

ONDERZOEK NAAR DIVERSITEIT VAN TELEVISIEPAKKETTEN 2014-2020



Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Inleiding	4
1 Achtergrond en ontwikkeling onderzoek	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Marktontwikkeling en aanvullend onderzoek	5
2 Diversiteit van televisiepakketten 2020	8
2.1 Pakketten en aanbieders	8
2.2 Televisiezenders	9
2.3 Standaardpakketten	9
2.4 Diversiteit van genres	10
2.5 Pluspakketten	12
3 Diversiteit 2014-2020	14
3.1 Pakketten	14
3.2 Zenders en aantallen	15
3.3 Genres en diversiteit	16
Conclusie	17
Bijlage 1 Methode van onderzoek	18
Colofon	20

Samenvatting

Sinds 2014 stelt de Mediawet bepaalde eisen aan aanbieders van televisiepakketten voor de samenstelling van hun pakket. Aanbieders met meer dan 100.000 abonnees moeten minimaal 30 televisiezenders, waaronder een aantal *must carry* zenders, opnemen in hun standaardpakket. Deze verplichting is er om een divers aanbod aan televisiezenders te garanderen voor het publiek. Het Commissariaat voor de Media monitort sindsdien jaarlijks het aanbod en doet onderzoek naar de tevredenheid van de kijker.

Gedurende deze periode hebben zich meerdere ontwikkelingen voorgedaan op de televisiemarkt. Er waren fusies tussen grote aanbieders, er kwamen nieuwe vormen voor het aanbieden van televisiezenders en de kijktijd liep terug. Ook werd door het Commissariaat aanvullend onderzoek gedaan naar de mogelijkheden voor televisie a la carte, door de KWINK groep naar een eventuele aanpassing van de distributiewet en speelde het fenomeen cord cutting een rol. In het onderzoek naar tevredenheid over televisiepakketten kwam echter naar voren dat het publiek behoorlijk tevreden was, trouw aan zijn aanbieder en niet per se wacht op een andere vorm voor het verkrijgen van televisiezenders. Veranderingen in de wet bleken daarom voor de minister niet noodzakelijk.

Uit zeven jaar onderzoek naar de diversiteit van televisiepakketten kunnen we concluderen dat de wet doet wat het beoogd. Er is al jarenlang stabiel een groot en divers aanbod aan televisiezenders toegankelijk voor het publiek. Het gemiddeld aantal zenders per pakket nam behoorlijk toe, terwijl de diversiteitscore hoog en stabiel bleef. Het totaal aantal pakketten liep door het wegvallen van analoge en een aantal pluspakketten wel terug, maar het digitale standaardpakket werd alleen maar groter en meer divers.

Inleiding

Het Commissariaat voor de Media doet sinds 2014 onderzoek naar de diversiteit van televisiepakketten. Gebaseerd op een eerder onderzoek van de Mediamonitor was de verwachting dat een minimum van 30 televisiezenders met enkele verplichte *must carry* zenders voldoende is om een divers en toegankelijk aanbod voor het publiek te waarborgen. Nadat deze verplichting werd opgenomen in de Mediawet, had dit onderzoek het doel van monitoring en toetsing van de vraag: is deze wettelijke verplichting voldoende voor het behouden van een divers aanbod aan televisiezenders?

Na zeven jaar onderzoek naar de diversiteit van televisiepakketten kunnen we deze vraag bevestigend beantwoorden; televisiepakketten zijn tot op heden divers gebleven. We kijken dit jaar daarom terug op de oorspronkelijke aanleiding van het onderzoek, de ontwikkelingen in de markt in de laatste jaren en laten tegen deze achtergrond de bevindingen van ons jaarlijkse onderzoek naar de diversiteit van de televisiepakketten zien.

1. Achtergrond en ontwikkeling onderzoek

1.1 Aanleiding

Een divers media-aanbod is een noodzakelijke voorwaarde voor pluriform mediagebruik. Een divers media-aanbod bestaat uit een gevarieerd aanbod aan informatie, educatie, cultuur en amusement. Dit komt zowel mensen persoonlijk als de samenleving ten goede. Nog steeds kijken mensen veel meer dan dat ze lezen of luisteren en nog altijd is kijken naar televisiezenders het meest gebruikelijk in Nederland.¹ Een divers aanbod aan televisiezenders is daarom van groot belang. Vandaar dat de wetgever in de Mediawet sinds 2014 bepaalde eisen stelt aan pakketaanbieders voor de samenstelling van hun pakketten met televisiezenders. Voor aanbieders met meer dan 100.000 abonnees houdt dit in dat digitale pakketten minimaal 30 televisiezenders in hun standaardpakket moeten aanbieden. Daarnaast moeten enkele publieke zenders verplicht in het standaardpakket worden opgenomen.

Met deze wijziging in de Mediawet kwamen in 2014 ook de programmaraden te vervallen die voorheen de pakketaanbieders adviseerden over de samenstelling van hun televisiepakketten. Het advies van de programmaraden werd vervangen door een wettelijke doorgifteverplichting. Hierbij werden echter vanuit de Tweede Kamer zorgen geuit over de toekomst van de pluriformiteit van televisiepakketten. Zou deze wettelijke verplichting voldoende zijn voor het behouden van een divers aanbod aan televisiezenders? Vervolgens had de toenmalige staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) besloten om het Commissariaat voor de Media te vragen de voortgang van de diversiteit van de aangeboden televisiepakketten te monitoren, alsmede de tevredenheid van het publiek over met name de samenstelling van het standaardpakket. Het Commissariaat voert deze monitoring sindsdien uit in de vorm van verschillende onderzoeken. De monitoring van het aanbod heeft als doel jaarlijks de ontwikkelingen op de televisiemarkt te volgen en in kaart brengen of de diversiteit van het aanbod aan televisiezenders op peil blijft.

1.2 Marktontwikkeling en aanvullend onderzoek

Sinds de invoering van de gewijzigde Mediawet in 2014 hebben zich een aantal ontwikkelingen voorgedaan bij de aanbieders van televisiepakketten met meer dan 100.000 abonnees. Zo waren er een aantal fusies (Ziggo/UPC, Ziggo/Vodafone, Tele2/T-Mobile) waardoor de concentratie van de markt een stuk hoger kwam te liggen (zie tabel 1). De markt is na deze overnames sterk geconcentreerd, Ziggo en KPN waren in 2014 al de grootste aanbieders en hebben die positie de afgelopen jaren verstevigd². In 2016 kwam het gezamenlijke aandeel van Ziggo en KPN boven 85 procent uit en is sindsdien nauwelijks gedaald. De afstand tot de anderen is enorm: in 2019 haalde geen enkele andere aanbieder meer dan 3 procent.

Daarnaast werden door de pakketaanbieders nieuwe initiatieven ontplooid om andere vormen van het aanbieden van televisiezenders op de markt te brengen. Zo introduceerde Tele2 in 2015 het pakket Tele2 Light, een digitaal pakket met een kleiner aantal landelijke zenders, aangevuld met regionale zenders. KPN bracht, ook in 2015, de online dienst KPN Play uit. KPN Play bood ook een kleiner aanbod aan televisiezenders, maar was enkel online beschikbaar. T-Mobile introduceerde in 2016 het pakket T-Mobile KNIPPR, ook een online pakket waarbij consumenten een klein basispakket kregen en dit konden aanvullen door 'à la carte' een zelfgekozen aantal zenders toe te voegen. De pakketten T-Mobile KNIPPR en KPN Play bleken in de jaren erna echter niet genoeg abonnees uit de markt te halen en werden in 2018 stopgezet. Het pakket Tele2 Light is in 2020 wel nog op de markt, maar is gezien het kleine marktaandeel van Tele2 geen bepalende rol gaan spelen op de markt van het aanbod aan televisiepakketten.

1 https://kijkonderzoek.nl/images/Jaarrapporten/SKO_Jaarrapport_TV_2019.pdf

2 Televisiepakketten en kijkgedrag 2019, Commissariaat voor de Media.

Tabel 1

Procentuele verdeling abonnees pakketaanbieders 2014-2019

Aanbieder	2014	2015	2016	2017	2019
Ziggo	38,3	39,4	54,1	51,6	48,3
KPN	19,0	19,8	26,4	28,9	32,1
KPM (ether)	4,5	4,3	4,2	3,2	2,1
KPN (glashart)	1,8	1,7	0,9	0,8	0,2
Caiway	2,2	3,0	2,6	3,5	2,8
M7/CanalDigitaal	2,8	2,4	2,3	1,3	1,4
M7/Online	0,3	0,9	0,4	0,9	1,0
Tele2	2,2	2,0	2,6	2,1	2,6
Delta	1,4	1,7	1,7	1,7	1,8
T-Mobile				1,9	2,8
Ander bedrijf	2,6	2,0	2,6	2,4	2,8
Weet niet	4,3	1,4	2,3	1,8	2,2
UPC	20,6	21,4			
Totaal	100	100	100	100	100

Aansluitend bij deze ontwikkelingen is vanuit het ministerie in de afgelopen jaren naast de monitoring van diversiteit en tevredenheid extra onderzoek gedaan naar specifieke thema's: televisie a la carte en *must carry*.

Televisie á la carte: In 2016 voerde het Commissariaat in opdracht van het ministerie van OCW een aanvullend onderzoek uit naar de vraag wat de kijker zou vinden van het invoeren van televisiezenders kiezen via een à la carte menu. Uit de resultaten bleek dat het publiek weliswaar grotendeels positief tegenover televisie à la carte zou staan, maar enkel wanneer de prijs gelijk zou blijven of zou dalen³. Omdat het publiek in 2016 nog steeds behoorlijk tevreden was over het televisiepakket, werd besloten om geen specifieke mogelijkheden voor het invoeren van televisie à la carte in te voeren. Wel werden nieuwe initiatieven voor het aanbieden van zenders ondersteund, onder andere door ontheffingen van doorgifteverplichting te geven aan nieuwe pakketten op de markt.

Must carry: in 2017 voerde onderzoeksbureau KWINK in opdracht van het ministerie van OCW een onderzoek uit naar de bestaande regels rondom de mediawettelijke doorgifteverplichting⁴. In dit onderzoek zijn de mogelijke gevolgen van eventuele veranderingen in de Mediawet op gebied van doorgifteverplichting in kaart gebracht. Het ging daarbij met name om de verplichte doorgifte van minimaal 30 televisiezenders, waaronder enkele '*must carry*'; zenders van Vlaamse, nationale, regionale en lokale publieke zenders.

De bevindingen van het onderzoek waren dat de huidige doorgifteverplichting nog altijd relevant was om toegankelijkheid voor het gehele publiek te waarborgen. Daarnaast ging KWINK ervan uit dat een aanpassing van de wet waarschijnlijk geen negatieve effecten zou opleveren, maar een mogelijk gunstig effect op innovatie zou naar verwachting ook gering zijn. Vandaar dat de minister in 2018 heeft besloten om de doorgifteverplichtingen niet te wijzigen.

Een derde thema dat in de afgelopen jaren speelde was het fenomeen 'cord cutting'. Cord cutting is een uit Amerika overgewaarde term die inhoudt dat mensen hun televisiepakket opzeggen en op andere manieren audiovisuele content tot zich nemen. Recent onderzoek naar dit onderwerp laat echter zien dat dit in Nederland nog wel meevalt. Hoewel de lineaire kijktijd van televisie kijken inderdaad al enkele jaren terugloopt (gemiddeld 200 minuten per dag in 2014 ten opzichte van 155 minuten in 2019), zijn veel Nederlanders trouw aan hun aanbieder. Uit onderzoek van het European Audiovisual Observatory en Telecompaper blijkt dat het aantal abonnees slechts licht daalt, met minder dan een procent per jaar⁵. In 2019 hadden ruim 7,4 miljoen huishoudens in Nederland – oftewel ruim 9 op de 10 huishoudens – een betaald televisie-abonnement. Aanvullend blijkt uit het onderzoek naar televisiepakketten in 2019 van het Commissariaat dat van de kleine groep mensen zonder televisie-abonnement, slechts 7 procent dat in het afgelopen jaar had opgezegd.⁶ Tot slot concludeert onderzoeksbureau Dialogic in een recent onderzoek naar regulering van de distributievergoeding het volgende: "Met de verschuiving naar online is cord cutting, het opzeggen van het reguliere televisieabonnement, een bekend fenomeen geworden. Ook zijn er de zogenaamde cord nevers: mensen die überhaupt nooit aan een tv-abonnement beginnen. Hoewel sommige mensen cord cutting zien als de (nabije) ondergang van lineaire televisie, klinken ook van verschillende kanten geluiden dat dat, zeker in Nederland, echt nog niet zo hard gaat als men lijkt te denken." Hoewel dit thema in de aankomende jaren waarschijnlijk zal blijven spelen, is cord cutting in de afgelopen jaren in Nederland slechts op kleine schaal gebeurd.⁷

Wat bij al deze thema's waarschijnlijk een grote rol speelt is de tevredenheid van het publiek over hun televisiepakket. Naast het volgen van de diversiteit van het aanbod, brengt het Commissariaat sinds 2014 ook de tevredenheid en het keuzep proces van de abonnee van televisiepakketten in kaart. Uit de resultaten tussen 2014 en 2019 blijkt vanuit de abonnee een constante lijn van tevredenheid over, en loyaliteit aan het televisieabonnement. De kijker

3 2016, Commissariaat voor de Media.

4 Must carry on, 2018, KWINK groep

5 <https://www.nlconnect.org/nauwelijks-cord-cutting-wel-cord-stacking/>

6 Televisiepakketten en kijkgedrag 2019, Commissariaat voor de Media.

7 Onderzoek regulering distributievergoeding, 2020, Dialogic.

beoordeelde zijn pakket sinds 2014 altijd met minimaal een 7,5 uit 10, oplopend tot een 7,7. Daarnaast had meer dan de helft in 2019 al langer dan zes jaar dezelfde aanbieder en meer dan twee derde was drie tot vier jaar bij dezelfde aanbieder.

De concentratie van de markt, het sneuvelen van een aantal nieuwe initiatieven en de tevredenheid en trouw van het publiek hadden allemaal invloed op het aanbod en de inhoudelijke diversiteit van televisiepakketten sinds 2014. Dit is ook terug te zien in het onderzoek naar diversiteit van televisiepakketten in 2020 in hoofdstuk 2. Daarnaast zijn er wat betreft het aanbod aan televisiezenders inhoudelijk ook een aantal ontwikkelingen en trends over de verschillende jaren te zien. Daar gaan we in hoofdstuk 3 op in.

2. Diversiteit van televisiepakketten 2020

In 2020 is voor het zevende jaar op rij de diversiteit van televisiepakketten onderzocht. Er zijn in 2020 zeven verschillende distributeurs met meer dan 100.000 abonnees: CAIW, Delta, KPN, M7, Tele2, Ziggo en T-Mobile. Van deze distributeurs is per (dochter)onderneming het aanbod geanalyseerd, wat heeft geleid tot negen verschillende onderzochte pakketaanbieders. Dat is er één minder dan in 2019, aangezien KPN Glashart niet meer actief wordt aangeboden. Peildatum voor deze gegevens was 1 januari 2020. In de bijlage is een verantwoording opgenomen van de gehanteerde onderzoeksmethode, waarin uitgebreid wordt beschreven hoe de pakketaanbieders zijn geselecteerd en gecategoriseerd. Daar staat ook beschreven welke zendertypes en formats zijn opgenomen in het onderzoek en de definities van gebruikte termen in het rapport.

2.1 Pakketten en aanbieders

De zeven pakketaanbieders bieden in 2020 in totaal 122 televisiepakketten aan. Dit gebeurt via verschillende distributievormen. Kabel, glasvezel en DSL zijn de meest voorkomende manieren, terwijl KPN en M7 specifieke pakketten aanbieden via de ether of satelliet.

Het aantal televisiepakketten is in vergelijking met 2019 teruggelopen van 134 naar 122, een daling van 9 procent⁸. In 2020 wordt deze daling verklaard doordat het aanbod van KPN Glashart (vorig jaar 13 pakketten) niet meer in de tabel is opgenomen, aangezien deze niet meer actief wordt aangeboden. Toch past deze daling in de bredere trend van de afgelopen jaren, waarin het aantal aangeboden televisiepakketten sterk terugloopt.

Tabel 2

Pakketten per distributeur

	Pakket aanbieder		Distributie techniek	Digitaal standaard	Analoog standaard	Pluspakket	Betaalzender pakket	Totaal
1	CAIW		kabel	1		6	5	12
			glasvezel	1		6	5	12
2	Delta		kabel	1		3	4	8
3	KPN	Digitenne	ether	1			1	2
4		ITV	DSL	1	1	6	5	13
			glasvezel	1		6	5	12
5	M7	Online	DSL	1		2	3	6
			glasvezel	1		2	3	6
6		Canal Digitaal	satelliet	1		4	4	9
7	Tele2		DSL	1		3	2	6
			glasvezel	1		3	2	6
8	Ziggo		kabel	1		5	4	10
9	T-Mobile	Thuis	DSL	1		5	4	10
			Glasvezel	1		5	4	10
	Totaal			14	1	56	51	122

⁸ Een volledig overzicht van alle gegevens over het onderzoek naar televisiepakketten sinds 2014 is te vinden op www.mediamonitor.nl

2.2 Televisiezenders

Er worden in 2020 in de verschillende pakketten in totaal 284 televisiezenders aangeboden. Dit zijn er 6 minder dan in 2019, een kleine daling van 2,1 procent. Opvallend hierbij is wel dat het voor het tweede jaar op rij enkel HD-zenders zijn die minder worden aangeboden. Het gaat hierbij echter met name om HD-zenders die in de pluspakketten zaten. In de standaardpakketten is het aantal HD-zenders nog altijd stabiel hoog en met name de meest voorkomende zenders worden grotendeels in HD doorgegeven.

Tabel 3

Soorten zenders

	Aantal		Aandeel in procenten	
	2019	2020	2019	2020
Gewone zender	200	200	69,0	70,4
HD-simulcast	75	71	25,9	25,0
HD stand alone	3	2	1,0	0,7
Simulcast maar in NL stand alone	12	11	4,1	3,9
Totaal	290	284	100	100

Een overzicht van de meest voorkomende zenders in de standaardpakketten is te zien in tabel 4. Er zijn 17 zenders vertegenwoordigd in alle digitale standaardpakketten. Dit zijn met name de verplichte *must carry* zenders van de NPO en Vlaanderen, plus zenders van RTL, Talpa en Discovery. Daarnaast zijn maar liefst 27 zenders in alle 'grote' digitale standaardpakketten aanwezig. Daarbij worden de bewust kleinere standaardpakketten Tele2 Light en KPN Digitenne niet meegenomen. Dit zijn dezelfde 27 zenders als in 2019.

2.3 Standaardpakketten

De digitale standaardpakketten bevatten in 2020 in totaal 109 unieke zenders, twee minder dan in 2019. In tabel 5 is te zien hoeveel unieke zenders er per type standaardpakket wordt aangeboden. Net als in 2019 hebben in 2020 slechts minieme verschuivingen plaatsgevonden.

De pakketten van M7 Online en Ziggo bieden al jarenlang de meeste zenders aan. Het aantal zenders binnen de pakketten van KPN neemt daarbij in de afgelopen jaren steeds meer toe en ligt inmiddels boven de 60. De pakketten van CAIW, Delta en T-Mobile blijven tussen de 50 en 60 zenders aanbieden. Tele2 en KPN Digitenne zijn nog de enige aanbieders die een kleiner aanbod aan zenders bieden. Tele2 doet dit nog steeds met Tele2 Light, waarbij ze de verplichte minimumgrens van 30 zenders halen door hun 21 zenders aan te vullen met regionale zenders. Het pakket KPN Digitenne is het enige pakket dat nog via de ether wordt aangeboden.

Tabel 4

Meest voorkomende zenders

Zender	Aanwezig in alle digitale standaardpakketten	Aanwezig in alle 'grote' digitale standaardpakketten
Canvas	x	x
Comedy Central	x	x
Discovery Channel	x	x
Disney XD	x	x
Eén	x	x
National Geographic	x	x
NET 5	x	x
NPO 1	x	x
NPO 2	x	x
NPO 3	x	x
RTL 4	x	x
RTL 5	x	x
RTL 7	x	x
RTL 8	x	x
SBS 6	x	x
TLC	x	x
Veronica	x	x
24 Kitchen		x
CNN		x
Eurosport		x
Fox		x
Ketnet		x
MTV		x
Nickelodeon		x
RTL Z		x
SBS 9		x
Spike TV		x
Totaal	17	27

Tabel 5

Zenders per type standaardpakket

Pakketaanbieder	Distributietechniek	2019	2020
		CAIW	kabel
	glasvezel	58	58
Delta	kabel	55	53
KPN Digitenne	ether	31	31
KPN ITV	DSL	59	61
	glasvezel	59	61
M7 Online	DSL	67	65
	glasvezel	67	65
M7 Canal Digitaal	satelliet	58	56
Tele2	DSL	21	21
	glasvezel	21	21
Ziggo	kabel	61	64
T-Mobile Thuis	DSL	51	51
	glasvezel	51	51

Aangezien er geen noemenswaardige verschuivingen in het aantal zenders hebben plaatsgevonden is ook het gemiddeld aantal zenders per standaardpakket vrijwel gelijk gebleven. Het gemiddeld aantal zenders is in 2020 ongeveer 51,1, waar het in 2019 op 51,7 lag. Deze daling komt vooral doordat het pakket KPN Glashart met 58 zenders in 2020 niet meer is opgenomen, waardoor het gemiddelde licht daalt. Waar het gemiddeld aantal zenders in de afgelopen steeds behoorlijk steeg dankzij het groter worden van de standaardpakketten en het wegvallen van de kleinere pakketten, stabiliseerde deze situatie in 2020.

De overlap in aangeboden zenders tussen de verschillende standaardpakketten blijft ook onverminderd hoog. De gemiddelde overlap tussen de zenders is met een aantal van 36,4 gelijk aan 2019, terwijl de gemiddelde overlap in procenten nog iets hoger ligt met 74,0 procent. Gemiddeld is dus bijna driekwart van het zenderaanbod in een standaardpakket ook bij een andere aanbieder te zien. De stabiliteit van het aanbod is ook in deze tabel terug te zien, aangezien meer dan 95 procent van de zenders in een specifiek pakket gelijk is gebleven aan vorig jaar.

Tabel 6

Overlap tussen standaardpakketten

Pakketaanbieder Distributietechniek

		Totaal aantal zenders	Aantal zenders gelijk aan vorig jaar in pakket	Aandeel zenders gelijk aan vorig jaar in pakket in procenten	Gemiddelde overlap aantal zenders met andere pakketten	Gemiddelde overlap in procenten
CAIW	kabel	58	58	100	42	71,6
	glasvezel	58	58	100	42	71,6
Delta	kabel	53	51	96,4	39	71,0
KPN Digitenne	ether	31	31	100	27	87,6
KPN	DSL	61	53	86,9	41	68,7
	glasvezel	61	53	86,9	41	68,7
M7 Online	DSL	65	59	90,8	40	59,0
	glasvezel	65	59	90,8	40	59,0
M7 Canal Digitaal	satelliet	56	52	92,9	39	66,3
Tele2	DSL	21	21	100	21	99,3
	glasvezel	21	21	100	21	99,3
Ziggo	kabel	64	61	95,3	40	65,7
T-Mobile Thuis	DSL	51	51	100,0	38	74,4
	glasvezel	51	51	100,0	38	74,4
Gemiddelde		51,1	48,5	95,7	36,4	74,0

Zoals in tabel 4 eerder beschreven zijn er daarnaast 27 zenders die in ieder groot standaardpakket te zien zijn. Dit forse aantal, waarin de 10 meest bekeken zenders allemaal voorkomen⁹, geeft samen met de gegevens in tabel 6 aan dat de overlap in aanbod tussen de verschillende standaardpakketten in het algemeen erg hoog is, terwijl de zenders die het meest worden bekeken een 100 procent overlap score hebben. Toch betekent dit niet dat er geen sprake is van diversiteit, de pakketten scoren op inhoudelijke diversiteit van zendergenre namelijk bijna allemaal hoog.

2.4 Diversiteit van genres

Voor het classificeren van de verschillende genres van de televisiezenders is gebruik gemaakt van Mavise, de database van het European Audiovisual Observatory. Er zijn in 2020 geen nieuwe genres in de standaardpakketten bijgekomen, wel zijn de zenders van het genre reizen uit de standaardpakketten gevallen. Het aantal verschillende genres ligt daarmee op 17. In tabel 7 is de

verdeling van genres binnen alle unieke zenders in de standaardpakketten te zien.

Bij de verdeling van genres is sprake van kleine verschillen. Zo zijn er in 2020 iets minder muziekzenders vertegenwoordigd en bijvoorbeeld een enkele kinder- of amusementszender meer. Voor het gemiddelde aandeel van genre per pakket maakt dit echter weinig uit. De verhoudingen zijn al jaren hetzelfde, met algemeen en amusement als uitschieters, muziek, nieuws, kinderen en documentaire als subtop en daarnaast veel genres met kleine procentuele aandelen. Hierdoor is binnen de standaardpakketten sprake van een breed aanbod aan televisiezenders van verschillende genres.

⁹ https://kijkonderzoek.nl/images/Jaarrapporten/SKO_Jaarrapport_TV_2019.pdf

Tabel 7

Overzicht zenders per genre in digitale standaardpakketten

Genre	Aantal zenders per genre		Gemiddeld aandeel in standaardpakketten in procenten	
	2019	2020	2019	2020
Algemeen	21	20	28,4	27,9
Muziek	20	18	9,1	8,9
Amusement	13	14	17,9	18,0
Nieuws	10	10	8,1	7,9
Kinderen	7	8	8,0	8,5
Documentaire	7	7	7,0	7,2
Sport	7	6	3,6	3,4
18+	6	6	1,9	1,9
Leefstijl/vrije tijd	4	5	4,6	4,9
Internationaal	4	4	1,9	1,9
Zakelijk	2	3	2,0	2,2
Cultureel/educatie	2	2	1,7	1,7
Film	2	2	2,2	2,3
Religie	1	1	0,7	0,7
Overige	1	1	0,2	0,2
Fictie	1	1	2,2	2,2
Minderheden	1	1	0,5	0,4
Reizen	2	0	0,3	0,0
Totaal	111	109	100	100

Het aantal genres per standaardpakket ligt in 2020 gemiddeld op 13,2. Dit was in 2019 nog 13,5 waardoor sprake is van een lichte daling. De verwijdering van KPN Glashart speelt hierbij opnieuw een rol, maar ook bieden enkele aanbieders een genre minder aan dan in 2019. Toch blijft een gemiddeld aantal van meer dan 13 genres per standaardpakket hoog en is het gemiddelde van 13,2 hoger dan het gemiddelde van 12,8 in 2018. Daarnaast bieden alle grote aanbieders van standaardpakketten een minimum van 13 genres aan, het gemiddelde wordt naar beneden getrokken door de 11 genres bij KPN Digtente en met name de 7 genres bij het kleine pakket Tele2 Light.

Om de mate van diversiteit binnen een pakket statistisch te onderbouwen, is gebruik gemaakt van de diversiteitsindex Simpson's D. Deze index wordt gebruikt om de spreiding van de genres over de zenders in een pakket te berekenen. Volgens de index zijn bij een waarde van 1 alle aangeboden zenders evenredig over de genres verspreid en is de diversiteit optimaal. Deze diversiteitscore is per standaardpakket ook terug te zien in tabel 8. Hier is ook de gemiddelde diversiteit van alle pakketten samen te zien.

Tabel 8

Genres in standaardpakketten 2020

Pakketaanbieder	Distributie-techniek	2019			2020		
		Totaal aantal unieke zenders	Totaal genres	Simpson's D	Totaal aantal unieke zenders	Totaal genres	Simpson's D
CAIW	kabel	58	14	0,86	58	14	0,86
	glasvezel	58	14	0,86	58	14	0,86
Delta	kabel	55	16	0,87	53	15	0,86
KPN Digtente	ether	31	11	0,81	31	11	0,81
KPN ITV	DSL	59	15	0,84	61	15	0,85
	glasvezel	59	15	0,84	61	15	0,85
M7 Online	DSL	67	16	0,89	65	15	0,89
	glasvezel	67	16	0,89	65	15	0,89
M7 Canal Digitaal	satelliet	58	13	0,88	56	13	0,88
	DSL	21	7	0,72	21	7	0,72
Tele2	DSL	21	7	0,72	21	7	0,72
	glasvezel	21	7	0,72	21	7	0,72
Ziggo	kabel	61	16	0,86	64	16	0,86
T-Mobile	DSL	51	14	0,86	51	14	0,86
	glasvezel	51	14	0,86	51	14	0,86
KPN Glashart	glasvezel	58	15	0,84			
Gemiddelde		51,7	13,5	0,84	51,1	13,2	0,84

De gemiddelde diversiteit van alle standaardpakketten ligt voor het derde jaar op rij op 0,84. Dit gemiddelde begon in 2014 op 0,82 en is daarmee al jarenlang hoog en stabiel. Een lichte daling van de diversiteitsscore van Delta en een lichte stijging bij KPN zijn de enige veranderingen ten opzichte van vorig jaar, wat de stabiliteit van de gemiddelde diversiteit verklaard. Tele2 Light valt ook hier uit de toon met een score van 0,72. Alle grote standaardpakketten zitten zelfs boven het algehele gemiddelde met een minimale score van 0,85. Ook bij deze diversiteitscore zijn de verschillen tussen de pakketten niet groot, want de hoogste score is het pakket van M7 Online met 0,89. Wanneer enkel deze pakketten worden meegenomen zou de gemiddelde diversiteitsscore op 0,86 uitkomen.

De gemiddelde diversiteit van de standaardpakketten laat de diversiteit van het aanbod aan televisiezenders binnen de pakketten zien. Het is echter niet zo dat iedere aanbieder in Nederland hetzelfde aantal abonnees heeft. Ziggo heeft bijvoorbeeld meer dan 50 procent van alle abonnees in Nederland. Hierdoor ontvangen al deze abonnees de diversiteit aan zenders (diversiteitsscore van 0,86) van het Ziggo-pakket. De daadwerkelijke diversiteit aan zenders die ieder persoon uiteindelijk ontvangt ligt dus iets anders dan het gemiddelde van alle pakketten. Aan de hand van de resultaten van het onderzoek naar tevredenheid van het publiek over televisiepakketten in 2019 brengen we het aandeel van abonnees per aanbieder in kaart¹⁰. Wanneer dit aandeel in de gemiddelde diversiteit wordt meegewogen, kunnen we de gemiddelde diversiteit van de digitale televisiepakketten per abonnee berekenen. Ook bij de

gewogen diversiteitsscore wordt dit jarenlange beeld van een hoge, stabiele diversiteit onderstreept. De score ligt, met name dankzij de hoge diversiteitsscore van Ziggo en KPN op 0,85 en ook dit is al sinds 2017 stabiel.

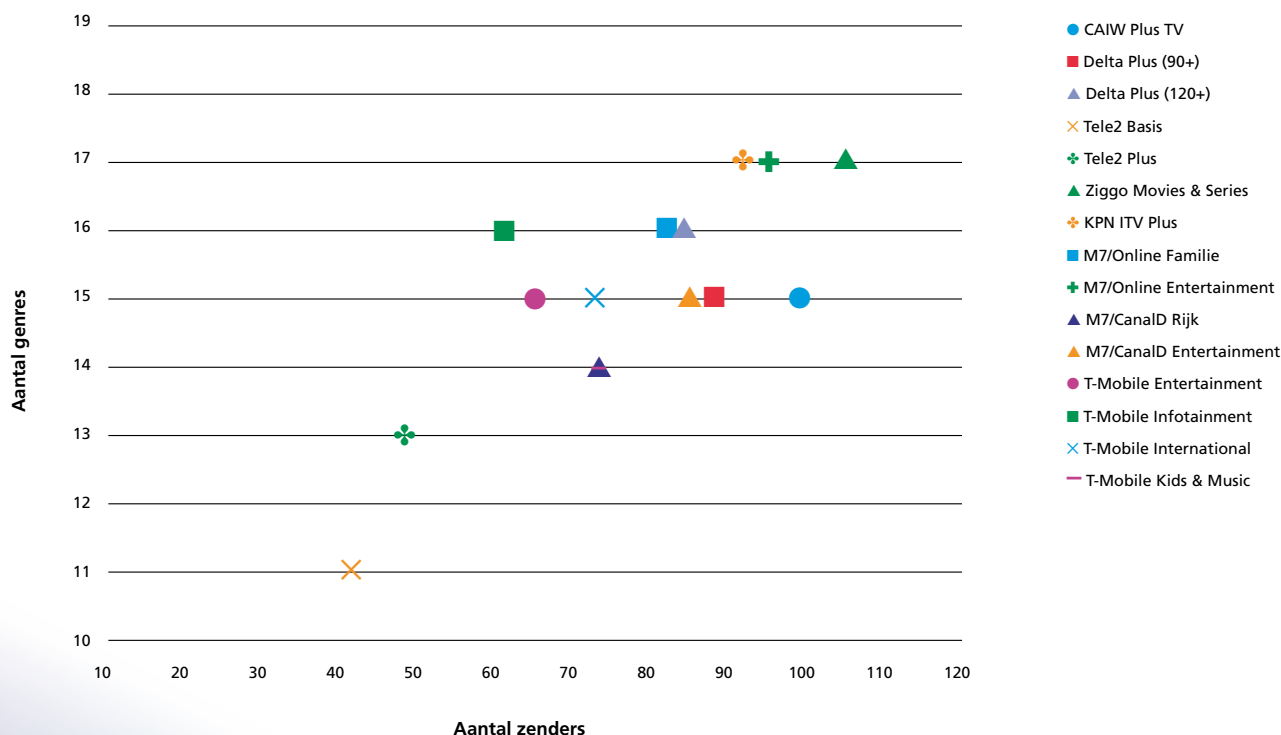
2.5 Pluspakketten

De pakketaanbieders bieden in 2020 samen 56 pluspakketten aan¹¹. Dat zijn er drie minder dan in 2019 en betekent voor het vierde jaar een daling in het aantal pluspakketten. Ook het aantal betaalzenderpakketten daalde opnieuw, van 58 in 2019 naar 51 in 2020. Daarnaast worden steeds meer zenders van pluspakketten opgenomen in standaardpakketten en de laatste twee jaar is dit ook gaan gelden voor enkele betaalzenders. Zo heeft Ziggo een eigen sportzender en is de zender Fox Sports 1 inmiddels opgenomen in de standaardpakketten van KPN, M7 Online en T-Mobile.

De aanbieders kiezen bij de pluspakketten meestal voor het aanbieden van één of twee grote pluspakketten. In deze pakketten is vaak een grote verscheidenheid aan zenders opgenomen, in totaal zijn dan ook 18 verschillende zendergenres vertegenwoordigd. In figuur 1 is het aantal zenders in de pluspakketten afgezet tegen het aantal genres. Hierbij zijn de 'algemene' pluspakketten, waarin een variëteit aan zenders is opgenomen, geanalyseerd. Wanneer de zenders uit een standaardpakket worden opgeteld bij die uit een algemeen pluspakket van dezelfde aanbieder, ontstaat er een totaaloverzicht van het aantal zenders en genres dat de toevoeging van een pluspakket aan een standaardpakket oplevert.

Figuur 1

Aantal zenders vs. aantal genres pluspakketten



¹⁰ Zie de methode voor een verdere uitleg

¹¹ Zie bijlage voor definities van verschillende soorten pakketten

Net als bij de standaardpakketten geldt hier ook logisch: hoe meer zenders, hoe meer genres. De groepering van de pakketten in figuur 1 duidt er echter wel op dat wanneer een bepaald minimum aan zenders is bereikt, in dit geval rond de 60 of meer, een groter aantal zenders niet meer van doorslaggevend van belang is. Boven dit minimum aantal maken enkele specifieke losse zenders het verschil tussen 14 of meer genres in het pakket. Dit patroon is al jarenlang onveranderd.

De resultaten van het onderzoek in 2020 geven een overzicht van de huidige status van het aanbod en de diversiteit van televisiepakketten en de veranderingen in het afgelopen jaar. Sinds het begin van het onderzoek in 2014 hebben zich echter meerdere trends en ontwikkelingen voorgedaan, die tot de huidige status van het aanbod hebben geleid. Een overzicht hiervan is te zien in hoofdstuk 3. Vervolgens sluiten we aan de hand van dit overzicht, alsmede de overige ontwikkelingen van de afgelopen jaren, af met een conclusie over de werking van de distributiewet in de afgelopen zeven jaar.

3. Diversiteit 2014-2020

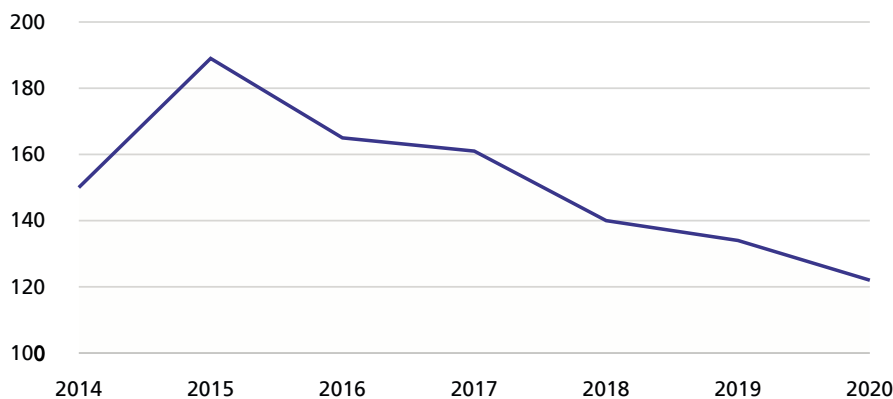
Aangezien het onderzoek naar de diversiteit van televisiepakketten vanaf 2014 inmiddels al zeven keer is uitgevoerd, zijn in de loop der jaren steeds meer langdurige trends zichtbaar geworden¹². Deze zijn op te delen in drie categorieën: pakketten, zenders en genres en diversiteit.

3.1 Pakketten

Wat betreft het aanbod aan pakketten valt op dat de analoge pakketten in de afgelopen jaren eigenlijk helemaal zijn verdwenen. Het actief aanbieden van analoge pakketten gebeurt al enkele jaren niet meer en in 2020 worden de laatste analoge pakketten afgekoppeld. Televisie kijken is digitaal geworden. Daarnaast loopt het totaal aantal pakketten al jaren terug. Waar in 2015 een piek werd bereikt van 189 televisiepakketten, is dit in 2020 teruggelopen tot 122 (zie figuur 2).

Figuur 2

Aantal televisiepakketten 2014-2020

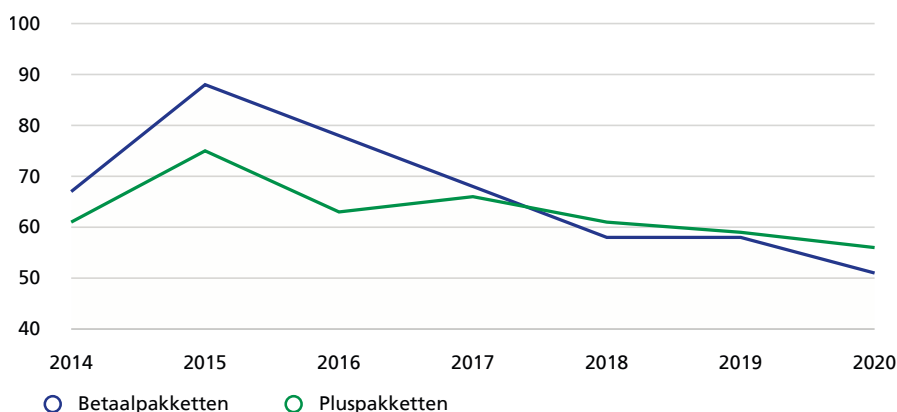


De verklaring voor deze dalende lijn zit hem in een aantal factoren: het samengaan van grote aanbieders (Ziggo/UPC, T-Mobile/Tele2) en het steeds minder aanbieden van een veelvoud aan plus- of betaalzenderpakketten (zie figuur 3). Er worden minder verschillende soorten pluspakketten aangeboden, terwijl zenders van betaalzenderpakketten als Ziggo Sport, Fox Sports en Film1 steeds meer worden opgenomen in standaardpakketten. De pakketten van aanbieder HBO zijn helemaal vervallen en worden nu on demand aangeboden. Tot slot speelt het gegeven dat pakketten die via nieuwe vormen van televisiezenders aanbieden (à la carte of online) geen grote abonnee-aantallen wisten te behalen een rol. Het aantal aanbieders met meer dan 100.000 abonnees ligt al jarenlang stabiel op zeven, maar het totale aantal aangeboden pakketten loopt terug.

¹² Een volledig overzicht van alle onderzoeken naar de diversiteit van televisiepakketten sinds 2014 is terug te vinden op www.mediamonitor.nl

Figuur 3

Plus en betaalzenderpakketten 2014-2020



Deze ontwikkelingen zorgden ervoor dat digitale standaardpakketten met ieder verstreken jaar sinds 2014 steeds meer de norm werden. Een groot standaardpakket, met steeds meer voormalige plus- of betaalzenders, doorgegeven via kabel, DSL of glasvezel. Waar de analoge pakketten bijna tot het verleden behoren en nieuwe distributievormen het nog afleggen, is het grote digitale standaardpakket alleen maar sterker geworden.

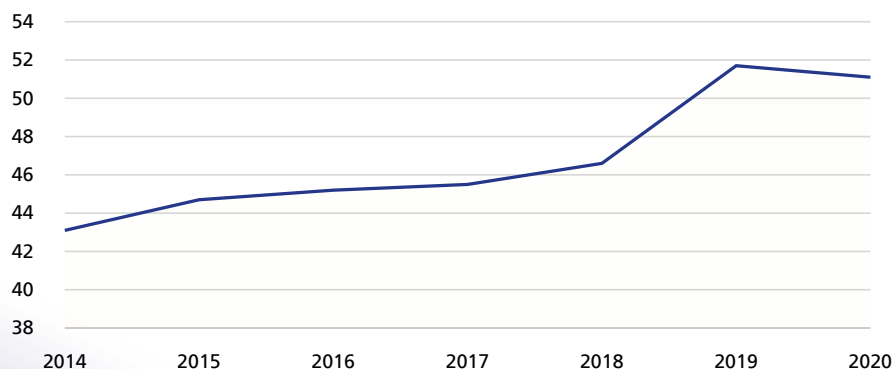
3.2 Zenders en aantallen

Het totale aantal zenders in de pakketten bleef tussen 2014 en 2020 redelijk stabiel. In 2014 waren het er 282, in 2020 precies 284 en echt grote verschillen per jaar bleven ook uit. Ieder jaar verdwijnt een groep zenders, maar er komen ook weer nieuwe zenders bij. Verschuivingen in de marktconcentratie en de daling van het aantal pakketten hadden hierop weliswaar invloed, maar er blijft een stabiel groot aantal zenders.

Het gemiddeld aantal zenders in een standaardpakket is wel steeds hoger geworden (zie figuur 4). Door het wegvallen van kleinere standaardpakketten en toevoegen van zenders uit plus- en betaalzenderpakketten is het gemiddeld aantal zenders per standaardpakket inmiddels ruim boven de 50 gekomen, waar het eerst begin 40 was. In de digitale standaardpakketten zit een grote overlap van een vast aantal zenders. In alle 'grotere' digitale standaardpakketten (exclusief bewust kleinere pakketten) is er een overlap van 27 dezelfde zenders. Dit zijn met name de verplichte *must carry* zenders van de NPO en Vlaanderen, plus zenders van RTL, Talpa en Discovery.

Figuur 4

Gemiddeld aantal zenders per standaardpakket



Er zit al jarenlang een hoog aantal verschillende zenders in de standaardpakketten. Het feit dat er een grote overlap is tussen de digitale standaardpakketten doet daar niets aan af, het gaat immers om verscheidenheid van zenders binnen een pakket. Een indicatie van verscheidenheid aan zenders zit hem echter niet alleen in het aantal, maar ook hoe deze zenders qua genre zijn verdeeld. Dat zegt iets over inhoudelijke diversiteit.

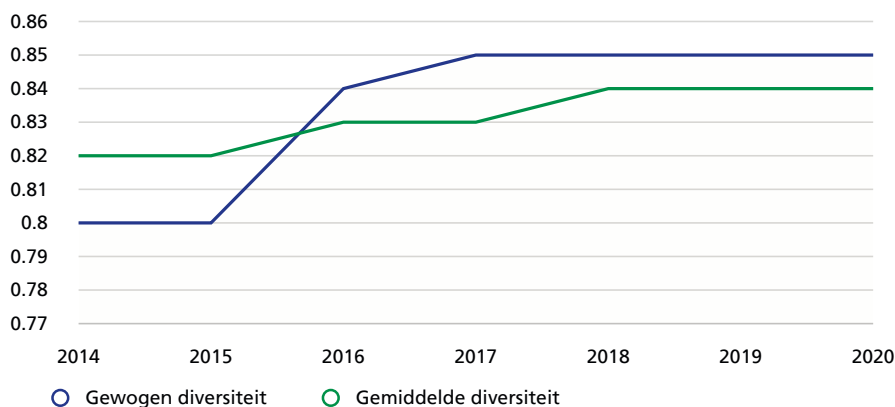
3.3 Genres en diversiteit

Het aantal verschillende genres van zenders per standaardpakket is sinds 2014 stabiel en hoog, het schommelde van 2014 tot 2020 tussen de 12 a 13 verschillende genres gemiddeld. De genres algemeen, nieuws, muziek en amusement scoren altijd hoog, maar ook voldoende andere genres zijn in de pakketten vertegenwoordigd.

De mate van diversiteit van de verdeling van deze genres in de pakketten is ook al jarenlang hoog en stabiel. De hoge gemiddelde diversiteitsscore van 0,82 uit een totaal van 1 in 2014 groeide langzaam naar 0,84 en is daar tot 2020 gebleven (zie figuur 5). Los van enkele bewust kleinere pakketten boden de standaardpakketten in de afgelopen jaren altijd een hoge diversiteit aan verschillende soorten zenders aan de kijker. Wanneer gekeken wordt naar de gewogen diversiteit, waarbij de procentuele verdeling van abonnees wordt meegenomen, ligt de diversiteit vanaf 2016 zelfs nog hoger. Na het samengaan van Ziggo en UPC en de marktconcentratie van KPN en Ziggo, ligt deze diversiteit stabiel op 0,85.

Figuur 5

Gemiddelde en gewogen diversiteit 2014-2020



Waar deze stabiliteit en voorspelbaarheid van de resultaten onderzoekstechnisch ieder jaar wellicht weinig spannend is, is het voor de ingevoerde distributiewet juist goed nieuws. Grote, digitale standaardpakketten die ieder jaar een groot aantal zenders en genres en een hoge genrediversiteit bevatten, is precies datgene waar de deze wet sinds 2014 voor is bedoeld.

Conclusie

De aanpassing in de Mediawet uit 2014 had als doel een divers en toegankelijk aanbod aan televisiezenders voor het Nederlandse publiek te garanderen. De monitoring van dit aanbod en de tevredenheid van het publiek door het Commissariaat heeft als doel om in kaart te brengen of deze wet hiervoor in de praktijk ook zorgt. Uit het onderzoek van de afgelopen zeven jaar kunnen we concluderen dat de wet doet wat het beoogd. Er is al jarenlang stabiel een groot en divers aanbod aan televisiezenders toegankelijk voor het publiek. Het publiek is daarmee tevreden en behoorlijk trouw aan zijn abonnement. Eventuele zorgen over minder diversiteit in het aanbod of onvrede bij het publiek zijn daarmee, in ieder geval tot het heden, weerlegd.

Het aanvullende onderzoek naar televisiepakketten en een voorstel voor eventuele aanpassingen in de distributiewet sluiten bij dit patroon aan. Het televisiepubliek zit niet perse te wachten op nieuwe vormen van distributie, tenzij ze daarvoor minder gaan betalen. Het onderzoek van KWINK geeft aan dat de doorgifteverplichting van minimaal 30 zenders, alsmede de *must carry* regeling, ervoor zorgt dat landelijke, regionale en lokale omroepen goed toegankelijk blijven en daarmee in ieder televisiepakket informatie, educatie en cultuur garanderen. Ook concluderen zij dat eventuele veranderingen in deze wet de markt niet significant zou doen veranderen. KWINK gaf in 2017 wel aan dat het verstandig is het wettelijk verplichte standaardpakket en de *must carry* regeling regelmatig te evalueren, omdat de markt voor omroepdistributie volop in ontwikkeling is¹³.

Van deze ontwikkeling is tot 2020 in het aanbod nog weinig te zien. Er is, zeker sinds 2017, juist eerder sprake van stagnatie in de manier waarop televisiezenders worden aangeboden. Aangezien er de laatste jaren echter wel degelijk sprake is van een teruglopende kijktijd naar televisiezenders en een opkomst van online en on demand kijken, met name in de jongere leeftijdsgroepen, is het mogelijk dat dit slechts stilte voor de storm is. Deze verandering in kijkgedrag zal op termijn wellicht ook invloed hebben op het aanbod.

¹³ Op grond van het tweede lid van artikel 114 van de Telecomcode moeten doorgifteverplichtingen elke vijf jaar worden geëvalueerd. Hieraan wordt invulling gegeven door in de Mediawet 2008 een nieuw artikel 9.17b op te nemen dat voorziet in die periodieke evaluatie. Een evaluatie van de doorgifteverplichting zal in de komende jaren dus opnieuw plaatsvinden

Bijlage 1 Methoden van onderzoek

Diversiteit van televisiepakketten 2020

Uitvoering

Voor het onderzoek naar de diversiteit van televisiepakketten zijn in januari 2020 gegevens verzameld van aanbieders die één of meer programmapakketten naar ten minste 100.000 abonnees in Nederland verspreiden; CAIW, Delta, Ziggo, Tele2, M7, KPN en T-Mobile. Deze partijen zijn gevraagd de zenderoverzichten van al hun televisiepakketten digitaal aan het Commissariaat toe te sturen. De peildatum voor de gegevens was 1 januari 2020. De televisiezenders uit de verschillende pakketten zijn in een database geregistreerd. Om het zenderaanbod in de verschillende pakketten te kunnen typeren, zijn vervolgens gegevens over de afzonderlijke televisiezenders verzameld op basis van database Mavise van het European Audiovisual Observatory (EAO).¹⁴

Populatie

Van de zeven verschillende pakketaanbieders zijn de eventuele dochterondernemingen onderscheiden en het aanbod per distributienetwerk. Alle analoge en digitale standaard-, plus- en betaalzenderpakketten zijn opgenomen in het onderzoek. Per pakketaanbieder en per distributietechniek is een standaardpakket geïdentificeerd. Een standaardpakket is het goedkoopste pakket met programmakanalen dat ten minste van een aanbieder moet worden afgenomen. Onder pluspakketten zijn vervolgens alle pakketten verstaan die tegen een aanvullende vergoeding worden doorgegeven. De meeste pluspakketten bieden een selectie extra zenders, maar sommige pluspakketten bieden enkel meer technische snufjes, zoals live pauzeren, opnemen of sneller internet. Betaalzenderpakketten betreffen de pakketten met abonneezenders, zoals Fox Sport Eredivisie of Film1.

Het pakket Tele2 Light is in 2020 opnieuw geïdentificeerd als het standaardpakket van Tele2 DSL/glasvezel, aangezien het nog steeds een kleiner en goedkoper pakket is dan Tele2 Basis. In tabel 5 komt naar voren dat Tele2 Light minder zenders dan het benodigde minimum

van 30 aanbiedt. Dit komt omdat Tele2 Light het minimum aantal zenders behaalt door regionale zenders aan het pakket toe te voegen.

De pakketten van CanalDigitaal, dochteronderneming van M7, zijn dit jaar opnieuw volledig opgenomen in de analyse. Alle free-to-air zenders worden dus in de pakketten meegerekend en het BasisHD-pakket is opnieuw het standaardpakket. Het is in de loop der jaren gebruikelijk geworden dat aangeboden HD-zenders in het standaardpakket zitten, vaak zelfs als stand-alone (enkel de HD-zender, niet de SD-zender).

De focus van het onderzoek is gelegd op het aanbod van lineaire televisiezenders in de pakketten. Daarmee zijn uitzending Gemist-diensten en video-on-demanddiensten buiten beschouwing gelaten. Om de vergelijkbaarheid tussen de verschillende pakketten te garanderen, zijn ook de service- of etalagekanalen van een distributeur, zenders van de maand en evenement-, promo- of demokanalen uitgesloten van het onderzoek. In het geval van kanaaldeling – wanneer twee televisiezenders tezamen op één kanaal uitzenden – zijn de zenders apart in de database opgenomen.

De regionale en lokale televisiezenders worden in deze analyse ook niet meegenomen. Dit komt omdat deze zenders per specifieke gemeente of regio verschillen en omdat het doorgeven van regionale en lokale televisiezenders is gewaarborgd onder de *must-carry* regeling. In deze analyse gaat het om de vrije invulling van televisiezenders in pakketten door de pakketaanbieders.

Analyse

Voor elke televisiezender zijn gegevens verzameld over drie variabelen: technisch format, doelland en genre.

Technisch format

De HD-simulcastzenders en de stand alone HD-zenders zijn apart gecodeerd. Deze codering is geverifieerd met de gegevens van Mavise.

¹⁴ Zie <http://mavise.obs.coe.int/>.

Doeland

Voor elke zender is gecodeerd op welk land de zender hoofdzakelijk is gericht. Deze codering is gebaseerd op de gegevens van Mavise.

Genre

De genreclassificatie van de televisiezenders is overgenomen van Mavise. Deze classificatie kent net als elke andere classificatie gebreken, maar is op dit moment de best beschikbare – en bovendien de Europese standaard. In enkele gevallen ontbrak deze informatie in

de Mavise database en is de website van de betreffende zenders geraadpleegd. Het genre van een zender vertegenwoordigt de aard van de inhoud die de zender biedt. Een algemene zender biedt bijvoorbeeld een scala aan programma's, van nieuws tot amusement en van kinder- tot sportprogrammering. De meeste andere zenders zijn nichezenders, gespecialiseerd in specifieke programma's: documentaires, muziek, reizen, films, noem maar op. Een overzicht van alle relevante genres en bijbehorende zendervoorbeelden staat in tabel 1.

Tabel 1

Genreoverzicht met voorbeelden

Genre	Mavise-naam	Voorbeelden van zenders
18+	Adult channel	Brazzers, Dusk!, Meiden van Holland
Algemeen	Generalist channel	NPO 1, -2, -3, RTL 4, RTL 7, SBS 6, Canvas, Eén, BBC One, ARD Das Erste, RAI Uno, 2M Maroc
Amusement	Entertainment channel	NET 5, RTL 5, RTL 8, Veronica, Comedy Central, RTL Lounge, Crime and Investigation Network, E! Entertainment
Cultureel/educatie	Cultural/educational channel	NPO Extra, Arte, BBC Four, 3SAT
Documentaire	Documentary channel	National Geographic Channel Europe, Discovery Channel, National Geographic Wild, Animal Planet
Fictie	TV fiction channel	Fox, Syfy Universal, KZTV (Kaze TV), Planet Turk, TNT
Film	Film channel	AMC, Sony Entertainment Television, Star Gold, Zee Cinema, Shorts TV
Internationaal	International linguistic and cultural channel	TRT Türk, TVE Internacional Europa, EURO D, Mediaset Italia
Kinderen	Children's channel	Disney XD, Nickelodeon, Cartoon Network, NPO Zapp, Boomerang, Baby TV, CBBC, Nick Toons
Leefstijl/ vrije tijd	Lifestyle/specific leisure channel	TLC, 24 Kitchen, Fashion TV, Horse & Country TV, Fine Living Network
Minderheden	Minority interest groups channel	Phoenix CNE, TGRT EU, Star Plus, Star Life OK, RTV-7, Samanyoly Avrupa
Muziek	Music channel	MTV, VH1, BravaNL, TV Oranje, Xite, Mezzo, 192TV, Djazz.tv, iConcerts, Schlager TV, Kral TV
Nieuws	News channel	CNN, NPO Politiek, BBC World News, Euronews, NPO Nieuws, Al Jazeera, Sky News International
Reizen	Travel channel	Travel Channel
Religie	Religious channel	Family 7, TBN Europe
Sport	Sports channel	Eurosport, Motors TV, Extreme Sports Channel, Nautical Channel, Auto Motor Sport HD, Ziggo Sport
Zakelijk	Business channel	CNBC Europe, Bloomberg TV Europe

Diversiteitsmaat

Om de mate van diversiteit dat een pakket biedt in één cijfer weer te geven en daarmee pakketten te kunnen vergelijken, is gebruik gemaakt van de diversiteitsindex Simpson's D. Deze maat drukt de verdeling van alle aangeboden zenders over de aangeboden genres uit. De maat wordt berekend door de verhouding tussen het aantal zenders in een genre en het totale aantal zenders in het pakket te kwadrateren. Dat moet voor alle genres worden gedaan en de uitkomsten worden bij elkaar opgeteld en vervolgens afgetrokken van één. Bij een waarde van één zijn alle zenders evenredig over de verschillende genres verspreid en is de diversiteit optimaal, bij een waarde van nul biedt een pakket uitsluitend zenders die bij één genre horen.

Naast de gemiddelde diversiteit is ook een gewogen diversiteit gemeten. Hierin is de diversiteitscore per pakket gewogen naar het aantal abonnee-aantallen van de betreffende pakketaanbieder. Deze abonnee-aantallen zijn gebaseerd op het onderzoek naar de tevredenheid met televisiepakketten.

Pluspakketten

CAIW, M7 Online, CanalDigitaal en T-Mobile bieden pluspakketten aan waarin de zenders uit het standaardpakket (deels) zijn opgenomen. Omwille van de vergelijkbaarheid zijn voor de analyse van de pluspakketten de zenders die ook in het standaardpakket zitten niet meegeteld.

Colofon

Onderzoek naar diversiteit van televisiepakketten 2014-2020 is een uitgave van het Commissariaat voor de Media

Redactie

Simon van Dooremalen
Edmund Lauf

Vormgeving

Jaaf Design

Commissariaat voor de Media

Hoge Naarderweg 78 IIIII 1217 AH Hilversum
Postbus 1426 IIIII 1200 BK Hilversum
T 035 773 77 00 IIIII cvdm@cvdm.nl
www.cvdm.nl IIIII www.mediamonitor.nl

