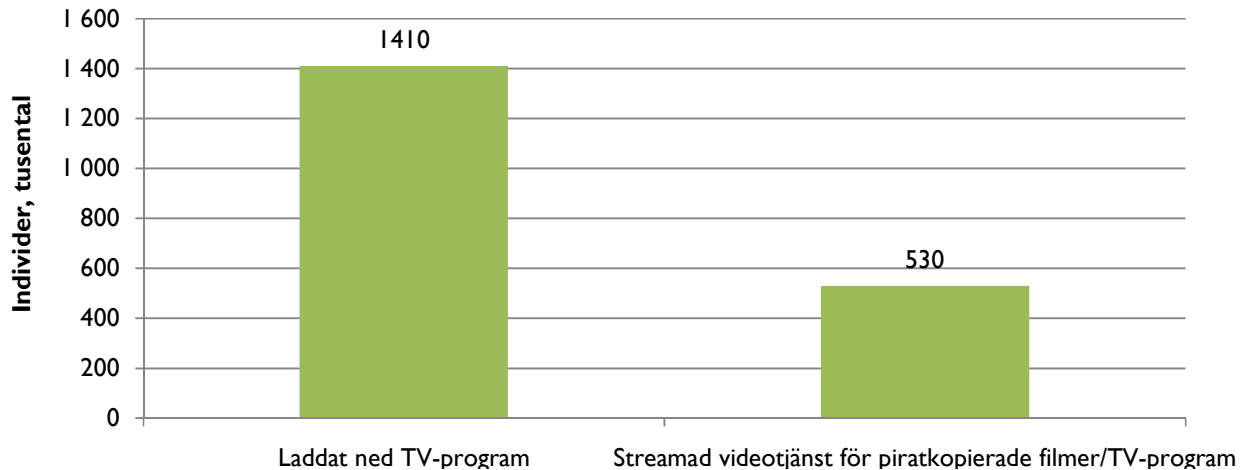


Fjärde kvartalet 2009: Illegal fildelning och streaming av TV ökar

Under fjärde kvartalet svarar 1,4 miljoner 15-74-åringar att de laddat ned TV-program. Förutom nedladdning är det också över en halv miljon som svarar att de under perioden använt någon illegal streamingtjänst för att komma åt filmer eller TV-program. Sammantaget bedömer Mediavision att den illegala konsumtionen av rörlig bild idag är på samma nivå som före Ipred-lagen, eller t o m något högre.

Figur 1: Laddat ned TV-program respektive använt illegal streamingtjänst (15-74 år)



Sedan i höstas har Mediavision uppmätt en ökning för illegal nedladdning av TV-program. När Ipredlagen diskuterades som mest under våren 2009 tycktes trenden vända och antalet fildelare minskade. Nu är utvecklingen den motsatta. Dessutom har de illegala streamingtjänsterna för film och TV blivit mer eftersökta. Drygt en halv miljon nyttjade dessa under fjärde kvartalet och bland 15-24-åringarna är det hela 20% som svarar att de tittat på rörliga bilder från dessa typer av sajter under Q4. Sammantaget svarar 60% av de unga att de idag använder tjänster för att nå illegalt eller piratkopierat media innehåll. För befolkningen i sin helhet (15-74 år) är motsvarande siffra 40%. Detta är samma nivå som före Ipred.

- Utvecklingen som tidigare under 2009 pekade mot minskad fildelning och färre pirater ser ut att ha stannat av. När det gäller TV-program skulle naturligtvis situationen förbättras om ett ökat utbud av utländska serier och internationellt innehåll också kunde erbjudas via exempelvis de svenska TV-aktörernas playtjänster säger Jens Häger på Mediavision.

- Vår analys visar att konsumenterna i allt högre grad vill bestämma själva när de ska titta och från vilken skärm. Dessvärre har många blivit skickliga i att kringgå Ipredlagen. Sättet att råda bot på detta, utöver lagstiftning, är naturligtvis genom att erbjuda bra lagliga alternativ.

Om Mediavisions analys

Mediavision har under en längre tid följt ändrade medievanor hos den svenska allmänheten 15-74 år. Varje månad intervjuas ca 1 700 slumpmässigt utvalda personer mellan 15-74 år per telefon och webb. Syftet med Mediavisions analys är att kartlägga såväl etablering som användande av digitala medier i hemmiljö. Mediavisions undersökning är en individundersökning och en s.k. konsumenttracking; dvs. alla siffror gäller individer och härrör från konsumentledet.

Räckvidd för webb-TV uppmäts som en *genomsnittlig medveten* räckvidd bland 15-74-åringar med tillgång till bredband i hemmet. De som uppger att de tittat på webb-TV någon gång den senaste månaden (igår, senaste veckan, senaste månaden), tillfrågas om vilka sajter de tittat på webb-TV-innehåll från (spontan och hjälpt erinran).

Mediavision är ett oberoende konsult- och analysföretag, inriktat på analys och strategi för det digitala medielandskapet.

För mer information, kontakta:

Mediavision

Jens Häger

E-mail: jens.hager@mediavision.se

Tel: 08-52 80 90 90

Mobil: 073-524 47 50