

FACTSHEET DIGITALE TELEVISIE

ALGEMENE INFORMATIE

Januari 2010

In deze Factsheet wordt algemene informatie gegeven over de ontwikkeling van nu én de opkomende trends betreft de digitale televisie in Nederland, wat niet behandeld wordt zijn de soorten HD-technieken die op de markt verkrijgbaar zijn. Deze factsheet is gemaakt in opdracht van Kees Westerkamp en geeft kort weer de belangrijkste feiten die tijdens dit onderzoek naar boven zijn gekomen. Hierbij is gebruik gemaakt van de databanken MD-info, Lexis Nexis en de onderzoeksrapporten van GFK; dit is een organisatie die zich specialiseert op marktonderzoek die doormiddel van verkoopscijfers rapporten opstelt betreft afname van consumenten producten. Ook is er gekeken naar belangrijke spelers op de markt van digitale televisie, zoals Ziggo, KPN en Tele2.

De opkomst van digitale televisie

In de afgelopen tijd is de groei van digitale televisie behoorlijk toegenomen. Dit is onder andere te danken aan de snelle toename van het aantal platte schermen thuis.

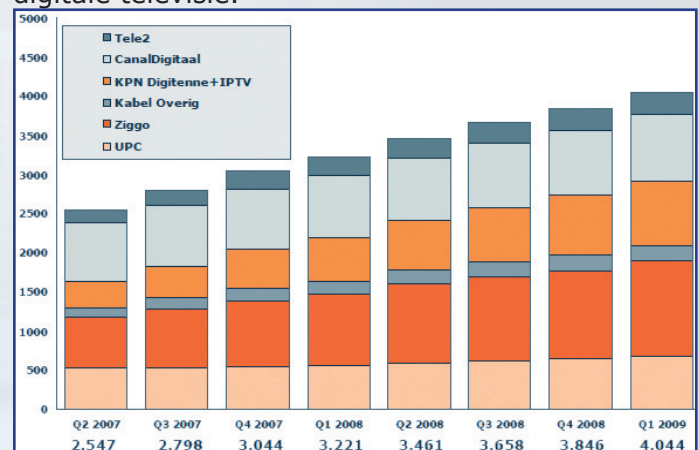
Veel consumenten kiezen voor digitale televisie omdat ze ervan uitgaan dat een digitaal signaal per definitie een betere beeld en geluidskwaliteit levert dan men gewend is. Daarnaast zorgt de opkomst van steeds grotere beeldschermen ervoor dat er een beter kwaliteit van het signaal moet door gezonden worden, om het beeld scherp te kunnen weergeven. Hier zijn de mensen die verantwoordelijk zijn voor de distributie van digitale televisie handig op in gesprongen. Ze hebben er voor gezorgd dat er meer zenders in de digitale pakketten aanwezig waren en dat er abonneetelevisie kanalen (zoals: Film1 en Sport 1) aan werden geboden.

Ook andere omroepen en andere marktpartijen hebben de opkomst van de digitale televisie gebruikt om speciale kanalen op te zetten die bepaalde thema's uitzenden, bijvoorbeeld: nieuws, muziek, sport en kinderen kanalen. Deze kanalen worden ook wel thema-kanalen genoemd (Monitor Digitale TV in Nederland, 2008). Op dit moment wordt er volop getest met interactieve mogelijkheden van de digitale set-top-box, zowel programma's als in reclames. De set-top-box is een apparaat dat de televisie verbindt met externe bronnen, dit kan een satellietshotel

wezen maar kan ook de kabel of de telefoonlijn / ethernet verbinding zijn, om gebruik te maken van digitale televisie. Deze zat voorheen nog niet in de televisie, tegenwoordig zie je dat deze al meer geïntegreerd worden in de digitale televisie. (Set-top-box, 2009)

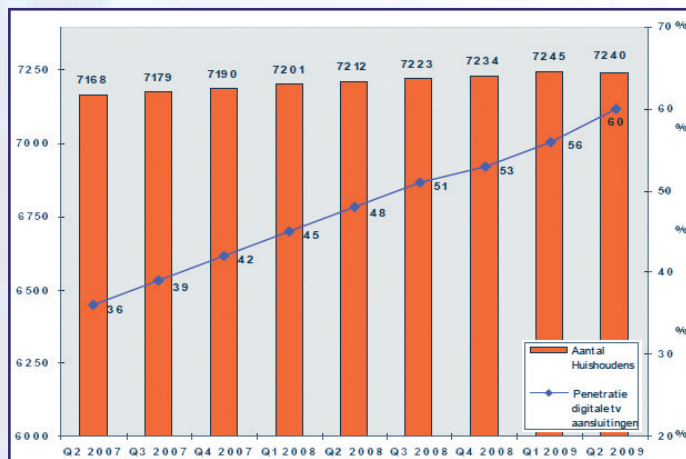
Ontwikkelingen betreft huishoudens met digitale televisie aansluiting

In het derde kwartaal van 2008 is de groei van het aantal aansluitingen met digitale televisie zo gestegen dat meer dan 50 % van de Nederlandse huishoudens een digitale aansluiting hadden. In 2009 groeide het aantal aansluitingen van digitale televisie nog steeds. De onderstaande grafiek geeft het aantal aansluitingen weer van het aantal huishoudens dat inmiddels is aangesloten op digitale televisie.



Figuur 1: Aantal aansluitingen huishoudens, x 1.000. (Bron: GFK)

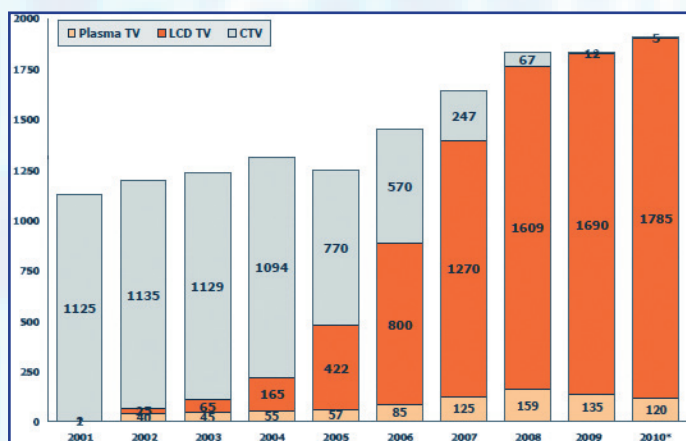
Het aantal huishoudens dat ook daadwerkelijk een digitale televisie in huis heeft is de afgelopen twee jaar enorm toegenomen. In het derde kwartaal van 2008 bleek, dat van de totale huishoudens 51 % een digitale televisie in huis heeft. In 2009 keek 56 procent van de huishoudens naar digitale tv, en heeft 44 procent nog analoge beelden (Kabeltelevisie wordt goedkoper, 2009). De onderstaande grafiek geeft het aantal huishoudens weer die in bezit is van een digitale televisie.



Figuur 2: Aantal huishoudens met Digi-TV, x 1.000. (Bron: GFK)

Ontwikkelingen op het gebied van verkoop apparatuur

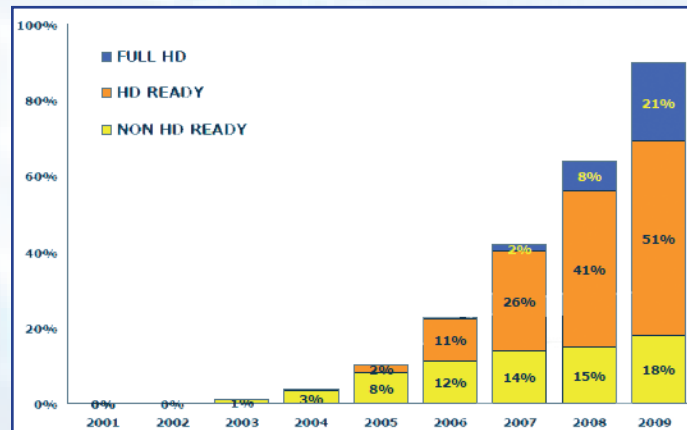
In 2009 is de het aandeel van de totale televisieverkopen van platte schermen gestegen, in dit jaar zijn er meer dan 1,8 miljoen exemplaren verkocht. De voorspelling is dat de verkoop van de 'normale' televisie de beeldbuis in 2010 waarschijnlijk zo goed als niet meer verkocht gaat worden. Hieronder staat een grafiek weergegeven met daarin het totaal verkochte televisie toestellen. Met daarin ook de schatting van 2010.



Figuur 3: Televisie verkoop, x 1.000. (Bron: GFK)

Ook zijn de afgelopen jaren ontwikkelingen geweest op het gebied van de scherpte van het beeld. Hoe hoger de resoluties van digitale televisies hoe scherper het beeld is. Omdat het in de televisie wereld vaak omstandaarden gaat hebben ze de resoluties een naam gegeven. Zo heb je bij voorbeeld HD-ready en FullHD (HD staat

voor High Definition). Bij een HD ready televisie is de beeldresolutie minimaal 1280 bij 720 pixel. Full HD wil zeggen dat deze televisies een nog hogere beeldresolutie hebben van 1920 x 1080 pixel (of beeldpunten). De opkomst van televisies die FullHD ondersteunen is groot. In 2009 had meer dan de helft van de verkochte toestellen de FullHD norm en de schatting is dat in 2010 dit zal oplopen tot 70 %.



Figuur 4: Verschil verkoop FullHD HDready en gewone televisie

(Bron: GFK).

Wat op dit moment erg in de picture staat is de nieuwe 3D televisie. Sony, Panasonic en Samsung lieten tijdens Consumer Electronics Show in Las Vegas weten dat ze van plan zijn om in 2010 zowel 3D televisie als 3D-Blu-ray-spelers op de markt gaan komen. Ook zal live-evenementen geschikt zijn om 3D weer te geven. Het WK voetbal in Zuid Afrika zal in 3D worden gefilmt. CEA-analist Shawn Dubravac verwacht dat er in 2010 4,3 miljoen 3D-tv's verkocht zullen worden. „In 2013 is 20 procent van de televisies in staat om 3D-beelden te tonen.”

(Dit wordt het jaar van driedimensionale tv, 2010)

Digitale kanalen en diensten

Door digitale televisie zijn er een groot aantal nieuwe kanalen en diverse kanalen met verschillende functies gerealiseerd. De rol van de televisie verandert door de ontwikkelingen op het gebied van digitale televisie en steeds meer gebruikers kijken graag via het web online content (zoals uitzendinggemist, youtube ect.). Vorig jaar werd op Consumer Electronics Show in Las Vegas televisie aangekondigd die ook met internetapplicaties overweg kan. Een manier om bijvoorbeeld het weerbericht, de aandelenkoersen of webtoepassingen als Flickr, YouTube, Facebook en Twitter te volgen op de televisie. (De televisie verandert in een luxe pc, 2010)

Tele2 kondigde 25 november 2008, in een persbericht aan dat ze een samenwerking waren aangegaan met Hyves. En dat het bij Tele2 nu mogelijk was om je Hyves profiel te raadplegen en foto's, films en krabbels van vrienden eenvoudig op de televisie te bekijken. Daarmee was Tele2 de eerste landelijke TV-operator die de populairste netwerk-site, Hyves, koppelt aan de televisie. Deze

Hyves TV applicatie is genomineerd voor de Van Speijk innovatie prijs 2008.
(Nu bij Tele2 TV: Hyven met je vrienden!, 2008)

Doordat steeds meer online content hun filmpjes ook FullHD uitzenden wordt het ook steeds aantrekkelijker om Youtube op de televisie te bekijken. En dit gebeurt ook steeds meer door tv-providers. De verwachting is dat 20 procent van alle modellen die in 2010 worden verkocht, een verbinding met internet heeft en dat dit in de loop der jaren alleen maar zal toenemen.

Daarnaast is er een groeiend aantal aanbieders van betaalde video, met name op de Amerikaanse markt, die films en series op maat leveren. Het op maat leveren van programma's, films en series wordt ook wel video-on-demand genoemd: de keuze om zelf te bepalen wat je kijkt op welk moment van de dag.

Wat veel kabelleveranciers dwars zit is dat ze de consument graag snel internet aanbieden maar daarnaast ook nog wat betaalde tv-kanalen erbij verkoopt. Men is bang door de grote hoeveelheid online content op het internet en doordat daardoor niet meer afhankelijk bent van hun aanbod maar dat je het ergens anders weghaald. Hoe dit straks gaat lopen is nog de vraag, wel is bekend dat de CEA, de belangenorganisatie van de Amerikaanse elektronica-sector, aandringt bij de Amerikaanse overheid aan op zogeheten 'netneutraliteit', zodat met name de kabelmaatschappijen veranderen in neutrale 'pijplijnen' die data doorgeven - ook al zou dit kunnen betekenen dat ze concurrenten toegang toestaan via hun lijnen.
(De televisie verandert in een luxe pc, 2010)

Bij de Nederlandse markt zijn UPC en Ziggo de grootste kabelaanbieders. Doordat zij een grote infrastructuur hebben hebben zij ook een relatief grote macht in de markt. Vanaf maart 2009 mogen zij dan ook niet meer dan 8,84 euro per maand vragen aan concurrenten die via hun net televisie aanbieden, heeft de toezichthouder Opta besloten. De Opta wil concurrentie creëren in analoge kabeltelevisie, want UPC en Ziggo hebben nog steeds te veel macht in die markt vindt zij. Daarom moeten de kabelaanbieders volgend jaar bedrijven als Tele2 op hun net toelaten. Die hebben daar veel zin in, want dan kunnen ze hun klant straks ook een pakket aanbieden van internet en telefoon met daarbij analoge televisie. Dit alles heeft waarschijnlijk een gunstige invloed op de prijzen markt van kabel televisie en maakt het ook aantrekkelijker voor mensen om met de crisis thuis een film te kijken.
(Kabeltelevisie wordt goedkoper, 2009)

Trends op het gebied van de digitale televisie die van belang zijn voor de komende jaren

- 1) Jongeren tussen de 16 en 34 zijn wel minder televisie gaan kijken dan oudere doelgroepen, maar ze kijken nog steeds veel, al is het vaak multitaskend. Interactie met online sociale websites is zeer effectief.
- 2) Door multichannel mogelijkheden kijken mensen meer televisie.
- 3) On-demand viewing concurreert het regulier tv-kijken niet; de kijkerstrouw stijgt er juist door.
- 4) Online tv laat kijkers nieuwe content ontdekken. Vooral jongeren kijken naar documentaires of kwaliteitseries die ze anders niet hadden gezien.
- 5) Zolang de recessie aanhoudt is de televisie een goedkoop entertainmentmedium.
- 6) Live evenementen op televisie, vooral sport, blijven een efficiënte manier om de massa te bereiken.
- 7) Uitgesteld kijkgedrag verbetert de kijkkwaliteit, omdat kijken op elk gewenst tijdstip plaatsvindt, en het versterkt de band tussen kijker en zender.
- 8) Door nieuwe technologieën blijft de kwaliteit van tv-beelden verbeteren.
- 9) Zenders organiseren zelf events die de kijkervaring en klantentrouw bevorderen.
- 10) Met digitale videorecorders kijken mensen 17% meer televisie.
- 11) 3D FullHD televisie gaat in 2010 een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van nieuwe producten voor de digitale televisie.

(Tien trends bepalen toekomst televisie, 2009)

Hier had een afbeelding van een schotel moeten staan.

Pakketten Digitale televisie

Momenteel worden er verschillende pakketten aangeboden, de tabel die hieronder staat vermeld komt uit 2009. De belangrijkste spelers op de markt van digitale televisie zijn naast elkaar gezet en met elkaar vergeleken. Daar kwamen de volgende resultaten uit:

	Ziggo	UPC	KPN Digtenne	KPN Interactief	CanalDigitaal	Tele2
Themakanalen NPO	✓	✓		✓	✓	
Regionale omroepen	✓	✓ (deels)	✓ (per regio)	✓	✓ (deels)	✓
Film1/Sport1 (abonnement)	✓	✓			✓	✓
Eredivisie Live (abonnement)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HD TV	✓	✓			✓	
Programma gemist						
• NPO	✓	✓		✓		✓
• RTL						
• SBS						
Video on Demand	✓	✓		✓		✓
Interactiviteit		✓				✓

✓ = al in aanbod

Π = in planning

Figuur 5: Tabel pakketten inhoud, Ziggo, UPC, KPN, CanalDigitaal en Tele2. (Bron: GfK)

Digitale televisie in 2010

De markt van digitale televisie is nog volop in beweging. Wat betreft de resolutie van de televisies zal deze naar alle waarschijnlijkheid niet veel groter meer worden, omdat je zit met de afmetingen van je woonkamer. De ontwikkelingen betreft techniek die vermoedelijk in 2010 een belangrijke rol gaan spelen op hoe de digitale televisie eruit komt te zien is de 3D FullHD weergave.

In 2010 zal waarschijnlijk al meer gebruik gemaakt worden van interactieve applicaties voor op de televisie en zal de televisie zoals wij hem van 5 jaar terug kennen langzaam maar zeker volledig van de markt verdwijnen en zich omtoveren in een interactief multimedia center. Waarvan de toepassingen van dit toestel door de invoering van de ethernetverbinding grenzeloos zijn.