



Konec streamovacího boomu?

Nové služby videostreamingu ztěžují život zavedeným poskytovatelům, pro uživatele se zase tato rozmanitost nestále prodražuje. Je řešením jedna společná platforma?

RICHARD MEUSERS VON WISSMANN

Pro mnoho uživatelů znamená streamování videa jednoduše jen Netflix. Světový vládce trhu s placeným streamingem se může pochlubit působivými čísly: 167 milionů předplatitelů ve více než 190 zemích, roční obrat 15,8 miliardy dolarů v roce 2018. Nicméně zpráva loni v létě utlumila nadšení šťastných manažerů i akcionářů. I když po celém světě přibýly miliony nových zákazníků Netflixu, počet odběratelů na domácím americkém trhu poprvé za osm let klesl, jen ve druhém čtvrtletí roku 2019 ukončilo smlouvu 130 000 tamních uživatelů. Na globálním streamingovém trhu se očekává až do roku 2024 roční růst tržeb pouze 3,6 % a také většina evropských trhů se po rychlém růstu dostává do fáze zpomalení. Podle současné studie konzultační firmy McKinsey o chování uživatelů streamovacích služeb se od roku 2012 vyvíjel trh s roční mírou růstu 82 % a dnes každá druhá domácnost používá placenou videoslužbu z internetu. Nejoblíbenější je celosvětově Netflix, který má nadpoloviční podíl. Následuje Amazon Prime s více než 20% podílem na trhu, nikdo z dalších hráčů se nedostane nad 5 % (s výjimkou lokálních trhů). Celkově se dá říct, že divoký růst je u konce.

Sliby: Netflix zůstane bez reklam

Je zřejmé, že stromy pro poskytovatele streamování už neporostou do nebe. Příznivá reakce mladých uživatelů to nezmění, protože je relativizována jejich nižším počtem, především ve vyspělých zemích. Pro provozovatele to znamená potřebu rozšířit svůj obchodní model, protože jinak na sebe kritické reakce burz nedají dlouho čekat. Je docela možné, že silně zadlužený Netflix (26,4 miliardy dolarů ke konci roku 2019) si ve střednědobém horizontu otevře další možnosti příjmů prostřednictvím reklamy. Šéf Netflixu Reed Hastings to vždycky kategoricky vylučoval, ale další zisky by mohly umožnit snížení předplatitelských cen, které jsou v současné době mezi 9 a 16 dolary (v ČR mezi od 199 a 319 Kč), a tedy často nad cenovými modely konkurentů.

Jejich konkurenční tlak v posledním roce výrazně vzrostl. V podobě služeb Apple TV+ a Disney+ vstoupili do arény v listopadu 2019 dva mocní hráči, kteří chtějí zatočit se svými protivníky agresivní cenovou politikou. Disney+ u nás zatím nedostaneme (vypadá to až na rok 2021), ale například v sousedním Německu nabízí své služby za měsíční poplatek 6,99 eura (asi 180 Kč). Apple TV+ už si objednat můžeme, a to

dokonce za konkurenční cenu 139 Kč. Navíc majitelé nových zařízení Apple jej mohou po dobu jednoho roku využívat zcela zdarma. Podle poradenské firmy Cowen & Co. ztratil samotný Netflix v této soutěži za jediný měsíc jen v USA asi jeden milion svých zákazníků. Jako by to nestačilo, vstupují na trh další služby. Od května 2020 plánuje kabelový poskytovatel HBO zavedení služby video on demand HBO Max, v Česku jako obvykle až někdy později.

Kabelový gigant Comcast má poněkud odlišný přístup. Tato americká společnost plánuje zahájit v dubnu streamovací službu Peacock a nabídnout ji svým zákazníkům. Na rozdíl od Netflixu a spol., které si svůj vlastní obsah úzkostlivě chrání a nabízejí ho výhradně na svých příslušných platformách, by tituly vytvořené dceřinou společností Comcast NBCUniversal měly být i nadále prodávány třetím stranám.

Kdo má hodně, chce ještě víc

Nepřeberná nabídka konkurenčních streamovacích služeb se pro uživatele stává čím dál neprůhlednější – a také dražší. Protože každý poskytovatel zpřístupňuje svůj vlastní obsah pouze ve své vlastní službě, musejí fanoušci filmů a seriálů uzavřít několik předplatných, pokud chtějí sledovat všechny své oblíbené pořady. Očividně u mnoha zákazníků existuje ochota tak učinit. Studie uživatelů od McKinsey ukazuje, že zejména předplatitelé více služeb se zajímají o další nabídky. 10 % domácností, u kterých na obrazovkách běží Amazon Prime, Netflix nebo Disney+, si dokáže představit předplatné další služby. U filmových a seriálových náruživců se třemi nebo více předplatnými je tento podíl dokonce 30%. Přesto i tady existují limity – jakmile součet výdajů domácností za placené videosloužby dosáhne určité částky, jejich ochota k dalšímu úvazku výrazně klesá (například v Německu by tato hranice podle zmíněné studie měla být kolem 115 eur za rok).

Možným řešením je spojit různé nabídky do jedné platformy. Taková služba byla zahájena pod názvem Plex na konci roku 2019. Měly by v ní být nabízeny streamingové nabídky všeho druhu – filmy, televizní seriály, hudba, podcasty – a program financovaný z reklam je pro uživatele zdarma. Katalog titulů většinou obsahuje starší filmy, skutečné trháky jsou vzácné. Tvůrci však chtějí svou sbírku dále rozšiřovat. Zahrnout lze také obsah od jiných poskytovatelů. Kliknutí na něj by pak vedlo například přímo k titulu na HBO Max, který by už ale vyžadoval samostatné předplatné. Bude tedy chvíli trvat, než se podaří vytvořit uživatelsky přívětivou a cenově dostupnou komplexní nabídku.

Streaming a pandemie

Situace kolem koronaviru a následná karanténa zapříčinily nebývalý růst všech služeb videostreamingu. Masivní zájem lidí uvězněných doma změnil rozložení datového provozu v internetové síti po celé Evropě. Zatímco páteřní linky krotily datový nápor bez problémů, domácí internetové přípojky zvládaly nárůst práce z domova a zároveň streaming filmů, pořadů pro děti a hraní on-line her na hranici svých limitů. Evropský komisař pro vnitřní trh Thierry Breton proto vyzval provozovatele streamovacích služeb, aby zmenšili datovou náročnost svých služeb snížením rozlišení obrazu. Jako první na výzvu reagoval právě Netflix, zvýšením komprese a úpravou dalších parametrů stáhl datový tok videí o 25%. Za rychlou akci si vysloužil od vedení EU pochvalu. Očekává se ale, že z dlouhodobého hlediska by se extrémní situace na trhu s videostreamingem měla vrátit do normálu.

autor@chip.cz ■

Které videoplatformy sledují čeští diváci

Nejsledovanější internetovou videoplatformou je na českém trhu Stream.cz. Alespoň jednou týdně sleduje Stream.cz 1,79 mil. lidí. Globální služba Netflix je až čtvrtou nejsledovanější.

Sledování vybraných on-line VoD platform

Počty diváků, projekce na populaci



„Podnikatelské nápady zni často šíleně, dokud se neukáže, že jsou správné.“

Reed Hastings
zakladatel Netflixu

Všichni proti Netflixu

Trh s videostreamingem se blíží saturaci, ale stále tu je ještě určitý prostor k růstu.

> Netflix ve čtvrtém čtvrtletí 2019 zvládl získat ještě dalších 8,8 milionu nových odběratelů. Ve srovnání s konkurenční službou, která začala v listopadu 2019, to je ale málo.

> Disney+, společnost Mickeyho Mouse, si během prvních tří měsíců mohla díky své streamovací službě užít 29 milionů nových zákazníků. Tato služba ještě není v České republice ani na Slovensku k dispozici, plánovaný tuzemský start by měl proběhnout až v roce 2021.

> Apple TV+ má se současnými 33 miliony amerických abonentů už náskok. Nabídka společnosti přidat jeden rok bezplatného videa při nákupu jakéhokoliv nového Apple zařízení rozhodně pomohla.

