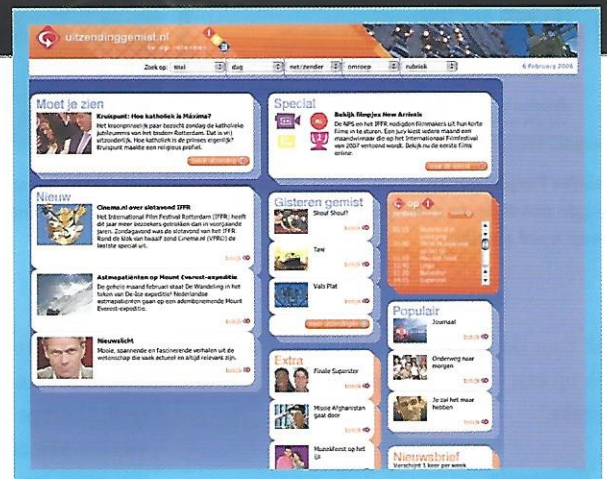


Themakanalen en internet-uitzendingen sterk in opkomst

Streaming video neemt grote vlucht

Het aantal internetgebruikers dat in Nederland naar televisie-uitzendingen kijkt via het internet, is niet eens zo groot, maar snel groeiende. Zeker nu er dit jaar steeds meer digitaal aanbod via de kabel en DSL zal bijkomen, ziet het er naar uit dat de aanbieders die televisiecontent via het internet aanbieden, hun publiek sterk zullen zien groeien.

“Er zijn in Nederland volgens schattingen zo’n 20- tot 30.000 kijkers die zeer actief gebruik maken van de mogelijkheden om via een internetverbinding naar televisie-uitzendingen te kijken. Van alle internetgebruikers kijkt zo’n 30 procent wel eens naar streaming-video”, vertelt William Valkenburg, contentmanager bij de publieke omroep en dus ook van omroep.nl. Dat mag nog relatief weinig lijken, de groei zet gestaag door. Het aantal bekeken videostreams van uitzendinggemist.nl is daarvan een sprekend bewijs. Op deze site, waarop de tv-programma’s van de vorige dag en eerder ‘on demand’ kan bekijken, werden begin 2004 nog ‘slechts’ 250.000 streams per maand bekeken. Eind 2005 was dit aantal al opgelopen tot 3,9 miljoen streams per maand. Valkenburg verwacht dat dit aantal wel eens flink zou kunnen stijgen wanneer de kabelaars en DSL-aanbieders dit jaar massaal met hun digitale aanbod zullen komen. “Ook een dienst als uitzendinggemist.nl zal dan bijvoorbeeld gewoon op een normaal televisietoestel te zien zijn. De vraag is alleen nog hoe het



uitgerold zal worden en hoe het publiek er uiteindelijk mee om zal gaan. Maar dat het aantal kijkers dan beduidend zal toenemen, staat vast.”

Jongeren

Videostreams worden op het internet gemiddeld zeven minuten lang bekeken. Voornamelijk doordat de meeste kijkers nu nog achter hun pc zitten die vaak in een studeer- werk- of zolderkamer staat. Op het moment dat meer kijkers gebruik maken van systemen zoals het Windows Media Center of andere mogelijkheden die meer gebruiksgemak bieden dan de ‘gewone’ pc, dan zal dit snel veranderen. “Erg veel bekeken bij ons zijn het NOS Journaal en NOVA, maar opvallend is ook dat dramaserieën het de laatste tijd ook erg goed doen zoals Keyzer & De Boer Advocaten en Shout Shout”, gaat Valkenburg verder. “Vooral jongeren,

die steeds minder televisie kijken, weten onze site te vinden.” Uitzendinggemist.nl blijkt vooral goed bekeken te worden in de avonduren en in het weekend. 's Avonds tussen tien en elf uur is het aantal bezoekers het hoogst. Ook de themakanalen van Nederland 4 worden inmiddels steeds beter gevonden. Via journaal24.nl is bijvoorbeeld de hele dag steeds de meest recente aflevering van het NOS Journaal te bekijken. Die is daar direct beschikbaar terwijl je er bij uitzendinggemist.nl nu nog enkele uren op moet wachten. Valkenburg verwacht dat diverse omroepen de komende tijd nog meer van deze digitale kanalen zullen opzetten.

Pieken

Behalve live-uitzendingen is ook ‘video on demand’ een ware publiekstrekker. Valkenburg: “Gemiddeld genereert het bekijken van deze uitzendingen 800 megabit dataverkeer per seconde, maar we hebben al pieken gehad van 1,2 gigabit per seconde. Hoewel niet iedereen tegelijkertijd kijkt, betekent dit toch dat we dan uitkijken op 3500 kijkers die wel op het zelfde moment kijken.” Voor een te grote toeloop is Valkenburg niet bevreesd. “Pieken op websites zijn voor ons geen probleem meer. Dat is al opgevangen door meer webservers te koppelen. Voor de doorgifte van de livestreams maken we gebruik van StreamGate. Het enige wat wij hoeven te doen, is het signaal éénmalig op hoge kwaliteit doorgeven aan de ISP's die het signaal op hun beurt weer doorzetten naar de individuele abonnees. Datzelfde willen we zo snel mogelijk ook met On-demand streams gaan doen. Wij zijn er voor de content. Het is aan hen de taak om te zorgen dat de doorgifte zo goed mogelijk is en voldoende kwaliteit biedt.”

“Nu duurt het nog vier tot zes uur om televisie-uitzendingen online te plaatsen. Dat zal in de tweede helft van dit jaar veranderen wanneer de gehele productiestraat digitaal zal zijn.” Het televisieproces is nu voor een groot deel digitaal, maar bijvoorbeeld voor het internet wordt nog steeds het analoge beeld eerst geëncodeerd. Hierna wordt het materiaal nog ‘schoon gesneden’ om vervolgens weer te worden getranscodeerd. “Dit jaar zal de definitieve omschakeling plaatsvinden van analoog naar digitaal. Daardoor zullen er ook meer mogelijkheden komen met de content. Bijvoorbeeld het meesturen van ondertiteling bij videostreams. Ook is het onze ambitie om dit jaar nog te beginnen met het doorzoekbaar maken van content. Daarmee kan de kijker uitzendingen doorzoeken op trefwoorden zodat hij meteen naar de gewenste passage kan kijken.”

Paul de Leeuw

Dat de computer in veel huishoudens niet op de meest ideale plek staat om een live-uitzending te volgen, blijkt voor velen geen probleem te zijn, als het geboden programma maar voldoende kwaliteit biedt. Het programma ‘Mooi! Weer de Leeuw’,

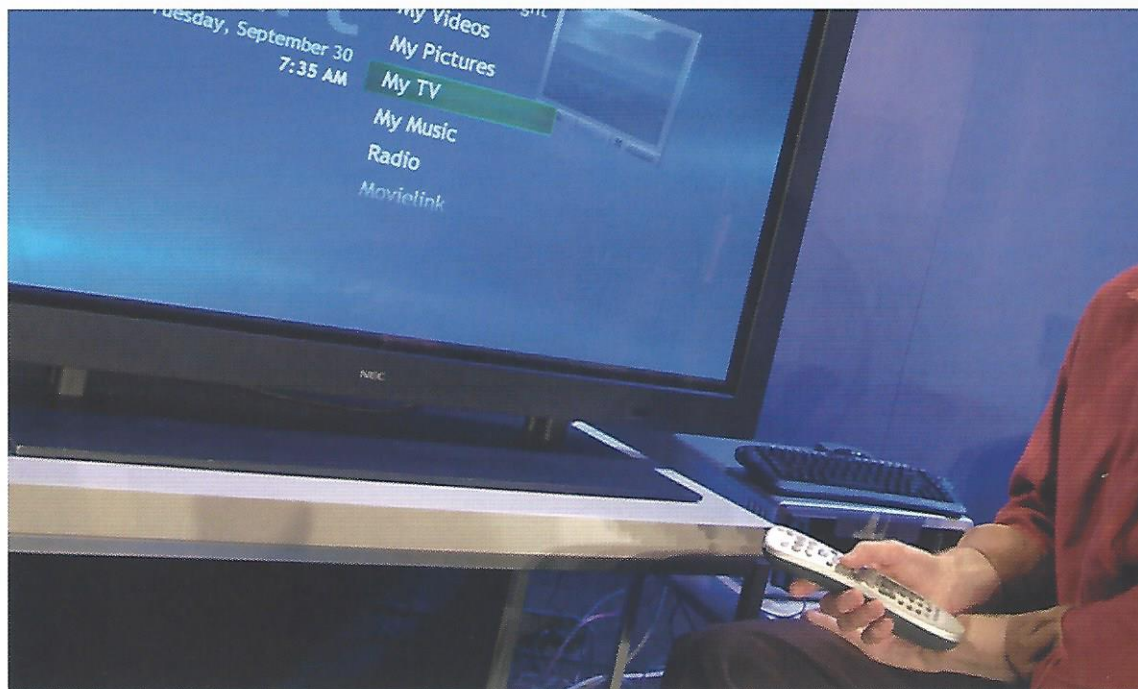


gepresenteerd door Paul de Leeuw, is daarvan een sprekend voorbeeld. Wanneer de uitzending op televisie wordt beëindigd gaat het programma op het internet verder. Volgens een woordvoerder van de VARA verhuizen hele gezinnen naar de plek waar de computer staat om het verdere verloop van de uitzending te kunnen volgen. “Het biedt Paul de Leeuw, wiens idee het was om de uitzendingen op het internet voort te zetten, enorm veel creatieve mogelijkheden. Het geeft een programma als dit een heel eigen karakter. Soms volgt Paul de Leeuw een voorgenomen plan om de uitzending een bepaalde draai te geven maar soms is het pure improvisatie.” Deze opzet blijkt goed aan te slaan. In de periode van augustus tot en met december 2005 keken gemiddeld 750.000 mensen. In de tweede helft van die periode lagen de kijkcijfers een stuk hoger, vaak boven een miljoen, met uitschieters naar anderhalf miljoen. Het aantal streams lag gemiddeld tussen de 25.000 en 40.000 per uitzending. “Om zeker te zijn dat het kanaal nog toegang biedt, surfen veel kijkers al tien minuten voordat de uitzending is afgelopen naar de site, om er zeker van te zijn dat ze het programma kunnen blijven volgen. Ook vanuit het buitenland. We hebben de nodige kijkers in landen zoals Amerika en Australië.” Op de maandagavond is er op tv trouwens

Dat de computer in veel huishoudens niet op de meest ideale plek staat om een live-uitzending te volgen, blijkt voor velen geen probleem te zijn

Erg veel bekeken zijn het NOS Journaal en NOVA, maar opvallend is ook dat dramaseries het de laatste tijd ook erg goed doen

een korte compilatie van het televisieprogramma van de zaterdagavond te zien en de integrale uitzending van het internetgedeelte. Volgens de VARA zal Paul de Leeuw ook in maart met dit gekozen format verdergaan. Ook het programma Kassa van de Vara maakt gebruik van videostreams. Op Nederland 4 is de VARA aanwezig als initiatiefnemer van ConsumentenTV, waaraan ook andere omroepen zoals de TROS en de KRO hun medewerking verlenen. De VARA maakt daarnaast eigen programma's voor dit themakanaal. Het kanaal is vooralsnog alleen op het internet te zien.



Op het moment dat meer kijkers gebruik maken van systemen zoals het Windows Media Center zal streaming video nog populairder worden.

Pinkpop

Bij de publieke omroep mag de VPRO een echte pionier worden genoemd als het om streaming gaat en het gebruik van nieuwe media in het algemeen. Eerst met radio-uitzendingen, later ook met videostreaming. Inmiddels bestaat het online aanbod van de VPRO uit live-uitzendingen en natuurlijk 'on demand' waar enorm veel vraag naar is", aldus Erwin Blom, hoofd van VPRO's digitale afdeling. "De eerste live-uitzending die we via het internet aanboden, was die van Pinkpop. Het aantal streams was toen nog beperkt. Nu maken we gebruik van andere oplossingen. Door gebruik te maken van StreamGate hebben we niet langer het probleem dat we alles vanuit Hilversum hoeven aan te bieden aan de kijker. Het zijn nu de providers die het signaal zelf distribueren."

Evenals William Valkenburg constateert ook Blom dat kijkers over het algemeen kort naar uitzendingen kijken. Bij audio is dat heel anders. Toch bemerkt ook hij dat bepaalde programma's die wel langer duren soms erg veel bekeken worden. Met name programma's die gericht zijn op een specifieke doelgroep. Zo zou het VPRO-programma Tegenlicht volgens Blom erg goed bekeken worden.

VODcasting

Met '3 voor 12', een portaal die eigenlijk een combinatie is van radio, televisie en magazine, biedt de VPRO acht radiokanalen en twee televisiekanalen aan. "Het aantal kijkers stijgt enorm. We hebben inmiddels een miljoen kijkers pas maand", aldus Blom. Maar ook het online VPRO-archief groeit wekelijks. "Nieuw materiaal is al digitaal en dus makkelijk en snel te plaatsen. We

zijn nu bezig met een inhaalslag om ook ouder materiaal waarover we de rechten hebben online te plaatsen. Over programma's die kijkers graag online zouden zien, zijn we met de makers in gesprek over de rechten. Bijvoorbeeld met Wim de Bie en Kees van Kooten. Alleen van hen is er al 500 dvd's aan materiaal. Blom heeft voor de komende tijd hoge verwachtingen van het



fenomeen VODcasting. Belangstellenden kunnen zich daarbij abonneren zodat nieuwe programma's waarin zij geïnteresseerd zijn automatisch worden 'thuisbezorgd'. Wie zich abonneert op 3 voor12 VODcast kan daar nu al terecht voor programma's in de series Hollandse Nieuwe (Nina), Hotspots (Now & Wow), Naar Eer En Geweten (Bettie Serveert) en voor Bieslog van Wim de Bie.

Wil videostreaming ook op de mobiele telefoon een succes worden, dan zal er nog wel het nodige moeten gebeuren

Wil videostreaming ook op de mobiele telefoon een succes worden, dan zal er volgens Blom nog wel het nodige moeten gebeuren. "Het probleem is vaak of de provider het wel toestaat en tegen welke kosten. Maar ook in technologisch opzicht is het nog een hele toer omdat niet iedere telefoon hetzelfde is."

Geen beperkingen

Jet-Stream heeft inmiddels een respectabel aantal projecten op zijn naam staan als het om videostreaming gaat, zoals AVRO's digitale uitzendstraat, maar ook programma voor diverse omroepen, het ANP, The Box, DirectMovie, Ilse Media, PerfectDays, United Broadcast Facilities, Yeahronimo, Digitenne, Versatetel en Endemol. Qua technologie is de technische omvang van deze projecten heel divers. "Het platform voor Mediakabel ('Manycast') was het meest omvangrijk: een ASP-dienst voor DTV, IPTV, WebTV, Mobiele TV (zowel lineair als on-demand) waarop verschillende omroepen geserveerd konden worden, inclusief DRM en billing", vertelt Stef van der Ziel van Jet-Stream. "Technisch zijn er nauwelijks beperkingen", gaat Van der Ziel verder. "De beperkingen zitten hem in de markt: is de consument bereid te kijken, zijn volumes mogelijk

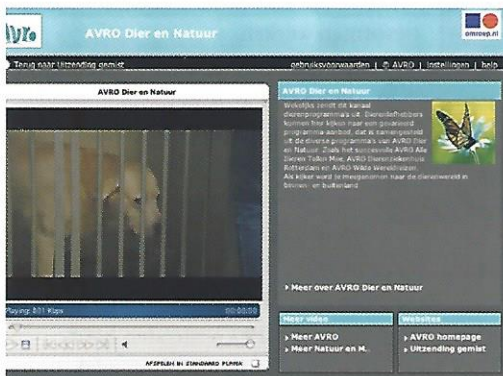


uitzendstraat voor DTV waarbij internet en mobiel aparte redactie, aparte techniek vereisen. Een kleine centrale redactie kan de regie voeren over alle kanalen en is vrij elke titel op elk moment via elke verschijningsvorm te publiceren: van broadcast tot mobiel, van lineair tot VOD", aldus Van der Ziel.

StreamGate

Al trekken veel initiatieven nog veel volume, StreamGate is uiteraard een uitkomst wanneer er wel veel verkeer wordt gegenereerd. Volumedistributie begint steeds belangrijker te worden. Van der Ziel: "We zien StreamGate als een leuk initiatief maar er zitten te veel gaten in de oplossing, in het model, en technisch is het nogal dun. Ondanks het voorgestelde model van een stichting wil Dutchview dominant blijven. We hebben de samenwerking destijds opgezocht maar staan voor een echt neutraal en landelijk, voor iedereen toegankelijk platform, met professionele en toekomstvaste architectuur. Dit is VDO-X: (zie www.vdo-x.net). Ter vergelijking: StreamGate voldoet alleen aan de eerste twee genoemde randvoorwaarden."

Over videostreams op de mobiele telefoon merkt Van der Ziel op: Kijkgedrag via een mobiele telefoon is erg kort. Gemiddeld maar een minuut. Formats moeten dus worden aangepast. Het NOS Journaal duurt bijvoorbeeld een kwartier dus het zou goed zijn per item te knippen en het per stuk aan te bieden. Helaas wordt het NOS Journaal als één item geproduceerd. De uitzendtechniek maakt het niet mogelijk items los aan te bieden. Het kan daardoor pas online en via UMTS worden aangeboden als het op tv is geweest. RTL en AVRO bijvoorbeeld doen dit beter. Elk item wordt apart opgeslagen en kan vervolgens direct via het internet, mobiel en in de TV uitzending worden gebruikt. •



waardoor adverteerders toe willen treden, en is het steeds weer de vraag of de consument bereid is om te betalen voor de diensten. Verder speelt mee of er goede marketing- en affiliate partners te vinden

zijn. Welke businessmodellen toegepast kunnen of welke mix van businessmodellen de juiste is. Om deze redenen zijn vrijwel alle projecten pilots, die niet direct geld opbrengen, maar wel goede inzichten in kijkgedrag en volumes. De partij die het meest flexibel kan inspelen op kijkgedrag heeft de grootste kansen om een inhoudelijk en commercieel goede zender in de lucht te houden. Daarvoor is een technisch platform nodig dat je in staat stelt je modellen te kunnen testen en aanpassen. Ik denk dat onze oplossingen daar uniek in zijn. Je zit niet 'gelocked' in een lineaire