

## Lean back kijker

Iptv, internet-tv, non-lineaire tv, tv-on-demand, hoe het ook gaat heten, het begin is er en brengt al heel wat in beweging, ook op het juridische vlak.

De Europese wetgever heeft jaren geleden ingezien dat internet-tv er aankomt en is sindsdien druk met het opstellen van een nieuwe 'Televisie Zonder Grenzen'-richtlijn. Deze richtlijn zal – waarschijnlijk in 2009 – een vernieuwd regime introduceren voor de huidige lineaire uitzendingen van de omroepen en een nieuw regime voor non-lineaire tv-on-demand-aanbieders. Zo worden de vertoningsmogelijkheden voor reclame verruimd. Reclame-inkomsten zijn voor beide immers het bestaansrecht.

*Adskipping* – al dan niet met behulp van pvr's – is een grote vrees, dus moeten andere manieren worden gevonden, zoals meer, maar kortere reclameblokken, productplacement, split screen en rode knop.

Omdat de reclame-inkomsten belangrijk zijn, heeft het Commissariaat voor de Media de commerciële inmiddels geconsulteerd voor wijziging van het reclame- en sponsorbeleid. Ook onze kersverse minister Plasterk heeft een duit in het zakje gedaan. Om een gelijk speelveld met de Luxemburgse zenders te creëren, zullen er ruimere reclameregels komen voor de commerciële. Hij zal tevens voortmaken met de implementatie van de nieuwe richtlijn. Ook voor de publieke heeft hij een cadeautje. Om mee te kunnen in de multimediale digitale stroomversnelling zullen hun tv- en radioactiviteiten op internet worden gelijkgesteld met de traditionele uitzendingen.

Prachtig al die initiatieven, maar zal het op tijd zijn voor onze publieke en commerciële om de slag met de YouTubes en Joosts van de nieuwe tv-wereld aan te kunnen? Waarschijnlijk wel. Waarom? Omdat de gemiddelde kijker de benodigde bandbreedte en apparatuur nog niet in huis heeft. En

omdat de grootste groep nog lui is: een *lean back* en geen *lean forward* kijker.

