP BREEDBANDINTERNET

Politiek 'poldert' voor



LNV-minister Gerda Verburg wil agrarische ondernemers ondersteunen die alleen tegen hoge kosten toegang kunnen krijgen tot breedbandinternet.

Het ASTRA-initiatief om huishoudens en agrarische bedrijven in de Nederlandse 'buitengebieden' aan te sluiten op breedbandinternet heeft vruchten afgeworpen. Minister Gerda Verburg (LNV) heeft besloten dat boeren, die nog niet over een dergelijke aansluiting beschikken, hiervoor een bijdrage kunnen krijgen van het ministerie van landbouw.

Verburg stelt per boerenbedrijf 200 euro beschikbaar, op voorwaarde dat minimaal 400 euro wordt geïnvesteerd. Dat geld is uitsluitend bedoeld voor de aansluiting en niet voor de aanschaf van computers. Agrariërs die gebruikmaken van de regeling, moeten een contract met een provider kunnen overleggen. Verburg verwacht dat enkele duizenden agrarische ondernemers een aanvraag zullen indienen. Brussel moet de uitwerking van de regeling nog goedkeuren, maar het doel is om deze regeling vanaf 2010 te laten ingaan.

bouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) Gerda Verburg dat "de voorstellen van het Economisch Herstelplan de mogelijkheid bieden middelen in te zetten voor infrastructuur voor breedbandinternet." Begin juni concretiseerde ze dat dus. Met een aansluiting op breedbandinternet wil de minister onder andere meer efficiency bewerkstelligen. "Digitale afhandeling gaat veel sneller, levert veel minder fouten én een personele besparing op bij de Dienst Regelingen, waardoor meer capaciteit beschikbaar komt om boeren te ondersteunen bij het invullen van de

"Digitale afhandeling gaat veel sneller en levert veel minder fouten op"

Het dit voorjaar door de Europese Unie vastgestelde Economisch Herstelplan voorziet in een extra bedrag van 1.02 miljard euro voor de versnelde uitrol van breedband in Europese buitengebieden. Met een verplichte extra bijdrage van 25 procent zou het voor Nederland beschikbare bedrag op ruim 7 miljoen euro komen. In het besluit wordt *satellite-based ground equipment* expliciet genoemd als een van de beoogde bestemmingen voor de extra subsidie.

Meer efficiency

In een eerdere brief aan de Tweede Kamer bevestigde minister van Land-

digitale formulieren. Digitale aanlevering maakt een hoger serviceniveau ook makkelijker door online ondersteuning."

De bewindsvrouw wil agrarische ondernemers ondersteunen die alleen tegen hoge kosten toegang kunnen krijgen tot breedbandinternet. Dit zijn gebieden waar nu nog geen breedband beschikbaar is via telefoon, kabel of mobiel netwerk. De tegemoetkoming in de kosten is technologieneutraal, wat wil zeggen dat het niet uitmaakt welke technologie of welke provider de boer kiest. Het is niet de bedoeling dat agrariërs die al een aansluiting hebben, overstappen op een

platteland

‘Mijn markt reikt verder dan mijn land’

Agrarisch ondernemer Bauke Jan Bierma sprak begin april in het Italiaanse Turijn de conferentie European Regions for Better ICT Connections toe. Ten overstaan van overheidsambtenaren en telecom operators uit EU-landen legde de enthousiaste gebruiker van ASTRA2Connect uit waarom goede, snelle internettoegang essentieel is voor zijn dagelijkse werkzaamheden en maatschappelijk functioneren.

De in Zeewolde gevestigde Bierma beschikt sinds een klein jaar over breedbandinternet via de satelliet en maakt er zowel zakelijk als

privé gebruik van. “Precisielandbouw wordt steeds meer gemeengoed en is zonder breedbandinternet niet mogelijk. Los van het nut en de noodzaak voor de boeren, heeft de overheid baat bij digitalisering. Administratieve lasten worden daarmee fors verminderd,” sprak Bierma, die zich ervan bewust was geworden dat “mijn markt verder reikt dan mijn land. Voor mijn collega-agrariërs geldt dat ook, maar velen van hen in buitengebieden moeten nog over de digitale drempel stappen.” Het voornemen van minister Verburg zal Bierma en zijn collega’s dan ook als muziek in de oren klinken.

andere vorm van internetconnectie.

Met de laatste signalen geven zowel Brussel als Den Haag gehoor aan de Kamerbreed gesteunde motie-Atsma, waarin het kabinet om een stimuleringsmaatregel voor breedband op het platteland werd verzocht. Joop Atsma, indiener van de motie: “Breedband is een *must* voor de hele agrarische sector. Satellietinternet is een prima alternatief om de breedbandproblematiek in buitengebieden snel en goed op te lossen. De door minister Verburg voorgestelde eenmalige stimuleringsbijdrage helpt om de toegangsdrempel hiervoor te verlagen.”

Bewezen oplossing

In de onlangs door ASTRA Benelux opgestelde notitie ‘Platteland ook Breedbandland’ wordt op basis van cijfers van onder meer het Centraal Planbureau geschat dat in Nederland 114.000 huishoudens, waaronder 26.000 agrarische bedrijven, geen toegang hebben tot snel internet. Voor deze groep is internet via satelliet nu beschikbaar onder de naam *ASTRA2Connect*. Internet via satelliet heeft zich al in tien andere Europese landen bewezen als een bruikbare oplossing voor het platteland. De door ASTRA aangedragen oplossing voor de digitale ontsluiting van het platteland is praktisch en snel: een eenmalige subsidie voor de eindgebruiker door middel van een ‘breedbandbon’. De oplossing van

Gerda Verburg komt daar dus aardig in de buurt.

Albert Jan Maat, voorzitter van LTO Nederland, de ondernemers- en werkgeversorganisatie voor de agrarische sector: “Zowel het besluit van de Europese Unie als de voorgenomen maatregel van de minister bieden goede aanknopingspunten voor een spoedige oplossing van de breedbandproblematiek in het buitengebied, waar een groot deel van onze leden gevestigd is en voor wie breedbandinternet van essentieel belang is. LTO Nederland wil dan ook in nauwe samenspraak met het ministerie van LNV en de telecomsector zo snel mogelijk tot een praktisch en uitvoerbaar breedbandplan komen, waarmee de extra bijdragen voor breedbandontwikkeling optimaal benut kunnen worden.”

Bill Wijdeveld, Algemeen Directeur ASTRA Benelux: “De door minister Gerda Verburg voorgestelde stimuleringsmaatregel is goed nieuws voor agrariërs in de rurale gebieden. Niet alleen voor agrarische toepassingen, maar ook op het vlak van zorg, onderwijs en energie is breedband belangrijk geworden. Door dit besluit regelt de overheid dat ook deze groep binnen afzienbare tijd kan beschikken over breedbandinternet. Uiteraard zal ASTRA als een van de aanbieders gaan meewerken om de implementatie succesvol te laten verlopen. Eind 2010 heeft Nederland dus echt 100% breedbanddekking!” ■



Bauke Jan Bierma sprak in Turijn over zijn goede ervaringen met ASTRA2Connect.

TOUR DE FRANCE IN HIGH DEFINITION VIA VRT EN EUROSPORT

HD zet door

Niemand twijfelt over de beeldkwaliteit van High Definition (HD). Toch zijn er nog niet al te veel populaire programma's die in HD-kwaliteit worden uitgezonden. Dat heeft voornamelijk te maken met de hoge kosten die omroepen moeten maken om over te schakelen. Uit een rondgang langs zenders in Nederland en Vlaanderen blijkt echter dat het tij langzaam keert.

RTL Nederland: HD op twee manieren actueel

Voor RTL Nederland is HD op twee manieren actueel. Aan de ene kant probeert RTL zoveel mogelijk buitenlandse films en series in HD-kwaliteit aan te kopen. Daarnaast is RTL druk bezig met het ombouwen van haar eindregie in

dingen. Vanaf dat moment biedt RTL haar vier zenders (RTL 4, 5, 7 en 8) zowel aan in SD- als in HD-kwaliteit.

Vlaamse VRT: eigen producties in HD

De Vlaamse publieke omroep VRT is verder met HD dan de meeste Nederlandse omroepen. De eindregie van VRT is bijvoorbeeld al *HD Ready*. Daarnaast produceert de VRT reeds eigen series in HD. Zo is de populaire Vlaamse reeks *FC De Kampioenen* sinds kort in HD te zien. Ook als het gaat om de aankoop van buitenlandse programma's, probeert de VRT zoveel mogelijk HD-producties te verwerven. Toch benadrukt de woordvoerder van de VRT dat, gezien de hoge kosten, de omslag naar HD geen revolutie is, maar een evolutie. Het zal daarom nog wel even duren voordat talkshows en andere studioprogramma's in HD te zien zullen zijn. Wél zal deze zomer ook via ASTRA de Tour de France in HD te

zien zijn op de VRT HD-zender – net als vorig jaar. Dit kanaal is onderdeel van het HD-pakket van CanalDigitaal en TV VLAANDEREN.

Nederlandse Publieke Omroep (NPO): weinig budget

Ook de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) is druk bezig met het ombouwen van de eindregie. De NPO is daarbij net iets eerder klaar dan RTL, wat betekent dat Nederland 1, 2 en 3 al gedeeltelijk zullen starten met HD-uitzendingen. Dat betekent niet dat alle publieke programma's in HD te zien zullen zijn; de NPO heeft voor-

Omroepen zijn druk bezig met het ombouwen van de eindregie voor HD

Luxemburg, een noodzakelijke aanpassing om programma's ook daadwerkelijk in HD-kwaliteit te kunnen uitzenden. Dat ombouwen gaat niet in een vloek en een zucht, want 'tijdens de verbouwing gaat de verkoop gewoon door.' Na de zomer (wanneer precies, kan RTL niet zeggen) is de eindregie gereed voor HD-uitzen-

Meer HD op ASTRA: Eurosport HD en History HD

ASTRA loopt voorop als het gaat om het HD-aanbod. Via ASTRA zijn inmiddels meer dan zeventig HD-kanalen beschikbaar. Hieronder bevinden zich free-to-air kanalen als het ASTRA HD Demo Channel, BBC HD, Arte HD, Anixe HD en Luxe TV HD. Het free-to-air HD-aanbod zal binnen enkele maanden worden uitgebreid met de HD-versies van ARD en ZDF. Momenteel vinden al testuitzendingen plaats. In augustus geeft de Duitse publieke omroep alvast een voorproefje met live HD-uitzendingen van het Wereldkampioenschap Atletiek vanuit Berlijn.

Ook CanalDigitaal breidt in juli haar HD-pakket op ASTRA 23.5 verder uit met Eurosport HD (met onder andere de Tour de France) en History HD. Het pakket bestond al uit Discovery HD, MTVN HD, National Geographic HD, MelodyZen TV en Brava HD. Over mogelijke doorgifte van de HD-versies van de landelijke publieke en commerciële zenders wordt nog onderhandeld.



lopig nauwelijks budget om HD-producties te financieren. Wel zal de NPO op 4 juli bij Ziggo met HD beginnen, onder andere de Tour de France. Met CanalDigitaal wordt nog gesproken over satellietdistributie. De studio van actualiteitenprogramma NOVA is overigens al volledig geschikt gemaakt voor HD.

SBS: eerst deal met distributeurs

Technisch en productioneel is SBS er helemaal klaar voor. Ook is de zender bezig met de ombouw van de eindregie. SBS heeft het voornemen om met NET 5 te beginnen in HD. Buitenlandse series koopt SBS nu al aan in HD en ook eigen series – zoals *Verborgen Gebreken* – worden al gedraaid in HD. Nu moet het commerciële deel nog rondkomen; SBS is daarover in gesprek met de distributeurs, waaronder kabel-aars en CanalDigitaal. Als de kijker straks extra gaat betalen voor een HD-zender, vindt SBS het niet meer dan logisch dat de zender gecompenseerd wordt voor de extra investeringen. SBS hoopt en verwacht dat er nog dit jaar een akkoord is met de distributeurs. ■



De cast van Verborgen Gebreken, de nieuwe drama-serie op NET 5 over Amsterdamse makelaars die in HD is gedraaid.

ASTRA online: nieuwe url, nieuw jasje

Als u onlangs de site van ASTRA Benelux heeft bezocht, is u waarschijnlijk al opgevallen dat de site een inhoudelijke meta-morfose heeft doorgemaakt. Het is nog steeds dezelfde site, met hetzelfde vertrouwde uiterlijk, maar inhoudelijk totaal vernieuwd en verbeterd.



Consumenten die een bezoekje brengen aan de ASTRA-site, hebben gemiddeld drie redenen om dat te doen: nieuwsgierigheid naar de mogelijkheden van satelliet (al dan niet gepaard met de wens om over te stappen), behoefte aan informatie over de huidige satellietaanplugging en ondersteuning. Op deze drie pijlers is de site ingericht. De eerste stap daarbij is het eenvoudiger vindbaar en bereikbaar maken van de website. Dat is deels bereikt door een aanpassing van de teksten en informatie met het oog op indexing door zoekmachines, maar ook met behulp van een volledig nieuwe url. Men zoekt naar wat men kent en daarom is de site van ASTRA Benelux vanaf nu ook te bereiken via www.astrabenelux.nl.

Alles in één oogopslag

De vernieuwde voorpagina biedt in één overzicht een indeling met relevante infor-

matie. Op zoek naar wetenswaardigheden over HDTV via de satelliet, internet via de satelliet, het zenderaanbod of vragen over de installatie van een schotel? Vanaf de voorpagina zijn deze onderwerpen met slechts één muisklik bereikbaar. Geen zoek naar de gewenste informatie, maar alles in één oogopslag aangereikt. Belangrijk speerpunt is het beantwoorden van vragen. Wie niet eerst het complete internet wil afstruinen voor bijvoorbeeld het antwoord op de vraag wat nu precies het verschil is tussen Full HD en HD Ready of alles wil weten over het zenderaanbod op de satelliet, kan terecht op www.astrabenelux.nl. De vernieuwde site informeert niet alleen, maar inspireert en enthousiasmeert ook. Waarbij we natuurlijk altijd open staan voor aan- of opmerkingen. Stuur dan een mail naar Diane van Lambalgen, office & project coördinator bij ASTRA Benelux: benelux@ses-astra.com ■

Via benelux@ses-astra.com kunt u zich ook aanmelden voor 'Footprint Flash', de e-zine waarmee u op de hoogte kunt blijven van het allerlaatste satellietnieuws.

OMROP FRYSLÂN SCOORT MET 'ZOMERSPELEN'

Simmer yn Fryslân

Van Oerol en skûtsjesilen tot kaatsen, openluchtspelen en fierljeppen. De Friese zomer staat bol van de zomerspelen die duizenden toeschouwers trekken. Omrop Fryslân, een van de regionale omroepen die via ASTRA 23.5 uitzendt, doet verslag van al deze evenementen onder de naam Simmer yn Fryslân. Gevolg: stijgende kijkcijfers in de zomer, in plaats van dalende. "Het is hier net de Volvo Ocean Race, maar dan op z'n Fries."

Zoals voor zoveel programmamakers en tv-stations was de Britse BBC de inspiratiebron voor Simmer yn Fryslân, vertelt Peter van der Zande, hoofd Marketing & Kommunkaasje bij de Friese regionale omroep. "Friesland bruist in de zomer. Het is ongelooflijk hoeveel hier wordt georganiseerd. Het is echt feest. Natuurlijk besteedden we al aandacht aan evenementen als kaatsen en skûtsjesilen, maar nooit onder één en dezelfde paraplu. Drie jaar geleden zijn we daarom begonnen met ons 'merk' Simmer yn Fryslân en het was meteen een succes. Sindsdien bouwen we dit multimediale concept veel verder uit."

"We zijn overal prominent aanwezig en ons herkenbare logo helpt daar nog een extra handje bij"

Volvo Ocean Race

Simmer yn Fryslân zorgt voor grote herkenbaarheid bij de kijkers, luisteraars en internetbezoekers, want alle Friese evenementen worden op een samenhangende manier verslagen. Van der Zande: "Dat is in eerste instantie prettig voor ons publiek, want die weten ons op



deze manier veel beter te vinden. Daarnaast is het goed voor het imago van Omrop Fryslân. We zijn overal prominent aanwezig en ons herkenbare logo helpt daar nog een extra handje bij. Neem bijvoorbeeld het skûtsjesilen. Naast de boten die meedoen, is er slechts één andere boot in het wedstrijdwater. Inderdaad, die van Simmer yn Fryslân. Het is hier net de Volvo Ocean Race, maar dan op z'n Fries."

Stijgende lijn

Waar andere regionale omroepen de kijkcijfers in de zomer steevast zien inzakken, daar heeft Omrop Fryslân in de zomermaanden juist een stijgende lijn te pakken. "Natuurlijk komt dat grotendeels door de fantastische evenementen die hier

plaatsvinden. Maar ik ben ervan overtuigd dat Simmer yn Fryslân de populariteit van onze zender nog extra versterkt," meent Peter van der Zande.

Last but not least probeert de omroep de zomerse campagne ook nog een ludiek tintje mee te geven, bijvoorbeeld door elk jaar een zomerhitje te maken en dat aan te bieden op YouTube. "Vorig jaar hadden we van het lied ook een Chinese uitvoering. Dit jaar wordt het wederom spectaculair. Let maar op!"

De start van Oerol, het jaarlijkse theaterfestival op Terschelling, was op 12 juni tevens het begin van Simmer yn Fryslân.

www.omropfryslan.nl of
www.simmerynfryslan.nl

In de rubriek *De bekende kop en schotel* wordt het kijk- en eventueel ook luistergedrag van een vermaarde 'satellietontvanger' nader onder de loep genomen. In deze eerste aflevering staat omroepionier Fons van Westerloo centraal.

DE BEKENDE KOP EN SCHOTEL

"Ik wals behoorlijk door de zenders heen"

Constateren dat Fons van Westerloo (63) plezier heeft van zijn satellietenschotel, is een *understatement* van jewelste. De voormalig topman van onder andere SBS en RTL en nu weer vooral in het nieuws als voorzitter van Wakker Nederland, blijft gefascineerd door "de ongelooflijke weelde aan kanalen en de onberispelijke beeldkwaliteit."

"Ik woon in een boerderij op een kilometer van een kabelaansluiting, dus satelliet was het enige alternatief. Maakt niet uit, want het bevalt al jaren meer dan uitstekend. Dat enorme aanbod, het blijft fas-ci-ne-rend. Je krijgt meteen een gevoel bij wat voor gigantische industrie daar achter zit. Als ik er zo over nadenk, is het eigenlijk gek dat we überhaupt nog analoog kijken. Ik zou echt pleitbezorger zijn van direct afschakelen en over op digitaal.

De satelliet biedt ook vaak bijzondere dingen. Een Engelstalige Russische nieuwszender, een Egyptisch kanaal, Al Jazeera in het Engels, ik ben er blij mee. Ook als je er niets van verstaat, blijft het leuk om even te blijven hangen; het is toch aardig om te zien hoe over de hele wereld televisie wordt gemaakt. Gezien mijn RTL-verleden kijk ik ook regelmatig naar de talloze Duitse zenders. Ik wil toch even weten wat er bijvoorbeeld bij ProSieben gebeurt."

Mezzo

"Maar echt genieten kan ik, als liefhebber van klassieke muziek, met name van een kanaal als Mezzo. Ik zou zelfs bereid zijn daar extra voor te betalen. Nee, voor

radio gebruik ik mijn satellietontvanger weinig. In het begin wel, maar nu ik zo'n Sonos-systeem in mijn huis heb laten aanleggen, luister ik vooral naar internetstations.

Qua tv kijken ben ik 'universeel': ik begin bij 1 en daar gaat die Fons, om te eindigen bij 710, of zoiets. (Lachend) Ja, ik wals behoorlijk door de zenders heen en dat is voor anderen in de huiskamer wel eens irritant. Gelukkig heb ik meerdere satelliet aansluitingen, al ben ik door technische problemen voor de slaapkamer wel aangewezen op Digitenne. Maar als je dat vergelijkt met de satelliet, dan word je daar toch droevig van. Het valt echt niet met elkaar te vergelijken. En ik zeg dat niet omdat dit toevallig voor de ASTRA Footprint is hoor; op de beeldkwaliteit valt gewoon niets aan te merken.

En dat geldt natuurlijk helemaal voor HD. Zo mooi, bijna beangstigend soms. Discovery HD of die voorbeeldkanalen van ASTRA zelf, ze zijn werkelijk verbluffend. Ik heb aan 'de andere kant' gestaan en weet dat omroepen terughoudend zijn gezien de investeringen die met HD gemoeid zijn, maar het is natuurlijk niet tegen te houden." ■

Fons van Westerloo: "HD is zo mooi, bijna beangstigend soms."

Colofon

Samenstelling, redactie en vormgeving:

FC Klap, Hilversum

Fotografie: Eelco Hofstra e.a

ASTRA Benelux B.V.

Mozartlaan 27 d, Hilversum

www.ses-astra.com

T. +31 (0)35 625 44 90

F. +31 (0)35 625 44 99

E. benelux@ses-astra.com

ASTRA is een handelsmerk van SES ASTRA S.A., een SES bedrijf. De gegeven informatie is correct op het moment van het verschijnen.