

2017. 09. 27.

C r e a t e

N e W a v e

K o c c a !

대한민국  
영토,  
콘텐츠로  
넓힌다!

Create NeWave Kocca

Content Industry Trend of EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

2017년 17호

# 유럽 콘텐츠산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

2017년 17호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	▶ <b>【유럽 디지털 플랫폼 동향】</b> ⇒ 이 보고서는 독일, 북유럽, 영국 등 현지 VOD 플랫폼(바이어) 동향을 제공하고자 작성되었음	VOD, 콘텐츠, 플랫폼

2017. 9. 15.

한국콘텐츠진흥원

유럽 비즈니스센터



## 『유럽 디지털 플랫폼 동향 2017』

### ◎ 작성취지

- 독일, 북유럽, 영국 등 현지 VOD 플랫폼(바이어) 동향을 제공하고자 작성되었음

### ◎ 작성순서

- 1. 개요
- 2. 독일
- 3. 북유럽
- 4. 영국 (Walter Presents)
- 5. 요약

### ◎ 참고

- ※ C21 Media 웹사이트에 게재된 ‘Digital Buyers Report 2017’ 중 발췌  
(<http://www.c21media.net/products-page/reports/c21s-digital-buyers-report-2017/>)

## 1. 개요

- 현재 유럽은 VOD 시장이 크게 성장함에 따라 방송사와 통신사, 미디어 관련 기업 등이 VOD 시장으로 진출하고 있음
- 세계적인 플랫폼인 Netflix와 Amazon을 중심으로, 현지의 여러 플랫폼이 시장점유율을 높이기 위한 전략을 세우고 있음
- 현지의 시청자를 끌어들이기 위한 오리지널 시리즈 제작에 박차를 가함과 동시에 해외에서도 통할만 한 콘텐츠를 개발하는 데 집중하고 있음
- 이 보고서에서는 독일과 북유럽, 영국의 VOD 바이어 동향을 제공하여 현지의 수요를 파악하는데 도움이 되고자 작성되었음

## 2. 독일

- 독일의 SVoD<sup>1)</sup> 시장은 지속적으로 확대되고 있으며, Netflix, Maxdome, Sky가 현재 1위인 Amazon을 상대로 경쟁하고 있고 이 외의 VOD 플랫폼은 시장에서 점차 하락세를 겪고 있음
- 프랑스 미디어 그룹 Vivendi는 2014년 독일에 VOD 서비스인 Watchever를 출시했으나 그 해 말에 Netflix가 독일에 상륙함에 따라 재정적 손실이 불가피해지면서 작년에 Watchever 서비스를 폐쇄했음
- 반면 Amazon의 경우 2014년까지 제공한 VOD 서비스인 LoveFilm으로 10년이 넘는 기간 동안 독일에서 입지를 유지하고 있었기 때문에, Amazon Prime은 상대적으로 유리한 위치에서 시작할 수 있었음
- Netflix는 2위를 차지하고 있으며 젊은 시청자에게 인기가 있다는 이점이 있음. 독일 방송사 ProSiebenSat.1의 VOD서비스인 Maxdome은 독일에서 유일하게 독일어 콘텐츠에 주력하는 VOD 플랫폼임. 분데스리가 경기의 방영권을 가지고 있는 위성방송사 Sky는, 경쟁이 치열해지는 TV 시장에서의 사업 강화를 위해 VOD 서비스 분야로 확장하고 있음
- 한편, 미국의 IT 기업 구글은 올해 말에 독일에 YouTube의 유료 스트리밍 서비스인 YouTube Red를 출시함에 따라 이 경쟁을 심화시킬 것으로 예상됨
- TV 및 콘텐츠 유통 관련 분석 기관 Ampere Analysis에 따르면, Amazon은 현재 독일 시장의 60%를 차지하고 있음. Netflix가 25%로 그 뒤를 따르고 있고, Maxdome이 약 10%, Sky가 약 5% 정도를 차지하고 있음. 시장 점유율의 수치는 2016년 이후로 비교적 변동 없이 유지되고 있음
- 그러나 지난 해 있었던 가장 큰 변화 중 하나는 Amazon과 Netflix가 현지 배우를 기용한 독일 오리지널 콘텐츠를 통해 독일에서의 입지를 넓히려는 움직임을 보이고 있다는 것임

1) SVoD : Subscription Video on Demand의 줄임말. 월정액을 지불하여 제공 받는 VOD 서비스

- Amazon은 독일의 인기 영화배우 마티아스 슈바이퍼(Matthias Schweighöfer)를 캐스팅해 영화 제작사 Pantaleon Films, Warner Bros.와 함께 새로운 서스펜스 시리즈 <유 어 원티드(You Are Wanted)>를 제작했음. 미스터리한 해킹 공격으로 인해 위협에 빠진 가족의 모습을 그린 이 스릴러물은 3월부터 플랫폼을 통해 제공됐고 독일 Amazon에서 가장 유명한 시리즈물이 되었음

[그림 1] 독일 Amazon의 인기 서스펜스 시리즈 <유 어 원티드(You Are Wanted)>



출처: C21 Media

- Netflix는 최근 작가 겸 감독 크리스티안 알버트(Christian Alvart)와 Syrreal Entertainment가 제작한 범죄 드라마 <베를린의 개들(Dogs of Berlin)>을 구매하고 2018년에 방영하기로 결정했음
- 현지 업계 관계자는 VOD 플랫폼이 보유한 프로그램 라인업이 현지화 되면 될수록 플랫폼의 현지 인기가 높아질 것이라고 예상했음. 또한, Amazon과 Netflix가 미국에서 제작된 프로그램 외에 한 두 개의 성공적인 현지 시리즈를 가지고 있다면 현지 구독자를 끌어들이는 데 크게 도움이 될 것이라는 의견도 있음
- 하지만 Netflix와 Amazon은 현지 콘텐츠만으로 프로그램을 채우지는 않을 것이라고 밝힘. 그들의 사업은 지역별로, 동시에 세계적으로 폭넓게 편성하는 것을 통해 사업 모델의 효율성을 확보할 수 있기 때문에 현지 콘텐츠에만 주력하는 것이 오히려 비효율적임. 재정적인 관점에서 볼

때, Netflix와 Amazon은 독일 오리지널 콘텐츠가 다른 지역으로 수출될 전망이 없다고 판단되면 독일 플랫폼 프로그램 라인업을 현지 오리지널 콘텐츠보다 자사의 기존 콘텐츠 위주로 구성할 계획임

- 이렇듯 단순히 현지 콘텐츠를 보유하는 것뿐만 아니라 독일 이외의 시장에서도 성공할 수 있는 현지 콘텐츠를 가지는 것은 매우 중요함. 독일의 TV 네트워크 RTL과 독일의 영화 및 TV 콘텐츠 제작 회사 UFA GmbH의 UFA Fiction이 공동 제작한 냉전시대 배경의 드라마 <도이츨랜드 83(Deutschland 83)>은, 현지 콘텐츠가 세계적으로 큰 수익을 거둔 대표적인 예임. 이 시리즈는 Amazon과 공동 제작으로 현재 두 번째 시즌을 준비 중임
- 컨설팅 기관 Goldmedia의 2016년 보고서에 따르면, 독일 VOD 시청자의 수가 2014년에 비해 2배인 2천 4백만 명으로 늘었고 독일 인터넷 사용자의 43%를 차지했음
- 분석 기관 Ampere Analysis는 SVoD, TVoD<sup>2)</sup>, AVoD<sup>3)</sup>를 모두 포함한 독일의 전체 온라인 비디오 시장을 약 10억 유로(약 1억 6천만 달러)로 평가함. Amazon과 Maxdome과 같은 SVoD 서비스는 이 중 58%를, YouTube와 ProSiebenSat.1의 7TV, RTL의 TV Now와 같은 TV 캐치업 서비스<sup>4)</sup>는 38%를 차지함. iTunes와 Google Play와 같은 TVoD 시장이 나머지 4%를 차지함
- Amazon과 Netflix의 성공으로 SVoD 서비스의 구독자 수는 지난 2년 동안 크게 성장함. 2015년 SVoD는 시장의 50%를 차지했고 AVoD는 약 45%를 차지함. AVoD 시장이 크게 성장하고 있지만 SVoD가 그보다 더 빠르게 성장하는 추세임. YouTube와 캐치업 서비스가 빠르게 성장하고 있음에도 불구하고, Amazon과 Netflix는 더 현격한 속도로 성장하고 있음

2) TVoD : Transactional Video on Demand의 줄임말. 콘텐츠 건당 요금을 지불하는 VOD 서비스

3) AVoD : Ad-funded Video on Demand의 줄임말. 광고를 삽입해 수익을 얻는 무료 VOD 서비스

4) 캐치업 서비스 : TV로 짧게는 한 시간에서 하루 전의 방송을 바로 볼 수 있는 서비스

- Amazon, Netflix와의 경쟁에도 불구하고 Maxdome은 계속해서 성장하고 있고 작년에 구독자 1백만 명을 넘는 성과를 보였음. 온라인 비디오 분야의 연간 매출은 작년에 19% 증가한 4억 4천 2백만 유로(약 5,932억 원)였음
- ProSiebenSat.1는 연말까지 Maxdome이 수익을 내는 것을 목표로 하고 있으며 Maxdome이 독일의 VOD 시장의 3위로 진입할 것이라고 전망함. ProSiebenSat.1는 Maxdome이 손실을 관리할 수 있다고 판단되는 때까지 VOD 사업을 유지할 것이라고 밝힘
- Maxdome이 모회사인 ProSiebenSat.1의 콘텐츠와 독일 프로그램 플랫폼으로서의 명성을 잘 활용한다면 ‘장기적인 틈새시장’을 노릴 수 있는 여지가 많음
- Maxdome은 미국 콘텐츠를 많이 보유하고 있는 Netflix와 Amazon과는 달리 독일 현지 콘텐츠를 많이 보유하고 현지 색깔을 가지고 있다는 점에서 오히려 틈새시장을 노릴 수 있음. 사용자 통계도 이를 뒷받침하는데, Netflix는 주로 젊은 사람들이 많고 Maxdome은 나이가 많은 사용자들이 많으며 Amazon 사용자의 연령대는 그 사이에 위치하고 있음
- Maxdome의 콘텐츠 제목은 보통 Amazon이나 Netflix의 시리즈물보다 고전적인 느낌이 나기 때문에 오히려 이걸 이용하여 고전 독일 TV 프로그램과 영화들을 프로그램 라인업에 더 많이 추가하는 게 Maxdome의 정체성을 강화하는 방법이 될 수 있음
- Maxdome은 <프리즌 브레이크(Prison Break)>, <하와이 파이브-오(Hawaii Five-O)>, <블랙 세일즈(Black Sails)>, <산장(Der Bergdoktor)>, <알렉스의 병원(Klinik am Alex)>를 포함하여 5만 개가 넘는 영화와 시리즈를 제공하고 있음. 올해 Maxdome은 첫 오리지널 시리즈인 <저크스(Jerks)>를 선보임. 10개의 에피소드로 구성된 이 코미디는 연출도 겸한 크리스티안 울맨(Christian Ulmen)과 파리 야딤(Fahri Yardim)이 주연을 맡았음
- ProSiebenSat.1은 올 초 독일의 고속철도 Deutsche Bahn과의 다년 계약 체결을 통해 열차 안에서 콘텐츠를 즐길 수 있도록 하는 등 Maxdome의 서비스 제공 범위를 넓히고 있음

- Amazon은 최근 기존 네트워크의 브랜드 확장을 위해 유럽에 적극적으로 진출하고 있음. 독일과 오스트리아에서는 Amazon Prime 가입자에게 26개의 새로운 스트리밍 채널을 제공하고 있음. 더 많은 채널을 제공하기 위해 Amazon은 RTL Television, NBCUniversal International, Tele München Group와 파트너십을 체결했고, Weinstein Television이 제작한 A+E Networks의 전쟁 드라마 <식스(Six)>를 구매했음

[그림 2] Amazon의 <식스(Six)>



출처: C21 Media

- 컨설팅 기관의 조사에 따르면, 미디어 대기업들이 그들의 지배적인 위치를 강화하고 시장 점유율을 높이려고 함에 따라 유료 TV와 VOD 사이의 경계가 점점 흐려지고 있음. 자신의 플랫폼에서 더 많은 채널을 제공하기 위해 유료 TV 방송사 파트너십을 체결한 Amazon의 전략이 대표적인 예시임
- 마찬가지로 독일의 통신 대기업인 Deutsche Telekom은 자사의 IPTV 플랫폼인 Entertain TV를 통해 VOD 분야를 확장하고 있음. Entertain TV는 Sky의 VOD 서비스인 Sky on Demand와 Maxdome, 그리고 자체 VOD 서비스를 포함하고 있음. 이 회사는 Netflix, Amazon과의 협상을 통해 제공받은 프로그램을 Entertain TV의 이름으로 통합하여 제공하고 있음
- Deutsche Telekom은 향후 몇 년 간 TV 프로그램에 대한 투자의 일환으

로 오리지널 시리즈를 제작할 예정이다. 이 기업은 국내외 고객을 대상으로 한 오리지널 시리즈 및 스포츠 방영 권리를 포함하여 독점 TV 콘텐츠에 수익 유로를 투자할 계획임

- 한편 Sky는 최근 스위스 최대의 독립 OTT 스트리밍 플랫폼인 Hollystar를 운영하는 Homedia를 인수해 VOD 서비스를 보강했음. Sky는 삼성, LG, Sony, Sunrise(일본의 애니메이션 제작 스튜디오), Quickline(스위스의 엔터테인먼트 및 커뮤니케이션 서비스 기업), Ex Libris(이스라엘의 소프트웨어 기업)와 제휴를 맺고 1만 개 이상의 영화 및 TV 시리즈를 제공하고 있음. 독일에서 Sky의 법률, 규제 및 유통 담당을 맡고 있는 홀거 엔슬린(Holger Ensslin)은 Sky의 파트너십 전략이 독일어권 시장에서 새로운 성장을 주도하고 있다고 평가했음

### 3. 북유럽

- 북유럽 지역의 수요가 TV에서 VOD로 빠르게 넘어감에 따라, 현지 언론 대기업인 Bonnier는 자사의 유료 TV 서비스인 C More를 디지털 SVoD로 전환하는 동시에 콘텐츠 구매를 진행하고 있음
- 북유럽은 세계에서 가장 까다로운 SVoD 사용자들이 있는 지역 중 하나임. 스웨덴과 그 일대는 Pirate Bay 같은 불법 다운로드 사이트의 온상으로 부상할 정도로 광범위한 광대역 인프라가 있는 곳인데, 이러한 인프라로 인해 현재는 이 지역이 최고의 SVoD 시장이 되었음
- 2012년 Netflix가 북유럽에 상륙한 이후, 합법적인 서비스 사용의 증가와 함께 불법 복제에 대한 단속이 병행되면서 시장의 모습이 크게 변화함
- HBO Nordic이나 MTG 그룹 소유의 Viaplay, Bonnier 소유의 C More와 같은 현지 기업들은 TV에서 VOD로 넘어가는 흐름에 빠르게 대응했음. 동시에 현지 기업들은 스칸디나비아 지역에서 Amazon과 같은 글로벌 SVoD 기업들을 견제하기 위해 노력했음
- 북유럽 지역 인구는 2천 6백만 명에 불과하지만 그들은 높은 가처분소득

- 을 가지고 있고 콘텐츠 소비 취향과 습관이 빠르게 변하는 특징이 있음
- C More에 따르면, 3년 전 북유럽 지역의 미디어 기업들은 Netflix의 등장에 매우 긴장했었음
- 3년 전 스웨덴의 TV4 Group과 북유럽 유료 TV 회사 C More의 소유주였던 스웨덴의 미디어 그룹 Bonnier는, 자매 회사인 Svensk Filmindustri 및 Finnish network의 MTV와 함께 SVoD 서비스가 TV를 대체하고 자사 사업의 중심이 될 수 있도록 유료 TV 운영방안을 개선하는 작업을 시작했음
- Netflix의 다른 경쟁자들도 각자의 플랫폼에서 제공할 콘텐츠를 구매하기 위해 시장조사에 박차를 가했지만, 주로 미국이나 서유럽권의 콘텐츠를 구매했음. 이렇게 3년 간 SVoD 시장은 엄청나게 성장했고, 콘텐츠도 엄청나게 세분화되었음
- 2013년에 처음으로 SVoD 서비스의 구독을 시작한 얼리어답터(early adopter)들이 현재 다양한 서비스를 이용하는 고객으로 이어졌음. 레이트마이너리티(late minority)<sup>5)</sup>도 SVoD 시장에서 콘텐츠 구매에 참여하기 시작했지만 얼리어답터와는 소비패턴이 다른 것으로 나타남
- 분석 기관 Daxis의 올해 조사에 따르면 북유럽 지역은 2016년 4/4분기에 유럽 SVoD 구독자의 20%를 차지하고 있음. 독일과 이탈리아의 경우, 두 나라의 인구 합계가 1억 4천만 명이나 되는 데도 불구하고 북유럽 지역 구독자 수보다 뒤처지는 것으로 나타남
- 북유럽의 2천 6백만 인구는 2016년에만 SVoD에 약 8억 유로(약 1조 738억 원)를 썼으며, Netflix는 46%의 시장점유율을 차지했음. Viaplay는 22% 시장점유율을 차지했으며 HBO Nordic은 14%, C MORE는 6%, 나머지 서비스들이 12%에 해당함. Amazon의 Amazon Prime은 내년에 집계될 시장점유율에서 상위를 차지할 것으로 예상됨
- Netflix와 Amazon, HBO Nordic이 드라마에 중점을 두고 있는 반면, C More는 자매 채널인 TV4의 프로그램을 광고 없이 볼 수 있게 프로그램 제공 방식을 개선했음

5) 레이트마이너리티 : 신제품 또는 최신 트렌드에 가장 늦게 반응하거나 접하는 사람. Laggerds라고도 표현함

- C More는 경쟁자들과 달리 리얼리티 쇼나 금요일 밤의 오락 프로그램을 주력 콘텐츠로 삼을 가능성이 높고, 그 콘텐츠들을 광고 없이 제공할 예정이다. 서비스 구독자의 동향을 살펴보면 얼리어답터와 레이트마이너리티(late minority)는 서로 다른 행동 양상을 보이며, 레이트마이너리티의 경우 주로 할리우드 드라마를 소비하는 경향이 있음
- C More와 관련하여 특기할만한 점은 Bonnier가 소유한 콘텐츠인 <아이돌(Idol)>과 <갓 탤런트(Got Talent)>의 현지 버전이 TV4의 핵심 프로그램인 동시에 자사의 SVoD 서비스인 C More의 잠재 고객을 확보하기 위한 장치로 활용되고 있다는 점임. MTG의 TV3를 포함한 C More의 경쟁자들은 다른 유형의 SVoD 시청자를 끌어들이기 위해 C More의 방식처럼 콘텐츠를 양쪽에서 활용하지 않고 별도의 엔터테인먼트 콘텐츠를 찾고 있음
- C More의 관계자는 리얼리티 쇼나 오락 프로그램이 항상 시청률 Top 3 안에 들어가 있다는 걸 예로 들면서 엔터테인먼트가 드라마보다 인기가 많다고 주장했다. 리얼리티 쇼나 오락 프로그램은 고정 시청층이 두텁지 않다는 단점이 있지만 한 번에 많은 사람들의 이목을 끌 수 있고, 드라마는 고정 시청층이 두텁다는 점은 인지하고 있음
- 리얼리티에 주력하는 것과는 별개로, 드라마 역시 꾸준히 C More의 스테디셀러 역할을 하고 있음. 대표적인 예로는 <더 벡(the Beck)> 시리즈나 <가스마망(Gåsmamman)>, <실중(Saknad)>, <파랑(farang)>과 같은 범죄 드라마가 있음
- 하지만 TV4와 C More를 넘나드는 이 같은 방식은 구매 과정과 방법을 복잡하게 만들. 대부분의 경우 C More와 TV4에 동시에 편성하는 것이 가능하지만 일부 드라마는 SVoD(C More)에서 먼저 제공된 다음에야 TV4에서 방영할 수 있음
- 그럼에도 불구하고 C More의 프로그램을 TV4의 프로그램과 구분하려 했던 과거와 달리 이제는 TV와 VOD의 거래 관계는 점점 더 긴밀해지고 있음
- 또한 C More의 여타 북유럽 지역 진출이 중요해짐에 따라 C More는

- TV 및 SVoD 구매 능력을 동시에 이용하는 것이 점점 중요해지고 있음. 보다 큰 거래를 위해 TV4와 C More가 모두 참여하는 것이 필요하며, 콘텐츠 거래를 진행할 때 핀란드와 노르웨이의 서비스 플랫폼들과 협업하는 것 역시 중요함
- 또 다른 플랫폼 경쟁자로는 비디오 대여점인 Blockbuster가 있는데, 하락세를 견고 있다가 통신사 TDC에 매수된 이후 다시 떠오르고 있음. Blockbuster는 스웨덴, 핀란드, 노르웨이로 영역을 확장하고 있으며 1-5달러의 가격에 8,000편의 영화와 350개의 TV 프로그램을 자사의 TVoD 모델을 통해 제공하고 있음
- 그러나 북유럽은 SVoD 사업이 무조건 성공하는 곳은 아님. 음악 스트리밍 기업 Spotify는 2015년에 비디오 분야에 도전하여 방송사 ABC, BBC, ESPN, NBC, Comey Central, Maker Studios로부터 콘텐츠를 구매했음. 더 나아가 Turner Broadcasting과도 <블랙 지저스(Black Jesus)>, <미스터 피클스(Mr. Pickles)>를 포함한 Adult Swim<sup>6)</sup> 프로그램에 대해 계약을 맺었고, Spotify의 CEO는 이에 대해 ‘거대한 도약’ 이라고 표현했음. 2015년 당시에는 말 그대로 거대한 도약이었지만, 이후 Spotify는 SVoD 시장의 변화를 따라잡지 못하고 뒤처지게 되었음
- Netflix는 스웨덴에서 120만-150만 사용자를 보유하고 있으며 추후 2억~2억 5천만 명까지 도달할 가능성이 있음

#### 4. 영국 : Walter Presents

- Walter Presents는 수많은 VOD 서비스 중에 비영어권 드라마를 제공한다는 점에서 영국에서 독특한 위치를 점하고 있음
- 영국 방송사 Channel 4가 지원하는 Walter Presents는 국내 방송사와 주류 VOD 플레이어가 제공하는 영어권 시리즈물의 대체재를 찾는 시청자

6) Adult Swim : 영국 방송 채널 Turner Broadcasting의 자회사 Cartoon Network의 프로그램 블록으로, 일종의 채널 속 채널. 밤 8시-아침 6시 시간대의 프로그램을 통칭하는 브랜드

를 대상으로 2016년에 런칭되었음

- BBC4에서 <더 브리지(The Bridge)>, <보르겐(Borgen)>, <더 킬링(The Killing)>과 같은 시리즈가 인기를 모은 현상에서 볼 수 있듯이, 자막은 더 이상 프로그램의 성공에 장애물이 되지 않음
- 이러한 상황을 고려하여 방송사 Fox UK의 전 CEO 제이슨 토프(Jason Thorp)는 글로벌 시리즈 네트워크(GSN, Global Series Network)를 설립하기 위해 Fox 시절의 동료인 조 맥그래스(Jo McGrath), UK prodco Betty의 전 크리에이티브 디렉터 월터 유졸리노(Walter Iuzollino)와 파트너십을 체결했고 2014년에 Mipcom과 같은 TV 콘텐츠 시장 및 포럼에 참여해 유럽 전역의 드라마를 구입했음. C4는 투자자로 참여하여 2015년 6월 4World Drama라는 이름으로 GSN과 파트너십을 체결했고, 공식적으로 서비스 개시를 발표했다. 몇 달 후, 서비스의 공식 이름인 Walter Presents와 함께 서비스의 대표작인 <도이츠랜드 83(Deutschland 83)>이 공개되었음

[그림 3] Walter Presents가 구매한 첫 번째 작품 <도이츠랜드 83(Deutschland 83)>



출처: C21 Media

- 브랜드 이름은 GSN의 크리에이티브 담당인 월터 유졸리노가 고안한 것으로, 서비스의 큐레이터적인 성격을 의미함
- 그러므로 서비스에서 제공하는 콘텐츠의 구매 여부는 월터만이 결정권을 가지며 그것은 앞으로 절대 바뀌지 않을 원칙임

- Walter Presents는 2016년에 C4의 디지털 허브인 All4(이전 이름은 4oD)의 일부로써 대중에게 공개되었으며 그 이후로 영국 시청자를 대상으로 브라질, 이스라엘, 아이슬란드, 프랑스 및 네덜란드 등으로부터 수입한 프로그램들을 독점 제공했음
- 한편 이 회사의 뉴욕 지사는 AMC Networks의 전 디지털 간부인 젠 로버슨(Jen Robertson)의 주도 하에 올해 3월에 설립되었음. 뉴욕 지사는 올해 말에 캐나다 진출을 목표로 하고 있으며 아직 알려지지 않은 다른 2개 지역도 대상으로 고려하고 있음
- Walter Presents는 현재 5개 지역에 추가 진출하는 것을 고려하고 있으며 그 중 두 지역은 영어를 사용하는 호주와 뉴질랜드가 될 가능성이 높아 보임
- 그러나 Walter Presents는 영국에 6명, 미국에 3명의 직원만이 있을 정도로 아직 규모가 작기 때문에 본격적인 글로벌 진출은 아직 요원한 상태임. 따라서 Netflix나 Amazon 수준의 콘텐츠 투자를 기대할 수는 없음
- Walter Presents의 목표는 많은 콘텐츠를 보유하는 것보다 글로벌 시장에서 제공할 수 있는 최상의 콘텐츠를 보유하는 것임

[그림 4] Channel 4에서 방영을 시작한 스페인의 교도소 드라마 <비스 아 비스(Vis a Vis)>(Locked Up)



출처: C21 Media

- 영국에서 히트한 스페인의 교도소 드라마 <비스 아 비스(Vis a Vis)>(Locked Up)을 포함한 몇몇 프로그램들은 모든 에피소드들이 온라

인에 공개되기 전에 Channel 4에서 방영됨.

- 다른 프로그램들은 Channel 4의 또 다른 네트워크인 More4의 금요일 저녁 외국어 범죄드라마 편성시간대에 방영되며 TV에서 방영되는 즉시 온라인 카테고리에 들어감. 반면 어떤 프로그램들은 TV 방영 없이 온라인에서만 제공되고 있는데, 월터는 시청자가 이 프로그램들에 접근할 수 있도록 유도하기 위한 단편 영상을 제작하고 있음
- 예를 들어 Canal+의 드라마인 <마피아(Mafiosa)>의 단편 영상은 “<대부(The Godfather)>가 <섹스 앤 더 시티(Sex and The City)>를 만나다”, 아르헨티나의 쇼 프로그램 <퓨어 이블(Pure Evil)>의 단편 영상은 “범죄 스릴러에 대한 시청자의 꿈”이라는 주제로 제작되었음. 여러 측면에서 이러한 단편 영상 제작은 Walter Presents의 경쟁자들이 구축한 기존의 추천 알고리즘 방식<sup>7)</sup>에 대한 새로운 대안이라고 할 수 있음
- Walter Presents는 영국에서의 서비스 실적에 대해 출시 후 수백만 건의 스트리밍이 있었고 미국에서는 3개월 후 수천 명의 가입자를 달성할 것이라고 밝힌 바 있음
- Walter Presents의 무료 체험자들이 유료 구독자로 전환되는 비율은 업계 평균의 두 배에 달하며, 6개월 후 서비스 해지율이 나와야 정확한 수치를 알 수 있지만 현재의 양상은 아주 성공적이라고 볼 수 있음
- 영국에서는 BBC4가 외국어 콘텐츠를 방송하는 것으로 유명했지만, C4가 Walter Presents를 통해 비영어권 콘텐츠를 제공하면서 경쟁 구도가 형성되었음
- Walter Presents는 2019년부터 5-6개의 공동제작 및 사전 구매 시나리오 작업을 진행할 예정임

## 5. 요약

- 독일의 SVoD 시장이 점차 확대됨에 따라 각 플랫폼이 이에 맞는 콘텐츠

7) 추천 알고리즘 방식 : 기존 데이터를 바탕으로 취향이나 트렌드를 분석하여 특정 제품이나 서비스를 추천하는 시스템

- 구매 및 제작 전략을 세우고 있음. 글로벌 SVoD 플랫폼인 Amazon과 Netflix는 독일 오리지널 시리즈 제작에 박차를 가하고 있고, 현지 플랫폼인 Maxdome은 현지 프로그램 강화로 틈새시장을 노리고 있으며 Sky는 세계적인 기업들과의 제휴를 통해 양질의 콘텐츠를 구축할 예정임
- 북유럽은 VOD 서비스 소비가 가장 많은 지역 중 하나로, VOD 플랫폼 간의 경쟁이 치열함. 스웨덴의 C More는 드라마에 집중하는 여타 플랫폼과는 달리 모회사인 TV4와 협업하여 TV와 VOD 간의 경계를 무너뜨리고 양쪽의 연계를 통해 보다 다양한 플랫폼에서 콘텐츠를 소비할 수 있도록 구조를 변화시키고 있음
- 영국에서는 일련의 외국어 드라마 시리즈가 성공하면서 Channel4의 Walter Presents가 비영어권 콘텐츠를 중심으로 출범하여 사업을 확장하고 있음



● 유럽비즈니스센터 담당자 연락처 ●

- 최윤수 센터장 : +44-20-7016-3333 / yschoi@kocca.kr
  - 강현미 과장 : +44-20-7016-3332 / mimi@kocca.kr
  - 박상빈 주임 : +44-20-7016-3330 / sangbyn.park@kocca.kr
-