

# FOOTPRINT

NIEUWS EN INFORMATIE OVER DE SATELLIETMARKT

WINTER 2011

**GSO:**  
vele vliegen in één klap

**TéléSAT**  
stapt over naar ASTRA

**3D in opmars**  
via satelliet

**ASTRA2Connect:**  
prima alternatief

## Kees Färber en de strategie van M7



# Nu ook Waalse zenders via ASTRA

Dankzij een nieuwe overeenkomst met satelliettelevisieaanbieder M7 Group voor capaciteit en uplink via ASTRA's 19.2° Oost positie, heeft SES nu ook voet aan de grond gekregen op de Waalse markt. De nieuwe capaciteit op ASTRA 19.2° Oost zal worden gebruikt voor de Direct-to-Home (DTH) distributie van Franstalige zenders in de Belgische markt, waaronder de RTBF-kanalen La Une en La Deux en de RTL Group-zenders RTL TVi, RTL Club and Plug RTL.

De kanalen zijn onderdeel van het aanbod van TéléSAT, het boeket van M7 voor de Franstalige markt in België. In januari 2012 zal het TéléSAT-aanbod op 19.2° Oost worden uitgebreid met RTBF-zender La Trois.

Bill Wijdeveld van ASTRA Benelux is "heel blij en trots dat we dankzij de nieuwe overeenkomst met M7 Group nu ook de Franstalige markt in België van een volwaardig aanbod kunnen voorzien. Dankzij onze nauwe samenwerking met TéléSAT zijn wij ervan overtuigd dat deze markt zich net zo succesvol zal ontwikkelen als de rest van de Benelux."

Hans Troelstra, Chief Operating Officer M7 Group: "Deze overeenkomst stelt ons bovendien in staat ons aanbod in de nabije toekomst verder uit te

breiden. SES heeft bewezen een zeer waardevolle en professionele partner te zijn voor zowel de uitbreiding binnen onze bestaande markten als de ontwikkeling van nieuwe markten."

#### LAATSTE FEITEN EN CIJFERS SES

De internationale (groei)cijfers van SES blijven indrukwekkend. Tot en met het derde kwartaal van 2011 steeg de omzet naar 1.283,4 miljoen euro en de operationele winst naar 609,9 miljoen. De SES-vloot bestaat inmiddels uit 49 geostationaire satellieten. Het is de bedoeling dat tot 2014 nog eens dertien nieuwe satellieten zijn gelanceerd. Voor Europa zijn al achttien satellieten actief, die eind dit jaar alleen al 230 HD-kanalen aanbieden. SES is daarmee verreweg het grootste Europese HD-platform.



## COLUMN BILL WIJDEVELD



## Een nieuwe snit

Het zal u misschien zijn opgevallen dat deze Footprint in een nieuw jasje is gestoken. We hopen dat het u bevalt. De nieuwe snit is een uitvloeisel van een nieuwe organisatiestructuur, waarbij SES ASTRA en SES World-Skies onder dezelfde noemer zijn gebracht: SES. Met name buiten Europa zal dit tot meer efficiëntie en dus een nog betere dienstverlening leiden.

Maar ook in de Benelux zullen we het 'SES-gevoel' nadrukkelijker gaan uitdragen, want ook hier kan dat (schaal)voordelen bieden. Bijvoorbeeld voor partijen die vanuit de Benelux de rest van de wereld willen veroveren en daarbij hoogwaardige satellietverbindingen met een uitstekend bereik nodig hebben.

Maar een goed pak gooi je niet weg. Voor de consument en vakhandel blijft ASTRA daarom het merk dat staat voor een ongeëvenaard programma-aanbod en excellente ontvangstkwaliteit. Uiteraard zullen we die kostbare verworvenheden ook onder de SES-vlag actief blijven uitdragen!

Ook ASTRA2Connect heeft een nieuwe snit gekregen: sneller en goedkoper! U leest er alles over in deze Footprint. Verder ruim aandacht voor de diverse nieuwe zenders die afgelopen tijd aan boord zijn gekomen: High TV 3D, DanceTrippin en uiteraard 'het pak' Waalse zenders dankzij de overeenkomst met M7 Group. En gezien de expansieplannen van M7 - lees het interview met Kees Färber - zal het hier niet bij blijven...

Veel leesplezier & fijne feestdagen!

Bill Wijdeveld  
Algemeen Directeur  
ASTRA Benelux

M7 OOK VOOR WALLONIË IN ZEE MET SES

# Oog op het oosten

Stil zitten is niets voor Kees Färber en als Chief Technical Officer (CTO) bij de M7 Group wordt hij de laatste tijd op zijn wenken bediend. Tot groot genoegen slaat het moederbedrijf van onder andere CanalDigitaal de vleugels flink uit in Europa, met dank aan SES.

Hij reist zoveel heen en weer tussen Nederland en Praag, dat veel mensen denken dat Kees Färber inmiddels in de Tsjechische hoofdstad wóónt. Zo ver is en komt het niet, maar het typeert wel dat hij de handen vol heeft aan de pas verworven satellietplatforms CS Link en Skylink, tot voor kort grote concurrenten op de Tsjechische en Slowaakse markt, en vooral de synergie tussen beide. "Voor ons is eigenlijk nog steeds sprake van Tsjechoslowakije," constateert Färber lachend, "want we beschouwen beide landen als één markt. Wat niet wegneemt dat ze toch net even anders zijn, al was het alleen maar omdat Tsjechië de kroon als munteenheid heeft en Slowakije de euro." Maar ook de mentaliteit verschilt, wat een lokale focus be-

langrijk maakt, beseft Färber. "CS Link zit in Praag, Skylink in Ostrava, maar had zelf al besloten ook een verkoopkantoor in de Slowaakse hoofdstad Bratislava te openen. Dat gaan we verder uitbouwen, omdat lokale mensen die de taal spreken en de cultuur begrijpen nu eenmaal cruciaal zijn. Daarom is voor België ook gekozen om vanuit Brussel te opereren, om zowel het Waalse als Vlaamse deel te kunnen bedienen."

## TÉLÉSAT op ASTRA


Een mooi bruggetje naar een opvallende beweging van M7 bij onze zuiderburen: naast TV VLAANDEREN zal ook het op Wallonië gerichte satellietplatform TÉLÉSAT per 1 januari 2012 gebruik maken van de 19.2° Oost positie op de ASTRA-satelliet en dus Eutelsat vaarwel zeggen.



Vanwaar deze verhuizing? Färber: "Het past heel erg bij de actuele situatie in België: Vlamingen die in Wallonië wonen en omgekeerd willen gewoon elkaars televisieaanbod kunnen zien. Formeel is dat nu niet mogelijk. Een Vlaming in Wallonië kan alleen het TÉLÉSAT-aanbod ontvangen, dus is het verstandiger alles op één satellietpositie onder te brengen, 19.2° Oost, zodat voor iedereen alles te zien is." "Deze maand draaien we 'dubbel' en per 1 januari gaan we over. Waar zo'n migratie in andere landen behoorlijk lastig zou zijn en het nodige gedoe oplevert, verwacht ik nu geen enkel probleem: iedere Belgische satellietkijker heeft een moderne ontvanger en dubbele LNB, dus het is straks alleen een kwestie van de au-

## M7 EN KEES FÄRBER

De M7 Group opereert vanuit Luxemburg en is via diverse satellietplatforms actief in Europa. In Nederland gebeurt dat onder de merknaam CanalDigitaal, in België zijn dat TV VLAANDEREN en TÉLÉSAT (Wallonië). In september 2010 wordt via AustriaSat ook de Oostenrijkse markt bediend, waarna dit jaar CS Link en Skylink in de M7-familie worden opgenomen om de Tsjechische en Slowaakse satellietkijkers te voorzien van beeld en geluid. Voor al deze landen maakt M7 gebruik van de ASTRA-satellieten van SES. Als Chief Technical Officer (CTO) speelt Kees Färber een belangrijke rol bij de groeistrategie van de M7 Group. De Nederlander kan bogen op een lange ervaring in de (betaal)televisiesector, want hij heeft sinds 1992 voor onder andere FilmNet, MultiChoice, Nethold, Canal+ en CanalDigitaal gewerkt.



“Als in Tsjechië en Slowakije gaat gebeuren wat we verwachten, dan wordt dat in de M7 Group misschien wel de grootste activiteit”

tomatische zenderlijstfunctie gebruiken. Overigens hebben de Waalse RTBF en RTL net als in Nederland en Vlaanderen een HD-variant van hun zender, die we op termijn natuurlijk ook graag willen aanbieden. Dat was trouwens een van de andere redenen om naar ASTRA te gaan: het Eutelsat-platform is tamelijk vol, bij ASTRA zijn er meer mogelijkheden om de komende jaren door te groeien.”

#### **Verder brengen**

En dat wil M7 graag in Europa. Na Nederland en België werden de pijlen gericht op Oostenrijk (“Daar was geen aanbod qua abonneetelevisie, dus zijn we begonnen in SD en sinds oktober ook in HD”) en inmiddels dus Tsjechië en Slowakije. Waarom juist die landen?

Färber: “Er moet natuurlijk wel een opening zijn, én toekomstperspectief. Als je naar centraal Europa kijkt, bijvoorbeeld Polen of Roemenië, dan zijn die markten met diverse operators al behoorlijk ontwikkeld qua abonneetelevisie. Dan kun je wel een bedrijf overnemen en in hevige concurrentiestrijd gaan, maar dat heeft weinig zin als je niet werkelijk iets toevoegt. Oostenrijk, Tsjechië en Slowakije daarentegen kunnen we écht verder brengen.”

Want die markten lijken een beetje op hoe het in Nederland pakweg acht jaar geleden was, stelt Färber vast. “Mensen kopen een smartcard en decoder en de keuze wordt vaak bepaald door de vakhandel, met veel installatiewerk. (Lachend) Ik was op een dealerdag in Tsjechië en het is dat ik de taal

niet spreek, maar het had net zo goed in Nederland kunnen zijn. Met een eenmalige investering heb je ongelimiteerd toegang tot 15 à 20 publieke en commerciële zenders.” Wie meer en beter wil, moet een betaalabonnement afsluiten en daar zit voor M7 de toekomstige groei. “Als in Tsjechië en Slowakije gaat gebeuren wat we verwachten, dan wordt dat in de M7 Group misschien wel de grootste activiteit,” aldus Färber. “Gezamenlijk praat je over 8 à 9 miljoen tv-huishoudens, dus als je 40 tot 50 procent van de markt bereikt, dan wordt dat groter dan in Nederland en België. De grootste uitdaging is nu om de huidige circa 2,3 miljoen satellietklanten te bewegen wat extra te gaan betalen voor meer zenders en kwaliteit.”



Dezelfde conversie eigenlijk die ook in Nederland heeft plaatsgevonden. "Daar is de groei van het aantal abonnees weliswaar over het hoogtepunt heen, maar zijn de opbrengsten per klant wel verbeterd, omdat die meer kwaliteit wil," weet Färber. "Het zal net als in Nederland via de weg van de geleidelijkheid gaan, maar gezien de markt van de 'grote aantallen' zien we in Tsjechië en Slowakije echt perspectief. Als de markt in de loop van 2012 eenmaal verdeeld is, zal wel een soort verzadigingspunt worden bereikt; dan is het de kunst om producten te verbeteren en de klanten daar warm voor te krijgen."

#### Bij elkaar

In Nederland verwacht Kees Färber geen absolute groei meer, maar zit de toekomstige kracht

vooral in premium aanbod met bijvoorbeeld voetbal en films én de bundeling van televisie met internet en telefonie tegen een scherp tarief. "Die werelden komen natuurlijk ergens bij elkaar. Daarom kijk ik ook naar decoders met een ethernetpoort, waarmee je via een router dingen op internet kunt bekijken," aldus de CTO. Een 'multimedia terminal', waarmee je draadloos door het hele huis kunt kijken op welk apparaat dan ook, ook Färber gelooft dat het er ooit van zal komen. "Maar wie neemt daar de lead? Wordt dat een Apple-oplossing of zijn het de bestaande set-top boxleveranciers die de slag maken? Wat onze eigen rol betreft: je zult altijd een partij nodig hebben die pakketten maakt, de boel rangschikt en beheert.

Als je tegen een klant zegt: hier heb je 5000 tv-zenders, zoek het maar uit, dan gaat dat niet werken. Maar als je een relevante top 50 in pakketten groepeerd en voor een nette prijs aanbiedt, dan willen mensen toch vaak dat gemak."

"Kijken via internet werkt volgens mij hetzelfde: dat je via een portal bijvoorbeeld Uitzending Gemist kunt terugkijken. Er moet toch altijd iets *gecustomized* worden; elk land is anders, dus daar blijft duidelijk een rol voor ons als *packager*. Dat is trouwens ook beter voor de content leveranciers, want er zit vaak ook een hele marketing- en supportorganisatie achter. We zien nu nog niet wat de ultieme oplossing is, maar een *IP connected box* is al een mooi begin, gevolgd door een *multi room* toepassing. Technisch kan het allemaal, maar voor het echt klantvriendelijk en economisch haalbaar is, ook qua rechten en beveiliging, dat duurt echt nog wel even. Er is nu een test gaande in Tsjechië met zo'n 8000 decoders. We kijken wat daaruit komt en kunnen er in elk geval weer van leren." Voorlopig heeft Kees Färber de handen dus vol en zijn er geen toekomstige M7-acquisities of -activiteiten te verwachten. "Nee, het is al een hele kluit om CS Link en Skylink, in totaal bijna honderd man die elkaars concurrenten zijn geweest, bij elkaar te brengen en die kruisbestuiving te realiseren, met respect voor de lokale cultuurverschillen. Maar het is wel leuk, dat puzzelen en al die bordjes draaiende houden. En je weet natuurlijk nooit wat er op je pad komt waardoor een volgende acquisitie toch weer een optie kan zijn."

---

[Bekijk het filmpje op onastra.nl/kijkverder](http://onastra.nl/kijkverder)

# GSO: vele vliegen in

De tijd dat meer dan 90 procent van de Nederlanders televisie keek via de coaxkabel, is definitief voorbij. Tegenwoordig kunnen consumenten kiezen uit een breed palet van (digitale) televisiediensten. Vanwege deze toegenomen keuzevrijheid is het niet meer verplicht om woningen standaard te voorzien van een kabel- en telefoon-aansluiting. Woningcorporaties en verenigingen van eigenaren kunnen zelf bepalen welke infrastructuur ze (laten) aanleggen.



Frans Horst:  
"De waarde per woning stijgt dankzij GSO met duizenden euro's."

In grote woningcomplexen leven mensen van diverse pluimage, met verschillende culturele achtergronden. Om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in hun

moederland, kijken veel van hen televisie via de satelliet. Ze maken daarbij gebruik van een individuele schotelantenne. Corporaties en bestuurders zijn niet altijd tevreden met deze 'gevelontsierende' schotels. ASTRA heeft een oplossing in huis die bewoners vrij laat in de keuze van hun televisie-infrastructuur én die tegelijkertijd het probleem van (te veel) individuele schotels ondervangt.

Die oplossing heet Gemeenschappelijke Satelliet Ontvangst, oftewel GSO; een standaardvoorziening voor nieuwbouw- en renovatieprojecten. GSO is een concept waarbij via een gemeenschappelijke schotelinstallatie op het dak alle huishoudens in

het wooncomplex via een inpandig netwerk van satellietontvangst kunnen worden voorzien. Hierdoor zijn geen individuele schotelantennes aan de gevel meer nodig, wat de waarde van het complex ten goede komt.

## Geen verbod

Nieuw is het fenomeen GSO niet: al in de jaren negentig opende ASTRA een eerste opstelling aan de Lindengracht in Amsterdam en sinds die tijd wordt GSO met regelmaat ingezet. Zeker nu 'stigmatiserende' schotels afbreuk doen aan de uitstraling van een wijk, proberen corporaties schotels soms te verbieden. Maar enerzijds mag dat niet volgens de Europese rechten van de mens en anderzijds lost het ook het probleem niet op. Bewoners willen immers kunnen kijken naar hun eigen zenderselectie, of het nu dat ene kookkanaal uit Duitsland is, dan wel het complete aanbod uit Marokko. Er is geen andere infrastructuur die aan die vraag kan voldoen dan satelliet. Bovendien is het GSO-concept zo ingericht, dat ook andere infrastructuren er gebruik van kunnen maken, wat het maakt tot een eigentijdse multimedia-installatie. Dat steeds meer woningcorporaties bij nieuwbouw en renovatie voor GSO kiezen, bleek ook tijdens een door ASTRA Benelux georganiseerde conferentie.

Frans Horst, adviseur voor de corporatiesector, bevestigde daar de trend: "Anno 2011 is satellietontvangst onmisbaar

## GSO IN DE PRAKTIJK

De Utrechtse woningcorporatie De Portaal heeft wooncomplex De Reiziger voorzien van een GSO- of multimedia-installatie. Via een eigen satellietontvanger hebben de bewoners toegang tot alle zenders - maar liefst zeshonderd digitale en vrij te ontvangen - die afkomstig zijn van acht verschillende satellietposities; dat is veel meer dan bewoners met een eigen schotelantenne zouden kunnen ontvangen.

Ander voordeel: de gevel van De Reiziger blijft gevrijwaard van individuele schotelantennes. Dat ASTRA Benelux serieus werk maakt van het (weer) op de kaart zetten van het GSO-concept, blijkt ook op de website [www.onastra.nl/gso](http://www.onastra.nl/gso). Daar is onder andere de speciale brochure op te vragen en een verhelderende videoclip te bekijken.

# één klap



Wooncomplex De Reiziger in Utrecht van woningbouwcorporatie De Portaal. Dankzij de centrale schotels op het dak blijven de gevels schoon.



om aan de uiteenlopende wensen en voorkeuren van bewoners tegemoet te komen. Overige infrastructuur schieten daarin al jaren te kort, waardoor bewoners tot plaatsing van individuele schotelantennes overgaan. Dat ziet er vaak niet fraai uit en bovendien leidt het tot waardevermindering van het pand. In dat opzicht slaat GSO vele vliegen in één klap: gevels blijven schoon, bewoners zijn

tevreden en de waarde per woning stijgt met duizenden euro's, een veelvoud van de benodigde investering."

#### **ASTRA Service Dealers**

GSO-installaties komen tot stand door samenwerkingsverbanden tussen verschillende marktpartijen, zoals corporaties, installateurs en technische installatiebedrijven. ASTRA speelt een faciliterende rol in dit proces en probeert de

voorwaarden te scheppen waaronder deze partijen de hoogste kwaliteit kunnen bieden. Een van de activiteiten in dit kader is het certificeren van zogeheten ASTRA Service Dealers. Dankzij trainingen, workshops en onderlinge kennisdeling, onder meer op het gebied van GSO, kunnen zij de best mogelijke kwaliteit leveren.

[Bekijk het filmpje op onastra.nl/kijkverder](http://onastra.nl/kijkverder)

SNELHEID PAKKETTEN ASTRA2CONNECT NAAR 10 MB/S

# Harder, better,



ASTRA2Connect slaat een dubbelslag: terwijl de snelheden aanzienlijk zijn verhoogd, zijn de prijzen omlaag gegaan. Dat maakt dit internetproduct van SES – met name voor specifieke doelgroepen – nóg interessanter dan het nu al is.

De snelheden van ASTRA2Connect zijn maar 6 Mb/s verhoogd. Begin 2012 zal deze naar 10 Mb/s worden verhoogd. Doordat deze snelheden via de 28.2 positie wordt aangeboden, wordt het tevens gemakkelijker internet en televisie via dezelfde schotel te ontvangen.

## Hertzinger

ASTRA2Connect wordt in Nederland aangeboden door Hertzinger. De provider heeft de snelheidsverhoging aange-

grepen om de abonnementsprijs fors te verlagen naar € 28,- per maand. De gebruiker heeft dan een maximum verbruik van 2 gigabyte en kan dit indien nodig binnen enkele seconden verhogen naar het gewenste aantal gigabytes. ASTRA2Connect biedt tevens het voordeel dat gebruikers tussen 23.00 uur en 07.00 uur onbeperkt kunnen internetten in de zogenaamde *Freezone*; de verbruikte megabytes worden niet van het saldo afgetrokken.

## Pieter Hertzinger, CEO en eigenaar van Hertzinger:

“Behalve consumenten maken ook steeds meer bedrijfssectoren en overheidsinstanties gebruik van ASTRA2Connect: hulpdiensten, agrariërs, binnenschippers en de recreatieve markt. Daarnaast bedienen wij ook zakelijke gebruikers die behoefte hebben aan een betrouwbare en betaalbare back-up oplossing, die volledig onafhankelijk is van de bestaande infrastructuur. Met de snelheidsverhoging en prijsverlaging bieden wij deze doelgroepen een volwaardig product in een uitstekende prijs-kwaliteit verhouding.”



## DE NIEUWE ASTRA2CONNECT INTERESSANT VOOR VELE, OOK

### 1. Hulpdiensten

Voor hulpdiensten zoals de brandweerkorpsen is ASTRA2Connect een welkome aanvulling op bestaande communicatiemiddelen. Een aantal korpsen, zoals Haarlemmermeer en Zaanstad Waterland, gebruikt internet via de satelliet als aanvulling op de bestaande UMTS-lijnen. Dit biedt vooral uitkomst in gebieden zonder dekking of op momenten dat bestaande UMTS-lijnen overbezet zijn. Hiermee zijn ze altijd verzekerd van een internetverbinding met de meldkamer zodat calamiteitenbestrijding vlekkeloos blijft verlopen.

### 2. Scheepvaart

Ook voor de binnenvaart en internationale scheepvaart is ASTRA2Connect een welkome aanvulling op bestaande diensten. Dankzij de snelheidsverhoging hebben schippers een betrouwbaarder en goedkoper alternatief voor UMTS. Immers, waar de schipper zich ook bevindt, hij beschikt altijd over een internetverbinding. Dit biedt grote voordelen op de (internationale) vaart. Peperdure roamingkosten behoren zo tot het verleden. Men blijft eenvoudig in contact met het thuisfront, of het nu gaat om een Skype-call met de kinderen voor het slapen gaan of het bekijken van de weersvoorspellingen.

### 3. Agrarische sector

Voor de agrarische sector biedt de snelheidsverhoging van ASTRA2Connect meer mogelijkheden om, zelfs in

# faster, stronger

## PRODUCTEN ZIJN ZAKELIJKE, DOELGROEPEN

afgelegen gebieden, snel internet te gebruiken. Met name in de gebieden rond de Veluwe, maar ook in het oosten van het land langs de Duitse grens, zijn er vrijwel geen mogelijkheden voor breedband internet.

### 4. Zakelijke markt

Voor de ondernemer is ASTRA2Connect de ideale back-up oplossing. Veel ondernemers zijn afhankelijk van een stabiele, snelle internetverbinding en voor hen heeft ASTRA een back-up mogelijkheid die altijd werkt. Bij een probleem met de vaste infrastructuur merkt de gebruiker niets en lopen alle applicaties en internetverbindingen automatisch door via de satelliet.

### 5. Recreatiemarkt

Voor mensen met een caravan, camper, boot of tweede huis biedt de snelheidsverhoging van ASTRA2Connect de mogelijkheid om op vakantie van snel internet te genieten. Ook in het buitenland werkt de verbinding vlekkeloos; mensen kunnen nu hun internet mee op reis nemen. Door de toename van mobiel dataverkeer met toepassingen als WhatsApp kunnen mobiele kosten op vakantie nog wel eens oplopen. Met ASTRA2Connect kan eenvoudig een wifi-netwerk worden gemaakt rond de caravan of kan vanaf de boot contact worden gezocht met het thuisfront.

## ASTRA2Connect helpt brandweer uit de brand

Altijd online zijn, waar ook in Nederland. Dat was het uitgangspunt dat het brandweerkorps Zaanstreek Waterland voor ogen had. Het korps koos voor Viprinet, een eenvoudig te installeren systeem dat bestaat uit een UMTS- en satellietverbinding.

De mobiele commandocentrale van de brandweer staat nu overal en altijd in direct contact met de meldkamer, zegt Patrick Goosen, coördinator ICT-beheer. "Bij een grote ramp zijn er vaak veel mensen in de buurt die met hun mobieltje beelden van de ramp op internet proberen te zetten. Zij gebruiken daarbij de bandbreedte die wij juist zo hard nodig hebben om te overleggen met het crisisteam in de meldkamer. Dankzij de satelliet weten we zeker dat we altijd een betrouwbare verbinding hebben." Al in 2010 werden interessante ervaringen opgedaan bij het korps Haarlemmermeer, waar



Mobiële commandocentrale brandweer

een soortgelijk systeem al enige tijd probleemloos dienst deed. Deze goede ervaringen, de lage prijs en de gebruiksvriendelijkheid deed het korps uit Zaanstreek Waterland besluiten er ook mee aan de slag te gaan.

## ASTRA2Connect

# High TV 3D brengt sterren

Scepsis rond 3D? Niet bij SES, want op de ASTRA-satelliet is de driedimensionale realiteit dichterbij dan ooit. De laatste loot aan de steeds dikkere 3D-stam is lifestyle-kanaal High TV 3D. "Bij ons kun je héél dicht bij de sterren komen."



Nadat SES de weg in televisieland vrij maakte voor HD, zet het satellietbedrijf nu ook in op 3D. SES dankt zijn marktpositie en reputatie nu eenmaal aan het feit dat het graag voorop loopt als het gaat om nieuwe technologische ontwikkelingen. Bill Wijdeveld, algemeen directeur ASTRA Benelux: "Ondanks de scepsis rond 3D is de verkoop van 3D-schermen dit jaar fors toegenomen en zijn

diverse nieuwe 3D-zenders van start gegaan. Zeker voor een nieuw fenomeen als 3D blijft content *king*."

#### Gevarieerde mix

Juist vanwege het belang van sterke content voor het slagen van de 3D-missie is Wijdeveld blij met de nieuwe loot aan de ASTRA 3D-stam: High TV 3D, een station dat een gevarieerde mix biedt van native 3D-pro-

grammering op het gebied van amusement, reizen, comedy, lifestyle, film en cultuur. "We hopen dat de komst van High TV 3D een nieuwe stimulans zal zijn voor de verdere ontwikkeling van de 3D-markt." Ronny Shany is Vice President van High TV 3D. Hoe kijkt hij aan tegen de geluiden die sommige critici laten horen als het om 3D gaat? "Allereerst ben ik zelf een groot fan van 3D. Daar-

## VIJF UUR NIEUWE PROGRAMMERING PER WEEK

High TV 3D, 's werelds eerste 3D lifestyle-kanaal, werd in april van dit jaar officieel gelanceerd tijdens de MIPTV-beurs in Cannes. Achter de schermen werd de afgelopen twee jaar al gestaag gewerkt aan een omvangrijke 3D-bibliotheek. Nu het station op allerlei platforms, waaronder ASTRA, te zien is, gaat de productie van nieuwe content onverminderd door. Iedere week komt er vijf uur aan nieuwe 3D-content bij. Het aanbod is breed en omvat programma's op het gebied van mode, fitness, gossip, shopping en reizen. Enkele programma's van High TV 3D zijn:

- *The Royal Jewellers*: kijkje in de keuken bij 's werelds beroemdste juweliers
- *3Dynamics*: driedimensionaal fitnessen onder leiding van een topinstructeur
- *3Destinations*: reisprogramma
- *Home-Makers*: programma waarin de beste architecten en interieurontwerpers hun werk laten zien
- *Under the Scalpel*: kijkers met een sterke maag wordt een 3D-kijkje gegund in de wereld van de plastische chirurgie
- *3Delight*: de smaakpapillen worden flink geprikkeld in deze 3D-kookcursus onder leiding van de beste chefs

**Zie ook: [www.hightv.tv](http://www.hightv.tv)**

# in de huiskamer

naast zie je dat fabrikanten steeds meer 3D-toestellen gaan verkopen. Nu laten de cijfers zien dat 4 procent van de huishoudens een 3D-tv heeft. Dat is nog niet zo'n hoog percentage zou je zeggen, maar van alle tv's die nu worden verkocht, is 43 procent een 3D-tv. De groei komt er dus aan, daarvan ben ik overtuigd."

"Maar laten we vooral naar de programma's kijken. Dichter dan met 3D kun je niet bij de 'sterren' uit onze programma's komen; je kunt ze bijna aanraken. Dat is toch de ware televisiebeleving? Wij willen dat de kijkers een tv-programma echt beleven alsof ze zelf in de studio aanwezig zijn. In onze program-

mering leggen we dan ook steeds meer nadruk op live evenementen, goochelshows en andere spectaculaire programma's."

## Voorlopig free-to-air

Om het kanaal verdere bekendheid te geven, zal High TV 3D voorlopig ongecodeerd (en dus gratis) beschikbaar zijn via de ASTRA 23.5° positie (11.778 MHz, verticaal). Via deze satellietpositie zijn diverse andere 3D-zenders beschikbaar, waaronder Brava 3D, Penthouse 3D en het gratis ASTRA 3Demokanaal. High TV 3D zal de ASTRA-satellietdistributie met name gebruiken voor signaalaanvoer naar televisieplatforms in Europa.

## PENTHOUSE BLIJFT GRENZEN VERKENNEN

Kelly Holland, managing director van Penthouse Entertainment, maakte er tijdens de laatste MIPCOM-televisiebeurs in Cannes geen geheim van: "We blijven grenzen verkennen, ook in technisch opzicht. Het grote voordeel is dat ons zusterbedrijf FriendFinder Networks een technologiegedreven bedrijf is. Dit is 3D's moment. Er moeten ook schermen worden verkocht."

Penthouse produceert wel 30 tot 40 uur 3D-content per maand. "Alles wordt geschoten in 3D, maar er gaat nog wel eens wat fout. Dan kunnen we het altijd nog in HD gebruiken. Al doende leren we. We willen

niet gedreven worden door de techniek, maar de techniek wel drijven. 3D werkt in mijn optiek het best met erotiek, sport en gaming," aldus Holland, die voor Europa via de ASTRA-satelliet al twee 3D-kanalen heeft gelanceerd, soft en expliciet. "Dat had zonder SES-ASTRA ook niet gekund, want 3D vreet nu eenmaal capaciteit. Het is als HD on steroids. Daar heb je de satelliet echt voor nodig."

**PENTHOUSE 3D**  
01 3

Bekijk het filmpje op [onastra.nl/kijkverder](http://onastra.nl/kijkverder)



## NOVA ZEMBLA OP ASTRA 3DEMOKANAAL

Wie alvast een voorproefje wil zien van *Nova Zembla* in 3D kan inschakelen op het ASTRA 3Demokanaal. Daar is de trailer te zien van de nieuwste film van Reinout Oerlemans die op 22 november haar Koninklijke première beleefde.



Kelly Holland

IN THE SPOTBEAM

# Dance & DJ's op ASTRA

Danceliefhebbers en schotelbezitters opgelet: DanceTrippin zendt 24 uur per dag dance uit en is sinds kort te bewonderen én te beluisteren via de ASTRA-satelliet.



DanceTrippin



DanceTrippin komt niet zomaar uit de lucht vallen: onder dance-adepten had het station al een geduchte reputatie als online kanaal. De cijfers spreken wat dat betreft boekdelen: DanceTrippin heeft meer dan honderdduizend geregistreerde gebruikers en 65.000 Facebook-vrienden aan zich gebonden en de website scoort twee miljoen pageviews per maand. Nu acht DanceTrippin de tijd rijp om de sprong naar televisie te wagen. De zender gebruikt de distributie van ASTRA 23.5° Oost om haar bereik onder satelliet- en kabelkijkers in Europa verder te vergroten. De zender is onder meer beschikbaar voor de meer dan drie miljoen huishoudens die programma's ontvangen via 23.5° Oost.

Tim Metz, Director Operations en Marketing: "Ondanks dat we nu pas een 'echte' tv-zender lanceren, was dit al sinds 2004 ons doel. Alleen duurde het een behoorlijke tijd om genoeg content te produceren voor een 24/7-kanaal. Ook wilden we niet-danceliefhebbers in de televisiewereld ervan overtuigen dat er grote behoefte is aan een kanaal met alleen elektronische muziek. Het is daarom geweldig om na een lange aanloopperiode de zender nu daadwerkelijk tot leven te zien komen op ASTRA."

## Kleine cameraatjes

DanceTrippin is ooit opgericht uit liefde voor de muziek. Niet alleen laat de zender mainstream dance zien, het station besteedt ook aandacht aan jonge, talentvolle DJ's. *Last but not least* covert de zender de beste danceparty's in onder andere Ibiza, Miami en Berlijn. Metz: "Het unieke is dat we 90 procent van de content in huis produceren. We hebben een vast, klein team van jonge

cameramensen en editors die de hele wereld over vliegen om alle feesten te registreren. Deze monteren we vervolgens in onze eigen studio en daarna gaan ze rechtstreeks de zender op. Het is een uitdaging, maar ook erg leuk om dat hele proces onder één dak te hebben." DanceTrippin werkt niet met grote cameraatjes die alle aandacht opeisen, maar gaat zo onopvallend mogelijk te werk. De optredens worden met kleine cameraatjes geregistreerd, zodat de kijkers het gevoel krijgen dat ze gewoon tussen het publiek staan. Zo heeft de zender inmiddels een bibliotheek opgebouwd met honderden uren live registraties vanuit de beste clubs ter wereld, waaronder Space, Amnesia en Pacha. DanceTrippin hoopt op die manier uit te groeien tot het dansequivalent van Fashion TV, die andere succesvolle nichezender – ook te ontvangen via ASTRA trouwens. Meer informatie: [www.dancetrippin.tv](http://www.dancetrippin.tv)

## Colofon

Samenstelling, redactie en vormgeving:

FC Klap, Hilversum

Fotografie/illustraties:

Maud Berger en anderen

ASTRA Benelux B.V.

Mozartlaan 27 d, Hilversum

[www.onastra.nl](http://www.onastra.nl)

T. +31 (0)35 6254490

F. +31 (0)35 6254499

E. [benelux@ses-astra.com](mailto:benelux@ses-astra.com)

ASTRA is een handelsmerk van SES ASTRA S.A., een SES-bedrijf. De gegeven informatie is correct op het moment van verschijnen.

## DANCETRIPPIN...

... bereikt meer dan 3 miljoen Europese huishoudens via de ASTRA-satelliet

... zendt voorlopig free-to-air uit

... beschikt inmiddels over een bibliotheek van honderden uren programmering, waaronder live opnamen van DJ's overal ter wereld

... heeft 500.000 unieke bezoekers per maand op de website

... heeft meer dan 100.000 geregistreerde bezoekers

... heeft 65.000 vrienden op Facebook

... heeft een community waarvan meer dan 60 procent tussen de 18 en 34 jaar oud is

... heeft een iPhone-app die voor €2,99 te downloaden is in de iTunes-store. De app is in korte tijd al meer dan 7.500 keer gedownload.