

Kérdések és jövőképek a magyar online tartalomszolgáltatásban

Zöld könyv

2013.12.09



Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete

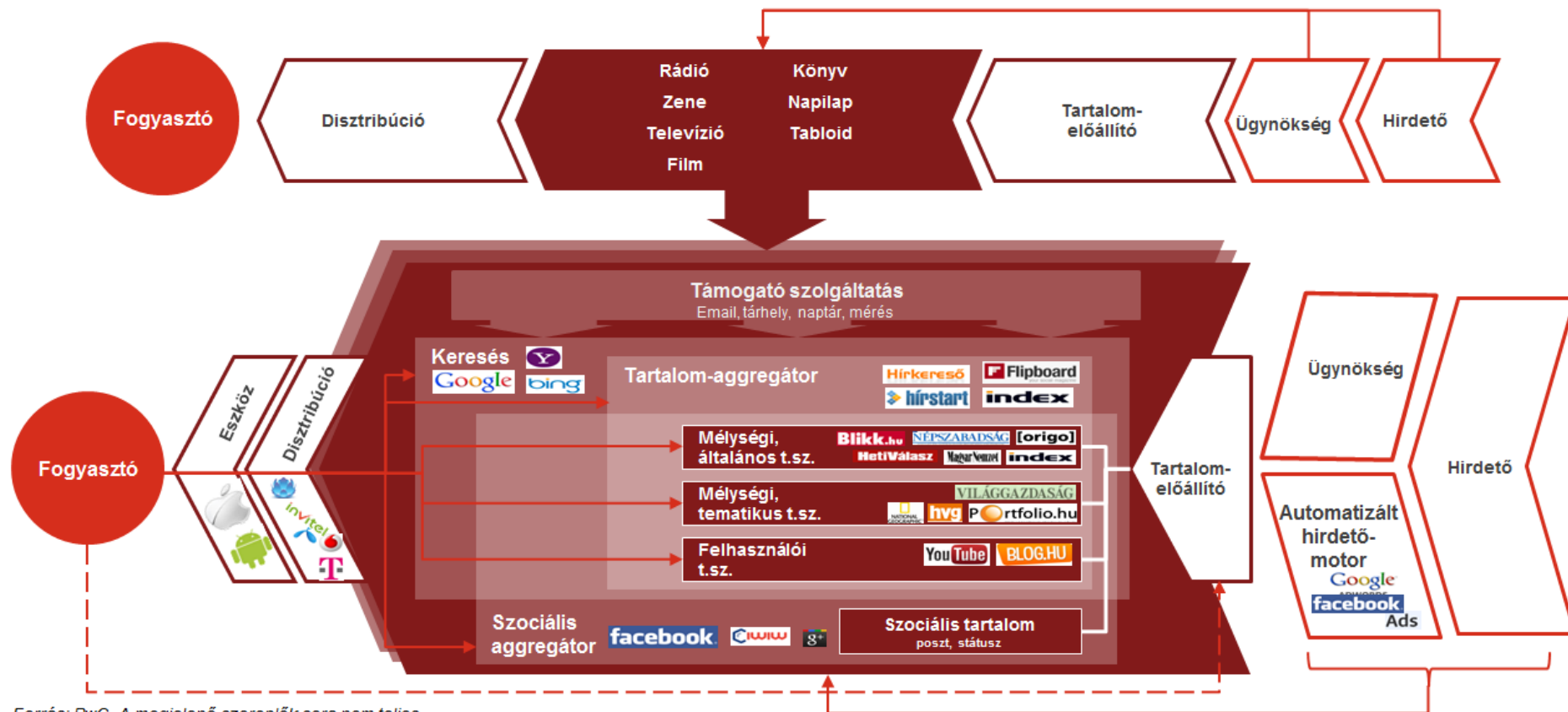
Tartalom

- 1. *Mi a digitális/online tartalomszolgáltatás, és ki a hazai digitális tartalomszolgáltató?***
- 2. *A hazai online tartalomszolgáltatás évről évre piacot veszít***
A felhasználók fejlettebb szolgáltatásokat igényelnek, amelyeket globális szereplők hatékonyabban képesek kielégíteni.
- 3. *Nemzetközi trendek és fejlemények***
Középpontban a szerzői jogok és adózási kérdések; helyi megegyezések több európai országban.
- 4. *Hová tart a digitális tartalomszolgáltatás?***
A hazai online tartalomszolgáltatói iparág előtt az eltűnés, a vegetálás, vagy a modellváltás/átalakulás is lehetséges forgatókönyvek.

1. Mi a digitális/online tartalomszolgáltatás, és ki a hazai digitális tartalomszolgáltató?

Az online tartalomszolgáltatók olyan vállalatok, amelyek szöveges vagy multimédia tartalmat alkotnak vagy vesznek át, és terjesztenek mobil vagy vezetékes online környezetben.

A fogyasztók több indirekt útvonalon érhetik el az online tartalmat; a tartalmak közvetítői, aggregálói egyben a felhasználás pontjaivá is váltak, és a fogyasztók egyben tartalom előállítóként is részt vesznek az online tartalomszolgáltatás értékláncában.



Forrás: PwC. A megjelenő szereplők sora nem teljes

Hazai online tartalomszolgáltató definíciónk szerint az a digitális/online tartalomszolgáltató, amely működésének fő értékvezérlő tényezői (bevétel, költségek, adózás) magyarországi telephelyhez köthetőek.

Az online tartalomszolgáltatók jellegének megközelítései

Forrás: PwC elemzés

Megnevezés	Magyar nyelvű szolgáltatás	Döntéshozatal helye	Fő értékvezérlők	Tulajdonosi szerkezet
facebook.com	hazai	globális	globális	globális
google.hu	hazai	hazai */globális	globális	globális
index.hu	hazai	hazai	hazai	hazai
origo.hu	hazai	hazai	hazai	globális

* a magyarországi telephelyhez kapcsolódóan

- A hazai digitális tartalomszolgáltatók a foglalkoztatás, tudásfejlesztés és megtartás mellett a hiteles tájékoztatást, és a tisztességes üzleti gyakorlaton keresztül a hazai gazdasági és kulturális értékek fejlődését tekintik különleges felelősségüknek
- A megkérdezett hazai tartalomszolgáltatók meglátása szerint a felelős üzleti gyakorlat nem minden esetben valósul meg a globális tartalomszolgáltatók automatikus hirdetőmotorainak működésekor

2. A hazai online tartalomszolgáltatás évről évre piacot veszít.

A felhasználók fejlettebb szolgáltatásokat igényelnek, amelyeket globális szereplők hatékonyabban képesek kielégíteni.

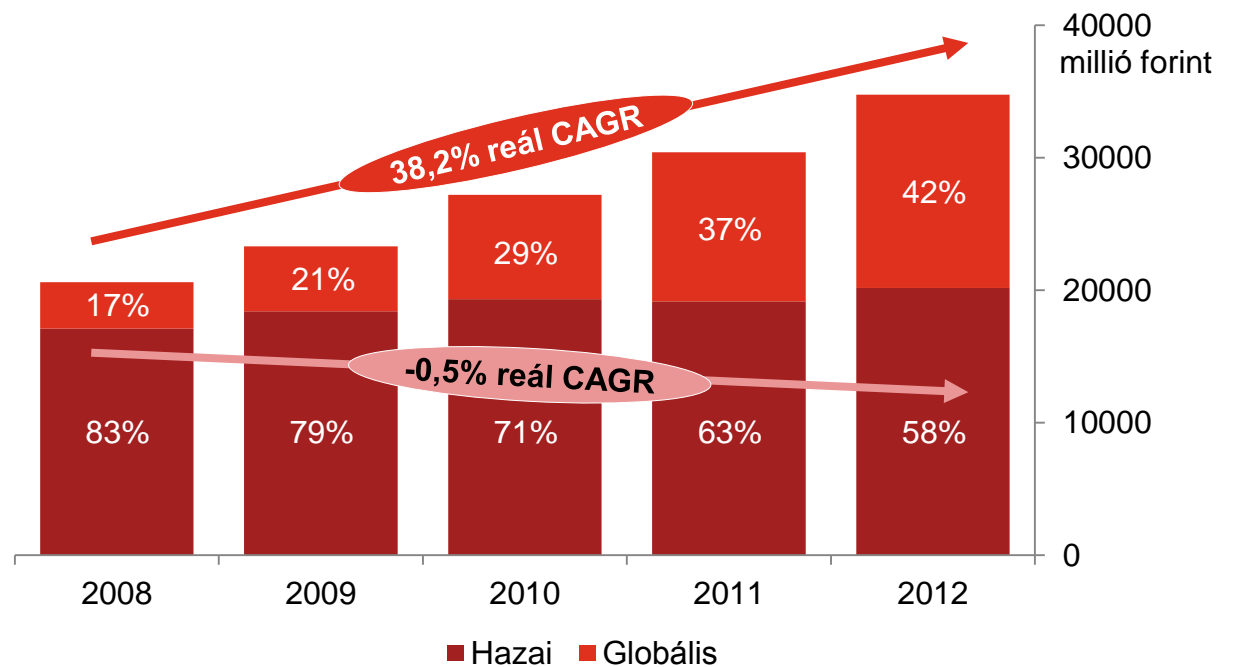
A digitális bevételek dinamikusan növekednek

A globális szereplők új hirdetői szegmensekkel (pl. KKV szektor) bővítették a digitális reklámtortát.

- A növekedést Magyarországon a globális szereplők adják a hazaiak negatív stagnálása mellett.
- A meghatározó hazai digitális tartalomszolgáltatók által előrevetített egyensúlyi megoszlás 65/35% a globális szereplők javára
- Magyarországon a digitális hirdetési bevételek öt éves átlagos növekedése (CAGR) 14%-ot tett ki
- A digitális tartalomszolgáltatás bevételeinek vezérlője a hirdetési bevétel, 2012-ben az iparág bevételeinek közel 96%-a hirdetésekől származott

A globális és hazai szereplők részesedése a digitális reklámbevételekből.

2008-2012, millió forint. Forrás: IAB AdEx, PwC Szórakoztatási és médiapiaci körkép



A globális trendek hatása az iparágra

A hazai tartalomszolgáltatás erőssége helyi tartalom relevanciája.

- A **nyelvi védettség** csak a szűken értelmezett online tartalomszolgáltatás határain belül érvényes, addig a pontig, ameddig a globális tartalomszolgáltatók kicsinek értékelik a magyar piacot az azon való aktív versenyzésre
- **Globális szereplő a hazai fogyasztó belépési pontján:** A magyar tartalomfogyasztó inkább a globális tartalomaggregátorokon keresztül fér hozzá és fogyasztja az online tartalmat
- A digitális hirdető elvárásai: **pontos hatékonyság- és teljesítménymérés**; együttműködés, automatizált hirdetői felhatalmazás; eladástámogató hirdetési technológia
- A szükséges **adatkezelés jogi szabályozása** – véleményük szerint – egyenlőtlen játékfeltételeket teremt, így komoly versenyhátrányt okoz hazai digitális tartalomszolgáltatók számára

A hazai online tartalomszolgáltatók helyzetét meghatározó tényezők a fogyasztó szemszögéből

Sematikus ábrázolás. Forrás: PwC felmérés a meghatározó hazai tartalomszolgáltatók véleményéről



3. Nemzetközi trendek és fejlemények

Középpontban a szerzői jogok és adózási kérdések; helyi megegyezések több európai országban

Szerzői jogok és adózási kérdések a nemzetközi fejlemények sarokpontjai

Németország

Konfliktus: szerzői jogok, Google News

Megoldás: 2013. augusztus 1.: törvényi szabályozás; feljelentkezéssel alapon kerülhetnek csak be az online tartalomszolgáltatók, a világ más részeivel szemben

Kimenet: A legnagyobb tartalomszolgáltatók többsége (pl. Axel Springer, Zeit, Spiegel) mégis engedélyezte a tartalma elérését a szolgáltatáson keresztül

Egyesült Királyság

Konfliktus: adóoptimalizálás

Vizsgálat folyamatban: A parlament meghallgatta az Amazon, a Google, és a Starbucks képviselőit. A hivatalos közlemény szerint „adóelkerülés” és „erkölcsileg megkérdőjelezhető” a nevezett cégek adózási gyakorlata

Franciaország

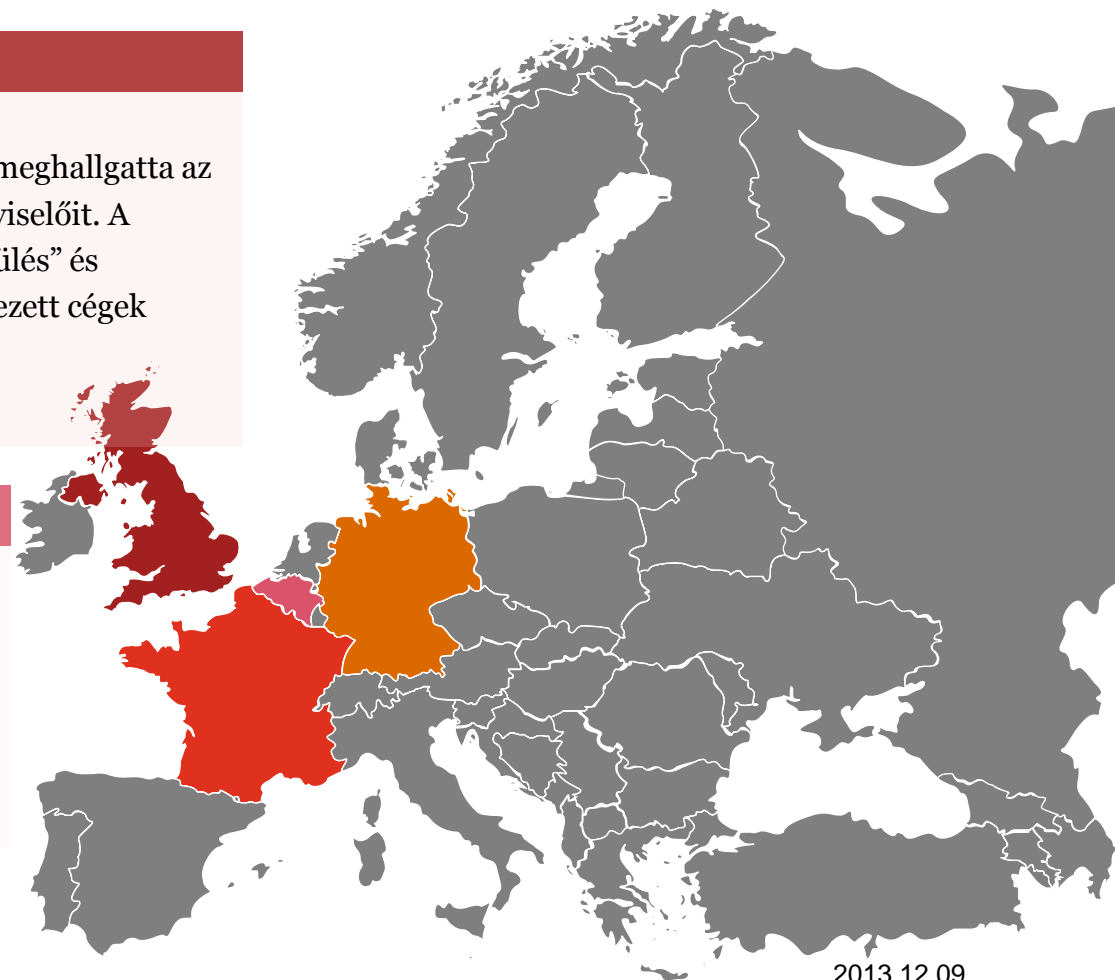
Konfliktus: szerzői jogok, Google News

Megoldás: Google 60 millió euróval finanszírozza a helyi tartalomszolgáltatás támogatására létrejött *Digitális kiadás innovációs alapot*, cserébe együttműködik a francia kiadókkal a hirdetési szolgáltatásainak alkalmazása területén

Belgium

Konfliktus: szerzői jogok, Google News

Megoldás: A Google hirdet a helyi kiadók felületein, cserébe segítséget nyújt számukra a saját szolgáltatásai használatával kapcsolatban



4. Hová tart a digitális tartalomszolgáltatás?

A hazai online tartalomszolgáltatói iparág előtt az eltűnés, a vegetálás, vagy a modellváltás/átalakulás is lehetséges forgatókönyvek.

A hazai online tartalomszolgáltatás jövője

Az eltűnés, a vegetálás, vagy a modellváltás és átalakulás is lehetséges forgatókönyvek.

Hogyan lenne képes a hazai tartalomszolgáltatás versenyképes egyszerű, értékes szolgáltatást teremteni a kishirdetők számára?

A globális aggregátorok forgalmat generálnak. A kérdés ez esetben a teremtett érték, és hogy létezik-e ideális, preferált bevételeloszlás?

Az előrevetített 35%-os egyensúlyi piaci részesedés valós veszély-e, és elegendő-e a magyar online tartalomszolgáltatás fennmaradásához?

Hogyan teremthetők meg az egyenlő játékfeltételek adatkezelésben, adózásban a hazai és a globális szereplők között?

Létezik-e, és mekkora lenne a globális szereplők lokális központi elosztásban betöltött ideális szerepe, az adózásuk jelenlegi és tisztességes mértéke?

Képviselhetik-e a globális szereplők a kulturális és társadalmi ügyeinket, válhatnak-e véleményvezérré („agenda setter”), esetleg platformszerepet töltenek majd be a jövőben?

Mi a Te véleményed?

A zöld könyv célja az iparági folyamatok problémafelvető bemutatása, az iparági párbeszéd és konstruktív megoldáskeresés katalizálása.
Mi a Te véleményed?



Sere Péter

Igazgató

peter.sere@hu.pwc.com

M: + 36 30 824 1223

T: +36 1 461 9113

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, PwC, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.

© 2013 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers Auditing Ltd. and/or PricewaterhouseCoopers Hungary Ltd. which are member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.