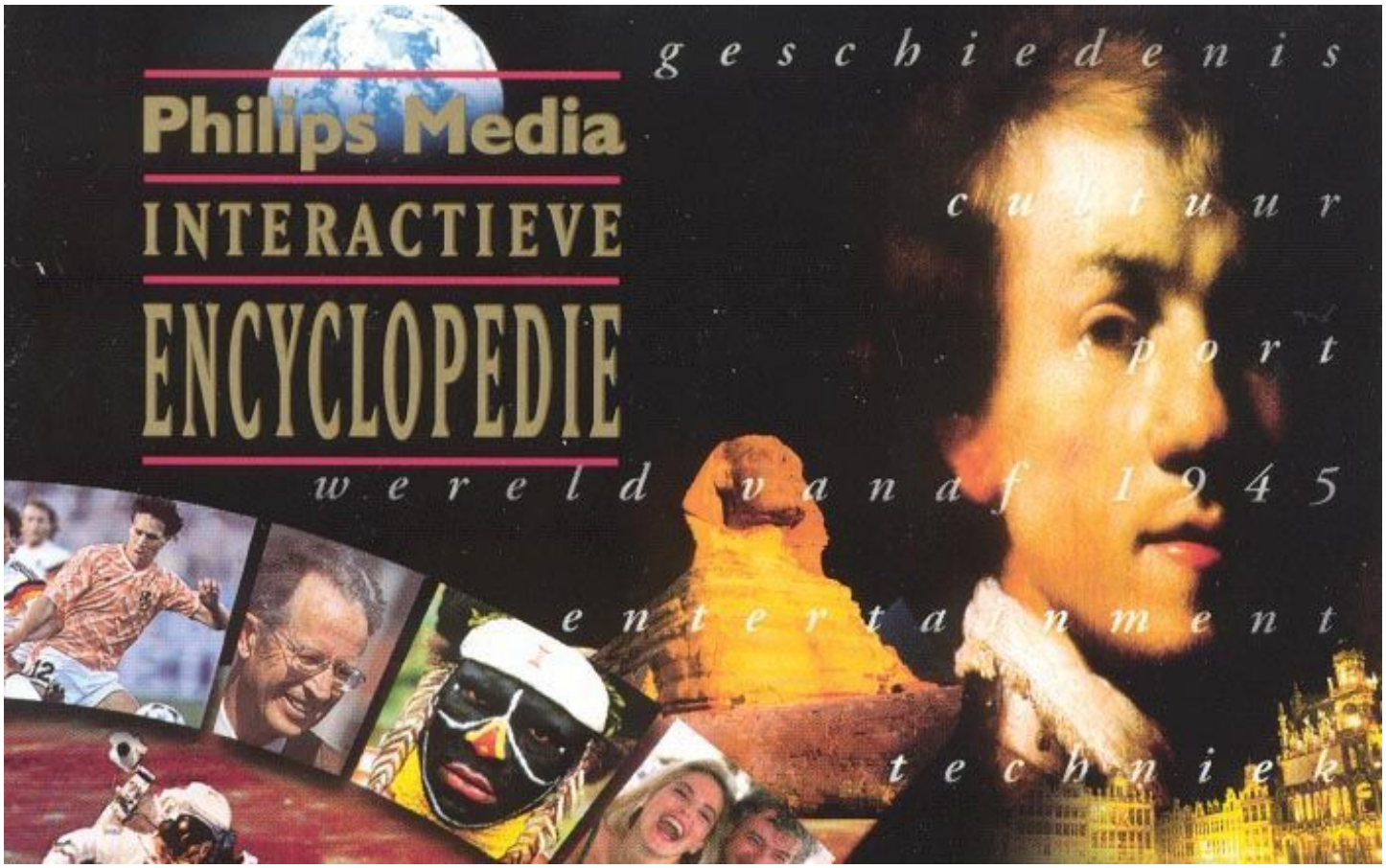
Cd-i: een fossiel van de jaren negentig

07-11-2016 12:11



Op de veilingsite Catawiki zijn ze in de rubriek Computer Collectibles nog wel eens te vinden: de cd-interactive (cd-i) speler en de cd-interactive afspeelschijven. De schijven zijn nog wel af te spelen op een cd-i speler die is gekoppeld aan een televisie, maar de gemiddelde consument kijkt er niet meer naar om. cd-i spelers en schijven zijn de fossielen van de jaren negentig, toen cd-interactive de gedroomde opstap naar multimedia consumentenproducten was. Sommige algemene en professionele uitgeverijen in Nederland onderzochten de mogelijkheden.

Ontwikkeling en positionering

Vanaf het begin van de jaren tachtig woedde er een strijd in de nieuwe media in Nederland. In 1980 werd online al commercieel geïntroduceerd, maar na amper vier jaar zette de ijstijd van online in en kwamen de cd-media op. Eerst met audio, daarna volgde de cd-rom en daarna een stoet van zo'n zes verschillende formaten, waaronder cd-i. In de tweede helft van de jaren tachtig kreeg het medium een krachtige ontwikkelingsimpuls. Begin jaren negentig was de cd-i klaar voor introductie: in 1991 in de VS en in 1992 in Europa.

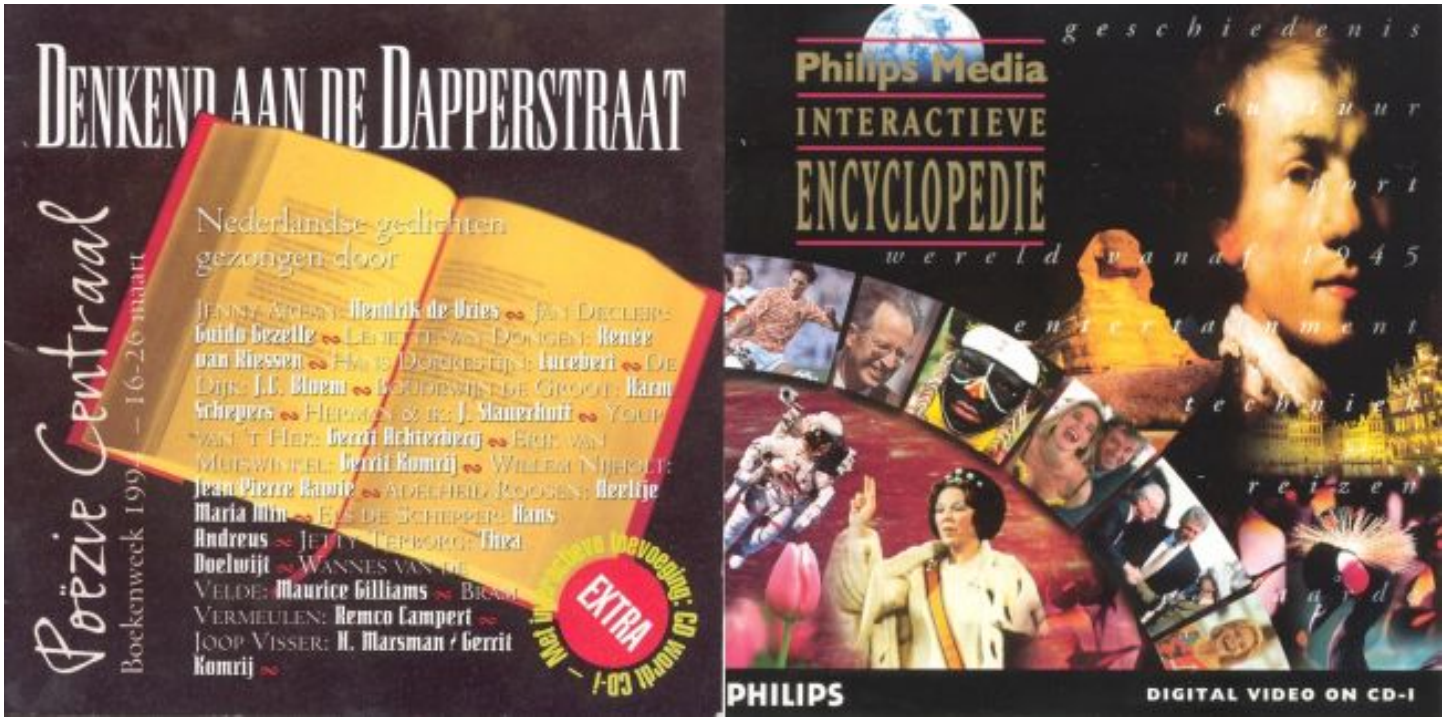
Terwijl cd-rom voet aan de grond kreeg, was er verdeeldheid bij Philips. Enerzijds steunde Philips de standaardisering van cd-rom, anderzijds kondigde Philips Research een eigen cd-formaat aan: cd-i. Op een cd-i-schijf konden net zoals op cd-rom gecombineerde digitale bestanden met tekst, beeld en geluid worden opgeslagen, maar bij cd-i gebeurde dit onder een ander formaat. Bovendien moest de cd-i op een specifieke cd-i-speler worden afgespeeld. Cd-i moest een huiskamerproduct worden, dat afgespeeld kon worden op televisie

en de voorbespeelde videobanden zou moeten vervangen. Bij de cd-rom zat men achter de computer en bij de cd-i zat men vóór de televisie.

Eigen titels

Philips had al snel begrepen dat het bedrijf niet alleen van de cd-i-spelers kon leven. Het bedrijf zette dan ook een eigen uitgeverij op voor de ontwikkeling en distributie van titels. Die zou in nauw overleg met ontwikkelaars en andere uitgevers gaan werken. De uitgeverij kreeg steun van het ministerie van Economische Zaken en de Europese Commissie.

In 1991 zetten acht uitgevers, het Onderwijs Media Instituut van de Rijksuniversiteit van Utrecht en Telecity cd-i, een Philipsbedrijf in het Belgische Hasselt, een project op om kennis op te doen over cd-i-productie. Het ministerie van Economische Zaken subsidieerde het project. Uiteindelijk verscheen er een incompleet *CD-i Handbook* en een proefschijf met pilot-applicaties zoals *First Aid at Home* (Bruna), *Het leven van Jezus* (uitgeverij Proclama) en *Vogel Determinatie Gids* (Thieme). Niet één van de deelnemende uitgevers heeft uiteindelijk een commerciële cd-i-titel uitgebracht.



***Denkend aan de Dapperstraat* (1994) en *Interactive Encyclopedie* (1995)**

Bij de titelontwikkeling volgde de nieuw opgezette elektronische uitgeverij Philips Media een zigzagkoers. De positionering van het medium in de consumentenmarkt was onduidelijk. Het aanbod ging van eenvoudige kinderpuzzels tot spellen voor volwassenen, van educatieve titels tot encyclopedieën en van geïllustreerde audioplaten tot films.

De samenwerking met uitgevers was niet erg intensief, aangezien de meeste uitgevers wel tekst, foto's en tekeningen hadden, maar geen animaties en video. Maar in 1994 verspreidde Philips samen met de boekhandelaren tijdens de Boekenweek een cd-i met de titel *Denkend aan de Dapperstraat*, in een oplage van

33.000 exemplaren. De schijf werd aangeprezen met de slagzin: ‘Met interactieve toevoeging – De cd wordt CD-i’. De schijf kon op een audio-cd-speler worden afgespeeld, zodat men naar de 16 liederen kon luisteren, maar voor het bekijken van de drie videofragmenten en het zoeken in het interactief lexicon met beschrijvingen van 75 dichters was een cd-i-speler nodig.

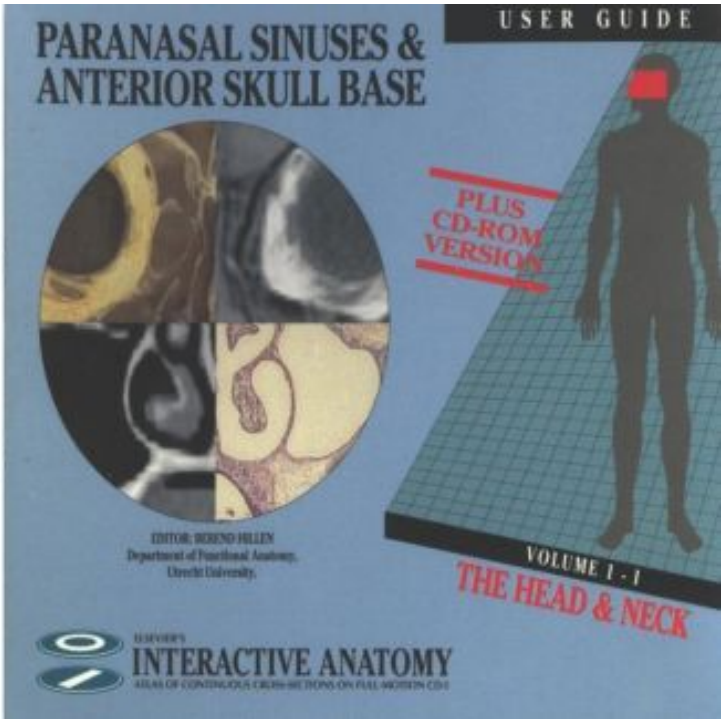
Ook werd een poging gedaan om het boekensucces van Rien Poortvliet om te zetten als cd-i-titel; het project kwam helaas niet verder dan een testschijf getiteld *Gnomes* in maart 1994. En eind 1995 lanceerde Philips Media een interactieve encyclopedie onder redactie van Standaard Uitgeverij.



***Gnomes* (1994)**

Professionele uitgevers keken wel naar de mogelijkheden van cd-i, maar zij wedden op twee paarden: cd-i en cd-rom. Zo bracht Elsevier Science een serie schijven *Interactive Anatomy* uit, geproduceerd door Wigant Multimedia. Ook het persbureau ANP werkte mee aan een cd-i-productie: *Dit was 1994 wereldnieuws overzicht*.





Dit was 1994 **(1994) en** ***Interactive Anatomy*** **(1993)**

In de hekgolf van het succes van internet probeerde Philips Media in 1995 nog een graantje op de markt mee te pikken door CD-i On-line voor consumenten op te zetten, een combinatie van een cd-i speler met modem. Maar ook die combinatie hielp cd-i niet vooruit.

De moraal

In het najaar van 1996 verklaarde toenmalig Philips directeur Cor Boonstra dat cd-i was mislukt. In zijn strategie was content een bedrijfsvreemde activiteit. En hij voegde de daad bij het woord en hief de uitgeverij Philips Media op. Het cd-i avontuur had in totaal - van technische ontwikkeling tot de handel in cd-i-spelers en -titels - ruim één miljard dollar gekost. En Boonstra meende wat hij zei over content, want in 1998 verkocht hij ook de muziekuitgeverij Polygram. Was cd-i voor Philips een bedrijfsvreemde activiteit, voor sommige algemene en professionele uitgeverijen was cd-i de eerste kennismaking met multimediale producten.

Jak Boumans is auteur van Toen digitale media nog nieuw waren, *Pre-internet in de polder* (nu € 17,50)

Illustraties en fysieke schijven maken deel uit van de Collection Jak Boumans, een verzameling van cd-media (beeldplaat, tekst- en beeld-cd-rom, cd-i, *Electronic Book*) en afspeelapparatuur.

Jak Boumans