



EXPERTMEETING

INNOVATIE IN DE DIGITALE PUBLIEKE OMROEP:

INTERACTIEVE TELEVISIE

VIRTUEEL PLATFORM EN SUBMARINE, ROTTERDAM 30 JANUARI 2002

INHOUDSOPGAVE

1) AANLEIDING EN DOEL -- 2

Aanleiding – 2

Doel – 2

Presentaties – 3

2) 3 INNOVATIEVE CONCEPTEN VOOR i-TV -- 4

voorzitter: Ryclef Rienstra

Presentatie 1: *Niesco Dubbelboer: nieuwe kanalen voor politieke discussie – interactieve televisie biedt vernieuwing van inhoud -- 4*

Presentatie 2: *Justin Kniest, Fabchannel: Kunnen voordelen van internet en televisie samengebracht worden? – 6*

Waarom worden de mogelijkheden van interactieve televisie niet benut? – 6

Financiële, commerciële en technische belemmeringen – 6

De wet van de remmende voorsprong: marktwerking veroorzaakt impasse – 7

Presentatie 3: *Femke Wolting: Submarinechannel: Vanuit internet nieuwe content ontwikkelen voor een nieuw medium -- 9*

Is het de taak van de overheid om de marktwerking te corrigeren? – 9

Overheid moet een testvijver voor de ontwikkeling van innovatieve concepten voor i-TV stimuleren – 10

3) SAMENVATTING EN CONCLUSIE – 12

4) DEELNEMERSLIJST – 14

Bijlagen:

Brief van Rick van der Ploeg aan Raad van Bestuur NOS (12 juli 2001)

Brief van Rick van der Ploeg aan Tweede Kamer (21 nov. 2001)

AANLEIDING EN DOEL

Woensdag 30 januari vond de expertmeeting *Innovatie in de digitale publieke omroep: de case van interactieve televisie* plaats in Rotterdam. Deze bijeenkomst werd door het Virtueel Platform en Submarine georganiseerd tijdens het International Film Festival Rotterdam 2002. De meeting sloot aan op de presentatie van innovatieve concepten voor iTV die voortkwamen uit de Masterclass Interactieve Televisie, een door het Stimuleringsfonds voor de Culturele Omroepproducties gefinancierd project, dat enkele weken voorafgaand aan het Filmfestival plaatsvond.

Aanleiding

Het gebruik van televisie in combinatie met een settop box voor digitale diensten, is in Nederland tot nu toe slecht ontwikkeld. Dit vormt een groot contrast met omringende landen zoals het Verenigd Koninkrijk, waar al volop geëxperimenteerd wordt met interactieve toepassingen voor televisie. Sinds 1999 biedt de BBC acht verschillende interactieve diensten aan. Vooral sport lijkt zich te lenen voor 'enhanced television' of interactiviteit. Zo konden satellietkijkers dit jaar tijdens Wimbledon kiezen uit vier extra tenniswedstrijden. Deze konden full screen worden bekeken of half screen, naast een scherm met continue, actuele wedstrijduitslagen en statistieken. Naast Wimbledon kan ook Big Brother (voor iTV) genoemd worden als succesvolle interactieve formule.

De oorzaken van de zwakke positie van Nederland op de iTV markt zijn vooral te zoeken in de slechte ontwikkel-omstandigheden in Nederland: een gefragmenteerde kabelmarkt; het bestaan van goede standaard kabeltelevisie diensten, vele zenders, en teletekst, gecombineerd met 99% bekabeling; en een goede ontwikkeling van Internet. Deze factoren zorgen ervoor dat de markt niet vanzelf interactieve televisie zal gaan ontwikkelen. Voor de publieke omroepen is er echter wel een taak weggelegd om iTV diensten te ontwikkelen, aldus staatssecretaris voor Cultuur Van der Ploeg in zijn recente brief aan de Tweede Kamer (21 november) over nieuwe diensten voor de publieke omroep: "Ook experimenten met interactieve televisie - van *feedback* via smalband internet tot (*near*) *video on demand* op breedband internet - moeten doorgang kunnen vinden. Weliswaar zullen dergelijke experimenten nu maar weinig opleveren (in termen van publieksbereik), maar het betreft een cruciaal oefenterrein voor de digitale toekomst"¹.

Doel

Doel van de expertmeeting was om vooraanstaande professionals uit de omroepsector en de wereld van de creatieve nieuwe media bij elkaar te brengen om best practice op het gebied van iTV te presenteren en mogelijke scenario's voor de toekomst van iTV bij de publieke omroep te bespreken. Daarbij wordt niet zozeer ingegaan op de definitie van interactieve televisie, maar wordt antwoord gegeven op de vragen: wat is er op dit moment, wat zou er kunnen zijn, en waarom is dat er niet, wat zijn de obstakels; wat zijn mogelijke constructieve oplossingen en samenwerkingsverbanden om interactieve televisie verder te ontwikkelen. Een belangrijk onderdeel daarvan is het onderzoeken van een mogelijke wisselwerking tussen de culturele sector en de omroepen waardoor ruimte ontstaat voor creatieve en innovatieve interactieve televisie producties. Rick van der Ploeg wijst reeds op het belang van die uitwisseling in een brief van 12 juli 2001 aan de raad van bestuur van de NOS. Hij zegt "te hechten aan een versterking van 'digitale banden' met de culturele sector, het onderwijs en maatschappelijke organisaties"².

¹ Zie bijlage 2: Brief van Rick van der Ploeg aan de Tweede Kamer (21 november 2001), blad 8.

² Zie bijlage 1: Brief van Rick van der Ploeg aan de raad van bestuur van de NOS (12 juli 2001), blad 6.

Presentaties

Als uitgangspunt voor discussie worden tijdens de meeting drie presentaties gegeven. Deze drie presentaties illustreren niet zozeer de huidige stand van zaken, maar geven vooral aan welk soort interactieve televisie projecten in de toekomst gemaakt zouden kunnen worden. De drie partijen die een presentatie geven ontwikkelen vanuit verschillende invalshoeken interactieve televisie. Wat zij gemeen hebben is dat zij in eerste instantie het internet als testgrond gebruiken, maar eigenlijk het potentieel van televisie en internet willen combineren in interactieve televisie.

In de eerste presentatie wordt een voorbeeld gegeven van hoe bestaande content in een nieuwe vorm een verrijking en verdieping van de televisieprogrammering tot stand kan brengen. Niesco Dubbelboer (Agora Europa) presenteert een interactief televisie programma voor de uitslagenavond van de gemeenteraadsverkiezingen. In deze presentatie wordt ook duidelijk dat interactieve televisie een belangrijke vernieuwing in de maatschappelijke functie van publieke omroepen kan betekenen.

In de tweede presentatie wordt onderzocht of de voordelen van televisie en internet kunnen worden samengebracht. Justin Kniest (Paradiso) presenteert het project Fabchannel, waarbij popconcerten live worden gestreamed via de gelijknamige website. Men verwacht dat deze content, nu alleen nog beschikbaar via internet, erg geschikt is voor interactieve televisie.

De derde presentatie tenslotte is van Femke Wolting (Submarine). Zij laat zien hoe Submarine vanuit internet nieuwe content ontwikkelt voor een nieuw medium: interactieve televisie. Deze presentatie maakt duidelijk dat juist vanuit de culturele sector innovatieve concepten ontwikkeld worden voor interactieve televisie. Besproken wordt wat er moet gebeuren om dit potentieel te gebruiken.

In dit verslag worden de drie presentaties en de discussies die daarop volgden besproken. Uiteindelijk kunnen daaruit antwoorden worden gedistilleerd op de hierboven gestelde vragen.

Voorzitter van de discussies naar aanleiding van de presentaties was Ryclef Rienstra.

3 INNOVATIEVE CONCEPTEN VOOR iTV

Presentatie 1: Niesco Dubbelboer

nieuwe kanalen voor politieke discussie – interactieve televisie biedt vernieuwing van inhoud

Niesco Dubbelboer laat door middel van een video zien wat interactieve televisie zou kunnen betekenen voor de democratie. Het is een fictieve video van de uitslagenavond van de gemeenteraadsverkiezingen op 6 maart 2002. Via inlays waar je op kan klikken heeft de kijker toegang tot achtergrondinformatie, live video's van de campagnecentra van de verschillende partijen, statistieken van de specifieke verkiezingsuitslag in hun dorp, en kan de kijker aangeven dat hij op de hoogte gebracht wil worden van nieuwe ontwikkelingen in de regio naar zijn keuze. Als de kijker zich in het interactieve menu bevindt, blijft het televisiebeeld van de uitzending verkleind zichtbaar in een hoekje rechtsboven. Afhankelijk van de beschikbare bandbreedte kan het scherm helemaal gevuld worden met (video)inlays.

Niesco wijst op een van de belangrijkste verworvenheden van deze vorm van interactieve televisie: de kijker/gebruiker wordt naast 'service' ook de mogelijkheid tot 'beïnvloeding' geboden. Vanuit Niesco's invalshoek, de politiek, is dat kernaspect van interactieve televisie heel belangrijk. Het is een mogelijkheid om besluitvormings- en beleidsprocessen op een nieuwe manier vorm te geven, en op die manier nieuwe kanalen binnen de democratie te creëren.

In zijn vroegere werk bij Salto en De Digitale Stad heeft Niesco veel aan interactieve toepassingen gewerkt. Van daaruit is hij de zalen in gegaan om politieke interactieve beleidsprocessen vorm te geven. Een goed voorbeeld hiervan is de tweede Maasvlakte. Dit miljardenproject verdiende een publiek debat. Van Delfzijl tot Arnhem/Nijmegen hebben duizenden mensen meegedaan aan een enquête en aan bijeenkomsten en debatten tussen politiek, burgers en belangenorganisaties. In dit project komt een tweede belangrijk aspect van interactieve televisie naar voren. Televisie is hét medium waarmee je veel mensen kunt bereiken. Mensen die niet alleen geïnteresseerd zijn in amusement, maar ook in politiek. Ze willen invloed uitoefenen. Via de televisie wordt het mogelijk een groot nationaal debat te voeren waaraan het publiek aan de hand van stemmingen digitaal kan meedoen. Om dit werkbaar te maken zouden er ongeveer vier scenario's per onderwerp moeten zijn, en niet maar één plan waar op gestemd kan worden. Dan valt er pas echt wat te kiezen; zowel voor de Kamer als voor het publiek. Dit zou dan weer kunnen uitmonden in referenda, waardoor het publiek vóóraf invloed kan hebben, in plaats van achteraf of te laat in het besluitvormingsproces. Aldus Niesco Dubbelboer.

Verder ziet hij kansen voor TV-debatten van politieke partijen, waarbij bijvoorbeeld achtergrondinformatie over de sprekers gegeven kan worden of links gemaakt kunnen worden naar hun verkiezingsprogramma. Ook zou de winnaar van een debat aangewezen kunnen worden. De kijker kan dan reageren op stellingen. Uit proeven blijkt dat mensen hier zeer enthousiast over zijn, zeker als hun invloed direct merkbaar is. Maar besluit Niesco, dat is eigenlijk internet-denken, het is dus maar de vraag hoe zich dat technisch en televisiematig ontwikkelt.

Reacties aanwezigen:

Hans Bakhuizen meldt dat de IKON op 26 februari een live programma brengt waarin kijkers kunnen reageren per telefoon, sms of afstandbediening.

Ryclef Rienstra vraagt zich af of de kijker de draad niet verliest als hij in het interactieve menu zit.

Waarop Erik Huizer antwoordt dat de volgende generatie daar geen problemen mee zal hebben omdat ze gewend zijn op een andere manier met informatie om te gaan.

Bruno Felix vraagt of er nieuwe middelen nodig zijn om de aankomende generatie weer te interesseren voor politieke zaken, en Ryclef Rienstra voert op dat het een bekend probleem is dat het publiek überhaupt niet meer geïnteresseerd is in politiek. Niesco Dubbelboer zegt dat er een verschil is tussen partijpolitiek en politiek an sich; mensen zijn wel geïnteresseerd in politiek, zeker als ze invloed uit

kunnen oefenen. De klassieke kanalen zijn versleten en de aanname 'wat wij willen is goed voor' wordt niet meer voor lief genomen.

Frank Alsema wijst op het gevaar dat een verkiezingsavond, ook een interactieve, een momentopname is. Mensen hebben tijd nodig om nieuwe informatie te verwerken en zich een mening te vormen. Ze moeten ook kunnen deelnemen aan de rest van het besluitvormingsproces.

Presentatie 2: Justin Kniest, Fabchannel

Kunnen voordelen van televisie en internet samengebracht worden?

Fabchannel zendt live concerten, die in Paradiso plaatsvinden, uit via internet. Na afloop blijven de concerten waarvan Paradiso de rechten heeft gekregen nog een tijd on-demand staan. Zowel kleine als grote bands worden gestreamed. Op internet zijn vaak twee streams te zien: één van het concert zelf en één van interviews backstage. De kijkers kunnen van te voren vragen inzenden voor de artiesten. Een ander voorbeeld van interactiviteit gebeurde tijdens een freestyle rappers concert; kijkers konden steekwoorden inzenden die in Paradiso via een beam te zien waren; de rappers gebruikten deze steekwoorden in hun rap, die weer naar de kijker gestreamed werd. Zo werd de invloed van de kijker bevestigd. Verder is het mogelijk een 'location check' te doen, waardoor Paradiso te weten komt waar de kijkers zich bevinden; vaak bevinden zij zich over de hele wereld. Tevens kan er gechat worden en kunnen kijkers hun mening uiten via 'polls'. Kijkers kunnen zelf een poll starten, bijvoorbeeld over een irritant figuur in de chatroom. Zo krijgen ze direct resultaat, nog een bewijs van 'ware' interactiviteit. Artiesten en platenmaatschappijen zijn erg geïnteresseerd in de mogelijkheid om het concert live uit te zenden. Kleine bands vinden het leuk om gefilmd te worden en zien het als een kans om meer bekendheid te krijgen, platenmaatschappijen zien het als promotiemiddel.

Op dit moment wordt internet gebruikt als medium om streaming video te vertonen; internet biedt op dit moment (nog) veel meer mogelijkheden dan televisie. Maar de hoge beeldkwaliteit van televisie is wel erg aantrekkelijk. Tegelijkertijd vraagt Justin Kniest zich af of die beeldkwaliteit wel zo belangrijk is. Mensen vinden het prettig om te praten over wat ze zien, om te delen. Beeldkwaliteit is daar ondergeschikt aan. Hopelijk ontwikkelt zich een medium dat de voordelen van televisie en internet samenbrengt.

Een ander nadeel van internet is dat de kosten van het streamen erg hoog zijn, en evenredig stijgen met het aantal kijkers. Dat aantal kan variëren van 500 bij een relatief onbekende band tot 10.000 / 50.000 bij André Hazes of de uitzending van de begrafenis van Herman Brood. Op dit moment is het gratis voor de gebruiker. De kosten worden gedekt door middel van sponsoring van providers (XS4ALL, Planet Internet, KPN) en subsidies. Voor de providers is het een goede testcase, Paradiso heeft nu geen business doel maar vindt het interessant om te ontwikkelen, voor de platenmaatschappijen en de bands is het een promotiemiddel; zo werken alle partijen mee.

Reacties aanwezigen en discussie:

Waarom worden de mogelijkheden van interactieve televisie niet benut, juist terwijl er interessante content ontwikkeld wordt?

Bruno Felix merkt op dat dit perfecte content zou zijn als er interactieve televisie was. Justin Kniest zou het dan wel spannend vinden om te zien wat er gebeurt als het structureel iedere week te zien zou zijn; heeft televisie dezelfde - of een betere - potentie als internet? Frank Alsema wijst erop dat je, als je van televisie gebruikt maakt, wel de internationale kijker mist.

Financiële, commerciële en technische belemmeringen

Andra Leurdijk informeert naar de kosten. Op dit moment worden die (nog) gedekt door subsidies en sponsoring. Dat de kosten zo oplopen heeft een technisch infrastructurele oorzaak: voor iedere kijker wordt nu een aparte stream verstuurd. Dit is, behalve duur, ook een hele grote belasting voor het netwerk, dat veel streams (is kijkers) tegelijk dan ook vaak niet aankan.

Erik Huizer wijst erop dat hier bij live streaming allang een oplossing voor bestaat: Multicast. Dit wordt al jaren gebruikt in de wetenschappelijke wereld. Hierbij wordt, net als bij de televisiekabel, één stream verstuurd; het netwerk wordt dan niet overbelast en de kosten zijn minimaal. Dat Multicast niet (genoeg) wordt gebruikt – de technische voorwaarden zitten overal al in de apparatuur, het is een kwestie van een knop omzetten – komt doordat de providers (o.a. KPN) dan heel wat inkomsten missen. Justin Kniest vertelt dat het mogelijk is om via Multicast VHS-kwaliteit beelden te versturen, maar dat hij vreest

dat om bovenstaande redenen het nog wel even zal duren voordat Multicast standaard gebruikt wordt. Paul Rutten merkt op dat we het nu hebben over broadcasten via internet; maar de toegevoegde waarde van internet is juist, dat het het één op één, 24-uur per dag toegang geeft. Hier ligt een kans voor het bieden van on-demand uitzendingen.

Ryclef Rienstra vat samen dat er interessante content bij Paradiso wordt ontwikkeld. Het is technisch mogelijk om deze content kwalitatief hoogwaardig en goedkoop naar de klant te brengen. Dat wordt echter belemmerd doordat één van de spelers tegenwerkt uit financieel eigenbelang.

Justin Kniest merkt op dat providers naast het financiële aspect ook andere belangen na zou moeten streven. Providers zouden ook geïnteresseerd moeten zijn in het vullen van de beschikbare bandbreedte, juist nu er maar een klein gedeelte gebruikt wordt. Erik Huizer noemt nog een remmer van de innovatie: de Buma/Stemra. Zij vragen dubbele rechtenafdracht als dezelfde beelden op televisie en op internet vertoond worden (bijvoorbeeld bij een parallelle uitzending), waardoor de kosten fenomenaal stijgen.

De wet van de remmende voorsprong: marktwerking veroorzaakt impasse

Ryclef Rienstra citeert uit de brief van Van der Ploeg van 21 november 2001:

Streaming audio en video, multimediale content en wellicht ook digitale themakanalen van de publieke omroep kunnen meer mensen verleiden tot een aansluiting of abonnement en infrastructuurbedrijven overhalen tot meer investeringen in doorgifte capaciteit en tweewegverkeer.³

Hans Bakhuizen denkt dat Van der Ploeg de impasse met betrekking tot de implementatie van de digitale kabeltelevisie⁴ wil oplossen. Hij vindt het wel een beetje makkelijk om daar de publieke omroep voor te gebruiken. Ook voor de publieke omroep geldt dat het verantwoord moet zijn om te investeren in een nieuw kanaal.

Ryclef Rienstra ziet nog een kans voor de kabelmaatschappijen als de consument digitale televisie heeft; namelijk de mogelijkheid te registreren wie er wanneer naar welke programma's kijkt, waardoor er afgerekend kan worden op consumptie. Niels de Kock bevestigt dat dit technisch kan.

Waarom, vraagt Ryclef Rienstra zich af, slaan de kabelexploitanten dan de handen niet in elkaar, bestellen 6 miljoen kastjes in Taiwan en laten die gratis bij de mensen thuis installeren? Als de kijker de nodige faciliteiten in huis heeft, dan is er meer mogelijk voor interactieve televisie. Femke Wolting denkt dat de opbrengsten nooit hoog genoeg zullen zijn om nieuwe programma's mee te financieren. Paul Rutten wijst nog op het probleem dat iedere gemeente andere afspraken maakt, een ander pakket biedt en met andere software werkt. Wie kan hier iets aan doen?

Monique van Dusseldorp vergelijkt de situatie met die in andere Europese landen. In de meeste van die landen is het pakketten-systeem al ingevoerd, en betalen de mensen daar flink voor. In Nederland heeft iedereen het idee dat televisie gratis is (de bijdrage is verstopt in de belasting) en is de klant onbekend met de nieuwe mogelijkheden. Andra Leurlijk brengt in dat het ontvangen van een breed, goedkoop standaardpakket ook gezien kan worden als een verworvenheid van de burger.

Monique van Dusseldorp ziet nog een probleem: de TiVo (digitale videorecorder, red.) kan niet worden ingevoerd zolang er geen programmegegevens worden verstrekt.

Ryclef Rienstra stelt vast dat er gebrek is aan centrale regie. Dit komt deels door de marktwerking, deels omdat het historisch zo gegroeid is.

³ Bladzijde 4 van de Brief aan de Tweede Kamer der Staten-Generaal, 21 november 2001, kenmerk: MLB/M/2001/46.174, onderwerp: Nieuwe diensten publieke omroep

⁴ Voor de implementatie van digitale kabeltelevisie is het nodig dat de consument overgehaald wordt om een digitaal abonnement te nemen en een settop box aan te schaffen. Het probleem met de digitale abonnementen die op dit moment geboden worden door de verschillende kabelexploitanten is dat ze weinig toevoegen of zelfs veel minder bieden aan de bestaande, analoge abonnementen; bovendien zijn ze duurder. Het probleem met de settop box is dat de aanschaf en installatie hiervan ook duur zijn en voor rekening komen van de consument.

Ingrid van Tol merkt op dat de overheid de kabelinfrastructuur nooit had mogen verkopen. Monique vraagt zich af of het wel nodig is dat Nederland digitale c.q. interactieve televisie krijgt. Bruno Felix en Hans Bakhuizen zijn bang dat er alleen maar of in elk geval overheersend internationale digitale content op de Nederlandse televisie zal verschijnen. ***Als er nu geen actie ondernomen wordt, zal het Nederlands medialandschap verarmen. Nederland heeft toch genoeg creatief talent om mooie programma's te kunnen maken.*** De wet van de remmende voorsprong heeft ervoor gezorgd dat we nu achterlopen op andere landen en het wordt tijd voor een inhaalrace.

Andra Leurdijk zegt dat Nederland op het gebied van internet een voorloper is. Erik Huizer is het hier maar gedeeltelijk mee eens; ook daar heeft de wet van de remmende voorsprong toegeslagen. Italië bijvoorbeeld, een land dat voorheen de slechtste kabelinfrastructuur had, gaat nu direct over op glasfibre-kabels en loopt nu voor op Nederland. Verder noemt hij Kenniswijk als voorbeeld waar de het content versus aanbod dilemma nog niet is uitgevochten. De commerciële wachten af totdat er geld aan te verdienen is; de publieke omroep moet nu de kennis ontwikkelen.

Ryclef Rienstra merkt op dat het belangrijk is om het creatief potentieel in Nederland bij het proces te betrekken zodat zich ook daar kennis ontwikkelt.

Het subsidiesysteem dient dan te worden aangepast, zegt Frank Alsema. De overheid moet Nieuwe Media erkennen als een nieuwe vorm en er een subsidiestructuur voor implementeren. Hans Bakhuizen brengt in dat veel programmamakers al bezig zijn met het ontwikkelen van breedband internet toepassingen; zij staan te springen om de overstap te maken naar interactieve televisie. Er is geen gebrek aan creativiteit op het moment. Een goed voorbeeld hiervan is de webchannel die Submarine ontwikkelde.

Presentatie 3: Femke Wolting, Submarinechannel

Vanuit internet nieuwe content ontwikkelen voor nieuw medium

Submarine is een productiebedrijf, dat sinds een maand een online kanaal of webstation aanbiedt waar (nieuwe) programma's, door Submarine zelf ontwikkeld, worden gelanceerd. Op de site zijn zowel oude en nieuwe programma's als games te vinden. De presentatie van de onderwerpen doet denken aan een festivalprogramma, met korte en lange films, interactieve animaties, een Japanse correspondent etcetera. Het is een Engelstalige site, maar de eigen programma's zijn zoveel mogelijk meertalig (Engels, Frans, Nederlands).

De initiators van Submarine hebben alle drie een VPRO achtergrond. Hun ervaring is dat bij de omroep, als het ging om internet televisie, veel gedacht werd vanuit televisie. Het bleek moeilijk om direct vanuit een idee of concept te denken; binnen Submarine lukt dat hun nu wel.

Het webchannel is een pilotproject, gefinancierd door verschillende fondsen. Voor de voortzetting wordt nu gekeken naar een meer structurele subsidiënt, bijvoorbeeld de NOS die het wellicht als testgrond wil gebruiken. Het is de bedoeling dat vanuit het webchannel televisie ontstaat en nieuwe invalshoeken en structuren worden onderzocht.

Reacties aanwezigen:

Is het de taak van de overheid om de marktwerking te corrigeren?

Ryclef Rienstra vraagt of het niet een taak is voor het Stimuleringsfonds om dit initiatief te ondersteunen, waar Ingrid van Tol bevestigend op antwoordt. Justin Kniest brengt in dat er een locatie (fysiek) nodig is met mogelijkheden om verder te ontwikkelen (bijvoorbeeld onderzoek naar audio navigatie in plaats van een toetsenbord). Rob Prass waarschuwt dat de televisie ook in veel huishoudens staat waar het gebruik van een PC niet gewoon is. Justin's ervaring is dat kijkers juist nog een stap verder denken dan wat nu technisch haalbaar is.

Ingrid van Tol ziet die problematiek ook terug in haar werk bij het Stimuleringsfonds. Het fonds staat voor de keuze om projecten te subsidiëren die nu technisch haalbaar zijn, of om de technisch innovatieve ideeën te steunen die pas over een paar jaar standaard zullen zijn. Vooralsnog kiest het fonds voor het tweede.

Paul Rutten vat samen dat het gewenst is een innovatieve setting te realiseren waarin interactieve televisie verder ontwikkeld kan worden. Het is echter moeilijk een subsidiënt te vinden die bereid is nieuwe ideeën en de infrastructuur daarvoor te financieren en die tevens creatieve druk kan uitoefenen. Ryclef Rienstra merkt op dat de politieke wil er is. De publieke omroep heeft daar een taak. Maar hoe ziet het traject daarna eruit? **Hij stelt voor een groep voortrekkers te vormen die de taak op zich nemen om samen te voorkomen dat er een (te grote) achterstand ontstaat.**

Hans Bakhuizen vindt dat een mooi idee maar zegt ook dat het niet alleen van de marktwerking af kan hangen. Er is nu al een wildgroei aan goedkope Settop boxjes die uiteindelijk niet op elkaar aansluiten, er is geen standaard. Daar zou de overheid zich hard voor moeten maken. Erik Huizer meldt dat Duitsland en Finland een keuze hebben gemaakt voor de MHP-standaard (Multimedia Home Platform, red.), maar dat Nederland zich nog niet heeft uitgesproken. Waarschijnlijk zal Bertelsmann de MHP-standaard in Europa invoeren.

De politiek kan niets doen, of doet in ieder geval niets. Als de markt kiest, heeft de consument in dit geval geen alternatieve opties. Daarom kan de overheid in dit geval eventueel wél invloed uitoefenen. Dat moet wel als men het publiek domein op televisie wil verdedigen. Andra Leurdijk is het hier niet mee eens; de overheid kan niets afdwingen, het enige wat ze wel kan doen is aangeven dat ze voorkeur heeft voor een bepaalde standaard en aan de publieke omroep vragen of die gebruikt zal worden. Frank Alsema vertelt dat het nu al lastig is om als buitenproducent programma's te ontwikkelen zonder de standaard. Verschillende afnemers gebruiken verschillende standaards, wat de productie (nog) duurder maakt. De markt alleen komt daar niet uit.

Andra Leurdijk adviseert om een hele goede (Europese) lobby op te zetten om aandacht te krijgen voor dit probleem. De Europese wetgeving is zeer streng met betrekking tot overheidsinmenging, maar als het belang maar genoeg aangegeven wordt zal er wellicht iets aan gedaan kunnen worden. Ryclef Rienstra benadrukt nog eens dat het gebrek aan standaardisering een majeure belemmering vormt voor de ontwikkeling van interactieve televisie.

Overheid moet een testvijver voor de ontwikkeling van innovatieve concepten voor interactieve televisie stimuleren

Kunnen producenten als Submarine en Paradiso een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van interactieve televisie?

Rob Prass zegt dat de maker bereid moet zijn om van een mono- naar een dialoog te gaan. Daar heb je testmogelijkheden voor nodig. Hans Bakhuizen merkt op dat televisie in de huiskamer blijft; hoe ver de convergentie tussen TV en PC zal gaan moet nog blijken. Wat wel verandert is het onderwijs, zegt Frank Alsema. Monique van Dusseldorp brengt in dat de interactieve televisie van nu gebracht wordt door commerciële producenten, en dat het interessant zal zijn te kijken wat een non-profit instelling eraan zal bijdragen.

Ingrid van Tol meldt dat er een nieuwe regeling is voor de financiële ondersteuning van nieuwe mediaprojecten: de Interregeling⁵ voor multidisciplinaire nieuwe media projecten. Vooralsnog heeft het fonds een zeer beperkt budget, € 1 miljoen per jaar. Hopelijk komen er dit jaar genoeg aanvragen om aan te tonen dat er meer geld nodig is.

Ryclef Rienstra vat samen dat er duidelijk gecommuniceerd moet worden naar de politiek dat er behoefte is aan opleiding/educatie en aan een testgrond waar geëxperimenteerd kan worden.

De laatste tien jaar heeft een verschuiving plaatsgevonden van een aanbodgericht naar een vraaggericht cultuurbeleid. Is er nu ook de angst dat de ontwikkelingen op het gebied van interactieve televisie blijven hangen bij de poort omdat er geen afname voor is?

Paul Rutten pleit ervoor dat onder andere ISP's zich zouden moeten committeren aan de toekomst en dat bestaande opleidingen meer samen zouden moeten werken. Zo is het mogelijk een 'pool' van nieuw talent te ontwikkelen.

Justin Kniest vindt het een goede zaak dat het Virtueel Platform via Gigaport toegang heeft gekregen tot breedband ruimte; dat is een goede start om mensen bij elkaar te brengen.

Erik Huizer ziet Kenniswijk als een goed voorbeeld waar technisch bereik is en ook een publiek. Om een dienst als www.omroep.nl naar Kenniswijk over te zetten is een investering van € 1 miljoen nodig; geen van de partijen heeft echter de wil of de gelegenheid om dit te financieren.

Hans Bakhuizen poneert dat er risicodragend kapitaal gevonden moet worden. Ryclef Rienstra wijst erop dat er daar in volume geen gebrek aan is in Nederland; het probleem ligt in het aftappen ervan. Rienstra vraagt zich ook af of het realistisch is om te denken dat de commerciële partijen over te halen zijn om te investeren in een kweekvijver. Erik Huizer denkt dat de commerciële het ontwikkelen aan de publieke omroep zullen overlaten, en dat ze pas mee gaan doen als het rendabel is. Hans Bakhuizen kan dat de commerciële niet kwalijk nemen, evenmin het korte termijn denken dat eraan ten grondslag ligt; hetzelfde geldt echter ook voor de publieke omroep.

Monique van Dusseldorp merkt nog op dat er een aspect niet aan bod komt: interactieve televisie kan ook zeer interessant zijn voor service clubs en verenigingen die TV als platform kunnen gebruiken (denk aan een kappersbond en dergelijke). Laten we niet doen of de Omroep de enige geïnteresseerde partij is. Het is tenslotte publieke bandbreedte.

⁵ Het budget van de Interregeling is voor de helft afkomstig uit middelen voor e-Culture projecten van het Ministerie van OC&W. De andere helft wordt beschikbaar gesteld door deelnemende fondsen: Nederlands Fonds voor de Film, Mondriaanstichting, het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties, Fonds voor Beeldende Kunsten, Vormgeving en Bouwkunst, Fonds voor de Podiumkunsten en het Stimuleringsfonds voor Architectuur.

Andra Leurdijk wijst erop dat er gebrek is aan een politieke lobby vanuit de sector. De overheid komt pas in actie als er een lobby op gang is en er aanwijsbaar draagvlak in de sector is.

Frank Alsema zegt dat de overheid toch moet beseffen dat de bandbreedte verdeeld kan worden tussen de commerciële, de not for profit organisaties en kleine partijen. Daar heeft de overheid invloed op door middel van de ONP afspraken (Open Network Provision, red.).

SAMENVATTING EN CONCLUSIE

De drie presentaties geven aan dat de wil er is om innovatieve, interessante en creatieve content te ontwikkelen voor interactieve televisie. De gepresenteerde projecten nemen internet als uitgangspunt en testgrond. Echter **interactieve televisie komt niet genoeg van de grond**. Ryclef Rienstra concludeert dat dat te wijten is aan de volgende oorzaken. In eerste instantie zijn er nog te veel **technische belemmeringen**. De Nederlandse overheid heeft zich niet bemoeid met de infrastructuur, wat heeft geleid tot een wildgroei aan set-topboxes die niet op elkaar aansluiten. Niet alleen kabelexploitanten hanteren ieder andere technische voorzieningen, maar ook gemeenten hebben over technische aspecten verschillende afspraken gemaakt. Gebrek aan standaardisering staat de ontwikkeling van interactieve televisie in de weg.

Commerciële belemmeringen, die gedeeltelijk samenhangen met de technische belemmeringen, zijn de tweede oorzaak voor de trage ontwikkelingen op het gebied van interactieve televisie. Wie betaalt de technische investeringen? De commerciële partijen, zoals de kabelexploitanten en de commerciële omroepen, zien nog geen brood in interactieve televisie en wachten af. Zij zien nog niet genoeg commercieel interessante content ontwikkeld. Voor de gebruikers geldt een zelfde soort probleem. Zij zijn niet gewend om te moeten betalen voor televisie. Er moet echt wat geboden worden wil de gebruiker betalen. Bovendien kan interessante interactieve content ook via internet verkregen worden. Fabchannel is hiervan een goed voorbeeld. Het enige voordeel van interactieve televisie in dit geval is de hogere beeldkwaliteit. Het is maar de vraag of de kijker/gebruiker daar extra voor wil betalen. Genoemde **content belemmeringen** zijn de derde oorzaak voor de vertraagde ontwikkeling van interactieve televisie. Tenslotte zijn er ook nog **juridische belemmeringen** met een financieel gevolg. Buma/Stemra vraagt bijvoorbeeld om dubbele rechtenafdracht bij parallele uitzending op internet en televisie.

Bovengenoemde belemmeringen zijn de oorzaak van de nu heersende impasse. **Als er geen actie ondernomen wordt zal het Nederlandse medialandschap verarmen. Nederland heeft genoeg creatief talent om mooie programma's te maken.** Wat betreft de content zijn er mensen genoeg die het kunnen en willen maken, zowel technisch als creatief. **Er is een grote behoefte aan een testgrond waar geëxperimenteerd kan worden.** Ook is er op dit gebied behoefte aan **educatie**.

Ontwikkelingen op het gebied van interactieve televisie zijn tot nu toe aan de marktwerking overgelaten. **Om een innovatieve setting te realiseren waarbij ontwikkelingen op gang zullen komen zal zowel de sector zelf als de overheid initiatief moeten tonen.** Als Nederland op kop wil lopen in de ICT dan moet er iets gebeuren. Andra Leurdijk geeft aan dat er vanuit de sector een politieke lobby, ook op Europees niveau, op gang gebracht moet worden om het belang van overheidsondersteuning op dit vlak aan te tonen.

Naast de overheid die een ondersteunende rol zou moeten spelen, is een taak weggelegd voor de **publieke omroep**. Zij kunnen een **pioniersrol** vervullen op het gebied van interactieve televisie en op die manier het publiek domein op televisie veilig stellen. Het project van Niesco Dubbelboer illustreert hoe een vernieuwing daarin tot stand gebracht kan worden. Een groot potentieel ligt ook bij de culturele instellingen die een voortrekkersrol vervullen op het gebied van nieuwe media: hun creatieve input kan een sterke impuls geven aan de ontwikkeling van interactieve televisie. Submarine is al geruime tijd bezig met de ontwikkeling van vernieuwende concepten voor iTV. **Samenwerking tussen publieke omroepen en culturele instellingen** zou voor de toekomst van iTV zeer vruchtbaar kunnen zijn.

Ryclef Rienstra stelt voor om tijdens het Input festival⁶, waar alle publieke omroepen ter wereld praten over de inhoud van televisie, te laten zien wat er in Nederland op dit moment kan en gebeurt, en de vraag te stellen hoe de toekomst eruit zou kunnen zien. Pilotprojecten die dan in ontwikkeling zijn zullen worden gepresenteerd.

⁶ Input 2002, 18-24 mei in Rotterdam, www.input2002.com.

DEELNEMERSLIJST

Christiaan Alberdingk Thijm, jurist, SOLV new business advocaten, thijm@solv.nl

Christiaan Alberdingk Thijm is advocaat en partner bij SOLV; het enige Nederlandse kantoor dat zich louter specialiseert in de juridische aspecten van internet en e-business. Alberdingk Thijm is gespecialiseerd in intellectueel eigendomsrecht, en met name auteursrecht. In december 2001 publiceerde Sdu Uitgevers zijn boek 'Privacy vs. auteursrecht in een digitale omgeving'. Hij is een veel gevraagd spreker op seminars en congressen en geeft het vak informatierecht aan de Hogeschool van Amsterdam. Er verschijnen regelmatig publicaties van zijn hand over de juridische aspecten van internet, onder meer in zijn maandelijkse column voor Emerge.

Frank Alsema, creative Director / Executive Producer, IJsfontein Interactive Media, frank@ijsfontein.nl

Frank Alsema is creative director bij IJsfontein. IJsfontein maakt interactieve software voor met name een jonge doelgroep, waarin fantasie, gedrag en gevoel een centrale rol spelen. Voordien was Alsema regisseur voor de VPRO. Hij ontwierp met IJsfontein, in samenwerking met de VPRO en het Stimuleringsfonds o.a. Tattletoons, een interactief televisieprogramma, voor en door kinderen, met afleveringen op televisie en 52 Webisodes.

Hans Bakhuizen, beleidsadviseur NOS, hans.bakhuizen@nos.nl

Hans Bakhuizen is sinds 3 jaar beleidsadviseur bij de NOS op het gebied van nieuwe technologie. Van daaruit initieerde en leidde hij het pilotproject Interactieve Televisie. Inmiddels ontwikkelen 9 landelijke publieke omroepen en de STER interactieve programma's in het kader van dit project. Als eerste startte de NCRV met Zo Vader, Zo Zoon en de Nationale Nieuwsquiz, gevolgd door de Wetenschapsquiz van de VPRO, en De Ontdekking van de VARA. De AVRO start met het programma Duivelse dilemma's (bij 10 lastige vragen), en de EO met Helpdesk live. De IKON, BNN, TROS, NOS-RTV en de STER volgen later dit jaar.

Cathy Brickwood, directeur Virtueel Platform, cathy@virtueelplatform.nl

Cathy Brickwood is specialist op het gebied van digitale cultuur en beleid en directeur van Virtueel Platform, een netwerk van 8 culturele instellingen, werkzaam op het gebied van nieuwe media, kunst en cultuur. De aangesloten leden zijn V2, Waag Society, Submarine, STEIM, Doors of Perception, De Balie, Paradiso, en het Nederlands Instituut voor Mediakunst. Voorheen was Cathy werkzaam als projectmanager op het gebied van Europees en Internationaal cultuurbeleid bij de Boekmanstichting, studiecentrum voor kunst, cultuur en beleid. www.virtueelplatform.nl

Niesco Dubbelboer, directie Agora Europa, ndubbelboer@pvda.nl

Niesco Dubbelboer studeerde politicologie in Amsterdam en is werkzaam geweest bij De Balie als politiek programmamaker. Daarna werkte hij o.a. als Coördinator Stadsgesprekken (interactieve tv-discussies) bij de Gemeente Amsterdam. Vervolgens werd hij directeur van Agora Europa, een stichting die zich tot heeft gesteld het publiek debat te revitaliseren. Een belangrijk middel waarmee zij het contact tussen burgers en politiek trachten te verbeteren is het digitale debat. Op dit moment heeft Niesco Dubbelboer verder een drukke dagtaak als lid van het campagne team van de PvdA.

Monique van Dusseldorp, directeur Van Dusseldorp & Partners, Monique@vandusseldorp.com

Monique van Dusseldorp is oprichter en directeur van Van Dusseldorp & Partners, een onderzoeksbedrijf gericht op Europese internet ontwikkelingen, dat o.a. ook de TV Meets the Web seminars organiseert. Monique was voorheen werkzaam als Director of Communications bij het European Institute for the Media in Düsseldorf, en als media-analist bij Wegener Arcade.

Bruno Felix, directie Submarine, bruno@submarine.nl

Bruno Felix was voorheen hoofd van VPRO-digitaal, verantwoordelijk voor de ontwikkeling van innovatieve websites als 24 Hour Cinema, betrokken bij projecten als online radio station 3voor12, en adviseerde diverse instellingen en bedrijven als Heineken en KPMG over hun mediastrategie.

Submarine is een onafhankelijke produktiestudio die zich richt op de realisatie van innovatieve combinaties van oude en nieuwe media. Submarine produceert crossmedia programma's en projecten voor film, televisie, internet en mobiele devices.

Daarnaast is www.submarinechannel.com opgericht, een productie/distributieplatform op het internet voor 'shortformat media' als bijvoorbeeld korte films, websites, interactieve producties, webgames, muziek en korte documentaires.

Femke Wolting, *directie Submarine*, femke@submarine.nl

Femke Wolting was initiator van Exploding Cinema (IFFR), werkte bij VPRO-digitaal, produceerde o.a. televisie documentaires als *Laat op de Avond*, en ontwikkelde de webtainment serie *Lifesavers*. Momenteel is ze tevens adviseur digitale media voor het Nederlands Fonds voor de Film.

Aske Hopman, *expert Producer, Waag Society / maatschappij voor oude en nieuwe media*, hopman@waag.org

Waag Society verricht onderzoek, ontwikkelt nieuwe concepten en toepassingen (software applicaties) en initieert in publieke evenementen het debat op het snijvlak van oude en nieuwe media. Aske Hopman houdt zich fulltime bezig met projectmanagement. Bij enkele van deze projecten worden gebruikers in staat gesteld deel te nemen aan / of medeontwikkelaar te worden van nieuwe applicaties.

Erik Huizer, *director Business Development, NOB*, erik.huizer@nob.nl

Erik Huizer was als directeur van het SURFnet Expertise Centrum betrokken bij het GigaPort-project. Ook was hij voorzitter van het bestuur van DDS. Erik is nu werkzaam als Director Business Development bij het NOB. Daarnaast is hij part-time docent Internet Applicaties aan de Universiteit van Twente, voorzitter van het bestuur van de The European Internet Seminars, en is hij mede-oprichter van het Electronic Commerce Platform NL.

Justin Kniest, *managing director Fabchannel*, justin@paradiso.nl

Justin Kniest is Nieuwe Media Manager bij Paradiso. Hij was in zomer 2000 mede-oprichter van Fabchannel, waarvan hij nu managing director is. Via Fabchannel.com zijn live-concerten en voorstellingen vanuit Paradiso te volgen. Tijdens de webcasts kunnen kijkers in contact komen met de artiesten en andere kijkers. Voor dit project zocht Paradiso samenwerking met het NOB en XS4ALL.

Niels de Kock, *accountmanager Mediakabel*, ndkock@mediakabel.nl

Niels de Kock is accountmanager bij Mediakabel. Tevens is hij daar contactpersoon voor de aangesloten kabelexploitanten, en aanspreekpunt voor het pilotproject Interactieve Televisie. Mediakabel is een facilitair bedrijf op het gebied van digitale, interactieve televisiediensten en biedt ondersteuning op het terrein van techniek, marketing & sales, content & programmering en klantenservice.

Andra Leurdijk, *directie Media, Letteren en Bibliotheken, Ministerie van OcnW*, a.leurdijk@minocw.nl

Andra Leurdijk is senior beleidsmedewerker bij de directie MLB. Zij houdt zich daar bezig met algemeen mediabeleid, publieke omroepen en nieuwe diensten, en met kabelbeleid en andere communicatie-infrastructuren. Eerder werkte zij als docent en onderzoeker aan de vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam. Andra is gepromoveerd op televisiejournalistiek en de multiculturele samenleving.

Rob Prass, *Media Academie Hilversum, afdeling programmamaken multimedia*, r.prass@media-academie.nl

De Media Academie is het opleidingsinstituut voor de Nederlandse omroep en de audiovisuele branche. De Academie is opgericht door de NOS, het NOB, de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten (AHK) en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU). Rob Prass is projectmanager bij de Media Academie, afdeling programmamaken multimedia. Eén van de cursussen binnen 'multimedia' is Concepts for Interactive Television (CIATV), dat vanaf 1999 ontwikkeld is i.s.m. BBC Training en de University of Art and Design, Helsinki UIAH.

Ryclef Rienstra, *directeur VandenEnde Foundation*, rrienstra@vandenendefoundation.nl

Voorzitter van de discussie tijdens de expertmeeting.

Ryclef Rienstra werd, na enige tijd werkzaam geweest te zijn als geluidstechnicus, productie leider en uitvoerend producent voor verschillende Nederlandse filmbedrijven. In 1982 werd hij Algemeen Secretaris van de Federatie van Kunstenaarsverenigingen. Vanaf 1984 was Rienstra achtereenvolgens de eerste directeur van het Fonds voor de

Nederlandse Film, het Europese filmcoproductie-fonds Eurimages in Straatsburg en het Nederlands Fonds voor de Film. Sinds februari 2001 is Ryclef Rienstra directeur van de VandenEnde Foundation in Amsterdam. Dit private fonds, in 2001 opgericht door het echtpaar Joop en Janine van den Ende, verleent financiële steun aan culturele activiteiten en kunstinstellingen.

Paul Rutten, hoofd afdeling Informatie en Communicatie, TNO-STB, rutten@stb.tno.nl

Paul Rutten is hoofd van de afdeling Informatie en Communicatie van TNO Strategie en Beleid. Hierbinnen legt hij zich toe op onderzoek naar en advies over de consequenties van de digitale revolutie voor cultuur, economie en samenleving. Zijn expertise ligt in het bijzonder op het terrein van de media- en informatie-industrie. In dat kader werkte hij onder andere in opdracht van diverse ministeries en provincies, meerdere adviescommissies, de publieke omroep, bedrijven en brancheorganisaties uit de content industry, het Commissariaat voor de Media, en de Europese Unie.

Ingrid van Tol, senior stafmedewerker, Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties, Ingrid.van.tol@stimuleringsfonds.nl

De doelstelling van het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties is het stimuleren de ontwikkeling en de productie van culturele radio- en televisieprogramma's door middel van subsidiëring. Ingrid van Tol is hier werkzaam als senior stafmedewerker 'Documentaire en Nieuwe Media'. Ingrid werkte voorheen bij De Balie als nieuwe media programmeur.

Verslag door **Eva Brinkman**

BIJLAGE 1

Brief van Rick van der Ploeg aan Raad van Bestuur NOS (12 juli 2001), blad 6.

Het gehele document is te downloaden op <http://www.minocw.nl/omroep/index.html>

BIJLAGE 2

Brief van Rick van der Ploeg aan Tweede Kamer (21 nov. 2001), blad 3,4,7 en 8.

Het gehele document is te downloaden op <http://www.minocw.nl/omroep/index.html>