



Streamingtjänster av film och dess framtida utveckling som substitut för illegal nedladdning

Konsumenternas syn på digitala tjänster och de förbättringar som krävs för ett hållbart paradigmskifte

Markus Freskgård, Erik Nilsson Ranta

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Frågeställning	4
1.2 Syfte	4
1.3 Avgränsningar	5
2. Digitala tjänster	6
2.1 Separation av medium och innehåll	6
2.2 Service Dominant Logic	6
2.3 Betalningsvilja på Internet	8
3. Digital filmdistribution	9
3.1 Illegal nedladdning	9
3.2 Ipredlagen	10
3.3 Tekniker och tjänster för illegal nedladdning	11
3.3.1 The Piratebay.....	11
3.3.2 Napster	12
3.4 Legala alternativ inom andra branscher	13
3.4.1 iTunes	13
3.4.2 Spotify	13
3.5 Filmbranschen idag - nya strukturer	14
3.6 De största aktörerna inom streaming av film	15
3.6.1 Netflix.....	15
3.6.2 HBO Nordic.....	15
3.6.3 Viaplay	15
3.6.4 Amazon Instant Video.....	15
3.6.5 Hulu.....	16
3.6.6 YouTube	16
4. Metod	17
4.1 De olika faserna	17
4.1.1 Fas 1 - Uppstartsfasen	17
4.1.2 Fas 2 - Enkätfasen.....	17
4.1.3 Fas 3 - Intervjufasen	18
4.1.4 Fas 4 - Analysfasen	19
4.2 Metodkritik	19
4.3 Litteraturstudie	19
4.4 Insamling av data	20
4.4.1 Enkät.....	20
4.4.2 Intervjuer	20
4.5 Analys av data	21
4.5.1 Enkät.....	21
4.5.2 Intervjuer	21
5. Empiriskt material	22
5.1 Resultat	22
5.1.1 Hur många använder sig av streaming?.....	22
5.1.2 Vilka är anledningarna till att det används?	23
5.1.3 Vad är anledningen till att folk inte använder sig av streaming?.....	23
5.1.4 Hur många laddar hem?.....	24

5.1.5 Varför laddar folk hem?	25
5.1.6 Ungefär hur många biobesök och inköp av fysiska kopior sker?.....	26
5.1.7 Hur ser konsumenterna på framtiden för streaming av film?	26
5.2 Personas	26
5.2.1 Öppen för streaming/nya idéer: Emil.....	27
5.2.2 Bakåtsträvaren: Gösta.....	27
5.2.3 Gratiskultur/Illegala nedladdaren: Jakob	28
5.3 Resultatanalys	28
6. Diskussion	30
6.1 Nedladdning	30
6.2 Bristande utbud och releasedatum	31
6.3 Kostnad och kvalitet.....	32
6.4 Framtidsutsikter	32
6.5 Förslag på vidare forskning	33
7. Slutsats	34
8. Referenser	35
9. Bilagor	38
9.1 Bilaga 1: Enkätfrågor.....	38
9.2 Bilaga 2: Intervjufrågor	38

Abstract

In this paper we aim to delve deeper into the film industry and how their approach to streaming services such as Netflix might be the solution to the problems with piracy (people downloading illegally instead of paying for the products) - but before they can change the mindset of people, they have to overcome some issues that might make it hard for the film industry to adapt a fully functional streaming solution in the veins of Spotify. To come up with some conclusions regarding this matter, we focused our study on the consumers rather than the industry in order to get a better understanding about what the consumers think about the streaming services of film that are offered today. We used both surveys and interviews in order to gather information regarding the consumers thoughts on how the landscape of film distribution has evolved to a point where Video-on-Demand offers the opportunity to watch movies and TV-series wherever and whenever they want. Our research shows that the majority of consumers are willing to pay for streaming services of film and hold the new technology in high regard. However, the consensus among the consumers that were involved in our study shows that the streaming services offered today have to evolve even further in the future before it can fully work as a substitute for illegal downloading. The film industry has to overcome the problem with illegal downloading, expand their library of movies to give more value for the subscription money and above all continue to develop their streaming services by listening to what the consumers want.

1. Inledning

Illegal nedladdning och dess katastrofala inverkan på inkomstsidan för såväl film- som musikindustrin har länge varit ett hett ämne inom nöjesbranschen. Vi vet att många människor idag laddar hem illegalt istället för att köpa produkterna på lagligt vis och nöjesindustrin har länge försökt få bukt på problemet. Musikbranschen har under de senaste åren sett en kraftig förändring i konsumenternas sinnelag sedan införandet av Spotify och andra streamingtjänster som för en fast månadskostnad (eller i vissa fall gratis med reklaminslag) ger konsumenterna tillgång till ett digert utbud av musik som bara är ett knapptryck bort från att spelas på datorn, telefonen eller TV:n. Bekvämt, enkelt och fullkomligt lagligt. En rapport gjord 2011 visar att nedladdningen av musik minskat markant sedan Spotifys intåg på den svenska marknaden (musiksverige.org)¹. Men där musikbranschen har bestämt sig för att lyssna till konsumenternas önskemål om bekväma sätt att konsumera tjänsterna på och valt att pröva på nya affärsmodeller, så har inte riktigt samma explosiva utveckling skett inom filmbranschen. Det finns idag ingen streamingtjänst för film som etablerat sig lika starkt som till exempel Spotify som med sin raserande teknologi förändrat synen på illegal nedladdning kontra laglig streaming. Är det överhuvudtaget möjligt för filmbranschen att minska den illegala nedladdningen genom att införa ett lika framgångsrikt koncept som Spotify? Vi vet vad musikbranschen gjort för att lyckas, men det finns väldigt lite forskning som rör streaming inom filmindustrin och det är därför ett intressant område att titta närmare på.

1.1 Frågeställning

Hur kan streamingtjänster fungera som ett substitut för den illegala nedladdningen? Och vilka förändringar behövs göras för att kunna möta konsumenternas behov och efterfrågan?

1.2 Syfte

Vi vill bidra med en bättre förståelse för hur konsumenterna ser på fenomenet nätstreaming och undersöka vilka hinder som filmbranschen kan möta i deras strävan att etablera ett starkt fäste inom streaming av film hos gemene man. Vi vill titta på hur musikbranschen under de senaste åren jobbat för att göra Spotify och iTunes till ett vettigt substitut för illegal nedladdning samt undersöka ifall det finns några lärdomar som filmbranschen skulle kunna tillämpa på deras motsvarigheter så som Netflix, HBO Nordic med flera.

¹ URL: <http://www.musiksverige.org/pressrum/pressmeddelanden/fortsatt-minskning-av-illegal->

1.3 Avgränsningar

Vi valde att titta närmare på filmbranschen och deras satsning på streamingtjänster då musikbranschen haft stora framgångar med tjänster som erbjuder strömning av musik under de senaste åren. Vi har dock valt att fokusera vår undersökning på individer snarare än företagen som ligger bakom tjänsterna. Tanken var att undersöka hur användarna/konsumenterna ser på de streamingtjänster av film som erbjuds idag och vilka förändringar de anser vara nödvändiga för att framtidens streamingtjänster ska fortsätta locka till användning.

2. Digitala tjänster

I följande kapitel kommer vi att titta närmare på olika digitala tjänster som förändrat vår syn på traditionella affärsmodeller och hur dessa relaterar till de streamingtjänster som finns på marknaden idag.

2.1 Separation av medium och innehåll

Det har blivit en allt tydligare separation mellan medium och innehåll under de senaste åren där till exempel TV inte längre bara kan tittas på en TV-apparat, utan även på andra plattformar så som smartphone, datorer och surfplattor. En utveckling som även syns i hur marknaden allt mer blivit till en marknad för tjänster snarare än fysiska varor. Här nedan kommer vi att berätta lite om hur implementerandet av Service Dominant Logic förändrat marknaden och vad som egentligen menas med termen.

2.2 Service Dominant Logic

Författarna Stephen L. Vargo och Robert F. Lusch myntade begreppet "Service Dominant Logic" i deras artikel *Evolving to a new Service Dominant Logic* från 2004 och anledningen till att vi nämner detta begrepp i denna uppsats är för att tankesättet som ligger bakom Service Dominant Logic stämmer väl överens med hur filmbranschen utvecklats. Service Dominant Logic, som har sitt säte inom marknadsföring, syftar på ett tankesätt som allt mer börjat tillämpas av företag där man genom fortlöpande kontakt med användarna lyssnar till vad konsumenterna efterfrågar av tjänsterna som utvecklas. Denna metod gör att tillverkarna säljer tjänster till konsumenterna snarare än varor i dess traditionella form. "In order to improve their individual and collective well-being, humans exchange the service-the application of specialized skills and knowledge that they can provide to others for the service that they need from others" (Vargo & Lusch, 2008).

Motsvarigheten till denna metod, och något som varit dominerande bland marknadsföring innan Service Dominant Logic, kallas för Good Dominant Marketing Logic där företagen tillverkar varor utan att man för den skull behöver involvera konsumenterna för att ta del av deras tankar och åsikter under skapandeprocessen. Vi ser tydliga tecken på att streamingtjänster utvecklats med ett Service Dominant Logic-synsätt då tekniken som används för att streama artefakterna i mångt och mycket härstammar från fildelning - en teknik som nöjesbranschen sedan implementerat i sina legala alternativ och därigenom i princip gett konsumenterna vad de vill ha. Syftet och målet med att tillämpa Service Dominant Logic är att "customize offerings, to recognize that the consumer is always a coproducer, and to strive to maximize consumer involvement in the customization to better fit his or her needs" (Vargo & Lusch, 2004).

Här nedan finns en bild som visar på de 10 lika grunderna där Service Dominant Logic skiljer sig från Good Dominant Marketing Logic upprättat som ett ramverk för att lättare ges en överblick på de två olika marknadsföringsprinciperna.

FPs	Foundational premise	Comment/ explanation
FP1	Service is the fundamental basis of exchange.	The application of operant resources (knowledge and skills), "service", as defined in S-D logic, is the basis for all exchange. Service is exchanged for service.
FP2	Indirect exchange masks the fundamental basis of exchange.	Because service is provided through complex combinations of goods, money, and institutions, the service basis of exchange is not always apparent.
FP3	Goods are distribution mechanism for service provision.	Goods (both durable and non-durable) derive their value through use – the service they provide.
FP4	Operant resources are the fundamental source of competitive advantage.	The comparative ability to cause desired change drives competition.
FP5	All economies are service economies.	Service (singular) is only now becoming more apparent with increased specialization and outsourcing.
FP6	The customer is always a co-creator of value.	Implies value creation is interactional.
FP7	The enterprise cannot deliver value, but only offer value propositions.	Enterprises can offer their applied resources for value creation and collaboratively (interactively) create value following acceptance of value propositions, but cannot create and/or deliver value independently.
FP8	A service-centered view is inherently customer oriented and relational.	Because service is defined in terms of customer-determined benefit and co-created it is inherently customer oriented and relational.
FP9	All social and economic actors are resource integrators.	Implies the context of value creation is networks of networks (resource integrators).
FP10	Value is always uniquely and phenomenological determined by the beneficiary.	Value is idiosyncratic, experiential, contextual, and meaning laden.

Bild 1: Grafik som visar på de skillnader som råder mellan Service Dominant Logic och Good Dominant Marketing Logic (Vargo & Lusch, 2004).

En viktig del i utvecklingen av Service Dominant Logic är att företagen ser till att kunderna erbjuds bra respons och att deras tankar/önskemål efterföljs för att göra tjänsterna så bra som möjligt. Ett företag som förbiser konsumenternas åsikter och istället för att ta till sig av de förslag på förbättringar som framkommer riskerar att skada deras rykte och företagsprofil allvarligt. En sådan skada kan i sin tur göra att konsumenterna söker sig efter andra alternativa där omhändertagandet av kunder sköts bättre. Ett alternativ där kunderna ses som medproducenter, snarare än enbart konsumenter av tjänsterna i fråga (Grönroos, 2006).

2.3 Betalningsvilja på Internet

Enligt en undersökning gjord av det svenska folkets internetvanor från 2012 framgår det att hela två av tre i befolkningen lyssnar på musik via internet. Detta innefattar såväl musik som går att lyssna på gratis, men också låtar att köpa styckvis samt abonnemang som kan tecknas månadsvis som till exempel Spotify. I undersökningen visar det sig att hälften av de tillfrågade mellan 16 och 35 år betalar för sitt lyssnande på musik, i denna åldersgrupp är det lika vanligt att konsumenterna betalar för låtar styckvis som tecknande av abonnemang (Findahl, 2012).

I rapporten från året innan, *Svenskarna och Internet 2011*, framgår det att fler av de som fildelar visat sig vara mer betalningsvilliga när det kommer till att betala för låtar styckvis än de som inte ägnar sig åt illegal nedladdning (Findahl, 2011). Detsamma gäller abonnemang där fler, såväl äldre som yngre, av de som fildelar betalar för att nyttja en streamingtjänst jämfört med de som ej fildelar i någon form (ibid).

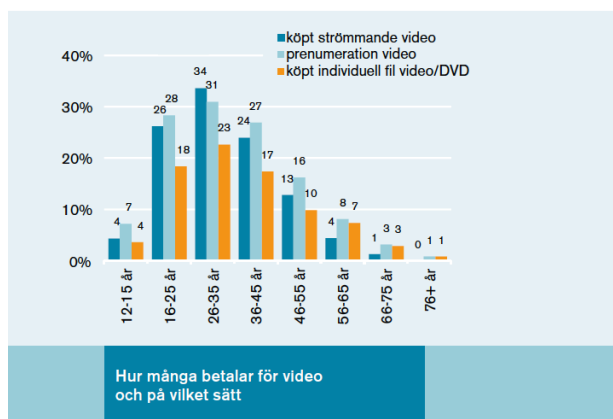


Bild 2: Statistik som visar hur svenskarna betalar för videomaterial på internet och på vilket sätt de gör det.

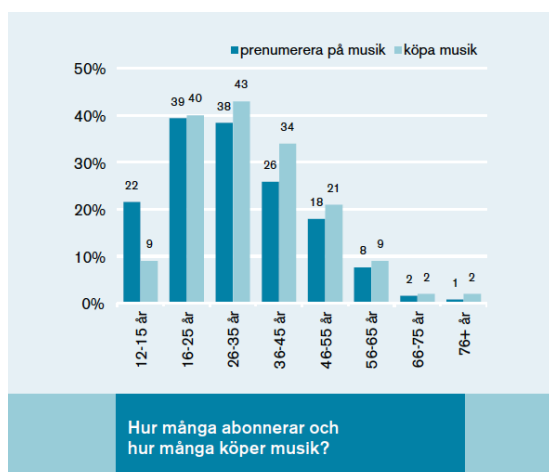


Bild 3: Statistik över hur många av svenskarna som abonnerar eller köper musik på internet.

3. Digital filmdistribution

Distributionssätten för hur filmbolagen når ut till sin publik har förändrats genom åren. Idag är den digitala distributionen en av de stora hörnstenarna i såväl filmbranschen som resten av nöjesbranschen. Här nedan kommer vi att gå lite närmare in på vad som menas med digital filmdistribution och då med fokus på så kallad Video-on-Demand som med satsningar på dagens streamingtjänster av film känns allt mer aktuell för att fylla den efterfrågan som finns efter enkla sätt att konsumera underhållning på. "A paradigmatic shift has been occurring in terms of how film and media content at large is distributed, spread, and shared between people and organisations" (Throwbridge, 2013). Implementerandet av den digitala distributionen på marknaden har gett konsumenterna en större och bättre kontroll över hur och när de vill konsumera TV, film och annan underhållning. De är inte längre låsta vid traditionellt schemalagda TV-tablåer eller fysiska kopior av till exempel DVD-filmer, utan har möjlighet att konsumera underhållningen, vid en tidpunkt de själva väljer från diverse databaser där det digitala materialet ligger samlat (Danaher et al, 2010). Den digitala distributionen av media har också inneburit att användarna allt mer börjat se sig om efter sätt att dela med sig av innehållet, inte alltid på lagligt vis, genom att nyttja internet till att sprida informationen med de olika fildelningsteknikerna som möjliggjort denna illegala fildelning (ibid).

3.1 Illegal nedladdning

I detta stycke så har vi valt att skriva om fildelningen och dess underkategorier. Vi valde att skriva om detta för att vi tycker att det har stor relevans till att förstå vår frågeställning till fullo. Digital streaming på Internet härstammade ifrån piratkopieringen som skedde under sent nittital. Detta lade grund till den digitalisering för film och musik inkluderat dess tjänster som vi ser idag. I och med att Internet och CD-skivor blev populärt i början på 1990-talet så startade den digitala piratkopieringen (wikipedia.org)². Eftersom all musik delades digitalt så förvärrades inte kvalitén ifrån ursprungsmaterialet och det var lättare att kopiera sina egna skivor och ge till vänner och bekanta. Piratkopieringen fick sitt största genombrott när musikdelningstjänsten Napster lanserades (techhive.com)³. Napster lades ner 2001 efter många stämningar från musikindustrin men följdes upp med liknande program några år senare som till exempel Kazaa, Gnutella och LimeWire (Adermon & Liang, 2012). Precis som Napster så använde de sig av en teknik som kallas P2P (peer-to-peer) vilket betyder att användarna laddar ner material direkt ifrån en annan användares hårddisk istället för som tidigare då materialet låg på en central server (ibid). I takt med att internetuppkopplingarna runt om i världen blev snabbare och att en mer effektiv komprimering av videomaterialet togs fram så förändrades fildelningen. År 2001 så lanserades ett nytt fildelningsprotokoll som hette Bittorrent.

² URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/CD>

³ URL: <http://www.techhive.com/article/100004/article.html>

Det nya med denna teknik var att det var möjligt för användare att både ladda ner och ladda upp delar av materialet samtidigt vilket resulterade i att ju populärare en film var desto snabbare gick det att ladda ner den (ibid). Fildelningen i Sverige har under kort tid fått en stor spridning i och med en snabb och stabil internetuppkoppling (wikipedia.org)⁴. De fildelningsnätverk som finns på marknaden ger användarna en stor mängd material att tillhandahålla över. Dock är det mesta av detta material upphovsrättsskyddat och görs tillgänglig för användarna utan att upphovsrätten kontrolleras av dess utgivare. Denna typ av förbiseende för den upphovsrätt som råder kallas för piratkopiering. Piratkopieringen är oerhört vanligt förekommande i Sverige och SCB:s undersökning visade att Sverige hade 1,3 miljoner fildelare 2006 (scb.se)⁵.

I och med att Sverige ligger i framkant i världen när det gäller infrastruktur i form av bredbandskapacitet är det snabbt och enkelt att hitta och ladda ner musik, ljudböcker, datorspel och filmer olagligt ifrån diverse nedladdningssidor. Beroende på hur man ser på saken kan piratkopiering liknas vid ett tveeggat svärd. På ena sidan så ses piratkopiering som någonting dåligt. Det försämrar marknaden och gör så att mediabranschen går back enorma summor pengar. På andra sidan eggen så har det visat att det har potentialen att öka en produkts uppmärksamhet och medvetenhet som kan leda till bättre försäljning eller ökad kännedom utav en mediaartefakt (Sudler, 2012).

3.2 Ipredlagen

Vi har valt att skriva om IPRED-lagen då vi tycker att när den infördes så förändrades synsättet på hur Sveriges invånare såg på piratkopiering. Innan sågs det inte som ett brott att piratkopiera, men i och med att denna lag infördes i landet så förändrades nedladdningsvanorna hos det svenska folket (Aldermon & Liang, 2010).

Vad är då IPRED? Den 25 februari 2009 stiftades det fram en ny lag som skulle få bukt med den svenska piratkopieringen. Den kallades IPRED-lagen och infördes den första april samma år. IPRED-lagen innebär att rättighetsinnehavaren vid misstanke om illegal fildelning gavs möjlighet att begära av domstol att en internetleverantör skulle lämna ut personliga uppgifter om den som piratkopierar. Leverantören i fråga skulle då kunna lämna ut piratkopierarens IP-adress och på så sätt ta reda på uppgifter som namn och adress på personen som står för internetanslutningen (dn.se)⁶. IPRED-lagen har länge varit diskuterad på grund av att den kan vara integritetskränkande för personen som delar material olagligt. De första dagarna som IPRED-lagen infördes i Sverige så hade Internettrafiken minskat med 44 % (dn.se)⁷. Sommaren 2009 så kom det fram att trafiken helt hade återställts till den Internettrafik som hade varit innan IPRED-lagen hade förverkligats och vid december samma år var till och med trafiken högre än någonsin. Undersökningar visar dock att försäljningen av DVD-filmer ökat under de första 3 månaderna som IPRED började gälla och

⁴ URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Fildelning>

⁵ URL: http://www.scb.se/Pages/PressRelease____187176.aspx

⁶ URL: <http://www.dn.se/kultur-noje/riksdagen-helt-oenig-om-nedladdning>

⁷ URL: <http://www.dn.se/kultur-noje/internettrafiken-minskade>

att försäljningen av CD-skivor hade ökat med 9 procent medan den digitala försäljningen hade stigit med 80 procent (dn.se)⁸.

Så här lyder IPRED-lagen i Sveriges lagbok:

53 c § Om sökanden visar sannolika skäl för att någon har gjort ett intrång eller gjort sig skyldig till en överträdelse som avses i 53 §, får domstolen vid vite besluta att någon eller några av dem som anges i andra stycket ska ge sökanden information om ursprung och distributionsnät för de varor eller tjänster som intrånget eller överträdelsen gäller (informationsföreläggande). Ett sådant beslut får meddelas på yrkande av upphovsmannen eller upphovsmannens rättsinnehavare eller den som på grund av upplåtelse har rätt att utnyttja verket. Det får bara meddelas om informationen kan antas underlätta utredning av ett intrång eller en överträdelse som avser varorna eller tjänsterna. (lagen.nu)⁹.

Lagen anser att om det finns misstanke eller bevis att den person har begått upphovsrättsliga brott så får domstolen ge tillåtelse till den svenska polisen att ta reda på information om vart personen befinner sig och vad personen har piratkopierat. Om personen döms skyldig i domstol så kommer denne att få betala skadestånd i form av dagsböter eller få fängelsestraff (ibid).

I en intervju med Viasats VD Hans Skarplöth så berättar han att han välkomnar IPRED-lagen men berättar också att det är viktigt att också fokusera på att leverera bra legala mediatjänster. Han menar att vi inte ska tro att en ny lag ska lösa alla rättighetsproblem i Sverige utan måste tro mer på att det är upp till mediabranschen att skapa vettiga alternativ till piratkopieringen. Han är fullt övertygad att om man ställer en legal tjänst mot en illegal tjänst med samma kvalité sida vid sida så kommer folket att välja det legala alternativet. Han fortsätter att vi har ett eget ansvar att utveckla tjänster som gör att de legala alternativen blir mer attraktiva för folket (svd.se)¹⁰.

3.3 Tekniker och tjänster för illegal nedladdning

Vi har valt att inkludera denna del om tekniker och tjänster för illegal nedladdning för att de tekniker som används i dagens streamingtjänster till stor del utvecklats från fildelning och dess grundprinciper. Det är därför intressant att titta på hur teknikerna och programvarorna för illegal nedladdning har påverkat och utformat de lagliga streamingalternativen som finns att tillhandahålla idag.

3.3.1 The Piratebay

År 2002 startades den första bittorrentklienten Supernova och kort därefter fildelningssidan The Piratebay. Några år senare blev The Piratebay den största bittorrentsidan i världen med över 25 miljoner unika besökare. Deras användarvänliga gränssnitt, tillgänglighet och

⁸ URL: <http://www.dn.se/ekonomi/rekordar-for-dvd-efter-ipredlagen>

⁹ URL: <https://lagen.nu/1960:729#P53c>

¹⁰ URL: http://www.svd.se/nyheter/inrikes/muf-uppmanar-till-lagbrott_2148935.svd

överlägsna hastighet gjorde det till den populäraste sidan för P2P-nätverk idag (Adermon & Liang, 2010). The Pirate Bay grundades av många olika aktörer och människor, men de som har stått med sitt ansikte utåt var Fredrik Neij, Gottfrid Svartholm och Peter Sunde. Många organisationer inom mediabranschen har försökt stänga ner hemsidan på grund av brott mot upphovsrätten, men har ofta bemötts med hån och humor från The Piratebays sida (wikipedia.org)¹¹.

3.3.2 Napster

I slutet av 1990 så startade en 19-årig collestudent ett nytt sätt att dela med sig musik via internet. Hans namn var Shawn Fanning och han skapade Napster ifrån sitt studentrum och blev då en pionjär för fildelningstekniken (wikipedia.org)¹². Hans idé var att skapa en klient som gjorde det enklare för vanliga användare att kunna dela med sig utav sin musik. Det skulle vara enkelt att hitta nya artister och låtar och att alla skulle på ett smidigt sätt kunna ta del av denna tjänst. För att få det hela enkelt och bekvämt för användarna, så gjorde Fanning att användarna använde Internet som en som en kanal till andra användares hårddisk. De som använde sig av tjänsten kopierade bara det material de ville ha av andra.

Tekniskt sett så funkade faktiskt denna teknik som vilken chattjänst som helst men istället för att dela olika sorters filer runt om på internet, så specialiserade sig Napster på musik i form av MP3-filer i en användarvänlig mjukvarumiljö. Det fanns dock en stor skepsis riktad mot Napster till under etablerandet av tjänsten (Choi & Perez, 2006). Vem skulle egentligen vilja öppna upp sin dator och visa sitt innehåll till främlingar runt om hela världen?

Trots den skepsis som hade uppstått så hade Napster hundratusentals användare globalt på bara några månader som tillsammans delade med sig enormt många låtar. Napster ändrade sättet för hur folk lyssnade, hittade och använde sig av musik och de bidrog med en helt ny teknik som var revolutionerande för sin tid. När de började så hade Napster satt en standard för hur musik skulle se ut i framtiden. Det skulle vara en enkel fil i formatet mp3. Kvalitén var inte den bästa i jämförelse med CD-skivor men det spelade ingen roll för användarna. För en vanlig musiklyssnade person så hördes det inte allt för stor skillnad mellan CD-kvalité och en nedladdad Mp3-fil. Det som istället prioriterades var att det skulle gå snabbt och vara smidigt att skaffa musik istället för att det skulle låta kristallklart.

Musikbranschen omfamnade till slut samma enkla sätt som Napster hade. De började med försäljning av enstaka låtar i Mp3-format. Problemet var bara det att de illegala alternativen hade gått vidare med ännu högre kvalité på låtarna och snabbare metoder att få hem musiken. Piratverksamheten hade kommit på en ny teknik där man istället för att ha en fast kvalité på sin Mp3-låt så kunde de variera den mellan en rad olika nivåer. De lagliga alternativen sålde sina Mp3-låtar i 192 kbps i kvalitet, medan Napsters nya algoritm gjorde så att kvalitén kunde ökas ytterligare och gjorde Napster tekniskt överlägsen sina konkurrenter. Napsters succé spred sig över hela världen och blev det givna valet för ungdomar när de skulle leta musik på internet (ibid).

¹¹ URL: http://sv.wikipedia.org/wiki/The_Pirate_Bay

¹² URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Napster>

3.4 Legala alternativ inom andra branscher

I detta kapitel kommer vi att titta lite närmare på de legala alternativ till illegal nedladdning som finns att nyttja. Det är liknande streaming och nedladdningstjänster.

3.4.1 iTunes

År 2001 så startade datorföretaget Apple musiktjänsten iTunes. Anledningen till detta var att deras musikspelare iPod skulle ha ett kompatibelt program som enkelt och snabbt kunde synkronisera ditt musikkbibliotek. iTunes var exklusivt till Apples operativsystem Mac OS9 men finns numera till både Windows och Mac OSX (wikipedia.org)¹³.

I och med att iTunes och iPod växte sig större så annonserade Apple försäljningstjänsten iTunes Store för programmet. Där var det möjligt köpa digital musik till relativt låga priser som det senare var möjligt att äga på både sin iPod och dator (wikipedia.org)¹⁴ Sedan iTunes Store började sin försäljning av digitala produkter 2001 så har de dominerat marknaden och har enligt vissa källor tagit kol på piratkopieringen och räddat musikindustrin (Dechsakda, 2012). Deras lösning på piratkopieringsproblemet var en enkel lösning med en blandning utav molnlagring till en internetserver och ett simpelt och tillgängligt användargränssnitt som gav ett stort värde för konsumenterna (Sudler, 2012).

3.4.2 Spotify

I denna del har vi valt att titta närmare på streamingtjänsten Spotify eftersom programmets metod för strömning av digitala artefakter har en tydlig koppling till det filmbranschen försöker efterlikna med sina motsvarigheter inom streaming av film. Streamingtjänsten Spotify skapades år 2006 av entreprenörerna Daniel Ek och dennes kollega Martin Lorentzon. Två år senare lanserades för allmänheten under oktober 2008 och har i nuläget enligt deras egna uppgifter (spotify.com)¹⁵ över 24 miljoner aktiva användare varav över 6 miljoner av dessa är betalande användare.

Spotify är till skillnad från flera andra liknande tjänster inte en webbaserad produkt, utan istället en programbaserad klient. Det gör att man som användare kan ladda hem programvaran gratis och sedan skapa sig en användare med det efterföljande valet att nyttja ett gratis-konto med reklamavbrott mellan låtar och med en tidsbegränsad lyssnartid varje månad eller välja en av betalvarianterna. Skillnaden mellan de två betalvarianterna, som går under namnen Unlimited och Premium, är att Unlimited ger användarna möjlighet att lyssna på obegränsat med musik under en månad på sin dator. Premium erbjuder samma obegränsade musiklyssnande, men har fördelen med att låta användarna nyttja tjänsten på andra plattformar än datorn - vilket i det här fallet innebär smartphone, surfplattor och smart-TV. Skillnaden i pris mellan de båda betalningsvarianterna är i Sverige 49 kronor för Unlimited och 99 kronor i månaden för Premium. Spotify använder sig av en peer-to-peerteknik där man strömmar musiken både via olika servers och ett peer-to-peernätverk.

¹³ URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Itunes>

¹⁴ URL: http://sv.wikipedia.org/wiki/Itunes_Store

¹⁵ URL: <http://press.spotify.com/us/information/>

Med peer-to-peernätverk menas att ett sammanlänkat nätverk där man nyttjar noder som inte har några förutbestämda hierarkistiska roller för att få nätverket att fungera, utan istället har ett system där samtliga noder kan fullfölja samtliga sysslor som krävs i nätverket istället för att enbart ha en specifik uppgift som annars är brukligt. Den här tekniken tillämpas även i fildelningssammanhang och att en legitim musikstreamingtjänst använder sig av samma tekniker som fildelarna använder sig av i olagliga sammanhang är något som Choi och Perez (2006) menar är en naturlig utveckling av teknikens framfart i dagens samhälle.

De skriver bland annat att "online piracy has directly and indirectly spurred the creation of legitimate and innovative business models." (ibid) och menar på att fildelarna med sin strävan efter nya tekniker att kringgå systemen också sätter normen för vilka tekniker som de lagliga alternativen ska försöka efterlikna med sina tjänster.

Daniel Ek har även nämnt Napster, ett av de första stora fildelningsprogrammen, som en stor inspirationskälla till Spotify (Dechsakda, 2012). En undersökning i Sverige gjord av analysföretaget Mediavision på uppdrag av musikbranschens intresseorganisation Musiksverige under 2011 visar på att den illegala nedladdningen av musik minskat kraftigt i Sverige sedan Spotify gjort entré på marknaden under 2008.

Allt fler av konsumenterna har visat sig vara betalningsvilliga till en dylik tjänst och under 2011, samma år som undersökningen gjordes, uppmätte Spotify 800 000 betalade användare i Sverige. (musiksverige.org)¹⁶ I sin artikel från 2012 pratar författaren Hasshi Sudler om hur affärsmodellerna som tillämpas i dagens nöjesindustri för att sälja produkterna ser annorlunda ut än vad den gjort tidigare¹⁷. Sudler talar om vikten av att anpassa sig till den efterfrågan som finns på marknaden istället för att hålla fast vid gamla invanda metoder. En utveckling i rätt riktning som Spotify i mångt och mycket dragit igång med sitt implementerande av laglig musikströmning på marknaden (ibid).

3.5 Filmbranschen idag – nya strukturer

I det här kapitlet kommer vi att titta lite närmare på hur den digitala distributionen av film har förändrat affärsmodellerna och de traditionella distributionssätten med fokus på streamingtjänster. Med streaming av film menas att konsumenterna kan titta på till exempel en film via internet utan att behöva ladda hem den innan. Materialet strömmas via internet och lagras temporärt på datorn eller lagringsutrymmet på den plattform som nyttjas vid tillfället. Det finns två olika sorters strömning av media där den ena kallas för "streaming" rakt av och är den mest frekventa formen av tekniken som används i streamingtjänster.

Den andra formen heter Progressiv streaming, även känd som progressiv nedladdning, där media som ligger på internet och som användaren kan titta på medan filen laddas hem. Detta skiljer sig från vanlig streaming där visningen av materialet sker i realtid kontra den stegvis hämtning av data som finns i progressiv. Nackdelen med detta är att det endast går att titta på den bit av filen som redan laddats hem, vilket gör att det inte går att spola sig fram mer än den del du redan hämtat hem (wikipedia.org)¹⁸.

¹⁶ URL: <http://www.musiksverige.org/wordpress/wp-content/uploads/2011/09/Musiksverige-Svenskarnas-internetvanor-Q2-2011.pdf>

¹⁷ Effectiveness of anti-piracy technology: Finding appropriate solutions for evolving online piracy

¹⁸ URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Streaming_media

3.6 De största aktörerna inom streaming av film

Här nedan kommer vi att lite kortfattat gå igenom de största aktörerna som finns på marknaden när det kommer till streaming av film- och TV. Det finns fler aktörer än dessa på marknaden, men vi har valt att lyfta fram de allra vanligaste och mest framgångsrika.

3.6.1 Netflix

Ett amerikanskt företag som grundades år 1997 och som vid uppstarten erbjöd konsumenterna en prenumerationsliknande tjänst för filmuthyrning där användarna för en månadskostnad gavs möjlighet att hyra DVD-filmer på rullande basis. Sedan 2007 har man dock allt mer gått över till att erbjuda nätbaserad streaming av film där användarna för en fast månadskostnad ges tillgång till ett digert utbud av filmer. Netflix finns sedan i slutet av 2012 även i Sverige. Siffror från mars 2013 gör gällande att Netflix har 33 miljoner registrerade användare över hela världen (netflix.com)¹⁹.

3.6.2 HBO Nordic

HBO Nordic är precis som Netflix en Video-On-Demandtjänst där konsumenterna ges tillgång till streaming av film och TV-serier för en fast månadskostnad. Den stora skillnaden mot Netflix är att HBO Nordic mer nischer sig kring sina egna TV-serier och filmer, såväl gamla som nyproducerade, men det finns också produktioner som inte HBO stått bakom i arkivet. HBO Nordic finns tillgänglig i Sverige sedan början av 2013 (hbonordic.com)²⁰.

3.6.3 Viaplay

Lanserades 2007 under namnet Viasat-On-Demand, men bytte under 2011 namn till Viaplay. Tjänsten erbjuder precis som Netflix och HBO Nordic en prenumerations-tjänst med fast månadskostnad där konsumenterna kan streama obegränsat med film, TV-serier och sportevenemang. Det finns också möjlighet att styckvis hyra- och köpa de olika digitala artefakterna som finns tillgängliga i streamingtjänsten (viaplay.se)²¹.

3.6.4 Amazon Instant Video

Lanserades 2006 under namnet Amazon Unbox, men bytte under 2008 namn till Amazon Video-On-Demand som sedermera blev Amazon Instant Video. Tjänsten erbjuder i likhet med sina konkurrenter inom streaming av film- och TV-serier till konsumenterna för ett fast månadspris (wikipedia.org)²².

¹⁹ URL: ir.netflix.com

²⁰ URL: <http://hbonordic.com/faq>

²¹ URL: <http://www.viasat.se/utbud/parabol/viaplay-start>

²² URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Amazon_Instant_Video

3.6.5 Hulu

Amerikansk streamingtjänst som fokuserar på streaming av TV-serier där konsumenterna för en fast månadskostnad ges tillgång till ett digert utbud av TV-serier från bland annat FOX, NBC och AMC. Skillnaden mellan Hulu och övriga streamingtjänster är att det förekommer reklam, precis som på TV, när materialet streamas. Hulu finns i nuläget endast tillgängligt i USA och Japan (hulu.com)²³.

3.6.6 YouTube

Internetsajt som grundades i februari 2005 och numera ägs av Google. YouTube har sedan starten baserat sin affärsidé på User-Generated-Content där användarna/tittarna delar med sig av videoklipp för att tillsammans bygga upp deras ständigt växande bibliotek av strömmande video. YouTube skiljer från övriga aktörer i denna del på grund av att innehållet är uppladdat av användarna och inte av företaget i sig, men också att tjänsten inte kostar någonting att nyttja. Det laddas upp över 100 000 videor varje dag (wikipedia.org)²⁴ och över 1 miljard videos streamas varje dag av besökarna (geek.com)²⁵.

²³ URL: <http://www.hulu.com/about>

²⁴ URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Youtube>

²⁵ URL: <http://www.geek.com/news/youtube-serves-over-1-billion-videos-a-day-932241>

4. Metod

Här nedan kommer vi att beskriva de metoder och den arbetsprocess som skett under skrivandet av denna uppsats samt förklara de olika forskningsmetoderna som vi nyttjat i de olika faserna av arbetet.

4.1 De olika faserna

I följande avsnitt kommer vi att lite mer ingående beskriva de olika faserna av arbetsprocessen som sådan.

4.1.1 Fas 1 - Uppstartsfasen

Arbetet tog form genom att vi satt oss ner för att utveckla en frågeställning rörande det ämne som vi hade bestämt oss för, vilket i det här fallet var nätstreaming inom filmbranschen. De första tankarna handlade mycket om att lägga fokus på illegal nedladdning och lyfta fram huruvida det är så att filmindustrin går med enorma ekonomiska förluster varje år eller om dessa skräcksiffror är kraftigt överdrivna. Men då vi ansåg att detta skulle kunna få examensarbetet att mer gå in på siffror och ekonomi än vad vi önskade, så bestämde vi oss för att istället undersöka hur framtiden för nätstreaming av filmer ser ut genom att kolla närmare på hur konsumenterna ser på nyttjandet av dylika tjänster. Vi ansåg att detta var ett intressant område där vi skulle kunna undersöka ifall filmindustrin kan ta några lärdomar av musikindustrin som lyckats bra med att implementera streaming hos deras konsumenter i form av Spotify, iTunes och andra betaltjänster. Men framförallt att lyssna på hur användarna ser på de streamingtjänster som finns tillgängliga för allmänheten idag så som Netflix, HBO Nordic och Viaplay samt de förslag på förbättringar som konsumenterna lyfter fram som väsentliga för att utvecklingen av dessa tjänster ska fortlöpa och vara attraktiva även fortsättningsvis.

4.1.2 Fas 2 - Enkätfasen

För att få fram data kring det valda ämnesområdet, så bestämde vi oss för att jobba med både kvantitativa och kvalitativa metoder. Vi började med en enkät som är en kvantitativ forskningsmetod. Denna enkät genomfördes på internet där vi ställde frågor som dels besvarades med relativt enkla flervalsoalternativ, men också några frågor som rörde deras val till att använda eller inte använda en streamingtjänst som besvarades genom att kortfattat motivera om deras val. Med kvantitativa metoder menas att man är ute efter att få svar på "hur många" eller "hur mycket" i en viss fråga - detta görs att denna metod lämpar sig bäst när man strävar efter att få fram kvantiteter för att styrka en speciell tes.

När det kommer till kvantitativa metoder jobbar man i tre faser. Den första fasen kallas för *planeringsfasen*, som i sin tur består av två moment, där man inleder med att utforma någon form av hypotes som sedan testas, hur denna utformas har inget direkt regelverk, men det bör ändå tas hänsyn till att hypotesen har något stöd rent vetenskapligt.

Efter att ha utformat en hypotes går man vidare till att *utforma och starta planeringen* av själva undersökningen som ska genomföras. I detta skede är det viktigt att få det klart för sig att tesen har vetenskapligt stöd och därefter går man vidare till den andra fasen som kallas för *insamlande av data*. Det är precis som det låter en fas där undersökningen genomförs och samlar in data från de svar som kommer in. Därefter kommer den sista fasen, *analysen*

av data, där datan analyseras för att se hur den förhåller sig till den tes som testats i undersökningen. Det sker också en uträkning av den data som inkommit för att få fram ett statistiskt underlag kring hur många som bidragit till undersökningen (Hartman, 1998).

Anledningen till att vi valde oss att nyttja denna typ av metod beror på att den lämpade sig väl när det kom till att bilda oss en uppfattning om hur många som använder sig av streamingtjänster i nuläget samt hur många som laddade hem illegalt. Den kvantitativa metoden som vi tillämpat är enkätundersökning där vi lät olika personer svara på en rad olika frågor, både enklare ja/nej-frågor samt några där testpersonerna tilläts lämna kortare motiveringar kring specifika ämnen, rörande såväl tankar om hur streamingtjänster av film fungerar idag samt deras nedladdningsvanor.

4.1.3 Fas 3 - Intervjufasen

Efter att ha tagit del av datan som kommit fram från enkätundersökningen bestämde vi oss för att genomföra intervjuer med utvalda användare som representerade olika delar av spektrat där olika åldrar, skiftande grad av teknikintresse och andra olikheter som gav oss en bredd i svaren som i sin tur gjorde studien mer omfattande än att bara hålla sig till en speciell åldersgrupp. Till skillnad från kvantitativa metoder som ställer sig frågan "hur många" eller "hur mycket" syftar de kvalitativa metoder på att skaffa sig en bättre och djupare förståelse för hur individer föreställer sig världen. Med kvalitativa metoder når man förståelse kring ett speciellt ämne genom tolkning (Hartman, 1998). Det finns en rad olika förgreningar inom kvalitativa metoder och den vi valde oss att använda är intervjuer för att samla in data. Intervjuer kan också utföras i kvantitativa metoder, men skillnaden är att man under kvalitativa intervjuer har en mindre strikt strukturering som tillåter svaren att bli mer utförliga än de relativt givna svaren som uppstår i en kvantitativ intervju-session (Ibid).

Den kvalitativa metoden vi nyttjat är en halvstrukturerad intervju där vi genom att ställa frågor till sex olika personer på ett lite djupare plan fått en insyn kring deras vanor och tankar när det kommer till filmstreaming, deras förhoppningar om hur mediet ska utvecklas i framtiden samt en lite bättre förståelse för hur deras nedladdningsvanor förändrats i och med deras nyttjande av olika streamingtjänster. Vi försökte också fastställa vad anledningarna var till att vissa inte använder de olika streamingtjänsterna och genom att få deras syn på vilka orsakerna är som gör att de inte känner sig manade att betala för en viss streamingtjänst gav en bra infallsvinkel kring vilka hinder som företagen kan tänkas se över inför framtiden.

4.1.4 Fas 4 - Analysfasen

Vi använde oss också av personas, som både kan räknas som kvalitativa och kvantitativa metoder, för att vi ansåg det vara lämpligt att kunna skapa dessa personas för att måla upp en bild av hur en rad (tre i det här fallet) olika konsumenter kan se ut när det kommer till kundbasen hos de olika streamingtjänsterna. Genom att kombinera data från enkäter och intervjuer samt egna tankar kring ämnet, så skapade vi tre stycken personas som skulle visa på idealkunden, bakåtsträvaren och en kund som ställer sig emot streaming för att istället ägna sig åt illegal nedladdning. Anledningen till att vi använde oss av personas var för att kunna skapa oss en bild av hur den optimala användaren ser ut för streamingtjänsternas framtid, men också hur en viss form av användare som ställer sig tvekan till streaming och istället för att betala för ett lagligt alternativ laddar hem de digitala artefakterna på illegalt vis kan vara ett hinder för den fortsatta utvecklingen av detta utbyte av tjänster. Inkluderandet av dessa personas öppnade upp en möjlighet att väva in dessa i våra slutsatser och den diskussion som återfinns i slutet av arbetet för att förkroppsliga de hinder som filmbranschen eventuellt är tvungna att överkomma för att kunna fortsätta växa i framtiden.

4.2 Metodkritik

Vi såg både för- och nackdelar med att använda oss av kvantitativa och kvalitativa metoder under vår insamling av data. Fördelarna med den kvantitativa metoden som i det här fallet var en enkätundersökning var att vi fick en bra överblick kring hur utbrett användandet av streamingtjänster är samt hur nedladdningsvanor och betalningsviljan ser ut bland konsumenterna. Vi blev förvånade över den respons och mängd svar som vi fick in av enkätundersökningen. Det var mer än vad vi trodde skulle komma in. Nackdelarna av denna metod var främst att endast en tredjedel av personerna som startade enkäten fullföljde den, vilket gör att svaren som kom in ställer en del frågor om dess tillförlitlighet. Var personerna som fullföljde enkäten de som känner ett större intresse för dessa streamingtjänster och illegal nedladdning än gemene man? Och om så var fallet, gav då svaren en något vinklad bild av hur konsumenterna ser på marknaden idag snarare än en övergripande sådan? För att säkerställa en bättre bredd i vår undersökning, så använde vi oss också av en kvalitativ metod i form av intervjuer där vi valde ut intervjudeltagarna efter ålder, kön och teknikkunnande för att testa vår tes om hur konsumenterna ser på streaming idag. En annan nackdel i våra metoder var att vi inte intervjuade någon eller några personer med kopplingar till de olika företagen som utvecklar och levererar streamingtjänster för konsumenterna. Att inkludera dessa i undersökningen hade eventuellt kunnat ge en större bredd och mer tyngd åt vissa av de hinder och möjligheter som vi lyfter fram senare i arbetet.

4.3 Litteraturstudie

Den litteratur som vi använt oss av under vår uppsatsskrivning har mestadels bestått av vetenskapliga artiklar och avhandlingar från internet. Dessa har hämtats från såväl Google Scholar som ACM (Association for Computing Machinery). Anledningen till att vi främst använt oss av artiklar och avhandlingar från internet istället för böcker beror mestadels på att ämnet vi skriver om är såpass nytt att det är svårt att hitta relevant material på andra platser än internet.

4.4 Insamling av data

Vi valde att samla in data till vår uppsats genom en enkätundersökning och sex stycken intervjuer. När det gäller enkätbiten ville vi att enkätundersökningen skulle nå ut till så många människor som möjligt på en relativt kort tid och valde därför att göra den via internet. Detta var ett enkelt sätt att få en bra spridning bland deltagarna, men framförallt underlättade det för folk att delta i undersökningen. Efter att ha gjort klart enkäten så grundade vi våra intervjufrågor på det resultat som framkom i undersökningen.

4.4.1 Enkät

Vi skapade en webbenkät för att få en större insikt om hur vanligt folks tankar och vanor kring streaming och piratkopiering. Vi valde att göra en relativt enkel enkät med få och lättbesvarade frågor för att få så många som möjligt att delta i den. Enkäten hade totalt 12 frågor med fokus på vilka streamingtjänster deltagarna använder sig av och varför de nyttar speciella tjänster (se Bilaga 1). Vi frågade också om hur deras användning av piratkopierade och nedladdade filmer har förändrats efter att ha börjat nyttja lagliga alternativ istället.

Meningen med enkäten var att den skulle nå så många människor som möjligt. Vi hittade en bra, lättanvänd och snygg hemsida som erbjöd en gratis webbenkät för upp till 300 personer i fem dagars tid. Vi använde det sociala nätverket Facebook som verktyg för att få ut vår enkät till så många som möjligt på ett enkelt sätt. Vi skrev att den endast skulle ta några minuter att slutföra, att den var helt anonym och att det var till vår c-uppsats. Efter att ha skickat ut den på Facebook så tyckte vi att den skulle nå ännu fler. Vi skrev då ett e-mail till alla inom institutionen för Informatik på Umeå Universitet. Vi började diskutera om vi skulle försöka nå ännu fler deltagare genom att lägga ut vår enkät på Sveriges största forum Flashback. Vi valde dock att inte genomföra detta då vi var rädd att få oseriösa svar ifrån folk som inte bryr sig om resultatet. En annan anledning var att vårt gratiskonto som vi hade på webbenkäter.se endast kunde hantera 300 svar. Efter det så skulle det kosta pengar och vi ansåg inte att det var nödvändigt att lägga pengar för att få tillgång till en större undersökning.

4.4.2 Intervjuer

Syftet med intervjun var att kunna gå lite djupare in på några av de frågor som vi ställde i enkäten. Vi tog var för sig kontakt med intervjupersonerna, total sju till antalet, via både mail och personlig kontakt. Alla våra deltagare var bekanta med någon av oss sen tidigare och eftersom vi kommer ifrån olika platser i Sverige utnyttjade vi detta för att få till en så stor bredd som möjligt på svaren. Utav de sju vi intervjuade så var det fem killar och två tjejer och åldrarna var mellan 24 till 56 år. Frågorna var totalt nio till antalet och frågorna varierades beroende på om intervjupersonen svarade "ja" eller "nej" på vissa frågor (se Bilaga 2). Ett exempel var en av de allra första frågorna som var "använder du dig av en streamingtjänst?" där svaret styrde vilka följdfrågor som personen sedan fick.

4.5 Analys av data

Här nedan kommer vi gå in på analys av den data som vi fick in ifrån intervjuerna och enkäten. Vi delade upp analysen så att vi jobbade med en del var för att sedan ge kommentarer och feedback på varandras arbete.

4.5.1 Enkät

Efter att enkäten var avslutad så fanns alternativet att ladda hem resultatet i ett Microsoft Excel-dokument. Vi valde att analysera materialet via det dokumentet då det var mycket enkelt att läsa av. Vi gick igenom varje fråga, såg hur många som hade besvarat den och vad svaren var. Totalt så var det 123 stycken som började att besvara våra frågor i enkäten men endast 45 stycken som slutförde den. Vi hade lite tankar om varför inte ens hälften valde att slutföra den och det kan ha att göra med att vissa tyckte att enkäten var tråkig eller för lång och blev då helt enkelt för uttråkad för att fortsätta. En annan teori från vår sida var att frågorna tar upp deras vanor kring piratkopiering. Eftersom piratkopiering är olagligt i Sverige så kan de flesta deltagarna tro att deras svar skulle läcka ut och valde då att stänga ner vår enkät.

4.5.2 Intervjuer

Efter att intervjuerna hade genomförts läste vi igenom svaren för att spalta upp de olika delarna av intervjun till passande rubriker som sedan skulle läggas in på lämplig plats i arbetet där vi även kombinerade resultatet från enkätundersökningen.

5. Empiriskt material

Här nedan delger vi det empiriska materialet som kom fram under intervjuerna och enkätundersökningen samt berätta om de personas som vi skapat för att tydliggöra tre olika typer av användare med skilda tankar och åsikter kring streamingtjänster.

5.1 Resultat

I följande resultatdel har vi valt att kombinera svaren från både enkätundersökningen och intervjuerna för att göra det enklare att ta till sig av det empiriska materialet då datan från dessa undersökningar vävts samman för en bättre helhetsbild.

5.1.1 Hur många använder sig av streaming?

Gemensamt för samtliga personer som deltog i intervjuerna var att alla av de tillfrågade nyttjade någon form av streamingtjänst. Det vanligaste var Spotify som fyra av sex personer i studien använde sig av, medan Netflix användes av tre av sex tillfrågade. Det var också en stor spridning mellan vilka plattformar som tjänsterna användes på där flera av de tillfrågade menade att de använder sig av streaming på såväl laptopen, som smartphonen och surfplattan. Av de 45 tillfrågade i enkäten så använde 42 stycken en streamingtjänst av något slag. Med andra ord så använde nästan alla våra deltagare någon slags streamingtjänst.

Använder du någon streamingtjänst?

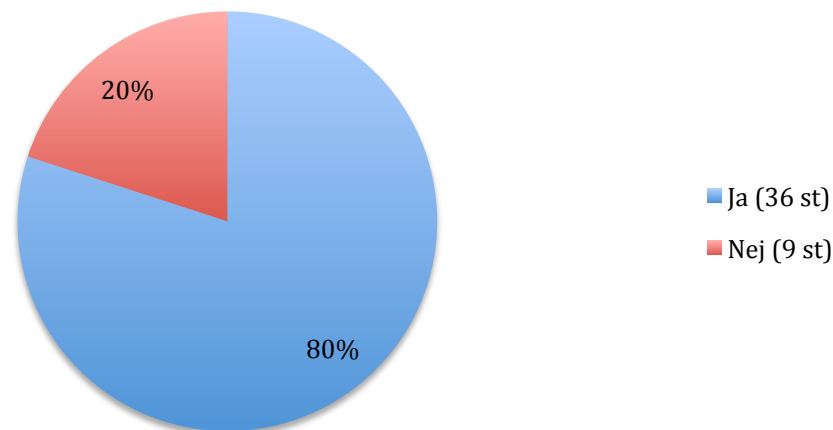


Bild 4: Diagram som visar på data av totalt 45 medverkande från vår enkätundersökning rörande huruvida användarna nyttjar streamingtjänster eller inte.

5.1.2 Vilka är anledningarna till att det används?

Under intervjuerna med våra testpersoner framgick det i flera av fallen att Streamingtjänsterna nyttjas för att det är ett smidigt och bekvämt sätt att titta på film och TV-serier på. Detta då man som användare inte behöver använda sig av några fysiska artefakter i form av DVD-skivor eller liknande som tar upp utrymme i bostaden, utan istället kan ha allt material samlat på internet och med några enkla knapptryck komma åt utbudet på sin respektive streamingtjänst. "Att hyra fysisk media medför såpass mycket omständiga moment så det inte känns som att det är värt det för mig. Att behöva lämna eller skicka tillbaka filmerna är inget jag är intresserad av att göra." (citat från testperson D, 24 år/man)

Andra anledningar som framkom i intervjuerna var att det kändes som ett naturligt steg att ta då nedladdningen blivit ett så vanligt förekommande inslag i deras vardag och när ett lagligt alternativ som ändå påminde om nedladdningen fanns att tillgå, så såg en av testpersonerna streaming som ett bra sätt att vara laglig på samtidigt som smidigheten i formatet inte kändes som ett allt för stort steg att ta från den illegala nedladdningen. Ifrån vår enkät så säger bland annat deltagarna att de slipper krånglet med att leta reda på sin önskade film ifrån någon krånglig torrentsida och kan lättare se snyggt och smidigt bibliotek av önskade filmer ifall de använder sig av bland annat Netflix eller Viaplay. Några andra anledningar som också nämns är att de slipper vänta på att nedladdningen ska bli klar och behöver inte vara oroliga över om de har hårddiskutrymme kvar på deras dator, mobiltelefon eller surfplatta.

Det går tydligt se ett mönster kring deltagarna om hur de tycker om dagens streamingtjänster kontra piratkopiering. De flesta är väldigt positiv och det vanligaste problemet som nämns med dessa tjänster är utbudet av filmer och tv-serier kontra månadskostnaden som hade kunnat ge lite bättre valuta för pengarna.

5.1.3 Vad är anledningen till att folk inte använder sig av streaming?

Det allra vanligaste klagomålet som framgick under intervjuerna på frågan kring varför vissa av de tillfrågade ej använder sig av en streamingtjänst var valutan för pengarna. Med detta syftade intervjuerna på att den månadskostnad som streamingtjänsterna kostar inte känns vettiga kontra utbudet som de olika tjänsterna har att erbjuda. Ett annat skäl som framgick i intervjuerna var kvalitetsskillnaden mellan fysiska artefakter och nedladdningsbart material som båda finns att tillgå i högsta möjliga kvalitet (1080p, högupplöst), medan streamingtjänsterna inte alltid kan leverera deras produkter i denna kvalitet. Ett problem som sågs av deltagare ifrån enkäten var att det amerikanska utbudet är större än det svenska trots att vi betalar en högre summa i Sverige för tjänsten. Ett annat problem som finns är att de flesta streamingtjänster inte har det senaste avsnittet utav en serie, så för att överhuvudtaget kunna hänga med i en aktuell serie så måste de piratkopiera.

5.1.4 Hur många laddar hem?

Av sex stycken tillfrågade under intervjun laddade samtliga utom en person hem film- och TV-serier illegalt, medan musik inte laddades hem av någon av de deltagande parterna i intervjustudien, vilket hänvisades till det faktum att de nyttjade Spotify och därför inte kände något behov av att ladda hem illegalt. Trots den tydliga positiviteten som vi ser ifrån våra deltagare angående streaming så laddas det ändå ner film olagligt så ofta som någon gång i veckan och det beror just på att utbudet här i Sverige är relativt dåligt.

Hur ofta laddar du hem film olagligt?

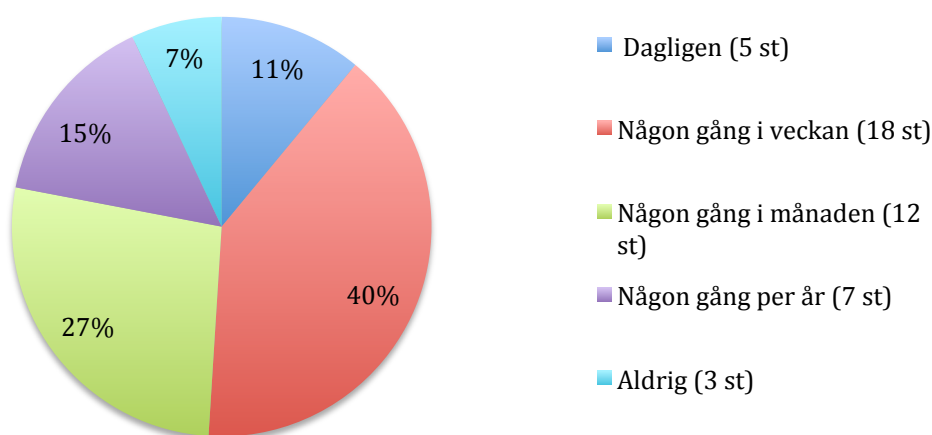


Bild 5: Diagram som visar på data av totalt 45 medverkande från vår enkätundersökning rörande användarnas nedladdningsvanor.

5.1.5 Varför laddar folk hem?

Flera av de tillfrågade i studien säger att deras nedladdningsvanor förändrats sedan de börjat använda streamingtjänster, men att de fortfarande laddar hem de senaste filmerna och senaste TV-serierna på grund av att de inte orkar vänta på att dessa titlar ska komma till streamingtjänsterna flera månader efter att de släppts. Här skiljer det sig markant mellan de olika grenarna av nöjesbranschen. Musik laddar ingen av de tillfrågade hem längre eftersom deras musiklyssnande och behov fylls upp av Spotify, medan de motsvarande streamingtjänsterna inom film inte levererar samma bredd i utbudet och således gör att nedladdning av film- och TV-serier fortfarande förekommer.

Har din nedladdning av film minskat sedan du började nyttja en streamingtjänst?

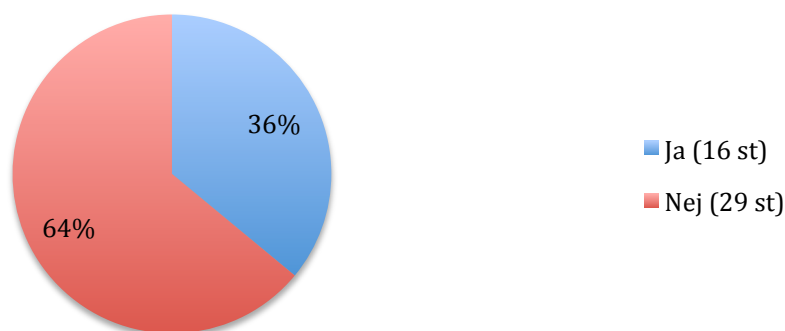


Bild 6: Diagram som visar på data av totalt 45 medverkande från vår enkätundersökning rörande den förändring som skett i användarnas nedladdningsvanor.

5.1.6 Ungefär hur många biobesök och inköp av fysiska kopior sker?

I enkäten så ställde vi dem frågan hur deras biobesök samt inköp av fysiska kopior av film var. De flesta svarade att de gör mellan 1-5 stycken biobesök per år och att de köper 1-5 stycken DVD och Blu-Rayfilmer per år eller inte alls. I vår undersökning så syns det tydligt att inköp av fysiska kopior har minskat i och med digital nedladdning och streaming då det inte är lika attraktivt att köpa fysiska kopior då priset är högre.

5.1.7 Hur ser konsumenterna på framtiden för streaming av film?

Majoriteten av de tillfrågade under intervjun ställer sig positiva inför streaming och dess framtid där förslagen om förbättringar var relativt samstämmiga. Utbudsfrågan är den stora punkten som de tillfrågade vill se en förbättring och utbredning av i de framtida satsningarna på streamingtjänster inom film. Även en flitigare uppdatering av nya titlar efterfrågas för att inte den illegala nedladdningen som möjliggör betydligt snabbare, om än illegal, tillgång till filmer- och TV-serier ska kännas mer lockande att nyttja än de lagliga betalvarianterna.

5.2 Personas

Med personas innebär att man utifrån data sammanställer en eller flera fiktiva personer som sedan kan användas för att representera vissa typer av personligheter. Dessa personligheter ges specifika egenskaper som gör att de kan representera olika slags kunder med varierande åsikter som lämpar sig i till exempel produktutvärderingar. Under dessa utvärderingar kan man med hjälp av personas bland annat att skapa en bild av hur en idealkund skulle agera och tänka kring användandet av en viss produkt eller skapa en persona av en kund som har kraftigt avvikande åsikter som gör att man kanske bör anpassa produkten för att passa en bredare målgrupp. Personas är också en vanligt förekommande metod inom designforskning och genom att måla upp ett scenario med tre potentiella användare av streaming har vi valt oss att använda personas för att förhoppningsvis kunna bidra till forskningen genom att belysa möjligheter och utmaningar som utvecklingen av framtida streamingtjänster kan gynnas av. Den första personen är en drömanvändare som är öppen för nya tjänster och som inte ser något konstigt i att betala för en streamingtjänst, medan de två andra personas som beskrivs utgör ett hot för streamingtjänsternas framfart. Persona nummer två är en klassisk bakåtsträvare som inte ser nödvändigheten i att hänga med i teknikutvecklingen och den tredje är en användare som inte ser meningen med att betala för sina digitala artefakter när möjligheten att ladda hem gratis, men illegalt, finns.

5.2.1 Öppen för streaming/nya idéer: Emil

Emil är 28 år gammal och arbetar på en reklamfirma, han har alltid varit måttligt teknikintresserad och har under många års tid använt sig av illegal nedladdning vid såväl filmtittning som musiklyssning. Emil anser att det alltid har varit bekvämt att kunna ladda hem filmer och låtar från internet istället för att köpa DVD/Blu-rayutgåvor och CD-skivor i fysisk form. Hans nedladdningsvanor har dock förändrats under åren. När Spotify lanserades 2008 fick han en inbjudan av en vän och började använda tjänsten, han var till en början lite tveksam till om det behövdes en sådan tjänst när han lika gärna kunde ladda hem musiken han ville lyssna på - men efter att ha provat på Spotify under en tid började Emil inse att det var ett otroligt smidigt sätt att konsumera musik på. Han blev mer och mer förtjust i den streamingtjänst som Spotify levererade och märkte snabbt att hans behov av att ladda hem musik plötsligt inte fanns kvar i samma utsträckning bara för att sedan försvinna helt och hållet. Han började dessutom betala för Spotify när företaget införde en rad begränsningar i deras reklamfyllda gratisversion i Maj 2011 för att kunna få ut så mycket som möjligt av tjänsten istället för att begränsas av en viss speltid varje månad och ständiga reklamavbrott.

Emil, som tidigare varit van vid att få ta del av såväl film som musik utan att betala för det, kände numera att 99 kronor i månaden för att kunna lyssna på så mycket musik som han själv önskade och möjligheten att kunna lyssna på Spotify i såväl mobilen som datorn var mer än överkomligt. Emils nedladdningsvanor när det gällde film var dock densamma och han laddade hem flera filmer per vecka - detta tills Netflix lanserades i Sverige under slutet av 2012. Som betalande användare av Spotify gavs han en möjlighet att få prova på Netflix utan kostnad fram till årsskiftet. Emil som vant sig vid den smidiga streamingen från Spotify kände sig snabbt hemma i Netflix gränssnitt och även om inte de allra senaste titlarna fanns tillgängliga för streaming, så uppskattade han hur enkelt det var att navigera sig igenom utbudet och hur bekvämt det var att kolla film på det här viset istället för att ladda hem. Idag använder Emil både Spotify och Netflix och att betala mindre än 200 kronor i månaden för att kunna streama både musik och film anser Emil vara något som ger bra valuta för pengarna. Han laddar fortfarande hem vissa TV-serier för att han inte orkar vänta på att dessa ska släppas flera månader efteråt på den svenska marknaden, men hans nedladdning av film har avstannat helt.

5.2.2 Bakåtsträvaren: Gösta

Gösta är 48 år gammal och arbetar som gruvarbetare. Han har alltid sett teknik som ett nödvändigt ont och har fortfarande en tjock-TV på 28 tum i vardagsrummet med en DVD-spelare inkopplad till TV:n. Han tycker om att titta på film och TV-serier, men har inte förstått tjusningen med streaming som många pratar om idag. Gösta lånar ofta filmer eller TV-serier från bekanta, ibland köper han egna filmer när han ser något intressant i en REA-back på affären och vid några få tillfällen hyr han DVD-filmer på den lokala bensinmacken. Han har en dator som har några på nacken, men som fungerar när Gösta ibland går in på internet för att läsa nyheter samt skriva mail till vänner och bekanta. Han har en snabb internetuppkoppling som ingår hyran och har fått erbjudanden från sin internetleverantör att få prova på Spotify och Netflix utan kostnad i en månad, men har inte nyttjat erbjudandet på grund av bristande intresse och att han inte är riktigt insatt i vad som menas med streaming. Det verkar så onödigt krångligt att börja använda datorn för att kolla på film och

TV-serier. En DVD-film vet man var man har och Gösta känner sig bekväm med att hålla sig till de fysiska artefakterna.

5.2.3 Gratiskultur/Illegala nedladdaren: Jakob

Jakob är 18 år och läser sista året på gymnasiet, han är väldigt teknikintresserad och köper ofta nya teknikprylar så fort ekonomin tillåter det. Han har en kraftfull speldator, ett Xbox 360 och en smartphone som han använder dagligen, men Jakob betalar aldrig för filmer, spel eller musik. Istället laddar han hem allt som han konsumerar. Han laddar hem spel till datorn, har gjort så att det är möjligt att spela piratkopierade spel i sin Xbox 360 och har jailbreakat²⁶ sin telefon så att alla appar som han laddar hem inte kostar honom ett öre trots att det för en vanlig användare tas ut en avgift för att ladda hem just dessa appar. Han är också en frekvent nedladdare av musik, film och TV-serier som inte förstår varför någon skulle vilja betala för detta när det finns en möjlighet att ladda hem det gratis via internet. Han använder Spotify, men kör då gratisversionen. För att komma undan den begränsning som Spotify lagt till i gratisversionen där bara ett visst antal timmar kan spelas per månad har Jakob skapat två andra konton vid sidan av sitt eget som han loggar in på när de 10 timmarna förbrukats på hans eget konto. Han går på bio några gånger per år, men betalar i övrigt aldrig för att titta på film eller TV-serier som han enligt honom själv kan få tag på “i bättre kvalitet och gratis” till skillnad från det som erbjuds på streamingtjänster som Netflix.

5.3 Resultatanalys

Efter att ha analyserat det empiriska materialet som kom in till oss via enkätundersökningen och de intervjuer som vi genomfört under studien, så anser vi att vår tes om streamingtjänster kan fungera som ett substitut för illegal nedladdning i allra högsta grad blivit stärkt. Majoriteten av de som deltagit i våra undersökningar har ställt sig mycket positiva till streaming och merparten av de tillfrågade använder i nuläget sig av någon form av streamingtjänst. Det framgår visserligen att illegal nedladdning fortfarande sker trots att konsumenterna nyttjar sig av streamingtjänster, men det är framförallt film- och TV-serier det handlar om, detta då de personer som vi frågat i undersökningen menar att deras nedladdning av musik helt avstannat efter att ha börjat använda sig av Spotify. Anledningen till att det fortfarande laddas hem film- och TV-serier illegalt handlar mest om att framförallt utbudet på de olika streamingtjänsterna för film- och TV-serier inte är fullt så tillfredsställande som det enorma musikbiblioteket som Spotify erbjuder sina konsumenter.

Av det empiriska materialet att döma står det klart att konsumenterna har en betalningsvilja och en framtidstro på det digitala distributionssättet att streama media för en fast månadskostnad, men för att detta till fullo ska kunna bli till ett reellt motmedel till den illegala nedladdningen, så krävs det att även filmbranschen försöker bredda sitt utbud för att kunna erbjuda konsumenterna det som musikbranschen redan gjort och gör med Spotify. Detta gör att vår persona “Emil”, som vi byggde upp som en idealkund för streamingtjänster, speglar en stor del av personerna som deltog i våra undersökningar där betalningsviljan och

²⁶ Jailbreak innebär att modifiera den tekniska artefaktens mjukvara för att kunna komma åt betalmaterial i form av appar utan att behöva betala för det samt kunna göra vissa förändringar i gränssnittet på artefakten i fråga.

den positiva inställningen visar på att majoriteten tagit till streamingtjänster till sitt hjärta. Vi ser dock vissa alarmerande tecken på att attityden hos personen "Jakob", som inte ser några fördelar med streaming eftersom illegal nedladdning är gratis, genomsyrar en del av åsikterna som framkommit under intervjuerna och enkätundersökningen.

Vi tror att detta är ett problem som är svårt att komma runt och det känns inte rimligt att tro att filmbranschen ska lyckas eliminera hotet från den illegala nedladdningen helt och hållet. De bör istället jobba på att förfinas de redan existerande tjänsterna för streaming av film- och TV-serier i ett led att vinna över majoriteten av fildelarna till de legala alternativen, men även acceptera att det alltid kommer att förekomma en viss mängd av illegal nedladdning. Av den data som kom fram under den empiriska studien framgår det också att samtliga personer, i såväl intervjuerna som enkätundersökningen, anser streaming vara ett behändigt och lättanvänt sätt att titta på film- och TV-serier.

Med det i åtanke är det intressant att titta på den person som vi målade upp som bakåtsträvare ("Gösta") och som ställer sig frågande till streamingtjänster för att detta verkar vara ett krångligt sätt att konsumera underhållning på för en person som inte är så insatt eller intresserad av teknik. Vi har egna erfarenheter av att ha träffat på människor som innan de provat på streaming av film haft förutfattade meningar som överensstämmer med personen "Gösta", men när de väl testat att använda en sådan tjänst har tvivlet skingrats och plötsligt finner de sig njuta av hur enkelt det är att navigera sig igenom. Att det är simpelt att använda sig av dessa streamingtjänster anser vi vara en viktig del att lyfta fram när företagen försöker nå ut till fler konsumenter och framförallt ett viktigt inslag att hålla fast vid när det kommer till att fortsätta utveckla tjänsterna i framtiden.

6. Diskussion

Syftet med vår uppsats var att undersöka hur konsumenterna ser på streamingtjänster och vilka förändringar som kan krävas från filmbranschens sida för att göra dessa streamingalternativ till ett fungerande substitut för den illegala nedladdningen. Resultatet från vår studie om användarnas syn på streamingtjänster visar tydliga tecken på att konsumenter allt mer känner sig manade att betala för att ta del av underhållning istället för att ladda hem illegalt, men innan streamingtjänster för film till fullo kan komma att kunna fungera som ett substitut för illegal nedladdning krävs det att filmbranschen gör en insats för att lyssna på vad konsumenterna verkligen vill ha. Vi anser att filmbranschen bör ta lärdom av musikbranschen. Att istället för att vara bakåtsträvande och köra i säkra hjulspår, vara mer öppna och lyssna på sina konsumenter för att se till att deras behov och önskemål efterföljs. Drömscenariot vore en streamingtjänst för film- och TV-serier med samma breda utbud och vettiga månadskostnad som Spotify. Vad är det då som kan hindra filmbranschen från att få till ett fullt så fungerande paradigmskifte som den musikbranschen fått till under de senaste åren? Med stöd i den data som framkommit under vår studie, så tror vi att det är en rad hinder som måste övervinnas innan detta kan bli till verklighet och här nedan kommer vi att diskutera kring dessa samt ge vår syn på eventuella förbättringar.

6.1 Nedladdning

Det råder inget tvivel om att den illegala nedladdningen är det största hindret som filmindustrin måste överkomma då nedladdning fortfarande förekommer i stor utsträckning bland de deltagande i vår studie. Filmindustrin står inför utmaningen att förändra konsumenternas tankesätt kring den gratiskultur/fildelartänk som är så utbredd idag och få dessa användare att betala för en tjänst som de kan få "gratis" på annat vis. Men vi tror inte att lösningen är att försöka eliminera all form av illegal nedladdning, utan snarare införa lagliga alternativ i form av streamingtjänster som ger konsumenterna ett fullvärdigt substitut till deras nedladdningsvanor. "Hulu and Apple have demonstrated that technology applied through new business models can actually fight piracy by leveraging it. By changing the rules, piracy can increase fan base, product loyalty, and ultimately sales." (Sudler, 2012)

Det finns alltid två sidor av samma mynt och det är viktigt att försöka vara opartisk i undersökningar om just piratkopiering. Det som oftast framkommer i diskussioner om piratkopiering bland våra bekanta, men också i media är att det enbart är någonting negativt som innebär enorma ekonomiska förluster för nöjesindustrin. Dessvärre tenderar dessa argument att kännas platta och till mesta delen bestå av resultat från undersökningar som omöjligen kan spegla verkligheten. Vi har i flera sammanhang hört att artister tycker att för varje nedladdat musikalbum så är det lika med ett album i förlust. Hur kan man räkna ut detta?

Det finns ingen logik i att räkna att varje nedladdad titel automatiskt leder till ekonomisk förlust. Vi har själva laddat hem album som vi efter att ha lyssnat på köpt en fysisk kopia av. Var ligger då den ekonomiska förlusten av nedladdningen? Vi tror inte att lösningen på detta hinder är att vara hotfull och använda sig av skrämseltaktik mot fildelarna. Lösningen kan istället vara att genom bättre streamingtjänster, på sätt och vis, göra nedladdningen överflödigt för konsumenterna. Problemet ligger inte i att Napster eller andra fildelningssystem etablerar sig på marknaden. Det är just den typ av förändring som vi ser i och med den globala digitalisering som skänker oss en nödvändig utveckling av underhållning, information och kultur (Garnett, 2001)

6.2 Bristande utbud och releasedatum

Ett annat hinder, enligt oss och majoriteten av de personer som deltog i vår enkätundersökning och intervjuer, är utbudet som de olika streamingtjänsterna har att erbjuda och den enorma skillnaden som råder mellan olika länder. Vi anser att detta går hand i hand med nedladdningsproblemet då nedladdningsviljan hos konsumenterna till stor del styrs av ett allt för magert utbud på de olika streamingtjänsterna. På samma sätt som DVD- och Blu-rayutgåvor skiljer sig från land till land på grund av regionskodningar (där en DVD från USA har Region 1 kontra den europeiska Region 2), så gör skillnader i distributörer att utbudet av filmer inte ser likadant ut på streamingtjänster runtom i världen. Netflix, som är den största streamingtjänsten, erbjuder konsumenterna över 60 000 titlar tillgängliga för streaming. En relativt hög siffra som dock skiljer sig markant beroende på vilken region man befinner sig i och ändå känns i underkant när man betänker sig att Netflix har över 140 000 titlar tillgängliga för uthyrning med fysiska artefakter så som DVD- och Blu-rayutgåvor (usatoday.com)²⁷.

Om detta är ett hinder som går att övervinna kan vi inte svara på då vi inte har den kunskapen kring upphovsrättsliga frågor som spelar in när det kommer till regionslösningar, men att det är ett hinder som gör att flera tänkbara kunder ser sig om efter illegala alternativ framgår med all önsklar tydlighet i våra undersökningar. Frågan om upphovsrätt känns viktig att lyfta fram. Varför ska upphovsrätten göra så att utbudet skiljer sig mellan olika länder? Det borde snarare vara kopplat till tjänsten i sig än den geografiska platsen som tjänsten används på, så att alla kan ta del av samma utbud då de ändå betalar för samma tjänst. Att filmer släpps med så olika releasedatum runtom i världen är ytterligare ett problem som gör att många laddar hem filmerna istället för att vänta på ett DVD- eller Blu-raysläpp. Det här är rimligtvis det lättaste hindret att övervinna då det inte finns någon anledning att släppa filmer med så stora glapp mellan varandra. Det som gör piratkopiering så lockande är just för att filmer och TV-serier dyker upp väldigt snabbt och tillgängligt för hela världen att ta del av.

²⁷ URL: <http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/story/2012-04-09/netflix-recommendations-video/54133648/1>

6.3 Kostnad och kvalitet

Ett hinder som går hand i hand med nedladdningsproblemet där människor som är vana vid att få tillgång till produkter utan att behöva betala för det ska förändra tanke sätt och plötsligt betala för sitt nyttjande av tjänsten i fråga. Vad är en rimlig avgift? Hur mycket är konsumenterna villiga att betala för att använda en streamingtjänst? I vår undersökning framgick det att de flesta av personerna vi ställde frågor till också var öppna för att betala för att nyttja streamingtjänster. Men för att locka till sig ännu fler konsumenter tror vi att det kommer krävas att företagen fortsätter att förbättra kvalitén på materialet som streamas för att konsumenterna ska känna att de får valuta för pengarna. I och med högre hastigheter på internetuppkopplingar och bättre datorer har streamingtjänsterna idag en god möjlighet att erbjuda högre bild- och ljudkvalitet på sina filmer, men det är fortfarande ett problem som gör att många väljer bort streamingtjänster då dessa sällan kan leverera filmer i 1080p. Ska konsumenterna betala för en tjänst så måste den hålla ett hög och jämn kvalitet genom hela deras mediebibliotek. Ett problem som vi har sett bland de olika streamingtjänsterna är att en film kan erbjuda en relativt hög kvalitet, medan en annan titel levereras med betydligt sämre kvalitet. Denna kvalitetskillnad känns väldigt godtycklig. Ska ett företag som erbjuder streaming av film och TV-serier kunna locka kunder bort från piratkopiering är det mycket viktigt att marknadsföra sig med hög bild- och ljudkvalitet på titlarna samt ett förmånligt pris som ger valuta för pengarna.

6.4 Framtidsutsikter

Att alla TV-apparater ska vara uppkopplade mot en server på internet om cirka 15 år är någonting som Steve Shannon är övertygad om. Han är vice ordförande för företaget Roku som tillverkar digitala mediamottagare som möjliggör folk att komma åt internettjänster från sin TV (streamingmedia.com)²⁸. Om vi blickar in i framtiden på hur människor kommer åt sin digitala underhållning, så ser vi klart att det kommer vara helt annorlunda jämfört med hur det är nu. Med högre bildkvalitet, en ökad försäljning av portabla skärmar, enklare gränssnitt och mediebibliotek med obegränsat innehåll så kommer folk bli mer medvetna om vilka andra möjligheter det finns (netflix.com)²⁹. Vi anser att framtidsutsikterna för on-demandtjänster som Netflix och Spotify ser mycket bra ut. Vi märker av resultatet från vår studie att majoriteten av de tillfrågade har en öppen syn till att söka nya sätt att kolla på deras favoritfilmer och TV-serier. I en lista som Netflix grundare Reed Hastings skrivit så nämner han de stora förändringar som kommer att ske och vad det kommer att innebära. Han nämner bland annat en förbättring av ljud och bildkvalitet och ett större utbud till konsumenterna. Hastings menar även att de TV-sändningar som vi ser idag inte kommer finnas kvar på samma villkor som nu. Folk har alltid öppnat upp sina armar till förbättring och utveckling och ska film och musikbranschen hänga med så måste de fortsätta utvecklas (ibid).

²⁸ URL: <http://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/In-the-Future-All-TV-Will-Be-Streamed-Declares-Roku-85900.aspx>

²⁹ URL: <http://ir.netflix.com/long-term-view.cfm>

6.5 Förslag på vidare forskning

Vi har bara skrapat på ytan när det gäller möjligheter för video och musikstreaming. Det finns hundratals streamingtjänster runt om i världen och vi känner att vi hade kunnat få en större förståelse och insyn i ifall vi hade haft möjligheten att få prata med en eller flera personer som hade jobbat eller varit insatt i branschen. Med mer tid så hade vi kunnat undersöka mer grundligt om varför film och musikbranschen ser så annorlunda ut när det kommer till streamingtjänster där bland annat utbudet skiljer sig markant mellan de olika branscherna. En vidare forskning som är mer kopplad till hur aktörerna arbetar bakom stängda dörrar hade kunnat ge en intressant inblick i hur de utvecklar sina streamingtjänster och hur stor inverkan användarna har på hur dessa tjänster utformas.

7. Slutsats

Efter att vi nu har fått in all information från vår enkät samt intervjuer och analyserat dessa resultat känner vi oss mycket nöjda. Vi fick inte fram något chockerande resultat i studien, utan det resultat som vi fick fram var ungefär det vi hade förväntat oss - även om en del inslag överraskade oss. Vi hade till exempel inte räknat med att såpass många har förändrat sina nedladdningsvanor efter att de börjat använda sig av någon typ av streamingtjänst för film och även om det fortfarande förekommer en stor mängd nedladdning, så var det glädjande att se att en förändring ändå skett. Vi är också nöjda med den spridda könsfördelningen framförallt i enkätundersökningen där vi nästan hade lika många kvinnor som män som genomförde undersökningen. Det vi hade kunna göra bättre är att ha försökt få till ett par intervjuer med några som jobbade inom branschen, vilket hade kunnat ge oss en bättre insyn om hur branschfolket tycker och tänker om den förändring vi ser idag. Vi har tydligt sett, både i intervjuerna samt enkätundersökningen, att folk ställer sig positiva till den globala digitaliseringen och utvecklingen av streamingtjänster av film vi ser idag. Det förekom en del negativa åsikter, men ingen som var helt emot streamingtjänster i våra undersökningar. Det var snarare så att några tyckte att en del saker behöver förbättras innan streaming kan bli ett fullgott alternativ för dem att använda istället för illegal nedladdning, men överlag var tongångarna väldigt positiva. Vi delar åsikterna om att streaming av film är någonting väldigt positivt och rätt steg av filmbranschen att gå inför framtiden, men känner också att det är mycket kvar att jobba på innan det når sin fulla potential.

8. Referenser

Bokreferenser

Hartman, J. (1998). *Vetenskapligt tänkande: från kunskapsteori till metodteori*. Lund: Studentlitteratur.

Artikelreferenser

Adermon, A., & Liang, C. Y. (2010). Piracy, music, and movies: a natural experiment.

Choi, D. Y., & Perez, A. (2007). Online piracy, innovation, and legitimate business models. *Technovation*, 27(4), 168-178.

Danaher, B., Dhanasobhon, S., Smith, M. D., & Telang, R. (2010). Converting pirates without cannibalizing purchasers: the impact of digital distribution on physical sales and internet piracy. *Marketing Science*, 29(6), 1138-1151.

Dechsakda, R. A. (2012). The Effects of Digital Music Distribution.

Garnett, N. (2001). Digital rights management, copyright, and napster. *ACM SIGecom Exchanges*, 2(2), 1-5.

Grönroos, C. (2006). Adopting a service logic for marketing. *Marketing theory*, 6(3), 317-333.

Findahl, O. (2011). Svenskarna och internet 2011.

Findahl, O. (2012). Svenskarna och internet 2012.

Sudler, H. (2012). Effectiveness of anti-piracy technology: Finding appropriate solutions for evolving online piracy. *Business Horizons*.

Trowbridge, H. (2013). Contemporary film distribution and exhibition: a review of recent studies. *New Review of Film and Television Studies*, (ahead-of-print), 1-11.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1-10.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of marketing*, 1-17.

Internetreferenser

About. (u.å.). *HULU*. Hämtad från:

<http://www.hulu.com/about>

CD. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:

<http://sv.wikipedia.org/wiki/CD>

Dreier, T. (2012, 31 oktober). In the Future, All TV Will Be Streamed, Declares Roku. *Streaming Media*. Hämtad från:

<http://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/In-the-Future-All-TV-Will-Be-Streamed-Declares-Roku-85900.aspx>

FAQ. (u.å.). *HBO Nordic*. Hämtad från:

<http://hbonordic.com/faq>

Fildelning. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:

<http://sv.wikipedia.org/wiki/Fildelning>

Gowan, M. (2002, 17 maj). Requiem for Napster. *Techhive*. Hämtad från:

<http://www.techhive.com/article/100004/article.html>

Hastings, R. (2013, 25 april). Long Term View. *Netflix*. Hämtad från:

<http://ir.netflix.com/long-term-view.cfm>

Information. (u.å.). *Spotify*. Hämtad från:

<http://press.spotify.com/us/information/>

Investor Relations. (u.å.). *Netflix*. Hämtad från:

<http://ir.netflix.com>

IT-statistik – privatpersoners användning av datorer och internet. (2006, 18 september). *Statistiska Centralbyrån*. Hämtad från:

http://www.scb.se/Pages/PressRelease_____187176.aspx

iTunes. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:

<http://sv.wikipedia.org/wiki/Itunes>

iTunes Store. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:

http://sv.wikipedia.org/wiki/Itunes_Store

Lagen. (u.å.). *Lagen*. Hämtad från:

<https://lagen.nu/1960:729#P53c>

Leijonhufvud, J. (2009, 9 september). Rekordår för DVD efter Ipredlagen. *Dagens Nyheter*. Hämtad från:

<http://www.dn.se/ekonomi/rekordar-for-dvd-efter-ipredlagen>

Liedtke, M. (2012, 4 september). Netflix works on Improving recommendations. *USA Today*. Hämtad från:
<http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/story/2012-04-09/netflix-recommendations-video/54133648/1>

Napster. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Napster>

Stenberg, E. (2009, 15 februari). Riksdagen helt oenig om nedladdning. *Dagens Nyheter*. Hämtad från:
<http://www.dn.se/kultur-noje/riksdagen-helt-oenig-om-nedladdning>

Stiernstedt, J. (2009, 2 april). Internettrafiken minskade. *Dagens Nyheter*. Hämtad från:
<http://www.dn.se/kultur-noje/internettrafiken-minskade>

Stockholm TT. (2008, 4 december). MUF uppmanar till lagbrott. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från: http://www.svd.se/nyheter/inrikes/muf-uppmanar-till-lagbrott_2148935.svd

Streaming Media. (u.å.). *Wikipedia the free Encyclopedia*. Hämtad från:
http://en.wikipedia.org/wiki/Streaming_media

Svenskarnas internetvanor. (u.å.). *Musiksverige*. Hämtad från:
<http://www.musiksverige.org/wordpress/wp-content/uploads/2011/09/Musiksverige-Svenskarnas-internetvanor-Q2-2011.pdf>

The Pirate Bay. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:
http://sv.wikipedia.org/wiki/The_Pirate_Bay

Vad är Viaplay? (u.å.). *Viasat*. Hämtad från:
<http://www.viasat.se/utbud/parabol/viaplay-start>

Widlund, E. (2011, 23 september). Fortsatt minskning av illegal nedladdning. *Musiksverige*. Hämtad från: <http://www.musiksverige.org/pressrum/pressmeddelanden/fortsatt-minskning-av-illegal-nedladdning>

Youtube. (u.å.). *Wikipedia den fria Encyklopedin*. Hämtad från:
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Youtube>

Zibreg, C. (2009, 12 oktober). Youtube Serves over 1 Billion Videos a Day. *Geek*. Hämtad från:
<http://www.geek.com/news/youtube-serves-over-1-billion-videos-a-day-932241>

9. Bilagor

9.1 Bilaga 1: Enkätfrågor

1. Hur gammal är du?
2. Är du man eller kvinna?
3. Använder du någon streamingtjänst (Netflix, ViaPlay, HBO Nordic, Spotify etc)?
4. Vilken eller vilka använder du?
5. Vad är anledningen till att du inte gör det?
6. Vad skulle kunna få dig att börja använda en streamingtjänst?
7. Hur ofta laddar du hem film olagligt?
8. Ungefär hur många biobesök gör du varje år?
9. Hur ofta köper du film (Blu-ray eller DVD)?
10. Har din nedladdning av film minskat sedan du började nyttja en streamingtjänst?
11. På vilket sätt har dina nedladdningsvanor ändrats? Ge gärna en kort motivering.
12. Varför inte då? Ge gärna en kort motivering.

9.2 Bilaga 2: Intervjufrågor

1. Man eller kvinna?
2. Ålder?
3. Använder du i nuläget någon streamingtjänst? I så fall, vilken eller vilka?
4. Hur länge har du använt dig av denna/dessa?
5. Vilken plattform (dator, Smart-TV, mediaspelare, surfplatta, smartphone, konsol) använder du för dessa tjänster?
6. Vad är dina tankar kring streaming jämfört med att köpa/hyra fysiska kopior av filmerna? Vilka är fördelarna respektive nackdelarna?
7. Vad var anledningen till att du började använda dig av en streamingtjänst?
8. Är det någonting du anser behövs förbättras i framtiden från hur det ser ut i dagsläget?
9. Har dina nedladdningsvanor förändrats sedan du började använda dig av en streamingtjänst?