

## **Nettbaserte filmtjenester overtar**

Sammen med BI har Film & Kino gjennomført en undersøkelse om bruken av online filmtjenester. I dette notatet presenteres noen av resultatene. I tillegg har Film & kino beregnet noen estimater på hvor mye film det faktisk blir sett via disse tjenestene.

Desember 2013

Ingar Johansen  
Film & Kino

## Nettbaserte filmtjenester vokser

***De nettbaserte filmtjenestene tar en stadig større del av hjemmekinomarkedet. 1 av 3 har sett film via en online filmtjeneste, og i 2013 tror vi at minst 25 millioner filmer blir sett på denne måten. Strømmetjenestene vokser raskest og står for en stor andel av dette. Nedgangen i salg og leie av fysisk DVD gjør likevel at samlet filmkonsum ikke øker så mye.***

Sammen med BI har Film & Kino gjennomført en undersøkelse om bruken av online filmtjenester<sup>1</sup>. Dette er en videreføring av undersøkelser BI har gjort tidligere (Digitalt kulturkonsum 2012). I undersøkelsen blir det også spurt om kinobesøk og DVD-kjøp.

I dette notatet har vi sett nærmere på noen av funnene knyttet til de nye digitale filmtjenestene. I tillegg til data hentet rett fra undersøkelsen presenterer Film & Kino også noen anslag på antall filmer sett via disse tjenestene. Dette er estimater med ganske stor grad av usikkerhet, men som likevel sier noe om hva slags nivå dette ligger på nå.

### Formål med undersøkelsen

- For Film & Kino var formålet primært å få mer kunnskap om bruken av de nye digitale filmtjenestene. På det tidspunkt undersøkelsen ble planlagt ble det fortsatt jobbet med løsninger for å avgiftsbelegge disse tjenestene, og Film & Kino trengte et estimat på et framtidig avgiftsgrunnlag. I forbindelse med årets statsbudsjett varslet imidlertid departementet at dette ikke lengre er å anse som en aktuell løsning.
- I tillegg var vi også interessert i om undersøkelsen kunne vise noen sammenheng mellom bruken av de digitale tjenestene, DVD-kjøp og eventuelt kinobesøket.

### Noe hovedfunn

- 37 prosent<sup>2</sup> av alle over 15 år så film via de nye nettbaserte filmtjenestene i siste seks måneder. Det tilsvarer 1,5 millioner personer.
- Det er de abonnementsbaserte strømmetjenestene som har størst omfang, 26 prosent<sup>3</sup> oppgir at de har benyttet disse. I aldersgruppa 15-29 år har hele 60 prosent sett film via en slik tjeneste.
- Film & Kino tror at i år vil mer enn 25 millioner filmer bli sett via de nettbaserte tjenestene.

---

<sup>1</sup> Gjennomført på web mai 2013 med 1900 deltakere over 15 år. Deltakerne ble spurt om bruken av online filmtjenester, DVD-kjøp og kinobesøk siste seks måneder. Undersøkelsen er levert av Opinion Perduco.

Ansvarlige for undersøkelsen på BI er Terje Gaustad og Anne-Britt Gran.

<sup>2</sup> Andelen som har brukt en eller flere av de betalte filmtjenestene som tilbys

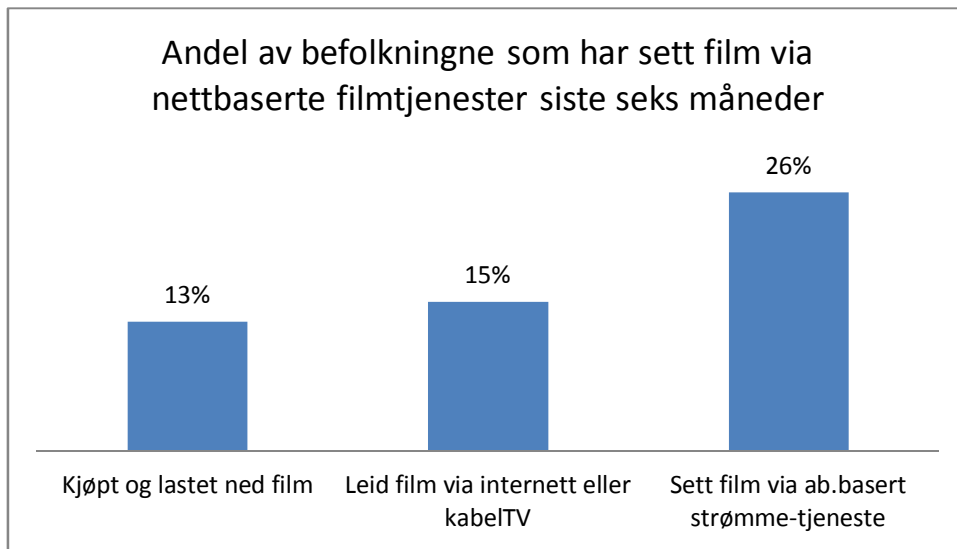
<sup>3</sup> I denne rapporten brukes så langt som mulig tall for film alene. BI har i sin presentasjon brukt tall for film/TV-serier under ett. Disse tallene blir derfor gjerne litt høyere enn tallene vi bruker.

## Film via nettbaserte tjenester

Filmbruk via nettbaserte tjenester øker for alle typer, men aller mest for abonnementsbaserte strømmetjenester.

De nettbaserte filmtjenestene kan deles i tre:

- Kjøp av film for nedlasting (TVOD)<sup>4</sup> (eks: iTunes, Xbox Video, Film2Home)
- Leie av film via internett eller kabeltjenester (eks: ViaPlay, Get, Altibox)
- Abonnementsbaserte strømmetjenester (SVOD) (eks: Netflix, TV2 Sumo, ViaPlay)



*Andel av befolkningen over 15 år som har kjøpt film, leid film eller strømmet film via betalte tjenester*

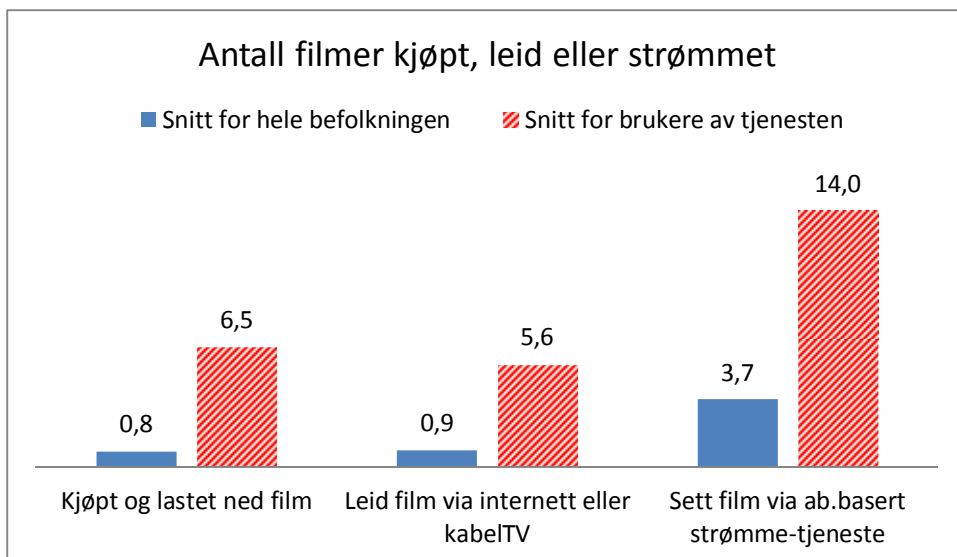
26 prosent av befolkningen sier de har sett film via abonnementsbaserte strømmetjenester i løpet av første halvår 2013<sup>5</sup>. Netflix er den avgjort mest brukte av disse tjenestene. 71 prosent har det som sitt førstevalg.

Kjøp/nedlasting og online leie kommer omtrent likt ut. 13 prosent har kjøpt og lastet ned film, og her er det er AppleTV/iTunes som kommer høyest som førstevalg. 15 prosent har leid film. Her kommer Altibox, Get og ViaPlay omtrent likt ut på spørsmålet om hvilken leverandør som er førstevalg.

<sup>4</sup> Å abonnere på en nettbasert (digital) filmtjeneste kalles SVOD (Subscription Video On Demand). Dette innebærer at kunden for eksempel betaler en fast sum i måneden og får tilgang til en stor katalog av filmer, der man kan velge fritt hvilken film man vil se og til hvilket tidspunkt.

Å kjøpe en film om gangen fra en nettbasert (digital) filmtjeneste kalles TVOD (Transaction Video On Demand). Dette innebærer at kunden betaler en sum pr film man velger å se. (Definisjonene fra GfK-rapport mai 2013)

<sup>5</sup> Målingen ble gjennomført i mai, slik at perioden strekker seg litt inn i 2012.



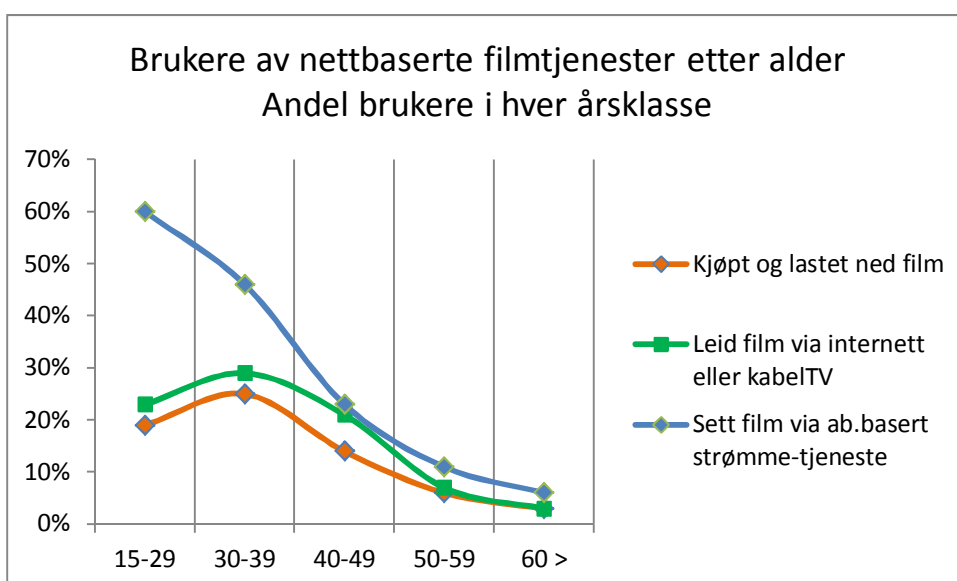
*Antall filmer som snitt for hele befolkningen over 15 år, og for dem som benyttet seg av tjenestene*

Brukerne av de abonnementsbaserte strømmetjenestene er også de som ser mest film. Strømmerne oppgir at de i snitt har sett 14 filmer siste seks måneder, det tilsvarer 3,7 filmer når tallet fordeles på hele befolkningen over 15 år. Tallet for dem som har kjøpt og lastet ned er i snitt 6,5 filmer (0,8 for hele befolkningen), og leie ligger på 5,6 filmer (0,9 for hele befolkningen).

### Nettbaserte filmtjenester og alder

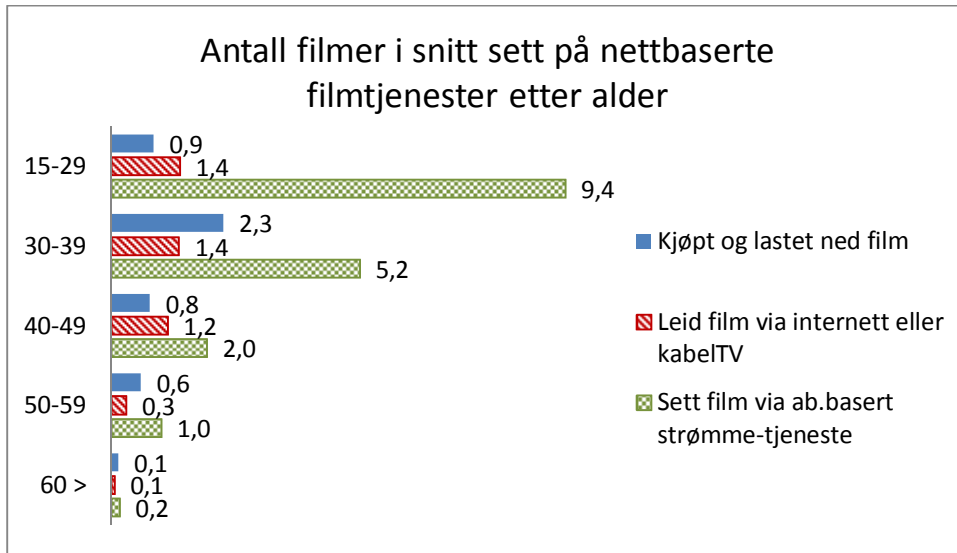
Yngre ser mest film og er også de som først tar i bruk nye teknologi. For de digitale filmtjenestene er det imidlertid forskjell mellom TVOD-tjenestene (der en betaler pr film), og SVOD (der en betaler en fast pris i måneden og så kan se mange filmer en ønsker). For kjøp og leie der det betales pr film er det blant 30-39 åringene det er flest brukere, mens de som har sett film via de abonnementsbaserte tjenestene har annen aldersprofil. Her er det 15-29 åringene som er de mest ivrige.

Det er verdt å minne om at dette er de som har sett film via denne tjenesten, ikke de som har abonnementet. En kan vel se for seg at her er det mange ungdommer som ser film på foreldrenes Netflix-abonnement.



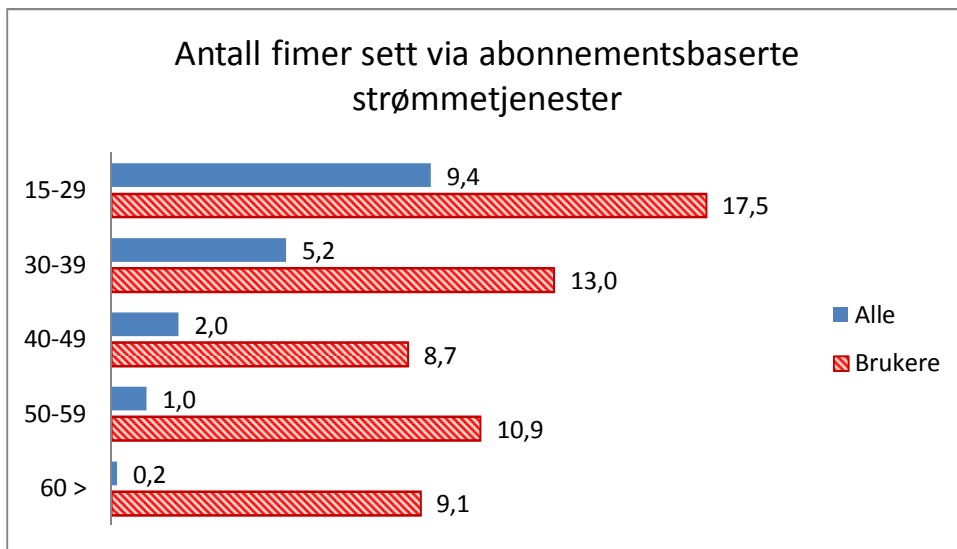
Andelen i hver årsklasse som har benyttet de tre forskjellige typer tjenester

60 prosent av alle i aldersgruppa 15-29 har sett film via en strømmetjeneste siste seks måneder, og nesten halvparten i aldersgruppa 30-39. Regner vi dette om til antall personer betyr det at de mellom 15 og 39 utgjør 75 prosent av alle som bruker denne tjenesten. Det er en høyere andel enn blant dem som leier eller laster ned film.



Antall filmer sett i snitt fordelt på alle i hver aldersgruppe

Tallene over viser hvor mange filmer som blir sett innen hver aldersgruppe når det fordeles på alle innen hver gruppe. Fordi det er få brukere blant de eldre blir også snitt-tallene i disse aldersgruppene lave. For de over 60 år er dette en helt marginal aktivitet fordi så få benytter den. Ser vi imidlertid på antall filmer brukerne ser er forskjellene mellom aldersgruppene langt mindre.



For strømmetjenestene ser det slik ut. De yngste ser flere filmer enn de andre, men forskjellene er ikke så store. Det som gjør den store forskjellen mellom aldersgruppene er derfor først og fremst hvor mange som bruker en eller flere av disse tjenestene, ikke hvor mye de bruker dem.

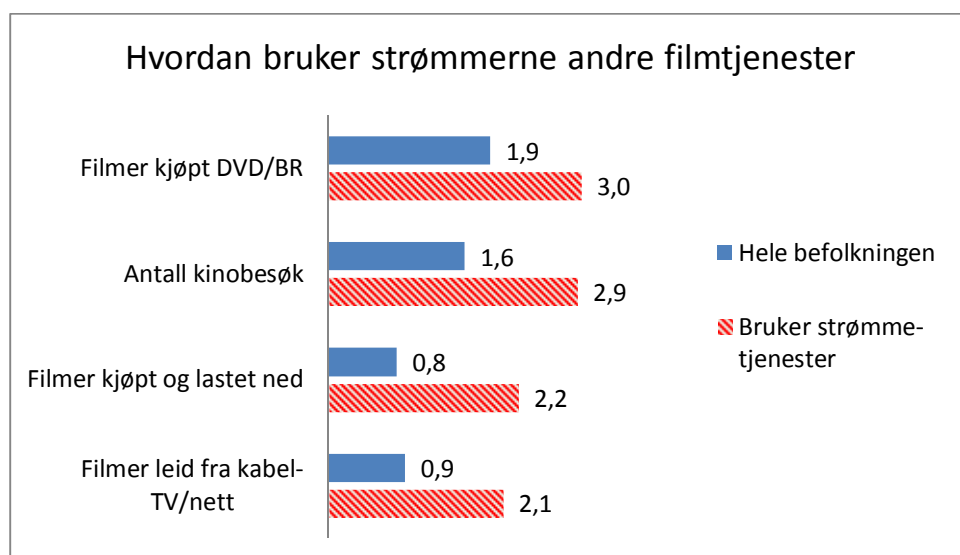
## Hvordan går det med DVD-kjøpet når det ikke lengre er nødvendig å gå ut for å få en ny film?

26 prosent av befolkningen sier de har strømmet film siste seks måneder, og i snitt 14 filmer hver. Hvordan står det til med DVD-kjøpet til disse – og går de fortsatt på kino?

En undersøkelse som dette sier ikke direkte noe om hvordan DVD-kjøperne, eller kinogjengerne, eventuelt har endret sine filmvaner hvis de har tatt i bruk nettbaserte tjenester<sup>6</sup>. Det vi kan gjøre er å se på hvor mye nettbrukerne går på kino eller kjøper DVD'er sammenlignet med befolkningen totalt.

Film & Kino har sett på strømmerne, som er den største gruppen. Umiddelbart kunne en kanskje vente at de som ser film via strømmetjenestene (Netflix), ville kjøpe færre DVD'er enn folk flest, og at det forklarer nedgangen i DVD-salget, eller at de går sjeldnere på kino enn andre. Slik er det ikke.

I snitt kjøpte folk i denne perioden 1,9 DVD'er. Strømmerne på sin side kjøpte 3 DVD'er. For kino er snittet for hele befolkningen 1,6 besøk, mens de som bruker strømmetjenester hadde 2,9 besøk i snitt. Strømmerne kjøper også vesentlig mer via de andre nettbaserte tjenestene enn befolkningen sett under ett.



Figuren viser hvordan de som har brukt ser film i de andre kanalene sammenlignet med befolkningen totalt

Vår hypotese er at de som har tatt i bruk de nye tjenestene er folk som fra før også har sett mye film. De kjøper fortsatt relativt mange DVD'er, men trolig kjøpte de enda flere før, og nå er deler av dette erstattet ved bruk av de nettbaserte tjenestene.

I hele befolkningen har andelen DVD-kjøpere gått ned fra 56 prosent i 2011 til 35 prosent i år. Det tilsvarer ca. 800.000 færre kjøpere av fysiske DVD'er sammenlignet med i 2011. Antall strømmebrukere utgjør vel en million, og tar vi med brukerne av de andre tjenestene er det nærmere 1,5 millioner.

<sup>6</sup> Det ville vi bare fått til ved å følge et bestemt utvalg over tid. Brukerne av de digitale tjenestene blir raskt flere, og får en bredere sammensetning. Derfor også vanskelig å sammenligne funn angående deres øvrige filmkonsum i undersøkelser gjort på ulike tidspunkter.

At brukerne av de nye nettbaserte tjenestene også i stor grad bruker de etablerte kanalene stemmer med det en har sett i andre sammenhenger. Disse tjenestene er fortsatt i en tidlig fase (overgangsfase), og ny og etablert teknologi vil brukes parallelt (sml. overgangen kaset > CD > nedlasting (iTunes)>strømming av musikk).

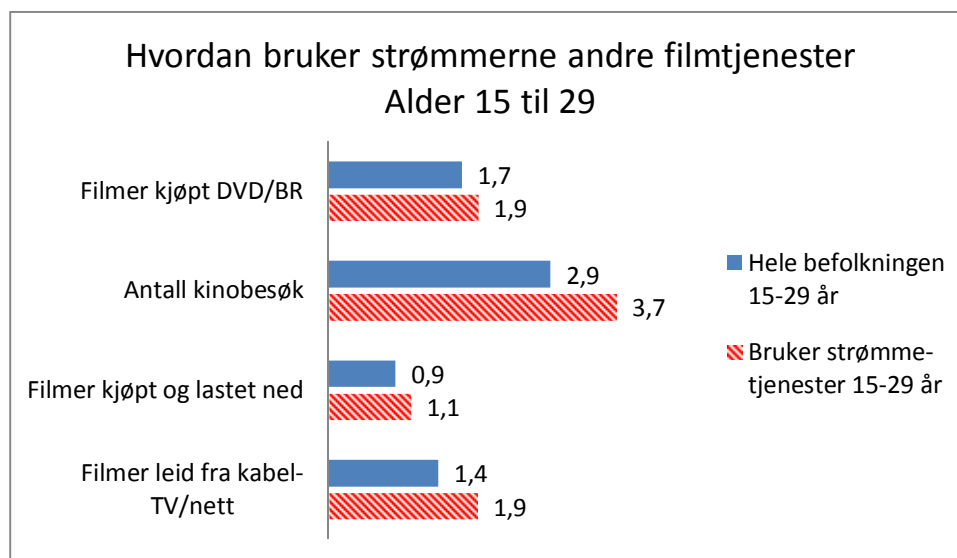
En undersøkelse fra GfK fra april bekrefter en høy andel dobbelkjøp mellom digitale og fysisk film. Blant brukerne av nettbaserte tjenester sier 60 prosent i denne undersøkelsen at de også har kjøpt film på DVD. For ikke-brukerne er andelen DVD-kjøpere 40 prosent.

Strømming og kinobesøk viser samme mønster som for DVD-kjøp. Blant dem som strømmer film er det en større andel som går på kino enn i befolkningen totalt, og de går oftere på kino.

### Hva betyr alder?

75 prosent av strømmerne er under 40 år, og femti prosent mellom 15 og 29. Dette er de som ser mest film uansett kanal. Derfor er det kanskje ikke så underlig at de har et høyere forbruk også i de andre kanalene enn befolkningen sett under ett.

I grafen under er bare aldersgruppa fra 15-29 med.



Figuren sammenligner 15-29 åringer som har brukt strømmetjenester alle i denne aldersgruppa mht. hvor mye film de ser i andre kanaler.

Forskjellen mellom de som har brukt strømmetjenestene og de som ikke har gjort det, blir mindre når en bare ser på denne aldersgruppa, men fortsatt ligger brukerne høyere i alle kanaler.

### Påvirker det digitale filmkonsumet kinobesøket?

Selv om vi ikke kan vise det direkte, er det liten tvil om at veksten i online filmkonsum er viktig årsak til nedgangen i DVD-salget. Hjemmekino har blitt enklere og rimeligere via de digitale tjenestene, og det fysiske formatet taper.

For kino utgjør ikke disse nye tjenestene en direkte konkurrent på samme måte. Å se film på kino og se film hjemme er fortsatt to kvalitativt forskjellige ting; direkte tilgang til filmene fra sofaen endrer ikke på det. Kinobesøket fikk et dropp da videoen kom på 80-tallet, men etter det har det vært

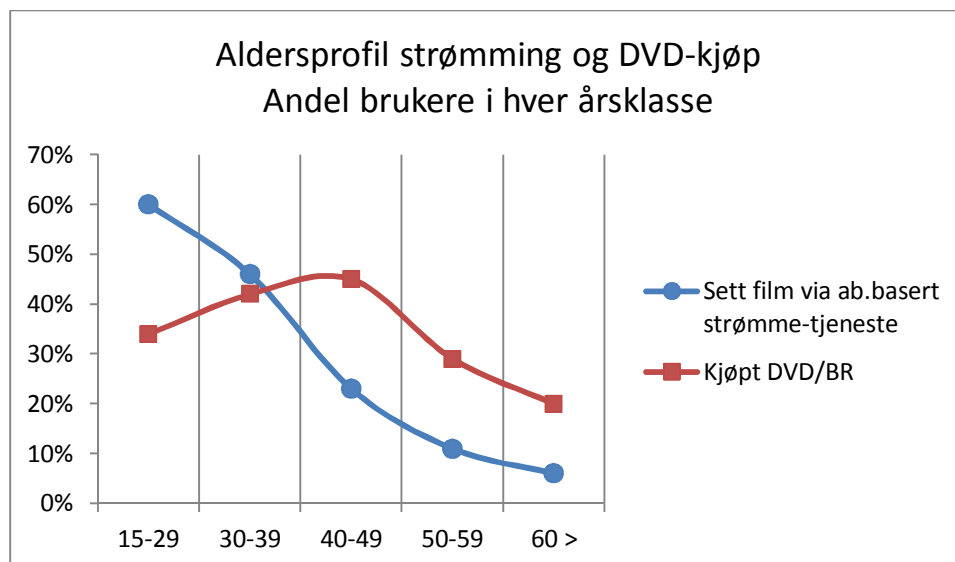
utrolig stabilt – til tross for alt som har skjedd på mediefronten i løpet av disse årene. Kan det digitale hjemmefilmkonsumet endre på dette?

Ifølge undersøkelsen hadde 52 prosent av befolkningen vært på kino i løpet av siste seks måneder våren 2013. Dette var markert ned fra forrige gang undersøkelsen ble gjennomført (høsten 2011). Kinobesøket var lavt første halvår og dermed måtte en også vente en lavere besøksandel. Men skyldes lavt kinobesøk konkurransen fra digital hjemmevideo? Kino- og filmbransjen vil nok heller peke på at flere av året store filmer har floppet, og nå på slutten av året ser vi at når de rette filmene kommer vil publikum gjerne se de på kino.

### Kino og strømmetjenestene har felles brukere

Uansett er det all grunn for kinobransjen til å følge utviklingen nøye. Ikke minst fordi den sterke veksten i strømming av film ser ut til å skje midt i kinoens kjernepublikum.

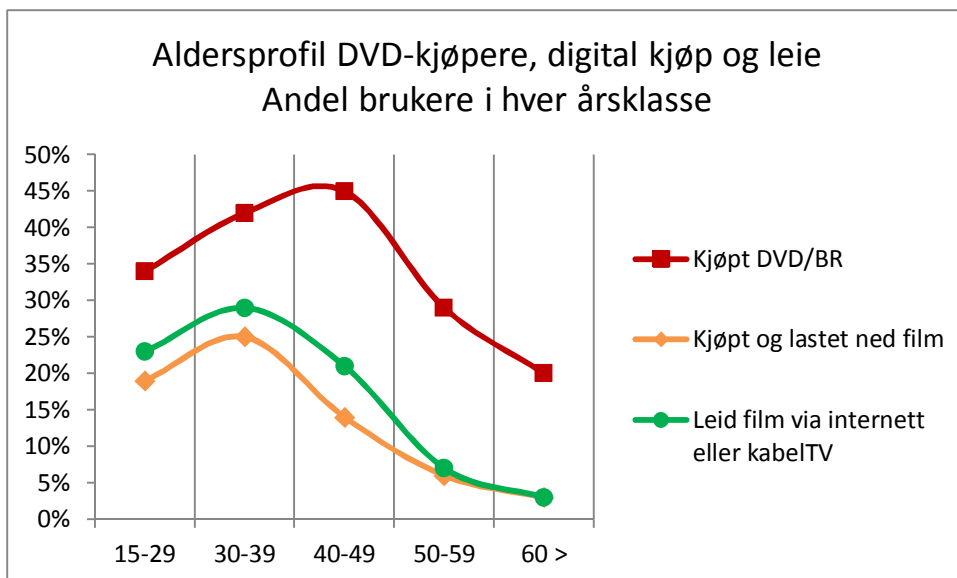
En kikk på DVD-kjøperne først:



Grafen over viser hvor stor andel i hver aldersgruppe som har brukt en strømmetjeneste (SVOD) eller kjøpt DVD.

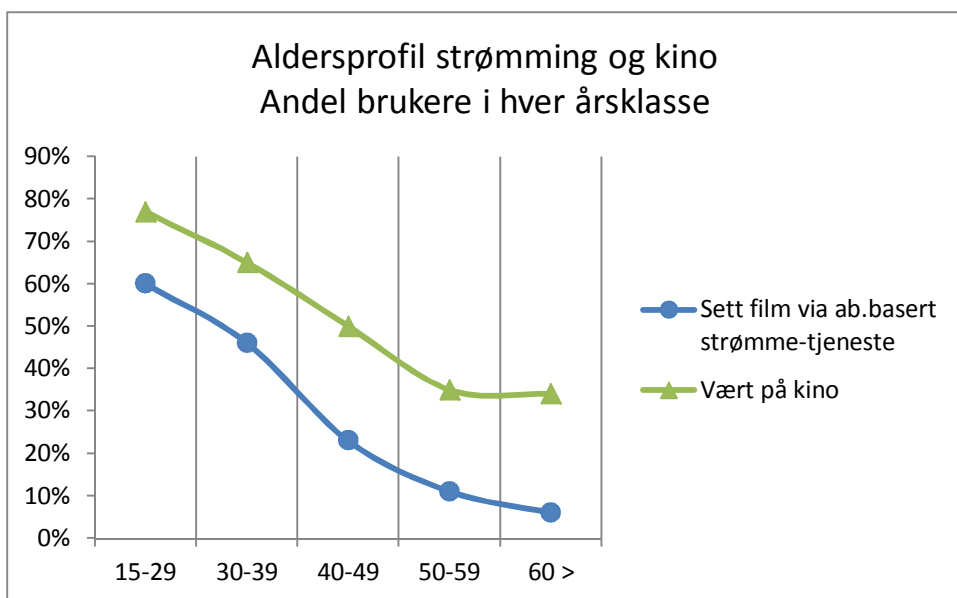
DVD-kurven forteller vel først og fremst at DVD er et «satt» medium og at brukerne nå begynner å bli voksne. Men kurven kan også indikere at frafallet har vært størst blant de unge og de «unge voksne». Den høye andelen strømmere blant de unge kontra en ganske lav andel DVD-kjøpere i denne aldersgruppen, forteller nok også at her rekrutteres ikke så mange nye DVD-kjøpere. Strømming er imidlertid så såpass nytt at det ikke kan forklare hele DVD-nedgangen vi har hatt til nå.





*Andelen i hver aldersgruppe som har kjøpt DVD, og kjøpt eller leid film digitalt*

Denne figuren viser DVD-kurven sammen med kurven for digital kjøp og leie (TVOD). Kurvene er mer sammenfallende, og tjenestene for kjøp og leie konkurrerer mer direkte på DVD-markedets banehalvdel. Disse tjenestene er også noe eldre enn strømmetjenestene, og forklarer kanskje mer av DVD-nedgangen.



*Andelen i hver aldersgruppe som har vært på kino eller strømmet film*

Kinogjengere har en helt annen profil enn DVD-kjøperne, men helt parallell til strømmerne; mange brukere blant de yngste og så faller det ganske raskt med alderen. Det betyr at de nye strømmetjenestene har mange brukere i den viktigste aldersgruppen for kinoen, og øker presset ytterligere mot en gruppe som allerede har flere andre nye digitale tjenester de skal håndtere.

## Estimat for antall filmer sett via nettbaserte tjenester i 2013

For Film & Kino har hovedformålet med undersøkelsen vært å få et anslag på hvor mye film som blir sett via de nettbaserte løsningene. Det er vanskelig å få oversikt over dette markedet; både fordi det er mange tilbydere og fordi selskapene passer godt på tallene sine. Derfor blir det å spørre folk om de bruker disse tjenestene, og hvor mye de bruker dem, eneste måten å få et visst begrep om hvor stort dette markedet faktisk er.

Film & Kino er klar over at det er knyttet betydelig usikkerhet til det å beregne volum på filmseing på bakgrunn av det folk svarer i en slik undersøkelse<sup>7</sup>. Dette er imidlertid det beste vi har, og selv om estimatene er usikre mener vi de sier noe om hva slags nivå dette ligger på.

I undersøkelsen blir det spurt om en har benyttet disse tjenestene i løpet av siste seks måneder, og i så fall hvor mange filmer en har kjøpt/leid/strømmet. De fleste vil vite om de har brukt en eller flere av tjenestene, og vi kan derfor gå ut fra at andelen brukere er ganske riktig. Det kan være verre å huske hvor mange filmer en har sett<sup>8</sup>.

### Estimat på antall filmer sett via nettbaserte filmtjenester 2013

	Andel	Filmer i snitt	Antall filmer totalt 2013
Kjøpt og lastet ned film	13 %	0,8	4,1
Leid film nett/kabel-TV	15 %	0,9	4,2
Strømmet film fra abonnementstjenester	26 %	3,7	18,2
Til sammen			26,5

*Antall filmer i millioner. «Andel» viser hvor stor andelen av befolkningen over 15 år som har brukt disse tjenestene siste 6 måneder (målt i mai 2013) slik tallene er beregnet fra Opinion Perduco. «Filmer i snitt» gjennomsnittet for alle over 15. For samlet filmforbruk i siste kolonne er tallene fra undersøkelsen ganget med to for å dekke et helt år, men redusert 40 prosent for å korrigere for antatt overrapportering.*

### Netto vekst i filmkonsumet, men likevel ikke så stort

26 millioner filmer er et høyt tall, men hvis vi samtidig ser på nedgangen for fysisk DVD, blir nettoøkningen ikke så stor. Undersøkelsen viser at andelen som har kjøpt DVD har gått ned fra 56 prosent i 2011 til 35 prosent våren 2013. For leie går andelen ned fra 20 til 10 prosent.

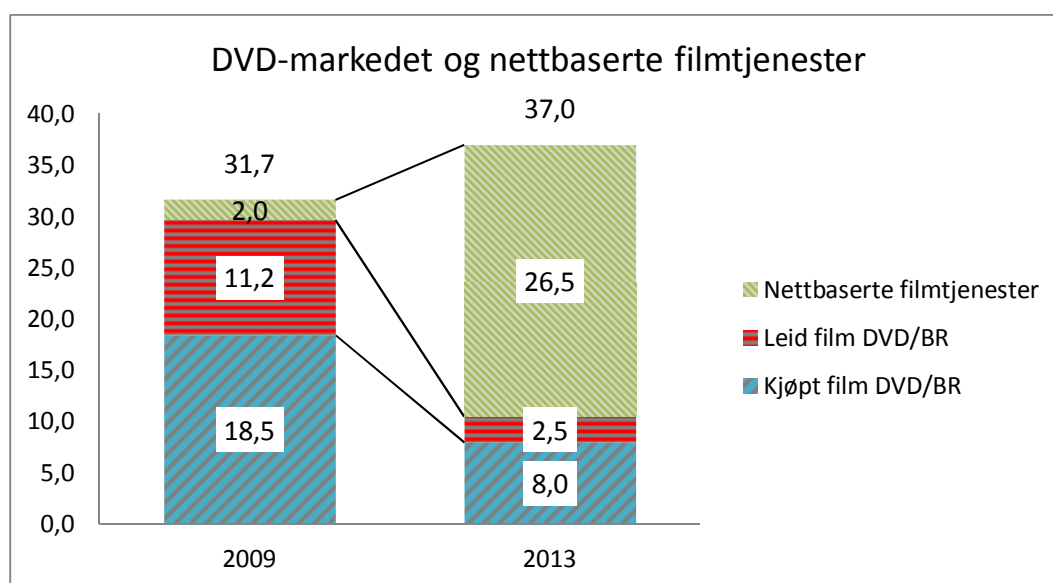
Våre egne tall viser at fra 2009 til i år er DVD-salget mer enn halvert, og leie i 2013 er redusert til under 25 prosent av volumet i 2009.

<sup>7</sup> Byråene som gjør slike spørreundersøkelser er selv tilbakeholdne med å gjøre slike beregninger. De leverer helst bare tall som viser hvor mange som bruker en tjeneste (andel) og hvor ofte (frekvens).

<sup>8</sup> For å følge utvikling over tid gir slike målinger likevel konsistens, men er nok mer usikre for å beregne volum. En tendens i slike målinger ser ut til å være at det rapporteres for høye tall. For denne undersøkelsen har vi sammenlignet rapporterte DVD-tall med faktiske tall som vi kjenner. Differansen varierer år for år, men i snitt må målte tall korrigeres ned ca. 40 prosent. For beregningene av de nettbaserte tjenestene har vi lagt inn en tilsvarende korleksjon.

	2009	2013	2009-13	2009-13 %
Kjøpt film DVD/BR	18,5	8,0	-10,5	-57 %
Leid film DVD/BR	11,2	2,5	-8,7	-78 %
Nettbaserte filmtjenester	2,0	26,5	24,5	1226 %
Totalt	31,7	37,0	5,3	17 %
DVD (kjøp og leie)	29,7	10,5	-19,2	-65 %

Med forbehold om 2013-tallene både når det gjelder nettbaserte tjenester og DVD, kan det se ut til nettoøkningen i betalt hjemmefilmkonsum er om lag 5 millioner filmer. Forskjellen i tilgjengelighet og pris mellom fysisk DVD kjøp/leie og nettbasert bruk betjent fra sofaen gjør det sannsynlig at antall filmer via disse tjenestene blir høyere.



*DVD-tallene for kjøp og leie er faktiske tal, men for 2013 en prognose. Nettbaserte tjenester estimert som beskrevet over.*