

Forside til opgaveaflevering

Studienævn for International
Virksomhedskommunikation



Eksamensfag <u>Bachelorprojekt</u>		Eksaminator/ <u>Randi Marselis</u> vejleder		
Eksamenstermin (sæt kryds)		Sommer <u>X</u>		Vinter
Uddannelse (sæt kryds)	BA <u>X</u>	Kandidat	Tilvalg	Andet
Studieretning				
VED FRI HJEMMEOPGAVE				
Navn: <u>Niels Christian Laursen</u>			CPR: <u>260690</u>	
Studenter e-mail: <u>nilau10@student.sdu.dk</u>				

VED BUNDEN HJEMMEOPGAVE
Eksamensnummer

ANTAL NORMALSIDER á 2100 enheder/1400 arabisk 25

BA-PROJEKT MÅ UDLÅNES (sæt kryds)	JA: <u>X</u>	NEJ
--	---------------------	------------

Der gøres opmærksom på, at opgaven – og ved gruppeprøver det enkelte gruppemedlems del af opgaven – skal være udformet egenhændigt og selvstændigt. Alle citater i teksten skal være udformet som sådanne, og opgaven skal være forsynet med de relevante henvisninger, og opgaven eller væsentlige dele af den må ikke tidligere have været afleveret i anden bedømmelsessammenhæng. Der henvises desuden til regler om eksamenssnyd på studentnet.sdu.dk

Dato _____ Underskrift ved fri
hjemmeopgave _____

Bachelor projekt: Integreringen af Netflix i hverdagen

English title: The domestication process of Netflix in households



Kvalitativ undersøgelse, som tager afsæt i domestikation teorien for, at afdække integreringen af Netflix i danske husstande.

Niels Christian Laursen
Nilau10@student.sdu.dk

Syddansk Universitet, Institut for sporg og kommunikation
International Virksomhedskommunikation, Engelsk og medier
Forårssemsteret 2013

Abstract – The domestication process of Netflix in households

This bachelor's thesis represents the working process of a qualitative research project, with thought upon the purpose of defining some factors that are of great importance, when Danish households decide to subscribe to and implement a Video on Demand service in their domestic environment.

Five different households, aiming to represent Danish households, have been interviewed about their media consumption habits with focus upon television, movies and series. Along with this, the interview had a focus upon the steps within the domestication theory as represented by Roger Silverstone et al. (1992) in *Information and communication technologies and the moral economy of the household* (1992) and Maren Hartmann in *Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication* (2009)

The domestication theory functions as a tool for the analysis and understanding of how Danish households define themselves, imagine, appropriate, objectify, incorporate and conversion of media technologies, all in relation to themselves, their household and the public.

The research in this paper is based upon two face-to-face interviews with two households, and four email-interviews with one person from three different households. Due to the fact that not all of the aspects of the domestication theory were fully covered throughout the research of the households, not all of the steps in this theory are equally dealt with, and further research into these areas is therefore recommended.

On the basis of a theoretical analysis of the five household's interviews, a few factors are highlighted as particularly important in the domestication process of a video on demand service such as Netflix. Price, design and the amount of devices that Netflix can be used on were some of the main factors. A key issue to the household's knowledge of the existence of Netflix is recommendations from the household's network, rather than classic marketing. Another key point that the research showed is that Netflix as it is today, will rather serve as a supplement for Flow-TV rather than replacing it.

The project revealed new areas related to the domestication theory which will be relevant to research upon, such as internet piracy, emotional connections with technology and collections of movies versus emotional connections with technology.

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	5
Problemformulering.....	6
Metode.....	6
<i>Epistemologiske overvejelser.....</i>	6
<i>Etiske overvejelser.....</i>	7
<i>Kvalitativ undersøgelse.....</i>	7
<i>E-mail interviews.....</i>	8
<i>Forberedelse til analyse.....</i>	9
Video-on-demand.....	9
Netflix.....	11
Teori.....	12
<i>Domestication Theory.....</i>	12
<i>Hartmanns imagination begreb.....</i>	17
Analyse.....	17
<i>Husstandenes definition af familien.....</i>	17
<i>Hvad er afgørende for brugernes valg af Netflix?.....</i>	18
<i>Netflix i hverdagen.....</i>	20
<i>Netflix og omverden.....</i>	23
Konklusion.....	24
Perspektivering.....	26
Kildeliste:.....	28
<i>Primære kilder:.....</i>	28
<i>Sekundære kilder.....</i>	28
Bilagsoversigt.....	30
<i>Bilag 1 Interviewguide og mailinterview spørgsmål (samme dokument er anvendt til begge dele).....</i>	31
<i>Bilag 2: Husstandsinterview 1.....</i>	34
<i>Bilag 3: Husstandsinterview 2.....</i>	43
<i>Bilag 4: Mailinterview 1.....</i>	57
<i>Bilag 5: Mailinterview 2.....</i>	60
<i>Bilag 6: Mailinterview 3.....</i>	63
<i>Bilag 7: Mailinterview 4.....</i>	66
<i>Bilag 8: Nyhedsbrev fra Brancheforeningen for Forbrugerelektronik.....</i>	69

Indledning

Siden tv'et blev introduceret rundt omkring i de private hjem, har det som medie fået en stor rolle i den vestlige kulturs hverdag. Mediet har forandret sig teknologisk set, fra store kasser med billedrør til store fladskærme som kan hænge på væggen. Indholdet har ligeledes ændret sig meget siden den spæde start, flere kanaler bliver udbudt, og mere indhold bliver produceret.

Med det stadigt stigende indhold bliver det sværere og sværere for forbrugerne at følge med i det de gerne vil se. I dag er det muligt for forbrugere, at se det indhold de vil, når de vil og hvor de vil. Dette skyldes især internettet, og det stadigt stigende antal af nye medieplatforme, som tablets og smartphones.

Dette er højst sandsynlig en tendens, som vi vil se meget mere til i fremtiden. På bekostning af nogle medieplatforme, og måske i samspil med andre medieplatforme.

Inden medieteknologien eller – platformen introduceres i husstanden, foregår der en række af processer som har afgørende betydning for apparatets anvendelse, placering og forbrugsmønstre. Disse processer er yderst relevante for at afdække de tendenser der er herskende i samfundet, men de kan være lige så relevante for en udbyder af et produkt som f.eks. Netflix, som er casen i denne opgave.

Netflix kom på det danske marked i efteråret 2012, og har opnået stor opmærksomhed og udbredelse i danske hjem. Der har været lignende udbydere af denne form for produkter før, men de er først nu ved at udbrede sig i de danske hjem.

En stor del af motivationen for min opgave er, at jeg selv har Netflix og synes det er en interessant udvikling og fokus, der har været på denne form for teknologi. Jeg kan selv se, at efter vi fik Netflix i min husstand, har det rent faktisk haft en effekt på vores eget forbrug af Flow-tv, og generelt den måde hvorpå vi nu benytter vores tv. Vi, min kæreste og jeg, har besluttet os for kun, at have public-service kanaler, og dermed helt droppe en TV-pakke fra en udbyder. Primært ud fra et økonomisk perspektiv, da vi begge er studerende på SU og fordi vi generelt set heller ikke ser så meget tv længere. Netflix står i stigende grad for aftenunderholdningen med en enkelt film eller et par afsnit af en serie.

Dette var i høj grad et punkt, som jeg ønskede at undersøge, derfor valgte jeg at benytte Netflix som case til denne bacheloropgave.

Denne opgave er derfor min akademiske udlægning af hvilke elementer, der er betydningsbærende for husstandes beslutninger, valg og inkorporering af medieteknologien Netflix i hverdagen.

Problemformulering

Min problemformulering for denne bacheloropgave er som følgende:

Jeg vil undersøge, hvilke faktorer der ligger bag valget og implementeringen af Video On Demand teknologier i danske husstande.

Målet med opgaven er først og fremmest at afdække, hvad der er afgørende for, når forbrugere vælger at anvende en medieteknologi, herunder vil mit fokus være på video-on-demand servicen Netflix. Jeg vil benytte mig af domestication teorien til opbygning af min metodiske undersøgelse, og som analyse værktøj til undersøgelsen.

Formålet med dette fokusområde er at definere en række faktorer, som kan være relevante i forhold til opbygningen, indholdet samt markedsføringen af en service som Netflix.

Derudover vil jeg søge at afdække hvordan Netflix bliver anvendt i hverdagen, og den eventuelle konkurrence produktet er oppe imod.

Metode

I dette afsnit vil jeg gennemgå de epistemologiske og etiske overvejelser, som jeg har gjort i forbindelse med mit bachelorprojekt. Derudover vil der følge en redegørelse for de metodiske valg, som jeg har foretaget i forbindelse med arbejdsprocessen.

Planlægningen og gennemførelse af mine interviews tager udgangspunkt i Steiner Kvale og Svend Brinkmanns udlægning af interviewprocessen, med henblik på de teoretiske og praktiske sider af interviewprocessen (Kvale & Brinkmann 2009)

Da jeg gik i gang med at researche på mit tema for dette projekt, var det begrænset hvad der fandtes af undersøgelser omkring Netflix. Jeg fandt nogle få kvantitative undersøgelser, som kunne pege i retning af en tendens for udbredelsen af teknologier som Netflix. Disse undersøgelser søger jeg at anvende i samspil med de kvalitative undersøgelser, som jeg selv har foretaget. De kvalitative undersøgelser fortalte ikke meget om hvad, hvordan og hvornår respondenterne anvender Netflix, samt hvilke bevæggrunde og incitamenter de har for at bruge Netflix. Derfor satte jeg mig for at lave kvalitative interviews.

Epistemologiske overvejelser

Undersøgelsesemnet Netflix er et fænomen som jeg har et personligt forhold til, både privat og i akademisk sammenhæng. Jeg har været nødt til at være opmærksom på vigtigheden af, at forholde mig analytisk igennem hele arbejdsprocessen og alle dens

delelementer. Derfor forsøger jeg også at sætte min egen videnskabelige forhåndsviden om Netflix i parentes. (Kvale & Brinkmann 2009: 45).

Etiske overvejelser

Jeg har under rekrutteringsprocessen af mine respondenter været opmærksom på, at informere mine respondenter om undersøgelsens formål, som en del af mit bachelorprojekt.

I den tidlige fase omkring tematisering og design (Kvale & Brinkmann 2009: 122) blev jeg bevidst om, at der måske var en relation mellem Flow-tv, Netflix og pirateri. Jeg blev klar over, at Netflix måske kunne få en betydning i forhold til både pirateri og konsumeringen af Flow-tv.

Dette er i forhold til de aspekter, som er en del af domestication theory, som er den teoretiske baggrund, som jeg vil komme nærmere ind på i mit teori afsnit. Derudover har jeg inden mine interviews informeret mine respondenter om at undersøgelsen ville blive optaget, men med mulighed for anonymitet. Dette er i forhold til eventuelle komplikationer, med ophavsmæssig lovgivning.

Kvalitativ undersøgelse

Kvalitative undersøgelser er meget forskellige fra de kvantitative undersøgelser.

Kvantitative undersøgelser udmærker sig ved, at de kan pege på tendenser i samfundet. Dette gøres ved, at sammenligne data og kalkulere sandsynligheden for, at noget kan betragtes som en sandhed. Denne form for undersøgelse udmærker sig ved at være mere videnskabelig og målbar, i forhold til den kvalitative undersøgelse.

Hvor den kvantitative undersøgelse beskæftiger sig med det målbare, så beskæftiger den kvalitative undersøgelse sig med subjektive holdninger og opfattelser, i forhold til bestemte emner. Denne form for undersøgelse bruges ofte til at forstå interaktioner mellem mennesker i bestemte sociale situationer.

"Sigtet er i princippet at indfange forhold, der er fremmede, overraskende, tværgående, usædvanlige og/eller kulturspecifikke i forhold til, hvad man måske forventer."
(Dahler-Larsen 2010: 18)

Dette stemmer godt overens med, hvad det er jeg vil opnå med denne undersøgelse.

Gennem interviews vil jeg komme frem til, hvordan Netflix bliver en del af husstanden jf. Domestication teorien.

Spørgsmålene er præget af, hvad jeg har opfattet som vigtigt for, at afdække de trin der foregår i Domestication processen. Interviewformen blev benyttet i 2 af mine undersøgelser, da den åbner op for andre tolkninger og holdninger. Jeg har ligeledes også benyttet mig af e-mail interviews, grundet omstændigheder hvor det ikke har

været muligt at besøge respondenterne, eller få aftalt et interview. Ulempen ved denne form for interviews er, at det ikke er muligt måske at åbne op for nye fortolkninger, afværge misforståelser af spørgsmål, eller at følge op på spørgsmål, dette har jeg dog forsøgt at afværge ved, at give muligheden for, at de har kunnet kontakte mig telefonisk. Respondenterne til undersøgelsen blev søgt gennem sociale medier som facebook og Twitter. Da jeg ikke selv kender nok personer indenfor mine kriterier, som ville deltage, har jeg fået nogle af mine bekendte til at forhøre sig. På Twitter skrev jeg direkte til Netflix Danmark og anvendte et Hashtag som omhandler Netflix i Danmark, Dette fik Netflix til at "retweete" min henvendelse og dette gav 2 respondenter.

Et af kriterierne var at det skulle være husstande, men det var underordnet hvor mange personer, som boede i husstanden. Derudover skulle husstanden have Netflix. Jeg har ikke haft kriterier for sociale klasser, uddannelse eller geografisk spredning, men jeg har været heldig med at have en rimelig god geografisk spredning, da jeg både har haft respondenter fra Jylland, Sjælland og Fyn.

Interviewguiden¹ er udformet således, at der bliver spurgt ind til de samme ting ved alle respondenter, men der har samtidig været plads til, at interview personerne har kunnet uddybe yderligere i forhold til deres svar eller nye emner. Dette kaldes også det semistrukturerede interview. Spørgsmålene var dog ret specifikke, og interviewguiden var den samme som fra mine e-mail interviews og ansigt til ansigt interviews. Dette er også baseret ud på det faktum, at jeg som interviewer er relativt uerfaren, og havde behov for en guide for, at ville kunne få brugbare informationer ved mine dybdegående interviews.

E-mail interviews

Jeg valgte, som tidligere nævnt, at udføre nogle af mine interviews via e-mail. Dette var grundet umuligheden for respondenterne, at mødes til et længere interview. Derfor valgte jeg at udføre dem via e-mail.

E-mail-interviews er et asynkront samspil, hvor der bliver fremsendt en række spørgsmål fra intervieweren til respondenterne. Fordelen herved er, at det giver mulighed for at undersøge over store geografiske afstande, f.eks. i mit tilfælde i København. (Elmholdt 2006: 77) Det giver samtidig muligheden for, at kunne interviewe flere personer på en gang. Ulempen herved er, at respondenterne skal være gode til, at kommunikere skriftligt. Stavefejl og slåfejl kan være med til at gøre det svært for intervieweren, at forstå meningen. Især det med den kommunikative del fandt jeg ud af, da jeg fik en af mine besvarelser tilbage. Det var manden i huset som havde besvaret

¹ Interview guiden er vedlagt som bilag nr. 1

mine spørgsmål, og svarene var meget korte. Derfor har jeg sorteret dette interview fra, og denne besvarelse vil derfor ikke blive anvendt.

Ved e-mails kan man heller ikke vide sig 100 procent sikker på hvem det er, som besvarer undersøgelsen, og om det er den samme hver gang. Afsenderens e-mail er ikke en garanti for, at det er den rigtige respondent som svarer.

Slutteligt, i forhold til undersøgelsen er det i mit tilfælde kun et enkelt medlem fra husstanden, som har fået fremsendt besvarelsen på e-mail. Derfor har jeg ikke mulighed for, at vide om alle husstandens medlemmer har været med til at udføre besvarelsen, eller om det kun er det enkelte individ, som har besvaret undersøgelsen. Dette kan have en betydning for afdækningen af hele husstandens input, i forhold til domestication processen. (Elmholdt 2006: 77)

Forberedelse til analyse

Efter mine interviews er blevet udført, betragter jeg mine husstandsinterviews og mail interviews som et ganske beskedent omfang. Derudover vil jeg ikke beskæftige mig eksplicit med sproglige analyser. Dette medfører at jeg ikke har transskriberet mine husstandsinterviews som ordrette beskrivelser. Derfor har jeg foretaget en transformering fra realistisk talesprog til den mere litterære stil, dette gøres med henblik på, at relevante udsagn får en eksemplificerende funktion, i den analytiske del af opgaven. (Kvale & Brinkmann 2009: 209)²

Video-on-demand

I det følgende afsnit vil jeg søge at afdække Video-on-demand, ud fra den anskuelse, at det er en ny platform for udbud af medieindhold. Jeg vil benytte mig af nogle kvantitative undersøgelser, fra Danmarks Radio og Brancheforeningen for Forbrugerelektronik, til at afdække tendensen for denne platform, i forhold til udbredelsen.

Video-on-demand (VoD) er en internetbaseret service. VoD tillader brugerne selv at vælge hvad de vil se, hvor de vil se det og hvornår de vil se det. Fælles for alle VoD-services er, at de kræver adgang til en internetforbindelse af relativ høj standard. Derudover kræver mange VoD services enten en set-topbox eller en andet slags apparat, hvorpå programmet der ligger bag servicen kan køre, f.eks. et smart-tv eller en spille konsol. Nogle VoD services tilbyder downloads, andre tilbyder streaming, mens andre udbyder begge dele. (Andreasen et. Al: 2012: 50)

² Jeg har vedlagt transskriptionerne samt mine mailinterviews i bilagene 2,3,4,5,6,7

For at de forskellige selskaber, der udbyder VoD kan få succes er det nødvendigt for dem, at have indhold. Dette kræver forhandlinger med skaberne af indholdet, som typisk vil være produktionsselskaber. Det er typisk forhandlinger om rettigheder der her er tale om. Jeg vil ikke komme ind på dette i min opgave da det i sig selv vil kræve et langt større studium af ophavsrettigheder.

Video-on-demand teknologien har eksisteret i en årrække, men der er først indenfor de seneste par år, hvor teknologien virkelig er slået igennem. En undersøgelse fra Brancheforeningen for forbrugerelektronik påpeger, at det er en teknologi som er i kraftig vækst. Således har 56 % af undersøgelsens personer i målgruppen 20-29 år benyttet en streamingtjeneste i 2012. ³ Af alle undersøgelsens respondenter har 51 % benyttet sig af Netflix⁴. Dog bliver der i undersøgelsen tilføjet, at mange af de adspurgte husstande har benyttet det med den gratis prøveperiode, som de fleste streamingtjenester anvender i markedsføringen. Derfor vil man først kunne få et bedre billede af udbredelsen og anvendelsen heraf, når der er gået et kalenderår. ⁵

Spørgsmålet er, om det er en tendens der vil stige, og dermed presse Flow-TV?

Dette har Danmarks Radios medieforskningsafdeling forsøgt at undersøge. (*Andreasen et. Al: 2012: 50*)

DR's undersøgelse påpeger, at de personer som benytter sig af streaming og video-on-demand tjenester i forvejen er nogle af de personer som ser mindst Flow-TV (*Andreasen et. Al: 2012: 50*).

De inddeler således On-demand tjenesterne i tre kategorier. (*Andreasen et. Al: 2012: 50*)

1. Den type som følger indholdet på Flow-TV (DR NU, TV 2 Play og TV3 Play)
2. Den type som følger ældre indhold, inddelt i film, serier eller genre (Netflix, Youbio og HBO Nordic)
3. Nye Broadcastere som laver eller formidler korte former for indhold (Youtube, Jyskebank-tv og Ekstrabladet-TV).

³ Se bilag 8

⁴ Se bilag 8

⁵ Se bilag 8

Fokus i min opgave vil, som tidligere beskrevet, være på Netflix, men jeg ser det som relevant, at præsentere de forskellige former for Video-on-demand services der eksisterer.

Ligeledes er der stor forskel i den type af indhold der bliver udbudt, som Danmarks Radios rapport over medietendenser også viser. De har udført en række af kvalitative interviews, hvor der er blevet spurgt ind til netop indholdet, og et af punkterne herunder er muligheden for, at "catche up" med det seneste afsnit af sin yndlingsserie fra Flow-TV, hvis man ikke lige fik det set da det blev sendt. (*Andreasen et. Al: 2012: 52*) Fælles for Video on Demand er det, at det giver brugeren mulighed for, at vælge hvad man selv vil se, hvornår og ofte hvor man vil.

Netflix

Dette afsnit omhandler Netflix generelt, herunder mere om hvad produktet tilbyder. Afsnittet bygger på information fra Netflix egen hjemmeside, samt artikler, der omhandler Netflix, fra andre medier.

Netflix er en amerikansk virksomhed, som udbyder video-on-demand streaming i USA, Canada, Latinamerika, Storbritannien, Irland, Sverige, Norge, Finland og Danmark. De nordiske lande blev tilføjet i efteråret 2012. Netflix startede i 1999 som et DVD-postordre-udlejningsfirma, denne service eksisterer dog kun i USA. (*Netflix: 2013*) Netflix er tilgængeligt på en lang række forskellige platforme, herunder Windows og Mac, men også på langt de fleste smartphones og tablets, spillekonsoller som, PlayStation, XBOX og Nintendo Wii, samt Set-top bokse. Og slutteligt er det også muligt at få adgang til Netflix via et Smart-TV. (*Netflix: 2013*)

Netflix tilbyder en lang række forskellige titler inden for film og tv-shows. Det varierer dog fra land til land hvilket indhold der er tilgængeligt grundet ophavsregler, og varierende efter andre medieudbyderes rettigheder til indhold i landet.

Netflix har forskellige eksklusivrettigheder med en lang række store medieudbydere, f.eks. DreamWorks Animation (*Barnes et. Al: 2011*), The Weinstein Company (*Deadline.com: 2012*) og Walt Disney Studios Motion Pictures. (*Gracer: 2012*)

Et Netflix abonnement i Danmark koster 79 kr. om måneden, for ubegrænset forbrug af indholdet. Man har som bruger mulighed for, at bruge sin konto på flere forskellige apparater, dog kan man kun se på to forskellige apparater samtidig. (*Frederiksen: 2012*)

Teori

Som jeg tidligere har nævnt i opgaven, vil det teoretiske fundament for opgaven bygge på Domestication theory. Teorien er, som tidligere nævnt også anvendt i forbindelse med mine interviews, og vil også danne baggrunden for analysen senere i opgaven.

Domestication Theory

Domestication theory er i vid udstrækning blevet brugt til, at beskrive og diskutere tv'ets rolle i forhold til brugernes hverdagsliv. Herunder er bl.a. Roger Silverstone en fremtrædende teoretiker, som har brugt teorien i forhold til Tv-mediet. (Silverstone et al. 1994). Maren Hartmann bruger teorien i forhold til nyere medier, herunder internettet, i sin publikation *Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication* fra 2009. Det er disse to udlægninger af teorien, som vil være grundlaget for den teoretiske del af min opgave. Jeg ser teorien relevant, i og med den er anvendt på det traditionelle fjernsynsmedie, som i dag står overfor en forandring eller transformation, med internettets udbredelse. Jeg vil kigge på integrationen af Netflix som et nyt medie, der vil have en betydning for hverdagslivet hos familier, som vælger at benytte servicen.

Domestication theory handler om mediets inkorporering samt redefinering, så det passer til husstandens værdier og interesser. Produkter får forskellige betydninger, når medier og teknologi krydser fra den offentlige sfære ind i den private, hvor det bliver approprieret ind i en personlig økonomisk mening. Hermed sker der en social reproducering af husstandens moralske økonomi. I hverdagen bliver der skabt en værdi for husstanden.

Roger Silverstone, Eric Hirsch og David Morley har fremlagt teorien i "*Information and communication technologies and the moral economy of the household.*"

De indleder med at skrive om kommunikation og informationsteknologier, i forhold til James Carrier. Her fremlægges det, at disse teknologier såsom tv, telefon og computer, ikke kun er objekter, men også et medie.

Disse medier er med til at påvirke den husstand hvori de optræder, og dermed påvirker de også den sociale og økonomiske orden i husstanden.

Mediet er med til at skabe aktivitet og interaktion mellem husstande, det private og det offentlige. Dermed har mediet en dobbelt artikulation, da det både er offentligt og privat på en og samme tid.

Økonomier

Silverstone et al introducerer begrebet The households moral economy, altså husholdningen moralske økonomi. Her forstås households som en del af et transaktionelt system, bestående af økonomier og sociale relationer. (*Silverstone et al. 1992: 16*) Med økonomier menes der ikke økonomi i monetær forstand, men begrebet skal forstås som noget værdibaseret. . (*Silverstone et al. 1992: 16-17*)

Husstanden (Household) interagerer aktivt med produkter af forskellig art.

Når et nyt medie introduceres sker der en proces på både makro- og mikroniveau, hvor kulturer er nødt til konstruere en ny forståelse ud fra det nye medie. Husstanden bliver betragtet som mikroniveauet. . (*Silverstone et al. 1992: 17*)

Når der skal skabes en ny virkelighed ud fra det nye medie, bliver der diskuteret og forhandlet i forhold til mediet, dette bliver ofte gjort i forhold til offentlighedens holdning⁶. Disse forhandlinger og diskussioner bliver foretaget på baggrund af husstandens morale økonomi. Ved moral økonomi forstås de fælles værdier som hersker i husholdningen. (*Silverstone et al. 1992: 17*)

Husstanden forstås i domestication theory som en økonomisk enhed, da dens medlemmer⁷ foretager både produktions- og forbrugsaktiviteter i den offentlige økonomi. Husstandene kan samtidig også ses som en kompleks økonomisk enhed i sig selv. Den moralske økonomi i husstanden defineres ud fra regler, evaluering og æstetik. Dette er defineret ud fra medlemmerne af husstanden, deres historie, biografi, politik, med mere. (*Silverstone et al. 1992: 18*)

På makroniveau er husstanden en del af et transaktionssystem, og dermed involveret i den offentlige verdens produktion af betydning og mening. Derfor er husstanden, eller familien, både fælles og individuelt, nødt til at kreere og opretholde autonomi og identitet, som en økonomisk og social enhed. (*Silverstone et al. 1992: 19*)

Teknologien som objekt har en biografi. Den kan medføre forandringer og transformationer. Det betyder, at mediet der betragtes som et objekt, afslører hvordan det miljø det passerer igennem ændrer sig og formes af det og omvendt.

Medierne giver samtidig udfordringer eller problemer i forhold til kontrollen af mediet. Ved introduktionen af et nyt medie i husstanden skal medlemmerne tage stilling til nye

⁶ Med offentlighed menes der i overført betydning public, hermed "resten af samfundet".

⁷ Unit kan også oversættes til enheder, dog vælger jeg at bruge medlemmer i en dansk oversættelse.

grænser i forhold til mediet, dette kaldes boundary maintenance, altså vedligeholdelse af grænser. (*Silverstone et al. 1992: 18-19*) Dette ses tit som panik omkring nye medier, det kan f.eks. være i forbindelse med at internettet blev hver mands eje, hvor der opstod her en "cyber porn scare". (*Lillie 2011: 32*)

Denne regulering af grænser og regler kommer til udtryk i husstanden ud fra et valg om enten at ekskludere eller inkludere et medie eller indhold i husstanden. (*Silverstone et al. 1992: 20*)

Appropriation

Appropriation er anskaffelsesprocessen, og processen hvor det bringes ind i husstandens domestiske kultur. Dermed får objektet samtidig en ny betydning. Helt basalt er det i denne fase hvor mediet, eller rettere teknologien bliver solgt, forlader den offentlige sfære, og bliver "ejet" af husstanden, og dermed krydser grænsen til hjemmet. (*Silverstone et al. 1992: 21-22*)

Anskaffelsen giver dermed mediet betydning for husstanden. Mediet eller objektet bliver ved købet transformeret fra en "råvare"⁸ til et objekt. Dette er en vigtig proces i forhold til husstandens selvforståelse, og de individuelle medlemmers forhold til hinanden. Herunder bliver teknologien en del af individets og husstandens identitetsskabelse. (*Silverstone et al. 1992: 22*) Dette er f.eks. meget tydeligt når det gælder smartphones. De to største markedsaktører er Apples iPhones overfor Google's Android styresystem. For mange er det en identitet, om man har en iPhone eller en Android telefon – Og for de fleste er det utænkeligt, at skifte til det andet mærke. Det er med til at definere individets identitet. (*Bajari 2012*)

Ved anskaffelsesprocessen er et vigtigt punkt ligeledes commodification, som er design og udvikling af produktet, samt markedsføringen. (*Hartmann 2009: 229-230*) Hvis vi vender tilbage til iPhone vs. Android, er det her tydeligt at design og udvikling af produktet ligeledes spiller en stor rolle for anskaffelsen, ligesom markedsføringen gør. De værdier som tillægges produktet under markedsføringen samt designet, er nogle meget vigtige faktorer i forhold til valget af smartphone.

Hvor smartphones, fladskærme, spillekonsoller osv. er fysiske medieteknologier, er Netflix ikke et fysisk produkt som kan ses i en butik, og skal transporteres til husstanden. Dette medfører at anskaffelsesprocessen derfor også må være anderledes. Der skal enten anskaffes en teknologi som kan køre Netflix-applikationen, eller der skal ses på hvilke teknologier, der allerede er i husstanden, som Netflix applikationen kan

⁸ Oversat fra det engelske ord *commodity*

køre på, og skal køre på. Dernæst skal der oprettes en Netflix bruger med et månedligt abonnement, og herefter har husstanden produktet. Er familien utilfredse med produktet Netflix kan de opsige abonnementet vha. deres computer, og skal dermed ikke bekymre sig om at afskaffe en fysisk teknologi, som man f.eks. skulle med en fladskærm.

Objectification

Objectification omhandler det symbolske univers i forhold til det anskaffede objekt. Det er måden hvorpå vi vælger, at fremvise eller skjule objektet. Der er flere faktorer som kan undersøges her. Det kan være status, alder og køn (*Silverstone. et al 1992: 22*).

Fælles for denne del af teorien er, at husstanden ønsker, at udtrykke sig gennem fremstillingen i miljøet, dermed fremstiller man sin værdi, som samtidig også er tillagt objektet, i et æstetisk og kognitivt univers. (*Silverstone. et al 1992: 22-23*) Placeringen af mediet som objekt i hjemmet, er en del af den offentlige økonomi, i og med den kan være med til, at definere og fremvise husstandens kompetencer og status, i forhold til den offentlige økonomi. (*Silverstone. et al 1992: 22-23*). Under Moral Economy of the Household"-begrebet, som det bliver opsat i teksten, hører også kreationen af hjemmet, med andre ord bliver rum til sted.⁹ Objekter bliver sammen med deres betydning objektiviseret, og inkorporeres hermed i det domestiske liv. Der bliver på baggrund af dette, defineret en bestemt semantik i forhold til objektet, gennem den moralske kreering af rummet, hvilket medfører en midlertidig følelse af sikkerhed og tillid. (*Silverstone. et al 1992: 23-24*).

I denne proces vælger husstanden, måske enkelte medlemmer, hvor f.eks. fjernsynet skal stå i stuen eller skal det hænge på væggen? Da Netflix ikke er et fysisk objekt, men er en online tjeneste, som kører på andre objekter i hjemmet, vil det her være værd, at undersøge hvilke andre objekter tjenesten kører på, og hvilke valg der ligger til grund for det.

Derudover vil det være interessant, at undersøge om Netflix bliver et substituerende produkt ligesom Spotify og andre musikstreaming tjenester er blevet det. Undersøgelser viser, at CD-samlinger i stigende grad forsvinder væk fra det daglige rum. Dette sker i takt med, at streaming af musik bliver mere og mere udbredt. Vi gemmer simpelthen CD-samlingerne af vejen, og lader tjenester som Spotify tage over. (*Møllerhøj: 2012*)

⁹ space to place

Incorporation

Incorporation omhandler husstandens faktiske brug af medierne i forhold til dagligdagens rutiner. Helt lavpraktisk omhandler denne del hvor og hvornår objektet bruges, samt af hvem og til hvad (*Silverstone. et al 1992: 24*). Her spiller alder, køn og status en rolle, ligesom i objektiviseringen. Her er det et spørgsmål om regler og normer, i forhold til mediet. (*Silverstone. et al 1992: 25*). I min barndom, måtte min bror og jeg ikke spille computer i mere end to timer om dagen, og vi skulle fordele tiden imellem os, men før vi måtte spille computer skulle vi have lavet vores lektier. Dette ændrede sig meget i løbet af min barndom, og da jeg nærmede mig 16 år spillede vi langt mere end to timer hver om dagen. Det omhandler ikke kun regler for hvor lang tid, men også det indhold husstanden vil tillade på objektet, om man f.eks. vil tillade pornografi på computeren i hjemmet. Ligeledes gælder det om man vil tillade at der f.eks. ses reality programmer i stuen, dette kunne eksempelvis være programmer som Paradise Hotel eller Big Brother. I forhold til Netflix kan det herunder være brugen af Netflix. Hvad er det vi vil se på Netflix, er det dokumentarer? Er det i stedet for Dvd'er, som også var eksemplet under Objectification. Er det som supplement til TV-pakken, eller er det helt som et substituerende produkt til TV-pakken. I min egen husstand har min kæreste og jeg besluttet, at skifte TV-pakken ud med Netflix, og kun have DR's TV-kanaler.

Conversion

Conversion definerer forholdet mellem husstanden og den offentlige verden. Det er måden hvorpå, og hvordan husstanden omtaler objektet i forhold til offentligheden. (*Silverstone. et al 1992: 25*). Dette kan både være produktet, købsprocessen eller et tv-program. Det er dog i ligeså vid udstrækning det som husstanden fortier, og dermed ikke snakker om, f.eks. porno, eller at man følger med i reality tv som f.eks. Paradise Hotel, men ikke snakker om det. På denne måde kommer husstandens status, smagspræferencer og værdier til skue. Dette indikerer dermed et medlemskab og kompetencer i den offentlige sfære, som husstanden dermed bidrager til og samtidig er en del af. (*Silverstone. et al 1992: 25-26*). Det er i denne fase hvor husstandens moralske økonomi bliver forlænget og blandes sammen med den offentlige økonomi. Ved købet af en ny fladskærm omtaler husstanden det måske overfor omverdenen, hvad det kan og hvilke specifikationer det har. Det kan også være i forhold til hvilken ny TV-serie eller film, som brugeren har opdaget på Netflix. Dette understøttes endvidere af valget for Netflix brugere, af at de kan forbinde deres facebook konto med Netflix, så det er muligt at vise andre hvad man ser på Netflix, men samtidig har man muligheden for at fravælge

delingen af enkelte titler. Her er der mulighed for, at fortælle og vise andre hvad man ser, men også at udelade, at fortælle og vise andre hvad man ser. (*Pepitone: 2013*)

Hartmanns imagination begreb

Ifølge Maren Hartmann er imagination den første del af Domestication teorien.

(*Hartmann 2009: 235*) Det er i denne proces, hvor husstanden forestiller sig produktet i brug. Forskellen på denne del af aspektet er, at det ikke kun gælder den teknologi som husstanden vælger, men i høj grad ligeså meget den teknologi, som husstanden fravælger. Imagination er den diskurs, som bliver oparbejdet omkring medierne og teknologien, nyt som gammelt, de samfundsmæssige konsekvenser, og debatterne om mediet eller teknologien. Diskurserne spiller en vigtig rolle i domestication processen, og er derfor med hele vejen igennem processen. Samtidig med dette hævder Hartmann, at det er vigtigt at diskurserne også bliver domesticeret, da de bliver en del af husholdningens moralske økonomi. Dette kan være i forbindelse med anskaffelse og brug, eller i valget om at fravælge en teknologi. (*Hartmann 2009: 235-236*)

Her er der tale om markedsføringen og alt det man hører fra andre, og i medierne, om den pågældende teknologi eller medie. Dette har stor betydning for den forestilling vi har om produktet, i forhold til vores egen husstand, vores normer og de moralske økonomier, som allerede er herskende.

Analyse

I dette afsnit følger en analyse af mine gennemførte husstands interviews samt mail interviews. Undersøgelsen bygger på en ontologisk antagelse om, at husstandene tilsammen repræsenterer den samlede målgruppe, som anvender Netflix. Derfor bliver eventuelle slutninger og antagelser draget på et relativt spinkelt grundlag, dette er overvejende grundet metodiske årsager.

Analysen af mine interviews vil tage udgangspunkt i domestication teorien, som er omtalt i forrige afsnit. Jeg vil derfor referere til det relevante afsnit under hvert punkt.

Husstandenes definition af familien

Første del af analysen beskæftiger sig med husstandenes definition af husstandsbegrebet. Det viste sig i undersøgelsen, at ændringer i familie strukturen får betydning for husstandens definition af husstanden som begreb. Herunder også i

forhold til medierne. Den ene familie oplevede, at da begge deres døtre var flyttet hjemmefra, valgte de at sætte tv-pakken ned. Hermed afstedkom en naturlig ændring i forhold til forbruget af TV, især med henblik på hvilken type tv der blev set.

"A: Dengang vi fik Netflix, der fik vi den lille tv-pakke

I: Så i satte pakken ned

A: Ja, pga. hun flyttede hjemmefra."

(Bilag 3: Husstandsinterview 2)

Omend respondenterne udtrykker to forskellige bevæggrunde for at sætte TV-pakken ned, så udtaler respondenterne at deres skridt til en mindre TV-pakke blev forårsaget af ændringer i familiestrukturen. Derudover benytter den anden datter, som ikke var med til interviewet, sig af deres Netflix-abonnement på trods af, at hun ikke er en del af husstanden. Derfor bliver grænsen for husstanden også anderledes, i forhold til anvendelsen af det digitale medie, i og med at datteren ikke er medlem af husstanden, men er tidligere medlem.

Hvad er afgørende for brugernes valg af Netflix?

Denne del af min analyse omhandler anskaffelsesprocessen, altså appropriation jf. mit teori-afsnit. Herunder er både forestillinger og det som respondenterne har hørt en del af, og derfor inddrages Hartmanns imagination begreb ligeledes i dette afsnit.

En af de helt afgørende betydninger for, at respondenterne har hørt om Netflix er primært Word of Mouth overleveringer fra respondenternes bekendte.

"I: Hvordan hørte i så om Netflix

R: Ja, det var igennem mig, fordi jeg hørte det på arbejde, nogle havde snakket om at Netflix er på vej til Danmark. Dengang kunne man også igennem USA få det. Så hørte jeg det kom til Danmark."

(Bilag 3: Husstandsinterview 2)

Husstandenes opmærksomhed retter sig således efter det nye produkt. Hermed bliver der vakt en interesse for produktet.

En anden tendens som viste sig var, at mange læste om det i forskellige medier, herunder især medier med fokus på it-teknologi.

"Hvordan hørte I om Netflix?"

"It-medie, mener jeg. ComON.dk"

(Bilag 4: Mailinterview 1)

En tredje faktor, som har haft en betydning for at respondenterne har fået fokus på Netflix har været reklamer.

"Hvordan hørte I om Netflix ? "

"Jeg fik Netflix umiddelbart da de startede med at reklamere med det, hovedsagligt via facebook, tv osv."

(Bilag 5: mailinterview 2)

Undersøgelsen viser, forskellige måder hvorpå husstandene har hørt om Netflix. Derfor er der heller ikke et entydigt svar på hvad det er, som vækker respondenternes interesse omkring Netflix. Dog viser undersøgelsen en række tendenser med henblik på, hvad det er som vækker deres interesse. En væsentlig faktor viser sig at være Word of Mouth effekten, hvor respondenternes bekendte har fortalt om Netflix. Denne form for "markedsføring" viser sig typisk at have en meget stærk effekt på forbrugere, da det således ikke er en direkte rettet markedsføring, og forbrugerne har således paraderne nede, i forhold til eventuelle påvirkninger af kommerciel art. (*Berg-Marketing: 2013*) Mediernes omtale af produktet viser sig at have haft betydning for brugernes opmærksomhed på Netflix. Det må antages at især mange online medier har omtalt Netflix, f.eks. sider som omhandler teknologi. Dette antager jeg har noget med nyhedsværdien at gøre.

Den sidste faktor, som viser sig at have en betydning, er klassiske markedsføringskampagner. Det har i stort omfang været markedsføring online, såsom reklamer på facebook, men også banner annoncer. Markedsføringen af Netflix kører med en måneds gratis prøve periode. (*Netflix 2013*) Dette må naturligvis antages, at have en stor betydning for forbrugernes lyst til, at prøve produktet. Hvilket også blev påpeget i et af mine husstandsinterviews:

"Ja, så var vi inde og kigge, det var gratis en hel måned, så tænkte vi, så må vi prøve det an."

(Bilag 3: Husstandsinterview 2)

I relation til markedsføringen af Netflix må det dog siges, at langt de fleste af respondenterne rent faktisk ikke har udtalt at den klassiske markedsføring har været den primære bevæggrund til kendskabet af Netflix, og hermed overvejelser om købet. Det har derimod været med til, at give et incitament, i forhold til investeringen.

Af faktorer som har haft betydning for selve valget, påpeger mine undersøgelser forskellige tendenser.

"Vi begyndte at snakke om det, at man betaler et fast beløb, så kan man se alt det man har lyst til. Og at der var lidt af hvert, både film og serier og sådan noget. Så det de snakkede om, det lød interessant. Så tænkte jeg når det kommer, så vil jeg gerne lige prøve det."

(Bilag 3: Husstandsinterview 2)

Det indhold forbrugerne får ud af selve produktet må siges, at være en af de mest afgørende faktorer for valget om, at investere i Netflix. Den faste månedlige pris for adgangen til indholdet på Netflix viste sig at være et nærmest gennemgående tema hos respondenterne. Derudover er selve anskaffelsesprocessen noget som respondenterne ser som positiv.

"I: Hvad med tilgængeligheden med Netflix, havde det nogen betydning? Det at man tegner et abonnement, og så har man det med det samme?"

H: Det var i hvert fald nemt.

S: Ja, det tror jeg har en betydning, at man har det med det samme, når man har bestilt, så kan man logge direkte på, og få det prøvet af med det samme, specielt når det er en måned gratis, at så får du det med det samme du har sagt ja tak."

(Bilag 2: Husstandsinterview 1)

Som forbruger skal man ikke investere ret meget tid i, at anskaffe sig Netflix. Man kan gøre det hjemmefra, og så snart man har oprettet en bruger, kan man anvende det. Til gengæld kræver det at husstanden har en platform hvorpå Netflix kan anvendes. Efterhånden har de fleste danskere en platform af en eller anden art, med adgang til internettet som dermed kan anvende Netflix¹⁰. (*Danske Medier 2012*)

Husstandene har ligeledes ved udvælgelsen af Netflix, foretaget et fravalg i forhold til de andre produkter på markedet, som udbyder et lignende produkt. Det viste sig her, at de andre produkter, som HBO-Nordic og Youbio blev fravalgt, da Netflix var først, og kunne anvendes på en lang række af de apparater husstanden allerede havde, og de derfor ikke skulle ud og investere i ny teknologi. **(Bilag 3. Husstandsinterview 2)**

Netflix i hverdagen

¹⁰ Undersøgelse foretaget af Danmarks Statistik som viser, at 92 % af 16-74 årige i 2011 havde adgang til internettet. Da Netflix helt basalt kan køre på en bredbåndsforbindelse og en computer, må det derfor også antages, at en stor andel af danskerne rent faktisk har mulighed for, at benytte sig af Netflix

Som nævnt i mit teoriafsnit jf. domestication teorien er Netflix ikke et produkt, der kan placeres fysisk i hjemmet, som et fjernsyn kan. Derfor så jeg det som relevant, at undersøge hvilke platforme respondenterne anvender, samt de valg der ligger til grund for dette.

Grundlæggende viser det sig i undersøgelserne, at de primære platforme typisk er tilknyttet et TV, eller et TV med internetadgang. Dermed ændrer Netflix ikke umiddelbart på den klassiske måde, hvor man ser film eller tv hjemme i sin stue foran en stor skærm. Dog giver Netflix brugerne mulighed for at tage det med sig, dvs. anvendelsen af produktet udenfor hjemmet. Det var ikke entydigt om alle husstandene benyttede sig af muligheden for, at anvende det udenfor hjemmet, nogle gjorde, mens andre ikke gjorde. Produktet bliver derfor taget med udenfor husstanden, og bragt ind i offentligheden, hvor den således også anvendes, dette kan være i f.eks. et tog. **(Bilag 2.**

Husstandsinterview 1)

For flere af husstandene viste det sig at Netflix overtager for en videre opbyggelse af f.eks. DVD-samlinger. Det at købe en DVD, er i hvert fald blevet en mere sjælden foretagelse, og flere af respondenterne har udtalt at de slet ikke har købt Dvd'er efter de har fået Netflix **(Bilag 2. Husstandsinterview 1) (Bilag 3. Husstandsinterview 2) (Bilag 5. Mailinterview 2)** Dette er et tema som jeg efterfølgende har fundet ud af, er flere punkter tilknyttet som ville være relevant at have undersøgt. Dette kunne f.eks. de værdier og eventuelle emotionelle tilknytninger en sådan samling kan rumme og indeholde, for husstanden, samt hvilken betydning Netflix så får, på det emotionelle plan. Dette er et aspekt som vil blive behandlet i mit diskussions afsnit.

Undersøgelsen påpegede, at for en stor dels vedkommende, så var Netflix et supplement til Flow-tv.

Nogle af husstandene påpegede således, at de stadig havde et behov for aktualitetsprogrammer, nyheder og debatter, men også tv-koncepter, såsom *X-factor* og *Hvem vil være millionær*. **(Bilag 3. Husstandsinterview 2)**

Der hvor Netflix så reelt set bliver anvendt, var for manges vedkommende som et supplement til, at få dækket behovet for Tv-serier og film. Som nævnt tidligere har Netflix erstattet indkøbet af DVD'er, så film nu bliver streamet, i stedet for investeret i.

(Bilag 3. Husstandsinterview 2.)

Derudover påpegede nogle af husstandene, at det har overtaget for leje af film i de fysiske butikker. En grund her til blev også nævnt, nemlig prisen på det at leje film, i forhold til prisen på Netflix, de 79 kr.

"Når man går ud og lejer 3 film er det jo 100 kr."

(Bilag 3. Husstandsinterview 2)

Andre derimod, anvendte sig stadigvæk af filmleje, primært som supplement, hvis indholdet de ønsker, ikke er tilgængeligt på Netflix. Denne husstand har benyttet sig en enkelt gang af lejefilm siden de har fået Netflix, men udtrykte at de lejer færre film efter de har fået Netflix.

"Det eneste vi har gjort det udover, var da vi faldt over nogle film, dem kunne vi godt tænke os at se."

(Bilag 3. Husstandsinterview 2)

Piratkopiering var ligeledes et punkt, som jeg inden jeg foretog mine undersøgelser, antog som væsentlig. Undersøgelserne viste, at piratkopiering stadigvæk bliver anvendt, omend i måske mindre grad, da et væsentligt behov mht. tilgængeligheden af film og serier dækkes gennem Netflix. Dog vil jeg antage at der måske kan blive tale om nye behov som opstår i forhold til piratkopieringen. Grundet det som respondenterne udtrykker det, begrænsede udvalg i forhold til nogle serier. **(Bilag 2.**

Husstandsinterview 1.) Det vil sige, at Netflix måske har 3 ud af 6 sæsoner af en serie, og der derfor mangler de nyeste sæsoner. Dette kan medføre, at husstandene måske vil supplere de manglende sæsoner med piratkopier, af de omtalte sæsoner.

I husstandene viste undersøgelsen, at der ikke var blevet diskuteret eller opsat regler omkring brugen af Netflix, såsom hvor og hvornår Netflix måtte anvendes. Spørgsmålet er, om det er et udtryk for, at der slet ikke er regler omkring medie brugen. Dette anser jeg ikke som den rette tolkning, men snarere som en mangel i undersøgelserne. Her vil det i videre undersøgelser være væsentligt, hvis der bliver foretaget observationer i husstanden over længere tid. Hvor man således vil kunne afdække, om der måske er regler for, hvor meget tid børn må bruge på film, tv og serier om dagen.

Eneste ting som en enkelt respondent udtrykte, personen ikke ser hjemme i et produkt som Netflix er pornografi

"Pornografi skal ikke være tilgængeligt for et sådan familievenligt system. Jeg synes kun godt om at det er et sobert udvalg af film."

(Bilag 7. mailinterview 4)

Respondenten giver her udtryk for, at tilgængeligheden og den måde systemet er bygget op, henvender sig til børnefamilierne, og derfor mener han ikke, at et produkt som Netflix skal udbyde pornografi. Jeg antager at respondenterne mener det vil være for nemt for børn, at komme til at se pornografi, grundet Netflix brugerflade er simpel.

I forhold til det indhold som er tilgængeligt på Netflix, nævnte flere af respondenterne, at de følte der var begrænset indhold. I og med der er mere indhold på Netflix i USA.

(Bilag 4. Mailinterview 1) Opdateringsfrekvensen med nyt indhold mente de ikke kunne følge med, hvilket medførte, at de følte de snart havde set det de gerne ville se.

Herunder blev afsnit af serier og film igen nævnt, især alderen på det materiale som er tilgængeligt, da mange anser det som værende gammelt indhold.

Eksklusivt indhold til platformen, i form af egenproduktioner som serien "House of Cards, der er produceret udelukkende til Netflix, er noget som de respondenter som blev adspurgt om det, så som et plus. **(Bilag 3. Husstandsinterview 2.) (Bilag 2.**

Husstandsinterview 1.) Jeg forestiller mig, at det kan være grundet, de føler en merværdi ved produktet, da det er noget ekstra man får som kunde, som ikke kan fås andre steder.

Netflix og omverden

Den sidste del af analysen omhandler hvordan Netflix bliver formateret, i forhold til omverden. Herunder gælder det husstandens moralske økonomi overfor offentlighedens moralske økonomier. Jeg har under dette punkt søgt at få husstandene til at sætte ord på, hvordan de omtaler Netflix. Herunder ville en undersøgelse hvor man fulgte husstandene over længere tid være at foretrække, da man således ville få mulighed for at overhøre, hvordan de omtalte dette. Ligeledes ville det have været interessant, at høre om der blev diskuteret afsnit og indhold på f.eks. arbejdspladsen.

En enkelt af mine e-mailrespondenter gav udtryk for, at husstanden ikke omtalte Netflix overfor andre, da de udtrykte, at de havde andre og mere relevante ting at tale om.

(Bilag 6. Mailinterview 3) Hvorimod andre respondenter udtalte, de gerne omtalte Netflix overfor deres venner og familier. Både indholdet samt selve produktet. Flere af deres bekendte havde også fået Netflix efterfølgende. Dog påpeger mine undersøgelser ikke om det er grundet, at mine respondenter er first movers, og så har anbefalet det til andre som, så har fået det efter dem. **(Bilag 2. Husstandsinterview 1)(Bilag 3. Husstandsinterview 2.)**

Den tidligere del af min analyse påpegede dog, at langt de fleste af mine respondenter hørte om det fra andre bekendte, og at dette havde en stor indflydelse på netop deres valg af Netflix.

Netflix tilbyder en mulighed for, at en Netflix bruger kan knytte Facebook konto og Netflix konto sammen, og på den måde kan de venner brugeren har, som gør det samme, se hvad personen har set, og omvendt. Brugerne har muligheden for ikke, at dele de titler de selv vælger. Det viste sig dog, at nogle af brugerne ikke benytter sig af denne funktion (**Bilag 6. Mailinterview 3**), mens andre faktisk havde sat de to ting sammen, uden de faktisk var klar over hvad funktionen gjorde, og hvad den kunne, eller at de overhovedet havde gjort det. (**Bilag 2. Husstandsinterview 1**) (**Bilag 3. Husstandsinterview 2.**)

Her rejser der sig så et spørgsmål, jeg anser som relevant, i og med, at brugerne ikke var klar over funktionen. Som forbruger skal man aktivt forbinde de to konti, og derfor har brugerne måske ikke kunnet gennemskue hvad det har haft af betydning, at sætte de to ting sammen. Derfor vil en videre undersøgelse af privatlivet overfor offentligheden på nettet være interessant at undersøge i forbindelse med en videre undersøgelse.

Konklusion

Denne bacheloropgaves konklusion bliver draget på baggrund af en teoretisk læsning af domestication teorien samt en analyse af 4 e-mail interviews og 2 husstandsinterviews, hvor jeg har taget udgangspunkt i domestication teorien, som den er fremsat af Silverstone et al. (1992) og Hartmann (2009).

I opgaven identificeres der en række af faktorer, som ifølge mine respondenter har haft en afgørende betydning for deres valg af Netflix. Endvidere identificeres det hvordan Netflix anvendes i husstandene i hverdagen, og hvordan Netflix bliver sat i tale overfor omverden.

Mine undersøgelser påpegede, at det med et medie som Netflix kan blive besværligt, at definere en grænse for en husstand, da Netflix produktet kan benyttes udenfor husstanden, i det offentlige rum. Og hermed vil vi højst sandsynlig se en forskydning i dette husstandsbegreb i forhold til tidligere tider.

Mine undersøgelser påpegede at der var forskellige fælles tendenser i retning af hvordan respondenterne havde hørt om Netflix. Således var det primært Word of Mouth, som virkelig havde gjort respondenterne opmærksomme på Netflix. Ligeledes

har de 30 dages gratis prøveperiode haft betydning for, at respondenterne har prøvet det af. Det som respondenterne har bidt mærke i, af det de har hørt er, at man kan se alt det indhold som er på Netflix man vil, for en fast abonnements pris. Tilgængeligheden har vist sig, at være en væsentlig faktor, det skal være nemt at anskaffe, og det skal helst fungere på en platform husstanden allerede ejer. Netflix var i langt de fleste tilfælde valgt netop pga. denne tilgængelighed, men samtidig fordi det var en af de første store aktører på det danske marked.

Der var ikke opsat eller blevet diskuteret nogle regler omkring brugen af Netflix, men et længere varende studie anbefales her til, at afdække eventuelle tendenser.

Netflix viste sig at være en tjeneste, der benyttes som supplement til Flow-tv, da servicen ikke byder på nyheder og aktualitetsprogrammer. Derimod påpegede undersøgelserne, at Netflix især skal ses som konkurrent til klassiske video-udlejningsbutikker såsom Blockbuster. Derudover havde det for nogle husstande, haft en effekt på anskaffelsen af DVD'er. Piratkopiering er i stadig væk et punkt som flere af husstandene til stadighed benyttede sig af, som et supplement til Netflix, hvis der mangler nyere sæsoner af serier eller nye film, som husstanden gerne vil have. En undersøgelse af netop dette fænomen ville kunne påpege om dette er en generel tendens.

I forlængelse af ovenstående påpegede undersøgelsen, at netop indholdet er der hvor Netflix har en udfordring. Der skal være meget, nyt og jævnligt opdateret indhold. Respondenterne viste sig også positive overfor eksklusiv indhold, omend de måske ikke havde set det, men det gav dem en merværdi ved produktet.

De respondenter som var positive overfor Netflix omtalte det også gerne, både produktet og indholdet, overfor omverden. Mens andre slet ikke omtalte det. Dette er et punkt som vil kræve en uddybende undersøgelse.

Muligheden for at binde Netflix og facebook sammen, viste sig som værende knap så kendt. Brugere vil ikke dele deres præferencer indenfor serier og film på denne måde. Derimod viste det sig, at flere af respondenterne faktisk havde forbundet det, men ikke var klar over det, eller hvad det gjorde.

Den valgte teori viste sig som et relevant redskab både i forhold til metoden og udarbejdelsen af spørgsmål i forhold til undersøgelsen, men også i forhold til analysen af undersøgelsens resultater.

Det kan derfor konkluderes at følgende faktorer viste sig væsentlige i forholdet til valget og implementeringen af Netflix som Video on Demand tjeneste i husstanden; Det giver bedre opmærksomhed til produktet når ens venner omtaler det, end klassisk markedsføring, om end den gratis prøveperiode har haft en betydning. Derudover skal

husstanden gerne have en platform hvor Netflix allerede kan køre på, så man ikke skal investere i noget nyt. Prisen overfor mængden og kvaliteten af indhold er vigtig. Netflix skal i sin nuværende position på det danske marked ses som et supplement til Flow-Tv. Video on Demand vil komme til at have indflydelse på nogle distributionsformer indenfor film, tv og serier, og er en tendens som allerede er ved at vise sig.

Afslutningsvis vil jeg dog bemærke, at analysen af mine interviews byggede på en antagelse om, at de udvalgte husstande repræsenterer den samlede befolkningsgruppe som benytter sig af Netflix. Da der ikke findes ret mange undersøgelser om selve dette område, må det også vise sig svært at antage, at det er den samlede gruppe af Netflix's kunder, mine undersøgelser repræsenterer. Alle konklusioner er derfor draget på et grundlag, der ikke nødvendigvis afspejler den reelle mangfoldighed, der benytter sig af Netflix og videre undersøgelser er derfor at anbefale.

Perspektivering

Som antydnet i analyse- og metodeafsnittene viste det sig, at der er elementer af domestication teorien, hvor der er flere punkter jeg kunne have været mere skarp i forhold til, f.eks. i interviewsituationerne. Herunder at spørge ind til hvordan de mere præcist omtalte Netflix, hvad de omtaler, og hvad de havde set og i høj grad også i forhold til regler eller retningslinjer for brugen af Netflix. En etnografisk metode, hvor man følger familierne over længere tid vil være at anbefale, i forhold til en eventuel videre undersøgelse af husstandenes brug, omtale og eventuelle diskurser omkring Netflix, jf. domestication teorien. Iagttagelser over længere tid vil måske give et mere retvisende billede, i henhold til medievaner, herunder anvendelsen af flow-TV samt brugen af andre medier, såsom DVD'er, leje af film eller piratkopiering.

Et væsentligt spørgsmål som har rejst sig i forbindelse med arbejdet med opgaven er, om der tidligere har været emotionelle tilknytninger til eksempelvis DVD-samlinger. Film og serier er blevet dematerialiseret, fra deres fysiske objekt, f.eks. DVD'en og VHS-båndet, og er blevet digitaliseret, og nu er tilgængelige via tjenester som Netflix. Spørgsmålet der så rejser sig er, om denne emotionelle tilknytning til filmen på det fysiske objekt, kan flyttes med over i forhold til det digitale. Ligesom der med biograf film er en anden atmosfære end der er hjemme i stuen, foran fjernsynet med en DVD. Her kan det forestilles at der hersker en anderledes emotionel tilknytning Spørgsmålet er, om det emotionelle så flytter sig fra DVD-samlingen til, at høre sammen med det apparat hvorpå Netflix anvendes.

Det er set i forhold til digitaliseringen af musikken, hvor det er gået fra musik på fysiske objekter som LP'er og CD'er, over til digital musik som iPods, MP3-afspillere og Spotify. Dog har denne proces medført et comeback til Lp'en, i og med der har været emotionelle følelser, men i højgrad også sociale økonomier, som det ses i domestication teorien, tilknyttet dette medie.¹¹

¹¹ Magaudda 2011: *When materiality bites back*. I Journal of Consumer Culture. 2011 11: 15

Kildeliste:

Primære kilder:

Dahler-Larsen, P. (2010): *At fremstille kvalitative data*. 2. udgave. Odense, Syddansk Universitetsforlag.

Elmholdt, C. (2006): *Cyberspace alternativer til ansigt-til-ansigt interviewet*. Tidsskrift for kvalitativ metodeudvikling, 41: 70-80

Hartman, Maren (2009a). *Everyday: Domestication of Mediatization or Mediatized Domestication*. I K. Lundby (red.) *Mediatization : Concept, changes, consequences*, New York: Peter Lang

Kvale, S.; Brinkmann, S. (2009): *InterView*. 2. udgave. København, Hans Reitzels Forlag.

Silverstone Roger. Hirsch, Eric. Morley, David (1992): *Information and communication technologies and the moral economy of the household*. I Silverstone, R. & Hirsch, E. *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.

Sekundære kilder

Andreasen, Carsten og Scheutz Sofie (2012) *Fremtiden for Fremtidens TV*. I *Medieudviklingen 2012*. DR Medieforskning.
<http://www.dr.dk/php/drmu/omdr/Medieudviklingen.pdf>

Bajarin, Ben (2012) *I Choose the iPhone, You Chose an Android Phone – So What?*
Techland.time.com
<http://techland.time.com/2012/10/01/i-chose-the-iphone-you-chose-an-android-phone-so-what/>

Barnes, Brooks og Stelter, Brian (2011) *Netflix Secures Streaming Deal With DreamWorks*. Nytimes.com
<http://www.nytimes.com/2011/09/26/business/media/netflix-secures-streaming-deal-with-dreamworks.html?pagewanted=all&r=0> -

Berg-Marketing. *Medieudvælgelse*. Berg-marketing.dk.
http://www.berg-marketing.dk/mediavalg.htm#word_mouth

Danske Medier (2012) *Danskernes brug af internettet 2012*. Danske medier
http://www.fdim.dk/sites/default/files/mediearkiv/rapporter/danskernes_brug_af_internetet_2012_rapport.pdf

Deadline.com (2012) *Netflix Lands Pay-TV Rights To "The Artist As Part Of Weinstein Co. Deal*. Deadline.com
<http://www.deadline.com/2012/02/netflix-lands-pay-tv-rights-to-the-artist-as-part-of-weinstein-co-deal/>

Frederiksen, May (2012) *Test: Så (u)fedt er Netflix i Danmark*. BT.dk
<http://www.bt.dk/digital/test-saa-ufedt-er-netflix-i-danmark>

Gracer, Marc (2012) Multi-year licensing pact oncludes live-action and animated features. Variety.com

<http://variety.com/2012/digital/news/disney-inks-exclusive-deal-with-netflix-1118063070/>

Lillie, Jonathan (2011) *The domestication of online pornography: How cyberporn found a home in the American home*. I *Online territories: globalization, mediated practice and social space*. New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien: Peter Lang. (Digital Formations, Vol. 61).

Magaudda, Paolo (2011): *When materiality bites back*. I *Journal of Consumer Culture*. 2011 11: 15

Møllerhøj, Jakob (2012) *CD'en er stendød om 4 år viserundersøgelse blandt danske unge*. Ingeniøren. Ing.dk

<http://ing.dk/artikel/cden-er-stendod-om-4-ar-viser-undersogelse-blandt-danske-unge-131333>

Netflix om deres historie. Siden er besøgt 27/3 2013

<https://signup.netflix.com/MediaCenter/Timeline>

Netflix om hvilke platforme det er tilgængeligt på. Siden er besøgt 27/3 2013

<https://signup.netflix.com/Watch>

Netflix forside og facebook annonce med tilbud om 1 måneds gratis prøve periode. Se bilag 9

Pepitone, Julianne (2013) *New Netflix Facebook app lets users share viewing history*. CNN Money. money.cnn.com

<http://money.cnn.com/2013/03/13/technology/social/netflix-facebook/index.html>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Interviewguide og mailinterview spørgsmål (samme dokument er anvendt til begge dele)

Bilag 2: Husstandsinterview 1, Simon og Henriette

Bilag 3: Husstandsinterview: 2, Reza, Christina og Anita

Bilag 4: Mailinterview 1, Bo

Bilag 5: Mailinterview 2, Mikkel

Bilag 6: Mailinterview 3, Mette

Bilag 7: Mailinterview 4, Lasse

Bilag 8: Nyhedsbrev fra Brancheforeningen For Forbrugerelektronik

Bilag 9: Screenshot fra Netflix hjemmeside og facebook annonce, med tilbud om 1 måneders prøveperiode.

Bilag 1 Interviewguide og mailinterview spørgsmål (samme dokument er anvendt til begge dele)

Spørgsmål vedrørende familiers brug af Netflix i hverdagen

Tak fordi i vil bruge jeres tid på at deltage i min undersøgelse. Spørgsmålene omhandler familiens brug af Netflix. Hvis i har nogle spørgsmål eller problemer kan jeg kontaktes på ncl@nclausen.dk eller mobil: 30 57 36 97.

Indledende

Skriv hver enkelt person op med oplysningerne ud for personen, følgende oplysninger skal som udgangspunkt med, der må godt tilføjes flere oplysninger som findes relevante:

navn

alder

Uddannelse (højest opnåede eller nuværende)

beskæftigelse

Geografisk placering (bopæl)

Bor I i hus, leje bolig eller noget 3. ?

Anskaffelse af Netflix

Hvordan hørte I om Netflix ?

Hvad havde i hørt om Netflix?

Havde dette en betydning for jeres valg om at få Netflix?

Ændrede det som i hørte fra bekendte om Netflix, på jeres holdning overfor Netflix, i forhold til det man har hørt, set og læst om Netflix i medierne?

Havde i nogle betænkeligheder ved Netflix inden I fik det anskaffet, og i så fald, hvordan kom de til udtryk.?

Hvordan har I det med jeres betænkeligheder nu efter I har haft det i hjemmet? (Er de blevet bekræftet eller har i fået nye?)

Havde tilgængeligheden af Netflix betydning for anskaffelsen? (Det at tegne et abonnement på Netflix, og så har man det med det samme? Det at det kan anvendes på en lang række platforme?)

Hvornår og hvordan anskaffede i jer Netflix?

(Hvem anskaffede det? På hvilken måde? Hvem betaler for det?)

Netflix i hverdagen

Hvilke platforme anvender I Netflix på? (PC, Spillekonsol, Tablets, Smart-tv, Smartphone osv.) ?

Hvorfor anvender i netop disse platforme frem for andre?

Hvem har besluttet at det er på disse platforme, at Netflix skal anvendes?

Hvordan anvender I Netflix i familien? (Ser I det sammen, eller ser I forskellige ting hver for sig? Hvilke tispunkter anvender i Netflix?)

Har I opsat regler for hvornår og hvor lang tid I anvender Netflix, eller har I debatteret dette emne? (Hvad blev debatteret og hvilke regler har i evt. opsat?)

Er der noget som I ikke vil anvende Netflix til? (Er der visse genrer I ikke vil se? Eller er der visse tidspunkter eller steder det ikke skal anvendes?)

Har Netflix overtaget for en anden teknologi? (Leje af film, TV-pakkens størrelse, piratkopiering, DVD eller VHS-samlinger, Harddiskoptager?)

Har i andre produkter hvor i ser film, tv, serier osv. end Netflix?

Hvordan anvendes disse i forhold til Netflix, eller i samspil med Netflix?

Hvad skal der til for at Netflix ville kunne overtage helt for f.eks. en TV pakke? (Indhold, pris, tilgængelighed, designet af applikationen?)

Netflix og omverdenen.

Omtaler I Netflix overfor andre, venner familie osv?

Hvordan omtaler i Netflix? (Er det selve produktet Netflix, eller er det indholdet, film og serier i omtaler)

Hvis ikke, hvorfor omtaler I ikke Netflix?

Anvender i muligheden for at binde facebook konto og Netflix kontoen sammen? (Hvorfor/hvorfor ikke? Er der visse titler og typer af indhold på Netflix i bevidst ikke deler via facebook?)

Afrunding

Har i andre kommentarer i vil tilføje til emnet Netflix eller selve undersøgelsen generelt må i gerne uddybe her:

Mange tak for jeres hjælp. Hvis i ønsker at være anonyme i jeres besvarelser, i forhold til udgivelsen af projektet må i gerne angive det her. I vil kun blive nævnt ved fornavn hvis I ikke vil være anonyme. Personfølsomme oplysninger vil blive bortcensureret fra opgaven.

Slutteligt vil jeg høre om jeg må kontakte jer for eventuelle uddybninger af spørgsmålene, enten ved mail eller telefonisk kontakt, i så fald må i gerne angive mail, telefonnummer og et evt. tidspunkt for kontakt her:

Endnu en gang tusind tak for jeres hjælp i forbindelse med min opgave.

Bilag 2: Husstandsinterview 1 **Interview, Simon og Henriette**

I = Interviewer

S = Simon

H = Henriette

I: Hvis i vil starte med at introducere jer selv med navn, alder, uddannelse, beskæftigelse og geografisk placering.

S: Jeg hedder Simon Grant og jeg er 24 år, studerende på lærerseminariet i Odense, 3 år, det er vel også min beskæftigelse?

I: Ja, medmindre du har et job ved siden af.

S: Ja, så har jeg også et job ude ved Lemvigh Müller. Så er der ikke så meget mere at fortælle?

H: Ja, så bor du her i Odense.

S: Ja, og jeg er oprindeligt fra Midtjylland.

H: Og jeg hedder Henriette, og jeg er 22 år gammel, og jeg læser også tillærer på tredje år. Og har et job ved siden af, hvor jeg arbejder ved Triumph ude i Tarupcenteret. Og så bor jeg også her i Odense, og jeg er fra fyn.

I: Og i bor i lejebolig

H: Ja

S: ja

I: Jeg vil lige starte med at spørge lidt til jeres TV-vaner. Har i TV-pakke eller hvad har i?

S: Ja, vi har TV-pakke ved Telia, sådan en basispakke. Og så med 3 tilvalgskanaler tror jeg, eller sådan noget.

I: Okay, jeg vil lige høre lidt om Netflix, hvordan hørte I om det?

H: Det var dig

S: Ja. Det var igennem en kammerat, det var dengang det var på det amerikanske marked. Og så sagde han at jeg bare skulle lave noget fiks-fakseri, med at få sådan en amerikansk IP-adresse, men imellem tiden kom det så til Danmark, og havde en gratis måned, og så meldte jeg mig bare til.

I: Hvad havde du hørt om det fra din kammerat?

S: Positivt og masser af serier og film. Det var hovedsageligt det. Og så havde han anbefalet nogle serier jeg skulle se gennem Netflix

H: Jeg tror også jeg havde set nogen inde på facebook, som måske havde skrevet statusopdateringer om Netflix.

I : Så det havde betydning for jeres valg om i skulle have Netflix?

H: Ja, det havde det lidt.

I: Det i så hørte fra jeres bekendte, har det ændret sig i forhold til det i har hørt i medierne? Har i hørt om et i medierne, og hvad har i hørt om det i medierne? Eller læst om det

S: Jeg ved ikke om det har været så meget, før vi fik det i medierne, men man lægger mere mærke til det når man selv har det. Men jeg synes det fylder meget i reklamerne, i hvertfald ind til for kort siden. Det har kørt meget med den der gratis kampagne. Også alle de andre, de er også kommet med på den bølge der.

H: Ja, konkurrenterne nu.

S: Men ja, man lægger mærke til at det er der.

I: Hvad med anmeldelser af det, altså indholdet.

H: Det synes jeg er både godt og skidt, der er nogle der synes at det måske kun er halve serier der bliver lagt ind, det er negativt, men også at man kan finde ting som er gamle. Det er godt for nogen.

I: Havde det en påvirkning på jer? Havde i betænkeligheder med det.

H: Ikke mig

S: Jeg havde også kun hørt positivt.

I: I har ikke nogle betænkeligheder nu i forhold til Netflix?

S: Vi er måske blevet en smule mættet, jeg ser gerne der bliver lagt noget nyt ind. Vi har ligesom tømmt Netflix for de dele vi gerne vil se. Man bliver måske fanget af en serie man gerne vil se, og så mangler der lige 3 af sæsonerne.

H: Ja

I: Benytter i stadig det amerikanske?

S: Nej, det har vi aldrig haft. Det startede med anbefalingen, men imellemtiden kom det til Danmark. Så tog vi bare det.

H: Og så synes jeg aldrig filmene ligger under de samme kategorier. De laver kategorierne om hele tiden. Øh. Ja, hvad hedder det, så den ene dag hedder det bare "Drama", og den anden dag hedder det "Mørke film" det er lidt træls.

S: Ja, "Mørke film" eller "Mænd med store arme der hader kvinder" eller sådan et eller andet sindssygt.

I: Hvad med tilgængeligheden med Netflix, havde det nogen betydning? Det at man tegner et abonnement, og så har man det med det samme?

H: Det var i hvert fald nemt.

S: Ja, det tror jeg har en betydning, at man har det med det samme, når man har bestilt, så kan man logge direkte på, og få det prøvet af med det samme, specielt når det er en måned gratis, at så får du det med det samme du har sagt ja tak.

I: Hvad med det, at det kan anvendes på forskellige platforme? Nu ved jeg ikke lige hvilke platforme i anvender?

S: Vi har en Nintendo Wii.

H: Ja og du bruger det på telefonen.

S: Ja, jeg bruger det på min telefon og min computer, når jeg kører tog.

I: Så har det haft nogen betydning at man kan anvende det på flere platforme?

S: Egentlig ikke. Men man tager det jo med.

I: Er det noget du tillægger værdi?

S: Ja helt sikkert.

I: Hvornår anskaffede i Netflix

H: Januar. Eller før?

S: Det ved jeg sgu ikke.

H: Jeg tror det var januar, i år.

S: Ja, nej vi har haft det længere, vi havde det i hvert fald i december

H: Ja, det kan da godt ske.

I: Hvordan anskaffede du det?

S: Det var over computeren. Det var næsten lige kommet til Danmark. Så det må du jo vide

I: Det kom til Danmark i oktober, så vidt jeg husker.

S: Så var det måske november

H: Har vi alligevel haft det så lang tid?

S: Ja for det var lige efter.

I: Er det noget i betaler for fælles

S & H samtidig: Ja

I: Det var det om anskaffelsen. Så er det om Netflix i hverdagen. Jeg har så spurgt hvilke platforme i anvender det på. Hvorfor anvender i så de platforme? Hvilken en bruger i primært?

H: Det er vores Wii

I: og det er på grund af?

S: At vi kan se det sammen

I: Du bruger selv telefonen til?

S: Til rejser

I: I ser det jo så sammen, og du ser det nogle gange for dig selv i toget. (Henvendt til Henriette) Hvis du vil se noget i fjernsynet, (Henvendt til Simon) Ser du så noget andet på Netflix via din telefon eller computer imens, så i sidder sammen?

S: Nej, aldrig

I: Okay. Har i regler, eller snarere retningslinjer for hvornår og hvor lang tid i anvender det?

S: Nej

H: Nej

I: Og det er heller ikke noget i har snakket om?

S: Nej

I: Har det overtaget for en anden ting?

S: Det har overtaget for vores fjernsyn, altså generelt tv. Det er primært vores underholdning om aften.

H: Ja

S: Det er Netflix

I: Så det har haft betydning for fjernsynskiggeriet?

S: Ja, det har

I: Har i sat TV-pakken ned?

S: Det er bare den samme.

I: Lejede i film før i fik Netflix?

H: Ja, meget faktisk, og et har vi ikke gjort siden

I: Piratkopiering, var det noget i brugte inden? (Efterfulgt af stilhed)

S: Ja

I: Jeg skal nok lade være med at sige det til nogen

Der bliver grint

I: Har Netflix overtaget for det så?

S: Ja, engang imellem henter jeg stadigvæk

I: VHS- eller DVD-samling har I ikke? Eller harddisk optager?

S: Nej

H: Jeg har VHS, men jeg ser dem ikke. (Griner)

I: I har måske en VHS-afspiller stående

H: Ja, men jeg må ikke få den sat op.

I: Hvad er grunden til det?

S: Den er grim

Der bliver grint

I: Hvad med andre produkter som Youbio eller HBO-Nordic?

S: Gennemfjernsynet har vi mulighed for at få HBO-Nordic, tanken har da strejft mig, fordi det er lidt nemmere, for så har man det samlet på en platform, så skal man ikke tænde Wii'en.

I: Koster det penge?

S: Ja, det koster også 80 kroner.

I: Okay, Hvad skal der til for at Netflix vil kunne overtage helt for en TV-pakke?

S: Så skulle de tilbyde direkte fjernsyn, og nyhedsprogrammer

H: Ja fordi man stadigvæk følger med i nogle ting i fjernsynet

S: Primært nyheder, og nogle serie og sådan noget.

H: Ja, men det er godt nok heller ikke meget mere.

S: Sådan noget som DR2 tror jeg også det er svært at erstatte. Det nye DR1 og DR2

I: Hvad med i forhold til prisen, hvis nu man satte den op og der komme mere indhold på, ville det have en effekt på jer?

S: Ja, men jeg ville i hvert fald overveje det, om det er det værd. Hvis det steg med 50 kroner synes jeg måske det er lidt meget.

H: Hvis det var de fulde serier der lå derinde, så vil det være meget rart. Det er lidt træls at skulle mangle to sæsoner når man lige er i gang.

S: Især når man ved de er lavet. Jeg kan jo også hente dem. Men et eller andet sted er det rarere at kunne streame det, og ikke hente ting ned.

I: Hvad med serier I ikke har set før? Eller hørt så meget om, er det noget I har opdaget og ser helt nye serier?

H: Det gør jeg i hvert fald

S: Ja.

I: hvad er det så for nogle serier?

H: "Breaking Bad"

S: Og "The Walking Dead" og "Mad Men" Resten har vi vel hørt om

H: Ja

I: Hvad med "House of Cards", som er eksklusiv til Netflix?

S: Jeg har hørt om den, og overvejet den. Jeg har læst samfundsfag, så den er rimelig relevant. Men det er ikke lige noget. Jeg har set halvdelen af første afsnit, men det var ikke noget der fangede.

I: Er det noget som har en betydning, hvis der var flere serier de har eksklusivt på Netflix, er det noget der tiltrækker?

S: Ja, altså, hvis Netflix støtter en produktion, som HBO med "Game of Thrones". Det ville da også give en merværdi

I: Hvad med sport, ligesom Viaplay har. Til 200 kr om måneden. Hvis Netflix udbød noget lignende, ville I så tillade det gik op i pris?

S: Det tror jeg ikke ville være afgørende.

H: Du ser bare minimalt sport, så jeg tror du følger med på en anden måde.

S: Jeg har jo bare det jeg ser, det er jo Premier League i weekenderne, det har jeg på mine kanaler, så det ville ikke gøre nogen forskel om jeg så det på det ene eller det andet. Så skulle det være fordi jeg skoddede mit direkte fjernsyn. Det vil jeg så ikke gøre alligevel.

I: Så er vi nået til Netflix om omverden. Altså hvordan i taler om det overfor andre. Er det noget i Omtaler overfor jeres familie og omgangskreds.

H: Bestemt, og positivt. Jeg har i hvert fald ikke sagt noget negativt om det til nogen, og kan kun anbefale folk at få det, og der er også mange som har fået det efter vi så har fået det.

I: Er det så selve produktet, eller er det også indholdet i omtaler.

H: Også indholdet

S: Ja også indholdet.

I: Så det er lidt varieret?

H: Ja

I: Hvad med muligheden for at binde facebook-konto og Netflix-kontoen sammen, bruger i det?

S: Nej

H: Nej

I: I har måske ikke hørt om det?

S: Jeg tror den er tilknyttet min facebook-account. Men det er ikke noget vi bruger som sådan. Man kan jo se det ens venner har set, men det er lidt det samme man selv ser. Så det er ikke noget man anvender.

I: Der er jo en mulighed for at man ikke deler det man ser, er det noget I bruger?

S: Kan man det?

I: Ja, der er en knap hvor man kan trykke "Del ikke" Det er så ikke noget I bruger?

S: Nej

I: Det var næsten det, har i mere i vil tilføje?

S: Ikke som sådan.

H: Næh

I: Hvad med nogle af de andre produkter, Viaplay og HBO-Nordic, er der en grund ti at i har valgt Netflix fremfor dem?

S: Netflix kom først, og så alle de platforme der kan tage Netflix. Det havde de andre ikke.

H: Jeg tror min eneste betænkelighed ved at få Netflix var, at jeg var bange for at det var sådann noget der lige pludselig belv dyrere, at så skule man pludselig af med helt vildt mange penge, for jeg kunne ikke forstå at det kun kostede så lidt om måneden. Så jeg synes egentlig det har levet op til det det skulle.

I: Tror i hvis man implementerede en filmleje, var det noget i ville gøre brug af, så noget var gratis, og noget man kunne leje, som man betalte ekstra for?

S: Den tjeneste har vi jo i princippet ved vores TV. Det har vi ikke brugt en eneste gang.

I: er det prisen?

S: Ja, udelukkende.

H: Ja, og da vi lejede film var det sådan noget som Hollywood film¹² fordi vi kunen leje dem til 10 kr. Så det var billigt, og tit film man ikke havde set, selvom de var gamle.

I: Hvad med DVD-køb?

H: Vi køber ikke DVD'er mere.

I: Det gjorde i måske før?

H: Ja lidt, jeg har i hvert fald mange DVD'er fra førhen, men nej, jeg har ikke købt særlig mange efter . Hverken efter jeg er flyttet sammen med Simon eller efter vi har fået netflix. Så er det ikke. Det er jo så fordi han laver kopieringer. Så er der ikke nogen grund til at købe.

¹² Et DVD-udlejningsfirma med en fysisk butik i Odense

I: (Henvendt til Simon) Når du piratkopierer, er det som supplement fordi der mangler en serie eller nogle sæsoner af en serie? Eller er det en helt anden serie eller film som ikke er tilgængelig på Netflix?

S: Øhm. Det er nok mest nye film som jeg har hentet. Og jeg kunne også finde på at downloade flere afsnit af Breaking Bad, fordi den ikke er opdateret på Netflix. Det kan også blive et stort irritationsmoment, så man tilsidst bare siger "Så henter jeg det bare"

I: Er i klar over grunden til hvorfor de ikke har så mange af de sæsoner eller afsnit som bliver vist i fjernsynet?

S: Nej, måske fordi de kan købe det billigere senere. Jeg ved at den amerikanske Netflix er noget længere fremme med serier. I mit hoved er det et spørgsmål om at få undertekster på lortet og sendt til Danmark. Men jeg ved ikke hvorfor det ikke ligger på Netflix

H: Og det er jo netop derfor at nogle vælger at lave de der fiks-fakserier. Så man får den amerikanske, fordi de er meget længere fremme. Så det måtte de godt være i Danmark.

I: Har i kigget på den danske Netflix Facebook side?

H: Nej

I: Så spørger jeg ikke mere til det

I: Jeg tror virkelig det var det. Har i mere at tilføje?

S: Nej

H: Nej

S: Var det noget du kunne bruge?

I: Det kan jeg helt sikkert, går jeg i hvert fald ud fra. Jeg var glad for at i kunne hjælpe mig.

S: Så må du lige bippe vores efternavne over. Ej der kommer vil ikke nogen efter os?

I: Jeg udelader bare jeres efternavne. Men så er interviewet slut. Tak for hjælpen.

Bilag 3: Husstandsinterview 2

I: Interviewer

R: Reza

A: Anita

C: Christina

I: Først skal jeg lige høre lidt om hvem I er, så hvis du vil starte med at præsentere dig selv

R: Mit navn er Reza, jeg er manden af huset.

I: Hvor gammel er du:

R: jeg er 52

I: Hvad er du uddannet som?

R: Jeg er uddannet som pædagog

I: Det arbejder du også som?

R: Ja, jeg arbejder som pædagog

I: Hvor bor du henne?

R: vi bor i Vejle, jeg arbejder i Jelling, Jelling fritidscenter, med børn og unge

I: Og dig

C: Jeg hedder Christina, jeg er 20 år, jeg er hjemme ved mine forældre igen, har boet ude lidt, og jeg arbejder som sælger.

I: Og dig

A: Jeg hedder Anita og jeg er 46. Hvad hedder det, jeg er førtidspensionist, og er tidligere uddannet social og sundheds assistent.

I: I bor i hus eller leje bolig?

A: Eget hus.

I: Hvordan får i jeres Tv-signale leveret?

A: Fibernet

I: Hvad er prisen på det?

R : Sådan ca. 400 kr med inklusiv internet.

I: Hvor mange kanaler har i sådan ca.?

A: Vi har den lille pakke man kan få.

I: Danmarks Radio og?

A: De der 4-5 Danmarks radio kanaler, og så har vi TV2, kun hovedkanalen. Og så har vi nogle udenlandske, Svenske og Norske

I: Er der ekstra ting med i den pakke?

A: Der er noget med at man kan leje gennem.. hvad hedder det Waoo. Der kan man leje film

R: Men det har vi ikke brugt.

A: Det har vi ikke kunnet få til at virke

I: Det koster ekstra penge?

A: Ja, det gør det.

I: Når i ser TV, hvad er det så primært i ser af programtyper?

C: Jeg ser meget serier

A: Ikke så meget på de kanaler vi har

C: Da jeg boede selv havde jeg den store TV-pakke

A: Dengang vi fik Netflix, der fik vi den lille tv-pakke

I: Så i satte pakken ned

A: Ja, pga hun flyttede hjemmefra.

R: Jeg ser heller ikke ret meget

A: Vi ser primært de danske kanaler

R: Ja, de danske.

A: Det er primært DR1 og DR2 og også lidt den nye DR3, ind imellem.

C: Selvom jeg havde den helt store tv-pakke da jeg boede alene, brugte jeg Netflix mere end pakken der.

I: Så det er primært nyheder og aktualitetsprogrammer måske?

A: Ja, og temaer og sådan noget.

R: Det gør jeg i hvert fald mest, nyheder og sådan.

A: Og selvfølgelig hvis der kommer en film

C: Ja

A: Ja og så også de der, hvad hedder, hvem vil være millionær.

C: Og så har vi set X-faktor.

I: Har i mere at tilføje til TV-vaner

A: Vi ser ikke så frygtelig meget

I: Hvordan hørte i så om Netflix

R: Ja, det var igennem mig, fordi jeg hørte det på arbejde, nogle havde snakket om at Netflix er på vej til Danmark. Dengang kunne man også igennem USA få det. Så hørte jeg det kom til Danmark.

A: Så var vi inde og kigge.

R: Ja, så var vi inde og kigge, det var gratis en hel måned, så tænkte vi, så må vi prøve det an.

I: Hvad havde i hørt om Netflix, gennem dit arbejde der fx

R: Vi begyndte at snakke om det, at man betaler et fast beløb, så kan man se alt det man har lyst til. Og at der var lidt af hvert, både film og serier og sådan noget. Så det de snakkede om, det lød interessant. Så tænkte jeg når det kommer, så vil jeg gerne lige prøve det.

I: Så tog du det med hjem og drøftede det?

A: Jeg ville gerne have noget, for jeg havde mistet nogle kanaler jeg så, jeg så jo nogle serier på TV3 og hvad hedder den, Kanal 5, eller TV5. Det havde jeg ikke mere. Så pludselig kunne jeg jo se noget af det på Netflix. Så det brugte jeg lang tid på. I starten i hvert fald.

I: Hørte i noget om det i medierne inden i fik det, i forhold til anmeldelser

C: Nej.

A: Efter vi havde fået det hørte vi noget

C: Ja, så begyndte der at komme lidt.

A: Men det var mere for nysgerrigheden, og fordi det var gratis. Og det var billigt

R: Ja, det var billigt. Og så kom jeg jo hjem og fortalte om det og det skulle være godt.

C: Jeg hørte først om det hjemme. Og så fortalte jeg det til mine veninder.

I: Men det i så hørte i medierne, var det positivt eller negativt efter i så hade fået det?

A: Det var positivt. Men det var måske senere jeg hørte om det. Nogen der sammenlignede det med nogle andre.

C: Jeg læste lidt om det på facebook, i hvert fald Viaplay, de havde lavet en opsang til Netflix. Men ellers hørte vi ikke noget negativt.

I: Men det havde ikke en betydning i forhold til jeres egen holdning?

C: Nej

I: Har i fået nye betænkeligheder i forhold til Netflix, det kan f.eks. være indholdet eller udseendet på på applikationen det kører igennem?

A: Det fungerer

C: Jeg har fået Smart-tv imellemtiden, så jeg kan bare bruge det med fjernbetjeningen.

A: Det er nemt at gå til.

R: Det er nemt at betjene

A: Og det virker, der er ikke udfald

R: Det eneste man ønsker, er lidt flere film, nyere film. Der er ikke så mange nyere film.

C: Det er rigtigt. I starten tænkte man, hold da op der er mange film

R: Ja

C: Men så alligevel kunen man godt tænke sig at der kom nyere film

A: Men der er jo så tilgængæld kommet nogle serier, der er produceret direkte til Netflix

I: Har i set dem?

A: Nej, jeg har set de er kommet, en der hedder noget med Cards.

I: Ja House of Cards, der er også kommet en mere nu her. Hvornår anskaffede i Netflix?

A: Lige da det var kommet.

R: Ja, en dag kiggede jeg på min playstation, hov, der var Netflix, så skulle jeg bare have det.

I: Det kan være jeg lige skal høre hvad i anvender det på, I anvender den på Smart-tv..

R: Ja og playstation

A: Og Shila¹³ på computer..

C: Ja og sin Ipad nogle gange

¹³ En datter som bor i Odense, der også anvender deres Netflix abonnement.

I: Bruger i andre platforme?

A: Nej

R: Nej, bare igennem..

A: Shila på tablet, jeg har prøvet en enkelt gang på min tablet, men det er dårlig kvalitet.

C: Grunden til, at hun gør det på sin tablet det er fordi..

R: Hun kan ikke tage det gennem sit fjernsyn

C: Ja

I: Hvorfor valgte i Netflix frem for de andre produkter, HBO-Nordic, Viaplay eller YouBio?

A: Fordi vi ikke rigtig har hørt om det. Vi har ikke søgt efter det.

R: Fordi vi havde også det andet med Waoo. Men vi kunne aldrig få det til at fungere.

I: Er der nogen af jer der har besluttet hvorfor i anvender det på de platforme i gør?

A: Det er fordi Reza har købt en, Playstation 3

R: Ja, fordi

A: Den kunne lidt af det hele. Så det..

C: Jeg har bevidst ladet være med at downloade på min mobil, fordi jeg tænker det er lidt småt at se det derpå.

I: Ser i det sammen? Sidder i sammen og er det alle sammen i stuen for eksempel, eller ser i det nogle gange hver for sig

C: I starten var det meget sådan, skal vi ikke lige se en film. Det kan man jo gøre når man vil. Vi har også været gode til at se serier sammen. Jeg har set mange serier sammen med min kæreste fx

A: Og vi har set film.

C: Det er sådan fredags film.

A: Jeg har set de der serier selv. Om eftermiddagen

C: Vi kan også sagtens sidde alene.

I: Har i diskuteret regler eller retningslinjer for hvornår og hvor lang tid i anvender Netflix, eller der det noget i har snakket om?

A: Overhovedet ikke

C: Nej

A: Der er jo ikke nogle små børn, eller så længe det ikke forstyrrer mig.

Vi kan jo se det uafhængigt af hinanden. Det eneste jeg synes der er træls, det var når jeg var i gang med en serie, og så er kommet til et bestemt sted, så enten hende eller Shila begyndte at se det et andet sted.

C: Ja, hvis vi ser forud eller bagud.

A: Ja "Hvor var jeg nu kommet til"

C: Men vi har jo ikke sådan nogle regler for det.

I: Man har jo kun 2 som kan se adgangen.

A: Men det har aldrig faldet sammen, så vi ikke kunen se samidigt.

R: Nej

C: Shila bruger det jo heller ikke så meget. Vi bruger det sammen

A: De sidste 4 måneder har vi nok ikke brugt det særlig meget.

C: Jo jeg har * **griner** *

I: Har netflix overtaget overtaget for noget andet teknologi, altså leje af film, tv-pakken eller piratkopiering?

A: Det synes jeg at det har, men..

C: Det synes jeg også

R: Måske leje film, siden vi har fået netflix har vi ikke været ude og leje. Før kunne vi finde på det.

C: Det er kun hvis man alligevel er ude og købe slik, så kan måske godt finde på det. Men så er det nyere film, det er nemt bare at tage en film.

A: Det eneste vi har gjort det udover, var da vi faldt over nogle film, dem kunne vi godt tænke os at se.

C: Men for mig, gør det ikke noget at vi har en TV-pakke, fordi jeg næsten aldrig er hjemme, Netflix er fint for mit behov.

I: Så det har overtaget for leje film?

R: Ja, det har det.

C: Og for mange af de kanaler vi havde ekstra før, kanal 4 f.eks. det er jo kun serier og film der er på den, sammen med kanal 5.

A: Det vi så ike har adgang er det der reality, der er lidt på.

C: Det var jo ikke noget vi så meget. Det har faktisk overtaget ret meget for de store pakker, TV-pakker.

I: Hvad med DVD køb?

A: Det var kun en enkelt gang imellem vi måske fik en dvd i gave, med Stand-up.

I: Så det havde ikke betydning

R: Nej, det synes jeg ikke

I: Pirat kopiering, har i gjort i det?

"Der bliver grint"

C: Det er du også holdt op med (mens hun kigger på Reza)

R: Jo, men det kan ikke betale sig?

C: Det har det aldrig kunnet, det skal man ikke gøre

A: Det virker aldrig

C: Måske du ikke skulle have dit efternavn på?

I: Jeg skal nok udelade det. Har i andre ting hvor i ser film og serier?

A: Nej

I: I har ikke viaplay eller andre ting?

C: Nej

I: Hvad skulle der til for at Netflix kan overtage helt for TV-pakken

A: Nyheder

C: Der skal også være lidt...

A: Der skal være noget helt opdateret

R: Ja

C: For mig er Netflix det samme som at gå i Blockbuster.

R: Der må godt være lidt større udvalg

C: Der skal nye programmer til tænker jeg

A: Ja, men hvis det skulle overtage for TV fuldstændig, så skal der for mit vedkommende være nyhedsting, og de der debatprogrammer der er meget aktuelle. Som det er nu, fungerer det fint.

C: Jeg tror, hvis man ser kanalerne nu, men kun har netflix, så savner man måske at man kan gå over på zulu, og så ved man at der er den der type udsendelser på den kanal, så man har de forskellige kanaler.

I: Hvad med designet af Netflix på playstation eller dit smart-tv?

A: Jeg synes hvis der kunne være, sådan nogle ikoner. Det kunne være rart med noget alfabetisk

C: Det er der allerede, men det er lidt mere bøvlet.

A: Er det fordi jeg ikke kan finde ud af det?

C: Ja, hvis du har sat computeren til med HDMI-stik, så er det lidt mere, det man lige skal bruge.

A: Jeg kunne godt tænke mig den var listet, at man kunne vælge om et var store ikoner, ligesom på computeren. Hvor man kan vælge hvordan billeder skal vise, om det er en oversigt. Jeg ved ikke hvad det hedder.

I: ja, store og små ikoner?

A: Ja, så kunne der stå lidt om hvor lang tid filmen varer, sådan meget koncentreret.

C: Men jeg synes alligevel det er meget overskueligt med søg og sådan lidt forskelligt.

A: Ja men nu blev der spurgt om hvis der var noget, og det kunen jeg godt tænke mig.

I: Hvad med prisen i forhold til indholdet?

C: Hvad koster det?

R: 79, jeg synes det er en passende pris.

C: Jeg synes det er ret billigt, i forhold til hvad man får.

A: Godt nok er serierne ikke nye, men det er alligevel billigt.

C: Men så kommer der nye afsnit

A: Det der er fordelen ved det, er nogle af de serier der ligger, de koster jo meget hvis du skal ud og købe dem.

C: Ja

A: Jeg så den der, Bones

C: Ja

A: Den har jeg set i nogle enkelte episoder. Nu kunne jeg jo se dem i en sammenhæng, så begynder man at få andet indhold, Hvis man skal købe en hel boks, så er det billigt jo.

C: I forhold til hvad man får for pengene. Så er det godt.

R: Når man går ud og lejer 3 film er det jo 100 kr

C: Ja, man får meget for det.

I: Hvem betaler for det, er det en fællesudgift?

A: Det er kasse et

R: Ja, det er mig der betaler.

I: Omtaler i Netflix overfor andre?

C: Ja

A: Ja

I: Hvad og hvordan omtaler i det?

A: Det er godt og sådan

R: Det er godt og billigt

A: Der har jo været mange af dine venner her og set det for første gang ikke?

C: Jo, min veninde er lige kommet hjem fra jordomrejse, hun kom hjem i januar, og hun var jo sådan "Eeej, jeg har lige fået netflix, jeg har aldrig hørt om det før". Hun havde aldrig hørt om det før. Hun var vist en af de eneste der ikke havde hørt om det. Ellers tror jeg de fleste har hørt om det.

I: Hvad med muligheden for at kunne binde facebook og Netflix konto. Har i bundet det samme?

R: Nej, det har vi ikke

A: Det har vi vist ikke vist. Hvilken fordel skulle det være?

I: Det er kun i netflix, så kan man se hvad en facebook venner har set.

R: Nåeh. Nej, det har vi ikke.

A: Det tror jeg heller ikke vi vil benytte os af, det er jeg ret ligeglad med.

I: Har i noget i vil tilføje?

A: Jeg synes det er fint, og det er dejligt fordi man kan altid finde et eller andet at se. Nu havde jeg ferie barn sidste uge, så var der lige en film hun kunne se. Uden at vi skal til at begynde..

C: Ja, for vi har jo ikke nogen, hun er 8 år gammel, vi har jo ikke lige nogen film der interesserer hende. Så er det meget smart. Ligesom med bibliotek.

A: Der er lidt til enhver smag. Det er jo det. Jeg kan godt lide det er delt op i de der sektioner. Der er det der feel good. Det er meget overskueligt hvad der er for nogle film. Det er nemt at finde noget man gerne vil se. Vi vil i hvert fald anbefale det.

R: Ja, det gør vi da i hvert fald, hvis man har en lille tv-pakke, så er det godt.

I: Har i hørt om nogen som har omtalt det negativt?

C: Det tror jeg faktisk overhovedet ikke

R: Nej, nogle begynder måske at snakke om at de skal have flere nye film. Det har jeg hørt

C: Ja, det er måske også det eneste man har hørt, men et er ikke særlig mange.

A: Det er også igen det der med, hvis man sætter det op imod prisen, så får man utrolig meget for prisen. Hvis man skulle have de nye aktuelle film, så ville man jo nok skulle betale rigtig meget for dem. Til prisen er det fint.

I: Hvad hvis de introducerer leje film, hvor man skal betale for noget, ville i benytte det?

A: Måske, så skulle det være sjældent tror jeg. Det kan være du vil gøre det, hvis der kom en ny film

C: Tjoh, ja, men jeg ved ikke lige med sådan noget hvor jeg skal betale, så vil jeg nok hellere ned i en video butik, der er jeg måske lidt gammeldags.

R: Det er igen lidt med prisen der er. Vi har jo andre valg, men det koster jo næsten 30 kr, så kan det ikke betale sig

A: Lige med TV-pakken, burde vi nævne at vi har parabol. Så Reza han er ser meget Iransk TV

R: Ja, det gør jeg

A: Men vi har også mulighed for at se en masse engelsksprogede kanaler. Så faktisk...

C: Men det synes jeg ikke vi har benyttet os af. Det er lidt bøvlet.

A: Man skal indstille parabolen.

I: Hvad var det nu jeg tænkte på, jeg har tabt tråden.

C: det kan være det kommer

Stilhed

I: Er det primært om fredagen i ser det, eller er det skiftende?

A: Nu har jeg ikke set det i lang tid men, eller har det været om eftermiddagen

C: Nu har jeg været syg en uge, der har jeg set en hel masse i løbet af dagen. Der blev jeg lige fanget i en serie. Og da jeg kom hjem fra arbejde efter jeg var blevet rask kunne jeg lige se et afsnit.

A: Ja, men vi har mest set tv på det sidste.

C: Ja, nu har vi lige set X-faktor om fredagen.

A: Det kommer jo også meget an på hvad de sender på DR eller TV 2, om det er en genudsendelsesfilm som man har set 4 gange. Nogle gange sender de jo også gode film på DR eller TV 2. Men så kommer de så sent.

C: Det er fordelen, man kan se det når man vil.

R: Ja, det er fordelen med Netflix, man kan selv vælge hvad for et tidspunkt man vil se hvad.

A: Jeg synes også det er genialt at man kan sætte det på pause, og gå tilbage og se det.

C: Ja "Den fangede jeg ikke lgie, prøv lige at spole tilbage"

I: Vil det være korrekt hvis jeg antager at det er som et supplement til TV-pakken?

A: Ja

C: Ja, det har ikke helt overtaget endnu

A: Nej, det har ikke helt overtaget, ellers ville jeg synes det ville være surt med de kanaler vi har. Der er ikke det jeg gerne vil se

R: Jo, det er jo også det man selv vælger hvornår man vil se film. De gange jeg har været på arbejde om aftenen og jeg kommer sent hjem, så har du benyttet det meget.

C: Jeg synes for eksempel da jeg havde den store pakke, det har nødvendigvis ikke været noget jeg har benyttet mig af. For så kommer der noget jeg gerne vil se, men der har jeg sgu ikke lige tid. Det er lige meget med Netflix.

I: Hvad har i hørt om de andre firmaer, Viaplay, YouBio og HBO.

C: Jeg har en fornemmelse af at det er dyrt.

R: Ja, vi har fået tilbudt i reklamer, men det er pga prisen.

C: Vi har slet ikke undersøgt det.

I: Jeg kan så sige at det er ca. Samme pris

C: Er det det?

I: Alt efter hvad pakke du vælger hos fx Viaplay, den kører 69, 79 og 200

C: Hvad er forskellen så?

I: Viaplay viser det som viasat kanalerne har. Fx reality, men det fulgte i jo så ikke med i. Men f.eks. der er de serier de har på TV3,

A: Er det så den dyre?

I: Nej det er vist den til 79. Der er også en til 200, det er den med sport.

C: Det tænkte jeg også, det der Viaplay, det er smart at man kunne få det inden Netflix, og finde de ting man ville, men det var dumt at betale for det udover de almindelige kanaler.

A: Jeg tror vi var nået der til, at det var smart, og det fungerer, og så har vi det vi skal bruge. Jeg tror, at i det øjeblik, at man kommer ind og ser at ens behov

ændrer sig, eller man synes, nu har jeg set det der ligger, så gider man ikke mere.

At man måske der går ind og ændrer.

R: Men vi har jo heller ikke undersøgt de andre, vi har fået reklamerne ind, men så bare ud med dem igen

A: Har vi fået reklamer på det?

R: Ja.

A: Nu er det heller ikke meget vi kigger reklamer

I: I har ikke mere at tilføje.

A: Nej

I: Så vil jeg sige mange tak for det.

Bilag 4: Mailinterview 1

Spørgsmål vedrørende familiers brug af Netflix i hverdagen

Tak fordi i vil bruge jeres tid på at deltage i min undersøgelse. Spørgsmålene omhandler familiens brug af Netflix. Hvis i har nogle spørgsmål eller problemer kan jeg kontaktes på ncl@nclaursen.dk eller mobil: 30 57 36 97.

Indledende

Skriv hver enkelt person op med oplysningerne ud for personen, følgende oplysninger skal som udgangspunkt med, der må godt tilføjes flere oplysninger som findes relevante:

Navn Bo Skovfoged (besvarer denne for husstanden)

Alder 37 år

Uddannelse (højest opnåede eller nuværende) Kandidat, cand.comm.

Beskæftigelse Kommunikationsansvarlig i privat virksomhed

Geografisk placering (bopæl) Storkøbenhavn (Nordsjælland)

Navn Sara Schapiro Rytter

Alder 31 år

Uddannelse (højest opnåede eller nuværende) Professionsbachelor

Beskæftigelse Sygeplejerske

Geografisk placering (bopæl) Samme

To børn, to og fem år

Bor I i hus, leje bolig eller noget 3. ?

Andelsbolig

Anskaffelse af Netflix

Hvordan hørte I om Netflix ?

It-medie, mener jeg. ComON.dk

Hvad havde i hørt om Netflix?

Amerikansk tjeneste, på vej til DK (dog med begrænset udvalg)

Havde dette en betydning for jeres valg om at få Netflix?

Nej

Ændrede det som i hørte fra bekendte om Netflix, på jeres holdning overfor Netflix, i forhold til det man har hørt, set og læst om Netflix i medierne?

Hørte ikke fra bekendte før jeg testede det

Havde i nogle betænkeligheder ved Netflix inden I fik det anskaffet, og i så fald, hvordan kom de til udtryk.?

De tilbød gratis prøvemåned, så det var bare at trække sig ud, hvis ikke det passede os. Et i DK begrænset udvalg er, om ikke betænkelighed, så et minus.

Hvordan har I det med jeres betænkeligheder nu efter I har haft det i hjemmet? *(Er de blevet bekræftet eller har I fået nye?)*

De har et lidt begrænset udvalg fortsat, men vi er godt med på, at det naturligvis følger udbud og efterspørgsel.

Havde tilgængeligheden af Netflix betydning for anskaffelsen? *(Det at tegne et abonnement på Netflix, og så har man det med det samme? Det at det kan anvendes på en lang række platforme?)*

Det var et stort plus!

Hvornår og hvordan anskaffede I jer Netflix?

(Hvem anskaffede det? På hvilken måde? Hvem betaler for det?)

Undertegnede – tog testperiode i juleferien 2012, da jeg overvejede at udskifte Yousee kabeltv med stueantenne og netbaseret tv. Prøvede det via app på Nintendo Wii, og det er husstanden, der betaler.

Netflix i hverdagen

Hvilke platforme anvender I Netflix på? *(PC, Spillekonsol, Tablets, Smart-tv, Smartphone osv.) ?*

Smart TV via Apple TV, spillekonsol (Wii) og på notebook

Hvorfor anvender I netop disse platforme frem for andre?

Bruger Apple TV da mit tv desværre ikke har Netflix App – det håber jeg dog kommer med en opdatering...

Hvem har besluttet at det er på disse platforme, at Netflix skal anvendes?

Undertegnede

Hvordan anvender I Netflix i familien? *(Ser I det sammen, eller ser I forskellige ting hver for sig? Hvilke tidspunkter anvender I Netflix?)*

Både sammen og hver for sig. Hustruen ser en del serier (Glee fx), mens vi sammen ser film og enkelte serier (Walking Dead, Spartacus, House of Cards). Børnene ser serier for børn.

Har I opsat regler for hvornår og hvor lang tid I anvender Netflix, eller har I debatteret dette emne? *(Hvad blev debatteret og hvilke regler har I evt. opsat?)*

Nej, ingen regler, kun sund fornuft

Er der noget som I ikke vil anvende Netflix til? *(Er der visse genrer I ikke vil se? Eller er der visse tidspunkter eller steder det ikke skal anvendes?)*

I princippet ikke, nej

Har Netflix overtaget for en anden teknologi? *(Leje af film, TV-pakkens størrelse, piratkopiering, DVD eller VHS-samlinger, Harddiskoptager?)*

Ja, fra Yousee kabeltv, fuldpakke. Vi lejer stadig film af og til på blueray og iTunes

Har I andre produkter hvor I ser film, tv, serier osv. end Netflix?

iTunes, web-tv, YouTube – og har haft Viaplay også

Hvordan anvendes disse i forhold til Netflix, eller i samspil med Netflix?

De supplerer dem – nyere film ser vi via fx Lovefilm-abonnement og iTunes, mens vi bruger diverse net-tv-tjenester til serier, film, sport, børne-tv.

Hvad skal der til for at Netflix ville kunne overtage helt for f.eks. en TV pakke? (Indhold, pris, tilgængelighed, designet af applikationen?)

Der skal mere og nyere indhold – uden for stor merpris...

Netflix og omverdenen.

Omtaler I Netflix overfor andre, venner familie osv?

Ja da

Hvordan omtaler i Netflix? (Er det selve produktet Netflix, eller er det indholdet, film og serier i omtaler)

Både og – vi er ærlige, vi har set en del serier og film, børnene lige så. Men vi savner lidt løbende nyheder

Hvis ikke, hvorfor omtaler I ikke Netflix?

Anvender i muligheden for at binde facebook konto og Netflix kontoen sammen? (Hvorfor/hvorfor ikke? Er der visse titler og typer af indhold på Netflix i bevidst ikke deler via facebook?)

Nej, det rager ikke andre, hvad vi ser ☺

Afrunding

Har i andre kommentarer i vil tilføje til emnet Netflix eller selve undersøgelsen generelt må i gerne uddybe her:

Bilag 5: Mailinterview 2

Spørgsmål vedrørende familiers brug af Netflix i hverdagen

Tak fordi i vil bruge jeres tid på at deltage i min undersøgelse. Spørgsmålene omhandler familiens brug af Netflix. Hvis i har nogle spørgsmål eller problemer kan jeg kontaktes på ncl@nclaursen.dk eller mobil: 30 57 36 97.

Indledende

Skriv hver enkelt person op med oplysningerne ud for personen, følgende oplysninger skal som udgangspunkt med, der må godt tilføjes flere oplysninger som findes relevante:

Navn: Mikkel Schou

Alder: 22

Uddannelse (højest opnåede eller nuværende): Bachelor, IVK

Beskæftigelse: Studerende

Geografisk placering (bopæl) : 5000

Bor I i hus, leje bolig eller noget 3. ?

Leje Bolig

Anskaffelse af Netflix

Hvordan hørte I om Netflix ?

Jeg fik netflix umiddelbart da de startede med at reklamere med det, hovedsagligt via facebook, tv osv.

Hvad havde i hørt om Netflix?

Havde først kun hørt om den Amrikanske netflix som har en kæmpe film- og tv-database, så mødet med den danske version var lidt skuffende.

Havde dette en betydning for jeres valg om at få Netflix?

Som sagt troede jeg at der var mere, men sitet forbedres hele tiden, og den fungerer rigtig godt!

Ændrede det som i hørte fra bekendte om Netflix, på jeres holdning overfor Netflix, i forhold til det man har hørt, set og læst om Netflix i medierne?

Nej egentlig ikke. Jeg tror at jeg var en af dem der fik det rigtig tidligt, så der var ikke så meget omtale om det det på daværende tidspunkt.

Havde i nogle betænkeligheder ved Netflix inden I fik det anskaffet, og i så fald, hvordan kom de til udtryk.? Faktisk ikke. Havde længe savnet et ligene program som alternativ til downloading, men det var som tidligere nævnt lidt skuffende.

Hvordan har I det med jeres betænkeligheder nu efter I har haft det i hjemmet? (Er de blevet bekræftet eller har I fået nye?)

Der var ikke de store betænkeligheder

Havde tilgængeligheden af Netflix betydning for anskaffelsen? (Det at tegne et abonnement på Netflix, og så har man det med det samme? Det at det kan anvendes på en lang række platforme?)

Uden tvivl. Den dag jeg anskaffede mig det på "30 day trial", var egentlig kun fordi at jeg og en ven ikke lige havde noget at se, og så tog den kun 5 min at have oprettet det både på computeren og på ps3, der var først efterfølgende at jeg opdagede hvor godt den samarbejder på alle hjemmets medieplatforme.

Hvornår og hvordan anskeffede I jer Netflix?

(Hvem anskaffede det? På hvilken måde? Hvem betaler for det?)

Omkring lanceringen i DK, og eftersom vi er flere i hjemmet der bruger vi det, er vi flere der bidrager til betalingen.

Netflix i hverdagen

Hvilke platforme anvender I Netflix på? (PC, Spillekonsol, Tablets, Smart-tv, Smartphone osv.) ? *PC, PS3, iphone*

Hvorfor anvender I netop disse platforme frem for andre?

Vi benytter netflix på alle de platforme der tillader det.

Hvem har besluttet at det er på disse platforme, at Netflix skal anvendes?

Det har vi hver især

Hvordan anvender I Netflix i familien? (Ser I det sammen, eller ser I forskellige ting hver for sig? Hvilke tidspunkter anvender I Netflix?)

Både sammen, og hver for sig. Vi bruger det enormt meget i lejligheden, så der er ikke nogle tidspunkter hvor vi bruger det mere end andre. Vi bruger det dog kun uden for skoletid/arbejdstid mm. Det smarte ved at dele Netflix er jo også at programmet kan køre på flere platforme på samme tid, uafhængigt af hinanden.

Har I opsat regler for hvornår og hvor lang tid I anvender Netflix, eller har I debatteret dette emne? (Hvad blev debatteret og hvilke regler har I evt. opsat?)

Nej

Er der noget som I ikke vil anvende Netflix til? (Er der visse genrer I ikke vil se? Eller er der visse tidspunkter eller steder det ikke skal anvendes?)

Nej

Har Netflix overtaget for en anden teknologi? (Leje af film, TV-pakkens størrelse, piratkopiering, DVD eller VHS-samlinger, Harddiskoptager?)

Leje/køb og generel visning af DVD'er er blevet meget sjældent nu, og det er kun når der skal ses materiale der ikke kan ses på netflix at vi benytter piratkopier. Det eneste der afholder os fra at reducere tv-pakkens størrelse er at vi derved også mister sportskanalerne.

Har i andre produkter hvor i ser film, tv, serier osv. end Netflix?

Kun piratkopier via computer/ps3

Hvordan anvendes disse i forhold til Netflix, eller i samspil med Netflix?

Kun når Netflix ikke selv har materialet. F.eks når netflix kun har 3 af en series 5 sæsoner.

Hvad skal der til for at Netflix ville kunne overtage helt for f.eks. en TV pakke? (Indhold, pris, tilgængelighed, designet af applikationen?)

Prisen måtte gerne sættes lidt op, og derved også indeholde livesport, så havde jeg droppet tv-pakke helt, og brugt dr1 som supplement med nyheder osv.

Netflix og omverdenen.

Omtaler I Netflix overfor andre, venner familie osv?

Jeg anbefaler det overfor alle jeg taler med, især hvis de også er villige til at betale en 20'er ekstra for at få en DNS der kan køre amerikansk netflix

Hvordan omtaler i Netflix? (Er det selve produktet Netflix, eller er det indholdet, film og serier i omtaler)

Indholdet, som er godt til prisen

Hvis ikke, hvorfor omtaler I ikke Netflix?

Anvender i muligheden for at binde facebook konto og Netflix kontoen sammen? (Hvorfor/hvorfor ikke? Er der visse titler og typer af indhold på Netflix i bevidst ikke deler via facebook?)

Nej, er generelt imod at facebook konto skal synkroniseres med andre ting, og holder det derfor opdelt.

Afrunding

Har i andre kommentarer i vil tilføje til emnet Netflix eller selve undersøgelsen generelt må i gerne uddybe her:

Bilag 6: Mailinterview 3

Spørgsmål vedrørende familiers brug af Netflix i hverdagen

Tak fordi i vil bruge jeres tid på at deltage i min undersøgelse. Spørgsmålene omhandler familiens brug af Netflix. Hvis i har nogle spørgsmål eller problemer kan jeg kontaktes på ncl@nclaursen.dk eller mobil: 30 57 36 97.

Indledende

Skriv hver enkelt person op med oplysningerne ud for personen, følgende oplysninger skal som udgangspunkt med, der må godt tilføjes flere oplysninger som findes relevante:

Navn Mette (Efternavn er bortcensureret)
Alder 35
Uddannelse (højest opnåede eller nuværende) Cand Mag
Beskæftigelse Projektleder
Geografisk placering (bopæl) København

Bor I i hus, leje bolig eller noget 3. ?

Andel

Anskaffelse af Netflix

Hvordan hørte I om Netflix ?

Twitter og netaviser

Hvad havde i hørt om Netflix?

Mulighed for at streame serier m.m.

Havde dette en betydning for jeres valg om at få Netflix?

Ja

Ændrede det som i hørte fra bekendte om Netflix, på jeres holdning overfor Netflix, i forhold til det man har hørt, set og læst om Netflix i medierne?

Anmeldelser påpegede at der ikke var stort udbud, samt at de nyeste sæsoner ikke var på Netflix.

Havde i nogle betænkeligheder ved Netflix inden I fik det anskaffet, og i så fald, hvordan kom de til udtryk.?

Nej, også fordi det til at begynde med var en gratis prøveperiode

Hvordan har I det med jeres betænkeligheder nu efter I har haft det i hjemmet? (Er de blevet bekræftet eller har i fået nye?)

Det er bekræftet at udbuddet ikke er så stort, eller nyt i hvert fald.

Og vi er i gang med at se Californication, hvor der kun er 3 ud af 6 sæsoner på Netflix.

Det dækker derfor ikke hele mediebehovet og der er brug for supplement fra andre kilder.

Havde tilgængeligheden af Netflix betydning for anskaffelsen? (Det at tegne et abonnement på Netflix, og så har man det med det samme? Det at det kan anvendes på en lang række platforme?)

Nej, men efterfølgende har vi anskaffet en WD boks, og det er smart det kan køre via den (som HBO fx ikke kan).

Hvornår og hvordan anskaffede I jer Netflix?

(Hvem anskaffede det? På hvilken måde? Hvem betaler for det?)

Jeg anskaffede det, lige da det blev lanceret via nettet, og det er en fælles udgift.

Netflix i hverdagen

Hvilke platforme anvender I Netflix på? (PC, Spillekonsol, Tablets, Smart-tv, Smartphone osv.) ?

Vi ser det udelukkende via WD boks.

Hvorfor anvender I netop disse platforme frem for andre?

Vi har ikke en tablet, hvis vi havde ville de helt sikkert også blive brugt til Netflix.

Hvem har besluttet at det er på disse platforme, at Netflix skal anvendes?

Det har givet sig selv.

Hvordan anvender I Netflix i familien? (Ser I det sammen, eller ser I forskellige ting hver for sig? Hvilke tidspunkter anvender I Netflix?)

70% af forbruget er tegnefilm til børnenene (4 og 5 år), dvs mest i weekenderne, og ind i mellem eftermiddage i hverdage.

30% er serier såsom House, Californication som er efter kl.20

Har I opsat regler for hvornår og hvor lang tid I anvender Netflix, eller har I debatteret dette emne? (Hvad blev debatteret og hvilke regler har I evt. opsat?)

Nej

Er der noget som I ikke vil anvende Netflix til? (Er der visse genrer I ikke vil se? Eller er der visse tidspunkter eller steder det ikke skal anvendes?)

Nej

Har Netflix overtaget for en anden teknologi? (Leje af film, TV-pakkens størrelse, piratkopiering, DVD eller VHS-samlinger, Harddiskoptager?)

Til en vis grad DVD'er med serier, og DVD'er med børnefilm.

Har I andre produkter hvor I ser film, tv, serier osv. end Netflix?

HBO og DVD afspiller

Hvordan anvendes disse i forhold til Netflix, eller i samspil med Netflix?

Afhængigt af hvad der ønskes at ses og hvor det er tilgængeligt.

Hvad skal der til for at Netflix ville kunne overtage helt for f.eks. en TV pakke? (Indhold, pris, tilgængelighed, designet af applikationen?)

Pris ville være ok, såfremt der blev udbudt

1. Alle sæsoner af serier
2. Flere af de populære amerikanske serier

Netflix og omverdenen.

Omtaler I Netflix overfor andre, venner familie osv?

Nej

Hvordan omtaler i Netflix? (Er det selve produktet Netflix, eller er det indholdet, film og serier i omtaler)

Hvis ikke, hvorfor omtaler I ikke Netflix?

Andre mere væsentlige ting at tale om

Anvender i muligheden for at binde facebook konto og Netflix kontoen sammen? (Hvorfor/hvorfor ikke? Er der visse titler og typer af indhold på Netflix i bevidst ikke deler via facebook?)

Nej, ikke behov for at dele tv-forbrug

Afrunding

Har i andre kommentarer i vil tilføje til emnet Netflix eller selve undersøgelsen generelt må i gerne uddybe her:

Den overvejende årsag til at jeg tilmeldte mig/os Netflix var pga. af serier, men det har vist sig at være vores børn, som har haft mest glæde af det. Af samme grund har jeg ikke afmeldt abonnementet, selvom det er gået ud over den gratis prøveperiode. Hvis de mister interessen, vil jeg nok afmelde det. Vores seriebehov kan blive bedre dækket andre steder og Netflix ville ikke blive så savnet såfremt vi ikke havde det længere.

Mange tak for jeres hjælp. Hvis i ønsker at være anonyme i jeres besvarelser. i forhold til udgivelsen af projektet må i gerne angive det her. I vil kun blive nævnt ved fornavn hvis I ikke vil være anonyme. Personfølsomme oplysninger vil blive bortcensureret fra opgaven.

Ikke behov for anonymitet, så længe det kun er ved fornavn man nævnes.

Bilag 7: Mailinterview 4

Spørgsmål vedrørende familiers brug af Netflix i hverdagen

Tak fordi i vil bruge jeres tid på at deltage i min undersøgelse. Spørgsmålene omhandler familiens brug af Netflix. Hvis i har nogle spørgsmål eller problemer kan jeg kontaktes på ncl@nclausen.dk eller mobil: 30 57 36 97.

Indledende

Skriv hver enkelt person op med oplysningerne ud for personen, følgende oplysninger skal som udgangspunkt med, der må godt tilføjes flere oplysninger som findes relevante:

navn

Lasse Abildgaard Kristensen

alder

24

Uddannelse (højest opnåede eller nuværende)

Diplomingeniør i byggeteknik

beskæftigelse

Studerende (Civilingeniør i konstruktionsforståelse)

Geografisk placering (bopæl)

Odense, Danmark

Bor I i hus, leje bolig eller noget 3. ?

Til leje

Anskaffelse af Netflix

Hvordan hørte I om Netflix ?

Reklamer på hjemmesider og tv.

Programmet kom med en opdaterings på playstaion 3 og derved kom jeg igang med at bruge det.

Hvad havde i hørt om Netflix?

Film, serier og dokumentarer for 79 kr per måned.

Havde dette en betydning for jeres valg om at få Netflix?

Det var billigere end at have en tv-pakke og man kan selv vælge hvad man vil se, når man vil se det.

Ændrede det som i hørte fra bekendte om Netflix, på jeres holdning overfor Netflix, i forhold til det man har hørt, set og læst om Netflix i medierne?

Jeg startede med at bruge netflix uden indflydelse fra andre, da jeg fik det så snart det var en del af playstaion 3'en og havde ikke hørt andres meninger om det på det tidspunkt.

Havde i nogle betænkeligheder ved Netflix inden I fik det anskaffet, og i så fald, hvordan kom de til udtryk.?

At indholdet ikke var tilstrækkeligt, men tilføjelser af film og serier, gør at jeg ikke løber tør for nyt at se. Serierne er langt bagud i forhold til tv, men til 79 kr per måned, er jeg godt tilfreds.

Hvordan har I det med jeres betænkeligheder nu efter I har haft det i hjemmet? (Er de blevet bekræftet eller har I fået nye?)

Jeg er blevet positivt overrasket over hvor godt det fungerer og hvor god systemet er til at foreslå film ud fra hvad man har set tidligere.

Havde tilgængeligheden af Netflix betydning for anskaffelsen? (Det at tegne et abonnement på Netflix, og så har man det med det samme? Det at det kan anvendes på en lang række platforme?)

Det virkede med det samme, der var ingen problemer.

Hvornår og hvordan anskaffede I jer Netflix?

(Hvem anskaffede det? På hvilken måde? Hvem betaler for det?)

Omkring november, hvis ikke før.

Det var installeret og jeg betaler selv for det.

Netflix i hverdagen

Hvilke platforme anvender I Netflix på? (PC, Spillekonsol, Tablets, Smart-tv, Smartphone osv.) ?

Pc, smartphone og PS3.

Hvorfor anvender I netop disse platforme frem for andre?

PS3'en har den fordel at den altid er tilsluttet tv'et og man benytter joysticket som fjernbetjening. En pc tilsluttet kræver at man skal have fat i pc'en for at se noget og det ville besværliggøre det at benytte netflix meget.

Hvem har besluttet at det er på disse platforme, at Netflix skal anvendes?

Har jeg selv.

Hvordan anvender I Netflix i familien? (Ser I det sammen, eller ser I forskellige ting hver for sig? Hvilke tidspunkter anvender I Netflix?)

Mest benytter jeg det selv, men ved filmaftener eller en der kommer forbi til et enkelt afsnit er en serie, er det oplagt at bruge netflix, frem for leje af film, eller se forudbestemt tv fra almindeligt tv-signal.

Har I opsat regler for hvornår og hvor lang tid I anvender Netflix, eller har I debatteret dette emne? (Hvad blev debatteret og hvilke regler har I evt. opsat?)

Jeg ser det, når det passer mig.

Er der noget som I ikke vil anvende Netflix til? (Er der visse genrer I ikke vil se? Eller er der visse tidspunkter eller steder det ikke skal anvendes?)

Jo mere alsidig netflix er jo bedre. Der skal være et bredt udvalg for alle. Jeg ser gerne gysere.

Pornografi skal ikke være tilgængeligt for et sådan familievenligt system. Jeg synes kun godt om at det er et sobert udvalg af film.

Har Netflix overtaget for en anden teknologi? (Leje af film, TV-pakkens størrelse, piratkopiering, DVD eller VHS-samlinger, Harddiskoptager)?

Leje af film i høj grad. Jeg har ikke lejet en eneste film siden jeg fik netflix. Samt jeg kunne ikke længere finde på at få mig en tv pakke. Jeg tror på at det modvirker piratkopiering, da man er underholdt med den mængde materiale, som de har. Bortset fra at hvis man vil se en nyere film, er der ikke andet for at gå i biografen, købe filmen, eller leje den. Jeg venter på at den kommer på net flix i stedet.

Har i andre produkter hvor i ser film, tv, serier osv. end Netflix?

Nej.

Hvordan anvendes disse i forhold til Netflix, eller i samspil med Netflix?

Hvad skal der til for at Netflix ville kunne overtage helt for f.eks. en TV pakke? (Indhold, pris, tilgængelighed, designet af applikationen?)

Indholdet. Hvis netflix havde samme indhold som tv og man frit kunne vælge, ville det ikke gøre noget at det kostede 200-300 kr per måned.

Netflix og omverdenen.

Omtaler I Netflix overfor andre, venner familie osv?

Ja, da jeg mener det et godt alternativ til tv-pakker. Bortset fra manglen på nyhedsudsendelser, da det kun er film og tv.

Hvordan omtaler i Netflix? (Er det selve produktet Netflix, eller er det indholdet, film og serier i omtaler)

Det er både produktet og designet og indholdet. Jeg er glad for funktionen at den foreslår film man kan se, så man også prøver at se film, man ikke har hørt nogen omtale om før.

Hvis ikke, hvorfor omtaler I ikke Netflix?

Anvender i muligheden for at binde facebook konto og Netflix kontoen sammen? (Hvorfor/hvorfor ikke? Er der visse titler og typer af indhold på Netflix i bevidst ikke deler via facebook?)

Nej, jeg betragter det som to ting der ikke skal sammensættes. Netflix er tv og facebook er et socialt medie, samt jeg ikke gider se på hvad andre ser på min nyhedsoversigt på facebook hver dag.

Afrunding

Har i andre kommentarer i vil tilføje til emnet Netflix eller selve undersøgelsen generelt må i gerne uddybe her:

Serier skal være mere up to date.

Bilag 8: Nyhedsbrev fra Brancheforeningen for Forbrugerelektronik.



Flere streamingtjenester kæmper om markedet, men da de fleste blev lanceret i sidste kvartal i 2012 og typisk tilbød gratis prøveperiode, må undersøgelsen af deres udbredelse tages med forbehold.

Streamingtjenester populære - især hos unge

Streamingtjenester bliver mere og mere populære - omend der er store forskelle i udbredelsen: Det afhænger af hvordan tv-signalet modtages og af alderen:

- Det i høj grad er de unge, der benytter streamingtjenester. I gruppen af 20-29 årige svarer 56 % af de adspurgte, at de har benyttet streamingtjenester i løbet af 2012, fortæller informationschef Johs Johansen, BFE.

BFE's årlige forbrugerundersøgelse viser også, at husstandenes brug af On Demand-tjenester svinger fra mellem 3-5 % hos fællesantenne-tv-udbydere og Canal Digital over 9-10 % hos YouSee og Stofa til 15-25 % hos Viasat og TDC.

Johs Johansen vurderer, at husstandenes anvendelse af On Demand synes at være meget bestemt af udbyderens tilbud - og antageligt markedsføringen af samme. Alle tv-udbydere, bortset fra antennedistributøren Boxer, har On Demand-tjenester.

Næsten hver tredje husstand har prøvet

- Knap 30 procent af husstandene oplyser, at de har benyttet streamingtjenester. Af de husstande, der har benyttet dem, oplyser 54 % at de har benyttet DR.nu/DR.dk, 51 % at de har benyttet Netflix, 21 % at de har benyttet Viaplay, 14 % at de har benyttet TV 2 Play, 8 % at de har benyttet YouBio og 5 % at de har benyttet HBO, oplyser Johs Johansen.

Han føjer til, at i streamingtjenesterne for alvor dukkede op i sidste kvartal af 2012, hvor mange af dem havde introduktion med tilbud om prøveperioder m.v., hvorfor procentfordelingen på tjenester givet vil rykke sig når et helt, »normalt« år kommer med.

- Afsluttende må det konkluderes, at husstandene ikke er fremmede overfor tv-sening via nettet: 34 procent af de adspurgte husstande svarer ja til spørgsmålet: »Har du via dit Smart TV, din computer eller smartphone set en hel udsendelse fra start til slut på nettet?«, siger Johs Johansen.

Bilag 9: Screenshot fra Netflix hjemmeside og facebook annonce, med tilbud om 1 måneds prøveperiode

