



Maakt een tweede satellietaanbieder in Nederland kans?

Een aantal Nederlandse marktpartijen heeft onlangs bekendgemaakt dat zij tv-abonnementen voor satellietontvangst van Nederlandse zenders wil gaan aanbieden. In het nieuwe bedrijf Joyne zijn in ieder geval de bedrijven Megros, Rian en Arob Antennebouw als aandeelhouder actief. De vraag is of een tweede satellietaanbieder in Nederland kan van slagen heeft?

Al langere tijd is de roep onder een groep satellietkijkers om een concurrent van CanalDigitaal aanwezig. CanalDigitaal, en haar voorlopers, biedt sinds 1996 digitale satelliettelevisie in Nederland aan. De eerste tien jaar had CanalDigitaal een riant positie op de Nederlandse markt. Het was de enige aanbieder in Nederland die digitale televisie aanbod. Door een landelijke dekking te koppelen aan het unieke van digitale televisie werd het satelliet signaal in Nederland ook als aanvoersignaal voor kabelbedrijven gebruikt. Daar is nu meer dan twintig jaar later verandering in gekomen. Glasvezel heeft de taak van satelliet als aanvoersignaal overgenomen. Satelliet wordt in bepaalde gevallen alleen nog als backup gebruikt voor als het aanvoersignaal via glasvezel door een storing niet beschikbaar is.

Deze zakelijke ommekeer heeft ook gevolgen voor de consument, de satellietkijker dus. Kon CanalDigitaal vroeger de kosten van satellietverspreiding van het eigen aanbod verdelen onder zakelijke klanten en consumenten is dat nu heel anders. De meeste inkomsten moeten nu van de consument komen. Met het in het leven roepen van M7 Platform Services probeert CanalDigitaal-eigenaar M7 Group opnieuw de zakelijke markt te bereiken. En met succes. Steeds meer internationale zenders gebruikende satellietfaciliteiten van de M7 Group voor een aanvoersignaal naar andere Europese aanbieders.

De veranderingen hebben wel voor veel wijzigingen bij de consumenten gezorgd. Zo zijn abonnementen duurder

geworden. Niet te duur. De prijzen zijn in dezelfde norm als andere spelers op de Nederlandse tv-markt. Maar de prijzen zijn wel hoger dan satellietkijkers tot voor enkele jaren terug gewend waren. Het terechte argument dat de abonnementsprijzen toen eigenlijk te laag waren, omdat er een vorm van subsidie was door het gebruik van dezelfde satellietverspreiding voor een goed betaald aanvoersignaal door kabelbedrijven, dringt bij menig satellietkijker niet goed door. Het gevolg hiervan is onvrede. En er is nog meer onvrede ontstaan. Bij satelliet dealers wel te verstaan. Nu de prijs van abonnementen bij CanalDigitaal op hetzelfde niveau als bij concurrenten op de Nederlandse tv-markt ligt, moet men mee in de concurrentiestrijd. Dat houdt onder meer in dat CanalDigitaal met bruikleen apparatuur en gratis installatie door monteurs probeert nieuwe klanten te winnen. En de verkoop van satellietapparatuur en de installatie hiervan, is juist een belangrijke bron van inkomsten voor de satellietzaken.

Een initiatief als Joyne lijkt dus vooral uit onvrede van partijen op de Nederlandse satellietmarkt geboren. De vraag is echter of het een reële kans van slagen heeft. De satellietmarkt in Nederland is in Nederland flink geslonken. Hoeveel klanten CanalDigitaal in de afgelopen jaren heeft verloren is niet bekend. M7 Group doet geen uitspraken over klantaantallen. Maar duidelijk is wel dat er sprake van flink klantverlies is. Sommigen vermoeden zelfs dat het aantal klanten dat CanalDigitaal, via de omweg van een Nederlands adres, in het buitenland heeft groter is dan het aantal klanten dat alleen in Nederland zelf van het zenderaanbod gebruik maakt. Het gaat dan vooral om Nederlanders die in het buitenland wonen of werken, aangevuld met een groep recreanten die voor korte of langere tijd in het buitenland verblijft. Of dit vermoeden waar is, kan overigens worden betwijfeld.

Met Joyne kan het twee kanten op gaan. Het bedrijf wordt

een wholesale-partner van M7 Group en gaat de satellietverspreiding van zenders binnen het CanalDigitaal-aanbod onder eigen merknaam verkopen. Of men gaat zelf zenders naar de satelliet opstralen en wordt dus echt als tweede aanbieder een directe concurrent van CanalDigitaal. Op de tweede optie wordt door veel satellietkijkers gehoopt. Maar het is de vraag of deze weg voor een nieuwkomer als Joyne wel reëel te noemen is. Het bedrijf moet in dit geval met een fors aanloopverlies rekening houden. Het opstralen en huren van satellietcapaciteit is prijzig, Heel prijzig zelfs. Daarnaast dient men zelf met alle zenders distributieovereenkomsten te sluiten. Daarbij gaan contentleveranciers aan een nieuwe partij als Joyne hoge beveiligingseisen stellen. De vraag is dan wat de gevolgen voor toekomstige abonnees zijn. Dit alles nog los van de vraag wat M7 Group aan marktbescherming gaat doen als Joyne met een eigen aanbod daadwerkelijk een concurrent wordt. Kan Joyne dan tegen het grote geld van M7 Group met een durfkapitalist als grootaandeelhouder op?

Antwoorden op deze vragen worden mogelijk in de (zeer) nabije toekomst gegeven. Dan gaat Joyne meer bekendmaken over de nieuwe satellietabbonementen. Vanaf dat moment kunnen satellietkijkers zelf beslissen of Joyne een vervanger voor CanalDigitaal voor hen gaat worden. Een beslissing die door iedereen zelf genomen dient te worden. Beslist men naar Joyne over te stappen, moet men wel rekening houden met nieuwe investeringen in apparatuur. Zeker als Joyne met een geheel eigen zenderaanbod de abbonementen gaat vullen. Daarbij speelt vooral de satelliet waarop uitgezonden gaat worden en de gebruikte coderingsnorm een rol. Deze zijn nog niet door Joyne bekendgemaakt. Maar één ding staat vast. De komende maanden worden mogelijk zeer interessant voor de satellietkijker.