24 Σεπτεμβρίου 2014

Netflix: Το τέλος της τηλεόρασης(;)

/ Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός



Η τηλεοπτική αγορά της Ευρώπης βρίσκεται στο «στόχαστρο» της αμερικανικής υπηρεσίας Netflix, η οποία αφού κυριάρχησε στην αμερικανική αγορά, επιδιώκει τώρα να κατακτήσει και τους ευρωπαίους τηλεθεατές.

Η τηλεοπτική αγορά της Ευρώπης βρίσκεται στο «στόχαστρο» της αμερικανικής υπηρεσίας Netflix, η οποία αφού κυριάρχησε στην αμερικανική αγορά, επιδιώκει τώρα να κατακτήσει και τους ευρωπαίους τηλεθεατές. Με ταινίες, αλλά κυρίως τηλεοπτικές σειρές, όπως το House of Cards, η Netflix κέρδισε περίπου 50 εκατομμύρια πελάτες σε 40 χώρες και αισιοδοξεί ότι θα τα καταφέρει και στη γερμανική αγορά.

Σε συνέντευξή του ο αντιπρόεδρος της αμερικανικής εταιρείας Τζόρις Ίβερς δήλωσε με αφορμή την πρεμιέρα στην Γερμανία: «Θέλουμε να κάνουμε στους πελάτες μας μια πρόταση. Για να βλέπουν ό,τι θέλουν, όπου και όποτε το επιθυμούν. Εκτός αυτού τους προσφέρουμε ταινίες και σειρές που δεν είχαν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν στο παρελθόν. Είναι στρατηγική μας να προσφέρουμε στους πελάτες μας ξένες αλλά και εγχώριες παραγωγές».

Σειρές σε κινητά, τηλεοράσεις και τάμπλετ

Η Netflix απευθύνεται κυρίως στις νεότερες γενιές. Με τη βοήθεια του διαδικτύου καταργεί στην ουσία τη δέσμευση του τηλεθεατή σε μια συγκεκριμένη ώρα, κατά την οποία προβάλλεται μια σειρά ή μια ταινία. Η αμερικανική εταιρεία δεν

προσφέρει το πρόγραμμά της μόνο μέσω υπολογιστών, κινητών ή τάμπλετ, αλλά και μέσω των λεγόμενων «έξυπνων» τηλεοράσεων που έχουν πρόσβαση στο ίντερνετ. Με τον τηλεχειρισμό ο τηλεθεατής ανοίγει την εφαρμογή της υπηρεσίας streaming στην τηλεόραση και από εκεί απλά επιλέγει τι θα δει. Στα θετικά της υπηρεσίας ανήκει σίγουρα και η επιλογή υποτίτλων σε διάφορες γλώσσες.

Η καθιέρωση στη γερμανική αγορά δεν θα είναι όμως περίπατος για την Netflix, διότι υπάρχουν ήδη άλλες αντίστοιχες υπηρεσίες, όπως η Maxdome και η Watchever, με ίδιο κόστος, το οποίο ανέρχεται στα 8 με 10 ευρώ το μήνα. Επιπλέον κάθε γερμανικό νοικοκυριό πληρώνει το μήνα 18 περίπου ευρώ για την χρήση της δημόσιας ραδιοφωνίας και τηλεόρασης, λέει ο Κάρτεν Μπους, καθηγητής Οικονομικών με εξειδίκευση στα Μέσα Ενημέρωσης: «Πολλοί χρήστες στη Γερμανία έχουν συνηθίσει σε δωρεάν τηλεοπτικό υλικό υψηλής ποιότητας και δεν είναι οπωσδήποτε διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον για ταινίες και σειρές στο διαδίκτυο, όπως συμβαίνει στη Βρετανία, τη Γαλλία και τις ΗΠΑ».

Η επιτυχία ή αποτυχία μιας εταιρείας όπως η Netflix εξαρτάται εν τέλει από τους ίδιους τους τηλεθεατές. Όμως οι αμερικανοί που κατέγραψαν μόνο το δεύτερο τρίμηνο του 2014 κέρδη 52 εκατομ. ευρώ και είδαν τον τζίρο τους να αυξάνεται κατά 25% και να ξεπερνά μέσα σε ένα χρόνο το 1 δισ. ευρώ, εμφανίζονται αποφασισμένοι να δώσουν και στη Γερμανία τη μάχη της καθιέρωσης και, γιατί όχι, να την κερδίσουν.

Deutsche Welle – Corinna Daniela Späth, DW / Στέφανος Γεωργακόπουλος

Πηγή:skai.gr