Striiminguteenuste statistika: Eesti inimesed kasutavad palju YouTube’i, enim aega veedetakse Netflixis

4 aastat tagasi - 13.01.2022 Autor: AM

Eesti inimeste seas on vaieldamatult kõige menukamaks voogedastusplatvormiks endiselt YouTube, samas veedab üks vaataja keskmiselt kõige rohkem aega Netflixis, selgub telekomioperaatori Elisa poolt avaldatud statistikast. Kahe suurema platvormi kõrval näitavad kasvunumbreid ka mitmeid teised kodumaised ja välismaised platvormid.

Elisa isikustamata võrguandmete põhjal koostatud statistika näitab, et 2021. aastal kasutas YouTube’i igakuiselt ligi kolm korda rohkem kasutajaid kui Netflixi ja enam kui 35 korda rohkem kui Amazon Prime Videot. Võrreldes eelneva aastaga on aga YouTube’i vaatajaskond ainsa võrdluses oleva platvormina langenud, samas kui Netflixi kasutajate hulk on ligi kolmandiku võrra kasvanud.

Kui kasutajate hulk on aastast aastasse enamike platvormide puhul peamiselt tõusnud, siis 2020. aastal veetsid kasutajad videosisu saatel oluliselt rohkem aega ning mullu oli näha märgatavat langustrendi. Mõlemal aastal on kõige suuremad muutused toimunud Amazon Prime Video puhul.

“2020. aasta märksõnadeks olid kaugõpe, ettevaatlikkus ja ühiskonna sulgemine, mis tähendas, et meelelahutust tuli leida kodust lahkumata. Statistika näitab selgelt, et inimesed pöördusid videote, filmide ja seriaalide poole,” ütles Elisa meelelahutusteenuste valdkonna juht Kertu Popp. “Mullu taastus osaliselt kinode töö, reisiti julgemalt ning külastati kontserte, seega veedeti ka vähem aega videosisu seltsis.”

Viimaste aastate jooksult veedab keskmine kasutaja kõige rohkem aega Netflixis ja kõige vähem Amazon Prime Videos. Võrreldes 2020. andmeid 2021. aastaga on näha, et keskmiselt striimis üks kasutaja andmemahtusid ühes kuus 12% rohkem.

Keskmise vaatamisaja arvestuses tegi mullu kõige väiksema languse Netflix, kõige suurema Amazon Prime, kukkudes enam kui 20%.

“Keskmist vaatamisaega saab hõlpsalt tuletada sellest, kui palju andmemahtu on erinevate teenuste jaoks kasutatud. Languste puhul mängib kindlasti väikest rolli

ka see, et aja jooksul muutuvad platvormid efektiivsemaks, mis tähendab, et sama hulk sisu on võimalik edastada vähem andmeid liigutades," märkis Popp.

Sellegipoolest on Popi sõnul näha selgeid käitumismustreid. "Prime Videos vaadatakse peamiselt kiirelt ära see, mis konkreetselt hetkel huvi pakub, YouTube'is vaatab üks kasutaja kuu jooksul paraja käputäie videoid ning Netflixis on levinud *binge*-vaatamine ehk sisu tarbitakse järjest ja pikalt," sõnas ta.

Lisaks suurematele ülemaailmsetele teenustele investeerisid eestlased möödunud aastatel suures koguses aega ka kodumaistest, vähemtuntud või uuematest teenustest sisu tarbimisele. Popp tõi tugevaid tulemusi näidanud platvormidena välja Elisa Huubi, Viaplay, TikToki, Twitchi ja ka Instagrami ning Facebooki videosisu. Üllatavalt on vaatajaid ka HBO Max voogedastusteenusel, mis tuli USAs turule 2020. aasta mais ning Eestisse ametlikult veel jõudnud polegi. Eestis kogus teenus möödunud aastal üle mitme tuhande kliendi, kes tegelikult teenust näha ei tohiks.

"Paeluvat ja kvaliteetset sisu leiab kümnetelt erinevatelt platvormidelt, seega mida aeg edasi, seda killustatumaks statistika muutuma hakkab. Oleme täheldanud sarnast trendi suurtel turgudel juba aastaid. Kliendid kasutavad korraga mitmeid teenusepakkujaid korraga selleks, et meelepärast sisu tarbida– striimingu monopolide aeg hakkab läbi saama," tõdes Popp.

Kui tahad kohaliku sisu näha, siis tõenäoliselt parim koht selleks on just Youtube. See on viimaste aastatega teinud märkimisväärse hüppe nii tarbijate kui sisuloojate hulga poolest. Oma osa striimingustatistika edendamisele annab ka Arvutimaailm Youtube´i kanaliga www.youtube.com/arvutimaailm.

- Uudised
- Kuvarid ja telerid

Pilt


NETFLIX
GUIA
OK