

## Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá současným fenoménem audiovizuálního obsahu na vyžádání a strategií vstupu streamingové společnosti Netflix na evropský trh s ohledem na jeho globální expanzi. V úvodních kapitolách je pro práci nezbytné vysvětlit rozmach služeb videa on demand (VoD) v kontextu televizní historie a jejich pozici vůči tradičnímu lineárnímu vysílání. Následně je představena dramaturgická linie a programová nabídka portálu, která je bezpochybně konkurenční výhodou Netflixu. V této souvislosti jsou pak zmíněni největší konkurenti Netflixu a jejich přístup k původnímu obsahu. Dále jsou zmíněny výzvy, kterým Netflix čelí při jeho mezinárodní expanzi, včetně nutnosti lokalizace a tvorby vlastní produkce při vstupu do nových trhů. Následně je analyzován evropský trh jako celek s ohledem na specifika v regionu a klíčové kroky, které bylo nezbytné podniknout pro úspěšné zavedení Netflixu na kontinentu. V neposlední řadě práce zkoumá pozici a vývojové tendence Netflixu v oblasti původní tvorby na vybraných třech evropských trzích – Norsko, Francie a Česká republika. Netflix je v této části porovnán s ostatními konkurenty VoD na těchto trzích i ze strany zavedených hráčů jako jsou televizní stanice a telekomunikační společnosti. Na závěr jsou představeny možné předpoklady dalšího vývoje služeb videa na vyžádání a Netflixu v České republice, které jsou navíc podpořeny postřehy mediálních odborníků.

## **Annotation**

This diploma thesis deals with the current phenomenon of video on-demand and the strategy of the streaming company Netflix when entering the European market. In the opening chapters it is necessary to explain the boom of the video on-demand services (VoD) in the context of television history and its position in relation to traditional linear broadcasting. Subsequently, the dramaturgical line and the programming offer of the company are presented, which is undoubtedly a competitive advantage of Netflix. In this context, Netflix's biggest competitors and their approach to production of original content are mentioned. The challenges Netflix is facing in its international expansion are also mentioned, including the need to tailor its offer and produce local content when entering new markets. Afterwards the European market as a whole is analyzed with regard to the specificities of the region and the key steps that were necessary to successfully start doing business on the continent. Last but not least, the thesis examines the position and development tendencies of Netflix in the field of original production in selected three European markets - Norway, France and the Czech Republic. In this part, Netflix is compared to other VoD competitors in these markets as well as by established players such as television stations and telecommunications companies. Finally, possible prerequisites for the further development of on-demand video services and Netflix in the Czech Republic are presented, supported by observations from local media experts.

Historie Netflixu datuje do roku 1997, kdy služba začala jako půjčovna filmů na DVD. Do několika let ovládla celý americký trh a vyřadila ze hry svého největšího konkurenta společnost Blockbuster. V roce 2007 již uvedla svou vlastní streamovací službu. Důležitým faktorem pro tuto diplomovou práci je růst za hranice Spojených států, po Kanadě a Latinské Americe začal Netflix expandovat do Evropy.

Co se týče Norska a Francie, snahy o vytváření lokalizovaného obsahu byly úspěšné, neboť publikum těchto dvou zemí si na originální obsah potrpí. Jak je to v případě České republiky se můžeme dozvědět i díky na míru připravenému dotazníku, který zodpověděli přední čeští mediální experti. Budoucnost vývoje originální produkce Netflixu v Čechách, potažmo střední Evropě je zatím pouze spekulativního charakteru, nicméně vzhledem k rostoucí konkurenci se můžeme dočkat brzy i u nás. Snad zatím

může postačit fakt, že Netflix do lokalizovaného obsahu investuje čím dál tím více peněz, a a značná část české knihovny je již k dostání s českými titulky, ve výjimečných případech i s českým dabingem.

Celosvětově jsou největšími konkurenty Netflixu v oblasti streamovacích služeb Amazon Prime Video, jako odnož distribuční firmy Amazon, kabelová společnost HBO se svojí službou HBO GO a společnost Hulu. Obchodní model těchto tří společností je postaven na jiném principu. Mezi konkurenty jsou však řadí i televizní společnosti, které hrají na domácím trhu stále velkou roli. I z tohoto důvodu začal Netflix i ostatní společností více investovat do originálního obsahu, případně i lokálního, kde je největší poptávka. To je případ například právě Norska a Francie, o kterém se ještě dozvíme více. Česká republika je oproti předchozím dvěma jmenovanými kapku jiný případ. Česká republika je stát malý – s malým publikem, nikoli však menším než Norsko – ale hlavní roli zde hraje jazyková bariéra a oblíbenost určitých témat mezi českým publikem. Největší konkurent Netflixu u nás, kabelová společnost HBO, která má u nás dlouholetou tradici, však tento odvážný krok udělala, a začala produkovat obsah pro české diváky. Řada z nich byla převzata ze zahraničních licencí a přizpůsobena pro český obsah, potažmo pro diváky střední Evropy, jsou zde ale i jiné případy, na které se rozhodně vyplatilo si vsadit, neboť měli mezi diváky neskutečný ohlas.

Další skutečností, která ve vytváření domácího obsahu nahrává evropským státům, je nově vydané evropské nařízení, které nařizuje společnostem tohoto formátu, aby jejich knihovny obsahovali alespoň \_% evropských audiovizuálních děl. Tento fakt se dá často leckdy obejít tím, že americké společnosti koprodukují svá díla s evropskými. Nicméně i zde je prostor k vytváření nových obsahů. Zejména pokud do hry vstupují nově i takoví giganti, jako jsou Apple a Disney.