



JOHN PORTER
"In sport zouden we een
product willen dat meer
mensen aanspreekt."

JOHN PORTER IS CEO VAN TELENET

‘Als we onze prijzen kunnen verbeteren, doen we dat’

De prijsverhogingen van Telenet veroorzaakten heisa. “Er zijn weinig bedrijven waarmee de mensen zo veel bezig zijn als met ons”, zegt CEO John Porter. “Niemand heeft meer gedaan voor het neerhalen van de prijzen in België dan Telenet, met de lancering van King & Kong.” **BRUNO LEIJNSE**

Jeans, blauw hemd, open kraag. John Porter, de CEO van Telenet, houdt niet van franjes. Hij is verkouden en tijdens het interview veegt hij enkele keren met zijn hand langs zijn neus. Hij leert tegenwoordig Nederlands, vier uur per week. “Niet gemakkelijk, want we spreken allemaal Engels.” Dat hij 58 miljoen euro investeerde in de zenders Vier en Vijf in het productiehuis Woestijnvis, sloeg in als een bom. Tegelijk schreef hij geschiedenis door met Mediaaan een akkoord te sluiten over het uitgesteld kijken. Zijn abonnees confronteerde hij met een prijsverhoging van 4 procent.

Uw akkoord met Mediaaan is tien maanden oud. Wat levert het op?

JOHN PORTER. “Het belangrijkste is dat we onze klanten kunnen geven wat ze vragen: een nieuwe manier van tv-kijken. Ze willen kijken naar wat ze willen en wanneer ze het willen. Je kunt zoveel dagen teruggaan in je programmagids, je hebt een filmbibliotheek en je kunt hele series na elkaar bekijken. Zelfs als je alleen

John Porter (57)

- Bachelor geschiedenis in Ohio, twee jaar universiteit van Zagreb onder maarschalk Tito
- Begint bij een kabelmaatschappij als verantwoordelijke voor relaties met de overheid. Daarna directiefuncties bij Westinghouse en Time Warner Communications
- Via een headhunter in 1995 voor UnitedGlobalCom naar Australië. UGC gaat later op in Liberty Global
- Wordt bij beursgang in 1999 CEO van Austar, de verlieslatende pionier van betaaltelevisie via satelliet in het Australische binnenland
- Hervervakeling van het Australische betaal-tv-landschap geeft Austar in 2002 een feitelijk monopolie binnen zijn werkgebied
- Vertrekt in 2012 als CEO na de fusie van Austar met Murdoch-filiaal Foxtel
- CEO van Telenet sinds maart 2013
- Gezin met vier kinderen
- Vrije tijd: golf, trekking

naar de VRT kijkt, heb je met onze nieuwe functies zeven keer meer VRT dan je vroeger had.

“De ruzie ging erover dat wij Mediaaan een bepaald bedrag betaalden en dat zij het dubbele wilden. Maar wie zal zeggen wat een lineair tv-kanaal waard is als er minder naar wordt gekeken? We hebben dus onderzocht hoe we konden delen in het winstpotentieel als we de mensen geven wat ze wensen. Op die basis zijn we tot een akkoord gekomen.

“Om vooruit te gaan moet je risico’s nemen. Zij delen in de winst van elke Play- en Play More-klant die we krijgen. We krijgen er honderden en honderden per dag. Dus verdienen ze geld. Ik denk dat het een goed resultaat is.”

Heeft u al cijfers over Play en Play More?

PORTER. “Play en Play More hebben het volume van het vroegere Rex en Rio verdubbeld en verdrievoudigd. Tot dusver verkopen we die alleen via TV-theek. De retailstrategie is nog niet eens gelanceerd.” ➤

➤ “Telenet was met zijn betalende entertainmentaanbod blijven hangen op 15 tot 20 procent penetratie. Ik ben optimistisch dat we daar boven kunnen gaan. Netflix heeft ons geleerd, zelfs nog voordat het in België was, dat de optimale prijs rond 10 euro ligt. Daarom hebben we onze prijs (voor Play, *nvdr.*) verminderd van 15 naar 10 euro.”

Uw tariefverhoging moet onder meer de stijging van 7 procent van uw contentkosten recupereren, zei u. Waar kwam die vandaan?

PORTER. “Niet uit onze betaalkanalen voor Play. Dat risico dragen we zelf. Die stijging komt volledig voor rekening van onze overeenkomst met de zenders over de basisprogrammering, de lineaire kanalen. Traditioneel werden we vergoed om die programmering tot bij onze klanten te brengen. Daar worden we nu niet meer voor betaald. Driekwart van het tv-kijken gebeurt op de lokale Vlaamse zenders. Die zijn niet goedkoop op een markt van 6 miljoen mensen. Zelfs als de commerciële zenders hoofdzakelijk worden vergoed uit advertenties en de VRT inkomsten krijgt uit belastingen, verdienen ze toch nog een zekere mate van vergoeding voor hun content. Telenet betaalt daar zowel de VRT als de commerciële zenders voor. Voor die zenders is dat nu een substantiële inkomstenstroom geworden.”

Ooit zei u dat je nooit iets mag doen wat de relatie met de klant verstoort. De prijsverhoging veroorzaakt wel herrie.

PORTER. “Er zijn weinig bedrijven waarmee mensen zo veel bezig zijn als met ons. Klanten gebruiken onze diensten 6, 8, 10 tot 24 uur per dag. In 71 procent van de Vlaamse woningen hebben wij ten minste één dienst. In de helft van die huizen hebben we zelfs drie diensten of meer. De markt heeft gekozen voor kwaliteit. Onze snelheid is gegaan van minder dan 30 megabit per seconde (mbps) naar 160 mbps. Dat moet. Mensen hebben acht keer meer apparaten. Zij streamen zeven keer meer dan vier jaar geleden. We proberen die diensten tegen een faire prijs



JOHN PORTER

“Het overgrote deel van wat we hier verdienen, wordt hier geherinvesteerd.”

te leveren. We zijn minder duur dan Groot-Brittannië en Nederland, en ongeveer even duur als Duitsland. We zijn duurder dan Frankrijk, maar daar heeft slechts een tiende van de markt 30 mbps of meer. We investeren. We hebben een minister (minister van Telecom Alexander De Croo, *nvdr.*) die wil dat iedereen 1000 mbps heeft tegen 2020. Breedbandinfrastructuur zijn de kanalen en de havens van de eenentwintigste eeuw.

“Dat je een knop kunt indrukken op je computer, betekent nog niet dat je een betere prijs verdient dan een trouwe Telenet-klant”

“Waar we onze prijzen kunnen verbeteren, doen we dat. Niemand heeft meer gedaan voor het neerhalen van de prijzen in België dan Telenet, met de lancering van King & Kong.”

Minister De Croo wil ons nog gemakkelijker van operator laten veranderen.

PORTER. “Dat is nog iets wat Telenet heeft geforceerd — en niet iedereen doet het al: wij sluiten onze klanten niet op in contracten. Wij houden van de uitdaging om elke dag de trouw van onze klanten te moeten verdienen. We steunen dat initiatief.”

Maar u gaat niet aanbieden bij groeps-offerte.be, de ontevreden gebruikers rond Kurt Buysse?

PORTER. “Ik geloof niet in het scheppen van een afzonderlijke klasse van klanten. Dat je een knop kunt indrukken op je computer, betekent nog niet dat je een betere prijs verdient dan iemand die al jaren een trouwe Telenet-klant is. Ik geloof ook niet dat mensen van een zekere leeftijd een betere deal verdienen dan iemand van 23. Waar eindigt het zodra

je die doos van Pandora opent? Wij willen onze prijs-waardeverhouding optimaliseren. Voor al onze klanten. (*In het Nederlands*) Allemaal.”

Terug naar de zenders. Belgacom heeft getekend met Netflix. Wat gaat u doen?

PORTER. “Je kunt Netflix onder je tent inviteren als je betalende entertainment-optie of als een aanvulling erop. Maar je kunt ook zwaarder investeren en proberen die markt zelf te winnen. Belgacom kiest de eerste aanpak, wij de laatste. Netflix is geen substituut voor de goede lokale bibliotheken van Play en Play More. Als je *House of Cards* of *Orange is the New Black* wilt zien, neem dan een abonnement op Netflix voor zes weken, en zeg het dan weer op. Dat is mijn advies (*lacht*).”

Belgacom integreert Netflix op zijn settopbox. U niet?

PORTER. “Nee. Je kunt Netflix kijken op je pc. De diensten van Netflix gebruiken hopen capaciteit op ons netwerk. De opbrengst is zero. Terwijl het ons echt geld kost.”

Brengt uw investering in De Vijver Media wat u verwacht?

PORTER. “Die brengt nog helemaal niets op. We zijn nog niet klaar met de Europese Mededingingsautoriteit. We hebben er vertrouwen in dat het dossier over vijf tot zeven weken wordt afgesloten. Er zijn geen grote discussiepunten. Uiteraard zijn er bezorgdheden. Ze wil zeker zijn dat Vier en Vijf worden gedistribueerd op alle platformen. Geen probleem daarmee. Ze wil zeker zijn dat we VTM en VRT er niet uitgooien, omdat we 50 procent van Vier en Vijf hebben. Evenmin een probleem.”

En daarna?

PORTER. “We zullen ons investeringsplan uitvoeren. Eerst en vooral zorgen we voor financiële stabiliteit binnen De Vijver, zodat het zijn merken Vier en Vijf kan ondersteunen. We zullen De Vijver laten gebruikmaken van enkele van onze programmeringsdeals, die we dan kun-

nen afschrijven over een breder releasevenster. Misschien zullen we innoveren rond het advertentieplatform. De CIM (die het bereik van de tv-zenders meet, *nvdv.*) bedient de kleinere kanalen niet speciaal goed.

“We hebben een unieke positionering in de leeftijdscategorie van 18 tot 44 jaar. Dat zijn jonge families, die interessant zijn voor adverteerders. We moeten daar onze merkpositionering versterken met slimme investeringen in lokale content. We moeten innoveren in de dienstverlening aan adverteerders buiten de klassieke 30 secondenspot midden in de show. “Ons doel is niet marktaandeel af te pakken van VTM of Eén. We kunnen met hen concurreren, maar tegelijk samenwerken om een sterk ecosysteem in België te bouwen en de taart van 400 miljoen euro groter te maken. De concurrenten zijn de Netflixen, de Googles en de Amazons. Naar die bedrijven lekt waarde weg.”

Liberty Global roomt geen waarde af?

PORTER. “Het overgrote deel van wat we hier verdienen, wordt hier geherinvesteerd. De overgrote meerderheid gaat terug naar Vlaanderen en naar de 2300 Telenet-werknemers en de 1500 voltijdse onderaannemers.”

Liberty Global-baas John Malone koopt wel contentbedrijven.

PORTER. “Ja, en hopelijk kunnen we daar ons voordeel mee doen. Er zijn kansen in dingen als sport, waarin Liberty pan-Europees of wereldwijd wil investeren. Schaalgrootte heeft voordelen en lokaal zijn heeft voordelen. Als we het goed doen, pakken we het beste van de twee werelden.”

Wat met Libelle TV, de Sanoma-zender die uitsluitend via Telenet te zien is?

PORTER. “We zijn er gelukkig mee. Het is een goed lifestylekanaal. De lokale digitale kanalen zijn beknot door hun gebrek aan inkomen. Onder een zekere kijkdichtheid krijgen de zenders geen accurate data van de CIM. Zodra we fijnere

“We willen onze prijs-waardeverhouding optimaliseren. Voor al onze klanten. Allemaal”

gegevens hebben en we per segment weten wie er kijkt, hebben we een veel beter verhaal voor de adverteerders. We zouden een losse federatie van digitale kanalen kunnen samenstellen en hen vertellen: als je die zes kanalen neemt, zul je je doelpubliek veel beter bereiken. Als er meer geld naar de digitale kanalen gaat, leidt dat tot een betere programmering.”

Wat vindt u ervan dat Mobistar nu uw netwerk kan gebruiken?

PORTER. “Mijn ervaring van dertig jaar is dat telefoonmaatschappijen altijd onderschatten wat er nodig is om succesvol te zijn in de kabelbusiness. Snow (van Base, *nvdv.*) ging niet plat omdat het geen spraak, video en data kon bieden. Snow is een voorbeeld van wat er gebeurt als je onderinvesteert. We zullen al het mogelijke doen om onze klanten te houden en te winnen.”

Bent u gelukkig met het niet-exclusieve voetbalcontract voor de Jupiler Pro League?

PORTER. “Het was een goede manier om de groothandelsprijs te verlagen en tegelijk de League ordentelijk te vergoeden. We hebben ambitie het sportaanbod te verbeteren. We bedienen de hardcore voetbalfan vrij goed. We zouden beter kunnen doen voor de marginale sportfan.”

Hoor ik daar een aanbod voor 10 euro?

PORTER. “Sport is zeer duur, maar we zullen de prijs-waardeverhouding van sport opnieuw evalueren. We zouden een product willen met meer penetratie, dat meer mensen aanspreekt. Hoe meer de mensen van ons afnemen, hoe gelukkiger ze zijn.” ☺