

# TV wanneer en waar je wilt

Internetbedrijven zijn op weg tv-aanbieder te worden. Maar niemand wil op z'n laptop tv kijken.

Door onze correspondent  
FREEK STAPS

LAS VEGAS, 11 JAN. Hoe lang duurt het nog voordat de televisieomroep niet meer kan bepalen wat we vanavond kijken?

Steeds minder lang.

Al sinds de introductie van internet bij het grote publiek kondigen internetbedrijven aan de tv-kijker voor zich te gaan winnen door films en tv-programma's aan te bieden via het net. Tot nu toe is het er maar mondjesmaat van gekomen.

Maar nu 's werelds grootste consumentenelektronica-beurs in Las Vegas is afgelopen, wordt duidelijk dat dit jaar een omslagpunt is bereikt. Televisiezoekers kunnen zich gaan voorbereiden op serieuze concurrentie.

Tot nu toe werkt het zo: een producent van een film of tv-programma verkoopt het product aan een tv-zender. Maar voordat de kijker het kan zien, moet hij eerst nog een pakket aan zenders kopen, in de vorm van een abonnement. Dat doet hij bij een kabelmaatschappij, die een aantal zenders samen in een pakket aanbiedt en de film uitzendt.

In de toekomst, volgens de internetbedrijven zelfs in de nabije toekomst, wordt dat proces veel eenvoudiger. De internetgebruiker koopt direct bij de producent een programma of film. Zonder dat tv-omroepen of kabelmaatschappijen betrokken zijn.

Allemaal toekomstmuziek? Niet echt. Afgelopen week hebben verschillende bedrijven op de CES-beurs in Las Vegas al verregaande producten gepresenteerd. Een selectie: computerbedrijf Intel begint Viiv (rijmt op 'live'). Daarbij horen kleinere computers dan we nu nog in de werkkamer hebben staan.

Een Viiv-computer ziet er mooier uit dan de huidige grijze of zwarte logge desktops en kan – volgens Intel – prima naast de tv staan waar die op moet worden aangesloten. „Viiv is gemaakt voor de huiskamer, past goed naast een mooi tv-scherm”, zegt bestuurder Eric Kim van Intel in Amerikaanse media.

Maar met een mooi kastje heeft de kijker nog geen programma's. Daarvoor zijn bedrijven als Akimbo nodig. Deze internetprovider maakt het voor kijkers mogelijk programma's en films binnen te halen van internet en ze naar een



Don MacDonald, vice-president van het bedrijf Intel en verantwoordelijk voor de Digital Home Group, presenteert op de electronicabeurs in Las Vegas een nieuwe vorm van tv-kijken met Viiv. (Foto AP)

set-top-box bij de digitale tv te sturen. De inhoud komt dan niet meer via de kabelbedrijven je huiskamer binnen, maar via je internetprovider.

Niemand zegt dat de aanbieders die nu in grote getale een nieuwe internet- en tv-revolutie prediken het makkelijk krijgen. Het is namelijk al eerder geprobeerd – en mislukt.

Eind jaren negentig, ten tijde van de eerste internethuise, probeerden Comuserve, MSN en America Online klanten voor internet-via-de-tv te winnen. Ze overspeelden hun hand, simpelweg omdat het web te omvangrijk is voor welk bedrijf dan ook om dat helemaal alleen aan te kunnen. Teveel aanbod. En dat overweldi-

gende aanbod is de afgelopen jaren alleen maar groter geworden.

Microsoft probeert het nu weer. Oprichter Bill Gates zei op de beurs samen te gaan werken – onder meer met Intel – om met eigen software te helpen programma's de huiskamer in te krijgen.

En dan zijn er nog Yahoo Go en Google Video. Verschillende producten, maar het resultaat voor de kijker is uiteindelijk hetzelfde: tv kijken vanaf de bank.

Yahoo Go maakt het mogelijk bestanden op verschillende apparaten gelijk te schakelen. Als ik dus net een tv-programma tegen betaling heb binnengehaald op mijn laptop, kan ik dat ook op de tv bekijken of onderweg op een mobiele telefoon. Klinkt wild, en dat is

het in de praktijk misschien ook wel. Toen Yahoo dit op de beurs wilde demonstreren, werkte het niet.

Google gaat iets anders doen: het biedt een programma waar producenten hun eigen beeld kunnen aanbieden, zonder dat Google de prijs bepaalt. Dit bevordert de concurrentie en verlaagt de drempel voor kopers.

Toch is de klant vooralsnog beter af bij Yahoo dan bij Google. De laatste biedt 3.000 muziekvideo's aan, tegen meer dan een miljoen van Yahoo. Ook al ligt de prijs daar al vast.

De overschakeling naar een nieuwe manier van kijken zal niet zonder slag of stoot gaan. Voordat verstokte kijkers van de bank af komen om programma's te downloaden, moeten ze eerst worden overtuigd van het gebruiksgemak. En waarom zou je je kabelzenders vaarwel zeggen als het aanbod via internet nog beperkt is?

Ironisch genoeg blijven de kabelmaatschappijen een partij om als consument rekening mee te houden. Zij bieden steeds vaker internet aan – datzelfde internet waarlangs hun programma's van vroeger zullen binnenkomen.

De eerste serieuze stappen zijn genomen. Bijzonder is dat een relatieve buitenstaander de huidige golf van mediaproducten is vooraf gegaan. Toen Apple – niet betrokken bij tv- of kabelbedrijven – eind vorig jaar de Ipod Video presenteerde, werd duidelijk welke kant het nu dan toch echt op gaat. Tv: wanneer je wilt en waar je wilt.

