

On-demand média veszély vagy lehetőség?

Fischer György
Ariosz

Ez az előadás nem jöhetett volna
létre a támogatásuk nélkül:



Mi az on-demand médiaszolgáltatás és mi nem az?

A lineáris médiaszolgáltatások két kritériuma (az érvényes jogi szabályozás* szerint):

- a tartalomnak egy **üzleties működésmódú médiaszolgáltató** általi közzététele,
- a **kötött műsorrend**, amelytől a fogyasztónak nem áll módjában eltérni.

Nem-lineáris média ≠ on-demand médiaszolgáltatás

Három feltétel van, amelyek fennállása esetén, egy médiaszolgáltatás **on-demand (lekérhető) médiaszolgáltatás**:

- a tartalom **üzleties működésmódú tartalom-szolgáltató** (médiaszolgáltató) általi közzététele
- a szolgáltatás kínálatának **szerkesztett** volta, azaz **tudatosan összeállított műsorkínálat**
- **a médiafogyasztó döntési és választási szabadsága**
 - az igényelt tartalom mibenlétével kapcsolatban
 - az igénybevétel időpontjával kapcsolatban

**„...a médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok műsorrend alapján történő, egyidejű megtekintését, illetve meghallgatását lehetővé tevő médiaszolgáltatás.”*

2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól, 1. § 5.

Mi **NEM** on-demand médiaszolgáltatás?

NEM on-demand médiaszolgáltatás:

- a közösségi video megosztók
- a P2P letöltés, vagy a fájlcsere

Hiányzik a folyamatból az üzleties működésmódú tartalom-szolgáltató vagy / és a szerkesztettség, a tudatosan összeállított kínálat mozzanata is.

NEM on-demand médiaszolgáltatások továbbá:

- élő streaming, webtelevízió (webcasting , simulcasting)
- time shifting tévzés
- near video on-demand, **NVoD**

Ezek ugyanis **lényegüket tekintve lineáris média-szolgáltatások**, bár nem a hagyományos technológiát használják.

Ugyancsak **NEM** on-demand médiaszolgáltatás:

- A digitális kamerával vagy fényképezőgéppel történő **internetes újságírás**.

Most már itt az ideje, hogy megmondjuk mi az on-demand média...

Az on-demand médiaszolgáltatások ezen előadás definíciója szerint:

- **VOD szolgáltatások**

Kizárólag digitális televízió előfizetők számára, set-top box segítségével elérhető on-demand médiatartalom.

- **Catch-up TV**

Televíziós tartalmak online közzététele.

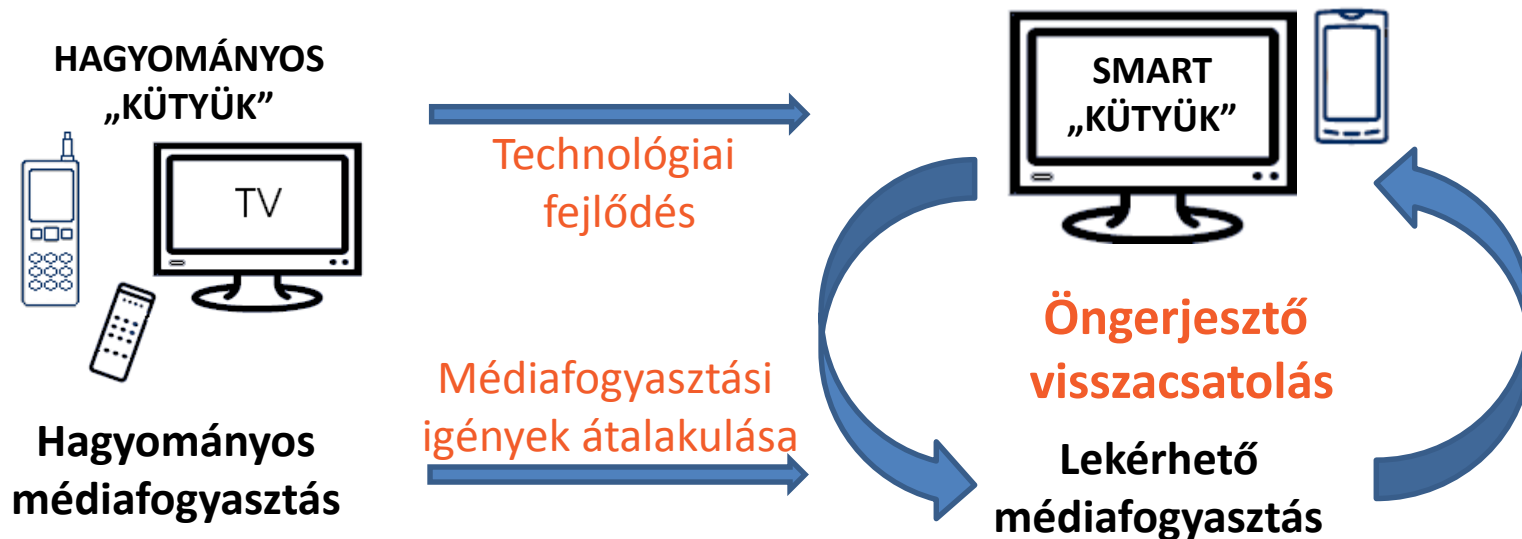
Szerkesztett televíziós műsorfolyam médiatartalmainak a televíziós sugárzás utáni digitális közzététele online. Illetve online felületen, ingyenesen vagy térítés ellenében elérhető, élő vagy késleltetett TV műsorok.

- **OTT (Over-the-top) on-demand streaming**

Önálló mozgóképes alkotásokat, tévéműsorokat, sorozatokat, filmeket és egyéb **médiatartalmakat szerkesztett rendben közzétevő legális online oldalak**, melyek lehetnek ingyenesek, vagy fizetősek.

A technológia és a fogyasztási szokások egymásra hatása

- **Az új típusú technológia:** Összeolvadás egy-egy small-screen és large-screen eszközbe
 - Large screen > minél nagyobb, annál jobb > 40" vagy több
 - Small sreen > irány az 5+" > összehajtható, feltekerhető



- **Az új típusú fogyasztói igények:**
 - Azt nézhessek, amit akarok és akkor amikor akarom
 - Friss és bőséges választék
 - Lehetőleg egy helyről, amely lefedi a médiatér jelentős részét
 - Egységes, könnyen áttekinthető, kereshető és kezelhető struktúrában
 - Megfelelő kép- és hangminőségben (HD)
 - Ingyen, vagy nagyon jól árazottan

Az on-demand médiapiac helyzete Magyarországon

- Kialakult a lekérhető (on-demand) médiaszolgáltatások piaca
- Ám nem vált üzletileg önállóvá
- Fogyasztói oldalról a többség számára ma még újdonságnak számít
- Csak gyengén ágyazódtak be a mindennapi média-fogyasztási szokások közé

A tévécsatornák:

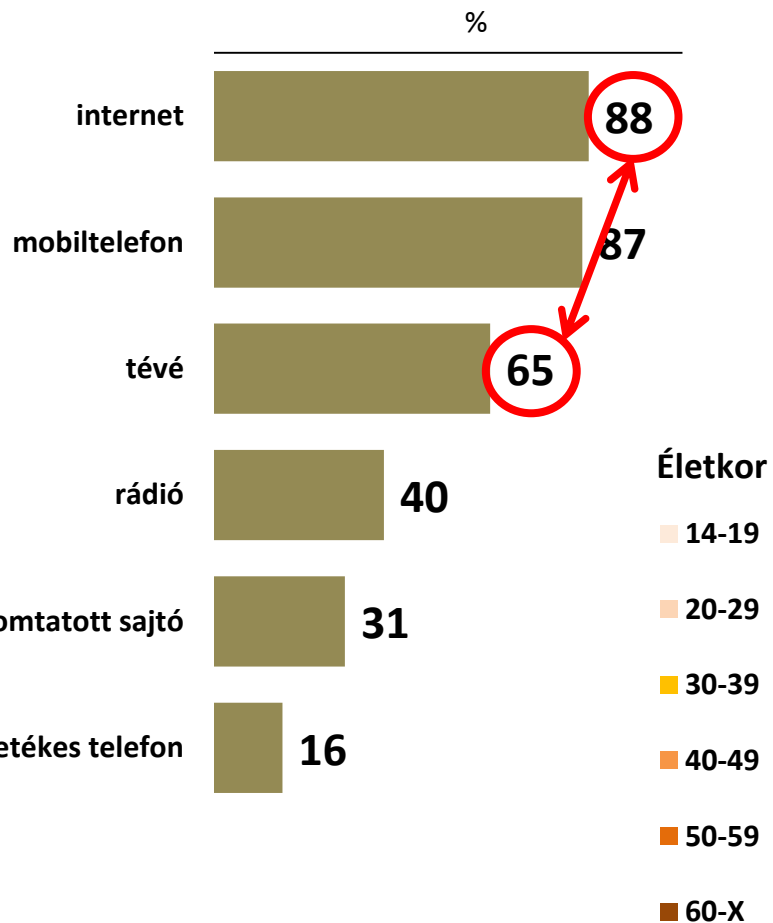
- **A catch up TV megoldások** egyelőre csak a core business (lineáris tévé) kiegészítő eszközei.
- Elsősorban marketing célra: fő céljuk a néző becsalogatása a televíziókészülék elé.
- Ezek önálló, profittermelő kezelésére üzleti modell egyelőre nincs.

A fizetős tévészolgáltatók:

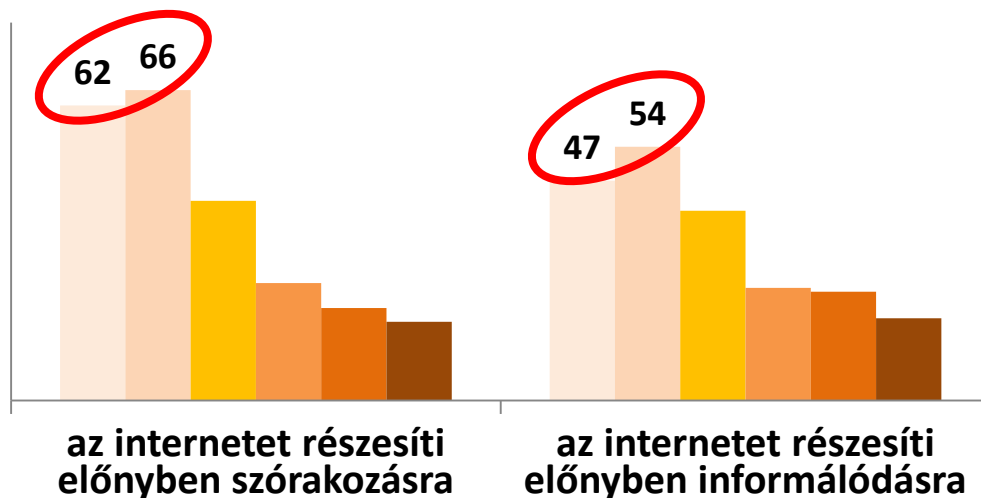
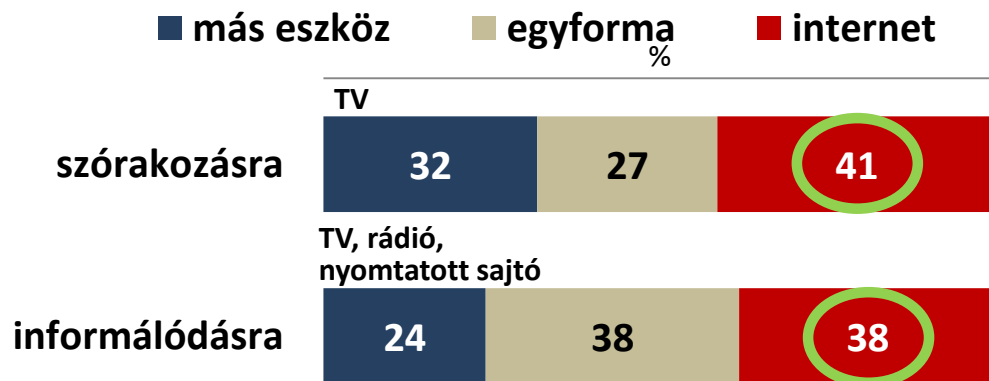
- Set-top boxon keresztül történő **VoD szolgáltatás**
- Megjelentek az **OTT (Over the Top) jellegű szolgáltatások** is (pl. T-Home Moziaréna).
- Ám ezek (a jogdíjakhoz kötődő megállapodások miatt) **meglehetősen drágák** és többnyire **szolgáltatói előfizetéshez kötöttek**.

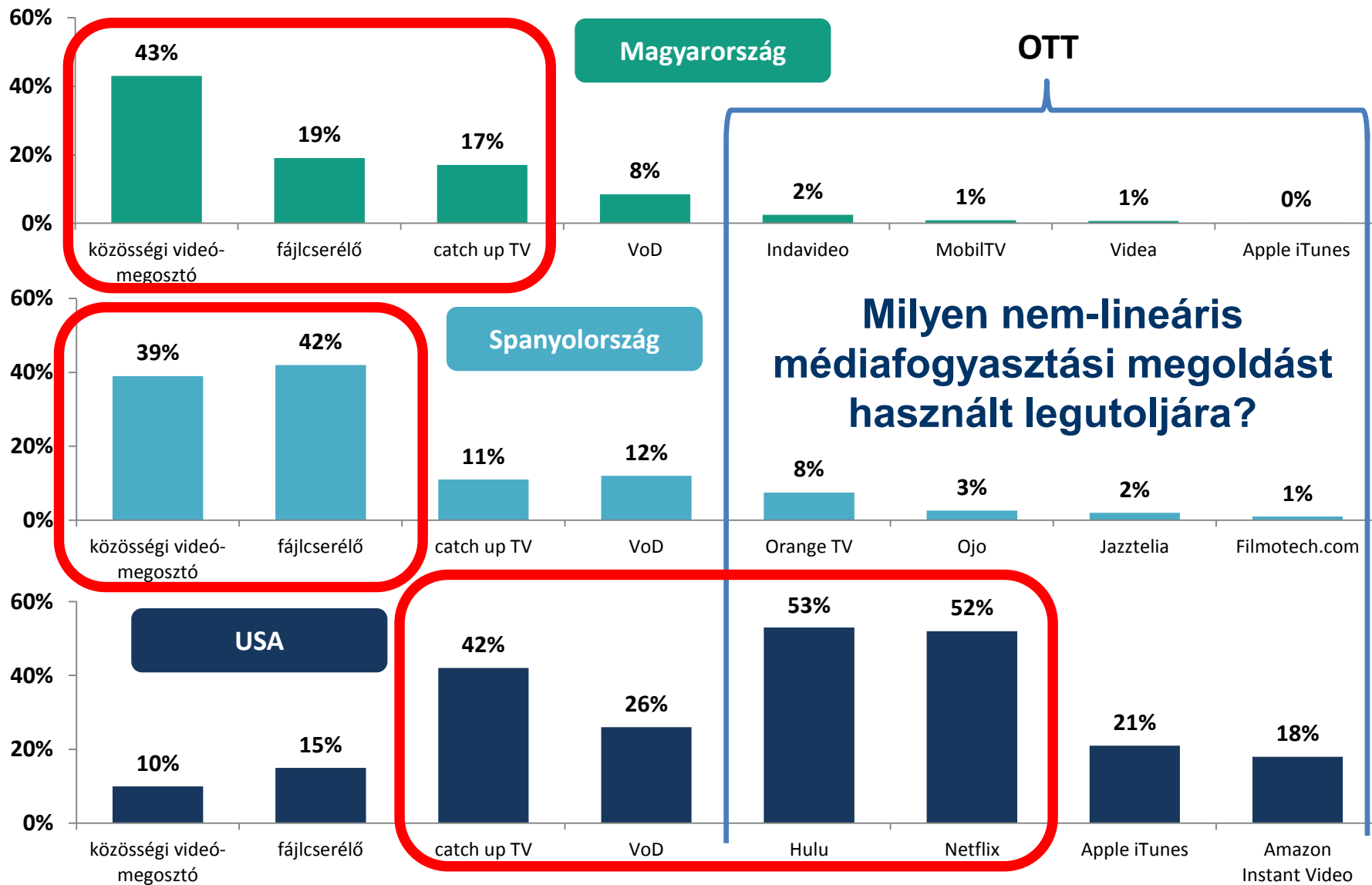
Az internet előretör a mindennapokban (Adatok a 14+ internetező lakosság körében)

Mit tart nélkülözhetetlennek az életében



Mely eszközt használja többet





Az üzleti modell problematikája

- **Mélyinterjú tapasztalat** : a szolgáltatók erősen szkeptikusak egy jól működő üzleti modell kialakításának lehetőségével kapcsolatban.
- Fő akadálynak felhasználói oldalról az **illegális letöltéseket** tartják.
- **Nemzetközi tapasztalat: ha megfelelően árazott és megfelelő kínálatú legális OTT tartalmakhoz lehet hozzáférni, az illegális letöltés erősen visszaszorult.**
- Ez azonban ez egyelőre csak az USA-ban és pár EU tagállamban valódi tendencia.

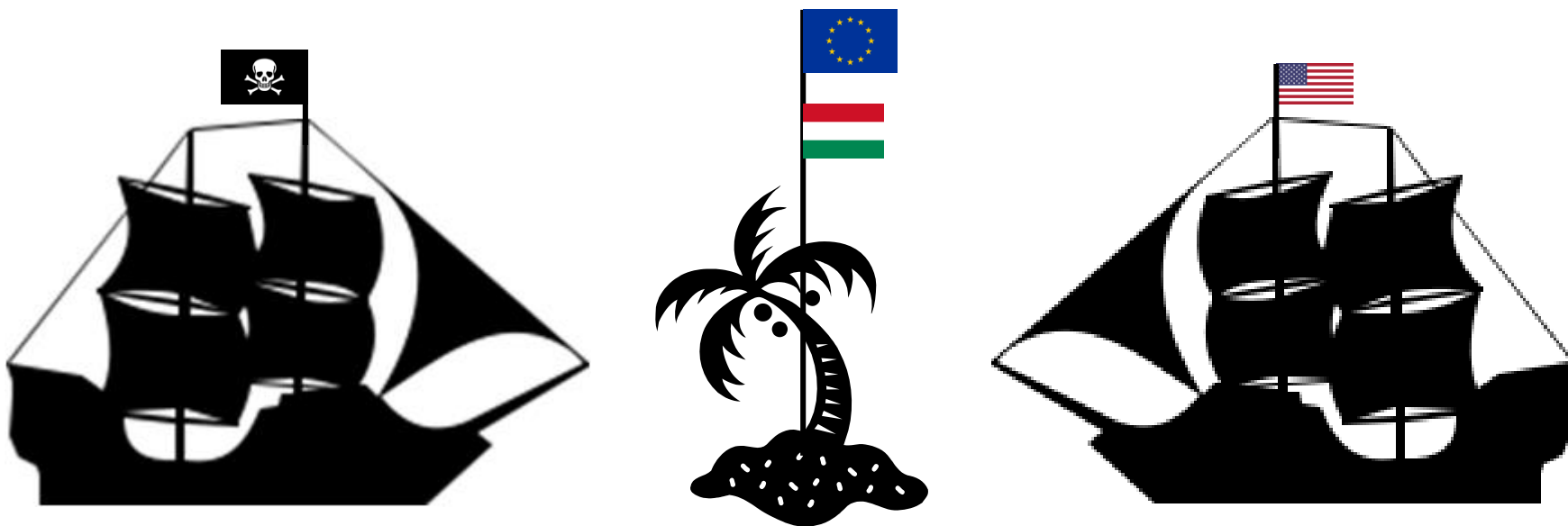
OKOK:

- Valószínűleg csak a médiatartalmak **eredeti jogtulajdonosai** által létrehozott **joint-venture vállalkozások** tudnak **tényleges profittermelő képességgel** ilyen nyújtani.
- Figyelembe véve a szerzői jogokat, nem látunk más életképes üzleti modellt.
- Kurrens médiatartalmat nagyon széles választékban és elég olcsón csak így lehet nyújtani.

Életképes lekérhető médiaszolgáltatás létrehozására és fenntartására kizárólag a jogtulajdonosok széles szövetsége lehet képes.

Fenyegetések

- **A tartalom-előállítás amerikai dominanciája** miatt a legvalószínűbb az amerikai háttérű cégek piaci előretörése.
- A másik nagy fenyegetést a kalóztöltések jelentik.



- Mi lesz a lineáris média reklámbevételeivel?
- Kik lesznek az új leosztás nyertesei (lesz-e köztük európai)?
- Kik lesznek a nagy vesztesek?

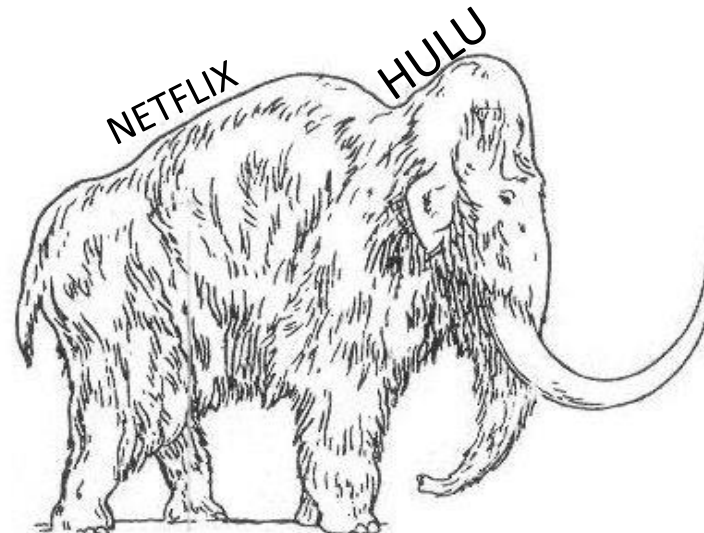
A méret a lényeg?

Több tényező is a jelentős méretű OTT szereplők „malmára hajtja a vizet” :

- A tartalom előállítók (filmstúdiók, sorozatkészítők, tévétársaságok) **közvetlenül tudnak kilépni a „kiskereskedelmi” médiapiacra OTT-n.**
- Mivel a szerzői jogok eleve az övék, ezért **sokkal olcsóbbak.**
- Életképes lekérhető szolgáltatáshoz **friss és széles választékot** kell garantálni.
- Élvezhető és jól használható rendszer kialakítása **jelentős befektetést igényel.**
- Ezért a legnagyobb amerikai tartalom-előállítók OTT összefogása (pl. Hulu) gond nélkül letarolhatja még a legjelentősebb európai versenytársakat is.

Az új típusú fogyasztói igények:

- **Azt nézhessek, amit akarok és akkor amikor akarom**
- **Friss és bőséges választék legyen**
- **Lehetőleg egy helyről, amely lefedi a médiatér jelentős részét**
- **Egységes, könnyen áttekinthető, kereshető és kezelhető struktúrában**
- **Megfelelő kép- és hangminőségben**
- **Ingyen, vagy nagyon jól árazottan**

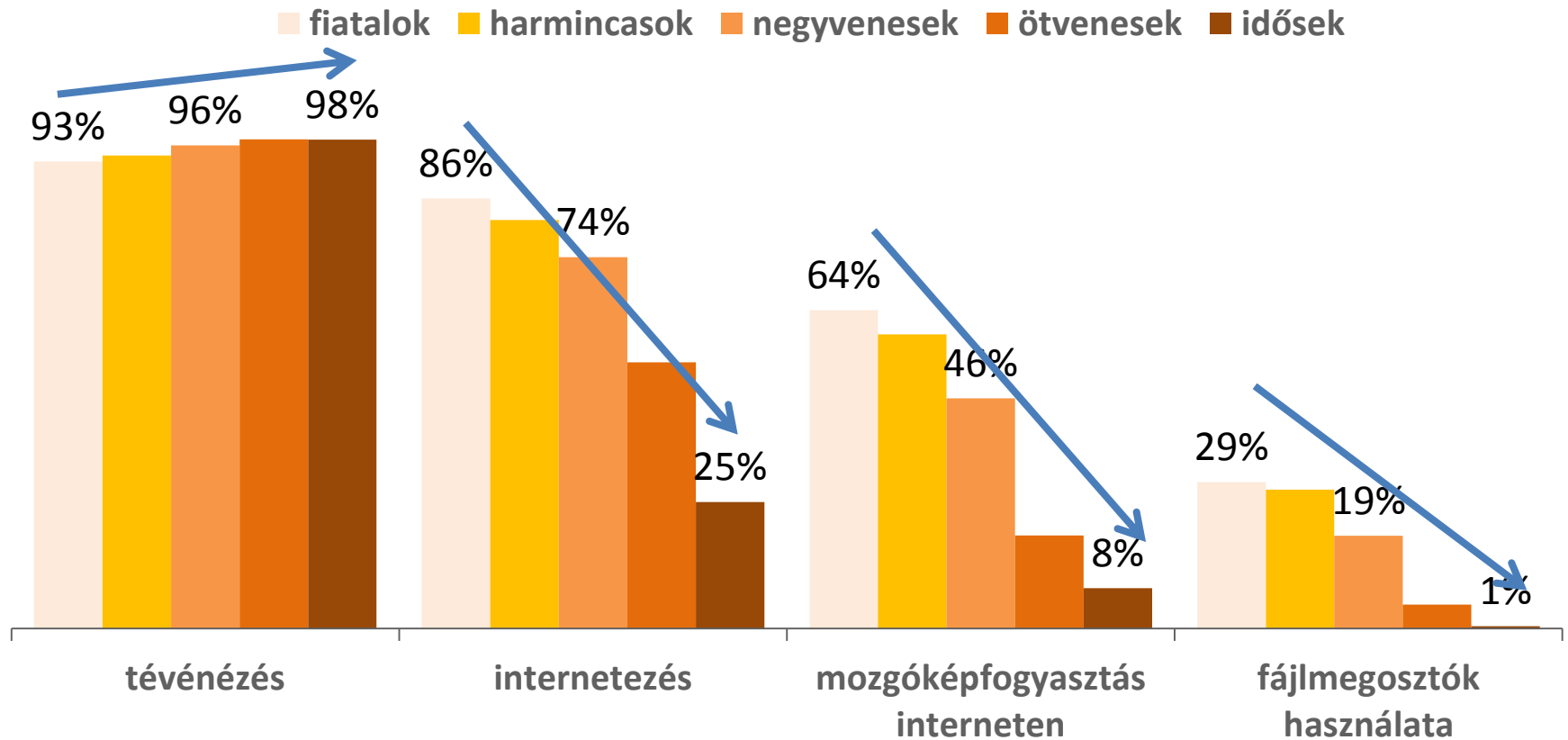


A hazai on-demand médiapiac fejlődése előtt álló fontosabb korlátok

- **Az üzleti modell kialakulatlansága** – nincs modell a profitábilis működtetésre.
- **Üzleti kultúra és gondolkodásmód:** a joint-venture hagyományok hiánya. Az USA-ban a „**versengve együttműködni**” gondolat sokkal jobban benne van a vezetők gondolkodásában.
- **A médiafogyasztók egy részének „digitális éretlensége”**
- **A fizetőképesség korlátai**
- **Az illegálisan és ezáltal ingyenesen elérhető tartalmak** széles kínálata és az illegalitás nem kellő szankcionálása.
- **A nyelvi korlátok**
 - **A hazai médiafogyasztást a szinkronizált tartalmak** uralják, a fogyasztók ehhez szoktak
 - Ebből fakadnak **a hazai piac méret-gazdaságossági korlátai:** magyar nyelvű tartalmakat sokkal kevesebben fogyasztanak, mint angol nyelvű tartalmakat.
 - Ezért egy magyar nyelvű OTT fejlesztés megtérülése rendkívül kétséges

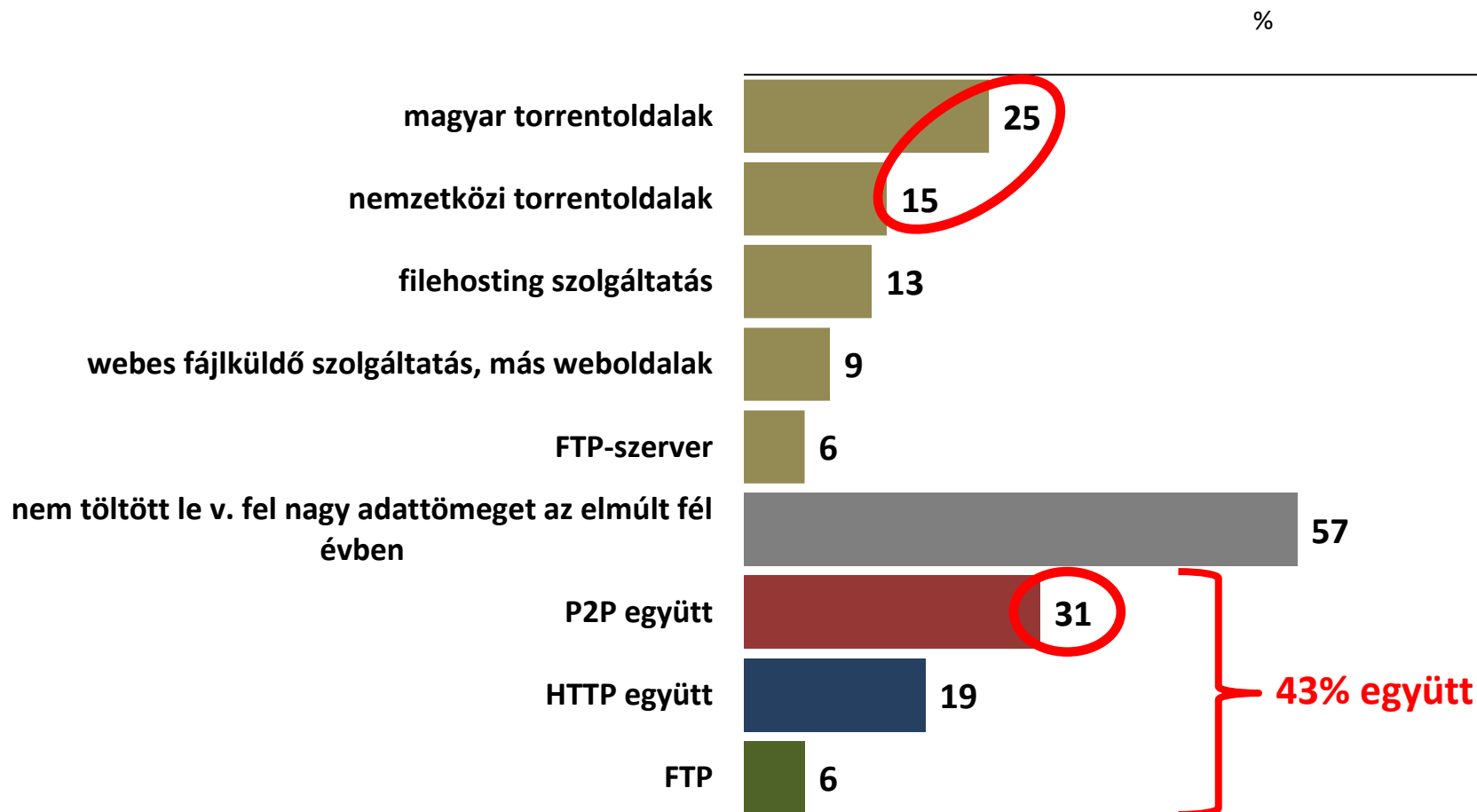
„Digitális érettség”

(Arányok a teljes 14+ lakosság körében)



Illegális tartalmak hozzáférhetősége

(A magyar 14+ internetezők hány százaléka használta ezeket a megoldásokat – önbeszámoló alapján)



Miért van oka félni a magyar médiának - egy analógia: ahol már megjelentek az amerikai versenytársak -

(Videómegosztás, videónézés gyakorisága
 a magyar internetezők körében)

Táblagépen vagy okostelefonon

■ mindennap ■ heti többször ■ heti egyszer ■ ritkábban

%

Facebook



YouTube



magyar sajtók
 valamelyike



Asztali PC-n vagy laptopon

■ mindennap ■ heti többször ■ heti egyszer ■ ritkábban

%

Facebook



YouTube



magyar sajtók
 valamelyike

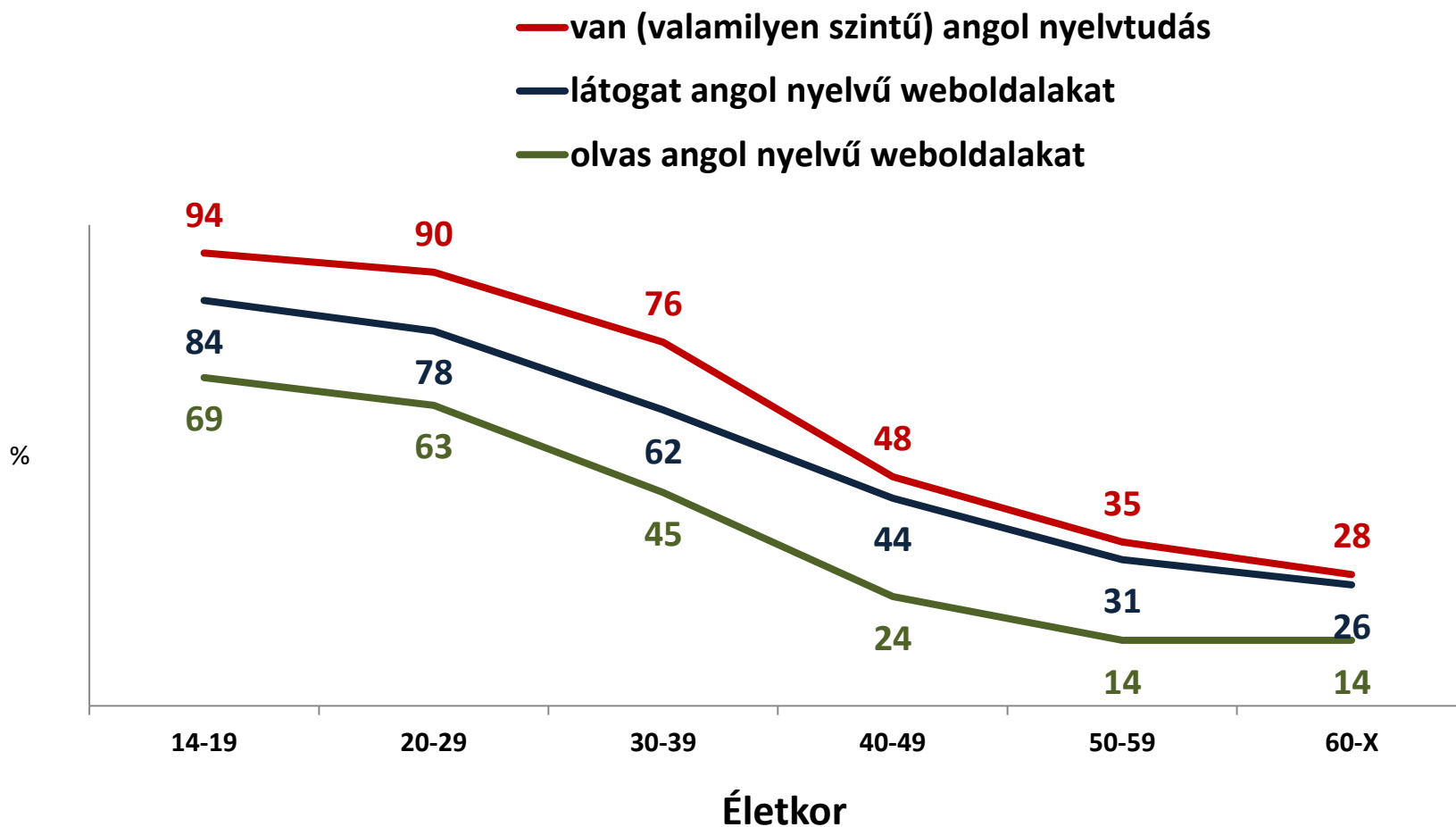


Mekkora a veszély: a nemzetközi OTT szolgáltatók megjelenése

- A magyar piacra való belépésük megítélésünk szerint **rövid távon nem valószínű**.
többek között a nehezen kezelhető szerzői jogi viszonyok miatt
- Ha e szolgáltatók megkezdénék működésüket a magyar piacon, akkor méretükből, súlyukból eredően **fenekestül forgatnák fel** azt.
- **A Hulu és Netflix** esetében a **működőképes üzleti modell** rendkívül vonzó:
 - magas minőség
 - könnyű hozzáférhetőség és kereshetőség
 - folyamatosan frissülő, impozánsan széles választék
- **A nagy számú, kurrens tartalom** jelentős versenyelőnyt jelent számukra.
- A Hulu vagy a Netflix ellen még teljes hazai összefogással is nehéz lenne valódi alternatívát állítani.
- A jelenlegi jogi környezet: a hazai szereplőket köti, míg a nemzetközi szolgáltatót nem érinti.
- **Jelentős korlátok vannak azonban a Hulu vagy a Netflix előtt is:**
 - Nyelvi korlát: a magyar lakosság elvárja a szinkront.
 - Az ebből fakadó méretgazdaságossági kérdést nekik is kezelniük kell.

A nyelvi korlátok nem áthidalhatatlanok

(Magyar 14+ internetezők nyelvhasználata internetezés közben)



A mérés lehetőségei

Az on-demand médiafogyasztás jelenleg nem mérhető hitelesen.

- Ezért a hirdetőik egy része kerüli ezt a területet; vagy csak nagyon mérsékelt áron értékesíthetőek ezek a hirdetési lehetőségek.
- Éppen a fogyasztói magatartással kapcsolatos információk hiányoznak leginkább.
- A lekérhető médiaszolgáltatások fogyasztásának mérése nemzetközi és magyar viszonylatban is nehézségekbe ütközik.
- Megvalósítása a fogyasztók által használt technikai eszközök sokfélesége és a fogyasztók ellenérzései miatt is bonyolult és költséges.
- A technológiai eszközök részben rendelkezésre állnak, ám bevezetésük hazánkban egyelőre nem várható.
- A fejlesztések megtérülése a magyarországi piac kis mérete miatt kérdéses.
- Problémát jelent az adatokra vonatkozó fizetőképes kereslet hiánya is.

Köszönöm a figyelmet!

Fischer György

Ariosz

Mobil: +36 20 967 52 07

e-mail: fischer@ariosz.hu