

TÜRKİYE'DE İÇERİK PLATFORMLARI: DÜNDEN BUGÜNE HİKAYESİ VE GELECEĞİ



VOD PLATFORMLARI NASIL BAŞLADI

GLOBALDEKİ BÜYÜK OYUNCULAR

TEKNOLOJİ VE KULLANICI DAVRANIŞ ANALİZİ SEKTÖRDE ÇIĞIR AÇAN DEĞİŞİMLERİ BERABERİNDE GETİRDİ



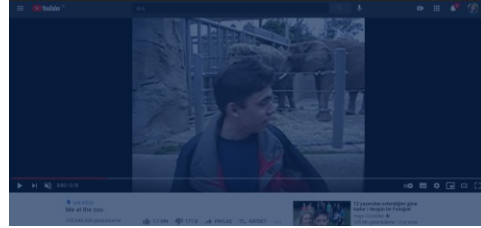
Blockbusters Çılgınlığı
VCR Satılma &
Kiralama
1985



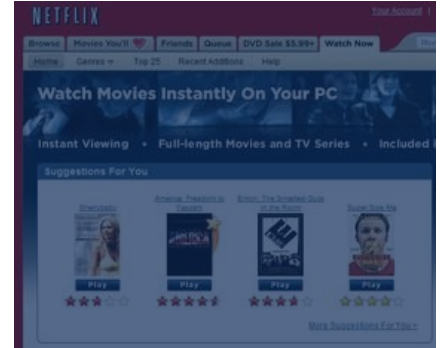
Netflix ilk mailorder
DVD üyelik modelini
sundu
1997



Tivo Video Kayıt
özellikliğini sundu
1998



Youtube'un kuruluşu
ve ilk yüklenen
hayvanat bahçesi
videosu 2005

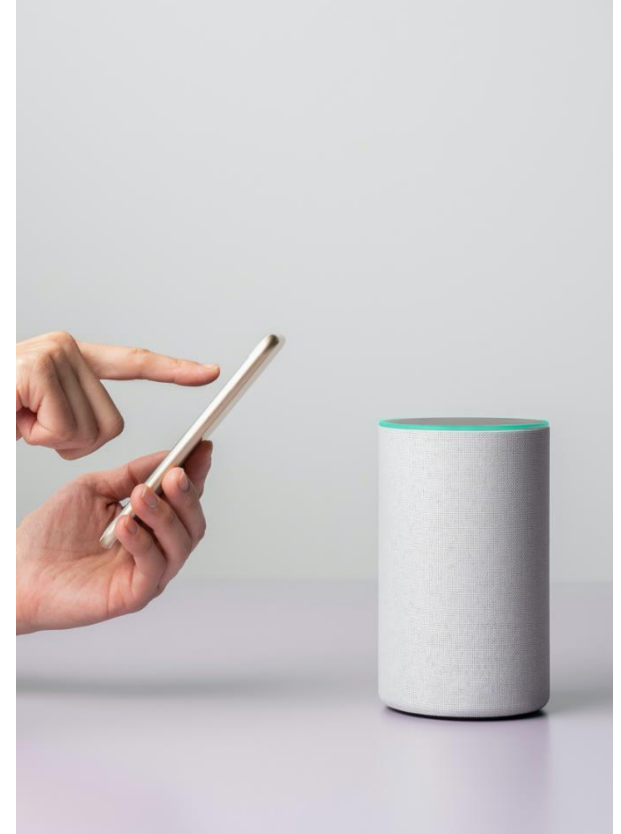


Netflix online video
yayınlama servisini sundu
2007

GLOBAL OYUNCULAR

Globalde büyük VOD platformlarına bakıldığında; Hulu, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Apple tv+, Roku, Youtube Premium vb platformlar kullanıcıya kesintisiz, ister desktoptan ister mobilden milyonlarca içerik izleme fırsatı sunuyorlar.

Mobil ve internete bağlı TV (CTV) kullanan kişilerin sayısı, tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. Nielsen SVP Audience Insights'tan Peter Katsingris, **VOD platformlarının ve hizmetlerinin yaygınlaşmasının, geçtiğimiz 50 yılda medyayı en derinden değiştiren yenilik olduğu görüşünde.**

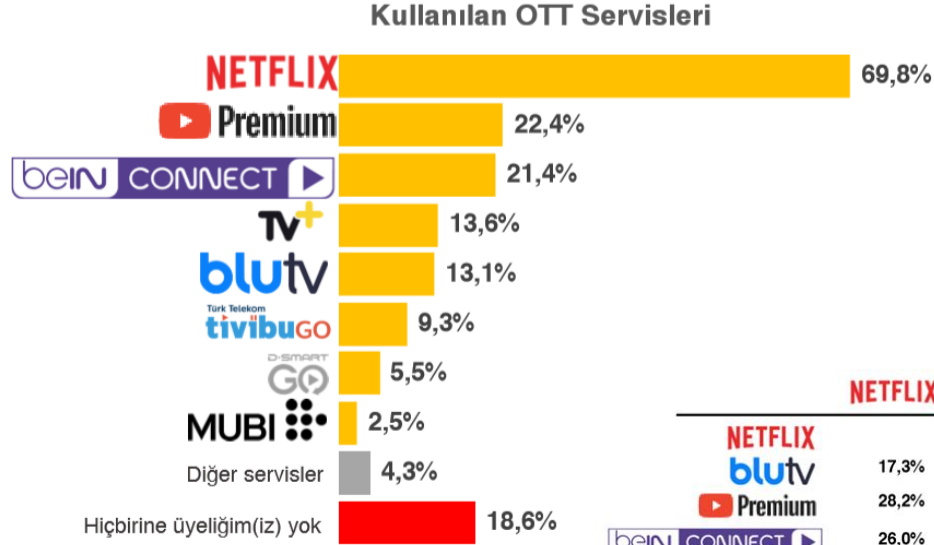


TÜRKİYE'DEKİ GELİŞMELER



VOD PLATFORMLARI: TÜRKİYE İSTATİSTİKLERİ

NETFLIX	3 M+
blutv	1,6 M (aktif üye)
You Tube	49 M
puhutv	7 M Aylık Tekil kullanıcı
GAIN	1.215.000 Download
EXXEN	1.8 M Aylık Tekil kullanıcı



	NETFLIX	blutv	YouTube Premium
NETFLIX		92,3%	87,6%
blutv	17,3%		23,6%
YouTube Premium	28,2%	40,4%	
beIN CONNECT	26,0%	46,2%	25,8%
Türk Telekom tivibuGO	9,7%	15,4%	16,9%
TV+	16,2%	32,7%	15,7%
D-SMART GO	5,4%	9,6%	9,0%
MUBI	3,2%	9,6%	2,2%
n	277	52	89

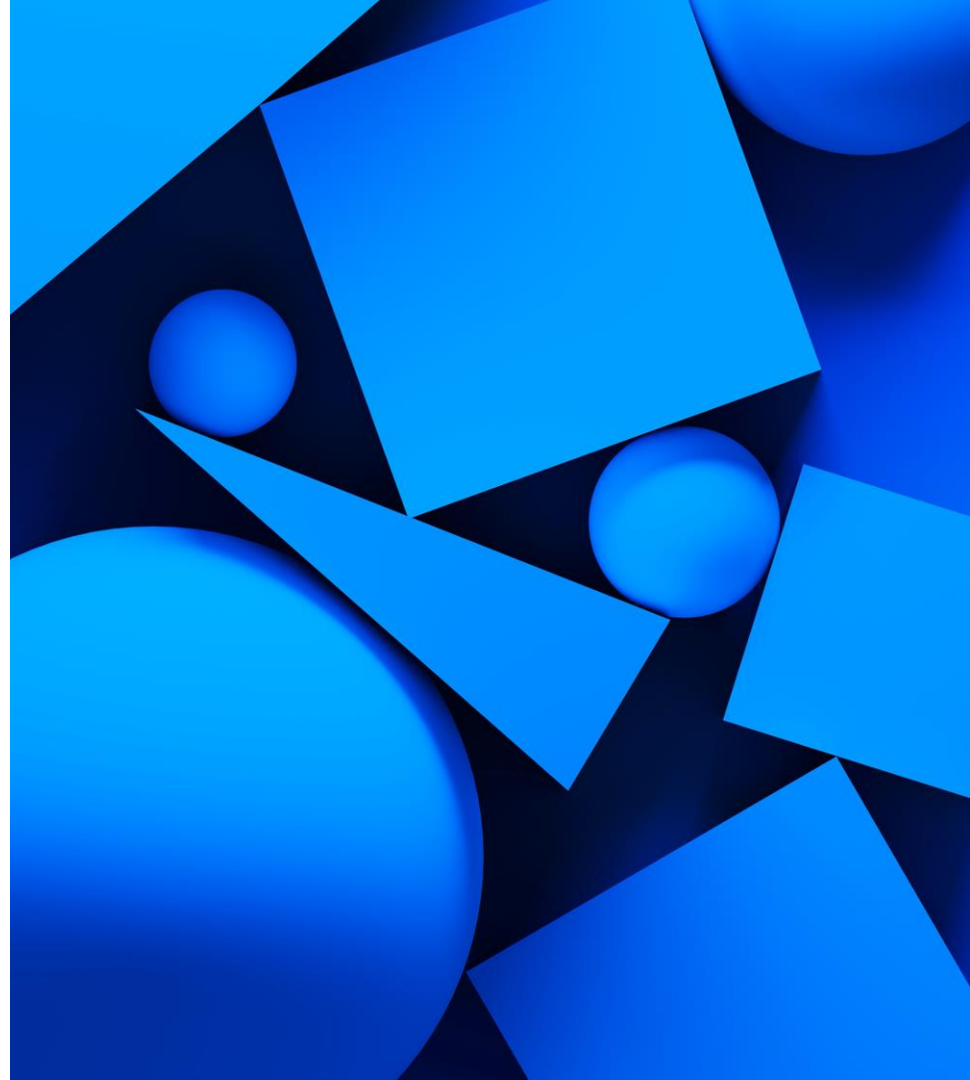
İÇERİK PLATFORMLARININ GELİŞİMİ, YERLİ OYUNCULAR

Youtube, Dailymotion, Vimeo gibi ücretsiz VOD platformlarının yanı sıra zaman içerisinde kanalların kendi Web sitelerini kurarak gerek canlı yayın akışı gerek film/dizi içeriklerini tüketicinin kullanımına sunduğu bir dönem ve beinMedia gibi platformların da, VOD özellikleri geliştirmeleriyle birlikte, ilk defa sadece online ortamda var olan platform **2014'te Turkcell'e ait olan TV+** kuruldu, onu takip eden yıllarda 2015'te yine yerli «**Blutv**» sektöre girdi.

Peşine 2016 yılında **Netflix'in** pazara girmesiyle birlikte, yerli ve ilk ücretsiz **PuhuTV** platformu kuruldu.

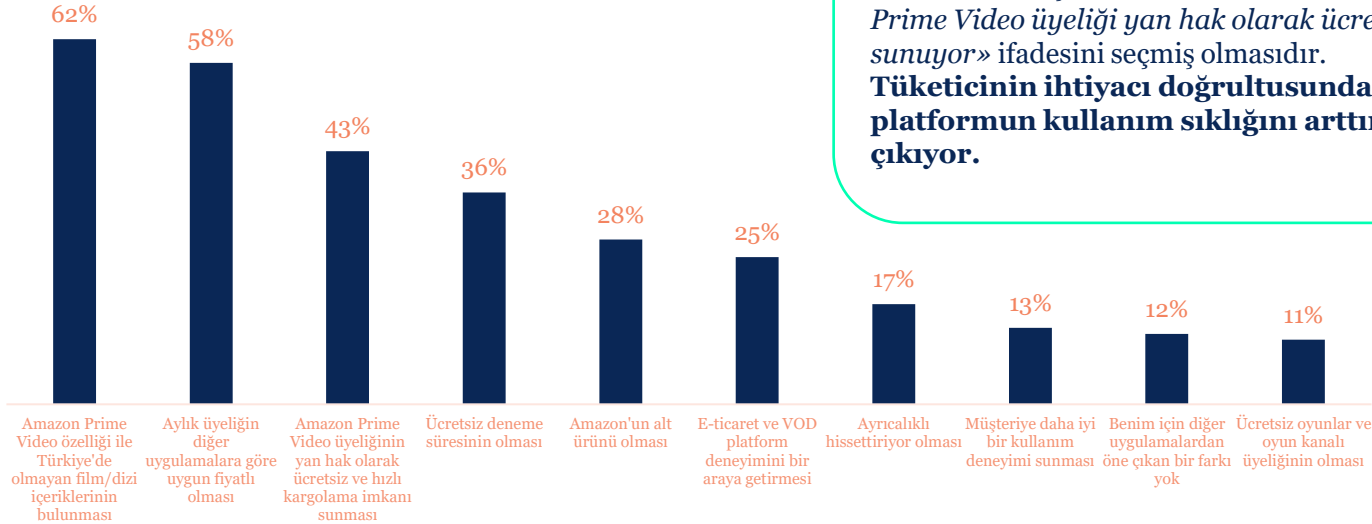
Şu anda Türkiye'de gelişmekte olan bir sürü yeni VOD platformu olmasına rağmen, Netflix, Blutv ve Puhu tv pazarın önde gelen oyuncularından oluyor.

Genel olarak sektörde bilinirliği yüksek olan VOD platformları incelendiğinde; BluTV, MUBI, Netflix, Prime Video, Puhu TV, **Exxen**, **TV+**, **D-Smart Go**, Filmboxlive öne çıkıyor.



2020'DE YENİ PLATFORM YENİ VAATLER: AMAZON PRIME

Amazon Prime Video'da Öne Çıkan Faktörler



Pazara yeni girmiş bir platform olmasına rağmen kullanım ve satın alım oranlarının yüksek olma nedenleri yakından incelendiği zaman; Platformun Türkiye'de olmayan özgün dizi/film içerikler sunması, aylık üyeliğin diğer uygulamalara göre uygun fiyatlı olması öne çıkıyor.

Burada dikkat çeken önemli nokta da, tüketicilerin %43'ünün «Amazon Prime Video üyeliği yan hak olarak ücretsiz ve hızlı kargo imkanı sunuyor» ifadesini seçmiş olmasıdır.

Tüketicinin ihtiyacı doğrultusunda sunulan yan haklar platformun kullanım sıklığını arttıran faktörler olarak öne çıkıyor.

YENİ YIL, YENİ BAŞLANGIÇLAR: GAIN VE EXXEN

2021 başında kullanıma açılan Gain ve Exxen gerek içerik süreleri gerekse içerik çeşitleri ve yenilikleri ile Sosyal Medya ve Web'de konuşma konusu oldu. Gain ile ilgili toplamda **23K** içerik paylaşılırken, Exxen ile ilgili **162K** içerik paylaşıldı.



Unique Authors

13K

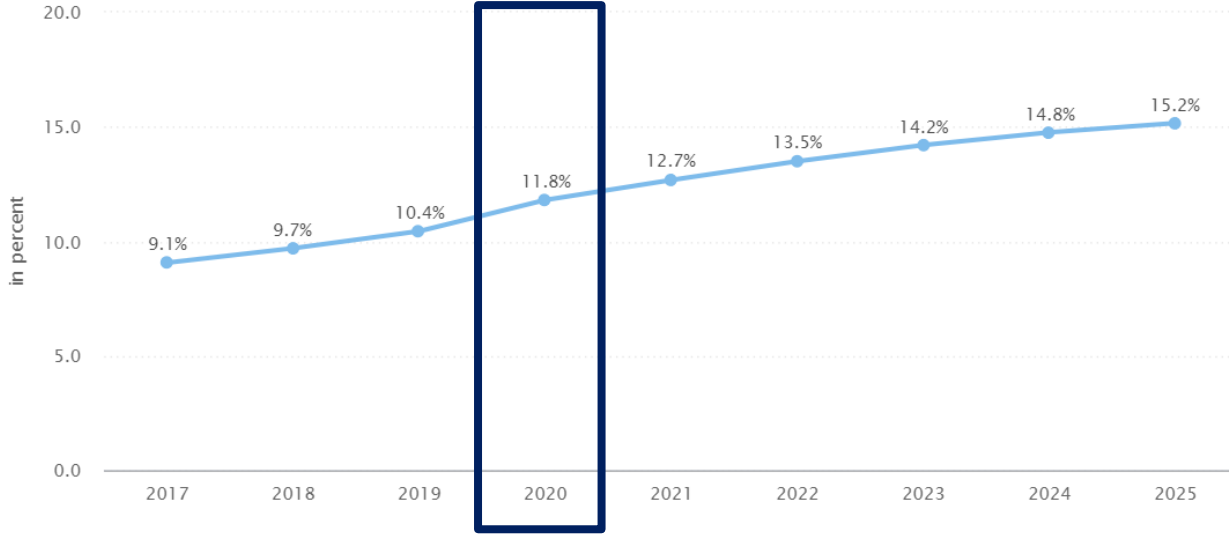


Unique Authors

74K

▲323%
Previous Period: 18K

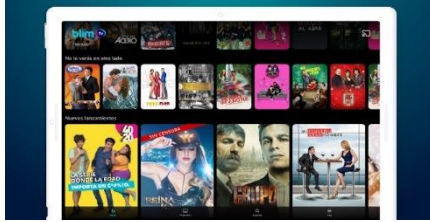
VOD KULLANICI PENETRASYONU: TÜRKİYE, 10 MİLYON KULLANICI, %11.8 PAY İLE DÜNYADA 82. SIRADA.



Top 5	
1. 🇺🇸 United States	41.2%
2. 🇸🇪 Sweden	37.5%
3. 🇨🇦 Canada	33.2%
4. 🇳🇴 Norway	32.7%
5. 🇳🇱 Netherlands	31.5%
82. 🇹🇷 Turkey	11.8%

GLOBAL OYUNCULARA KARŞI LOKAL OTT PLATFORMLARI

BLİM - MEKSİKA



Aktif olduğu ülkeler: 17 Latin Amerika Ülkesi

Kayıtlı kullanıcı: 550K

CRAVE - KANADA



Aktif olduğu ülkeler: Kanada

Kayıtlı kullanıcı: 2.7 mio

ICFLIX - MENA



Aktif olduğu ülkeler: MENA –Morocco, Egypt, Kuwait, UAE, Tunisia, Saudi Arabia and
Kayıtlı kullanıcı: 1 mio

MOLOTOV - FRANSA



Aktif olduğu ülkeler: France

Kayıtlı kullanıcı: 9.5 mio

RAKUTEN - AB



Aktif olduğu ülkeler: 40 farklı Avrupa ülkesinde

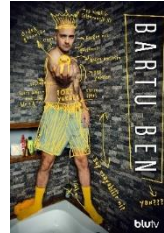
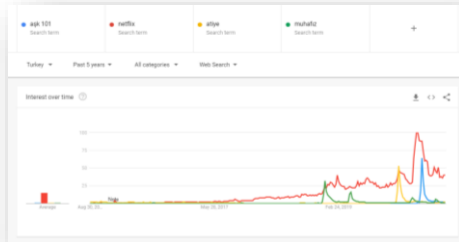
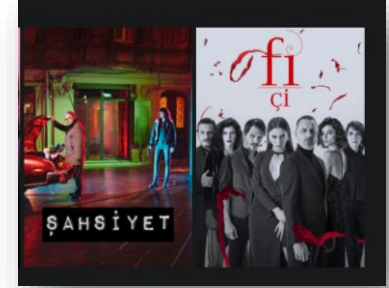
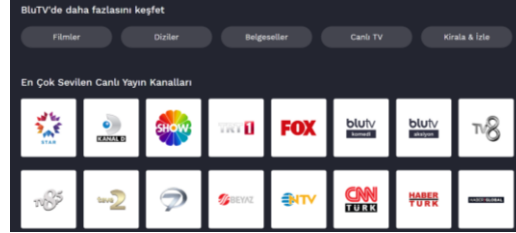
Kayıtlı kullanıcı: 30 mio

ÜRETİLEN İÇERİKLERE HER GEÇEN GÜN YENİLERİ EKLENİYOR VE YERLİ İÇERİK SAYISI HIZLA ARTIYOR

NETFLIX

blutv

puhutv



ÜRETİLEN İÇERİKLERE HER GEÇEN GÜN YENİLERİ EKLENİYOR VE YERLİ İÇERİK SAYISI HIZLA ARTIYOR

EXXEN

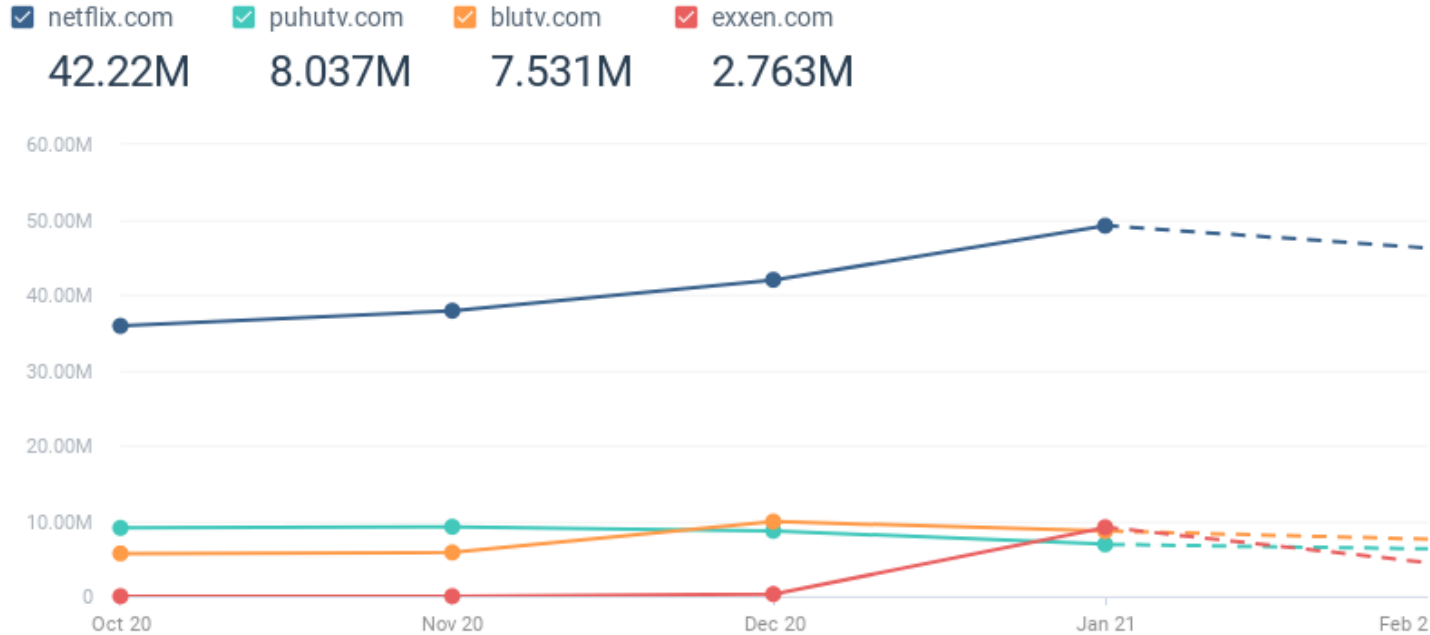
GAIN

bein CONNECT



NETFLIX, TÜRKİYE'DEKİ DİĞER VOD PLATFORMLARIYLA KARŞILAŞTIRILDIĞINDA AYLIK ZİYARET HACMİ EN YÜKŞEK ÖLAN MECRA

Exxen pazara yeni girmesine rağmen, Ocak 2021'de Blutv ve Puhutv'yi geçiyor. Tüketicilerin farklı içerik arayışına girmiş olmaları ve sektöre yeni giren VOD platformunu ilk deneyimleme motivasyonu bu yükselişi tetikleyen faktörlerden biri olabilir.



OTT PLATFORMLARINDAKİ MOBİL STREAMİNG, GELENEKSEL TV İZLEME SÜRESİNE ÇOK YAKLAŞTI



ABD

Streaming: 78 dakika
Kablo TV: 108 dakika



ÇİN

Streaming: 71.4 dakika
Kablo TV: 69 dakika



ALMANYA

Streaming: 78 dakika
Kablo TV: 105 dakika



JAPONYA

Streaming: 73.2 dakika
Kablo TV: 92.4 dakika



KORE

Streaming: 98.4 dakika
Kablo TV: 102.6 dakika



SINGAPUR

Streaming: 76.2 dakika
Kablo TV: 87 dakika



TÜRKİYE

Streaming: 94.2 dakika
Kablo TV: 103.8 dakika



İNGİLTERE

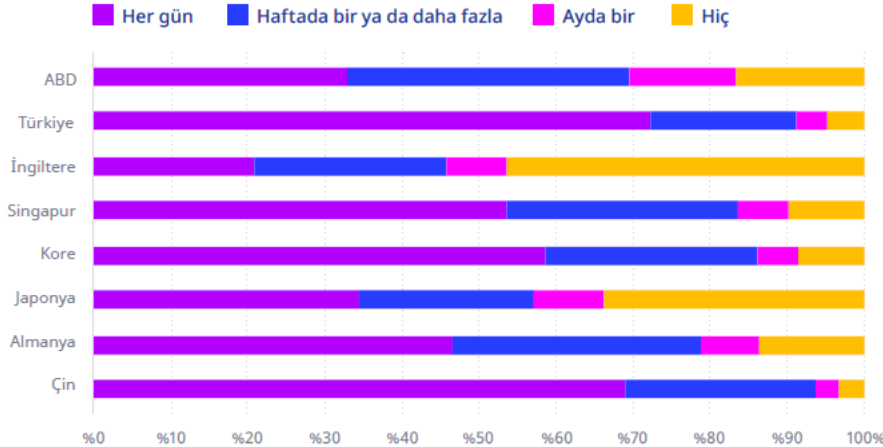
Streaming: 64.8 dakika
Kablo TV: 94.8 dakika

Özellikle Türkiye’de medya pazarını domine eden geleneksel TV daha uzun süre izlenmesine rağmen, mobil streaming tüketicileri bu farkı kapatmaya çok yaklaşıyor.

Dünya genelinde Mobil streaming’i en sık kullanan kuşak olan Y kuşağı, aynı zamanda en uzun süre izleyen kuşak. Oturum süresi ortalama 90 dakikanın biraz üzerinde (94.2) ve bunu 87.6 ile Z kuşağı takip ediyor.

İZLEYİCİLERİN YARISINDAN FAZLASI VIDEO/TV HİZMETLERİNDEN YARARLANMAK İÇİN AKILLI TELEFONLARINI KULLANDIKLARINI BELİRTİYOR

Akıllı telefonda online video izleme sıklığı



- ✓ Streaming içeriklerini izlemek için telefonlarını her gün ya da haftada bir kullanan tüketicilerin sayısı yüksek çift haneli rakamlara ulaştı.
- ✓ Çin (%93.8) ve Türkiye (%91.9), mobil video içeriklerinin en çok izlendiği ülkelerde başı çekiyor.

TREND BELİRLEYİCİ OLARAK VOD İÇERİKLERİ

Queen's Gambit yayınlandıktan sonra :

- 28 gün içerisinde 62 milyon kullanıcı tarafından izlenerek rekor kırdı.
- Ebay'de 'satranç takımı' aramaları, %250 arttı.
- Google'da 'Nasıl satranç oynanır?' son 9 yılın zirvesine ulaştı.
- Chess.com'daki yeni oyuncuların sayısı, 5 katına çıktı.
- Kitap, 37 yıl sonra 'En Çok Satanlar' listesine girdi.

İstanbul Ekonomi Araştırmanın 8 ülkede yaptığı araştırmada katılımcılar 2 gruba ayrıldı : Netflix'te Türk yapımı izleyenler ve izlemeyenler.

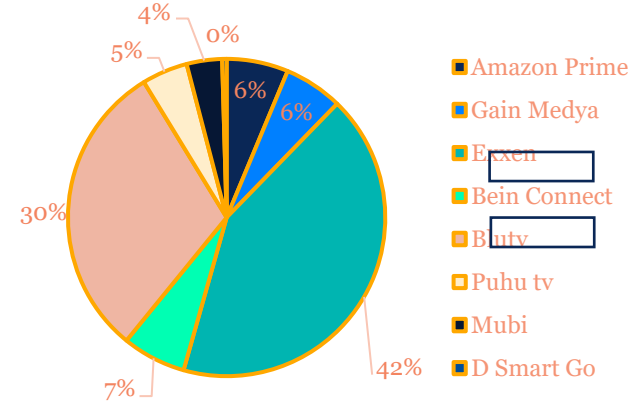
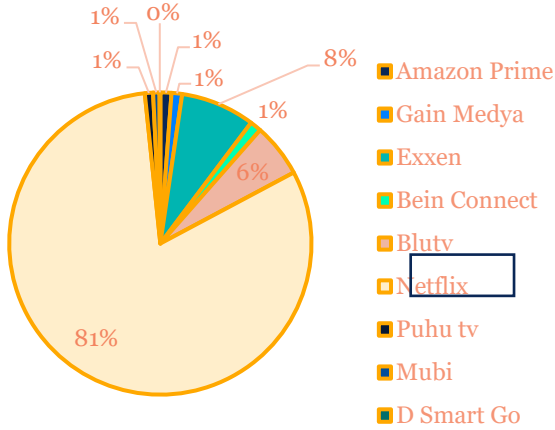
2 gruba da Türkiye'yi ziyaret etmek isteyip istemedikleri soruldu. Türk yapımı izleyenlerin «evet» oranı %54 olurken, izlemeyenler %25'te kaldı. Farkı 2 katından daha fazla.



ALGI ANALIZI



VOD PLATFORMLARININ SOSYAL MEDYA KONUŞMALARINI İNCELEDİĞİMİZDE NETFLIX'IN KATEGORİYİ DOMINE ETTİĞİ GÖRÜLÜYOR. NETFLIX'I DIŞARIDA BIRAKTIĞIMIZDA İSE YEREL PLATFORMLARIN ÖNE ÇIKTIĞI GÖRÜLÜYOR. EXXEN 2., BLUTV 3. SIRADA YER ALIYOR.



BİR CÜMLE İLE VOD PLATFORMLARI

Netflix

Partners in crime



Blutv

Olsun, önemli olan iç
güzellik



Puhutv


Ücretsiz içerik



BİR CÜMLE İLE VOD PLATFORMLARI

MUBI

Sanat-Sepet
Kaliteli İçerik

 **ue**
@morosophie

MUBI üyeliği olan sanat-sepet sever var mı

ÖÖ 2:55 · 23 Nis 2020 · Twitter Web App

Exxen

Popüler Kültür


 **cy**
@cyintw

Exxen almam lazım popülerizmin kölesiyim ben

ÖS 6:56 · 20 Ara 2020 · Twitter for iPhone

Gain

Kısa ve öz

 **bilimonlucay** 🏠👤
@konakzade

#gain kısa içerik platformu hayırlı olsun. 10 bin adım ilk bölüm güzeldi.

BeIN Connect

HBO, Az bulunan içerik


 **Barış the Argonian**
@yousss55

Sırf hbo dizileri izlemek için beinconnect alsam mı

ÖÖ 2:03 · 22 Eyl 2020 · Twitter for Android

Amazon Prime

Yan haklar: Kargo ücretsiz

 **Ben aslin da yohum**
@burakfAma

Prime videoya sadece Amazon da kargo ücretsiz olsun diye para ödüyorum yoksa değmez

VOD PLATFORMLARINDA COVID-19 ETKİSİ



Pandeminin de etkisiyle birlikte içerik tüketimi dijitalin tüm kanallarında ciddi oranda artış gösterdi

Youtube kullanıcı sayısı pandemi döneminde toplam internet kullanıcılarının 94%'üne ulaşırken Instagram kullanıcı sayısı 83' ulaştı. (Canlı yayınların da etkisiyle birlikte Streaming platformların erişimi Mart – Nisan 2020 döneminde 1.5 mio seviyeinden 2.5 mio seviyesine hızla yükseldi.

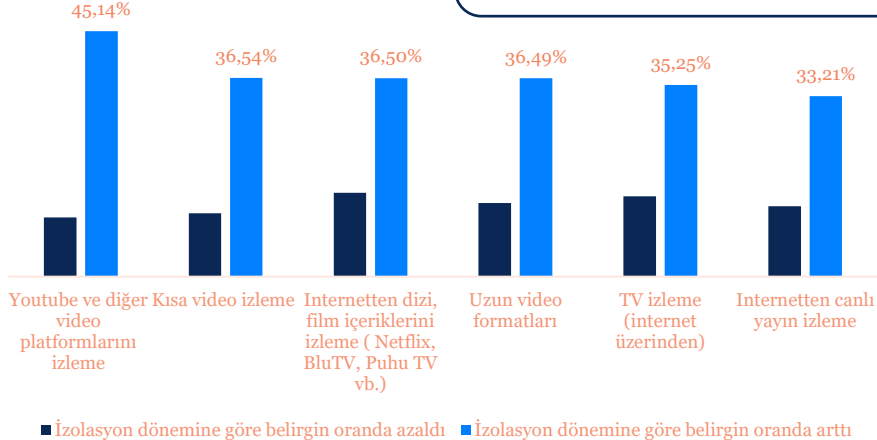


VOD PLATFORMLARDAKİ SINIRSIZ YERLİ-YABANCI, YENİ VE ESKİ İÇERİKLERİ TERCİH EDEBİLMEK BUNUNLA BİRLİKTE EĞLENCİLİ VAKİT GEÇİREBİLMEK PANDEMİ DÖNEMİNDE TÜKETİCİLERİN MOTİVASYON KAYNAKLARINDAN BİRİ HALİNE GELDİ

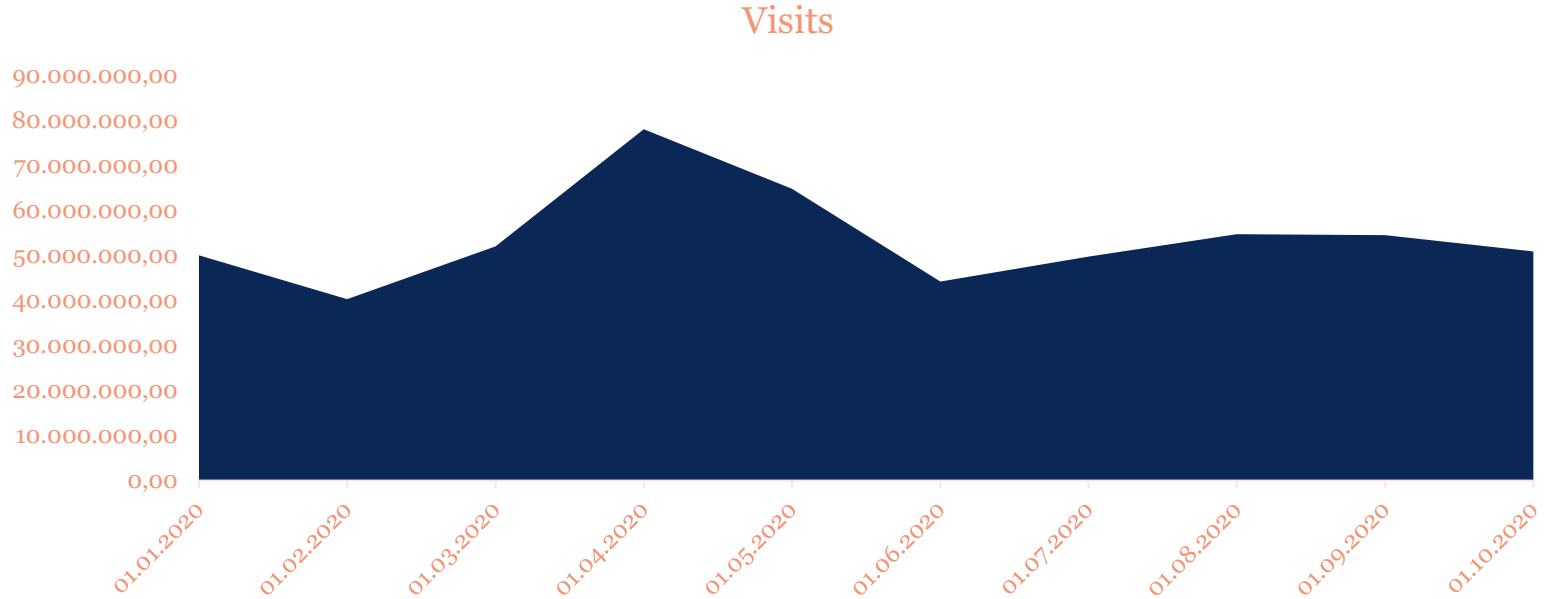
İnternet kullanımındaki yaş sınırının da kalkmasıyla birlikte, VOD kullanıcıları yaş ve cinsiyetten bağımsız evde interneti olan her bir tüketici potansiyeli taşımaya başladı.



Tüketicilerin izolasyon dönemine kıyasla Youtube ve diğer video platformlarının tüketimini %45, kısa video izlemeyi ve internette dizi/film içeriğini izlemeyi %37 arttırması dikkat çekiyor.



PANDEMİ ETKİSİNİ VOD SİTELERİNİN ZİYARET ORANLARINDA DA GÖRÜYORUZ. 2020 YILINDA ZİYARET SAYILARINDA ÖZELLİKLE PANDEMİNİN ETKİSİYLE NİSAN AYINDA PEAK YAŞANMIŞTIR.



COVID-19'UN ETKİSİ: MOBİL STREAMİNG ANA AKIM HALİNE GELİYOR

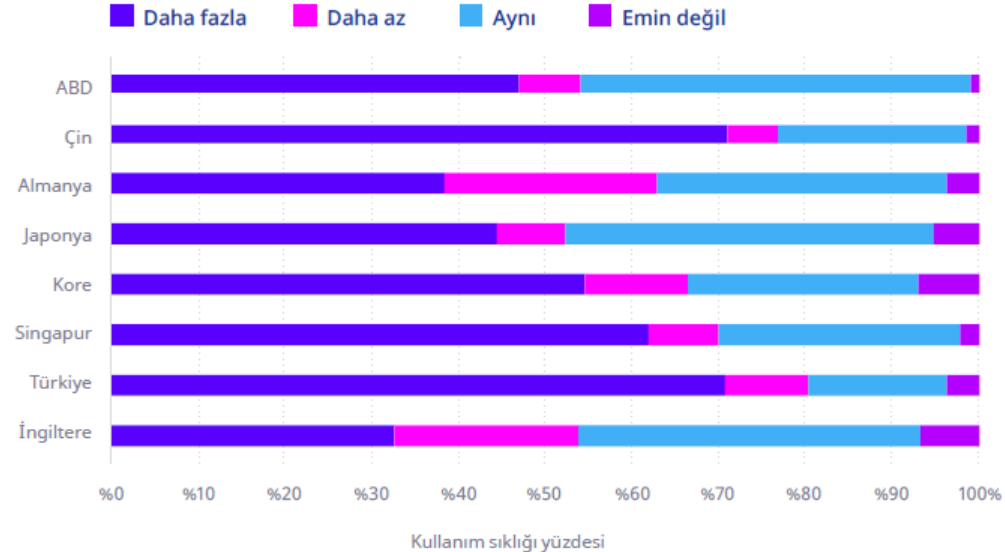
Adjust'ın Mobile Streaming 2021 raporuna göre;

Globalde tüketicilerin %84'ü, koronavirüs salgınından sonra video içeriklerini akıllı telefonlarından aynı miktarda ve hatta daha fazla izlediklerini belirtiyor.

• Çin'deki tüketicilerin %70'inden fazlası (%70.8), daha fazla içerik tükettiklerini söylüyor. **Türkiye ise bu oranı çok yakından takip ediyor: katılımcıların %70.7'si içerik tüketimlerinde bir artış olduğunu söylüyor** ve bunu Singapur %61.8 ile takip ediyor.

Ortalama olarak, ankete katılan tüketicilerin yarısından fazlası (%52.5), pandemi önlemleri ve sokağa çıkma yasaklarıyla birlikte daha fazla video içeriği tükettiklerini belirtiyor. Kullanıcıların sadece %12'si daha az içerik tüketiyor, bu da dört kat daha fazla tüketicinin video içerikleri için akıllı telefonlarını kullandığı anlamına geliyor.

Karantinadan sonra video içerikleri için akıllı telefon kullanımı



SIRADA NE VAR?



2030 SENARYOLAR

EVRENSEL PAZARYERİ

3-4 Büyük oyuncu tüm yayıncılık sektörünü ve içeriğini kontrol eder. Geleneksel TV ve OTT bu büyük oyuncuların kontrolündedir. Az sayıda original content hariç tüm içerikler bu yayıncıların hepsinde açık hale gelir.

YAYINCILARIN İNTİKAMI

Geleneksel TV yayıncıları dijital dönüşümü sağlarlar ve yayın akışları ve orjinal içerikleri kendi platformlarında izlenir hale gelir. Bu senaryoda OTT plafomları hayatlarına devam eder ancak pazarı domine edemezler.

İÇERİK FİNAL MAÇI

Sadece OTT ve sadece original content bir kaç büyük oyuncunun elinde toplanır. Bu oyuncular ayakta kalan büyük stüdyolarla çalışır. Klasik TV yayıncılığı ve sinema büyük ölçüde biter. (Disney+)

ÇEŞİTLİLİKTE KAYBOLMAK

Kanalların ve OTT platformlarının sayısı artmaya devam eder ve ortak platformda buluşmazlar. Oyuncular sürekli değişir, lokal içerik çok sayıda üretilir. Lokal ve global üretici iş birlikleri görülür.

TEŞEKKÜRLER!

