

Tilgjengelighet av norske kinofilmer i VOD-tjenester i det norske markedet

Innledning

Markedet for film og tv-serier er i endring. Digitaliseringen har gitt nye plattformer for formidling av audiovisuelt innhold og har ført til endringer i forretningsmodellene. Kino som plattform står fremdeles sterkt, men publikum ser stadig mer film på nye plattformer og særlig bruken av abonnementsbaserte strømmetjenester er økende. Norsk films markedsandel på kino har de siste årene vært høy, men det finnes lite informasjon om norsk films markedsandel på de nettbaserte filmtjenestene.

Markedsandelen er avhengig av flere forhold, herunder tilgjengelighet, synlighet og attraktivitet/konkurranse.

Med tilgjengelighet menes her i hvilken grad norske filmer er tilgjengelige i de digitale filmtjenestene. Dersom norske filmer i liten grad er tilgjengelige sier det seg selv at markedsandelen til norske filmer er lav. Med synlighet menes her i hvilken grad norske filmer er synlige i de nettbaserte tjenestene ved hjelp av banner/fane, søkefunksjoner eller lignende. Mest avgjørende er imidlertid de norske filmenes attraktivitet i konkurranse med en stor katalog av innhold fra hele verden.

I denne undersøkelsen kartlegges tilgjengeligheten til norske kinofilmer på VOD-plattformer i det norske markedet. Undersøkelsen tar utgangspunkt i norske kinofilmer med premiere årene 2010 til 2014, og kartlegger hvor mange filmer som er tilgjengelig på forskjellige nettbaserte tjenester i det norske markedet per mai/juni 2015. Undersøkelsen tar også for seg tilgjengeligheten til de norske filmene på den ulovlige tjenesten Popcorn Time. Undersøkelsen kommenterer også synligheten til norsk film i tjenestene.

De digitale filmtjenestene (VOD) kan deles inn i følgende kategorier:

- Digital kjøpefilm (EST) innebærer at kunden kjøper nedlastbar film for permanent eie.
- Digital leiefilm via internett eller kabeltjenester (TVOD) innebærer at kunden betaler for strømming av enkeltfilmer for en avgrenset periode.
- Abonnementsbaserte strømmetjenester (SVOD) innebærer at kunden betaler en fast sum i måneden og får tilgang til en katalog av filmer over internett, der man kan velge fritt hvilken film man vil se til hvilket tidspunkt.

Denne undersøkelsen kartlegger filmenes tilgjengelighet som digital leiefilm (TVOD) og i abonnementsbaserte strømmetjenester (SVOD), og ikke filmenes tilgjengelighet som digital kjøpefilm (EST)¹. Det er også vanlig å skille mellom tjenester som tilbys over åpent internett («Over-the-Top» - OTT) og tjenester som tilbys via kabeltjenester (betal-tv/internettleverandør).

¹ Flere av TVOD-tjenesten i undersøkelsen tilbyr også digital kjøpefilm.

Figur 1 viser utnyttelseshierarkiet for visningsrettigheter til kinofilm. Utnyttelsesrettighetene til distribusjonen av en film betegnes gjerne som vinduer. Figuren angir rekkefølge og tid som går med før rettighetene for et nytt vindu normalt frigis. For å oppnå en optimal økonomisk utnyttelse av filmen, er det ønskelig at filmen skal være ferdigutspilt i ett vindu før lansering i et nytt vindu kan skje. Det vil derfor ta noe tid fra filmene har premiere på kino til de blir tilgjengelige på andre plattformer. Etter at filmene er vist på kino vil de bli tilgjengelige på tjenester for kjøpe- og leiefilm, mens det vil ta lengre tid før de er tilgjengelig i de abonnementsbaserte strømmetjenestene. Ettersom konsumentene i økende grad foretrekker abonnementsbasert strømming, er det en risiko for at konsumentene tar i bruk ulovlige fildelingstjenester dersom det tar for lang tid før filmene er tilgjengelige på de lovlige foretrukne plattformene.

Figur 1: Utnyttelseshierarkiet for visningsrettigheter til kinofilm.



Kilde: Meld. St. 30 (2014-2015) *En framtidrettet filmpolitikk*.

Kort om markedet for VOD i Norge

Markedet for salg og leie av dvd og blu-ray har falt dramatisk siden topp-året 2008. Mens dvd omsatte for 2,6 milliarder kroner i 2008 var dette tallet nede i 700 millioner kroner i 2014. Samtidig har bruken av VOD-tjenester vokst, uten at det er kjent hvor mye disse tjenestene omsetter for. Ifølge en undersøkelse av det digitale filmmarkedet utført av Film & Kino i samarbeid med analysebyrået GfK, estimeres det imidlertid at TVOD- og SVOD-tjenester i Norge omsatte for om lag 1,6 milliarder kroner i 2014. I verdi utgjør SVOD-tjenestene ca. 70 prosent av dette. Undersøkelsen er gjennomført i desember 2014 og januar 2015, og 1000 husholdninger er spurt om de bruker de nye filmtjenestene og hvor mye de har sett de siste månedene. I undersøkelsen svarer 46 prosent² av husholdningene at de har en abonnementsløsning, og 30 prosent at de har et Netflix-abonnement. Undersøkelsen omfatter kun betalte tjenester. I tillegg kommer gratis strømming fra NRK.no og andre, samt filmer sett via ulovlige kanaler. Det er dessuten verdt å merke seg at ikke alt er spillefilm. I undersøkelsen ble det spurt om hvor mange filmer eller TV-serier folk hadde sett, og 1/3 av innholdet som er sett er TV-serier.

At SVOD-tjenestene tar en stadig større del av kaka, bekreftes når man ser på VOD-markedet i Europa. I 2009 var $\frac{3}{4}$ av forbruket av VOD-tjenester knyttet opp mot VOD-tjenester via betal-tv-tjeneste eller kabel-nettverk, mens mindre enn $\frac{1}{4}$ av forbruket var knyttet opp mot VOD-tjenester

² I TNS Gallups TV-utstyrsundersøkelse, CATI, svarte 36 % i februar 2015 at de abonnerer på minst én strømmetjeneste.

tilgjengelig på internett («Over-the-Top» – OTT). I 2012 overgikk forbruket på OTT forbruket via betal-tv og kabel-nettverk, og denne trenden har fortsatt og ytterligere forsterket seg siden. Mens forbruket via betal-tv/kabel-nettverk vokste mellom 15,7 og 25,8 prosent per år i perioden 2009 til 2013, vokste digitalt videoinnhold over OTT med minst 59,9 prosent hvert år og opptil 100,8 prosent. Veksten i OTT-tjenester forsterkes av at tradisjonelle aktører for kabelbasert telekommunikasjon nå har begynt å tilby egne OTT-tjenester som publikum kan bruke uten å være tilknyttet deres betal-tv-tilbud eller kabelnettverk. Dette for å imøtekomme publikums krav om tilgang til innhold «everywhere, at any time and on any device»³.

Ifølge European Audiovisual Observatory omsatte det nordiske markedet⁴ for SVOD-tjenester for totalt 148 millioner euro i 2013⁵ (en vekst på 266,9 prosent sammenlignet med 2012), og står alene for 28,4 prosent av alt forbruk i Europa på SVOD. Sammen med Storbritannia utgjør det nordiske markedet nesten $\frac{3}{4}$ av det totale europeiske forbruket av abonnementsbaserte tjenester (SVOD).

Samtidig er bruken av ulovlige fildelingstjenester økende. En undersøkelse gjennomført av det svenske selskapet Mediavision viser at ulovlig strømming av film og tv-serier har doblet seg fra 2014 til 2015⁶. Ti prosent av nordmennene som deltok i undersøkelsen sa at de den siste måneden hadde strømmet film fra en videotjeneste med piratkopiert materiale, mens tolv prosent har sett tv-serier på denne måten. Hovedårsaken til økningen i ulovlig strømming er mest sannsynlig introduksjonen av den ulovlige fildelingstjenesten Popcorn Time. I tillegg kommer *nedlasting* av ulovlig materiale. Andelen av befolkningen som har sett piratkopiert film eller tv enten ved strømming eller nedlasting, er 19 prosent.

³ European Audiovisual Observatory (2015) *The development of the European market for on-demand audiovisual services*: 23-24.

⁴ Sverige, Danmark, Finland og Norge.

⁵ Tilsvarer 1,2 milliarder NOK (omregnet med gjennomsnittlig valutakurs for 2013, ref. Norske banks valutakurser).

⁶ 1100 nordmenn har i alderen 15-74 år har svart anonymt på undersøkelsen, som ble gjennomført i mars 2015.

VOD-tjenester i undersøkelsen

Vi har undersøkt tilgjengeligheten til filmene på følgende filmtjenester:

Tabell 1: Tjenester som er inkludert i undersøkelsen.

Tjeneste	Betalingsmodell			
	TVOD	SVOD	Gratis TV	Ulovlig fildeling
Canal Digital Kabel TV	X			
Canal Digital G O	X			
C More Play		X		
Filmnet		X		
Altibox filmleie	X			
Get filmleie	X			
Viaplay leie	X			
Viaplay strøomme		X		
Plejmo	X			
Headweb	X			
iTunes	X			
Google Play	X			
Filmarkivet	X			
Netflix		X		
HBO		X		
TV 2 Sumo		X		
NRK.no			X	
Popcorn Time				X

Listen er ikke uttømmende. Det er også andre aktører i det norske markedet.

Flere av tjenestene i det norske markedet drives av de ledende selskapene innen kabelbasert telekommunikasjon i Norge: Canal Digital, Altibox og Get, som eies av henholdsvis Telenor AS, Lyse AS og det danske konsernet TDC. Disse aktørene tilbyr tjenester for kabel-tv og leiefilm over internett eller kabeltjenester (Canal Digital Kabel TVs filmleietjeneste, Canal Digital Go, Altibox filmleie og Get filmleie). C More Play er en abonnementsbasert strømmetjeneste som eies av C More Entertainment AB. Den norske delen av C More ble kjøpt opp av TV 2 Gruppen i 2015. Ved å abonnere på Filmnet⁷ kan brukere strøomme innhold fra C More Film. Viaplay er en leie- og strømmefilmtjeneste som drives av svenskregistrerte Viasat AB.

Andre TVOD-tilbydere i det norske markedet er svenske Plejmo og Headweb⁸, samt amerikanske iTunes og Google Play. I tillegg kommer filmleietjenesten Filmarkivet.no, som har Norgesfilm AS som ansvarlig distributør. Tjenesten inneholder Norsk filminstituttts nasjonale digitale filmarkiv sammen med Norgesfilms filmkatalog.

⁷ 30. juni 2015 ble Filmnet lagt ned, og abonnenter ble automatisk flyttet over til C More med det samme tilbudet av filmer og serier.

⁸ Headweb skal fusjoneres med Plejmo.

Av abonnementsbaserte strømmetjenester er det amerikanske Netflix som dominerer det norske markedet. Også amerikanske HBO innehar en solid posisjon. Verken NRK.no eller TV 2 Sumo er primært filmtjenester, men de er inkludert i undersøkelsen for å vise bredden av tjenester i markedet. NRK.no skiller seg vesentlig fra de andre tjenestene ettersom innholdet på NRK.no ligger gratis tilgjengelig for alle i Norge. På grunn av rettighetsspørsmål vil eksterne produksjoner på NRK.no være tilgjengelige kun i kortere perioder, ofte mellom 7 og 30 dager.

Popcorn Time er en ulovlig fildelingstjeneste bygget rundt BitTorrent-protokollen, som gjør det mulig for brukere å dele filer over internett. Nesten alt innholdet på Popcorn Time er materiale med opphavsrett som blir delt og lastet ned uten tillatelse fra eierne og produsentene av materialet.

Mens SVOD-tjenestene tilbyr abonnementer som koster mellom 79 og 129 kr i måneden, tilbyr TVOD-tjenestene digital leiefilm for mellom 3 og 59 kr (varierer fra tjeneste til tjeneste, og fra film til film)⁹. Flere av tjenestene tilbyr også digital kjøpefilm, men filmenes tilgjengelighet som kjøpefilm er ikke inkludert i denne undersøkelsen.

Tilgjengelighet av norske filmer i det norske markedet

138 norske filmer hadde premiere på kino årene 2010 til 2014¹⁰, hvorav 30 var filmer for barn (og ungdom) og 22 var kinodokumentarer. Hvilke produksjoner som til en hver tid er tilgjengelig på hvilke plattformer vil variere, og er avhengig av hvilke rettighetsavtaler som er inngått.

Vår kartlegging viser at 88 prosent av kinofilmene med premiere i perioden 2010 til 2014 var tilgjengelig hos en eller flere VOD-tilbydere i det norske markedet på undersøkelsestidspunktet (mai/juni 2015)¹¹. Som illustrert i figur 2 er flest filmer tilgjengelig på TVOD-tjenestene (digital leiefilm). 117 av de 138 filmene som hadde premiere i den aktuelle perioden var tilgjengelig som digital leiefilm via internett eller kabeltjenester. Dette tilsvarer 85 prosent av filmene. At flest filmer er tilgjengelig som TVOD er naturlig, ref. figur 1 som viser utnyttelsesrettighetene til film.

Figur 2 viser også at 35 av filmene, tilsvarende 25 prosent, er tilgjengelig på SVOD-tjenestene. Blant SVOD-tjenesten er det Netflix som har det største utvalget av norske kinofilmer fra den aktuelle perioden. Tjenesten har 17 prosent av filmene i sin katalog. De øvrige SVOD-tjenestene kan tilby åtte filmer eller færre fra utvalget. 21 av filmene, eller 15 prosent, er tilgjengelige på den ulovlige fildelingstjenesten Popcorn Time. 90 prosent av filmene som er tilgjengelig på Popcorn Time er ikke tilgjengelig på noen annen SVOD-tjeneste.

I tillegg er fire filmer, tilsvarende tre prosent, tilgjengelig på NRK.no på undersøkelsestidspunktet. En av filmene er en kinodokumentar som ikke er tilgjengelig på noen av de andre undersøkte plattformene.

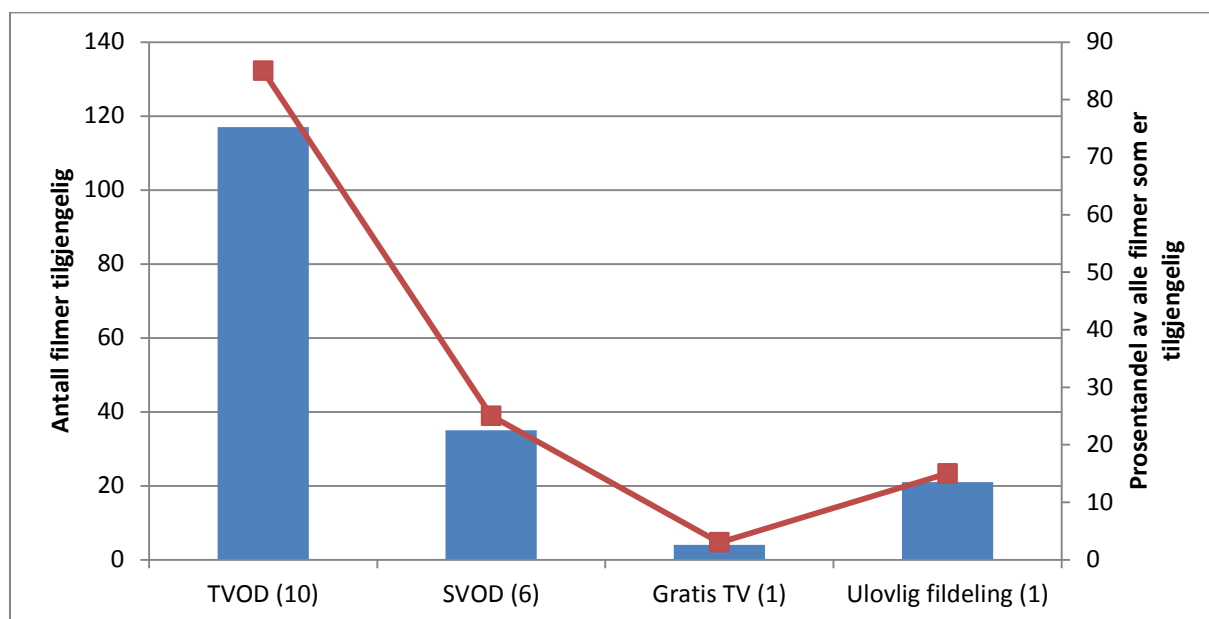
⁹ 3 kr og 59 kr er unntakene, og de fleste filmene er tilgjengelig for leie for mellom 19 og 49 kr.

¹⁰ Kinofilmer med ordinær distribusjon. Med ordinær distribusjon menes at filmen er allment tilgjengelig gjennom en distributør, og at filmen er satt opp på kino i minst tre av de store byene Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger, Kristiansand og Tromsø.

¹¹ Vi har søkt opp alle filmene i tjenestenes filmkataloger som ligger tilgjengelige på internett, med unntak av for Canal Digital Kabel TVs filmeleietjeneste, hvor Canal Digital selv har rapportert inn hvilke filmer de har tilgjengelig i sin katalog.

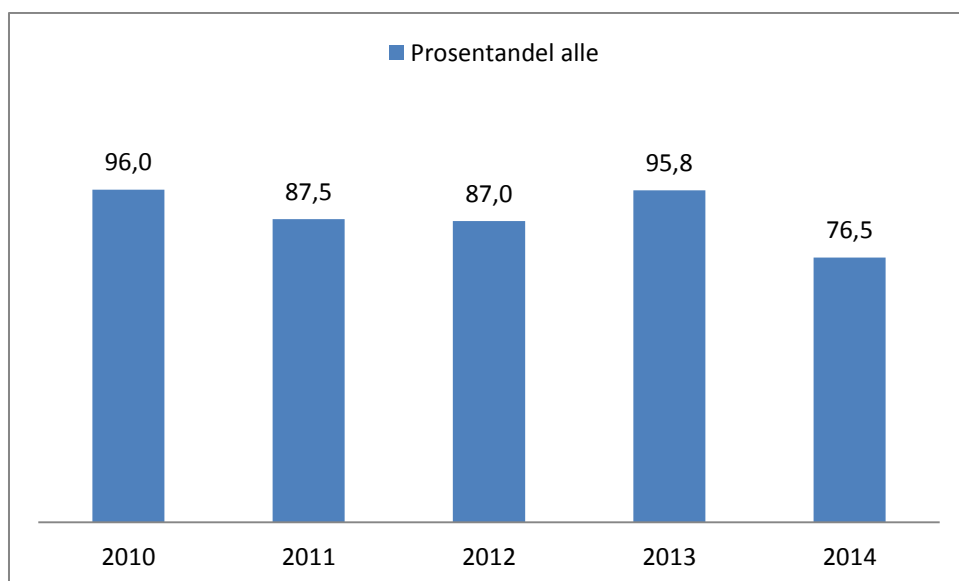
17 av 138 filmer, tilsvarende tolv prosent, er ikke tilgjengelig i noen av tjenestene. Alle filmene, med unntak av én, hadde under 32.000 besøk på kino. Åtte av filmene er fra 2014. Elleve av filmene er kinodokumentarer. Kinodokumentarer retter seg i større grad mot tv-kanaler for å inngå rettighetsavtaler. At kinodokumentarene ikke er tilgjengelig på VOD-tjenestene er derfor ikke unaturlig. Alle fiksjonsfilmene (med unntak av én) som ikke var tilgjengelige er filmer som er produsert uten forhåndsstøtte fra Norsk filminstitutt. Disse filmene har ikke samme krav til distribusjon som filmer med forhåndsstøtte fra NFI har.

Figur 2: Antall filmer og prosentandel av filmene som er tilgjengelig på henholdsvis TVOD-tjenester, SVOD-tjenester, gratis TV (nrk.no) og ulovlig fildeling (Popcorn Time). Antall tjenester som er undersøkt i parentes.



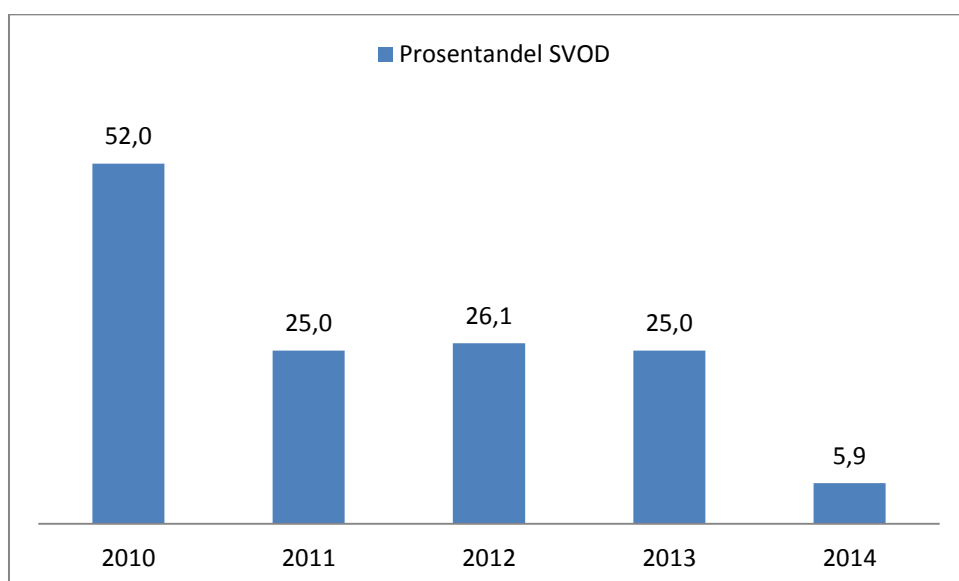
Det er å forvente at tilgjengeligheten til filmene er større jo lengre tid som er gått siden premieretidspunktet. Figur 3 viser prosentandelen av filmene med premiere hvert av de fem årene som er tilgjengelige på minst en VOD-tjeneste. Som vi ser er en lavere prosentandel av filmene fra 2014 tilgjengelig enn filmene fra de øvrige årene. Mens mellom 87 og 96 prosent av filmene med premiere i 2010 til 2013 er tilgjengelige på minst en plattform, gjelder dette 76,5 prosent av filmene fra 2014. De nyeste filmene er altså noe mindre tilgjengelige enn de eldre filmene.

Figur 3: Prosentandel av filmene som er tilgjengelig på minst en plattform, fordelt på år.

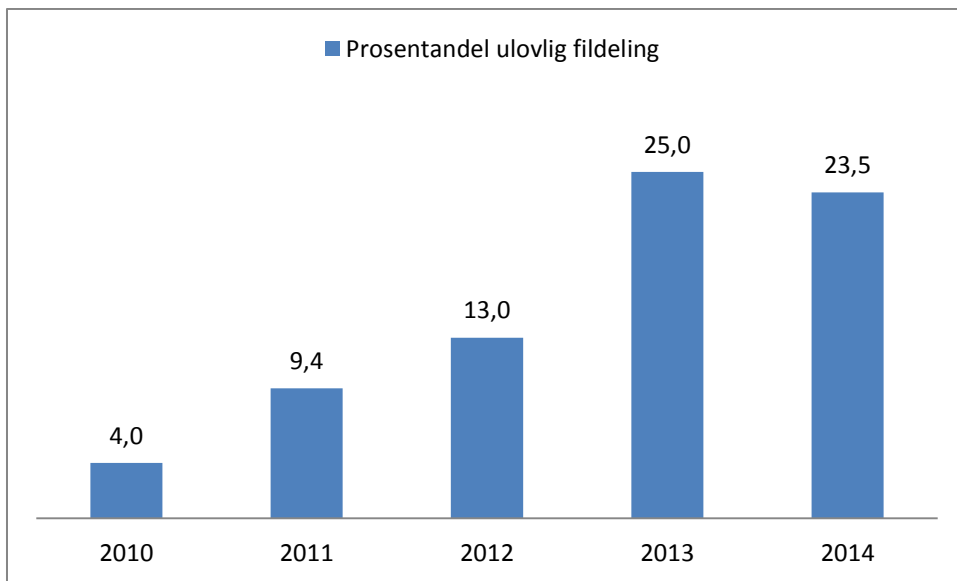


Når det gjelder filmenes tilgjengelighet på SVOD-plattformer (abonnementsbaserte strømmetjenester) er hvor lang tid det har gått av større betydning. Mens 52 prosent av filmene med premiere i 2010 er tilgjengelig på en strømeplattform, gjelder dette kun 5,9 prosent av filmene med premiere i 2014. Når det gjelder ulovlig fildeling er imidlertid bildet motsatt. De nyeste filmene er mest tilgjengelig. Henholdsvis 25 og 23,5 prosent av filmene med premiere i 2013 og 2014 er tilgjengelig på Popcorn Time. Hele 90 prosent av filmene som er tilgjengelig på Popcorn Time er ikke tilgjengelig på noen abonnementsbasert strømmetjeneste.

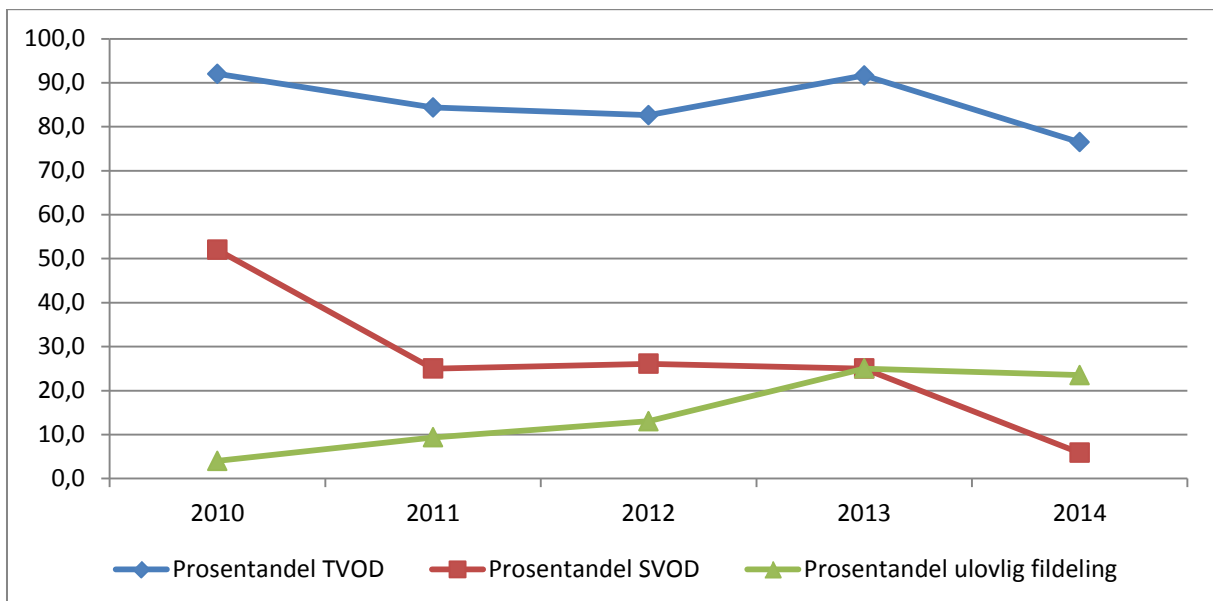
Figur 4: Prosentandel av filmene som er tilgjengelig på minst en SVOD-plattform, fordelt på år.



Figur 4: Prosentandel av filmene som er tilgjengelig på Popcorn Time, fordelt på år.



Figur 3: Prosentandel av filmene som er tilgjengelig på hhv TVOD, SVOD og ulovlig fildeling, fordelt på år.



Tabell 2: Antall filmer og prosentandel av filmene som er tilgjengelig på hhv alle plattformer, TVOD, SVOD og ulovlig fildeling, fordelt på år.

	2010	2011	2012	2013	2014
Antall premierefilmer	25	32	23	24	34
Antall tilgjengelig	24	28	20	23	26
Prosentandel alle	96,0	87,5	87,0	95,8	76,5
TVOD	23	27	19	22	26
Prosentandel TVOD	92,0	84,4	82,6	91,7	76,5
SVOD	13	8	6	6	2
Prosentandel SVOD	52,0	25,0	26,1	25,0	5,9
Ulovlig fildeling	1	3	3	6	8
Prosentandel ulovlig fildeling	4,0	9,4	13,0	25,0	23,5

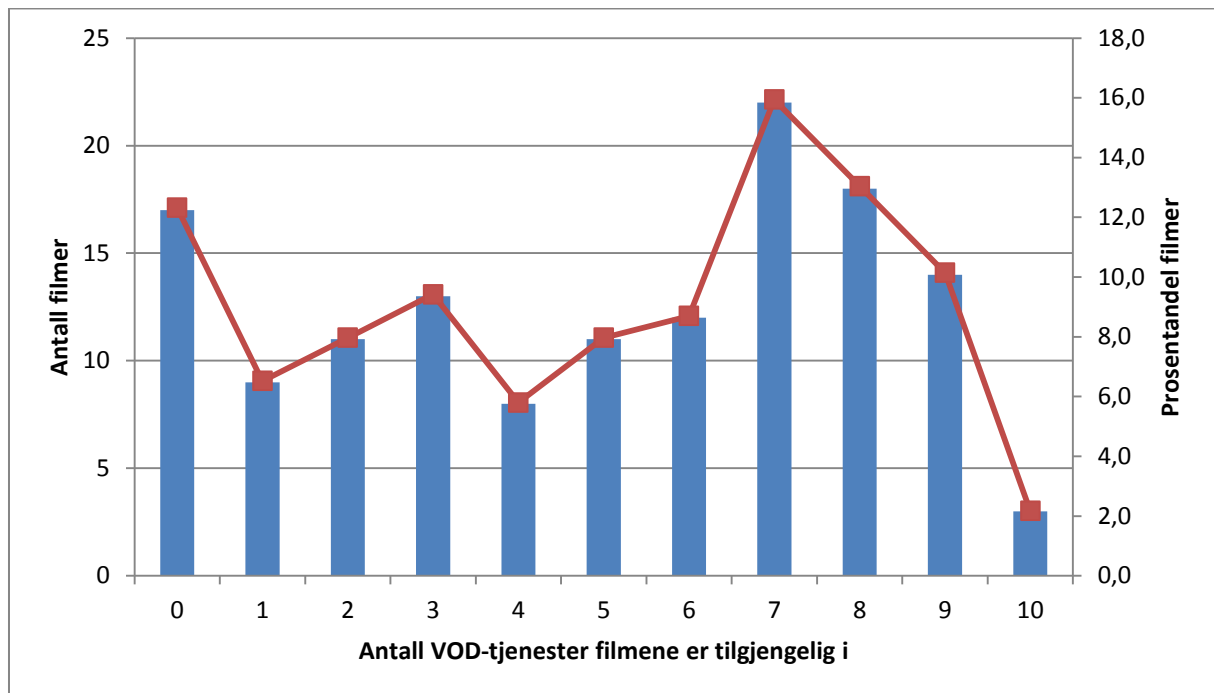
Tabell 3 viser hvor mange av premierefilmene fra perioden 2010 til 2014, og prosentandel, som er tilgjengelig på de ulike tjenestene i undersøkelsen. Merk at undersøkelsen er gjort i mai/juni, og hvorvidt filmene er tilgjengelig kan ha endret seg.

Tabell 3: Antall filmer og prosentandel på de ulike tjenestene.

Tjeneste	Antall filmer	Prosentandel	Type
Altibox filmleie	98	71	TVOD
Canal Digital Kabel TV	96	70	TVOD
iTunes	85	62	TVOD
Get filmleie	69	50	TVOD
Canal Digital Go	60	43	TVOD
Plejmo	51	37	TVOD
Vialplay leie	48	35	TVOD
Headweb	48	35	TVOD
Filmarkivet	37	27	TVOD
Google Play	33	24	TVOD
Netflix	23	17	SVOD
Popcorn time	21	15	Ulovlig fildeling
C More Play	8	6	SVOD
Filmnet	8	6	SVOD
HBO	7	5	SVOD
TV 2 Sumo	7	5	SVOD
NRK.no	4	3	Gratis tv
Viaplay strømmme	1	1	SVOD

Figur 4 viser hvor mange av filmene i utvalget som er tilgjengelig på flere forskjellige tjenester. De fleste filmene i utvalget, 57 prosent, er tilgjengelig i fem eller flere av tjenestene.

Figur 4: Antall VOD-tjenester kinofilmene er tilgjengelig i



Synligheten av norske filmer på VOD-plattformer

For at norske filmer skal nå opp i konkurranse med internasjonale produksjoner er det avgjørende at publikum finner fram til filmene, for eksempel ved hjelp av egne søkefunksjoner/faner eller lignende. Betydningen av å fremme innhold på tjenestene er så stor at det er tatt inn i AMT-direktivet (EØS-direktivet om audiovisuelle medietjenester), som er implementert i norsk lov:

I Artikkel 13 i AMT-direktivet heter det at: *Medlemsstatene skal, når det er praktisk mulig og med egnede midler, sikre at audiovisuelle medietjenester på bestilling som leveres av tilbydere av medietjenester underlagt deres jurisdiksjon, fremmer produksjon av og tilgang til europeiske verker. Slik fremming kan blant annet være knyttet til det økonomiske bidraget fra slike tjenester til produksjon og erverv av rettigheter til europeiske verker eller til andelen av og/eller framhevingen av europeiske verker i katalogen over programmer som tilbys av den audiovisuelle medietjenesten på bestilling.*

I Kringkastingsforskriften § 2-1a heter det at: *Tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester skal når det er praktisk mulig med egnede midler fremme produksjonen av og tilgangen til europeiske verk. Tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester plikter å føre statistikk som viser andelen av europeiske verk i deres programkataloger. Statistikken skal sammen med en redegjørelse for hvordan tilbyderen har forsøkt å fremme produksjonen av og tilgangen til europeiske verk, sendes Medietilsynet innen 1. april 2015 og deretter 1. april hvert fjerde år.*

Her fremgår det at tilbydere av audiovisuelle medietjenester på bestilling er pliktig å fremme produksjon av og tilgang til europeiske verker. Dette kan gjøres både ved hjelp av økonomiske bidrag i form av avgifter eller investeringer i filmproduksjon og ved synliggjøring i tilbyderens filmkatalog. VOD-

tilbydere er gjennom loven kun pålagt en minstestandard for å fremme produksjonen av og tilgangen til europeiske verk. Det er imidlertid mulig å se for seg en langt mer aktiv fremming av norsk innhold enn det som reguleres av loven, for eksempel ved hjelp av kampanjer eller anbefalinger på forsiden av tjenestene. Både tilbydere av VOD-tjenester, men også produksjonsselskaper og distributører, kan i større grad ha lanseringskampanjer med fokus på synliggjøring i VOD-tjenestene.

Gjennom vår kartlegging fant vi en søkefunksjon eller egen fane eller lignende for norsk, skandinavisk eller nordisk innhold hos flere av de ulike leverandørene. Både Canal Digital Kabel TVs filmleietjeneste, Get filmleie og Altibox filmleie har egne faste kategorier for norsk eller nordisk innhold og/eller kampanjer som fremmer norsk film. Også flere av de øvrige TVOD- og SVOD-tjenestene har en søkefunksjoner for norsk, skandinavisk eller nordisk film, herunder C More Play, Filmnet, iTunes, Google Play, Filmarkivet, Netflix og TV 2 Sumo.

Oppsummerende betraktninger

Norsk films markedsandel på nettbaserte filmtjenester avgjøres av flere forhold. Først og fremst må filmene være av en slik kvalitet at de fremstår som attraktive for publikum i konkurranse med internasjonale produksjoner. Det er imidlertid noen ytre rammer som kan være avgjørende for norsk films markedsandel på disse plattformene, herunder tilgjengelighet og synlighet.

Alt i alt viser denne undersøkelsen at tilgjengeligheten av nyere norske kinofilmer er relativt god på VOD-plattformene i det norske markedet. 88 prosent av alle norske kinofilmer med premiere i perioden 2010 til 2014 er tilgjengelig som digital leiefilm (TVOD) eller i abonnementsbaserte strømmetjenester (SVOD). Undersøkelsen viser også at 57 prosent av filmene er tilgjengelig i mellom fem og ti av de undersøkte VOD-tjenestene. 17 kinofilmer (tolv prosent av utvalget) er imidlertid ikke tilgjengelig for publikum i noen av de undersøkte tjenestene, hvorav brorparten er kinodokumentarer.

Kinodokumentarer retter seg i større grad mot tv-kanaler for å inngå rettighetsavtaler. At kinodokumentarene ikke er tilgjengelig på VOD-tjenestene er derfor ikke unaturlig. Alle fiksjonsfilmene (med unntak av én) som ikke er tilgjengelige i noen av tjenestene, er filmer som er produsert uten forhåndsstøtte fra Norsk filminstitutt. Disse filmene har ikke samme krav til distribusjon som filmer med forhåndsstøtte fra NFI.

Det er på TVOD-tjenestene tilgjengeligheten til norske kinofilmer er størst, mens tilgjengeligheten på SVOD-tjenester er relativt lav. Jo nyere filmene er, jo lavere er tilgjengeligheten – spesielt på SVOD-tjenestene. Dette er naturlig ettersom forretningsmodellen er å tilby eksklusivitet i ett vindu før lansering i et nytt vindu.

Publikums bruk av VOD-tjenester øker, og det er bruken av SVOD-tjenester som øker mest. Publikum ønsker i stadig større grad å se innhold «everywhere, at any time and on any device». Ettersom de nyeste filmene i liten grad er tilgjengelige på SVOD-tjenestene, er det fare for at publikum velger å se filmene på ulovlige fildelingstjenester som Popcorn Time, hvor tilgjengeligheten av de nyeste norske filmene er betydelig større enn i SVOD-tjenestene.

Selv om denne undersøkelsen viser at norske kinofilmer i stor grad er tilgjengelige i de ulike VOD-tjenestene, og en stor del av filmene også er tilgjengelig i flere tjenester, bør det være et mål at alle

norske filmer skal være tilgjengelige. Det bør derfor undersøkes nærmere hvorfor noen av filmene ikke er tilgjengelige i noen av de undersøkte tjenestene, og hvordan myndighetene kan bidra til enda bedre tilgjengelighet av norsk film på VOD-plattformene i fremtiden.

Denne undersøkelsen forteller oss kun om tilgjengeligheten av norske kinofilmer i VOD-tjenesten, men norsk films markedsandel på VOD-plattformene er fremdeles ukjent. Det er imidlertid ikke urimelig å anta at markedsandelen til norsk film er bedre på TVOD-plattformene enn på SVOD-plattformene ettersom tilgjengeligheten av norsk film på disse plattformene er størst. Samtidig vet vi at publikum i økende grad foretrekker å se film og tv-serier på SVOD-plattformene. Ettersom tilgjengeligheten av norsk film er relativt lav på SVOD-plattformene, er det grunn til å tro at den samlede markedsandelen for norsk kinofilm i VOD-markedet er lav.

At publikum beveger seg fra TVOD-plattformer til SVOD-plattformer kan handle om flere forhold, både om hvilken betalingsmodell som foretrekkes, men det kan også være et uttrykk for at publikum i økende grad velger å se tv-serier fremfor film. Dette vil i så fall også gå på bekostning av markedsandelen til norsk film.

I hvilken grad de norske filmene er synlig i tjenestene er også av betydning for markedsandelen til norsk film. Flere av VOD-tjenestene i denne undersøkelsen har en fane, banner eller søkefunksjon for norsk eller skandinavisk film – og det kjøres også ulike kampanjer. Samtidig finnes det uutnyttede muligheter for å fremme norsk og europeisk film i VOD-tjenestene.