

TELEVISIE À LA CARTE

EEN ONDERZOEK NAAR DE INTERESSE VAN
DE NEDERLANDSE KIJKER EN ERVARINGEN IN HET BUITENLAND

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Rapport in opdracht van het ministerie van OCW
Juli 2016

Colofon

Redactie

Edmund Lauf
Simon van Dooremalen

Vormgeving

Studio FC Klap

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	4
Samenvatting	5
1. À la carte televisie: definitie en achtergrond	7
1.1 Wettelijk kader à la carte televisie in Nederland	7
1.2 Gevolgen voor de markt	8
2. Wat wil de kijker?	10
2.1 Interesse in een à la carte menu	10
2.2 Het zelf samengestelde televisiepakket	13
2.3 Prijs	19
2.4 Mobiele apparaten	20
3. À la carte televisie in het buitenland	21
3.1 Vormen van zenders aanbieden	21
3.2 Televisie à la carte buiten Europa	22
3.3 Televisieaanbod en televisie à la carte in Europa	23
Bijlagen	28
A. Methodische verantwoording	28
B. Vragenlijst	31
C. Bronnenlijst	34

INLEIDING

In de kamerbrief van 22 juni 2015, betreffende de uitvoering van de motie 'à la carte menu', heeft staatssecretaris Sander Dekker van Onderwijs Cultuur en Wetenschap het Commissariaat voor de Media gevraagd om onderzoek te doen naar televisie à la carte. Op basis van de resultaten van dit onderzoek en eerdere gesprekken met pakketaanbieders en vertegenwoordigers van zenders wil hij tot een afgewogen oordeel komen om al dan niet televisie à la carte in Nederland in te voeren. De staatssecretaris vroeg het Commissariaat onderzoek te doen naar twee verschillende onderwerpen:

1. Wat vindt de kijker van het invoeren van een à la carte menu op vrijwillige basis voor de pakketaanbieder?
2. Welke ervaringen zijn er met een vorm van het à la carte menu in het buitenland?

Deze beide onderdelen van het onderzoek zijn door het Commissariaat voor de Media in het voorjaar van 2016 uitgevoerd.

SAMENVATTING

Staatssecretaris Sander Dekker van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft het Commissariaat voor de Media gevraagd te onderzoeken in hoeverre de Nederlandse kijker geïnteresseerd is in een zogenaamd à la carte menu voor televisiezenders. In Nederland bieden pakketaanbieders dit nog niet aan. Daarnaast heeft hij gevraagd te onderzoeken wat de stand van zaken in het buitenland is wat betreft het aanbieden van een à la carte menu door pakketaanbieders.

Er zijn in Nederland op grond van de Mediawet al enkele vormen van een à la carte menu toegestaan, zolang de pakketaanbieders zich maar houden aan de doorgifteverplichting van de must carry zenders en een minimum van 30 zenders in het basispakket. Van deze mogelijkheden wordt door de pakketaanbieders momenteel echter nog geen gebruik gemaakt.

Hoewel kijkers volgens ons onderzoek in grote mate tevreden zijn met hun huidige televisiepakketten, geven zij aan wel interesse te hebben zelf hun pakket samen te stellen via een à la carte menu. Veel kijkers willen dit echter alleen als het pakket in prijs gelijk blijft of de prijs daalt.

Wanneer de kijker zelf à la carte een pakket zou mogen samenstellen, zouden er gemiddeld minder zenders gekozen worden dan er nu in de pakketten zitten. Het grootste deel van de zogenoemde must carry zenders zou door de kijker wel in een à la carte menu worden opgenomen.

Uit een inventarisatie van de stand van zaken in een aantal andere Europese landen blijkt dat in de meeste landen geen regels gelden voor een bepaald minimum of maximum aantal zenders in een televisiepakket. Nederland lijkt hierin met een verplicht minimum aantal van 30 zenders uniek te zijn. In andere landen kan het aantal televisiezenders dat in pakketten wordt aangeboden behoorlijk verschillen. Wel bestaan in bijna alle Europese landen must carry verplichtingen voor een aantal zenders.

Een vorm van à la carte televisie wordt alleen in een aantal Scandinavische landen aangeboden en ook daar is het slechts een van de vele opties. In bijna alle Europese landen zijn, net als in Nederland, basispakketten de meest gebruikelijke vorm om televisiezenders aan te bieden, met daar bovenop de mogelijkheid het pakket aan te vullen met bepaalde pay tv-zenders of extra pakketten.

Wat wil de kijker?

In opdracht van het Commissariaat heeft onderzoeksbureau GfK een representatieve streekproef van kijkers in Nederland ondervraagd over hun interesse om een à la carte menu te kunnen ontvangen.

Een aanzienlijk deel (62,9 procent) van de respondenten gaf aan geïnteresseerd te zijn om zijn eigen televisiepakket samen te stellen. Dit zegt niet dat de kijker een à la carte menu verkiest boven een televisiepakket; het gaat hier slechts om de interesse om zelf te kunnen kiezen. De kijker is namelijk ook erg tevreden met zijn huidige televisiepakket. Met een 7,5 op een schaal van 1 tot 10 was de kijktevreidenheid in 2016 ten opzichte van eerdere jaren onverminderd hoog.

De prijs van een à la carte menu lijkt doorslaggevend te zijn: 51,1 procent van de respondenten zou het à la carte menu alleen willen als het goedkoper wordt dan zijn huidige abonnement, 43,5 procent wanneer de prijs hetzelfde blijft en slechts 3,9 procent zou ook geïnteresseerd zijn als het duurder dan het huidige abonnement zou zijn. De interesse in een à la carte menu neemt daarnaast toe naarmate de respondent jonger is en uit een hogere sociale klasse komt.

Kijkers die geïnteresseerd zijn in een à la carte menu, zouden gemiddeld 25,3 zenders in zo'n pakket willen opnemen. Dit is minder dan de minimaal 30 zenders zoals die momenteel in het basispakket moeten zitten en een stuk minder dan de gemiddeld 41,8 zenders die in de verschillende bestaande basispakketten in Nederland worden aangeboden.

Het minimum van 30 zenders is momenteel een bodemgarantie voor de consument zodat hij altijd toegang blijft houden tot een gevarieerd televisieaanbod zonder dat hij duurdere pluspakketten moet afnemen. Wanneer de kijker zelf kan kiezen en minder zenders in zijn pakket kiest dan er in

de huidige televisiepakketten worden aangeboden, kan dit dus ten koste gaan van de diversiteit.

Gemiddeld zouden 4,8 van de minimaal 8 must carry zenders door de kijker in een à la carte menu worden gekozen. Slechts 8,6 procent van de respondenten kiest ze allemaal. Dit komt echter met name omdat de Vlaamse zenders weinig in de keuzepakketten worden gekozen. Bijna negen van de tien respondenten, 89,5 procent, zou minimaal 3 must carry zenders in een à la carte-pakket kiezen. Bovendien kiezen ze meer must carry zenders naarmate ze meer zenders in het totale pakket kiezen.

De meest bekeken zenders zoals NPO 1, 2 en 3, RTL4 en SBS6 worden ook in een zelfgekozen pakket het meest gekozen. Het is aannemelijk dat kleine themazenders significant minder bereik zouden overhouden als een groot deel van de Nederlandse bevolking gebruik zou maken van het à la carte menu. Deze zenders werden namelijk in minder dan 10 procent van de gevallen in het pakket opgenomen.

De interesse om een à la carte menu enkel op mobiele apparaten te ontvangen is laag, 10 procent van de respondenten zou hier interesse in hebben en 60,1 procent zegt hier geen interesse in te hebben. De mensen die hier "ja" of "misschien" invulden waren zoals verwacht vooral jongeren, maar ook onder deze groep leeft niet een enorme behoefte om het pakket enkel via mobiele apparaten te verkrijgen.

À la carte televisie in het buitenland

Om een beeld te krijgen van de stand van zaken met betrekking tot à la carte televisie in de rest van Europa, heeft het Commissariaat een aantal vragen uitgezet bij de verschillende toezichthouders op media die deel uitmaken van het European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) en daarnaast de websites van pakketaanbieders in verschillende Europese landen geanalyseerd. Hieruit kwam naar voren dat televisie à la carte in Europa niet in grote mate voorkomt.

Alleen in een aantal Scandinavische landen werd in 2016 de mogelijkheid aangeboden naast een aantal must carry zenders, aanvullend zelf zenders vrij te kiezen. In deze landen is à la carte televisie echter slechts één van de opties om televisiezenders te ontvangen. Het aanbieden van televisiepakketten die zijn samengesteld door de aanbieder komt ook nog in grote mate voor. In de overige onderzochte landen worden momenteel alleen nog door de pakketaanbieder samengestelde televisiepakketten aangeboden.

Het aantal zenders dat in pakketten wordt aangeboden loopt in de verschillende landen erg uiteen. Nergens lijkt een verplicht minimum of maximum te zijn wat betreft het aantal zenders in een pakket. Wel is in bijna ieder land sprake van must carry verplichtingen voor een aantal zenders.

Overigens verstaat niet ieder land hetzelfde onder de term televisie à la carte. Wat het ene land als een vernieuwende vorm van à la carte televisie ziet, kan in een ander land al jaren gebruikelijk zijn en niet eens worden gezien als een à la carte menu. In dit rapport is daarin een duidelijk onderscheid gemaakt door verschillende vormen te omschrijven en te benoemen. In veel landen binnen Europa zijn deze grenzen echter niet zo duidelijk.

1. À LA CARTE TELEVISIE: DEFINITIE EN ACHTERGROND

1.1 Wettelijk kader à la carte televisie in Nederland

De definitie van een à la carte menu volgens het woordenboek van Dale is: "volgens de spij斯卡art: à la carte dineren waarbij je zelf de gerechten kiest". In een restaurant betekent dit dat een klant zijn eigen menu samenstelt aan de hand van de gerechten op de kaart. Wanneer je deze metafoor toepast op televisiepakketten stelt de klant dus zijn eigen televisiepakket samen aan de hand van de beschikbare televisiezenders die worden aangeboden tegen een bepaalde prijs. Zo krijg je televisie à la carte. Behalve televisie à la carte kent deze vorm ook andere gangbare namen, zoals 'pick-and-pay television' en 'tv for me'.

Momenteel zijn in Nederland op grond van de Mediawet 2008 ondanks de voorwaarden waaraan een standaardpakket moet voldoen al enkele mogelijkheden voor het aanbieden van televisie à la carte wettelijk toegestaan:¹

Mogelijkheid 1:

Pakketaanbieders moeten in Nederland een pakket van minimaal 30 televisiezenders aan hun abonnees aanbieden. Een deel van het pakket moet hierbij worden ingevuld door de must carry zenders. De zenders van het resterende deel van het pakket mogen door de pakketaanbieders zelf worden gekozen na onderhandeling met de televisiezenders. Dit resterende deel van het pakket mogen de pakketaanbieders nu al aanbieden in de vorm van een à la carte menu. Daarbij kunnen hun abonnees individuele zenders zelf kiezen, zolang er maar in totaal een pakket van minimaal 30 zenders wordt aangeboden en geleverd.

Mogelijkheid 2:

Pakketaanbieders mogen bovenop het verplichte standaardpakket van minimaal 30 zenders ook al een à la carte menu aanbieden waarbij hun abonnees al dan niet in de vorm van pluspakketten individuele zenders kunnen kiezen.

Mogelijkheid 3:

Paragraaf 6.3.1.2. van de Mediawet 2008 is niet van toepassing op pakketaanbieders die programmapakketten naar minder dan 100.000 abonnees in Nederland verspreiden of laten verspreiden. Dit betekent dat de regels over de 'must carry zenders' en de standaardpakketten op deze pakketaanbieders niet van toepassing zijn. Zij kunnen dus hun zenders in de vorm van een à la carte menu aanbieden, zolang zij maar minder dan 100.000 abonnees hebben.²

In Nederland wordt momenteel van geen van deze mogelijkheden gebruik gemaakt. Er zijn enkel twee voorbeelden te noemen van pakketaanbieders die een stap richting kleinere pakketten zetten: Tele2 en KPN. Tele2 biedt een pakket aan genaamd TV Light. In dit pakket zitten de 20 meest populaire zenders van Nederland en het verplichte minimum van 30 zenders wordt gehaald doordat ze het pakket aanvullen met 10 regionale zenders.³ KPN biedt het pakket KPN Play aan via een app. Dit pakket bevat 23 zenders waaronder HBO en heeft een ontheffing gekregen voor een aantal must carry zenders. Bij beide aanbieders gaat het hier dus echter om het inkrimpen van het televisiepakket en niet zozeer het à la carte aanbieden van televisiezenders. De aanbieder stelt het pakket samen voor de klant.⁴

Aanbieder T-Mobile heeft wel plannen om daadwerkelijk à la carte televisie aan te gaan bieden. Ze willen dit online gaan doen onder de naam KNIPPR. Hierbij zou de klant zelf televisiezenders kunnen kiezen naast de Nederlandse basiszenders en deze zenders op de smartphone, tablet of computer kunnen bekijken. KNIPPR is vanaf juni 2016 op de markt beschikbaar.⁵

¹ Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 22 juni 2015, Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, referentienummer 737381. Geraadpleegd via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2015/06/22/kamerbrief-over-uitvoering-motie-a-la-carte-menu-voor-televisiezenders>

² Zie artikel 6.13 van de Mediawet 2008.

³ Tele2 (2015). TV Light, het tv-pakket zonder vetrandjes. Geraadpleegd via: <https://www.tele2.nl/newsroom/2015/tv-light-het-tv-pakket-zonder-vetrandjes/>

⁴ KPN (2016). Overal TV en HBO in één app. Geraadpleegd via: <https://www.playvankpn.nl/home.htm>

⁵ TotaalTV (9 juni 2016). Nieuw online TV-dienst KNIPPR landelijk beschikbaar. Geraadpleegd via: <http://www.totaaltv.nl/nieuws/23268/nieuwe-online-tv-dienst-knippr-landelijk-beschikbaar.html>

De staatssecretaris vermoedt dat het feit dat van deze mogelijkheden geen gebruik wordt gemaakt, komt doordat de mogelijkheden voor de betrokken partijen te weinig ruimte bieden om echt van toegevoegde waarde te zijn. Het invoeren van à la carte televisie in Nederland moet dan ook gezien worden als dat het de mogelijkheden om een à la carte menu aan te bieden zou verruimen. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door het opheffen van de verplichting van het aanbieden van minimaal 30 zenders in een standaardpakket of het verplicht invoeren van à la carte televisie.⁶

1.2 Gevolgen voor de markt

Het verruimen van de mogelijkheden voor het invoeren van een à la carte menu in Nederland, zou echter bepaalde consequenties met zich mee kunnen brengen. De zenders en pakketaanbieders hebben kritisch gereageerd op het voorstel om à la carte televisie in Nederland in te voeren. Volgens hen zou het negatieve gevolgen kunnen hebben voor allerlei zaken in de distributieketen, zoals onder andere de businessmodellen van de betrokken partijen, het voortbestaan van zenders, keuzevrijheid, pluriformiteit en innovatie- en concurrentiemogelijkheden.⁷

Mogelijke gevolgen van het invoeren van een à la carte menu zijn in het buitenland al onderzocht. In de Verenigde Staten is de discussie over de voor- en nadelen van het invoeren van televisie à la carte bijvoorbeeld al een tijdje aan de gang. Zo kwam de Federal Communications Commission (FCC) al in 2006 naar buiten met een onderzoek dat aantoonde dat klanten in de Verenigde Staten 13 procent goedkoper uit zouden zijn met televisie à la carte, in plaats van met, doorgaans, grote televisiepakketten. Dit onderzoek stond echter ter discussie, aangezien een onderzoek van de FCC uit 2004, juist aantoonde dat à la carte televisie zou leiden tot hogere prijzen en minder keuze voor de consument.⁸

Ook in de wetenschap is men er nog niet uit. De eveneens Amerikaanse onderzoekers Gregory Crawford en Ali Yurukoglu stelden in 2012 aan de hand van voorspellingen over businessmodellen dat alle huishoudens er met à la carte televisie qua prijs op vooruit zouden gaan wanneer alle prijzen per zender hetzelfde zouden blijven voor zowel de klant als de aanbieder. Zij voorspelden echter ook dat het invoeren van een à la carte menu waarschijnlijk automatisch zou leiden tot nieuwe onderhandelingen over prijzen tussen zenders en pakketaanbieders, wat juist bijna zeker tot een verhoging van de prijs per zender zou leiden.⁹

Daniel Sørensen van de Norwegian School of Economics heeft in 2013 onderzocht welke mogelijke gevolgen het invoeren van een à la carte menu in Noorwegen zou kunnen hebben. Sørensen deed door een aantal bundelmodellen te toetsen aan de huidige televisiemarkt. Uit zijn resultaten kwam naar voren dat de klant financieel iets beter af zou zijn wanneer hij à la carte zijn zenders kon kiezen in plaats van een volledig pakket. Hij gebruikte hiervoor hetzelfde argument als Crawford en Yurukoglu, onderhandelingen tussen zenders en aanbieder zouden tot een ander prijsmodel leiden, maar hij concludeerde juist dat de prijzen hierdoor meer dynamisch zouden worden, wat uiteindelijk zou leiden tot minder kosten voor de klant.¹⁰

Eenduidigheid over de gevolgen van het invoeren van à la carte televisie is er dus echter zeker nog niet, met name niet over wat dit zou kunnen doen met de prijs voor het ontvangen van televisiezenders.

⁶ Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 22 juni 2015, Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, referentienummer 737381. Geraadpleegd via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2015/06/22/kamerbrief-over-uitvoering-motie-a-la-carte-menu-voor-televisiezenders>

⁷ Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 22 juni 2015, Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, referentienummer 737381. Geraadpleegd via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2015/06/22/kamerbrief-over-uitvoering-motie-a-la-carte-menu-voor-televisiezenders>

⁸ USA Today (12 februari 2006). Push for 'à la carte' cable picks up steam. Geraadpleegd via: http://usatoday30.usatoday.com/money/media/2006-02-12-martin-usat_x.htm

⁹ VOX (26 januari 2016). Costs and benefits of cable TV à la carte. Geraadpleegd via: <http://voxeu.org/article/costs-and-benefits-cable-tv-la-carte>

¹⁰ Sørensen, D. (2013). Bundling in the television market. Geraadpleegd via: https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/169863/Sorensen_2013.pdf?sequence=1

De staatssecretaris heeft aangegeven dat hij het belang van de kijker in deze kwestie voorop stelt. Naar de vraag wat de kijker vindt van televisie à la carte zijn in het buitenland ook enkele onderzoeken gedaan. Zo deed het internationale marktonderzoeksbureau YouGov in april 2015 een onderzoek of internetgebruikers in verschillende landen zouden overwegen om te switchen naar à la carte televisie. Hier kwam uit naar voren dat 58 procent van de gebruikers in de Verenigde Staten dit zou overwegen wanneer het hen zou worden aangeboden. In het Verenigd Koninkrijk zou het gaan om 42 procent, in Australië 46 procent en in Singapore 52 procent. Niet meer betalen voor zenders waar ze toch niet naar keken bleek hierbij de grootste drijfveer.¹¹

Ook in Polen heeft het publiek zich al eens uit kunnen spreken over de interesse om zelf zenders te kiezen. Volgens het Poolse mediabureau MEC zou 48 procent van de kijkers liever alleen betalen voor de zenders die ze ook daadwerkelijk kijken.¹²

In Nederland is de mening van het kijkerspubliek nog niet via onderzoek gevraagd.

¹¹ Telecomasia (11 mei 2015). Over 40% of viewers want a la carte TV. Geraadpleegd via: <http://www.telecomasia.net/content/over-40-viewers-want-la-carte-tv>
¹² PMR (16 januari 2016). Poles keen on a la carte pay TV. Geraadpleegd via: <http://www.ceeitandtelecom.com/news/258095/poles-keen-on-a-la-carte-pay-tv>

2. WAT WIL DE KIJKER?

Tussen 8 en 28 februari 2016 is in opdracht van het Commissariaat door onderzoeksbureau GfK een enquête uitgevoerd onder 2010 respondenten. Deze respondenten vormen een representatieve vertegenwoordiging van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder. In de enquête zijn, aan de 1749 respondenten die aangaven een abonnement op een televisiepakket te hebben, vier vragen gesteld die betrekking hadden op het invoeren van een à la carte menu.¹³

2.1 Interesse in een à la carte menu

Aan de kijker, of meer technisch de respondenten die over een tv-abonnement beschikken, is als eerste de volgende vraag gesteld: "Stel, u mag zelf kiezen welke zenders u in uw tv-abonnement opneemt, zou u dit dan willen?"

In tabel 2.1 is te zien dat 62,9 procent van de respondenten aangeeft het pakket zelf samen te willen stellen en dat het 24,3 procent niet uit maakt. Slechts 7 procent van de kijkers zegt dat ze hun pakket liever niet zelf willen samenstellen. Belangrijk om hierbij op te merken is dat een "ja" niet betekent dat deze respondenten de voorkeur geven aan het zelf samenstellen boven hun huidige televisiepakket. Het gaat enkel om de mogelijke interesse voor à la carte televisie. Dit staat los van de tevredenheid over de huidige manier van pakketten aanbieden. De groep die antwoordde "maakt me niet uit" staat in principe ook open voor een à la carte menu.

Tabel 2.1

Interesse in à la carte tv in procenten

	Aandeel in procenten
Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	62,9
Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	7,0
Het maakt mij niet uit	24,3
Weet niet	5,8
Totaal (n=1749)	100

Interesse en tevredenheid

Hoe deze aantallen zich verhouden tot de tevredenheid van de respondenten met hun huidige televisiepakket, is te zien tabel 2.2.

Tabel 2.2

Interesse in à la carte tv en tevredenheid met huidige televisiepakket

	Tevredenheid
Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	7,4
Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	7,7
Het maakt mij niet uit	7,7
Weet niet	7,7
Totaal	7,5

De gemiddelde tevredenheid van de kijker met zijn huidige televisiepakket was in 2016 met een 7,5 op een schaal van 1 tot 10 net als in eerdere jaren onverminderd hoog. De tevredenheid van de respondenten die zeggen dat ze zelf hun pakket willen samenstellen is met 7,4 niet veel lager dan de groep die zegt niet te willen kiezen of de groep die het niet uit maakt of het niet weet. Dat neemt niet weg dat het verschil van 0,3 significant is. Kijkers die iets ontevredener zijn over hun huidige televisiepakket, zijn dus eerder geneigd om zelf hun pakket samen te willen stellen.

In het tevredenheidsonderzoek zijn daarnaast verschillende vragen gesteld die dieper ingaan op de tevredenheid met televisiepakketten. Deze zijn nader geanalyseerd in verhouding tot de interesse bij de kijker voor een à la carte menu. Allereerst is gekeken naar de verhouding tussen interesse in à la carte televisie en de tevredenheid met de prijs van het huidige televisiepakket.

¹³ In Bijlage A staat een uitgebreide uitleg van de opzet van het tevredenheidsonderzoek

Tabel 2.3

Interesse in à la carte tv en tevredenheid met de prijs van het huidige televisiepakket in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Weet niet	Totaal
Zeer tevreden	12,3	22,0	15,8	11,9	13,8
Enigszins tevreden	31,9	39,0	38,8	20,8	33,5
Neutraal	36,6	30,1	36,2	57,4	37,2
Enigszins ontevreden	16,6	7,3	8,2	8,9	13,4
Zeer ontevreden	2,6	1,6	0,9	1,0	2,1
Totaal	100	100	100	100	100
<i>Zeer belangrijk</i>	<i>59,6</i>	<i>45,9</i>	<i>49,4</i>	<i>38,2</i>	<i>54,9</i>

In tabel 2.3 is te zien dat in de groep respondenten die het televisiepakket zelf wil samenstellen het aandeel dat enigszins of zeer ontevreden is met de prijs het grootst is: 19,2 procent ten opzichte van 8,9, 9,1 en 9,9 procent bij de overige respondenten. Deze groep vindt bovendien de prijs van een pakket belangrijker dan de andere groepen. Het lijkt erop dat respondenten die de prijs zeer belangrijk vinden en over de prijs ontevreden zijn, eerder geneigd zijn zelf te willen kiezen.

Vervolgens is gekeken naar de verhouding tussen interesse in à la carte televisie en de tevredenheid met het totale aantal zenders in het televisiepakket.

Tabel 2.4

Interesse in à la carte tv en tevredenheid met huidige televisiepakket in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Weet niet	Totaal
Zeer tevreden	35,6	50,4	49,2	20,6	39,1
Enigszins tevreden	39,2	30,1	28,9	26,5	35,3
Neutraal	19,3	17,9	21,2	49,0	21,4
Enigszins ontevreden	4,9	1,6	0,2	2,9	3,4
Zeer ontevreden	1,0	0,0	0,5	1,0	0,8
Totaal	100	100	100	100	100
<i>Zeer belangrijk</i>	<i>31,5</i>	<i>19,5</i>	<i>24,0</i>	<i>25,5</i>	<i>28,5</i>

In tabel 2.4 is te zien dat de helft van de respondenten bij zowel de groep die het pakket niet zelf wil samenstellen als bij de groep die het niet uit maakt, zeer tevreden is met het totale aantal zenders. Van de groep die het zelf wil samenstellen is het aandeel ook groot, maar met 35,6 procent aanzienlijk kleiner. Het aantal televisiezenders blijkt echter veel minder belangrijk dan de prijs, niet eens een derde van de respondenten zegt dat deze tevredenheidsdimensie zeer belangrijk is. Wel is het aandeel onder de groep kijkers die zelf wil kiezen iets hoger dan onder de andere groepen. Een minder grote tevredenheid met het aanbod aan televisiezenders en een groter belang hechten aan deze dimensie lijkt daarom een aanvullende verklaring te kunnen zijn voor de interesse om een pakket zelf te willen samenstellen.

Op dezelfde manier is gekeken naar de verhouding tussen de interesse in à la carte televisie en de tevredenheid met de prijs-kwaliteitsverhouding.

Tabel 2.5

Interesse in à la carte tv en tevredenheid met de prijs-kwaliteitsverhouding in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Weet niet	Totaal
Zeer tevreden	14,7	22,1	18,8	12,7	16,1
Enigszins tevreden	36,0	42,6	42,8	15,7	37,0
Neutraal	36,9	27,9	33,6	62,7	37,0
Enigszins ontevreden	10,5	4,9	4,5	7,8	8,5
Zeer ontevreden	1,9	2,5	0,2	1,0	1,5
Totaal	100	100	100	100	100
<i>Zeer belangrijk</i>	<i>60,5</i>	<i>41,0</i>	<i>49,6</i>	<i>33,3</i>	<i>54,9</i>

Ook met de prijs kwaliteitverhouding is de groep die het pakket zelf wil samenstellen met 50,7 procent enigszins en zeer tevreden en 12,4 procent enigszins of zeer ontevreden respondenten iets ontevredener dan de groep die niet wil kiezen (respectievelijk 64,7 en 7,4 procent) of die het niet uit maakt (61,6 en 4,7 procent). Net als bij enkel de prijs, wordt door de mensen die zelf willen kiezen een grotere waarde gehecht aan deze factor dan de overige groepen.

Demografische kenmerken

Naast de tevredenheid zijn er ook demografische kenmerken die de groep respondenten die zegt hun pakket zelf te willen samenstellen scheiden ten opzichte van de andere groepen. Een dimensie die hierbij belangrijk is, is de leeftijd van de respondent. De verhouding tussen interesse in à la carte televisie en leeftijd is te zien in tabel 2.6.

Tabel 2.6

Interesse in à la carte tv en leeftijdscategorieën in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Weet niet	Totaal
13-19	9,6	8,2	9,4	12,7	9,7
20-34	24,7	16,4	17,9	7,8	21,5
35-49	29,9	16,4	19,1	21,6	25,9
50-64	23,7	13,1	30,4	27,5	24,8
65+	12,1	45,9	23,3	30,4	18,2
Totaal	100	100	100	100	100

In tabel 2.6 is te zien dat vooral boven de 65 jaar oud zijn een verklaring geeft voor het niet zelf willen kiezen van de zenders in het televisiepakket (45,9 procent). Het zijn daarnaast met name mensen die qua leeftijd in de middengroep zitten die liever zelf willen kiezen (29,9 procent bij "ja", 30,4 procent bij "maakt niet uit").

Ook ten opzichte van sociale klasse zijn duidelijke verschillen te zien. Respondenten die zelf willen kiezen komen duidelijk uit een hogere klasse, net als het grootste deel respondenten dat niet zelf willen kiezen uit de lagere klasse komt (zie tabel 2.7).

Tabel 2.7

Interesse in à la carte tv en sociale klassen* in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Weet niet	Totaal
A (hoog)	26,4	14,8	23,8	21,8	24,7
B1	25,1	21,3	22,9	16,8	23,8
B2	21,6	15,6	17,0	10,9	19,4
C	17,7	13,9	20,0	24,8	18,4
D (laag)	9,2	34,4	16,3	25,7	13,6
Totaal	100	100	100	100	100

*indeling sociale klasse volgens het CBS

Aan de hand van een regressieanalyse is vervolgens opnieuw getoetst of en in hoeverre de besproken variabelen ertoe bijdragen dat een kijker zelf zijn pakket wil samenstellen. De resultaten van deze analyse zijn te vinden in tabel 2.8.

Tabel 2.8

Regressieanalyse interesse in à la carte tv

Voorspellende variabele	Pearson correlatie	B	Beta	Significatie
Prijs van het tv-abonnement: tevredenheid	-.12	-.062	-.12	***
Prijs van het tv-abonnement: belang	.15	.095	.16	***
Totaal aantal tv-zenders: tevredenheid	-.07	-.045	-.09	***
Totaal aantal tv-zenders: belang	.13	.071	.13	***
Leeftijd	-.18	-.004	-.16	***
Sociale klasse	.14	.036	.10	***

*** = $p < .001$

De verwachtingen zoals ze in de eerdere tabellen naar voren komen worden in de regressieanalyse bevestigd. Naarmate de respondenten met de prijs en het totaal aantal zenders in hun pakket minder tevreden zijn, neemt de kans toe dat ze à la carte televisie willen. Daarnaast neemt met afnemende leeftijd en een hogere sociale klasse de waarschijnlijkheid zelf te willen kiezen toe. Het model verklaart echter slechts ten dele waarom er interesse is in een à la carte menu, naar achterliggende motieven is in dit onderzoek niet gevraagd.

2.2 Het zelf samengestelde televisiepakket

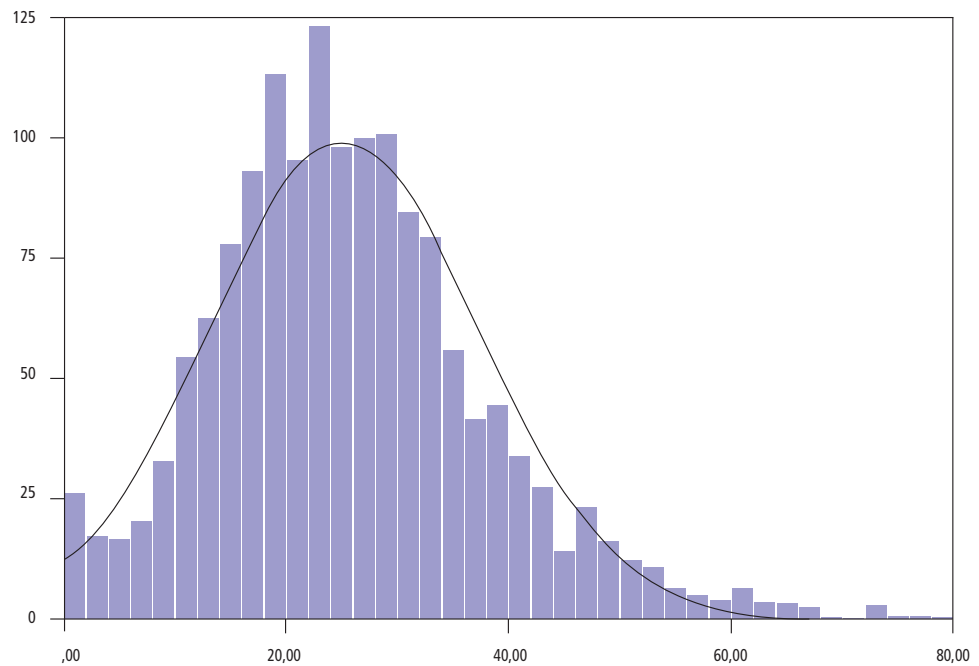
Een meerderheid van de kijkers (62,9 procent) heeft aangegeven in principe zelf te willen kiezen welke zenders het in het televisiepakket wil opnemen. Omdat het à la carte menu een fictieve, onbekende optie is, hebben we ervoor gekozen de kijker die open staat voor een à la carte menu die optie zo concreet mogelijk in te laten vullen. Het gaat hierbij om kijkers die aangeven zelf te willen kiezen of zeggen dat het hen niet uitmaakt. De antwoorden van deze groepen zijn vervolgens op verschillende manieren geanalyseerd. Wanneer er sprake was van duidelijke verschillen tussen deze twee groepen zijn ze echter afzonderlijk geanalyseerd.

Aantal zenders

Als eerste is het gemiddeld aantal zenders geanalyseerd wat door de respondenten in hun pakket werd gekozen. In figuur 2.1 zijn de resultaten te zien:

Figuur 2.1

Aantal zenders per televisiepakket



Gemiddeld kiezen de respondenten 25,3 zenders in hun pakket. Vergelijken met de minimaal 30 zenders die momenteel verplicht in een televisiepakket opgenomen moeten worden scheelt dit dus ongeveer 5 zenders. Vergelijken bij de gemiddeld 41,8 zenders die momenteel in de standaardpakketten van de huidige pakketaanbieders worden aangeboden, is het een flinke vermindering. Het minimum aantal gekozen zenders is 1 en het maximum is 77, slechts heel weinig respondenten kozen alleen maar enkele zenders. Figuur 2.1 maakt duidelijk dat het aantal zelf gekozen zenders normaal is verdeeld. Wat wel opvalt is dat de respondenten die zelf hun televisiepakket zouden willen samenstellen, aanmerkelijk meer zenders in hun pakket kozen dan de respondenten die aangaven dat het hen niet uit maakt, zoals te zien is in tabel 2.9.

Tabel 2.9

Interesse in à la carte tv en gemiddeld aantal gekozen zenders

	Gemiddelde
Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	27,0
Het maakt mij niet uit	20,6
Totaal	25,3

Qua zenders hebben de respondenten vooral de meest bekeken zenders gekozen, namelijk NPO 1, 2 en 3, RTL4 en SBS6. Deze zenders werden in 86 procent van alle pakketten gekozen. In tabel 2.10 is een overzicht te zien van het aandeel van de zenders die door meer dan een kwart van de respondenten zijn gekozen.

Tabel 2.10

Gekozen zenders (>25%) inclusief aandeel en gemiddeld maandbereik in procenten (must carry zenders groen)

Lijst met alle zenders gesorteerd naar aandeel	Aandeel respondenten die de zender hebben gekozen	Gemiddeld maandbereik 2015*
NPO 1	90	92,7
RTL4	90	90,6
NPO 2	88	82,3
NPO 3	88	88,8
SBS6	86	86,2
RTL5	82	79,6
RTL7	79	77,7
RTL8	73	64,6
Discovery Channel	71	49,2
National Geographic	70	48,8
Regionale publieke omroepen	69	54,7
Veronica	65	66,0
Net5	63	68,6
SBS9	59	35,5
BBC One	51	n.b.
Canvas (VRT)	44	n.b.
Eurosport (1 en 2)	44	29,0
FOX	44	45,6
Nat Geo Wild	44	n.b.
Animal Planet	42	8,8
BBC Two	41	n.b.
Eén (VRT)	41	n.b.
Discovery Science	39	7,3
CNN	38	n.b.
Comedy Central	37	37,3
24Kitchen	36	25,5
RTL Z	36	35,8
TLC	34	42,2
NPO Nieuws	30	14,9
Lokale publieke omroepen	30	n.b.
BBC Three	29	n.b.
RTL Crime	29	5,2
BBC World News	28	n.b.
History	28	n.b.
MTV	27	32,5
Disney Channel	26	16,6
Ketnet/OP12 (VRT)	26	n.b.
BBC Four	25	n.b.
Travel Channel	25	n.b.
ZDF	25	n.b.

*Bron data: Stichting KijkOnderzoek

Ervan uitgaande dat deze antwoorden een min of meer realistische afspiegeling voor de daadwerkelijke keuze van de Nederlandse bevolking zijn, zou het technisch bereik van de zenders van de grote aanbieders RTL, SBS, VIMN, Discovery, Disney en Fox dalen, maar zullen deze zenders breed aanwezig blijven in de zelf gekozen pakketten. Van de zenders die niet in de tabel zijn opgenomen scoren ONS en Xite met een aandeel van 10 procent nog redelijk goed, alle andere zenders worden door minder dan 10 procent van de respondenten genoemd. Het is aannemelijk dat kleine themazenders wel aan technisch bereik zullen verliezen als een groot deel van de Nederlandse bevolking gebruik zou maken van à la carte televisie.

Diversiteit van het televisiepakket

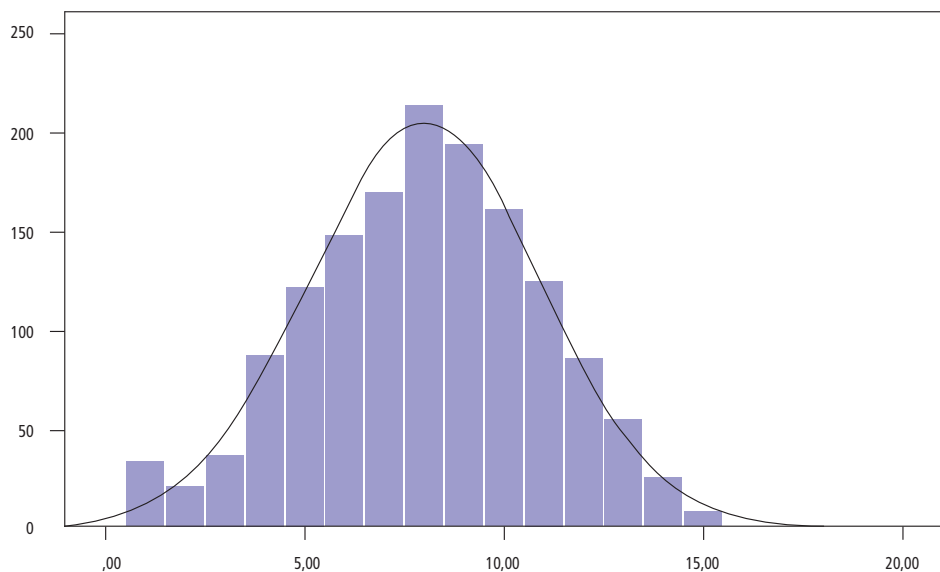
Voor het aanbieden van televisiepakketten bestaat momenteel de wettelijke verplichting tot het opnemen van minimaal 30 zenders in het standaardpakket. Dit minimale aantal is volgens de Mediawet¹⁴ een bodemgarantie voor de consument zodat hij, in het geval het standaardpakket wordt uitgekleeft, altijd toegang blijft houden tot een gevarieerd televisieaanbod zonder dat hij duurere pluspakketten moet afnemen. Wanneer er bij het invoeren van het à la carte menu een kleiner aantal zenders in het pakket wordt gekozen, kan dit dus mogelijk ten koste gaan van de diversiteit van de zenders in het pakket.

De diversiteit van zenders in een televisiepakket is afhankelijk van de verschillende genres die de zenders binnen het pakket hebben. Voorbeelden van genres zijn amusement, nieuws, algemeen of sport. Er zijn twee indicatoren van diversiteit die hiervoor gebruikt kunnen worden. De eerste is het gemiddeld aantal genres per pakket.

Wat betreft het aantal genres worden er bij de gemiddeld 25 zenders die in het pakket worden gekozen gemiddeld 8 genres opgenomen. In minder dan 1 procent van de gevallen wordt het hoogste aantal van 15 genres in een pakket bereikt. Het gemiddeld aantal genres in een pakket is bijna een perfecte normale verdeling, zoals te zien is in figuur 2.2.

Figuur 2.2

Aantal genres per televisiepakket



Als naar de gekozen genres wordt gekeken, zitten in het gemiddelde pakket ongeveer 8 algemene zenders, 5 amusementszenders, 3 documentaire zenders, 2 regionale of lokale zenders en meer dan 1 nieuws- en 1 kindzender. Alle andere genres zijn in mindere mate aanwezig in de zelf gekozen pakketten. De genreverdeling per pakket is te zien in tabel 2.11.

¹⁴ Brief van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 10 juni 2013, Tweede Kamer, vergaderjaar 2012/2013, 33426, nr. 21. Geraadpleegd via: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33426-21.html>

Tabel 2.11

Genreverdeling in het gemiddelde zelf samengestelde televisiepakket

Genre	Aantal zenders	Aandeel pakketten in procenten
Algemeen	8,05	97,3
Amusement	5,18	91,2
Documentaire	2,94	82,4
Regionaal/lokaal	1,93	72,8
Nieuws	1,36	56,0
Kinderen	1,10	41,9
Muziek	0,87	47,4
Leefstijl/vrije tijd	0,84	58,1
Fictie	0,78	49,7
Film	0,61	59,3
Sport	0,49	44,4
Zakelijk	0,42	37,8
Cultuur/educatie	0,39	31,1
Reizen	0,25	25,3
18+	0,05	4,7
Religie	0,01	0,8
Totaal	25,34	-

De tweede indicator voor diversiteit is de Simpson's *D*. De Simpson's *D* houdt niet alleen rekening met het aantal genres, maar ook met hoe deze genres binnen het pakket verdeeld zijn. Wanneer er 8 genres in een pakket zitten, is het namelijk mogelijk dat een bepaald genre oververtegenwoordigd is. Als bijvoorbeeld meer dan de helft van de zenders tot hetzelfde genre behoort, is dat nog steeds weinig divers. Dan is de Simpson's *D* laag. Naarmate de genres binnen het pakket gelijkjer verdeeld zijn, gaat de Simpson's *D* score omhoog en is er dus sprake van meer diversiteit. De gemiddelde diversiteitsscore van de gekozen pakketten aan de hand van de Simpson's *D* is .74 op een maximum van 1. Bij zowel deze score als bij het gemiddeld aantal genres in een pakket zijn de verschillen tussen de groep die zelf wil kiezen en de respondenten die het niet uit maakt behoorlijk. Niet alleen is het aantal genres met 8,5 tegenover 6,8 duidelijk hoger voor de mensen die zelf willen kiezen, de Simpson's *D* is ook een stuk hoger, met .76 tegenover .69 (zie tabel 2.12).

Tabel 2.12

Interesse in à la carte en diversiteit ("ja" en "maakt niet uit")

	Aantal genres	Simpson's <i>D</i>
Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	8,5	.76
Het maakt mij niet uit	6,8	.69
Totaal	8,0	.74

De verschillen zijn ook groot wanneer het gemiddeld aantal genres en de Simpson's *D* van de gekozen pakketten van deze twee groepen samen vergeleken worden met het huidige aanbod aan televisiepakketten.

Tabel 2.13

Interesse in à la carte en diversiteit (verhouding tot huidige pakketten)

	Aantal genres	Simpson's <i>D</i>
Gekozen pakketten à la carte	8,0	.74
Huidige pakketten	11,8	.82

De gemiddelde diversiteit in zenders van de huidige televisiepakketten in 2016 is ook dit jaar, net als eerder in 2014 en 2015, onverminderd hoog gebleven, met een diversiteitsscore van gemiddeld .82. Dit is op basis van pakketten met gemiddeld 41,8 zenders. Dit is een stuk hoger dan het gemiddelde van .74 in de zelf gekozen pakketten. Ook het aantal genres ligt met 11,8 tegenover 8,0 een stuk

hoger. Hoewel het hierbij gaat om een algeheel gemiddelde en niet een gemiddelde per specifiek pakket, geeft het een indicatie dat wanneer deze resultaten een realistische afspiegeling zijn van de keuze van het Nederlandse publiek, de diversiteit van de pakketten minder wordt bij het invoeren van een à la carte menu.

De verklaring hiervoor zou kunnen liggen in het aantal gekozen zenders. In tabel 2.14 is te zien dat zowel het gemiddeld aantal genres als de Simpson's *D* duidelijk stijgt, naarmate er meer zenders worden gekozen. Het hoge aantal zenders in de standaardpakketten van het huidige televisieaanbod zou dus een verklaring kunnen zijn voor de hoge diversiteitsscore van deze pakketten, net zoals dit het geval is bij de zelf samengestelde pakketten in dit onderzoek.

Tabel 2.14

Interesse in à la carte en diversiteit (aantal gekozen zenders)

Aantal zenders gegroepeerd	Gemiddeld aantal genres	Simpson's <i>D</i>
1-9	2,55	.39
10-19	5,75	.70
20-29	8,23	.78
30 en meer	10,90	.82
Totaal	8,00	.74

Must carry zenders

Voor het aanbieden van televisiepakketten geldt momenteel naast de wettelijke verplichting van een minimum van 30 zenders ook de doorgifte van een aantal must carry zenders. Deze must carry zenders zijn de 3 zenders van de Nederlandse Publiek Omroep, 3 Vlaamse zenders, een regionale zender en een lokale zender. De staatssecretaris heeft aangegeven enkel na te denken over het invoeren van een à la carte menu met behoud van de must carry zenders, vandaar dat interessant is om te analyseren in hoeverre deze zenders door de respondent werden gekozen. Deze analyse is te zien in tabel 2.15.

Tabel 2.15

Vertegenwoordiging van must carry zenders in zelf samengesteld televisiepakket

Aantal must carry zenders in gekozen pakket	Aandeel in procenten
0	5,3
1	3,2
2	2,0
3	12,9
4	20,5
5	18,1
6	15,7
7	13,7
8	8,6
Totaal	100

Gemiddeld worden 4,8 van de 8 must carry zenders gekozen, slechts 8,6 procent van de respondenten kiest ze allemaal.

In tabel 2.16, waar het aandeel must carry zenders per gekozen pakket in kaart is gebracht, is te zien dat dit vooral komt door de minder populaire Vlaamse en lokale zenders. De regionale en met name de Nederlandse publieke zenders worden wel in grote mate gekozen. Daarnaast is het aandeel respondenten dat de lokale omroepen kiest hoogstwaarschijnlijk onderschat, aangezien deze niet per omroep specifiek in de lijst stonden. Ook kiest 89,5 procent van alle respondenten minimaal 3 must carry zenders in zijn pakket.

Tabel 2.16

Aandeel van must carry zenders per gekozen pakket in procenten

	1-9 zenders	10-19 zenders	20-29 zenders	30 en meer zenders	Totaal
NPO1	43,5	89,6	94,2	98,2	90,4
NPO2	29,8	86,1	93,8	98,2	88,4
NPO3	32,2	84,4	94,2	98,2	88,0
Regionale	34,8	58,2	70,6	85,4	69,3
Lokale	13,0	14,9	29,2	47,3	30,0
Een	7,8	23,8	38,5	66,9	41,3
Canvas	6,1	25,8	42,5	69,8	44,1
Ketnet	0,9	7,7	21,0	51,5	25,7
Gemiddeld aantal zenders	1,69	3,90	4,84	6,15	4,77

Wat uit tabel 2.16 daarnaast duidelijk naar voren komt is dat het aantal must carry zenders dat wordt gekozen omhoog gaat naarmate er meer zenders in het pakket wordt gekozen. Dit is dezelfde constatering als bij de waardes van aantal genres en de diversiteitsscore. Minder gekozen zenders leiden in dit onderzoek dus niet alleen tot een lager aantal genres en een lagere diversiteitsscore, maar ook minder vrijwillig gekozen must carry zenders.

2.3 Prijs

Een belangrijk discussiepunt bij het invoeren van à la carte televisie is de vraag of de prijs van het pakket goedkoper of duurder wordt. In Hoofdstuk 1 kwam al naar voren dat hier in verschillende internationale onderzoeken geen duidelijkheid over is verkregen en dat de zenders en pakketaanbieders er sceptisch over zijn. Aan de hand van de vraag: "Wat zou u voor het pakket dat u net heeft samengesteld willen betalen ten opzichte van uw huidige abonnement?" is geanalyseerd in hoeverre de kijker bereid zou zijn om meer, dan wel minder te betalen wanneer ze zelf hun televisiepakket samen kunnen stellen.

Tabel 2.17

Interesse in à la carte tv en prijsindicatie in procenten

	Ja, ik zou mijn televisiepakket zelf willen samenstellen	Het maakt mij niet uit	Totaal
Alleen geïnteresseerd als het goedkoper is dan mijn huidige abonnement	51,1	67,1	55,5
Ook geïnteresseerd als het even duur is als mijn huidige abonnement	43,5	24,0	38,0
Ook geïnteresseerd als het duurder is dan mijn huidige abonnement	3,9	0,2	2,9
De prijs maakt me niet uit	1,5	8,7	3,5
Totaal	100	100	100

Uit tabel 2.17 blijkt dat meer dan de helft (51,1 procent) van de respondenten die hun pakket zelf willen samenstellen afhaakt wanneer het niet goedkoper zou worden dan hun huidige abonnement. Voor de mensen die het niet uitmaakt is dit zelfs 67,1 procent. Het aandeel respondenten dat bereid zou zijn om meer te betalen dan hun huidige abonnement is zeer beperkt. Opvallend is wel het aantal respondenten dat bereid is hetzelfde te betalen voor een à la carte menu als dat ze voor huidige abonnement betalen. 43,5 procent bij de groep die zelf wil kiezen, 24 procent bij de groep die het niet uitmaakt, gemiddeld 38 procent.

Er is ook gekeken in hoeverre het aantal gekozen zenders en de diversiteit meespelen bij het beslissen of de respondent bereid is meer of minder te betalen.

Tabel 2.18

Prijsindicatie en aantal zenders en diversiteit

	Aantal zenders	Simpson's <i>D</i>
Alleen geïnteresseerd als het goedkoper is dan mijn huidige abonnement	22,6	.72
Ook geïnteresseerd als het even duur is als mijn huidige abonnement	29,0	.77
Ook geïnteresseerd als het duurder is dan mijn huidige abonnement	29,7	.77
De prijs maakt me niet uit	22,3	.67
Totaal	25,3	.74

Respondenten die minder kanalen kiezen lijken er vanuit te gaan dat het pakket goedkoper wordt. Bij de gekozen pakketten van deze groepen is de Simpson's *D* ook lager dan het gemiddelde (dit kan opnieuw verklaard worden door het lager aantal gekozen zenders). De respondenten die wel bereid zijn evenveel of meer te betalen, kiezen ook grotere pakketten en deze pakketten halen een hogere diversiteitscore.

Een aanzienlijk aantal van de respondenten zou dus geïnteresseerd blijven in een à la carte menu als de prijs hetzelfde of hoger zou worden. De hier besproken antwoorden zijn te algemeen en te weinig specifiek om te concluderen dat Nederlanders voor een iets kleiner zelf samengesteld pakket daadwerkelijk evenveel zouden willen betalen, maar in ieder geval kunnen we het na dit onderzoek niet op voorhand uitsluiten.

2.4 Mobiele apparaten

In tabel 2.19 is te zien dat interesse voor het pakket op enkel mobiele apparaten zeer beperkt is. Liefst 60,1 procent van de respondenten zou geen interesse meer hebben als ze het pakket enkel op een mobiel apparaat konden ontvangen, tegenover 10 procent die nog steeds interesse zou hebben. De mensen die hier "ja" of "misschien" invulden waren zoals verwacht vooral jongeren, maar ook onder deze groep leeft niet een enorme behoefte om het pakket enkel via mobiele apparaten te verkrijgen.

Tabel 2.19

Interesse in zelf samengesteld pakket voor mobiele apparaten

	Aandeel in procenten
Ja	10,6
Misschien	23,7
Nee	60,1
Weet niet	5,6
Totaal	100

Concluderend zijn kijkers volgens ons onderzoek dus tevreden met hun huidige televisiepakketten, maar geven aan wel interesse te hebben om zelf hun zenders te kiezen via een à la carte menu. Het grootste deel zou echter afhaken wanneer de prijs van het pakket hierdoor hoger zou worden. Wanneer de kijkers hun pakket zelf zouden kunnen samenstellen, zouden er gemiddeld minder zenders in het pakket worden gekozen dan er momenteel in de pakketten worden aangeboden. Dit zou ten koste kunnen gaan van de diversiteit. Het merendeel van de must-carry zenders zou door de kijkers wel gekozen worden. De interesse voor een à la carte menu op enkel mobiele apparaten is niet heel groot.

3. À LA CARTE TELEVISIE IN HET BUITENLAND

Dit onderzoek richt zich op het in kaart brengen van verschillende vormen van televisie à la carte in het buitenland. De focus ligt hierbij op landen binnen Europa.

3.1 Vormen van zenders aanbieden

Om verschillende vormen van à la carte televisie in het buitenland in kaart te kunnen brengen is allereerst gekeken in welke mogelijke vormen televisiepakketten momenteel überhaupt aangeboden kunnen worden. Aan de hand van deze algemene vormen kunnen we invulling geven aan verschillende opties voor een à la carte menu.

Vorm 1: Vrij kiezen

Een eerste vorm is simpelweg alles vrij kiezen. De klant kan zelf bepalen welke zenders hij wel of niet wil ontvangen, eventueel met de restrictie van een minimum of maximum aantal zenders dat hij in zijn pakket kan opnemen. Deze vorm is enkel mogelijk wanneer er geen doorgifteverplichting (must carry) van bepaalde zenders is in het land.

Vorm 2: Must carry plus aanvullende zenders en/of pakketten

Een tweede vorm is een vorm waarbij de kijker minimaal de must carry zenders kan ontvangen en deze kan aanvullen met zenders of pakketten. Hierbij zijn twee mogelijkheden die we onderscheiden als vorm 2a en vorm 2b. Vorm 2a houdt in de must carry zenders en daarbij de mogelijkheid om er zelf zenders bij te kiezen, vorm 2b houdt in de must carry zenders en daarbij de mogelijkheid om er enkele themazenders of pakketten bij te kiezen. Een combinatie van beide opties is ook mogelijk. Bij vorm 2a is vaak keuze uit een bepaald aantal, zoals bijvoorbeeld 20 aangeboden zenders die stuk voor stuk wel of niet opgenomen kunnen worden. Bij vorm 2b zijn de aangeboden pakketten meestal thematisch, bijvoorbeeld pakketten bestaande uit enkel zenders met nieuws, natuur of entertainment en bevatten geen groot aantal zenders. Het is bij deze vorm regelmatig het geval dat zenders of pakketten apart moeten worden betaald, omdat het pay-tv kanalen zijn. Denk hierbij in Nederland bijvoorbeeld aan HBO, Fox Sports of Film1.

Vorm 3: Basispakket plus aanvullende zenders en/of pakketten

Een derde vorm is een basispakket waarbij de klant in eerste instantie niet alleen gebonden is aan minimaal de must carry zenders, maar aan een pakket met een verplicht aantal specifieke zenders dat door de aanbieder zelf wordt samengesteld. Bovenop dit pakket heeft de klant dan opnieuw de mogelijkheid om er zenders of pakketten bij te kiezen. Deze opties onderscheiden we als vorm 3a en vorm 3b. Ook hierbij is een combinatie van beide opties mogelijk. Binnen vorm 3a is hierbij opnieuw vaak keuze uit een bepaald aantal zenders wat naar keuze toegevoegd kan worden. Binnen vorm 3b is er meestal de optie om een groot pakket bovenop het basispakket te nemen (bijvoorbeeld een extra pakket van 20 verschillende soorten zenders) of thematische zenders of pakketten (sport, film, erotiek, enz.) die ook hier in veel gevallen bestaan uit pay-tv kanalen.

Bij de tweede en derde vorm kan het zo zijn dat must carry zenders in het land verkrijgbaar zijn zonder dat het nodig is om je op een televisiepakket te abonneren. In dat geval blijft de vorm hetzelfde (klanten kunnen naast de must carry zenders basispakketten, thematische pakketten of losse zenders kiezen), maar zijn de must carry zenders geen onderdeel van het pakket waar je voor betaald.

In de praktijk zou ook weer op drie manieren een vorm van televisie à la carte aangeboden kunnen worden (zie tabel 3.1). Via vrij kiezen (vorm 1) zou een kijker alle zenders kunnen kiezen die hij of zij wil. Via must carry plus zenders kiezen (vorm 2a), zou de kijker zenders kunnen kiezen die hij of zij wil naast het verplicht ontvangen van de must carry zenders. En via basispakket plus zenders kiezen (vorm 3a) zou de kijkers zenders kunnen kiezen die hij of zij wil naast het verplichte basispakket. Bij de opties must carry plus pakketten kiezen en basispakket plus pakketten kiezen (2b en 3b), kan de kijker niet meer zelf zijn zenders kiezen, maar slechts enkele themazenders of pakketten die door de aanbieder worden samengesteld.

Tabel 3.1

Mogelijke vormen van televisiezenders aanbieden (vormen à la carte in het groen)

Vorm	Opzet
1 Vrij kiezen	De kijker kiest alle televisiezenders zelf uit zonder enige restrictie
2a Must carry plus zenders kiezen	De kijker kiest een bepaald aantal televisiezenders zelf uit naast een aantal verplicht te ontvangen zenders
2b Must carry plus pakketten	De kijker kiest bepaalde themazenders of (kleinere) pakketten naast een aantal verplicht te ontvangen zenders
3a Basispakket plus zenders kiezen	De kijker kiest televisiezenders uit naast een basispakket dat door de aanbieder is samengesteld
3b Basispakket plus pakketten	De kijker kiest themazenders of pakketten uit naast een basispakket dat door de aanbieder is samengesteld

Ter illustratie: in Nederland wordt enkel vorm 3b aangeboden. De klant is verplicht een basispakket van 30 zenders af te nemen en kan daarnaast een aantal thematische zenders of pakketten kiezen, alsmede grote pluspakketten met verschillende soorten zenders. De vormen 2a, 2b en 3a zouden volgens de wet ook in Nederland aangeboden mogen worden (zie paragraaf 1.1), zolang maar een minimum aantal zenders van 30 wordt gehaald. Dit wordt momenteel echter (nog) niet door pakketaanbieders gedaan. Vorm 1 is in Nederland enkel mogelijk wanneer een pakket onder de 100.000 abonnees blijft. Bij meer dan 100.000 abonnees is er een verplichting van must carry en het standaardpakket.

3.2 Televisie à la carte buiten Europa

In India is à la carte televisie in 2007 al ingevoerd. De Telecom Regulatory Authority of India, de onafhankelijke Indiase regulator van telecommunicatie, voerde dat jaar een wet in die eiste dat alle pakketaanbieders zenders à la carte aan hun klanten moesten aanbieden. Dit is dus de vorm van volledig vrij je pakket kunnen samenstellen. India is daarmee een voorloper ten opzichte van de rest van de wereld.¹⁵

Een ander voorbeeld is Canada. De Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, de onafhankelijke publieke autoriteit, die de leiding heeft over de regulering van en toezicht op media in Canada, heeft bepaald dat alle pakketaanbieders vanaf december 2016 een 'pick-and-pay' pakket moeten aanbieden aan hun klanten. Dit pakket moet bestaan uit een (kleiner) aantal verplichte zenders voor een vaste prijs, waarbij klanten daarnaast zelf individuele kanalen erbij mogen kiezen. In Canada was het voorheen gebruikelijk dat televisiepakketten uit honderden zenders bestonden.¹⁶

In de Verenigde Staten zijn ook pogingen gedaan om à la carte televisie van de grond te krijgen. Senator John McCain, in 2008 de Republikeinse genomineerde voor de verkiezingen om het presidentschap, probeerde in 2013 televisie à la carte beschikbaar te maken in de Verenigde Staten. Hij stelde een wet op voor regelgeving om tv-zenders individueel te koop aan te bieden. Deze wet werd echter afgewezen.¹⁷ Grote media- en communicatieaanbieders als Verizon, Apple en Amazon hebben inmiddels wel plannen om binnen een aantal jaar een vorm van à la carte televisie op de markt te brengen, maar dit is er tot op heden nog niet van gekomen.^{18 19}

Bij deze voorbeelden gaat het echter om landen buiten Europa. Hoewel dit goede achtergrondinformatie en inzicht geeft in hoe à la carte televisie er uit kan zien en welke gevolgen het voor pakketaanbieders en de kijker kan hebben, zijn deze landen qua televisieaanbod moeilijk te vergelijken met Nederland.

¹⁵ The Hindu (4 september 2007). Broadcasters must offer all channels. Geraadpleegd via: <http://www.thehindu.com/todays-paper/tp-national/article1904921.ece>

¹⁶ CBC News (19 maart 2015). CRTC rules cable companies must offer pick-and-pay channels, \$25 basic package. Geraadpleegd via: <http://www.cbc.ca/news/politics/crtc-rules-cable-companies-must-offer-pick-and-pay-channels-25-basic-package-1.3001370>

¹⁷ Variety (23 juli 2013). John McCain's A La Carte Cable Bill Gains a Co-Sponsor. Geraadpleegd via: <http://variety.com/2013/biz/news/john-mccains-cable-bill-1200566913/>

¹⁸ Fool (17 september 2014). Verizon is Determined to Make a La Carte Cable a Reality. Geraadpleegd via: <http://www.fool.com/investing/general/2014/09/17/verizon-is-determined-to-make-a-la-carte-cable-a-r.aspx>

¹⁹ AV Club (8 december 2015). Wait, is Amazon Prime offering a la carte cable service? Geraadpleegd via: <http://www.avclub.com/article/wait-amazon-prime-offering-la-carte-cable-service-229473>

Televisiepakketten bestaan in deze landen over het algemeen uit een veel groter aantal zenders. In Canada is het invoeren van een (kleiner) basispakket al een enorme stap vooruit en ook in de Verenigde Staten is het gebruikelijk enorme televisiepakketten aan te bieden. De situatie in Nederland is veel beter vergelijkbaar met landen binnen Europa, vanwege het grote marktaandeel van publieke omroepen en algemeen geldende mediaregels (waaronder must carry). Ook het aanbieden van kleinere televisiepakketten is in Europa veel gebruikelijker. Daarom is daarom besloten om dit onderzoek te richten op vormen van à la carte televisie binnen Europa.

3.3 Televisieaanbod en televisie à la carte in Europa

Op basis van door de toezichthouders uit het EPRA-netwerk ter beschikking gestelde informatie, is besloten het aanbod van televisiepakketten in een specifiek aantal landen binnen Europa te onderzoeken. Volgens deze toezichthouders wordt in de Scandinavische landen televisie à la carte aangeboden, daarom zijn deze landen in het onderzoek opgenomen. Aanvullend zijn vanwege goede vergelijkbaarheid de Nederland omliggende landen opgenomen en voor extra controle zijn nog drie andere overige Europese landen meegenomen. In de onderzochte landen zijn verschillende vormen gevonden waarin televisiepakketten worden aangeboden. Het gaat hierbij om de vormen zoals die in tabel 3.1 worden beschreven.²⁰

Tabel 3.2

Overzicht vormen van televisiepakketten in Europa (à la carte in het groen)

Land	Vorm				
	1	2a	2b	3a	3b
België					X
Denemarken		X		X	X
Duitsland					X
Frankrijk					X
Finland				X	X
Italië					X
Noorwegen		X		X	X
Polen					X
Spanje					X
Verenigd Koninkrijk					X
Zweden				X	X

In tabel 3.2 is te zien dat vorm 1, waarbij kijkers alle zenders volledig zelf kiezen, in de onderzochte landen binnen Europa niet in het onderzoek voorkwam. Vorm 2a, must carry plus zenders kiezen, komt in de onderzoeksresultaten twee keer voor, vorm 2b helemaal niet. Vorm 3a, basispakket plus zenders kiezen, komt in een aantal landen naar voren. Vorm 3b komt in ieder land binnen de onderzoeksresultaten ruimschoots naar voren.

In de Scandinavische landen Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden worden dus verschillende vormen van televisie à la carte aangeboden. In de overige onderzochte landen komt de vorm van à la carte televisie zoals in dit onderzoek omschreven op het moment van onderzoek niet voor. In onderstaande tabel zijn de resultaten en details voor de specifieke pakketaanbieder per land te zien.

²⁰ In Bijlage A staat een uitgebreide uitleg van de opzet van het tevredenheidsonderzoek

Tabel 3.3

Overzicht analyse televisiepakketten in Europa*

Land	Pakketaanbieder ²¹	Distributie	Vorm	Minimaal aantal kanalen in pakket
België	TV Vlaanderen	Satelliet	3b	35
	Belgacom	IPTV	3b	80
	Telenet	Kabel	3b	75
	Snow**		3a	32
Denemarken	TDC	IPTV	3b	22
	Canal Digital	Kabel/Satelliet	3b	21
	YouSee	Kabel	3a+3b	25
	Boxer TV	DTT	2a	7
Duitsland	Vodafone	IPTV	3b	58
	Unity Media	Kabel	3b	90
	Telecolumbus	Kabel	3b	90
	Magine TV**		3a	60
Frankrijk	NC Numericable	Kabel	3b	156
	Canal+	Satelliet	3b	wisselt per pakket
	AB Bis TV	Satelliet	3b	25
	Bouygues	IPTV	3b	160
Finland	DNA TV	Kabel	3a+3b	4
	Elisa Viihde	Kabel	3a	8
	Digita	DTT	3b	21
Italië	Tivu	Satelliet	3b	69
	Sky Italia	Satelliet	3b	wisselt per pakket
Noorwegen	Get TV	Kabel	3a	20
	Canal Digital	Kabel/Satelliet	3b	35
	RiksTV	DTT	2a+3b	6 of 32
	ViaSat	Satelliet	3b	14
Polen	Vectra	Kabel	3b	71
	Toya	Kabel	3b	31
	Polsat	Satelliet	3b	79
	Multimedia Polska	Kabel/IPTV	3b	55
Spanje	Ono	Kabel	3b	70
	Euskaltel	Kabel	3b	70
	Movistar	Satelliet	3b	100
	Orange TV	IPTV	3b	34
Verenigd Koninkrijk	Virgin Media	Kabel	3b	130
	Sky	Satelliet	3b	270
	Talk Talk UK	IPTV	3b	80
	BT Vision	DTT	3b	80
Zweden	ComHem	Kabel	3b	21
	Canal Digital	Kabel/Satelliet	3b	20
	Telia-Digital TV	IPTV	3b	28
	IP Sweden	IPTV	3a	6

* Moment van analyse: 24 mei 2016

** Momenteel niet meer beschikbaar

²¹ Voor de websites van de pakketaanbieders die zijn geraadpleegd, zie bronnenlijst

Vrij kiezen

Vorm 1 van zenders aanbieden, de meest pure vorm van televisie à la carte waarbij de klant alle zenders zelf mag kiezen, kwam in de onderzochte landen niet voor. Dit kan verklaard worden doordat in bijna ieder onderzocht land bepaalde must carry regels voor een aantal zenders gelden.²² In de gevallen waar à la carte televisie wordt aangeboden, zijn must carry zenders hier ofwel onderdeel van, ofwel wordt de optie van televisie à la carte aangeboden naast de gratis te ontvangen must carry zenders.

Must carry plus zenders of pakketten

Vorm 2a van televisiezenders aanbieden, must carry plus zenders kiezen, komt in het onderzoek in beperkte mate voor. Alleen in de Scandinavische landen Denemarken en Noorwegen is het mogelijk om bij bepaalde pakketaanbieders zelf zenders te kiezen, zonder daarbij eerst vast te zitten aan een basispakket.

Het best passende voorbeeld bij deze vorm is Boxer TV uit Denemarken. Bij een abonnement van Boxer TV zitten 7 must carry zenders, bestaande uit zenders van de publieke omroep en de Duitse zender ZDF, standaard in het pakket. Daarnaast is het mogelijk om uit een aanbod van 29 zenders te kiezen welke zenders de kijker naast de must carry zenders in zijn pakket wil opnemen. Voor het toevoegen van iedere zender betaalt de kijker een bepaalde prijs. Deze prijs is niet voor iedere zender hetzelfde. Ook is nog sprake van een aanbieding, keuze uit 8 zenders tegen een bepaalde vaste prijs en is het mogelijk simpelweg alle kanalen in het pakket op te nemen tegen een bepaalde vaste prijs. Boxer TV is pas vanaf 1 april 2016 beschikbaar.

Het Noorse voorbeeld van deze vorm van zenders aanbieden is RiksTV. Bij RiksTV zitten 6 must carry kanalen standaard in het pakket en daarnaast is het mogelijk om voor een vaste prijs uit 28 aangeboden zenders 6 favorieten te kiezen. Hier is het dus niet mogelijk zelf te bepalen hoeveel zenders je in je pakket wil, maar is het wel mogelijk 6 zenders à la carte in een pakket te kiezen.

Bij deze voorbeelden is sprake van een divers aanbod van zenders waaruit de klant kan kiezen, dus niet enkel pay-tv zenders of zenders binnen een bepaald thema. Pay-tv zenders zijn in deze gevallen buiten de vorm van het pakket om los bij te bestellen.

Vorm 2b werd in de resultaten van het onderzoek niet onderscheiden.

Basispakket plus zenders kiezen

Waar vorm 1 en 2 in de resultaten niet tot weinig voor komen, zijn van vorm 3 meer voorbeelden te vinden. Het verschilt per land en per aanbieder welk soort zenders er bij gekozen kunnen worden en hoe groot het basispakket hierbij is.

In een aantal landen kan de kijker naast een relatief klein basispakket zelf uit een groot aantal zenders een kleiner aantal zenders kiezen die hij wil opnemen in zijn pakket. Deze vorm van zenders aanbieden komt overeen met vorm 3a van televisiezenders aanbieden zoals omschreven, maar blijft dankzij de kleine basispakketten ook dicht in de buurt van vorm 2a, must carry plus zelf kiezen. Aan de must carry zenders worden in het betreffende basispakket dan alleen een aantal zenders toegevoegd. Hieronder worden een aantal voorbeelden genoemd. Deze voorbeelden zijn opnieuw afkomstig uit de Scandinavische landen, in dit geval Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden.

In Denemarken biedt YouSee een basispakket aan van 25 zenders, waar extra zenders bij gekozen kunnen worden. Het is dan mogelijk er 10 zenders, 20 zenders of 36 zenders bij te kiezen. De klant betaalt dus een vaste prijs voor een extra pakket, maar mag wel kiezen welke zenders hij in dat pakket opneemt. Hierbij heeft de klant keuze uit meer dan 100 zenders.

²² European Audiovisual Observatory (Mei 2015). Must-carry: Renaissance or Reformation? Geraadpleegd via: [http://www.obs.coe.int/documents/205595/264635/Iris_plus_2012-5_EN_\(cover%2Btext_.pdf/6ac0a27d-3ed9-45f1-a6b7-c8b3433dc5a5](http://www.obs.coe.int/documents/205595/264635/Iris_plus_2012-5_EN_(cover%2Btext_.pdf/6ac0a27d-3ed9-45f1-a6b7-c8b3433dc5a5)

Een ander voorbeeld is DNA TV in Finland. DNA TV biedt keuze uit verschillende televisiepakketten, maar onderdeel van dit aanbod zijn ook pakketten waarin ofwel 4, ofwel 8, ofwel 12 zenders naar keuze opgenomen kunnen worden. Deze pakketten hebben een vaste prijs. Deze vorm hangt aan tegen vorm 2b. De klant zit namelijk wel vast aan een bepaald aantal kanalen in deze kleine pakketten, maar kan zelf kiezen welke zenders hij in het pakket wil opnemen. Een aantal must carry zenders moeten in Finland ook doorgegeven worden, maar deze worden los van dit pakket al gratis aangeboden.

Ook de Finse aanbieder Elisa biedt televisiezenders aan in deze vorm. Hier bestaat het aanbod uit kleine basispakketten van respectievelijk 8, 20 en 31 zenders, waarnaast de klant individueel extra zenders kan kiezen. De meeste extra zenders kosten in dat geval een bepaald vast bedrag per maand. Speciale pay-tv of bijzondere themakanalen kunnen duurder zijn.

In Noorwegen is pakketaanbieder GetTV een sprekend voorbeeld van deze vorm, aangezien in het basispakket de 20 meest populaire kanalen worden opgenomen en er daarnaast uit een aanbod van 70 andere zenders nog 20 zenders à la carte uitgekozen kunnen worden. Dit gehele aanbod is verkrijgbaar voor een vaste prijs. Wie overigens niet wil kiezen, kan ook de 20 zenders krijgen die door de aanbieder zelf zijn uitgekozen.

Bij de Zweedse pakketaanbieder IP TV is het tenslotte mogelijk om uit een basispakket van 42 kanalen tegen een vaste prijs 6 favorieten te kiezen. Hier bovenop kunnen uit een kleiner aanbod van 20 kanalen ook nog extra kanalen à la carte gekozen worden voor een vast bedrag per kanaal. Ook in het Zweden moet een aantal must carry kanalen worden doorgegeven, maar ook in dit geval worden deze al los van het pakket aangeboden.

Daarnaast was het in België tussen 2013 en 2015 mogelijk bij KPN via een Triple Play Pakket genaamd Snow zelf de zenders in je pakket te kiezen. In dit pakket zaten 32 basiszenders, waarnaast voor een klein bedrag per zender het pakket kon worden uitgebreid met individueel gekozen zenders. Er was keuze uit 60 mogelijke aanvullende kanalen. De dienst werd eind 2014 stopgezet omdat er te weinig abonnees waren (slechts 35.000). De uitleg hierbij was dat de kosten voor het product, zoals content rechten en aansluitkosten, te hoog waren om het winstgevend te laten zijn.²³

Net als de voorbeelden bij vorm 2a was het extra bijbestellen van pay-tv kanalen een optie, los van de kosten of de zenders die in het basis- of gekozen pakket zijn opgenomen.

Basispakket plus themazenders of pakketten

De meest gevonden optie in de resultaten was echter geen vorm van televisie à la carte. Dit was namelijk vorm 3b, het toevoegen van slechts enkele themazenders of pakketten, dan wel het toevoegen van grote pluspakketten. De extra zenders die kijkers aan het basispakket kunnen toevoegen, zijn vaak ook in pakketvorm met een aantal andere zenders aan een abonnement toe te voegen. In de meeste gevallen kunnen bijvoorbeeld zenders als HBO, sport- of filmzenders extra worden gekozen, soms als losse pay-tv zenders, soms samen in een pakket. Wat bij deze vorm het meest opvalt is het verschil in aantal zenders wat in een basispakket wordt opgenomen. Dit varieert van minimaal 20 zenders tot minimaal 200 zenders in een pakket, afhankelijk van het land, de aanbieder en de distributietechniek.

In Duitsland, Frankrijk, Italië, Polen, Spanje en Verenigd Koninkrijk is het gebruikelijk grote televisiepakketten aan te bieden die bestaan uit veel verschillende soorten zenders. Sommige pakketten bestaan minimaal 70 a 80 zenders, maar dit kan ook oplopen tot minimaal 150 of zelfs meer dan 200 zenders. Het is in deze landen vaak ook gebruikelijk om televisie via de satelliet te ontvangen, waardoor er automatisch al heel veel zenders beschikbaar zijn voor de kijker. Er blijven dan vaak slechts een aantal pay-tv kanalen of pakketten over. Deze kunnen er dan los worden bijgenomen. In de Scandinavische landen en in België worden vaak wel kleinere televisiepakketten aangeboden, die bestaan uit tussen de 20 en 35 zenders. Binnen de landen zelf kan het aantal zenders in een pakket per aanbieder en per distributietechniek ook overigens ook nog erg uiteenlopen.

²³ Tweakers (17 december 2014). Base stopt met triple-play-pakket Snow. Geraadpleegd via: <https://tweakers.net/nieuws/100319/base-stopt-met-triple-play-pakket-snow.html>

Tot slot kende Duitsland een tijdlang een specifieke vorm van à la carte televisie, die uitgaat van een basispakket plus kiezen, maar waarbij zenders weggehaald kunnen worden in plaats van worden toegevoegd. Via Magine TV konden kijkers zich abonneren op een televisiepakket van 60 zenders en dit aantal vervolgens zelf reduceren door voor een bepaald bedrag zenders uit het pakket te laten verwijderen. De abonnementskosten gingen hierdoor in veel gevallen omlaag. Deze vorm van à la carte televisie wordt door Magine echter sinds het voorjaar van 2016 niet meer aangeboden.²⁴

Concluderend komt uit dit onderzoek naar voren dat binnen Europa momenteel alleen in de Scandinavische landen een vorm van een à la carte menu wordt aangeboden. Hierbij kunnen kijkers bovenop enkele must carry zenders of een klein basispakket vrij aanvullende zenders kiezen. In bijna alle Europese landen zijn basispakketten de meest gebruikelijke vorm om televisiezenders aan te bieden, met daar bovenop de mogelijkheid het pakket aan te vullen met bepaalde pay tv-zenders of extra pakketten. Wel blijkt dat het aantal televisiezenders dat in pakketten wordt aangeboden behoorlijk verschilt en er dus geen regels zijn voor een minimum of maximaal aantal zenders binnen een pakket. Nederland lijkt hierin met een verplicht minimum van 30 zenders uniek te zijn. In de meeste Europese landen bestaan wel must carry verplichtingen voor een aantal zenders.

²⁴ Magine TV. Geraadpleegd via: <https://de.magine.com/>

BIJLAGEN

A. Methodische verantwoording

Onderzoek 1: Wat wil de kijker?

Uitvoering en populatie

Om antwoord te geven op de vraag wat de Nederlandse kijker vindt van het invoeren van een à la carte menu, is een set van vier vragen ontwikkeld die geïmplementeerd zijn in de vragenlijst van het jaarlijkse onderzoek naar de tevredenheid met televisiepakketten. Dit onderzoek is tussen 8 en 28 februari 2016 door onderzoeksbureau GfK middels een enquête uitgevoerd onder respondenten uit het GfK Online Panel, aangevuld door een kleine groep respondenten die telefonisch zijn benaderd. Het panel bestond uit een representatieve vertegenwoordiging van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder. Er hebben 2010 respondenten aan het onderzoek meegewerkt. De vragenlijst is door het Commissariaat in afstemming met zowel het GfK als OCW opgesteld. Voor een uitgebreide beschrijving van de uitvoering van het onderzoek naar de tevredenheid van de kijker met televisiepakketten kunt u terecht op www.mediamonitor.nl.

Voor het onderzoek naar wat kijkers vinden van een à la carte menu op vrijwillige basis voor de paketaanbieder, is voor een eenvoudige invulling van "vinden" gekozen. Deze invulling houdt geen rekening met achterliggende redenen, wettelijke voorwaarden zoals must carry en businessmodellen, maar legt enkel vast wat de spontane wens van de kijker is. De vier vragen over het à la carte menu zijn aan alle respondenten voorgelegd die een abonnement op een televisiepakket hebben (n=1749).

Vragenlijst

De vier vragen over het à la carte menu die aan de respondenten zijn gesteld zijn als opgesteld:²⁵

Vraag 1:

U ontvangt nu een selectie televisiezenders in uw huidige tv-abonnement. Stel, u mag zelf kiezen welke zenders u in uw tv-abonnement opneemt, zou u dit dan willen?

De antwoordcategorieën bij deze vraag waren "ja", "nee", "het maakt mij niet uit" en "weet niet". Enkel aan de respondenten die "ja" of "maakt mij niet uit" invulden zijn vervolgens ook de vervolgvragen voorgelegd. Het doel van de eerste vraag was dan ook om een indicatie te krijgen of een respondent überhaupt zelf wil kiezen.

Een à la carte menu bestaat in Nederland momenteel nog niet. Om een indicatie te krijgen wat voor zenders de kijker in zijn pakket zou opnemen wanneer dit wel een mogelijkheid is, is de respondenten gevraagd dit zo concreet mogelijk in te vullen. Dit gebeurde aan de hand van de volgende vraag:

Vraag 2:

Stel, u mag zelf het televisiepakket samenstellen. Welke van de onderstaande zenders zou u dan in dit pakket willen?

Aan de respondenten zijn 79 afzonderlijke zenders met concrete zendernamen voorgelegd en gevraagd of ze de titel in hun pakket willen hebben. De lokale omroepen zijn niet per titel gevraagd, maar als categorie "lokale publieke televisie uit stad/streek". Aanvullend konden de respondenten nog tot vijf zenders noemen die niet op de lijst stonden, maar die ze wel graag willen opnemen in hun pakket. Dit was een compromis om te waarborgen dat belangrijke zenders aanvullend konden worden genoemd. Als iemand op de open vraag geen zender maar alleen een genre noemde (sport, Franse, Duitse, erotiek zenders), dan is dit niet geanalyseerd. Het aantal van de genoemde zenders die buiten beschouwing bleven was met gemiddeld 0,17 zenders per respondent beperkt.

²⁵ In Bijlage B staat de volledige vragenlijst inclusief antwoordcategorieën

Onderzoek laat zien dat het zelf kiezen van zenders niet noodzakelijk betekent dat het pakket goedkoper wordt en dat de kosten zelfs mogelijk zouden kunnen oplopen. Daarom is in de derde vraag aan de respondent voorgelegd wat ze voor een à la carte menu zouden willen betalen:

Vraag 3:

Wat zou u voor het pakket dat u net heeft 'samengesteld' willen betalen, ten opzichte van uw huidige abonnement?

Aangezien het zonder verdiepend onderzoek niet mogelijk was een realistische prijs per kanaal te bepalen, is ervoor gekozen om in de antwoordcategorieën te laten opnemen of de respondent bereid was alleen minder, evenveel of mogelijk zelfs meer voor het gekozen pakket te betalen. Deze keus is ook gemaakt om de respondent bij het kiezen van zijn pakket niet meteen al te laten afschrikken door een bepaalde prijs per zender.

Leden van de VVD-fractie in de Tweede Kamer hebben gevraagd of het onderzoek specifiek in kan gaan op de mogelijkheden van een à la carte menu alleen voor mobiele apparatuur. Op verzoek van de staatssecretaris is daarom ook deze optie in de vragenlijst opgenomen door middel van een vierde vraag:

Vraag 4:

Zou u het pakket dat u net heeft 'samengesteld' ook willen als het alleen voor het kijken op mobiele apparaten (bijvoorbeeld smartphone of tablet) beschikbaar is?

Bij deze vraag waren de antwoordcategorieën "ja", "misschien", "nee" en "weet niet".

Analyse

Aangezien de vier vragen onderdeel uitmaakten van een algeheel onderzoek naar de tevredenheid van de kijker met televisiepakketten, konden de antwoorden op de vragen over het à la carte menu vergeleken worden met de antwoorden die de respondenten gaven over de tevredenheid die ze hebben met hun huidige televisieaanbod. Ook konden de resultaten vergeleken worden met de diversiteit van de huidige televisiepakketten, aan de hand van het onderzoek naar diversiteit wat jaarlijks door het Commissariaat wordt uitgevoerd. Hierdoor konden de resultaten van de vragen over het à la carte menu ten eerste afgezet worden tegen de algemene tevredenheid van de respondenten over het huidige televisieaanbod en verschillen tussen bepaalde groepen binnen de populatie van de respondenten. Daarnaast kon aan de hand van het door de respondent zelf gekozen pakket bekeken worden wat voor mogelijke gevolgen het invoeren van een à la carte menu zou kunnen hebben voor het aantal zenders, de diversiteit, de wettelijke verplichtingen en de prijs van televisiepakketten. Zo is niet alleen de interesse van de kijker voor à la carte televisie geanalyseerd, maar zijn ook verklaringen gegeven voor deze interesse van de kijker en welke mogelijke gevolgen dit zou kunnen hebben.

Het analyseren van de resultaten is binnen het Commissariaat gebeurd met het statistische computerprogramma SPSS. Naast een aantal bivariate analyses is een regressieanalyse uitgevoerd om aan te tonen in hoeverre deze variabelen ertoe bijdragen dat een kijker zijn pakket zelf wil samenstellen. Hiervoor is een dichotome variabele gemaakt met de waarde 1 als de respondent aangeeft zelf zijn pakket samen te willen stellen en de waarde 0 als de respondent aangeeft dat hij het niet weet, het hem niet uit maakt of dat hij zijn televisiepakket niet samen wil stellen. Aan de hand van de gestandaardiseerde regressie coëfficiënt Beta kon worden bekeken wat de invloed van een bepaalde variabele is op de interesse van de respondent voor à la carte televisie.

Onderzoek 2: À la carte televisie in het buitenland

Bij de opzet van het onderzoek is aan de hand van desk research als eerste besloten om het onderzoek te richten op landen binnen Europa. Landen buiten Europa zijn qua televisieaanbod namelijk moeilijk te vergelijken met Nederland. Televisiepakketten bestaan in deze landen over het algemeen uit een veel groter aantal zenders. In Canada is het invoeren van een (kleiner) basispakket bijvoorbeeld al een enorme stap vooruit en ook in de Verenigde Staten is het gebruikelijk enorme televisiepakketten aan te bieden. Must carry zenders spelen hierbij over het algemeen helemaal

geen rol. De Europese landen zijn vanwege de aanwezigheid van publieke omroepen en algemeen geldende mediaregels in heel Europa (waaronder must carry) beter vergelijkbaar. Ook is het aanbieden van kleinere televisiepakketten in Europa veel gebruikelijker.

Om een eerste indruk te krijgen van waar à la carte televisie in Europa voorkomt is gebruik gemaakt van het EPRA-netwerk. EPRA is het European Platform of Regulatory Authorities, waar informatie wordt uitgewisseld tussen de verschillende toezichthouders op het gebied van media binnen Europa. Binnen dit EPRA-netwerk is een survey uitgezet waarin een aantal vragen werden gesteld over de manier van aanbieden van televisiezenders en de mogelijkheden en de vorm à la carte televisie in het betreffende land.²⁶ Dit survey had een exploratief karakter en is uiteindelijk door toezichthouders van 13 verschillende landen ingevuld.

Aan de hand van de resultaten van de survey, persoonlijk mailcontact met toezichthouders van verschillende landen en onze eigen desk research is vervolgens een selectie gemaakt van Europese landen waarop het onderzoek is toegespitst. In de selectie zijn als eerste de Scandinavische landen Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden opgenomen, aangezien we een indicatie hadden dat daar televisie à la carte wordt aangeboden. Vervolgens zijn de Nederland omliggende landen België, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk opgenomen volgens het principe van most similar. Ten slotte zijn ter contrast de Europese landen Polen, Italië en Spanje opgenomen, omdat hier nog weinig informatie op het gebied van televisie à la carte over beschikbaar was.

Daarnaast kwam uit de verkregen informatie van het EPRA-netwerk naar voren dat à la carte televisie niet in ieder land dezelfde betekenis heeft en in verschillende landen op verschillende manieren wordt geïnterpreteerd. Voor een completer beeld en voor een verificatie van de geleverde informatie is daarom besloten om niet alleen per geselecteerd land in kaart te brengen of een mogelijke vorm van à la carte televisie wordt aangeboden, maar om per land ook de vorm waarop een aantal grote pakketaanbieders überhaupt televisiepakketten aanbieden te analyseren. De pakketaanbieders zijn geselecteerd aan de hand van informatie van het European Audiovisual Observatory (EAO).²⁷

Per pakketaanbieder is onderzocht in welke vorm televisiezenders door klanten kunnen worden ontvangen en of er binnen deze vorm sprake was van een à la carte menu. Dit is gebeurd door op de websites van de pakketaanbieders te kijken via welk vorm televisiezenders- en pakketten worden aangeboden en hoeveel zenders er minimaal in het pakket waren opgenomen. Ook is door informatie van het EAO nagegaan via welke distributievorm de zenders worden aangeboden. Deze data zijn uitgewerkt en vervolgens opgenomen in de tabellen zoals die te zien zijn in paragraaf 3.3.

²⁶ In Bijlage B staat de volledige vragenlijst inclusief antwoordcategorieën

²⁷ European Audiovisual Observatory (2014). Yearbook. Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 38 European States, volume 1

B. Vragenlijst

Onderzoek 1: Wat wil de kijker?

Vraag 1

U ontvangt nu een selectie televisiezenders in uw huidige tv-abonnement. Stel, u mag zelf kiezen welke zenders u in uw tv-abonnement opneemt, zou u dit dan willen?*

1	Ja, ik zou liever zelf mijn televisiepakket zelf willen samenstellen
2	Nee, ik zou mijn televisiepakket niet zelf willen samenstellen
3	Het maakt mij niet uit
4	Weet niet

* Nog even los van de prijs en het aantal zenders.

Vraag 2

Stel, u mag zelf het televisiepakket samenstellen. Welke van de onderstaande zenders zou u in dit pakket willen? U mag ook zenders kiezen die u nu nog niet ontvangt*

1	13th street	41	Nickelodeon
2	24Kitchen	42	NPO 1
3	538 TV	43	NPO 101 (voorheen 101 TV)
4	Al Jazeera English	44	NPO 2
5	Animal Planet	45	NPO 3
6	ARD	46	NPO Best
7	Arte	47	NPO Humor TV (voorheen Humor TV 24)
8	Baby TV	48	NPO Nieuws (voorheen Journaal 24)
9	BBC Four	49	NPO Politiek (voorheen Politiek 24)
10	BBC One	50	Omrop Fryslân (regionale zender Friesland)
11	BBC Three	51	Omroep Brabant (regionale zender Noord-Brabant)
12	BBC Two	52	Omroep Flevoland (regionale zender Flevoland)
13	BBC World News	53	Omroep Gelderland (regionale zender Gelderland)
14	Canvas (VRT)	54	Omroep West (regionale zender noord Zuid-Holland)
15	Cartoon Network	55	Omroep Zeeland (regionale zender Zeeland)
16	CNBC	56	Ons (voorheen NostalgieNet)
17	CNN	57	OUT TV
18	Comedy Central	58	RTL Crime
19	Comedy Central Extra	59	RTL Lounge
20	Comedy Central Family	60	RTL Z
21	Crime & Investigation Network	61	RTL4
22	Discovery Channel	62	RTL5
23	Discovery Science	63	RTL7
24	Disney Channel	64	RTL8
25	Disney XD	65	RTV Drenthe (regionale zender Drenthe)
26	E!Entertainment	66	RTV Noord (regionale zender Groningen)
27	Eén (VRT)	67	RTV Oost (regionale zender Overijssel)
28	Eurosport (1 en 2)	68	RTV Rijnmond (regionale zender zuid Zuid-Holland)
29	FOX	69	RTV Utrecht (regionale zender Utrecht)
30	Fox Life	70	SBS6
31	History	71	SBS9
32	ID (Investigation Discovery)	72	Sky News
33	Ketnet/OP12 (VRT)	73	Slam!TV
34	L1 (regionale zender Limburg)	74	SyFy
35	MTV	75	TLC
36	Nat Geo Wild	76	Travel Channel
37	National Geographic	77	Veronica
38	Net5	78	Xite
39	NH (regionale zender Noord-Holland)	79	ZDF
40	Nick Junior	100	Lokale publieke televisie uit stad/streek

* Denkt u bij uw keuze ook aan de zenders die eventuele andere personen in uw huishouden zouden willen ontvangen.

U heeft aangegeven dat u de volgende zenders in uw pakket wilt:

...
...

Zijn er nog andere zenders die u in uw pakket zou willen? Zenders die net niet in het lijstje stonden:

...

Vraag 3

Wat zou u voor het pakket dat u net heeft 'samengesteld' willen betalen, ten opzichte van uw huidige abonnement?

1	alleen geïnteresseerd als het goedkoper is dan je mijn huidige abonnement
2	ook geïnteresseerd als het even duur is als mijn huidige abonnement
3	ook geïnteresseerd als het duurder is dan mijn huidige abonnement
4	de prijs maakt me niet uit

Vraag 4

Zou u het pakket dat u net heeft 'samengesteld' ook willen als het alleen voor het kijken op mobiele apparaten (bijvoorbeeld smartphone of tablet) beschikbaar is?

1	Ja
2	Misschien
3	Nee
4	Weet niet

Onderzoek 2: À la carte televisie in het buitenland

Survey voor netwerk EPRA

In the Netherlands it is custom to get a subscription on a TV-package distributed by cable, IPTV or other platform operators in order to watch television channels. These TV-packages are composed by providers and must contain a minimum of 30 channels, including certain must carry channels. The user has no influence on the composition of the packages.

An alternative option is for the user to choose which channels he wants to include in his TV-package himself. This is called 'pick-and-pay television' or 'television à la carte'. The Dutch Ministry has asked the Dutch Commissariat to find out what experiences with pick-and-pay television in other countries are. To this end, we would like to ask you to answer 4 short questions.

Questions

1

Is it custom in your country that TV-channels are received as part of a TV-package?

a	yes
b	no

2

Is any form of pick-and-pay television currently possible in your country?

a	yes
b	no, but it has been possible in the past
c	no, it was never possible (end questionnaire)

3

What is the current form or what was the past form of pick-and-pay television in your country? (more than 1 answer is possible)

1	users can choose any channel they want in their TV-package
2	users can choose any channel they want, but they have to include certain must carry channels in their TV-package
3	users can choose to add extra individual channels to a basic TV-package, which has to contain a required minimum number of channels

4

Can you estimate the audience share that makes use of pick-and-pay television in your country?

a	25% or more makes use of pick-and-pay television
b	between 10 and 25% makes use of pick-and-pay television
c	between 5 and 10% makes use of pick-and-pay television
d	less than 5% makes use of pick-and-pay television
e	no, I can't make an estimation about this

5

Are there any other experiences or suggestions regarding this subject that you consider relevant to share?

...

C. Bronnenlijst

Definitie en achtergrond

KPN (2016). *Overal TV en HBO in één app*. Geraadpleegd via: <https://www.playvankpn.nl/home.htm>

PMR (16 januari 2016). *Poles keen on a la carte pay TV*. Geraadpleegd via: <http://www.ceeitandtelecom.com/news/258095/poles-keen-on-a-la-carte-pay-tv>

Sørensen, D. (2013). *Bundling in the television market*. Geraadpleegd via: https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/169863/Sorensen_2013.pdf?sequence=1

Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 10 juni 2013, Tweede Kamer, vergaderjaar 2012/2013, 33426, nr. 21. Geraadpleegd via: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33426-21.html>

Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 22 juni 2015, Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, referentienummer 737381. Geraadpleegd via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2015/06/22/kamerbrief-over-uitvoering-motie-a-la-carte-menu-voor-televisiezenders>

Tele2 (2015). *TV Light, het tv-pakket zonder vetrandjes*. Geraadpleegd via: <https://www.tele2.nl/newsroom/2015/tv-light-het-tv-pakket-zonder-vetrandjes/>

Telecomasia (11 mei 2015). *Over 40% of viewers want a la carte TV*. Geraadpleegd via: <http://www.telecomasia.net/content/over-40-viewers-want-la-carte-tv>

TotaalTV (9 juni 2016). *Nieuw online TV-dienst KNIPPR landelijk beschikbaar*. Geraadpleegd via: <http://www.totaaltv.nl/nieuws/23268/nieuwe-online-tv-dienst-knippr-landelijk-beschikbaar.html>

VOX (26 januari 2016). *Costs and benefits of cable TV á la carte*. Geraadpleegd via: <http://voxeu.org/article/costs-and-benefits-cable-tv-la-carte>

USA Today (12 februari 2006). *Push for 'a la carte' cable picks up steam*. Geraadpleegd via: http://usatoday30.usatoday.com/money/media/2006-02-12-martin-usat_x.htm

À la carte televisie in het buitenland

AV Club (8 december 2015). *Wait, is Amazon Prime offering a la carte cable service?* Geraadpleegd via: <http://www.avclub.com/article/wait-amazon-prime-offering-la-carte-cable-service-229473>

CBC News (19 maart 2015). *CRTC rules cable companies must offer pick-and-pay channels, \$25 basic package*. Geraadpleegd via: <http://www.cbc.ca/news/politics/crtc-rules-cable-companies-must-offer-pick-and-pay-channels-25-basic-package-1.3001370>

European Audiovisual Observatory (2014). *Yearbook. Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 38 European States, volume 1*.

European Audiovisual Observatory (Mei 2015). *Must-carry: Renaissance or Reformation?* Geraadpleegd via: [http://www.obs.coe.int/documents/205595/264635/Iris_plus_2012-5_EN_\(cover%2Btext_\).pdf/6ac0a27d-3ed9-45f1-a6b7-c8b3433dc5a5](http://www.obs.coe.int/documents/205595/264635/Iris_plus_2012-5_EN_(cover%2Btext_).pdf/6ac0a27d-3ed9-45f1-a6b7-c8b3433dc5a5)

Fool (17 september 2014). *Verizon is Determined to Make a La Carte Cable a Reality*. Geraadpleegd via: <http://www.fool.com/investing/general/2014/09/17/verizon-is-determined-to-make-a-la-carte-cable-a-r.aspx>

Magine TV. Geraadpleegd via: <https://de.magine.com/>

The Hindu (4 september 2007). *Broadcasters must offer all channels*. Geraadpleegd via: <http://www.thehindu.com/todays-paper/tp-national/article1904921.ece>

Tweakers (17 december 2014). *Base stopt met triple-play-pakket Snow*. Geraadpleegd via: <https://tweakers.net/nieuws/100319/base-stopt-met-triple-play-pakket-snow.html>

Variety (23 juli 2013). *John McCain's A La Carte Cable Bill Gains a Co-Sponsor*. Geraadpleegd via: <http://variety.com/2013/biz/news/john-mccains-cable-bill-1200566913/>

Websites pakketaanbieders

België

Belgacom (2016). Geraadpleegd via: http://www.proximus.be/nl/id_cr_tvsub/particulieren/producten/televisie/proximus-tv-abonnement.html

Snow (2016). Geraadpleegd via: <http://tweakers.net/nieuws/100319/base-stopt-met-triple-play-pakket-snow.html>

Telenet (2016). Geraadpleegd via: <https://www2.telenet.be/nl/tv-en-entertainment/digitale-tv/>

TV Vlaanderen (2016). Geraadpleegd via: <https://www.tv-vlaanderen.be/tv-internet-telefoon/abonnement/>

Denemarken

Boxer TV (2016). Geraadpleegd via: <https://www.boxertv.dk/>

Canal Digital (2016). Geraadpleegd via: <https://www.canaldigital.dk/produkter-og-priser/tv-pakker/>

TDC (2016). Geraadpleegd via: <http://privat.tdc.dk/tv/>

YouSee (2016). Geraadpleegd via: http://yousee.dk/tv/tv_med_valgfrie_tv-kanaler.aspx

Duitsland

Magine TV (2016). Geraadpleegd via: <https://de.magine.com/>

Telecolumbus (2016). Geraadpleegd via: <https://www.telecolumbus.de/fernsehen/>

Vodafone (2016). Geraadpleegd via: <https://www.vodafone.de/downloadarea/kabel-preise-tv-pakete-ohne-kabelanschluss.pdf>

Unity Media (2016). Geraadpleegd via: <https://www.unitymedia.de/privatkunden/fernsehen/tv-pakete/tv-start/details/>

Frankrijk

AB Bis TV (2016). Geraadpleegd via: <http://www.tvcorner.com/fr/bouquets-chaines/tv-francaise/bis-tv/offres-bistv-beinsports.php>

Bouygues (2016). Geraadpleegd via: <https://www.services.bouyguetelecom.fr/television/bouquets-inclus/bouquet-tv-inclus-bbox-standard>

Canal+ (2016). Geraadpleegd via: <http://www.canalplus.fr/>

NC Numericable (2016). Geraadpleegd via: <http://www.ariase.com/fr/television/numericable-tv.html>

Finland

Digita (2016). Geraadpleegd via: <http://www.digita.fi/kuluttajille/tv>

DNA TV (2016). Geraadpleegd via: <https://www.dna.fi/>

Elisa Viihde (2016). Geraadpleegd via: <https://elisa.fi/kaapeli-tv/kanavapaketit/>

Italië

Sky Italia (2016). Geraadpleegd via: <http://www.sky.it/prodotti-sky/sky-tv.html>

Tivu (2016). Geraadpleegd via: <http://www.tivusat.tv/pages/index.aspx>

Noorwegen

Canal Digital (2016). Geraadpleegd via: <https://kabel.canaldigital.no/tv/grunnpakken/>

Get TV (2016). Geraadpleegd via: <https://www.get.no/v3/produkter/info/start>

RiksTV (2016). Geraadpleegd via: <https://www.rikstv.no/>

ViaSat (2016). Geraadpleegd via: <https://www.viasat.no/parabol/kanalpakker>

Polen

Multimedia Polska (2016). Geraadpleegd via: <https://www.multimedia.pl/Telewizja-cyfrowa>

Polsat (2016). Geraadpleegd via: http://www.cyfrowypolsat.pl/oferta/telewizja-cyfrowa/oferta-tv.cp?packageGroupId=17&clientType=NEW_CLIENT

Toya (2016). Geraadpleegd via: <https://toya.net.pl/telewizja#tv-pakiety-bazowe>

Vectra (2016). Geraadpleegd via: <http://www.vectra.pl/pakiety/telewizja>

Spanje

Euskaltel (2016). Geraadpleegd via: <https://www.euskaltel.com/CanalOnline/particulares/television/euskaltel-tv/modalidades-de-television>

Movistar (2016). Geraadpleegd via: <https://www.movistar.es/particulares/television/movistar-plus/?pid=PA-home-ql4a>

Ono (2016). Geraadpleegd via: <https://www.ono.es/television/paquetes/>

Orange TV (2016). Geraadpleegd via: <http://tv.orange.es/orange-tv-cine-y-series/>

Verenigd Koninkrijk

BT Vision (2016). Geraadpleegd via: <https://www.productsandservices.bt.com/products/tv-packages>

Sky (2016). Geraadpleegd via: <http://www.digital-tv.co.uk/providers/sky>

Talk Talk UK (2016). Geraadpleegd via: <https://sales.talktalk.co.uk/product/tv/essentialstv>

Virgin Media (2016). Geraadpleegd via: <http://store.virginmedia.com/digital-tv/compare-tv/index.html>

Zweden

Canal Digital (2016). Geraadpleegd via: <https://www.canaldigital.se/utbud/kanalpaket/lokalpaketet/>

ComHem (2016). Geraadpleegd via: <https://www.comhem.se/tv/tv-bas>

IP Sweden (2016). Geraadpleegd via: <http://www.kalejdo.tv/index.php/tv-paket/a-la-carte-kanaler>

Telia-Digital TV (2016). Geraadpleegd via: <http://www.telia.se/privat/tv/tpaket>

