

Q2: Netflix och HBO Nordic stärker greppet om svensk streamingmarknad

Amerikanska Netflix och HBO Nordic har kopplat ett starkt grepp om den svenska marknaden för strömmande TV-tjänster. Netflix har sedan länge tätt positionen med nära 700 tusen abonnenter, medan HBO Nordic växer snabbast och knappar in på Viaplay som är näst största tjänst. Med nya tjänster från TV4 och Discovery Networks på gång hårdnar nu kriget om tittarna.

Sedan lanseringen för snart tre år sedan har Netflix varit den största aktören på den svenska streamingmarknaden sett till antal abonnenter. Från början lockade Netflix många att prova tjänsten genom ett gratiserbjudande riktat till svenska Spotify-kunder. Sedan dess har tillväxten varit snabb och stadig. Under det nyss avslutade andra kvartalet ökade Netflix i antal kunder med cirka 25% på årsbasis och nådde i snitt 685 000 abonnerande hushåll.

Viaplay var den största tjänsten innan Netflix lanserades och har därefter länge innehaft en ohotad andraplats. Nu börjar dock HBO Nordic flåsa MTG:s flaggskepp i nacken. Efter stora problem inledningsvis, med både teknik och att locka kunder, har tjänsten sedan ett drygt år tillbaka fått rejält med luft under vingarna. HBO är nu den streamingtjänst som växer snabbast.

Efter topptriön syns flera olika tjänster från såväl TV4-Gruppen som Discovery Networks (tidigare SBS). Tillväxttakten för dessa har dock varit betydligt långsammare än för marknadsledarna. Båda dessa aktörer har aviserat sina planer på lansering av nya tjänster. Den tilltagande konkurrensen lär driva på streamingmarknaden ytterligare och sannolikt påskynda tittarnas förflyttning från traditionell linjär-TV till rörlig bild online. Mediavision prognostiserar att närmare en och en halv miljon svenska hushåll abonnerar på någon streamingtjänst inom ett år.

- Vi har sett en första och andra våg av tjänstelanseringar för rörlig bild online och det verkar som att vi nu står inför en tredje. För stora aktörer som TV-kanaler och operatörer handlar det om att kraftigt öka digitala intäkter, för att möta upp bortfallet i den traditionella TV-affären. Men för att det ska ske krävs både nya och även vassare erbjudanden. Det gäller såklart utformandet av tjänsterna, där Netflix visat en ny standard för funktionalitet och användarvänlighet, men också själva innehållet. Inte minst kommer sporträttigheter att bli extremt viktiga för våra lokala aktörer, som har svårare att konkurrera med Netflix eller HBO när det gäller till exempel amerikanska dramaserier, säger Marie Nilsson, VD Mediavision.

Mediavision följer löpande utvecklingen av den svenska TV- och streamingmarknaden. Siffrorna ovan är tagna från Mediavisions senaste kvartalsrapport "TV-insikt Q2 2015".

Om Mediavision

Mediavision är ett oberoende konsultbolag, inriktat på analys och strategi inom digitala medier. Mediavision har under en längre tid följt ändrade medievanor hos den svenska allmänheten. Varje månad intervjuas 1000-1500 slumpmässigt utvalda personer mellan 15-74 år via webb.

För mer information, kontakta:

Marie Nilsson

E-mail: marie.nilsson@mediavision.se

Tel: 08-52 80 90 90 / 070-749 59 67