

Netflix-Originale in Europa



Ein SODA UKFIGS-Bericht von Digital-i
1. Januar 2019 - 31. Dezember 2019

Die detaillierten Anzeigedaten in diesem Bericht stammen direkt aus der einzigartigen SVOD-Analyse- und Visualisierungssoftware SoDA.

Berichtszusammenfassung



In diesem Bericht soll untersucht werden, wie sich Netflix-Originale in Großbritannien und Europa verhalten.

Netflix-Originale (in diesem Fall alle Inhalte, für die Netflix die exklusiven internationalen Vertriebsrechte besitzt) sind eine ideale Methode, um zu vergleichen, wie Inhalte über Gebiete auf derselben Plattform übertragen werden. In diesem Bericht untersuchten wir die Leistung von Originalinhalten in 5 Schlüsselgebieten (UK FIGS), um wichtige Einblicke in die internationale Strategie von Netflix zu erhalten.

Unsere Ergebnisse geben Aufschluss darüber, wie Produzenten, Rundfunkveranstalter und Studios ihre Kataloge, Lizenzstrategien und Stellplätze verbessern können, um globale SVOD-Giganten anzusprechen oder mit ihnen zu konkurrieren.

Der Bericht enthält die folgenden Abschnitte:

Was macht einen globalen Erfolg aus?

- Themen, Genres und Schlüsselfaktoren, die dazu führen, dass Netflix Originals zu globalen Erfolgen werden.
- Die Nuancen lokalisierter Inhalte.
 - Erkennen der Art von Inhalten, die vor allem einen heimischen Markt ansprechen, anhand von Genres, Themen und der Werbestrategie von Netflix.
- Wie man aus der Strategie von Netflix lernt.
 - Eine Zusammenfassung der Hinweise und Ratschläge für Hersteller, BVOD-Stakeholder und Herausforderer-SVOD-Dienste.

Die territoriale Analyse von Inhalten war noch nie so wichtig, da sich Streaming-Plattformen vermehren und eine unvergleichliche Anzeige keine Anzeichen einer Verlangsamung erkennen lässt. Unsere Netflix-Daten für mehrere Gebiete bieten ein Fenster in die Zukunft von Netflix, da das Abonentenvolumen in unvergleichlichen Märkten weiter ausgebaut wird.



Was macht einen globalen Hit aus?



Genres und Themen: Science-Fiction, Fantasy und Horror gehören zu den besten Reisenden.

Ein erster Einblick in die Daten legt nahe, dass die internationale Popularität stark mit dem Genre zusammenhängt. Während Comedy-, Drama- und Dokumentarserien in Europa auf mehreren Gebieten unterschiedlich erfolgreich sind; Sci-Fi, Fantasy und Horror-Inhalte zeigen ein gleichmäßigeres Leistungsniveau. Insbesondere Shows wie Stranger Things, The Witcher, You und Umbrella Academy haben sich 2019 in ganz Europa als beliebt erwiesen.

Genre

Vier der fünf besten Serien in den britischen Figuren im Jahr 2019 enthielten Elemente von Science-Fiction, Fantasie und Horror.

Diese eher jenseitigen Schauplätze und Geschichten scheinen kulturelle und sprachliche Grenzen zu übertreffen, um die Zuschauer in ganz Europa anzusprechen. Zu den weiteren Beispielen für Science-Fiction- und Horror-Inhalte, die gut gereist sind, gehört die russischsprachige Science-Fiction-Serie, Better Than Us Und die französische Produktion, Black Spot. Die deutsche Science-Fiction-Serie Dark und die dänische Horror-Serie The Rain, die Großbritannien, wo nur wenige nicht englischsprachige Produktionen an Popularität gewinnen, haben sich in der gesamten RIGS-Region bewährt.

d.i

Netflix hat eine lange Tradition in der Verwendung großer Hollywood-Namen in seinen Serien und Filmen. Dies hat sich als besonders erfolgreich erwiesen, wenn es darum geht, Filme zu erstellen, die in mehreren Gebieten eine gute Leistung erbringen.

Beide Filme in den Top 10 haben Hollywood-Stars als Teil ihrer Besetzung etabliert (Adam Sandler, Jennifer Anniston, Ryan Reynolds).

Farbe, Budgets, Dynamik und Subversion verbinden viele der Programme in diesen Top 10. Sex Education und You untergraben das klassische Thema „Amerikanische Teenie-Dramen“, während Money Heist das Überfall-Genre untergräbt, indem es mit heißen emotionalen Interaktionen verschachtelt. Obwohl das Genre uns eine gute Vorstellung davon gibt, welche Shows "global" werden, ist klar, dass es Ausnahmen gibt.

d.i

Themen

Top 10 Serie / Film, Haushalte mit Netflix Reichweite % x Land & Gesamt UK FIGS, 2019, Netflix

Titel	Staffel	UK FIGS	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Großbritannien
Stranger Things	3	43.2%	40.8%	31.3%	46.5%	50.1%	48.1%
Sex Education	1	39.6%	41.4%	25.4%	43.0%	44.5%	44.9%
Umbrella Academy	1	38.6%	42.2%	23.6%	38.7%	37.1%	47.6%
You	1	38.2%	38.6%	26.1%	31.8%	38.0%	48.7%
Murder Mystery	-	37.5%	30.2%	24.0%	44.9%	39.7%	46.2%
The Witcher	1	36.7%	37.0%	37.8%	31.6%	43.3%	34.9%
Stranger Things	1	36.3%	42.6%	26.4%	40.0%	42.2%	36.1%
Money Heist	1	33.5%	48.2%	26.6%	53.0%	51.7%	15.7%
Black Mirror	5	33.0%	32.9%	17.9%	31.9%	37.9%	41.6%
6 Underground	-	32.6%	34.3%	29.5%	34.6%	34.6%	32.2%

d.i

Ausnahmen: Einige US-Inhalte können Sprachbarrieren nicht überschreiten

Eine interessante Erkenntnis aus unserer Analyse der Programmleistung ist, dass Dokumentarfilme im Allgemeinen nicht gut durch die UKFIGS-Region reisen, aber was ist mit der Verbreitung von US-Inhalten mit großem Budget in den Top-Charts von Netflix-Shows?

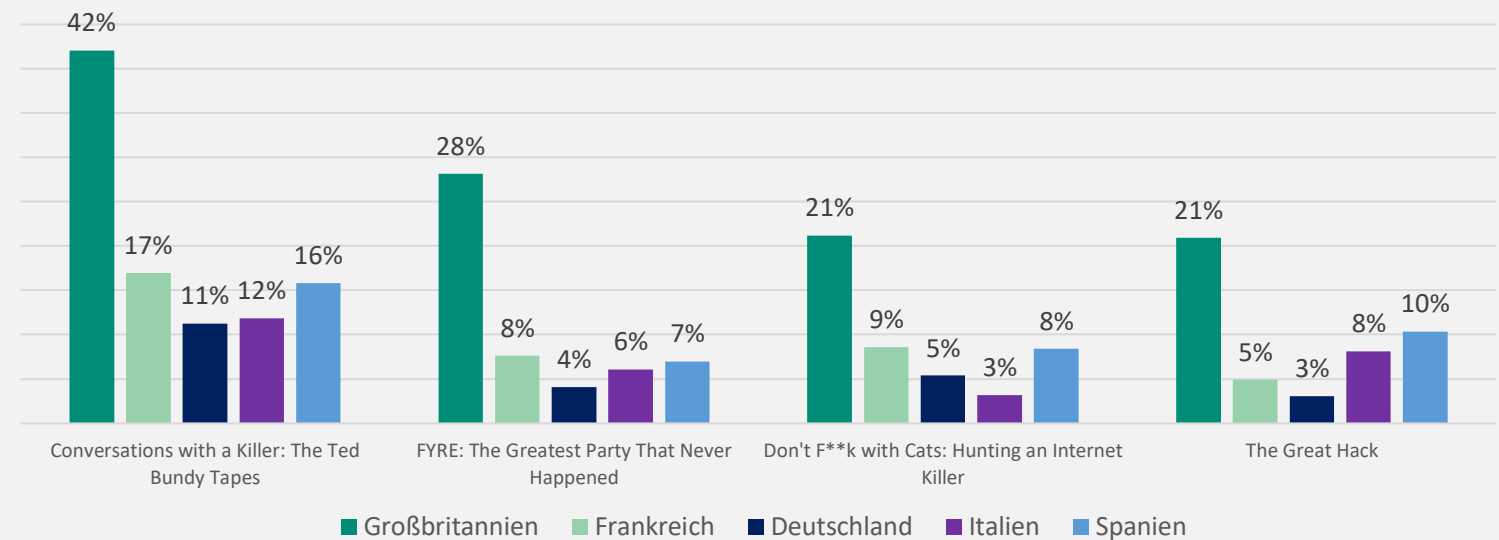
Wenn man sich einige hochkarätige US-Dokumente und ihre Leistung in der Region Großbritannien ansieht, zeichnet sich ein Trend ab. Die US-amerikanischen Dokumente sind in Großbritannien relativ erfolgreich, insbesondere Gespräche mit einem Killer: The Ted Bundy Tapes, aber die Serie hat die Aufmerksamkeit der Zuschauer aus der FIGS-Region nicht auf sich gezogen. Es ist verlockend zu sagen, dass die Sprache der einzige Faktor für diesen Unterschied ist, aber wenn dem so wäre, wie könnten dann US-Produktionen wie Stranger Things so global sein und verschiedene Faktoren spielen hier eine Rolle, die Qualität des Überspielens, der Unterschied zwischen dem Betrachten von sachlichen Inhalten und einem fremden Drama sowie die Werbestrategie von Netflix - wir sollten das nicht unterschätzen.

Kultur

Sprache

Zuschauer von UK zeigen tendenziell mehr Interesse an diesem Stil von Inhalten als Netflix-Zuschauer in Kontinentaleuropa. Dies geht aus einer Analyse unserer Daten hervor, aus der hervorgeht, dass Dokumentarfilme einen größeren Anteil der Netflix-Sendungen in Großbritannien ausmachen als in Frankreich, Spanien, Italien oder Deutschland. Darüber hinaus verfügen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und linearen Kanäle in jedem FIG-Land über ein großes Angebot an lokalen Dokumentarfilmen, die die individuelle Sprache und Kultur jedes Landkreises besser ansprechen würden.

Haushalte mit Netflix Reichweite % x Land & Gesamt UK FIGS, 2019, Netflix



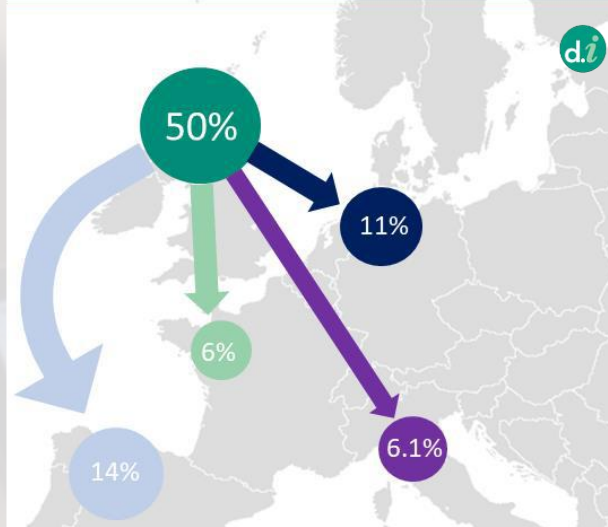


Die Nuancen von lokalisiert



Genres und Themen: Inländische Inhalte sprechen nur inländische Zuschauer an.

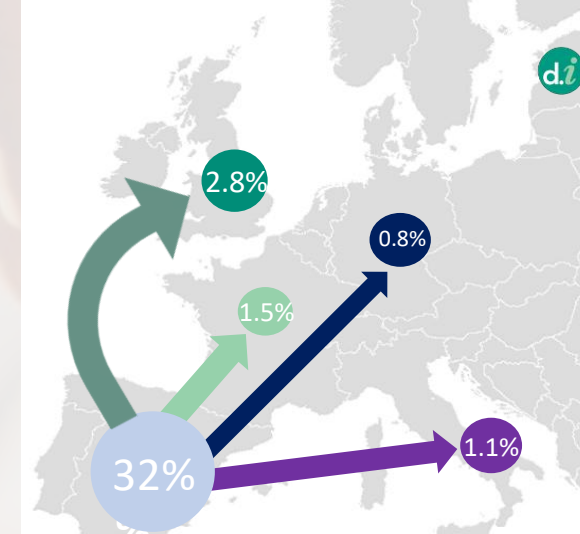
The Disappearance of Madeleine McCann



■ Großbritannien ■ Frankreich ■ Deutschland ■ Italien ■ Spanien

50% aller Netflix-Haushalte in Großbritannien haben mindestens einen Teil der Dokumentation von Madeleine McCann gesehen. Das Betrachtungsniveau in anderen europäischen Gebieten war viel niedriger. Die beste Leistung außerhalb Großbritanniens wurde in Spanien erzielt, wo 14% der Netflix-Haushalte auf das Dokument eingestellt waren. Der Fall war in Spanien nicht unbekannt, da die spanische Polizei zu einem bestimmten Zeitpunkt an den Ermittlungen beteiligt war. Für ein europäisches Publikum mag dieser Dokumentarfilm keine Resonanz gefunden haben, da der Name Madeleine McCann kein bekannter Name ist wie in Großbritannien. Bereits zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts machen die Familie McCann und ihre vermisste Tochter Schlagzeilen. Der mangelnde internationale Erfolg bedeutet jedoch nicht, dass es sich nicht um einen wertvollen Inhalt für Netflix Demectic-Hits handelt, die dazu beitragen, das Bewusstsein von Netflix in ihm aufrechtzuerhalten.

The Alcàsser Murders



■ Großbritannien ■ Frankreich ■ Deutschland ■ Italien ■ Spanien

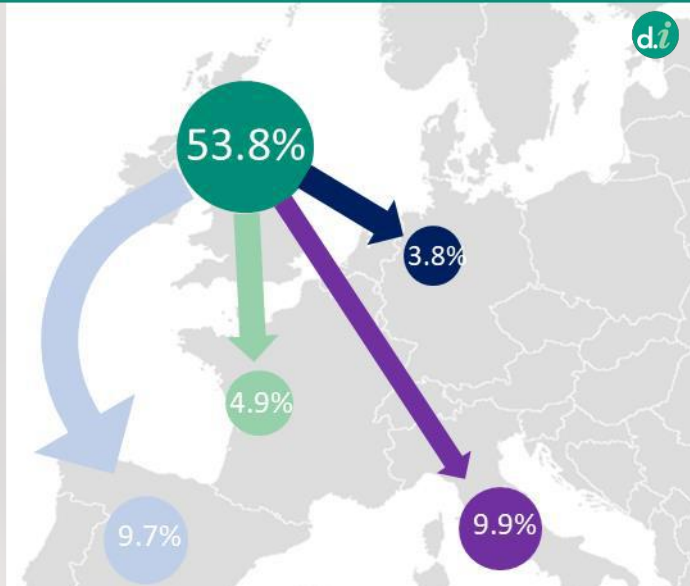
Etwas mehr als 30% aller spanischen Netflix-Haushalte schalteten sich 2019 ein, um sich dieses spanische Dokument über wahre Kriminalität anzusehen. Der Fall war grausam, hochkarätig und inspirierte zu dieser Zeit sogar verschiedene Fernsehjournalisten, ihre eigenen Ermittlungen durchzuführen. Außerhalb Spaniens war der Fall jedoch nicht allgemein bekannt, was bedeutet, dass die Barriere zwischen Sprache, Umgebung und Kultur für die Zuschauer ein Hindernis genug wäre, den Inhalt nicht auszuprobieren. Es ist notwendig, die Aufmerksamkeit auf die Algorithmen und die Werbestrategie von Netflix zu lenken. Nach der Analyse von Netflix war dies (wie der Dokumentarfilm von Madeleine McCann) ein Inhalt für spanische Abonnenten, und daher ist es unwahrscheinlich, dass es europaweit weit verbreitet wurde. Für Netflix, Aktualität, Genre. Themen Sprache und Einstellung helfen bei der Entscheidung.

Ausnahmen: Universelle Themen überschreiten die Grenzen des Genres.

Sex Education und **Afterlife** sorgten in Großbritannien für große Zuschauerzahlen. *Afterlife* war jedoch nur ein Hit unter den Briten. Beide waren Comedy-Dramen, warum also der Unterschied? Was waren die inhaltlichen Unterschiede und die Gründe für die Werbestrategie von Netflix bei diesen beiden Programmen? Nun, *Afterlife* spielt eindeutig in einer britischen Stadt und die Handlung ist eine dunkle Wendung von Komödie und Trauer, die eine sehr britische Art des Umgangs mit Verlusten zeigt. Obwohl das Leben nach dem Tod nicht international erfolgreich war, stieß es in Großbritannien auf großes Interesse und großen Hype und erhöhte damit das Profil von Netflix unter den britischen Zuschauern.

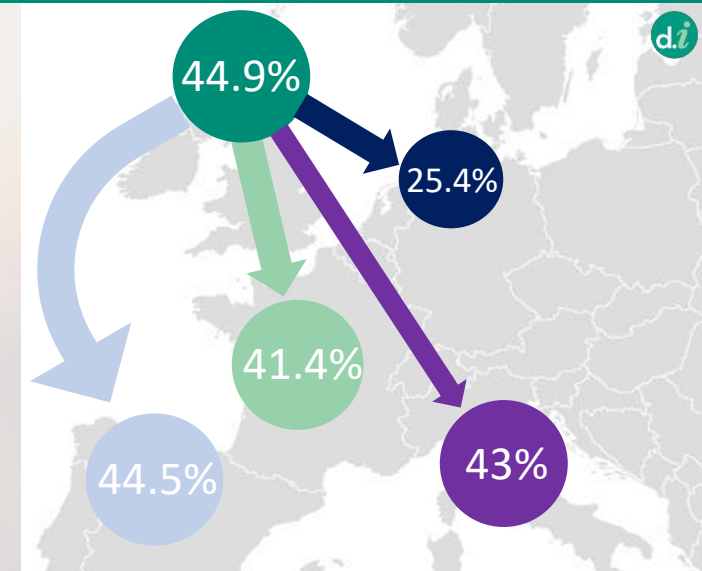
Sex Education wurde in Wales gedreht und spielt an einer britischen Schule. Trotzdem gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie die Dreharbeiten, das Schulset und sogar das Fehlen von Schuluniformen auf eine Verschmelzung der Kultur der USA und Großbritanniens hindeuten. Sexualerziehung ist nicht stark lokalisiert und befasst sich mit den Themen Teenagerleben, Romantik und sexuelles Erwachen. In diesem Fall glauben Digital-i (und möglicherweise Netflix), dass die Themen, Einstellungen und Charaktere der Sexualerziehung international relevant und ansprechend sind. Sexualerziehung war in Italien Spanien und Frankreich beliebt, die rund 40% der Haushalte erreichen alle das UKFIGS, außer Deutschland.

Afterlife



■ Großbritannien ■ Frankreich ■ Deutschland ■ Italien ■ Spanien

Sex Education



■ Großbritannien ■ Frankreich ■ Deutschland ■ Italien ■ Spanien



Wie man von Netflix lernt



Wichtige Hinweise aus der Strategie von Netflix

BVOD

- ❖ Die kostengünstige internationale Strategie von Netflix ist bei globalen Hits unschlagbar, dies bedeutet jedoch nicht, dass BVODS nicht von den Daten profitieren kann, die hinter den Erfolgen von Netflix stehen.
- ❖ Werbestrategien und -algorithmen sind die Antwort von VOD auf die Planung, durch die Untersuchung der äußerst erfolgreichen Werbe- und Vertriebsstrategie von Netflix kann der BVOD-ERFOLG beschleunigt werden.

Inhalt

- ❖ Globale Hits sind nicht auf die Sprache oder das Land der Produktion beschränkt. Netflix fördert Inhalte eher auf globaler Ebene, wenn sie Elemente aus Science-Fiction und Fantasie enthalten und visuell auffällig sind.
- ❖ Dokumentationen und Komödien gelten fast immer als Inhalte für ein Hauptland (mit Ausnahme des Inhaltskorridors USA / Großbritannien). Dieser Inhalt ist für Netflix immer noch von Wert, insbesondere in Ländern, in denen es nur eine begrenzte Auswahl an lokalen Originalinhalten gibt.

SVOD

- ❖ Netflix 'internationale Strategie und Kategorisierung von Shows war weltweit erfolgreich. Es lohnt sich, Teile ihrer Strategie auf dem Weg der globalen Expansion zu übernehmen.
- ❖ Globale Inhalte müssen nicht in den USA oder in englischer Sprache verfasst sein, auch wenn dies der sicherste Weg ist, um Zuschauer auf der ganzen Welt anzusprechen. Die internationale Zusammenarbeit (z. B. White Lines, Narcos) kann sich auf nur ein Land oder eine Region beschränken, insbesondere wenn die Themen universell sind.

Abschließende Überlegungen



In diesem Bericht wurden die Analysetypen angesprochen, die Digital-i und unseren Kunden jetzt im Hinblick auf die internationale Netflix-Anzeige zur Verfügung stehen. **Es zeigt die Fülle an Daten und die wertvolle Strategie, mit der Programmierer, Rundfunkveranstalter und SVOD-Dienste einen Wettbewerbsvorteil in einem Markt erzielen können, der seit langem von einem einzigen Anbieter, Netflix, dominiert wird.**

Der Erfolg von Netflix beruht zu einem großen Teil auf seiner cleveren, datengesteuerten und umfassenden internationalen Content- und Werbestrategie. Mit jahrelangen Daten zur Kategorisierung von Zuschauern, Programmen und Märkten sprechen sie das globale Publikum als Ganzes an und kommunizieren lokale Geschichten, die die Herzen der Zuschauer in jeder Netflix-Region berühren. Seit Jahren profitieren sie vom Vorteil eines geheimen Erfolgsplans und einer Vielzahl von Daten, auf die Wettbewerber keinen Zugriff haben. Tatsächlich ist es wahrscheinlich, dass ihre Analyse nicht unähnlich zu dem war, was wir in diesem Bericht präsentieren, was wiederum die zeitgenössischen Betrachtungstrends aufgrund der Inhalte und Werbestrategien von Netflix geprägt hätte.

Im Gegensatz zu linearen Sendern, bei denen Erfolge und Misserfolge von Inhalten von Bewertungsdiensten auf der ganzen Welt gemessen werden und für Wettbewerber sichtbar sind, konnte Netflix lineare TV-Trends verfolgen und dabei ihre eigene Anzeige hinter verschlossenen Türen behalten. Durch die Ausweitung unseres Netflix-Tracking-Service auf die FIGS-Region und im Hinblick auf eine globale Expansion möchten wir Programmherstellern und Distributoren die Möglichkeit geben, die Erfolge und Misserfolge von Netflix zu verstehen, die Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt zu steigern und alle Beteiligten zu einer besseren Bereitstellung zu bewegen Dienstleistungen und qualitativ hochwertige Inhalte für ihre Heimatländer und den Rest der Welt.

Eines der interessantesten Dinge, die wir in unseren Daten sehen, ist das Auftreten globaler Hits und universeller Themen. Dank der Geschäftsstruktur von Netflix konnten Inhalte viel schneller als je zuvor um die Welt reisen. Vor allem. Die Science-Fiction- und Fantasy-Shows sowie die Coming-of-Age-Programme zeigen, dass Zuschauer aus allen Ländern trotz unserer Unterschiede in Bezug auf die Vorstellungskraft von derselben Geschichte verzaubert werden können. In der besonders beispiellosen Zeit, in der dieser Bericht verfasst wurde, halten wir es für wichtig, diese universellen Geschichten zu identifizieren und weiterhin die erstaunliche Vernetzung der Welt zu reflektieren, in der wir leben, und gleichzeitig einzelne Kulturen und ihre einzigartigen Geschichten zu präsentieren und zu schützen. Wir hoffen, dass Sie diesen Bericht als aufschlussreich empfunden haben, und freuen uns darauf, mit mehr von Ihnen zusammenzuarbeiten, um Ihren Unternehmen und Ihren Inhalten dabei zu helfen, Ihre Zielgruppen zu erreichen und mit ihnen zu sprechen.

Zugriff auf die unglaublichen SVOD-Daten von Digital-i über SODA

SoDA (Subscription on Demand Analytics) ist ein Online-Portal, mit dem Benutzer in einer großen Datenbank mit internationalen Netflix-Anzeigedaten navigieren können.

Digital-i war Vorreiter bei der Messung der Netflix-Anzeige von allen Geräten (einschließlich Fernsehgeräten), der Rückdaten von 2017 und der Berichterstattung auf Episodenebene.

Unsere Dienste werden von den größten britischen Sendern und internationalen amerikanischen Studios genutzt, um ihre SVOD- und VOD-Player, Inhaltskataloge und Veröffentlichungsstrategien zu verbessern.

Weitere Informationen zu SODA und seinen Funktionen erhalten Sie von

franca.licata@digital-i.com

matt.ross@digital-i.com



“SODA öffnet die Tür für Netflix-Anzeigen wie nie zuvor und ermöglicht es uns, Erkenntnisse zu liefern, die vor einem Jahr einfach unerreichbar waren.”

Philip Martin y Paul Craigen, ITV