



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

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



Een hete zomer

Degenen die deze zomer thuis bleven, kregen een gevarieerd menu voorgeschoteld. Het regende geen water maar nieuwe initiatieven, geïnitieerd door een aantal buitenlandse partijen. FOX zette haar meerderheidsaandeel in Eredivisie Live om in snelle actie: de rebranding van de premium zenders in diverse FOX Live zenders werd in strak tempo uitgevoerd. De rechten van de Premier League werden en passant ingekocht, waarmee FOX rechtstreeks de confrontatie zoekt met Sport1. Een nieuwe general interest zender zag ook het daglicht, die in de luwte in het komende jaar geprepareerd wordt voor de Eredivisiesamenvattingen.

Maar het grootste nieuws kwam uit andere Amerikaanse hoek: de komst van Netflix in Nederland en de direct daarop volgende reactie van RTL om de on demand dienst van Videoland over te nemen. Netflix is buitengewoon succesvol in de Verenigde Staten en het wordt interessant of de Over The Top leverancier ook de Europese harten gaat veroveren. Netflix rivaliseert met zowel betaaltelevisie als open, commerciële zenders. Zoals het een uitdager betaamt, worden stevige uitspraken gedaan over hoe OTT broadcasters overbodig gaat maken. Tijdens het laatste jaarverslag verstoutte het bedrijf zich een notitie de wereld in te slingeren waarin de neergang van tv-zenders wordt aangekondigd, uiteraard ten faveure van OTT-aanbieders als Netflix. Zware woorden, maar is er iets van waar?

Voor een nadere analyse kunnen we uiteraard in het buitenland terecht. Immers, Netflix is alweer twee jaar in de VS actief en startte vorig jaar in het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië. Vooral in de Verenigde Staten is de dienst zeer succesvol met maar liefst dertig miljoen abonnees. Een zeldzaam effectieve introductiecampagne en een uitgekiend businessmodel leidden tot dit fantastische succes. Ook in het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië (ongeveer acht miljoen abonnees) lijkt de pick-up

niet slecht, zeker als je bedenkt dat ook vele concurrerende diensten worden geïntroduceerd. Dat succes wil nog niet zeggen dat broadcasters worden verdrongen van de markt. Uit eerste onderzoeksprojecten lijkt het beeld naar voren te komen dat OTT een leven gaat krijgen naast broadcasting. Onderzoeksbureau Ovum onderzocht het kijkgedrag in de Verenigde Staten en trekt de voorzichtige conclusie dat TV en OTT complementair zijn. Broadcasters zijn dan nog beter gepositioneerd dan Netflix, want ze hebben open zenders die effectieve marketing van hun VOD-aanbod naar de consument mogelijk maakt.



Zoals het een uitdager betaamt, worden stevige uitspraken gedaan over hoe OTT broadcasters overbodig gaat maken



Dat de broadcasters niet geraakt worden, blijkt ook uit de resultaten van CBS en Comcast. De halfjaarcijfers van beide bedrijven werden zelfs records, zowel qua omzet als winst. En ook RTL liet vorige week weten dat het eerste half jaar een recordwinst heeft opgeleverd. Het gevecht der giganten lijkt dus niet

direct te leiden tot overwinning van een van de partijen. Zoals het tot nu toe eigenlijk altijd is gegaan, lijken de platforms prima naast elkaar te kunnen opereren. Ook distributeurs als UPC, Ziggo en KPN zullen een rol blijven spelen door hun billing relatie met de klant: een film bestellen kost geen moeite, er is geen aparte betalings-handeling nodig, de convenience factor is hoog. Netflix zal zeker een positie gaan verwerven in het internationale en dus ook Nederlandse medialandschap. De kabels zullen de klant makkelijk kunnen bedienen en dus ook dit gouden ei blijven exploiteren. En de broadcasters blijven een belangrijke rol spelen door de combinatie van open tv-zender en OTT-levering. De consument krijgt meer keuze en de contentleveranciers krijgen meer klanten. Verdringingsmarkt? Welnee, de markt groeit zo snel dat alle partijen in de komende jaren nog veel plezier gaan beleven. Video on demand gaat eindelijk, veertien jaar na de eerste introductie, haar belofte inlossen...