

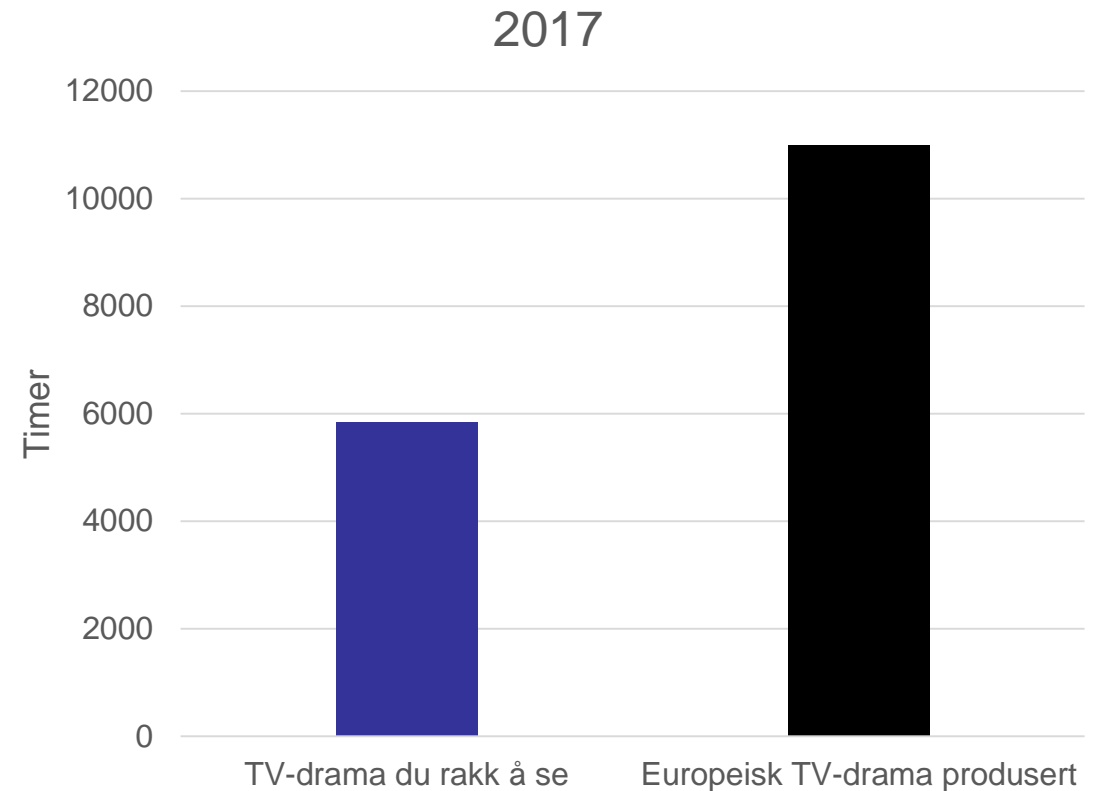
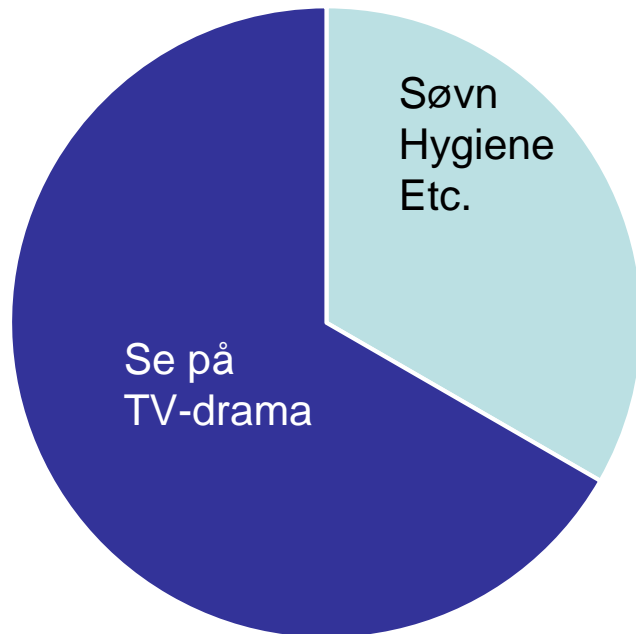


Den norske strømmøkonomien: filmer og serier

Førsteamanuensis Terje Gaustad, Inside Telecom-konferansen 8. mai 2018

Hvor mye rekker du å se?

Serie-slavens tidsbruk: døgnetts 24 timer
(...hver eneste dag!)



Strømmetjenestenes plass i landskapet

Film- og TV-bransjens verdisystem og pengestrømmer

Forretningsmodell for filmer og serier

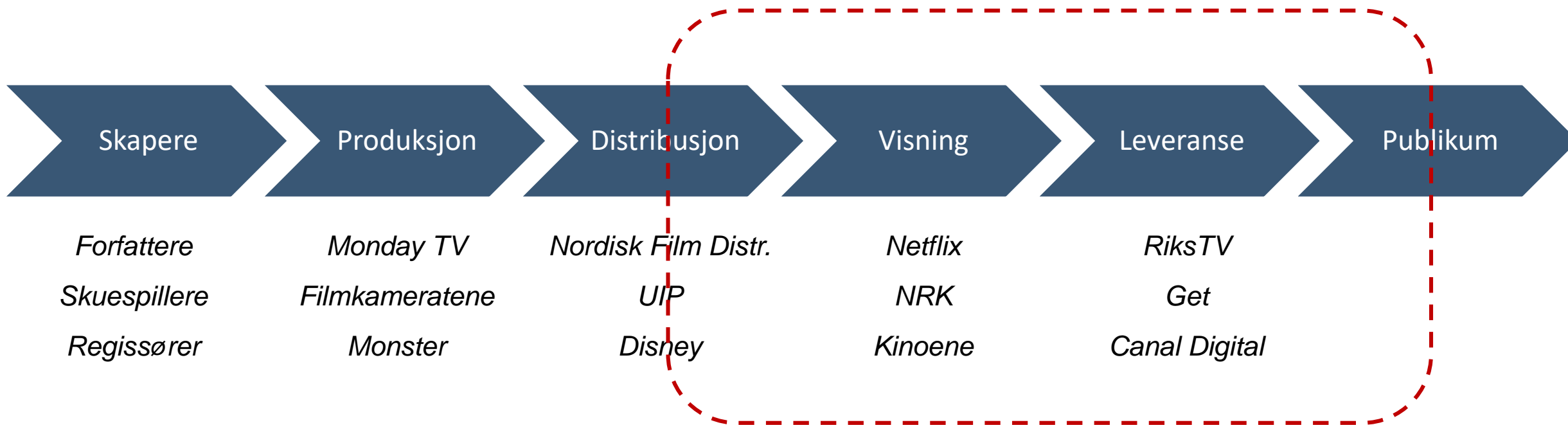
- **Windowing**

- Sekvensiell distribusjon mellom forskjellige visningskanaler
- En form for prisdiskriminering

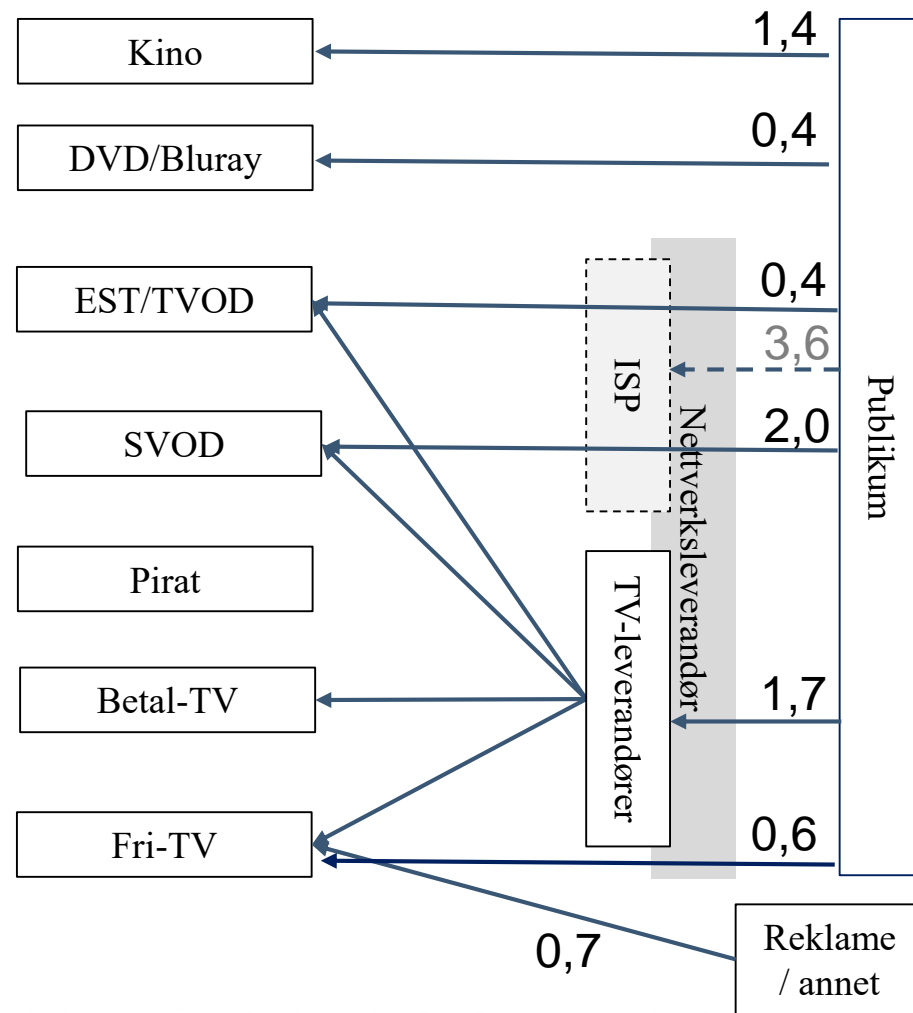
- **Eksklusive lisenser**

- Mellom visningskanaler
- For noen kanaler eller «vinduer» også innenfor hver visningskanal
- Skaper verdi i form av differensiering

Verdikjeden for filmer og serier



Det norske film- og serie forbruket



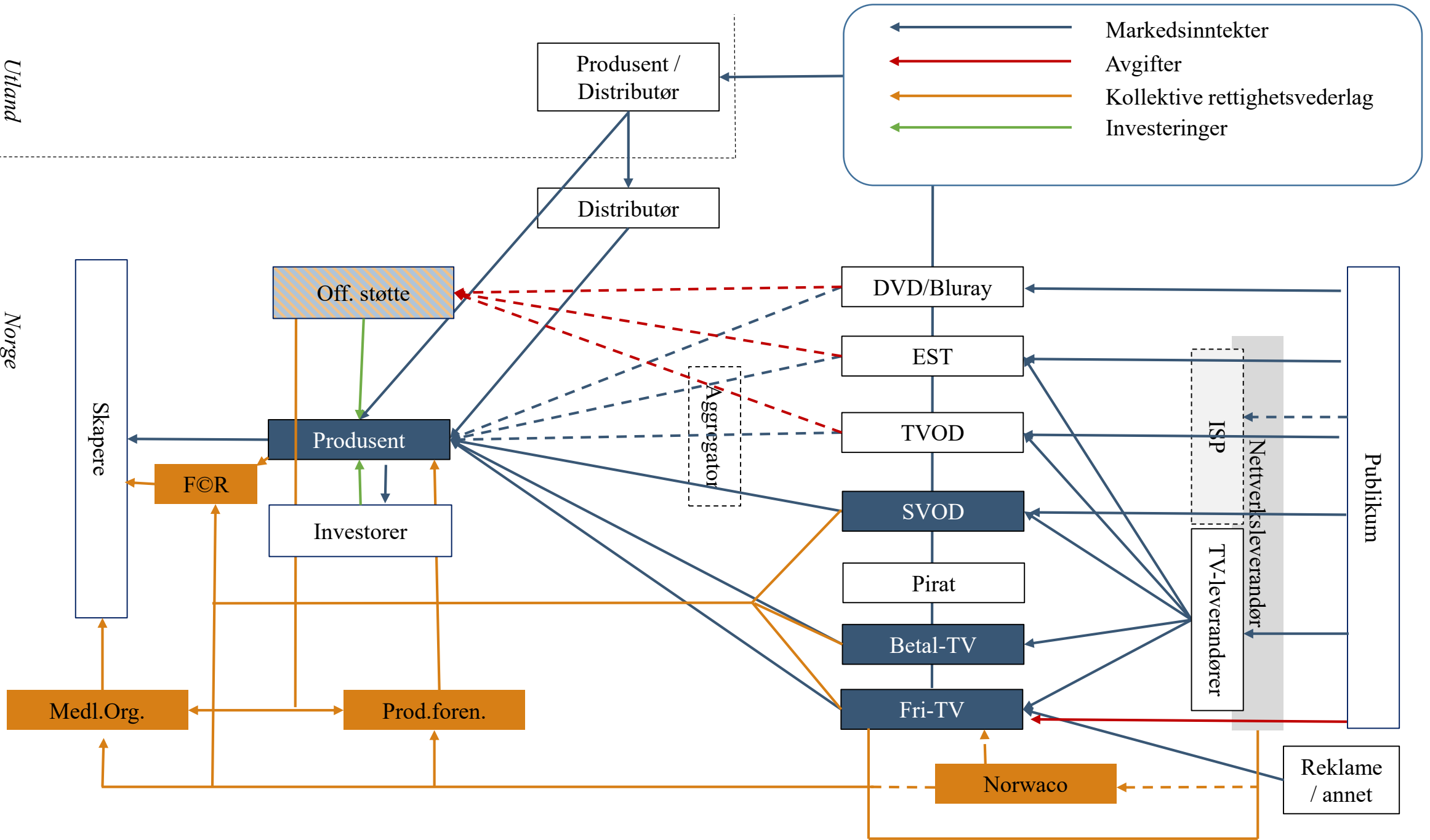
6,4
milliarder



0,7
milliarder

Utland

Norge

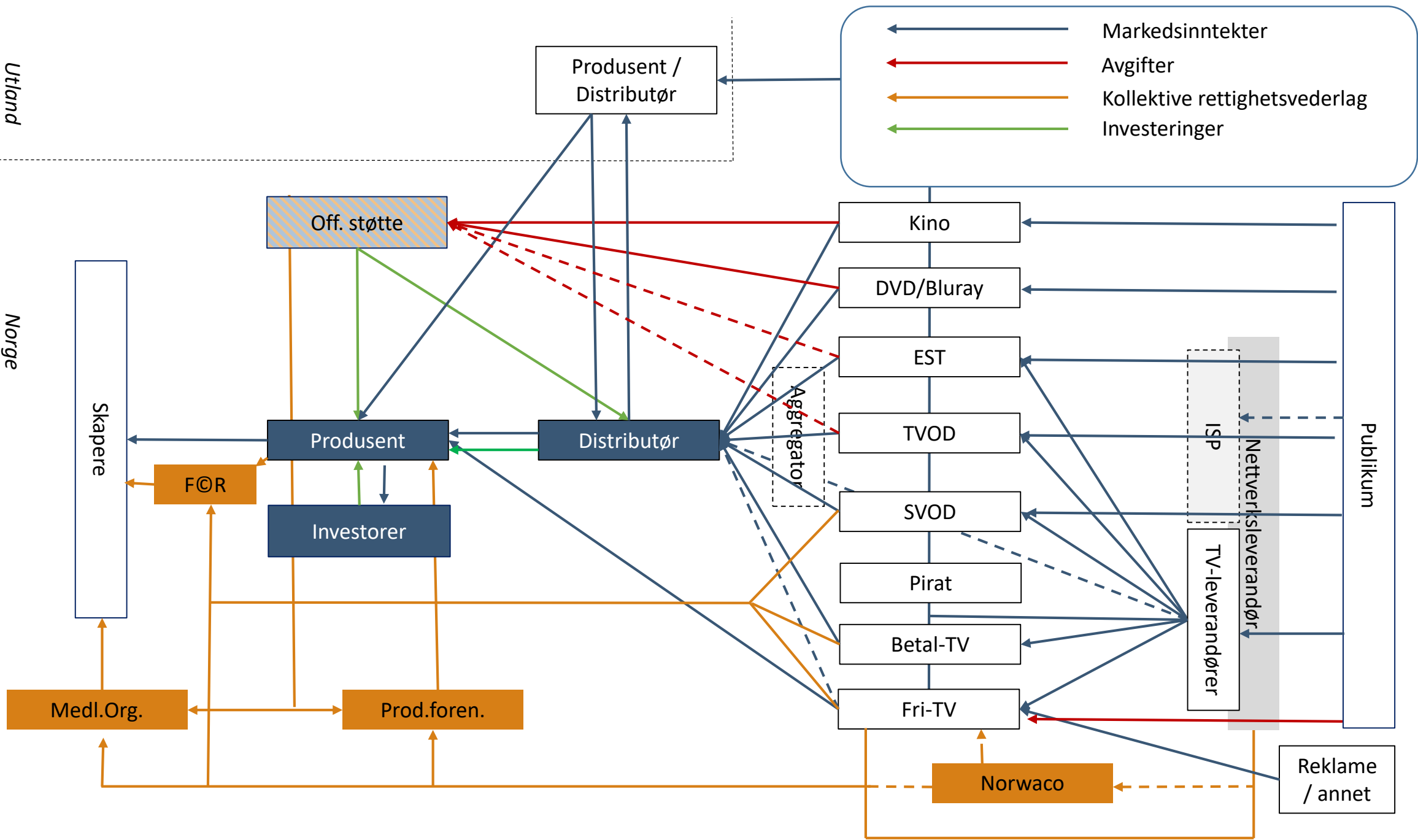


Norske serieprodusenters inntekter

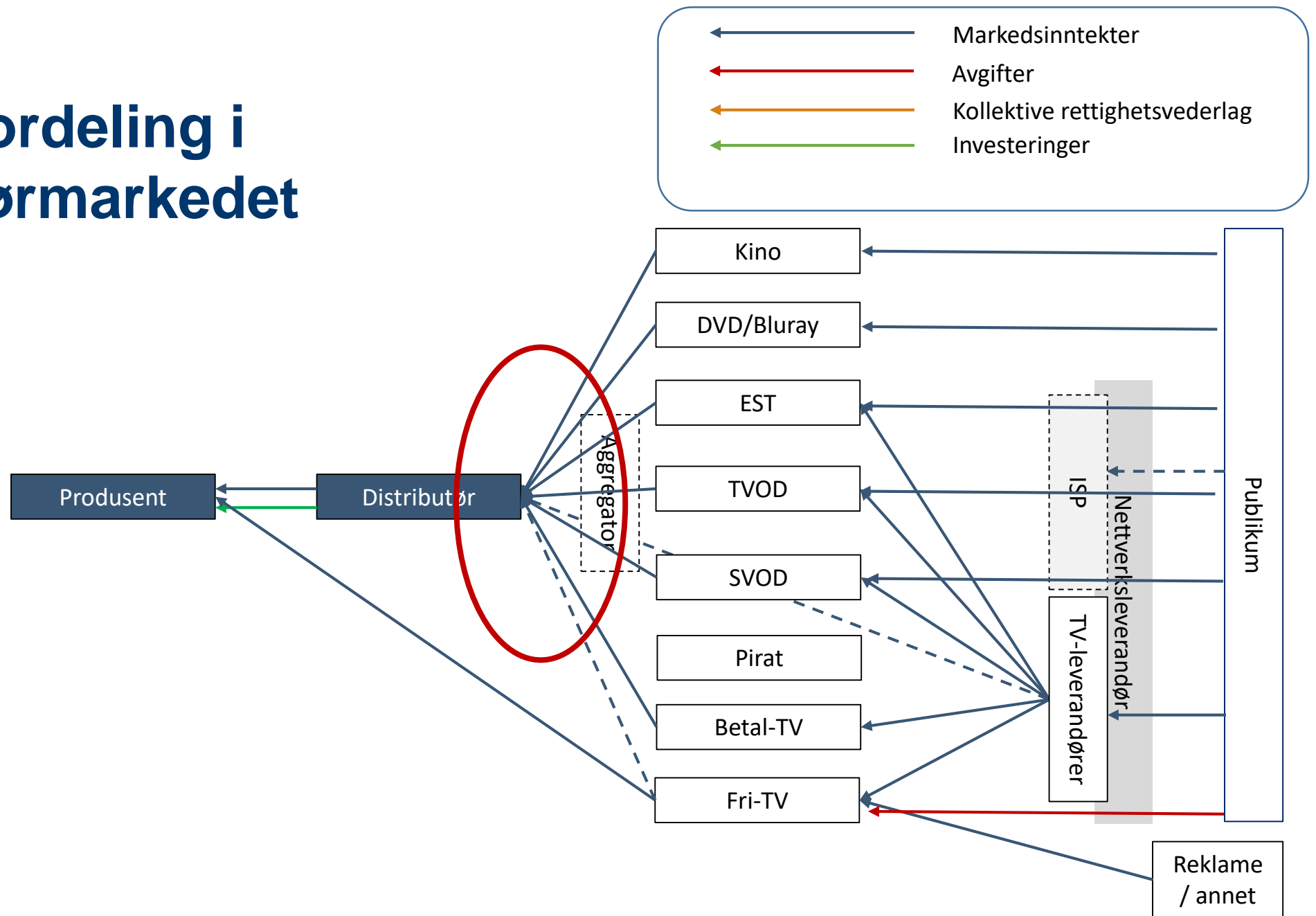
Finansieringskilde	2016
Fri-TV	64 %
Støtte fra NFI	14 %
Produsent	5 %
Regionale fond: Støtte	4 %
Intl distributør/salgsagent	4 %
Nordisk Film og TV Fond	3 %
Co-produsent	2 %
SVOD	2 %
Annet forhåndssalg	1 %
Annen norsk offentlig støtte	1 %
Norsk distributør	1 %
Annet forhåndssalg	1 %

Utlend

Norge

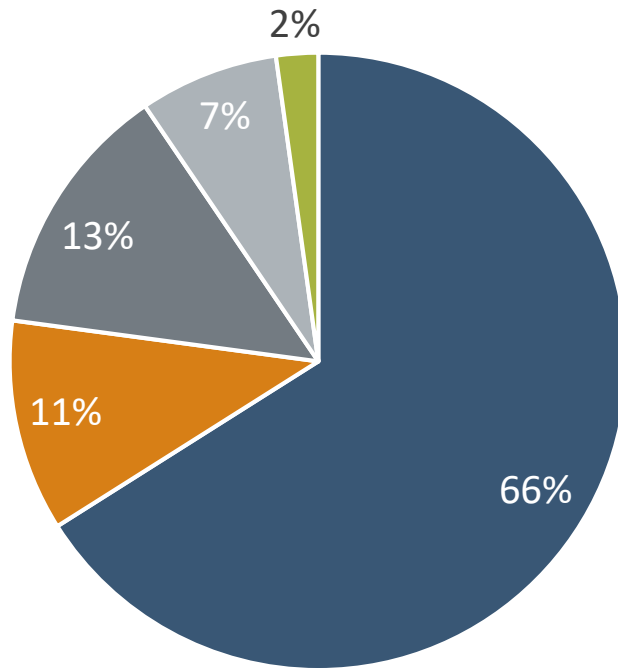


Inntektsfordeling i leverandørmarkedet for film

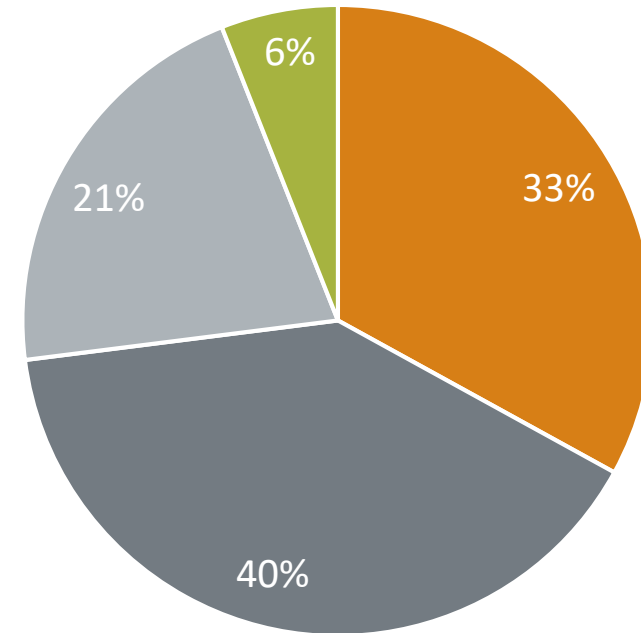


Hvordan fordeler inntektene seg hos filmdistributørene?

Inntekter til norske distributører totalt



Inntekter fra det norske hjemmevideomarkedet



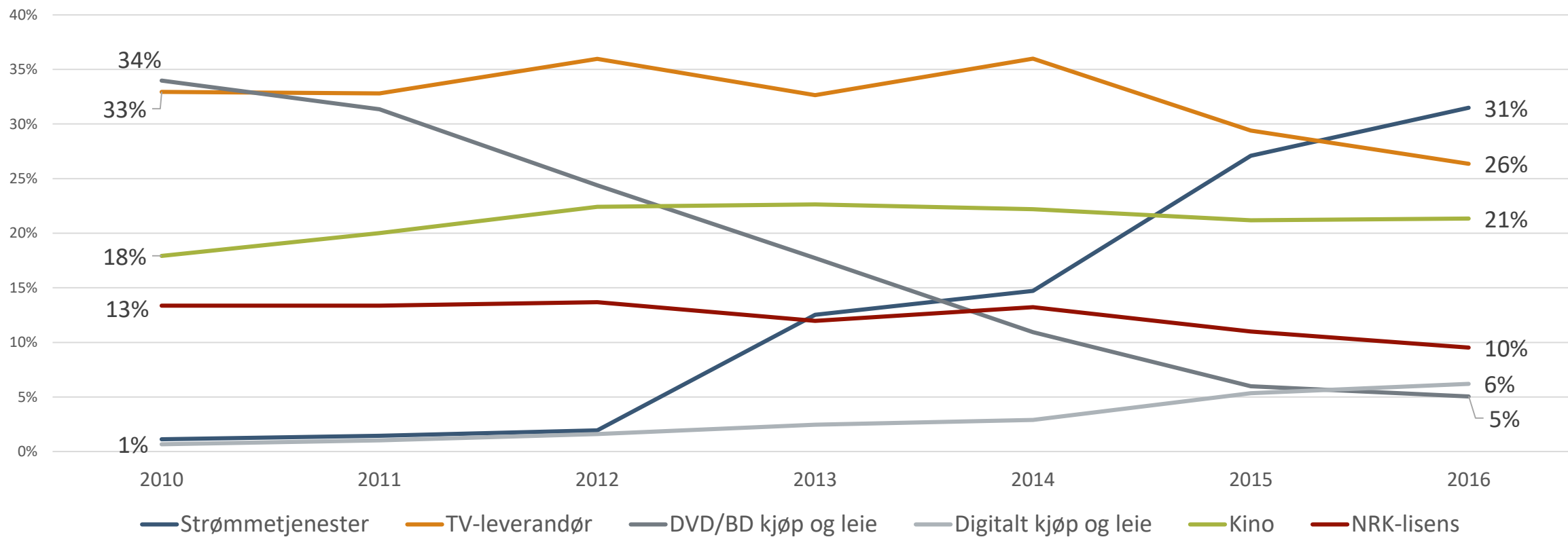
■ Kino ■ Fysisk Hjemmevideo ■ Digital hjemmevideo ■ Betal-TV ■ Stømmetjenester

Trender

Fra 2010

Ikke overraskende er strømmetjenestene den nye «hovedplattformen»

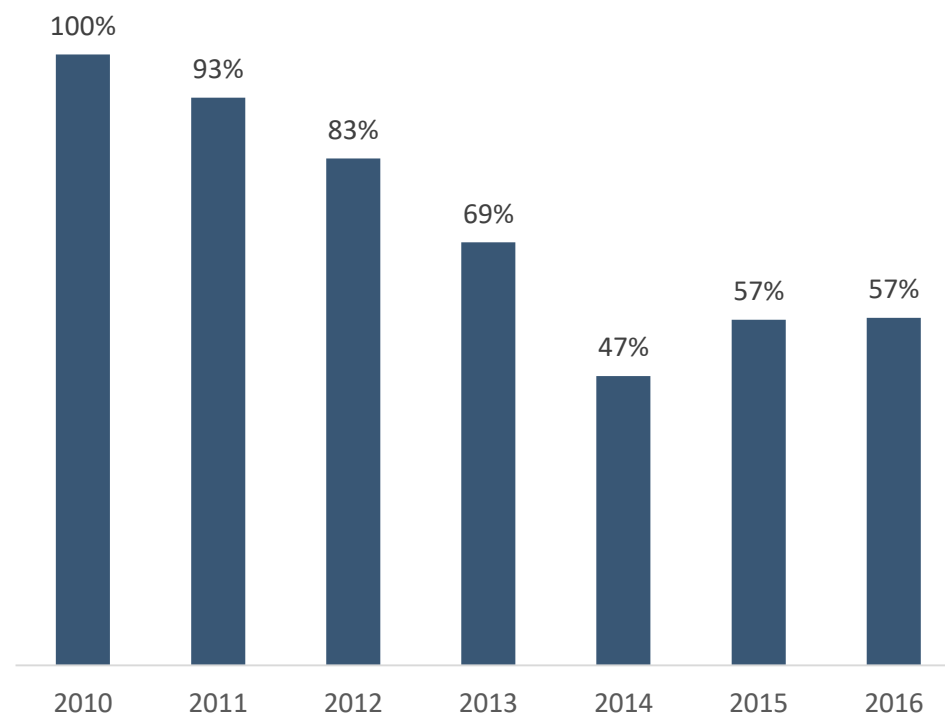
Utvikling i publikums utgifter til filmer og serier fordelt på visningskanalene fra 2010 til 2016



Publikum er vinnerne: ser mer, betaler mindre

- **Totalinntektene har økt noe, men i en periode med**
 - Befolkningsvekst
 - Sterk vekst i gjennomsnittlig konsum av filmer og serier per person
- **Samlet har det gitt sterk vekst i konsumet**
- **Justert for volumet var inntektene i 2016 nesten halvert fra 2010**

Utvikling i direkteutgifter til filmer og TV-serier (indeksert, 2010 = 100%)



Skillene i visnings- og leverandørleddene blir svakere

- **Konvergens mellom aktører i visnings- og leverandørledd**
 - Visningsaktører tilbyr egne betalingstjenester
 - Visningsaktører etablerer virtuelle TV-leverandører
 - Ordinære leverandører (TV-distributører) pakker programmer i tillegg til kanaler
- **Nye virtuelle TV-leverandører som TV 2 Sumo og Dplay**
 - Leverer tjenestene over internett, krever ikke tilknytning til en spesifikk nettverksleverandør
 - Etablerer substitutter til ordinære TV-leverandørene for «cord-cutters» og «cord-nevers»
- **Skillene viskes ut**
 - Produsentens neste serie-pitch til Get eller Canal Digital i stedet for NRK og Viaplay?
 - Hvorfor betaler ikke TV 2 Sumo videresendingsvederlag når Canal Digital gjør det?
 - Skal NRK TV, TV 2 Sumo og GET-appene reguleres forskjellig?

Potensiale i visnings- og leverandørleddene

Fergecruise	Likegyldig	71,8
Strømleverandører	Likegyldig	71,6
Persontransport	Likegyldig	71,6
Byggevarer	Likegyldig	71,2
Møbler	Likegyldig	70,5
Interiør	Likegyldig	69,5
Øvrig handel	Likegyldig	69,5
Sport	Likegyldig	69,4
Dagligvarer	Likegyldig	68,0
Kiosk	Likegyldig	67,1
TV-distribusjon	Likegyldig	67,1
Bredbånd	Misfornøyd	64,8
Klær	Misfornøyd	64,7
Strømmetjenester	Misfornøyd	64,2
Kapitalforvaltning	Misfornøyd	64,0

Kilde: Norsk Kundebarometer/Handelshøyskolen BI.

Norsk Kundebarometer 2018:

3 av 5 bunnplasseringer

For mer detaljer
og flere analyser:



RAPPORT
UTREDNING AV PENGESTRØMMENE I
VERDIKJEDEN FOR NORSKE FILMER OG SERIER

