

Filmåret i Siffror 2022

Kontakt

Josefin Schröder, Analysansvarig, josefin.schroder@filminstitutet.se

Torkel Stål, Analytiker, torkel.stal@filminstitutet.se

Sammanfattning

Del 1: Övergripande konsument- och marknadsutveckling

- › Fortsatt digital förflyttning – filmkonsumtion, marknader och aktörer förändras snabbt.
- › Streaming fortsätter att växa i räckvidd och omsättning.
- › Digital transformation särskilt viktig för ny svensk film.

Del 2: Biografer

- › Biograferna har inte återhämtat sig efter pandemin – svenska marknaden svagast i Norden.
- › Låg inhemsk marknadsandel och få publiksuccéer i Sverige jämfört med övriga Norden.
- › Biljettpriser är höga men avtog i prisökning under 2022.

Del 3: Strömningstjänster

- › Utbudet av svensk film på VOD ökar kraftigt, framförallt på internationella SVOD-tjänster t.ex. Disney Plus och HBO Max.
- › Svenska tjänster så som C More, TV4 Play och SVT Play har störst andel svenska filmer på tjänsterna.

Del 4: Filmexport

- › Intresset för svensk film utomlands ökar.
- › Triangle of Sadness är den mest sålda film internationellt 2022.

Del 5: Produktion

- › Produktion och investeringar tillbaka på samma nivå som före pandemin.
- › Budgeten för svensk lång spelfilm ökade 2022.
- › Strömningstjänster investerar främst i filmer utan stöd från Filminstitutet.

Del 6: Jämställdhet

- › Jämn könsfördelning i nyckelroller bakom 2022 års långa spelfilmer och dokumentärer.
- › Hög andel kvinnor i nyckelroller bakom korta dokumentärer 2022.

ORDLISTA

VOD

Samlingsbegrepp för digital video som distribueras på tittarens begäran.

SVOD

Strömningstjänst som bygger på abonnemang.

TVOD

Hyrfilm/köpfung via internet.

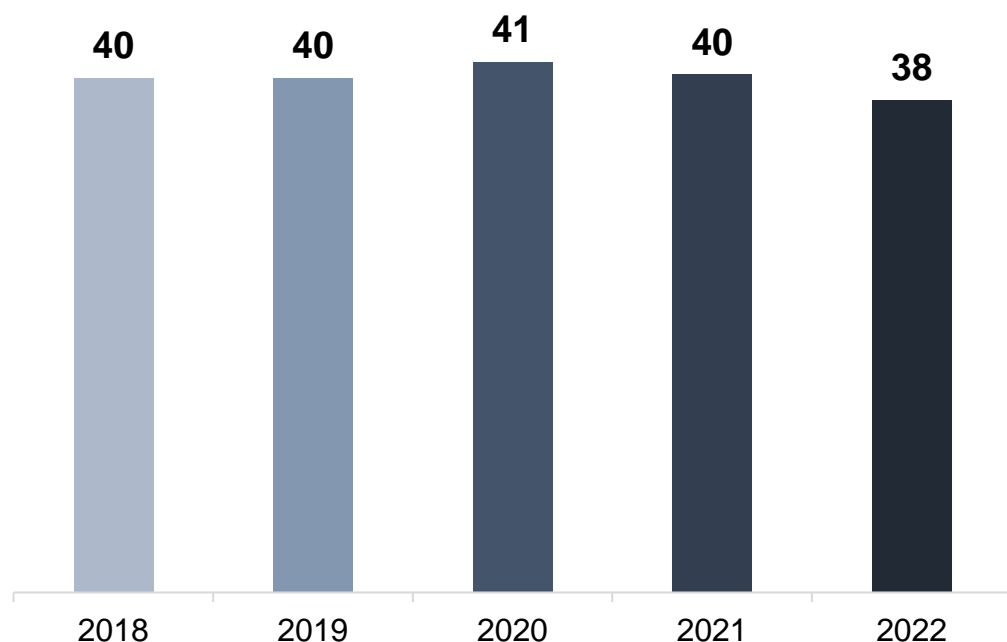
FVOD/AVOD

Gratis/reklamfinansierad webb-TV/Play-tjänst.

**Fortsatt digital förflyttning –
filmkonsumtion, marknader och
aktörer förändras snabbt**

Filmtittandet minskade 2022

Totalt filmtittande i Sverige (antal filmer per person)
2018–2022

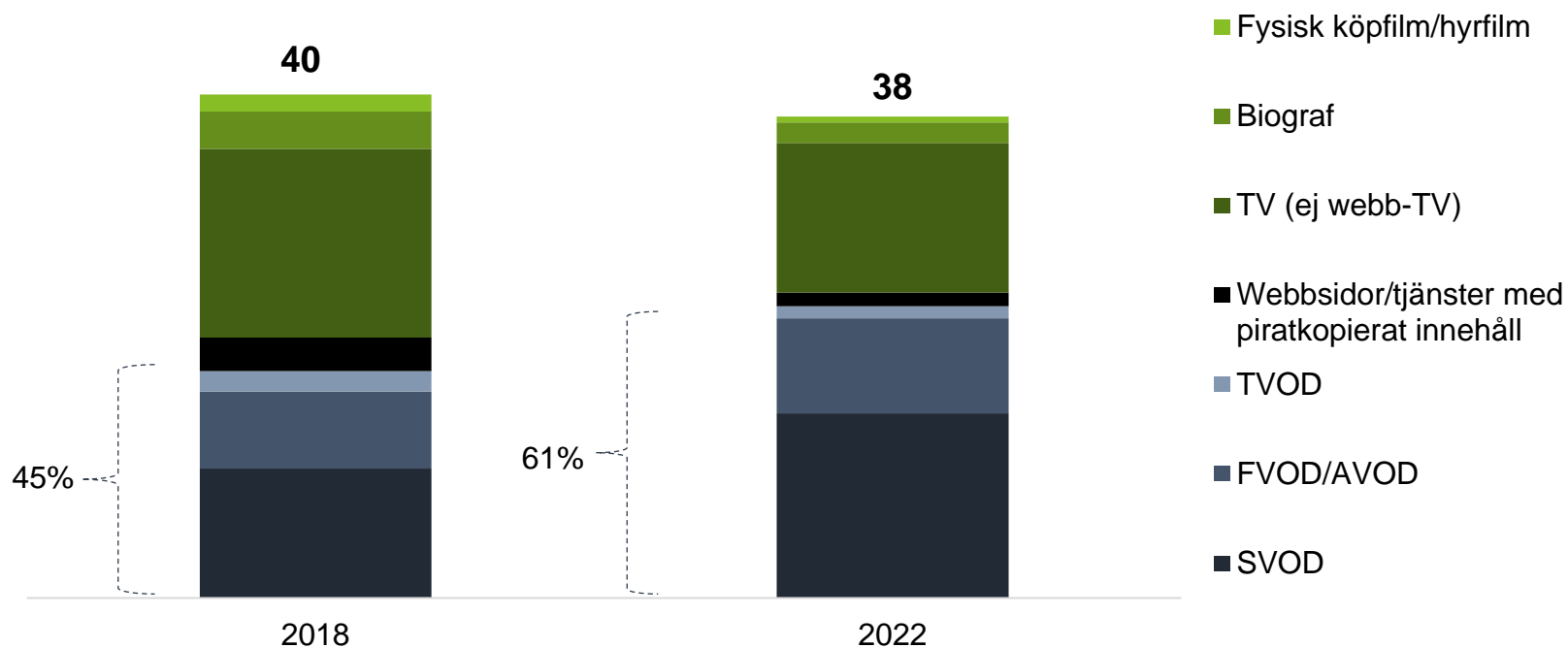


Efter flera år av stabilt filmtittande, även under pandemin, skedde ett trendbrott 2022. Filmtittandet minskade med två filmer per person och år, vilket innebär cirka 20 miljoner färre sedda filmer totalt sett. Andelen av befolkningen som ser långfilm varje vecka minskade signifikant (från 51 till 48 procent).

Framförallt var det i åldersgruppen 15-20 år som filmtittandet minskade. Minskningen bland unga skedde framförallt på SVOD, samt TV och FVOD/AVOD. Denna åldersgrupp är mindre intresserad av svensk film samt genrerna drama, thriller och dokumentär, och mer intresserad av action och skräck.

Konsumtionen flyttar till digitala tjänster

Totalt filmtittande i Sverige (antal filmer per person) per kanal 2018-2022



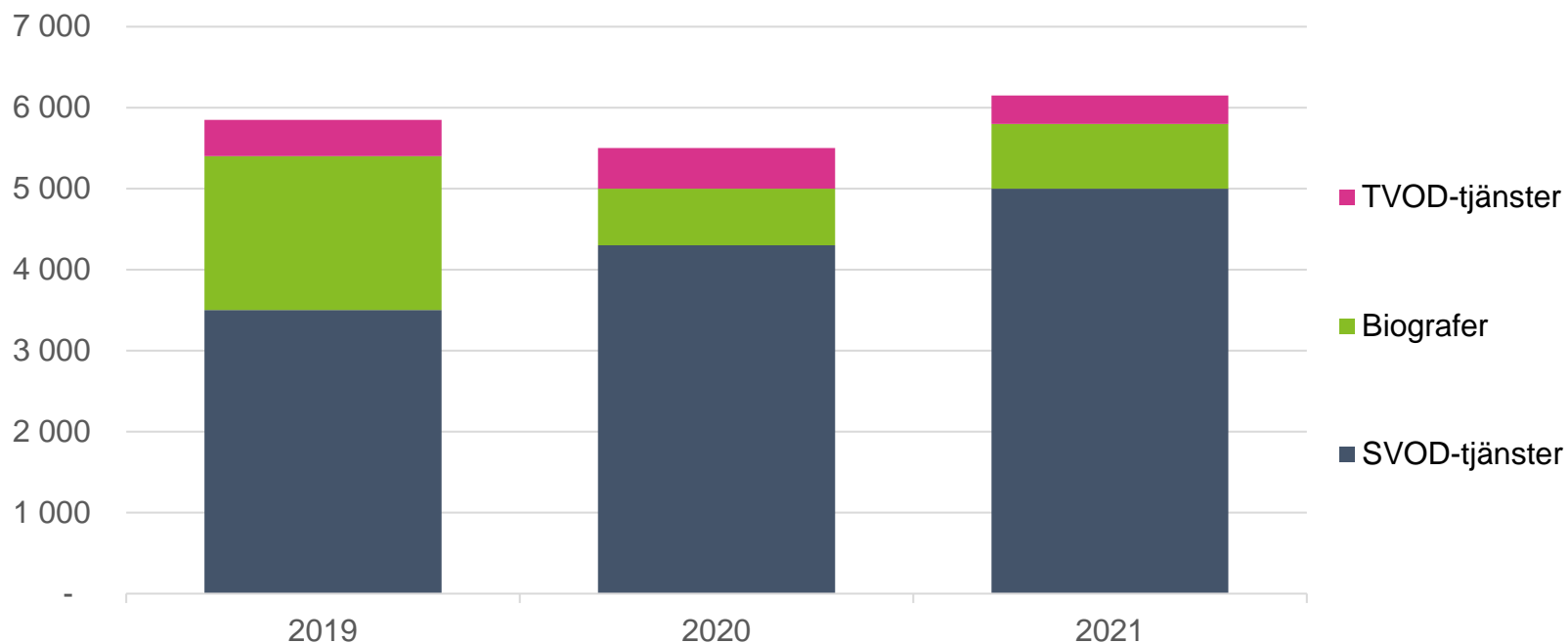
Under de senaste fem åren har digitala tjänsters andel av filmkonsumtionen ökat markant.

Framförallt har SVOD och FVOD/AVOD ökat, medan linjär TV och fysisk köpfilm/hyrfilm har minskat. Även biografens andel har minskat, som en effekt av pandemin.

TVOD har inte ökat såsom andra digitala tjänster, utan står fortsatt för en liten del av konsumtionen.

Konsumentintäkter följer med nya beteenden

Illustrativt: Uppskattade totala konsumentintäkter i Sverige 2019-2021 (MSEK)



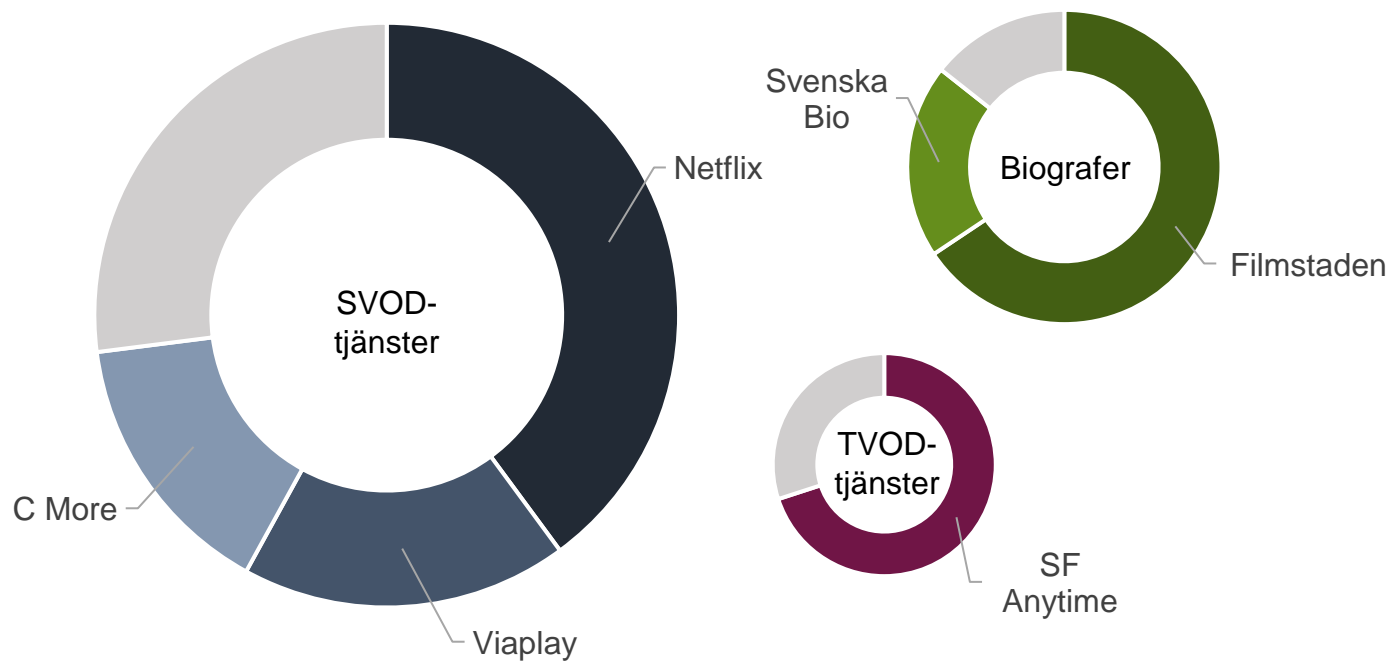
SVOD-tjänster fortsätter växa, i Sverige såväl som i övriga EU, drivet av pandemin och lanseringen av nya tjänster (t.ex. Disney+).

Biografmarknaden är fortsatt svag med fortsatt lägre intäkter jämfört med före pandemin.

TVOD-tjänster vände nedåt 2021 efter kraftig tillväxt i början av pandemin – bristen på breda biolanseringar har en stor påverkan.

Olika marknadsdynamik bland visningsaktörer

Illustrativt: Styrkeförhållanden mellan visningsaktörer, uppskattade marknadsandelar per kanal 2021



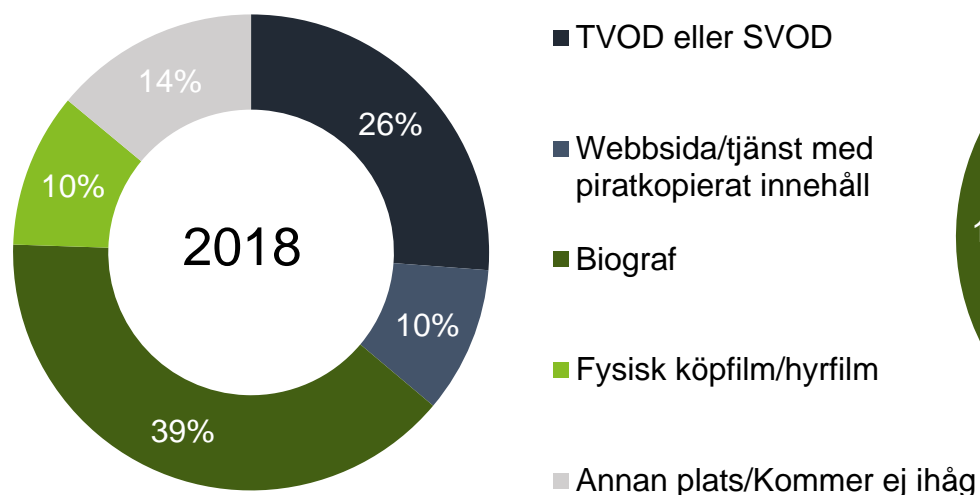
SVOD utgör den största gruppen visningsaktörer och är samtidigt mer konkurrensutsatt jämfört med biografer och TVOD-tjänster.

Marknadsdominansen för de ledande aktörerna är störst inom biografsegmentet med över 80 procent marknadsandel för de två ledande biografägarna.

I TVOD-segmentet har SF Anytime en ledande roll och stor marknadsandel uppskattningsvis.

Digitala skiftet ännu tydligare för ny svensk film

Visningsfönster för nya svenska filmer 2018 och 2022



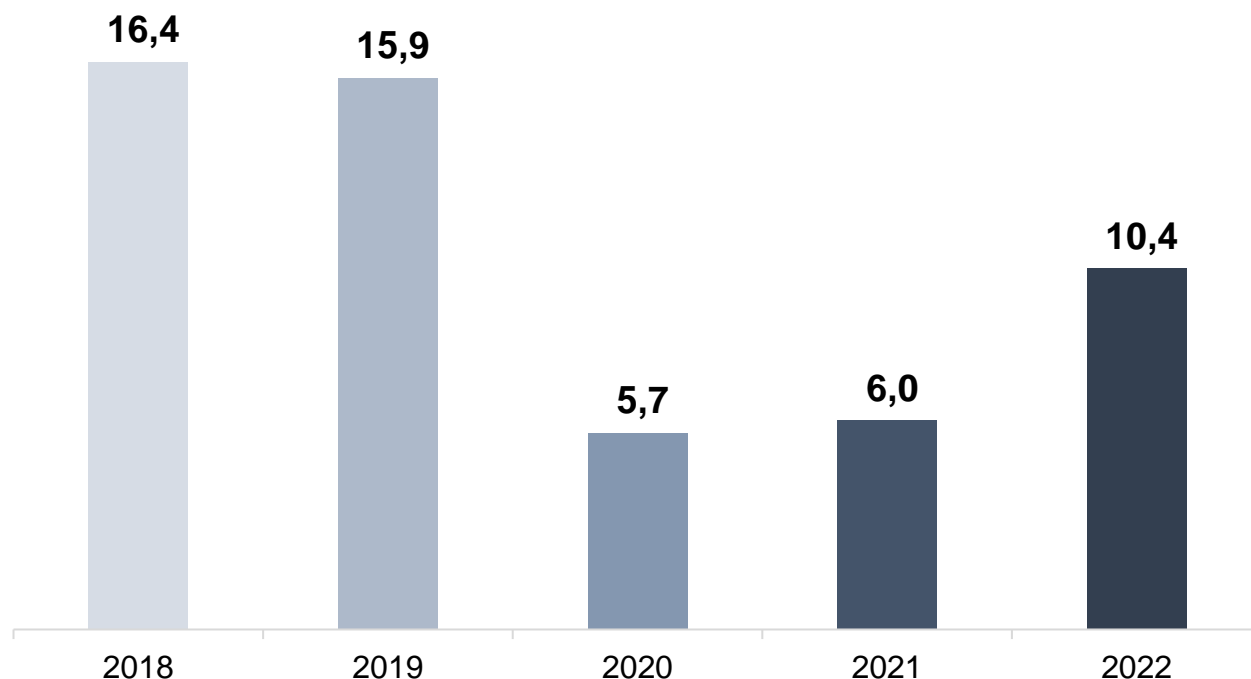
Övergången till digitala tjänster syns tydligare i konsumtionen av nya filmer än för filmtittandet i stort. För nya svenska filmer har biografens andel av tittandet minskat kraftigt.

Detta är till stor del en effekt av pandemin. Med restriktioner för biografbesök och premiärer av filmer direkt eller simultant på VOD förändrades förutsättningarna för konsumtionen. Av titlarna som undersöktes 2022 hade cirka 20 procent enbart VOD-premiär.

Biograferna har inte återhämtat sig efter pandemin – svenska marknaden svagast i Norden

Biografbesök 2022 ~35% under 2019 års nivå

Totalt antal biografbesök i Sverige (miljoner) 2018–2022



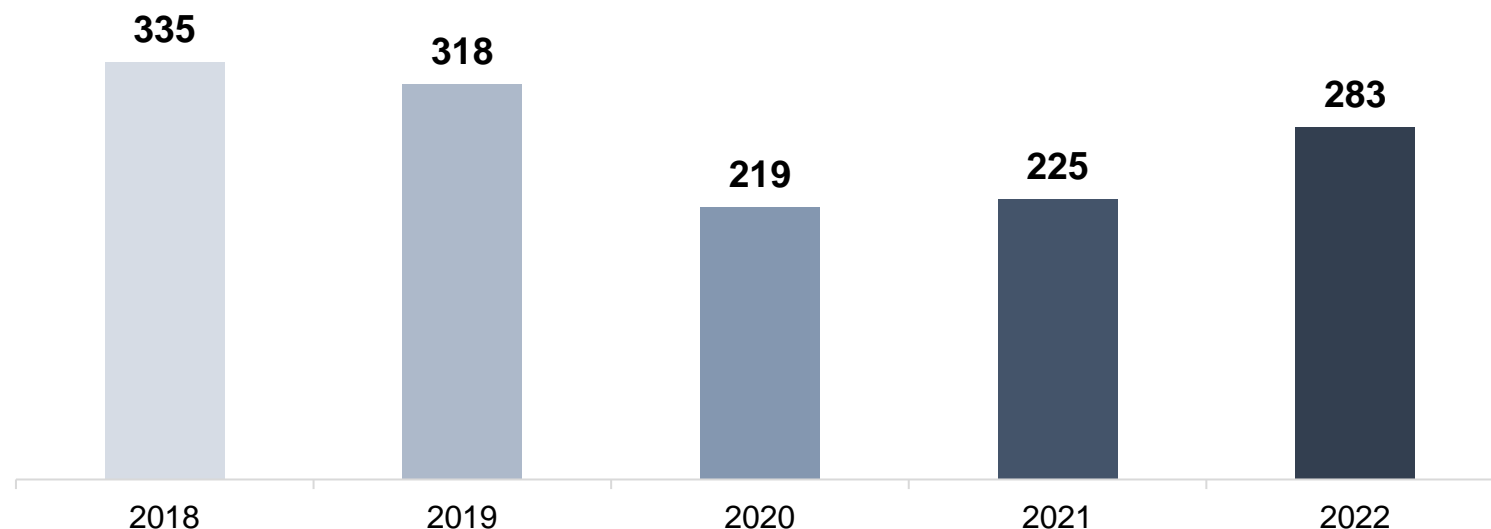
Pandemin orsakade den, ur historiskt perspektiv, största årliga nedgången i antal biografbesök sedan mätningarna påbörjades 1963. Under perioden var antalet biografbesök per år i genomsnitt 65 procent lägre jämfört med 2019 års nivå, vilket motsvarar en minskning med omkring 10 miljoner biografbesök årligen.

Trots att restriktionerna upphört var biografbesöken under Q2–Q4 2022 i genomsnitt 27 procent lägre jämfört med motsvarande kvartal 2019.

Före pandemin präglades den svenska biografmarknaden av en stabil utveckling. Genomsnittliga besök mellan 1996 och 2019 var cirka 16 miljoner årligen med avvikelser som till stor del har berott på enskilda titlars framgång.

Antalet biografpremiärer ökade 2022

Antal långfilmer med premiär 2018–2022 totalt

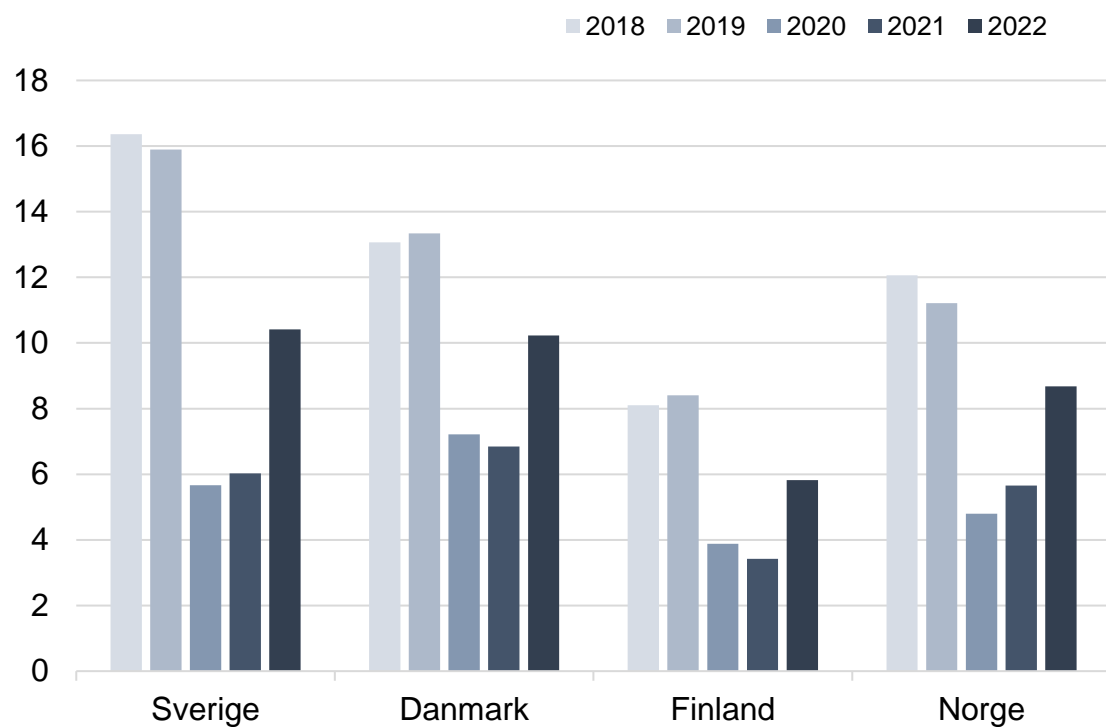


Antalet filmer med biografpremiär ökade markant under 2022 jämfört med 2021 och var vid årets slut nästan på samma nivå som åren före pandemin. Filmutbudet var dock fortfarande delvis påverkat av pandemin, med färre amerikanska storfilmer.

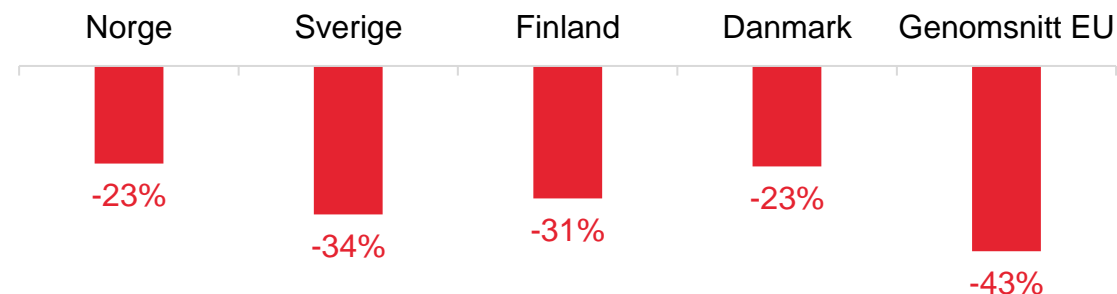
De mest sedda filmerna på svenska bioografer 2022 var *Top Gun: Maverick* (732 000 besök), *Minioner: Berättelsen om Gru* (654 000) och *Avatar: The Way of Water* (524 000).

Sverige påverkades mest av pandemin i Norden

Totalt antal biografbesök i Norden (miljoner) 2018–2022



Skillnad biografbesök 2022 v. 2019

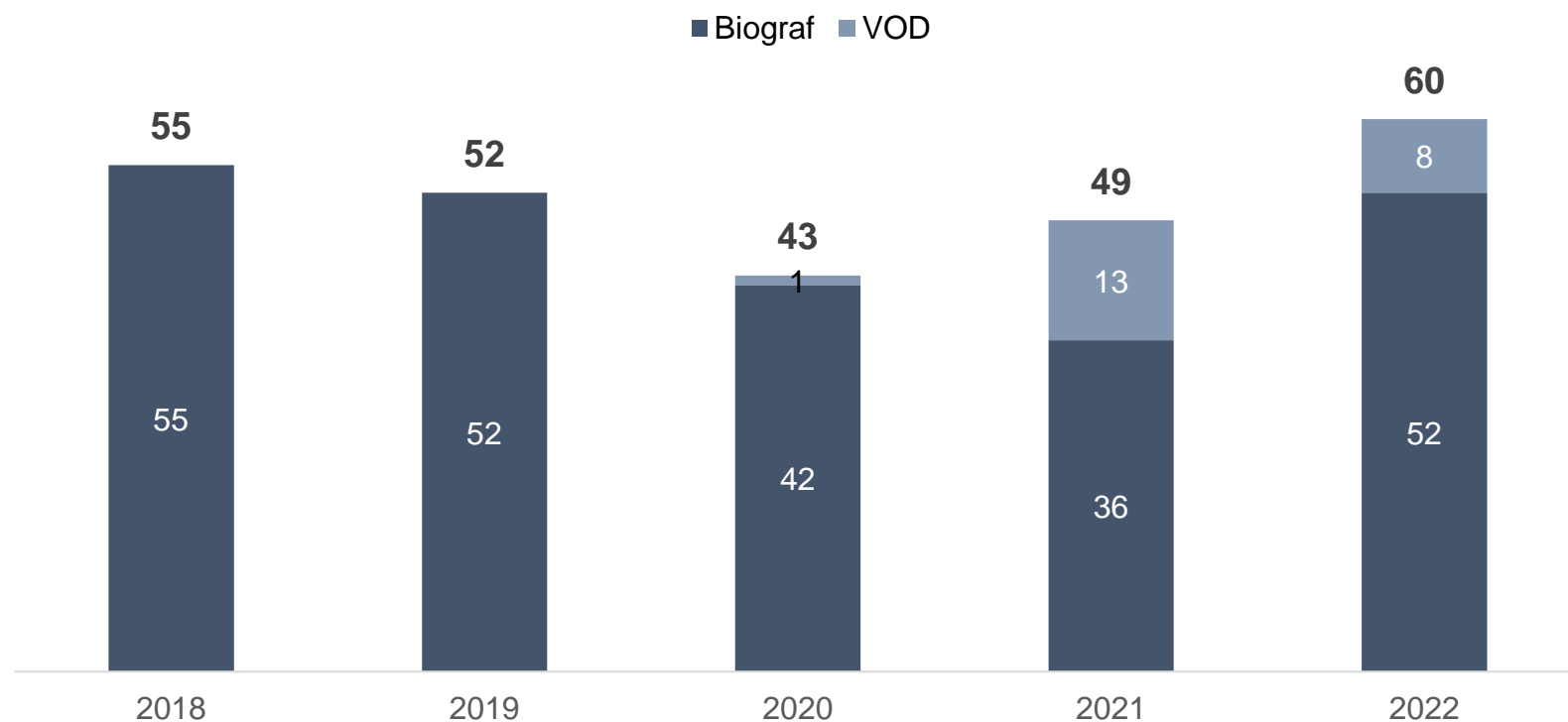


Sverige hade det största tappet i Norden i början av pandemin (2020). Trots återhämtning, var antalet biografbesök i Sverige 2022 fortfarande 34 procent lägre jämfört med före pandemin, vilket är den sämsta siffran i Norden.

Sverige hade dock en mindre minskning mellan 2019 och 2022 jämfört med snittet för hela EU.

Antal svenska biografpremiärer i nivå med 2019

Antal svenska långfilmer med biograf- och vod-premiär 2018–2022

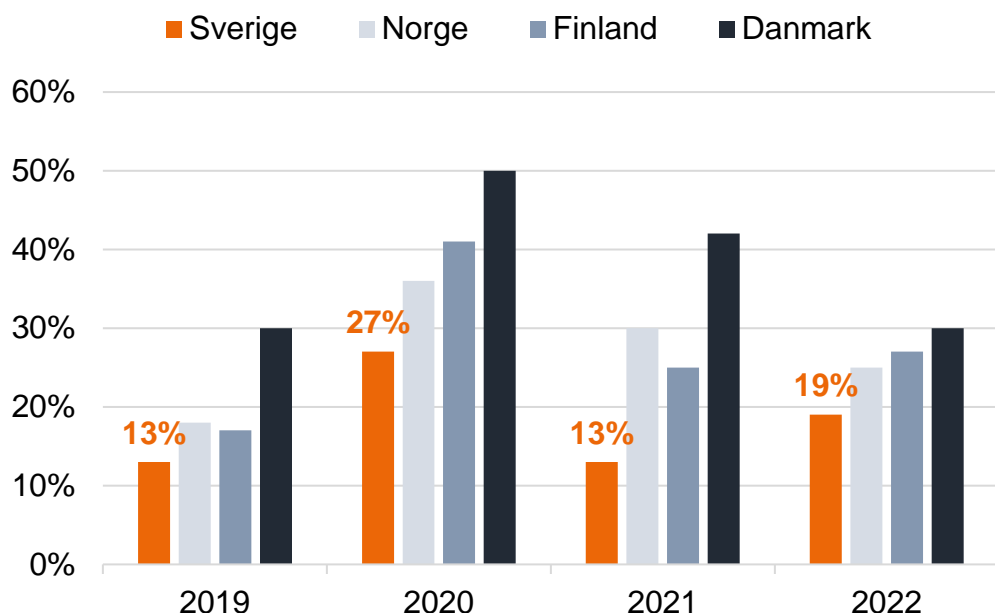


Antalet svenska biografpremiärer ökade tydligt och var 2022 i nivå med antalet premiärer 2019.

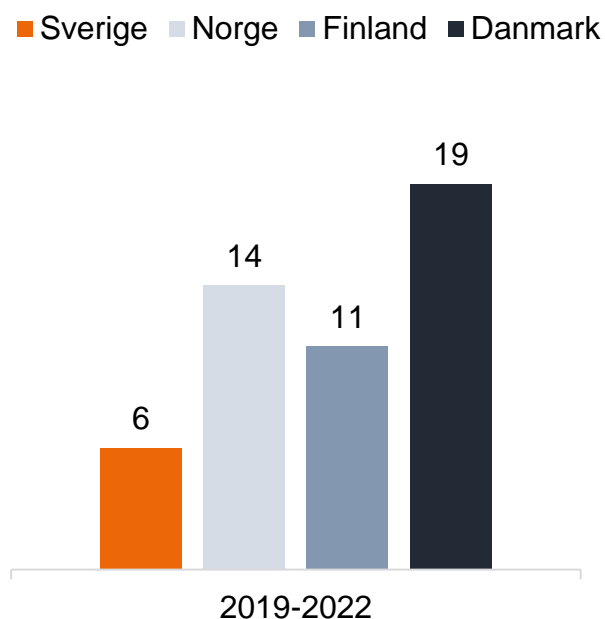
Även om antalet VOD-premiärer minskade något var det totala antalet premiärer högre både jämfört med 2021 och jämfört med åren före pandemin. 2021 är det år som haft flest VOD-premiärer hittills.

Svensk marknadsandel ökade 2022, men är fortsatt lägst i Norden

Inhemska marknadsandelar biograf 2019-2022



Antal inhemska filmer bland topp 10 på biograf 2019-2022

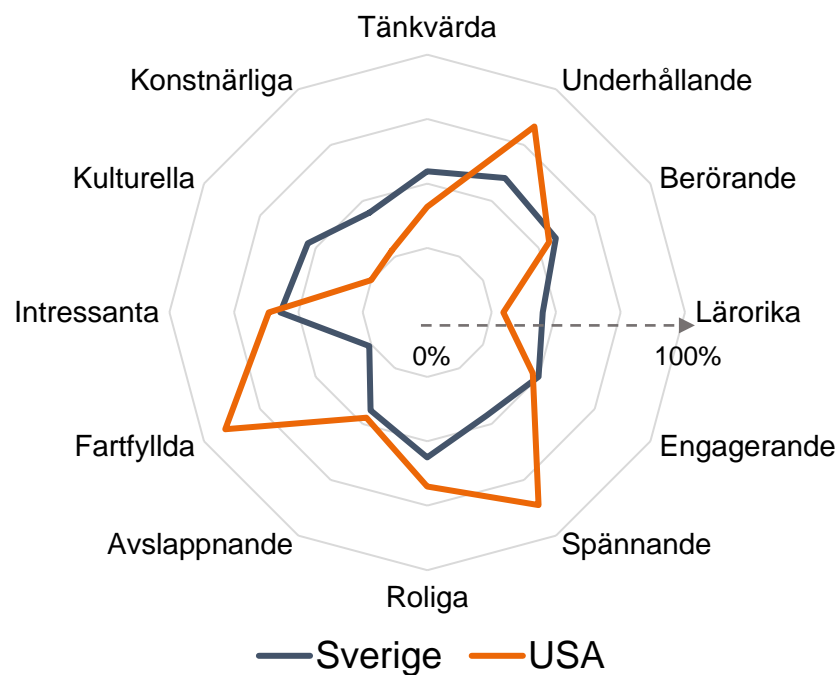


Sverige hade en lägre marknadsandel för inhemsk film jämfört med de andra Nordiska länderna under de senaste fyra åren. Sverige hade också färre inhemska filmer bland de tio mest sedda filmerna på biograf jämfört med de andra länderna.

2020 var ett speciellt år med hög inhemsk marknadsandel för samtliga nordiska länder eftersom pandemin bidrog till minskad konkurrens från amerikansk film (som är marknadsledande globalt sett).

Stor skillnad i synen på svensk och amerikansk film

Vad tycker publiken om svensk respektive amerikansk film?



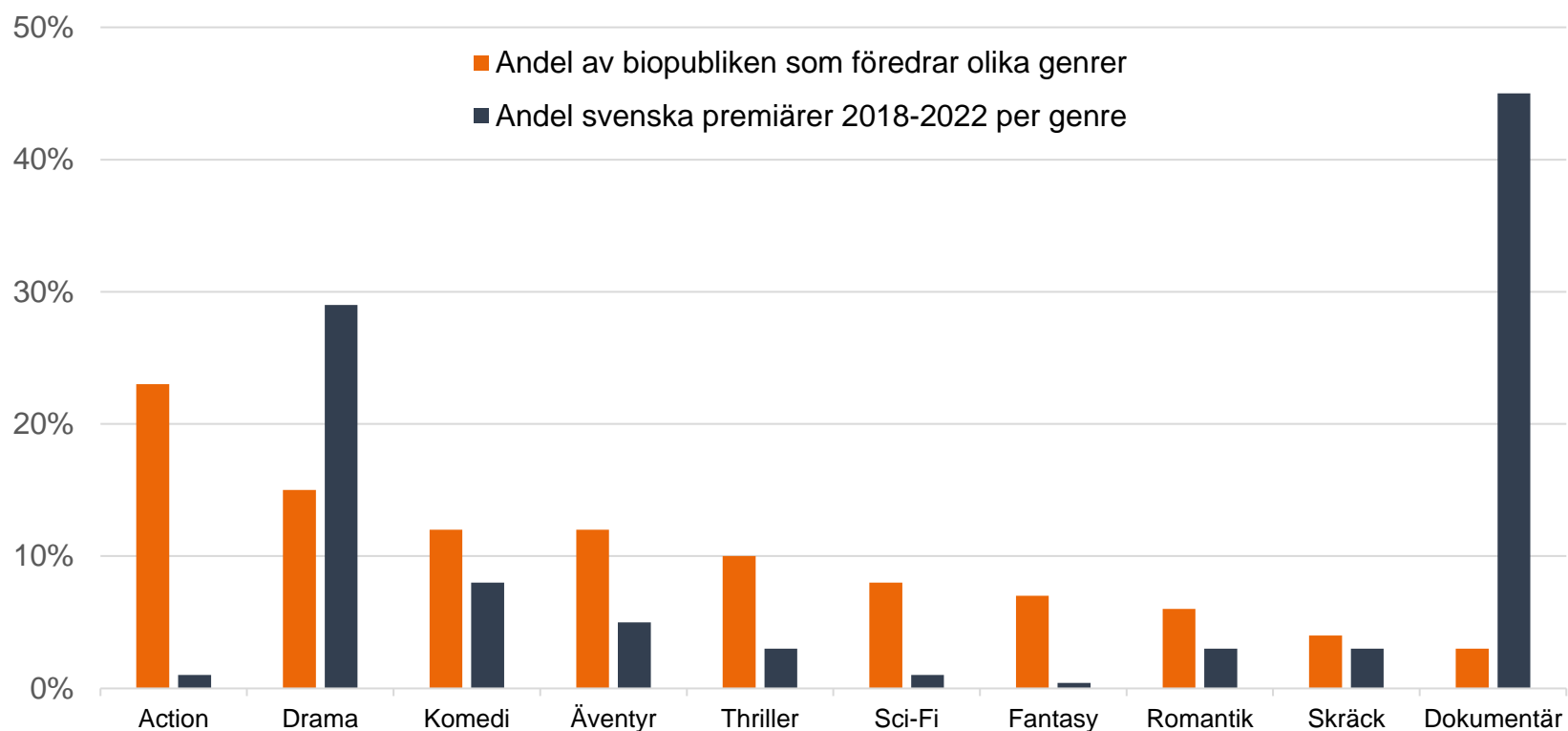
De mest sedda svenska filmerna på biograf 2022 var *Jag är Zlatan* (233 000 besök), *Länge leve Bonusfamiljen* (197 000) och *LasseMajas Detektivbyrå – Skorpionens gåta* (193 000).

Amerikansk film står för majoriteten av biografbesöken i Sverige. En möjlig förklaring till den relativt låga svenska marknadsandelen är att publiken uppfattar svensk film som mindre underhållande, spännande och fartfylld än amerikansk film.

Svensk film uppfattas å andra sidan som mer konstnärlig och kulturell än amerikansk film, men detta är inte lika viktiga egenskaper för biografpubliken.

Utbudet av drama och dokumentär är större än efterfrågan

Bioutbudet av svensk film jämfört biopublikens efterfrågan

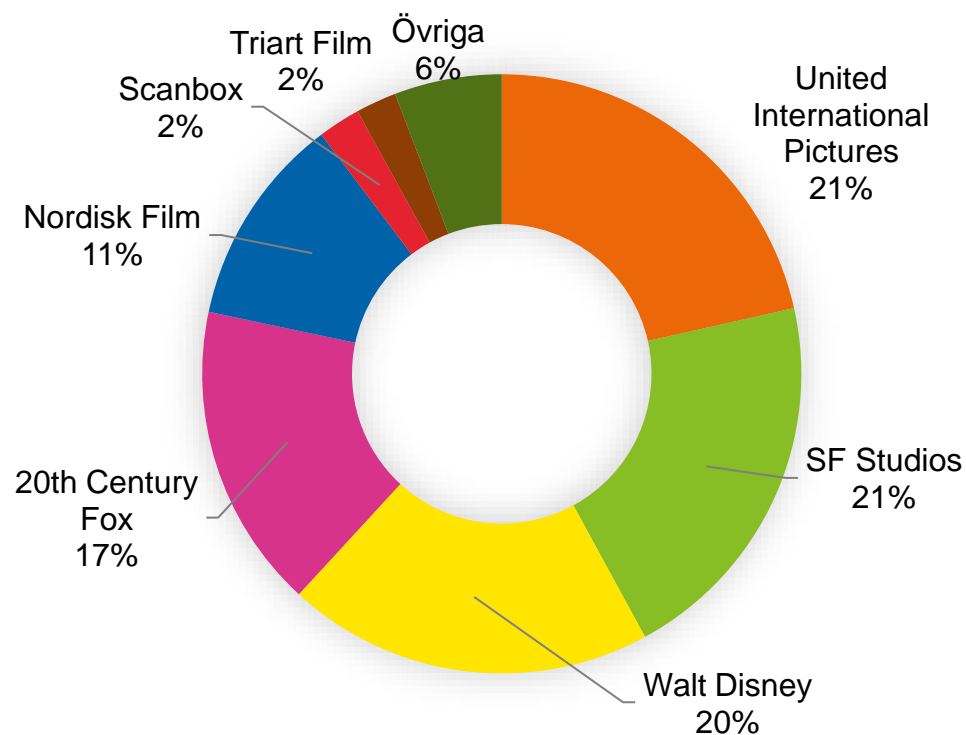


Fördelningen mellan olika genrer inom svensk film skiljer sig från biopublikens intresse. Utbudet av drama och dokumentär är överrepresenterat i relation till efterfrågan. Inom genren skräck är utbudet nästan i nivå med intresset, men för samtliga övriga genrer ligger utbudet på en lägre nivå än intresset.

Barnfilm står för en högre andel av biobesöken än av utbudet. Andelen barnfilm är lika hög inom svensk film som inom amerikansk film.

Amerikanska distributörer dominerar på biografmarknaden

Biografbesök per distributör 2017-2021*



Amerikanska distributörer står för cirka 60 procent av den svenska biografmarknaden. Det kan vara både en förklaring till och en effekt av att amerikansk film står för en så stor andel av biografbesöken.

De amerikanska distributörerna ingår i koncerner med strömningstjänster: UIP är en joint venture mellan Comcast och Paramount Global som också står bakom SkyShowtime; Walt Disney och 20th Century Studios (f.d. Fox) ingår i samma koncern som Disney+.

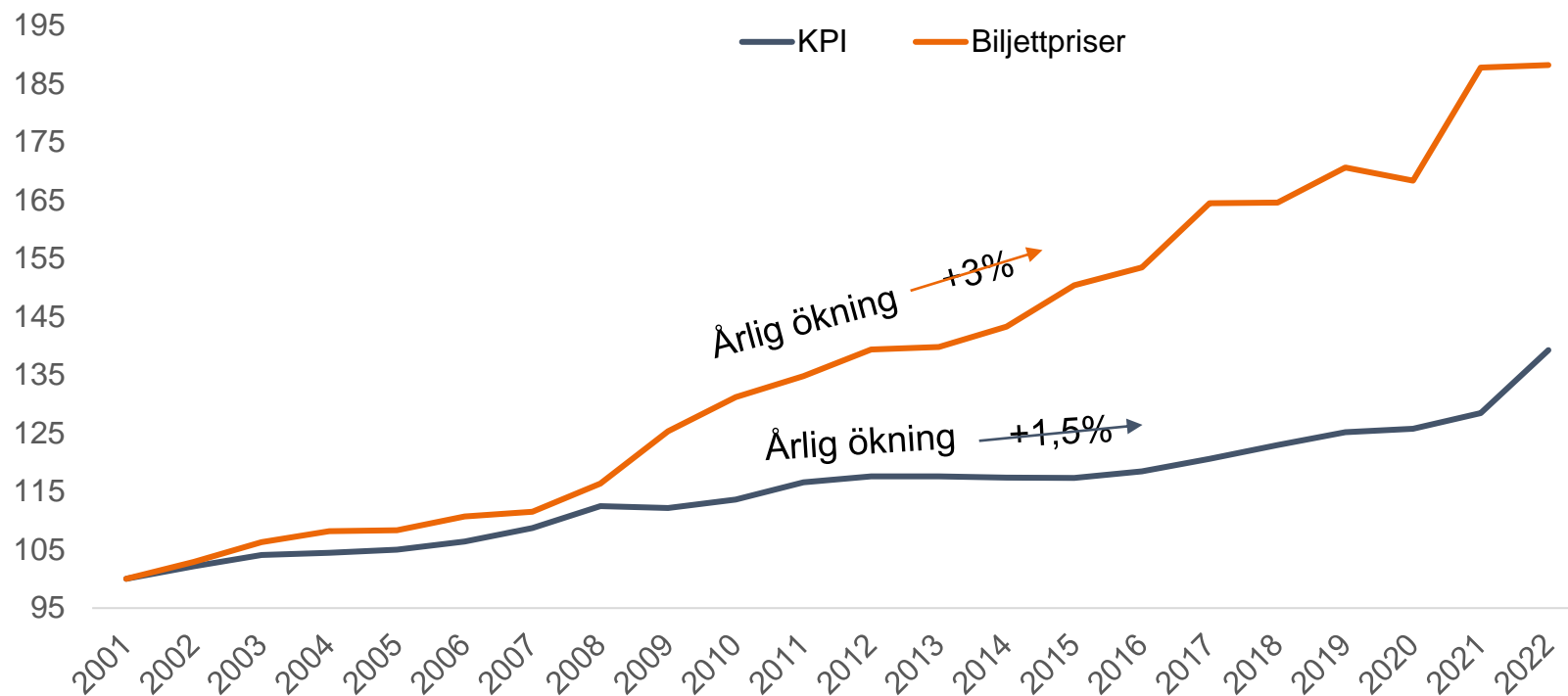
Sett till lokala bolag är SF Studios och Nordisk Film de största. Dessa är också störst när det gäller antal sålda biobiljetter till svenska filmer.

Statistik från distributörer.

*Långfilmer med biografpremiär 2017-2021.

Biljettpriser har ökat 2x snabbare än KPI senaste 20 åren

Utveckling biobiljettpriser i Sverige jämfört KPI 2001-2022 (index 100)



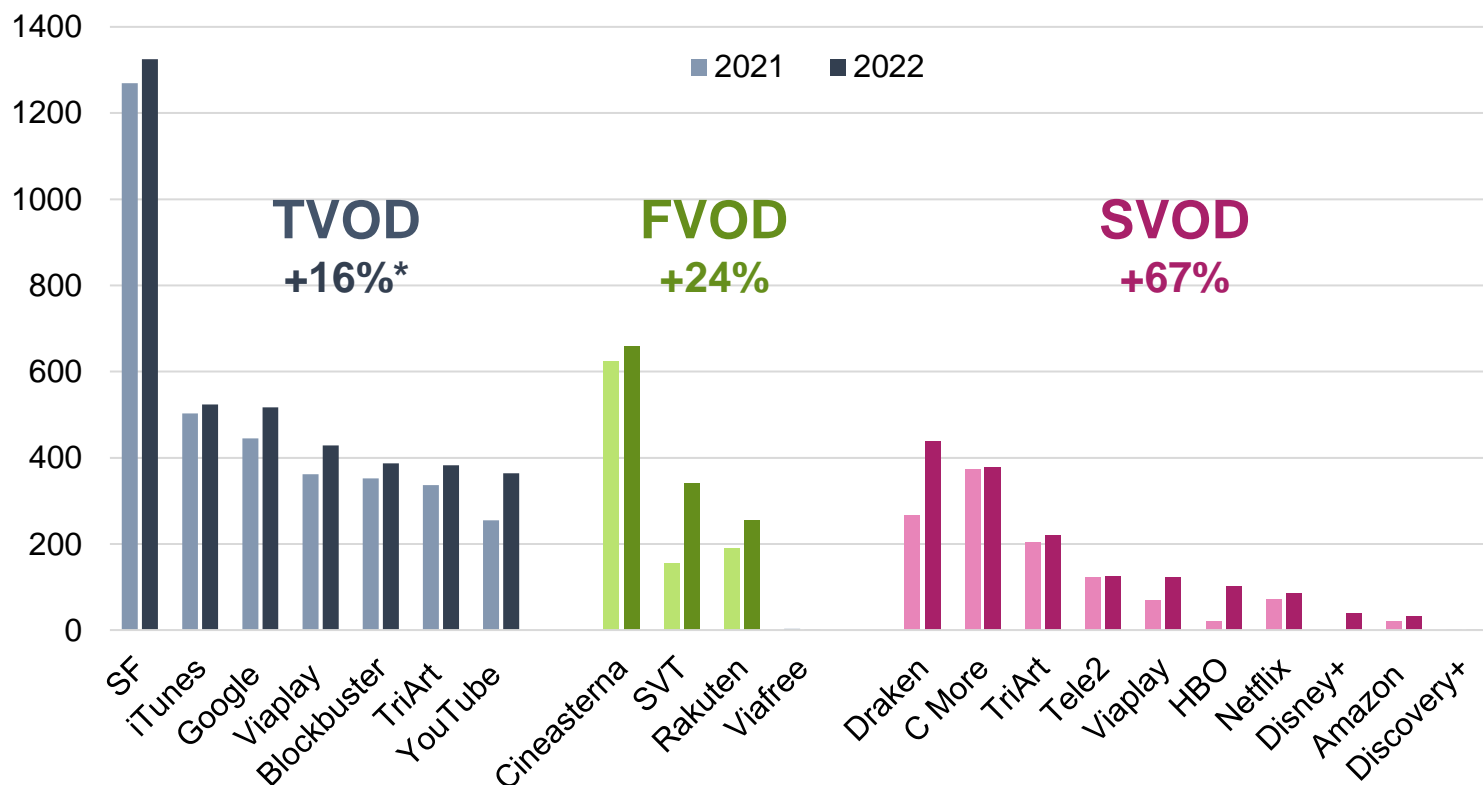
Biljettpriserna på svenska biografier ökade markant efter biografkedjan Astoria Cinemas konkurs 2007, efter att momsen på biobiljetter höjdes 2017 samt under pandemin 2021. Prisökningen avtog dock under 2022, samtidigt som KPI ökade tydligt.

Lägre priser är viktigt för den svenska biografpubliken. I Filminstitutets publikundersökning 2022 uppgav 63 procent att lägre priser skulle få dem att gå oftare på biograf.

Utbudet av svensk film på VOD ökar kraftigt, framförallt på internationella VOD-tjänster

VOD-utbudet av svenska filmer ökade mellan 2021 och 2022

Antalet svenska filmer på VOD-tjänster 2021 och 2022



Playpilot/Gravity

*Procentuell ökning 2022 jämfört 2021

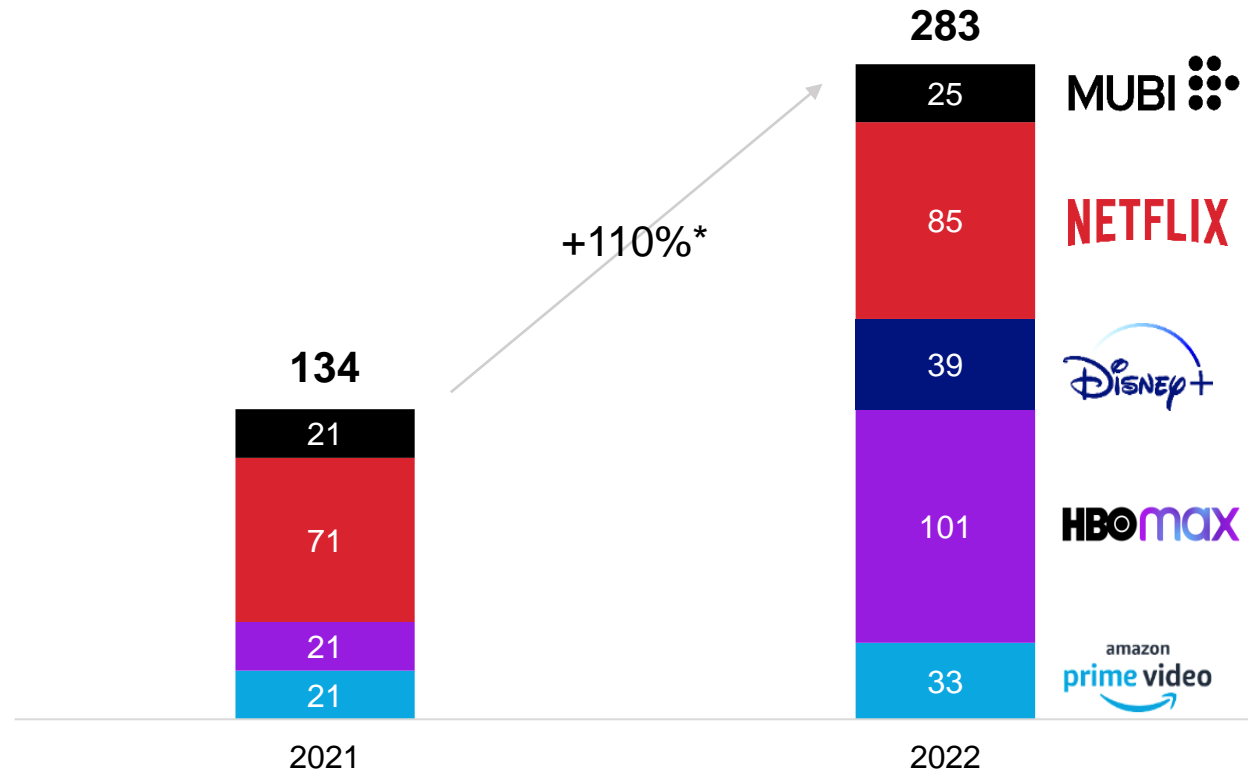
Utbudet av svensk film på VOD-tjänster verksamma i Sverige ökade med 19 procent 2022 jämfört 2021.

TVOD-tjänster står tillsammans för det största utbudet. SF Anytime är med god marginal den största tjänsten för svensk film i Sverige. Utbudet på TVOD har ökat med 16 procent jämfört med 2021.

Utbudet på SVOD-tjänster ökade kraftigast under 2022. Bland dessa tjänster har antalet svenska filmer ökat med hela 67 procent. Bland SVOD-tjänster har svenska tjänster som C More och Draken det största utbudet av svensk film.

Utbudet av svensk film på utländska SVOD-tjänster ökar kraftigt

Antalet svenska filmer på utländska SVOD-tjänster 2021-2022

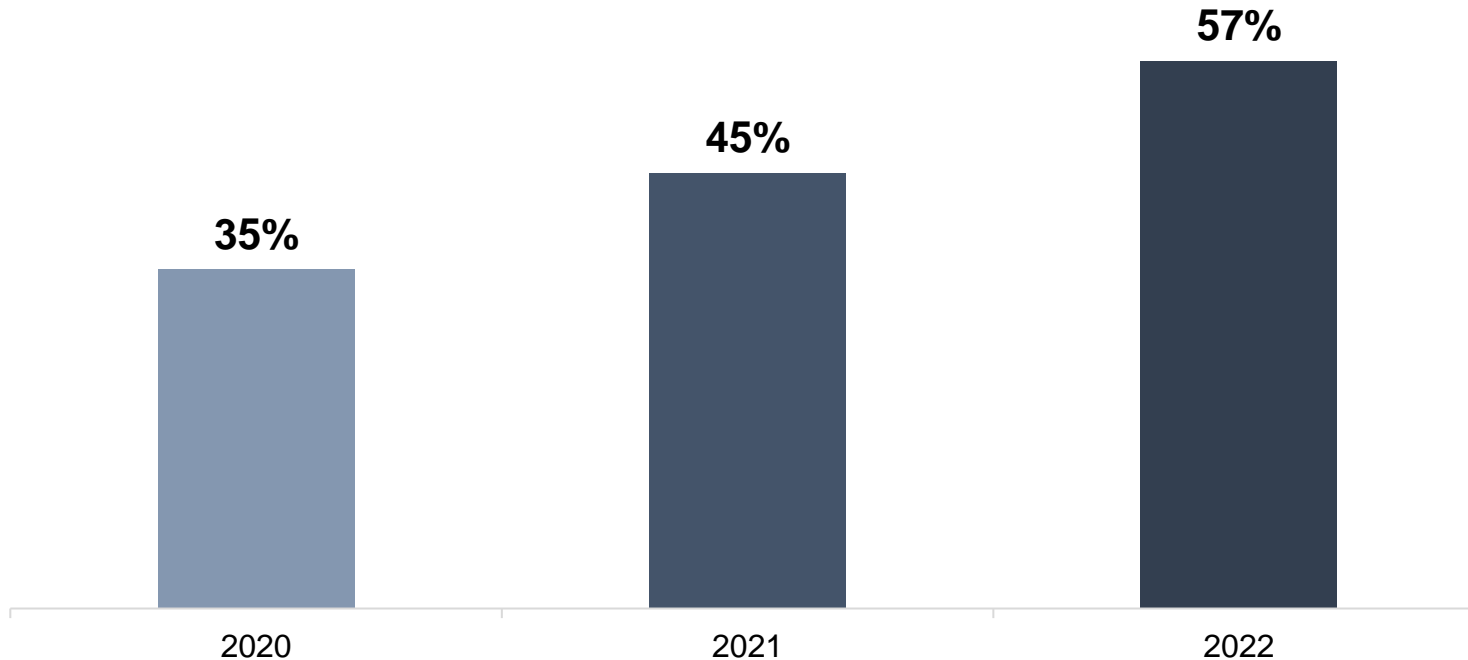


Internationella SVOD-tjänster ökade utbudet av svenska filmer kraftigt mellan 2021 och 2022. Tjänster som t.ex. Disney Plus, Netflix och HBO Max har tillsammans mer än dubblat antalet svenska filmer mellan åren.

De filmer som har lagts till på dessa tjänster är till en övervägande majoritet licensierade filmer med ett brett tilltal som setts av många i tidigare visningsfönster, äldre såväl som nyare film. Till exempel har filmer från *Snabba Cash*-serien, *Hamilton*-serien, *En man som heter Ove* och *Tillsammans* lagts till på flera internationella SVOD-tjänster under 2022. Överlag är det under 2022 tillagda svenska utbudet ganska likartat mellan dessa tjänster.

Svensk films räckvidd ökar

Andel som har sett svensk film den senaste månaden (15-74 år) 2020–2022

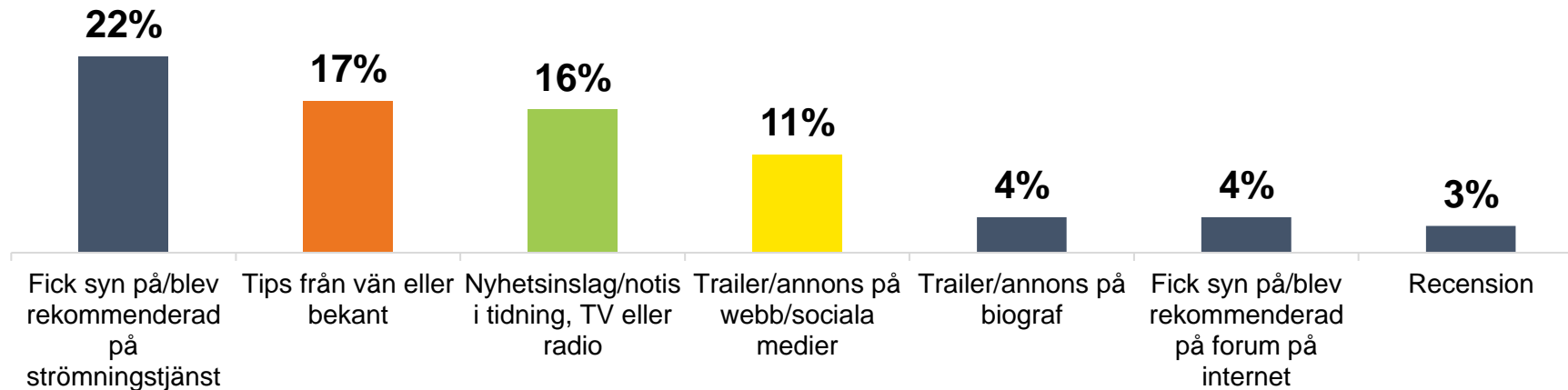


De senaste åren har svensk films räckvidd, mätt i andelen svenskar som har sett en svensk film den senaste månaden, ökat kraftigt.

En trolig förklaring till detta är att en stor backkatalog av populär svensk film tillgängliggjorts via populära digitala tjänster, inte minst internationella SVOD-tjänster, i kombination med ett fortsatt stort intresse för svensk film på TV.

VOD-tjänster viktiga för synlighet

Hur publiken fick information om svensk film 2022



VOD-tjänster är därtill enligt filmpubliken den viktigaste källan för att sprida information om svensk film, viktigare än tips från vänner/bekanta och trailers.

Recensioner är viktiga endast för tre procent av filmtittarna. Andelen som får information via recensioner är dock signifikant högre bland de som går ofta på biograf.

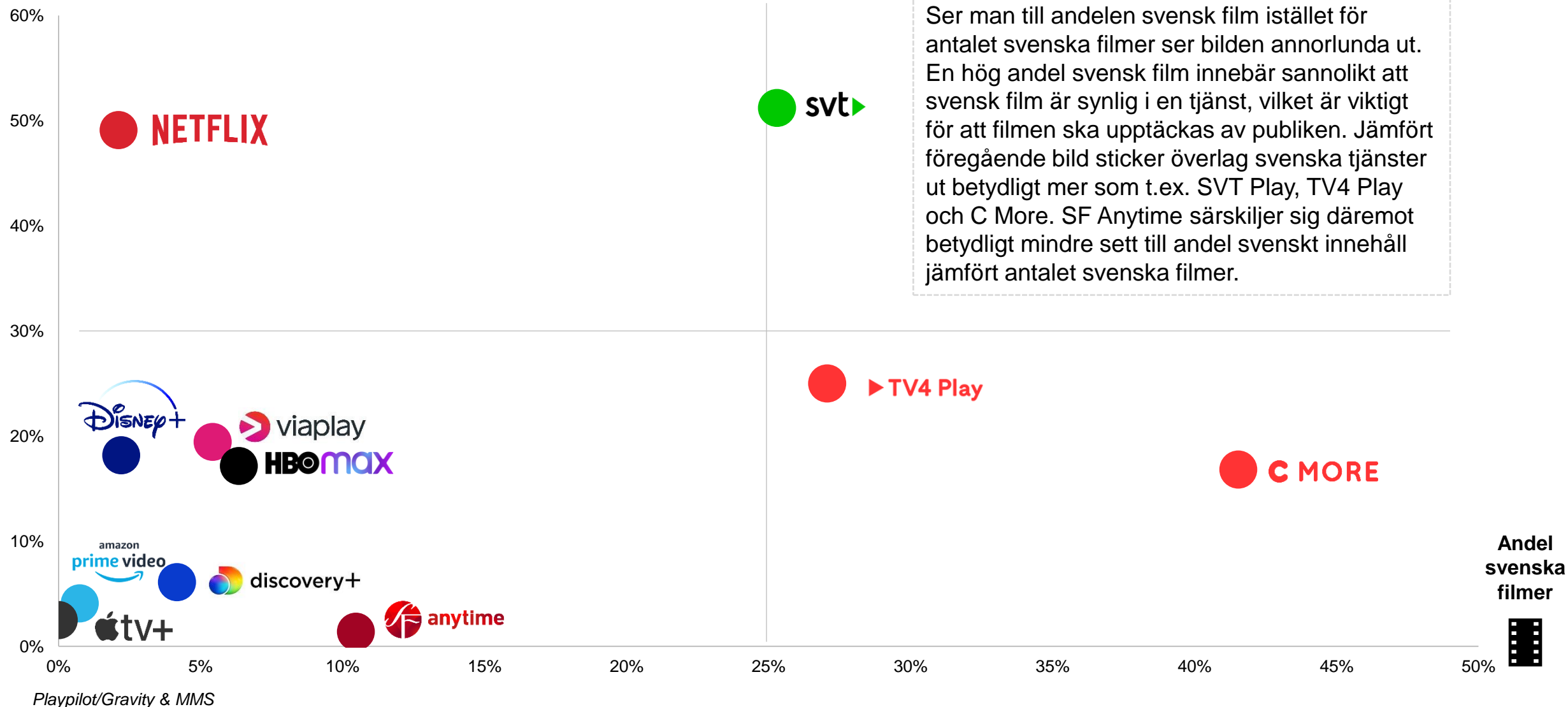
Räckvidd och antalet svenska filmer på VOD-tjänster

 Veckoräckvidd 2022



Räckvidd och andelen svenska filmer på VOD-tjänster

 Veckoräckvidd 2022



Intresset för svensk film utomlands ökar

En större internationell publik söker efter svenska filmer

Ett sätt att mäta intresset för svensk film är att utgå från IMDb:s ranking – vilken bygger på hur många som söker efter en titel under en vecka. Snittet för de tio högst rankade svenska filmerna per vecka har legat på högre nivåer under de senaste tre åren, med särskilt höga snitt i slutet av 2022.

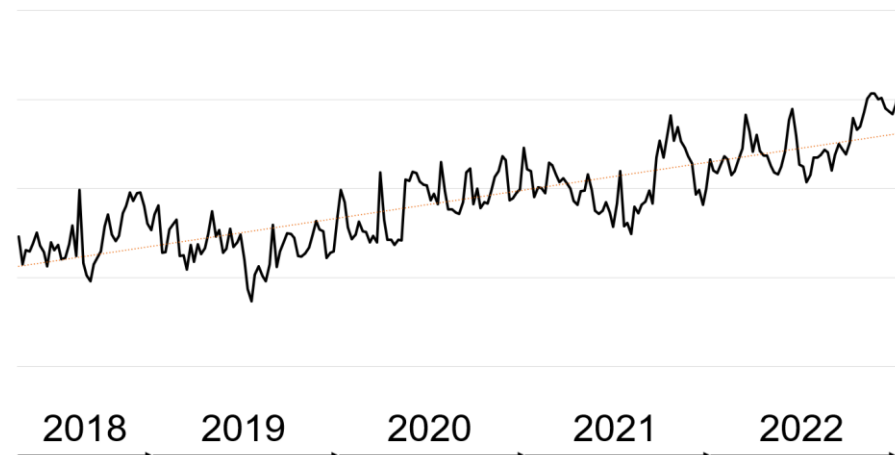
Två filmer sticker ut med ovanligt höga placeringar över relativt lång tid – *Pleasure* och *Triangle of Sadness*. *Pleasure* var som bäst den 41:e mest sökta titeln av allt innehåll på IMDb i hela världen, och *Triangle of Sadness* som bäst den 17:e mest sökta titeln.

Dessa titlar har bättre placeringar än Netflix svenska långfilmsproduktioner, såsom *Svart krabba* som uppskattningsvis setts av cirka 56 miljoner tittare.*

Försäljningar till stora marknader har störst effekt på intresset baserat på IMDb-ranking.

*Minst 106 miljoner timmar i total tittartid enligt Netflix.

Genomsnittlig ranking bland de tio mest eftersökta filmerna på IMDb

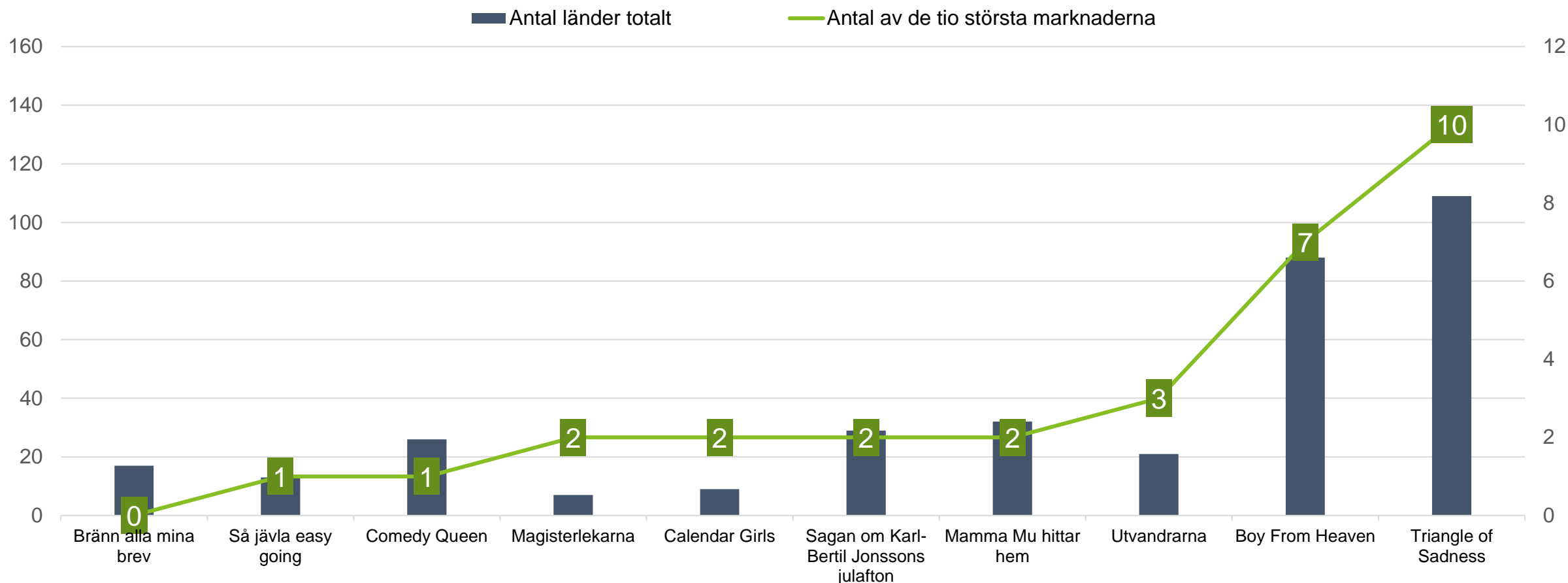


Triangle of Sadness har sålts till ett stort antal länder totalt sett, och har samtidigt sålts till samtliga av de tio största marknaderna mätt i BNP.

Pleasure har sålts till jämförelsevis få länder totalt sett, men till många av de tio största marknaderna.

Triangle of Sadness mest sålda film internationellt 2022

Antal försäljningar till internationella marknader premiärer 2022

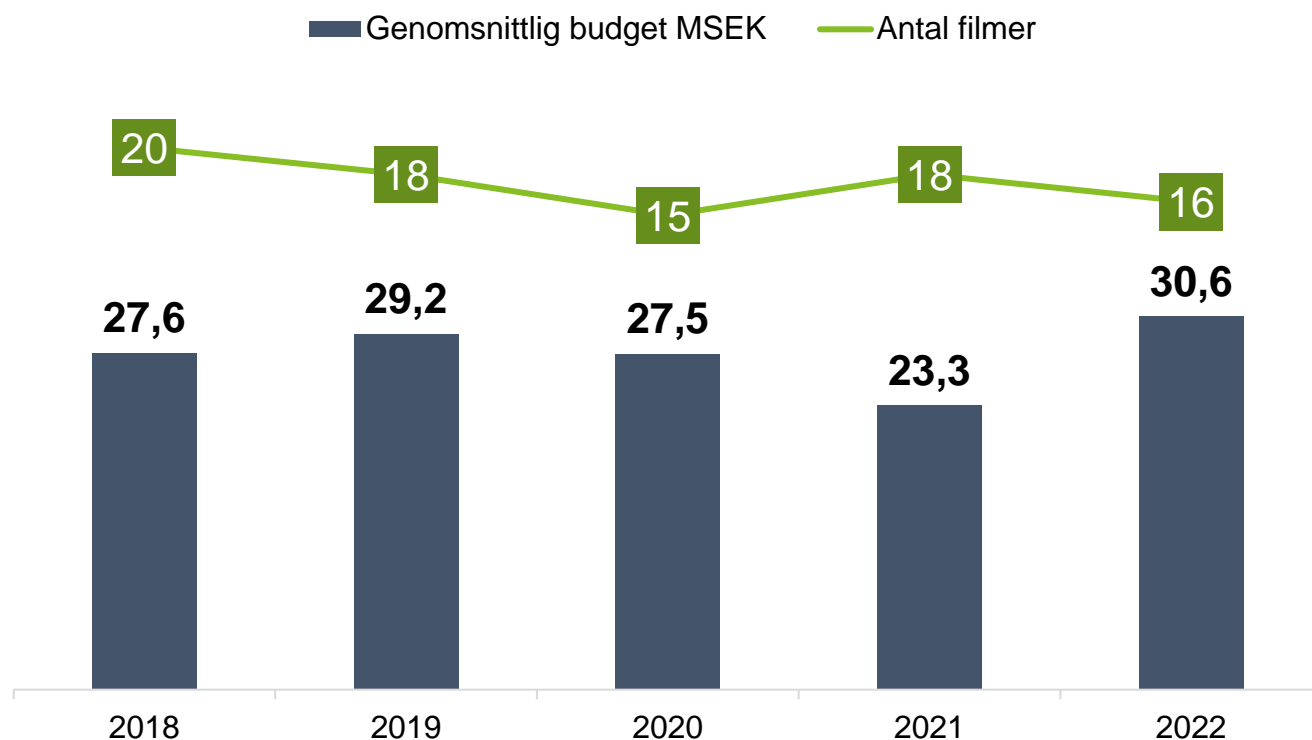


*USA, Kina, Japan, Tyskland, Indien, Storbritannien, Frankrike, Italien, Kanada, Sydkorea

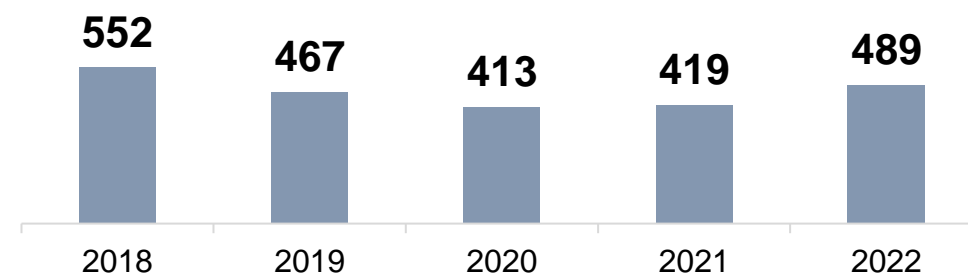
Produktion och investeringar för svensk film är tillbaka på samma nivå som före pandemin

Budget svensk lång spelfilm ökade 2022

Antal svenska långa spelfilmer* och genomsnittlig budget



Total investering svensk lång spelfilm* MSEK

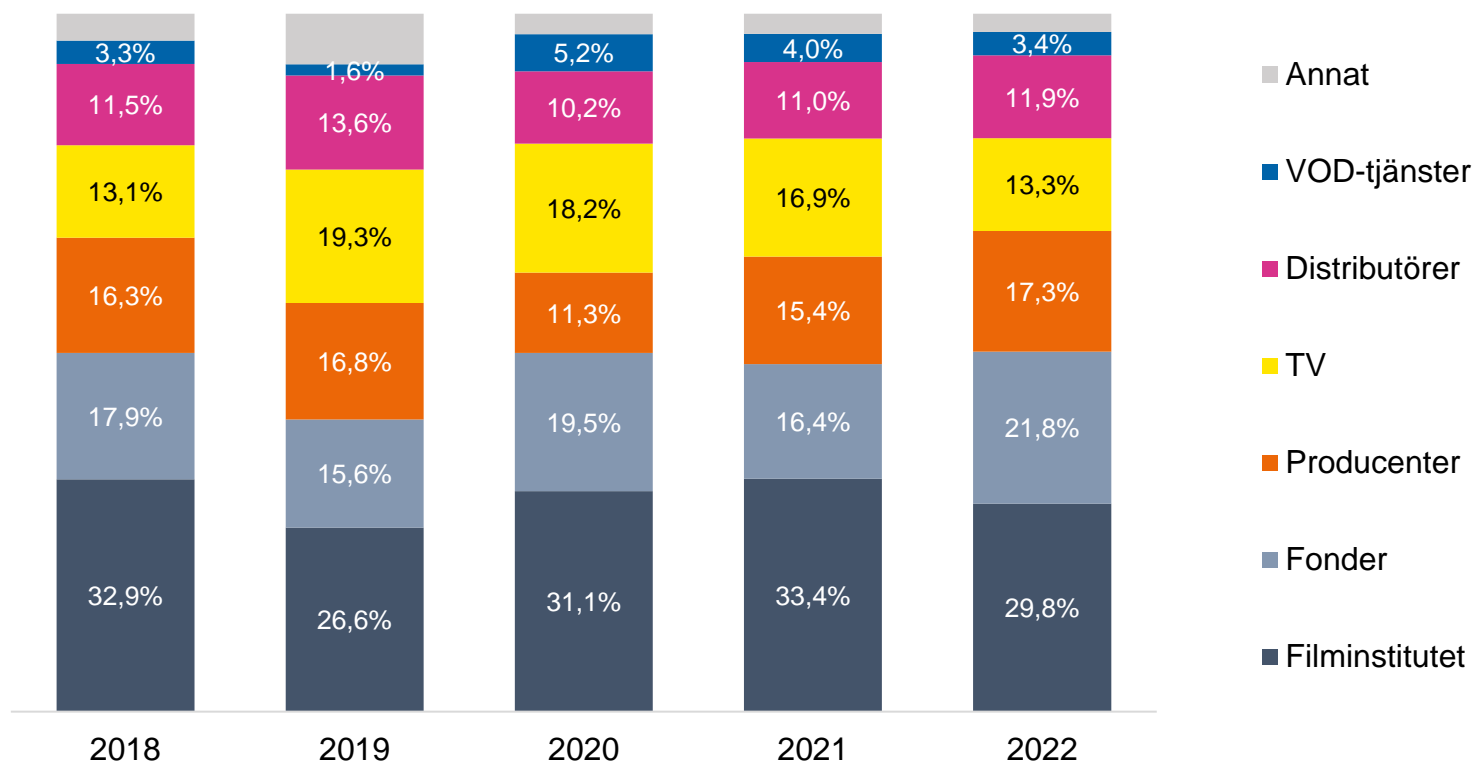


Genomsnittlig budget för svensk lång spelfilm ökade kraftigt 2022 efter att ha minskat något under pandemin. Även totala spelfilmsinvesteringar för svensk film ökade under 2022 med omkring 20 procent, tillbaka till liknande nivåer som före pandemin. Detta är i linje med den genomsnittliga utvecklingen i Europa, som har inneburit minskade spelfilmsinvesteringar under pandemin, sett till både genomsnittliga budgetar och antalet producerade filmer.

*Filmer med konsulentstöd eller marknadsstöd från Filminstitutet

Finansieringen av svensk lång spelfilm är likartad över tid

Genomsnittlig finansiering svensk lång spelfilm*



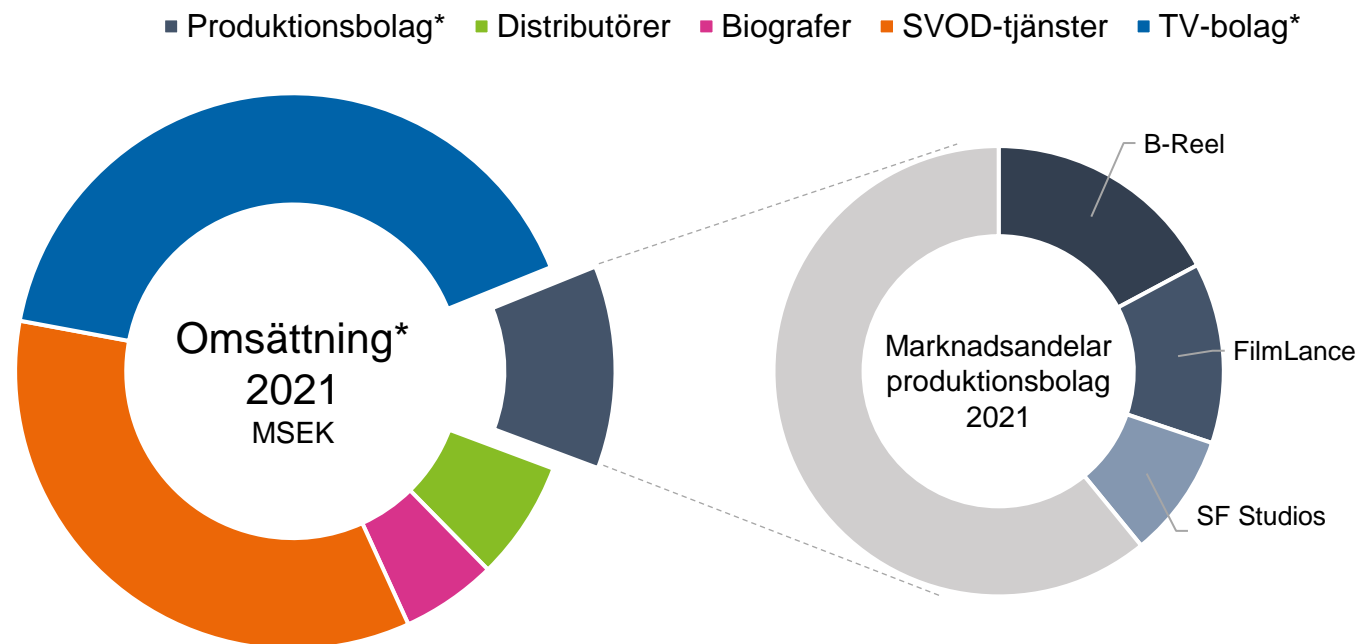
Det genomsnittliga finansieringsupplägget för lång spelfilm är förhållandevis oförändrad över de senaste åren, trots att förutsättningarna för produktion och biograffönstret förändrats kraftigt under pandemiåren. Distributörer går till exempel in med lika stora genomsnittliga investeringar som före pandemin, vilket vittnar om en fortsatt tilltro till långa spelfilmers kommersiella bärkraft.

VOD-tjänsternas andel av den genomsnittliga finansieringen är fortsatt förhållandevis låg, i relation till dessa tjänsters snabba och kraftiga framväxt.

*Filmer med konsulentstöd eller marknadsstöd från Filminstitutet

Strömningstjänster investerar främst i filmer utan stöd från Filminstitutet

Illustrativt: Omsättning i olika branschsegment 2021



En förklaring till VOD-tjänsternas låga andel av stödda filmers finansiering är att VOD-tjänsterna ofta investerar i andra filmer än Svenska Filminstitutet, filmer där de i många fall står för hela budgeten.

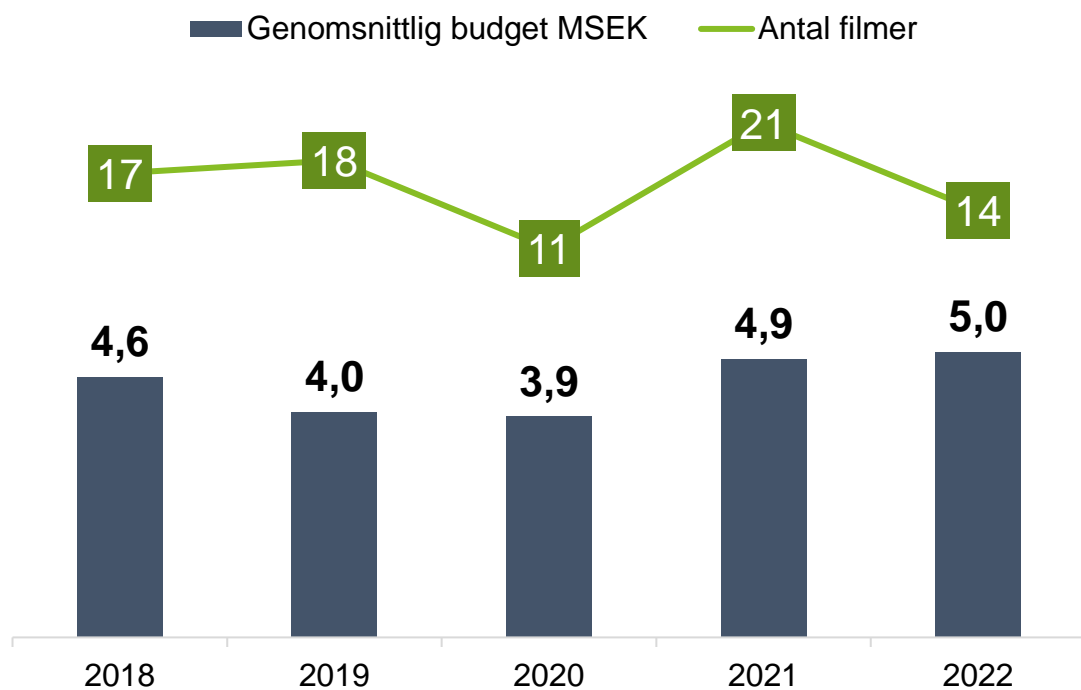
Detta avspeglas i produktionsbolagens omsättning. FilmLance och SF Studios, vilka under 2021 stod för en stor del av svenska produktionsbolags omsättning, har båda producerat filmer för Netflix och därmed tagit emot stora investeringar från VOD-aktörer.

*Exklusive Public Service.

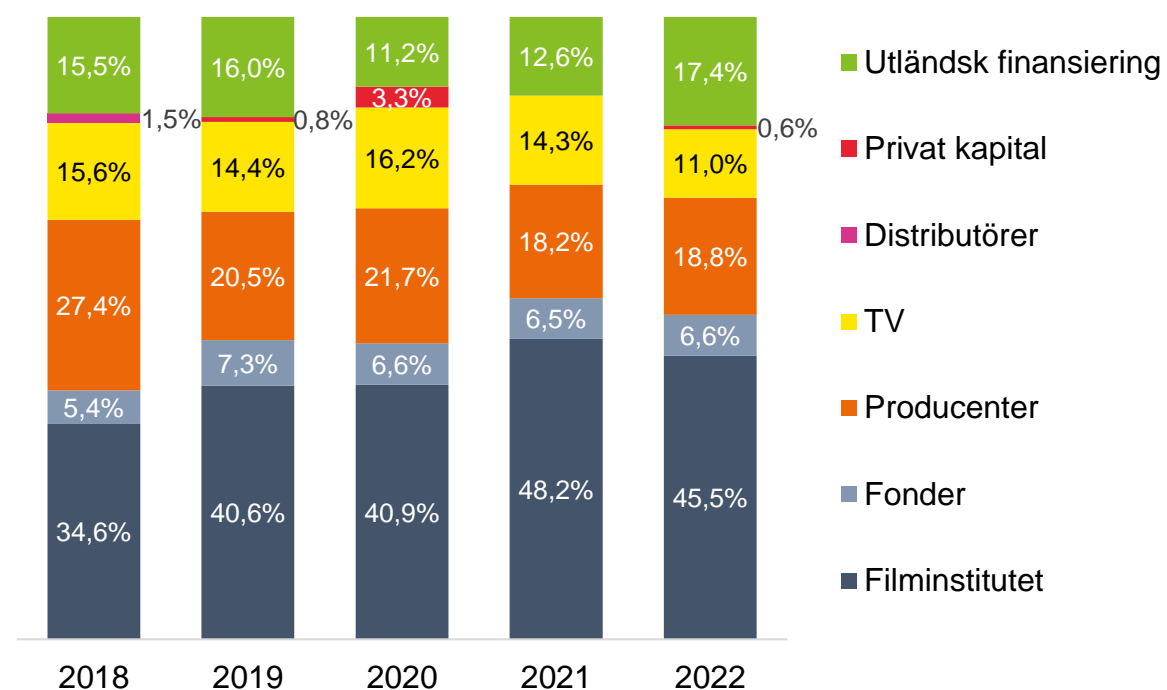
Estimat baserat på bolagsrapporter, MMS, Biografägareförbundet, MPRT

Genomsnittligt budget för svensk lång dokumentär 5 MSEK

Antal svenska långa dokumentärer* och genomsnittlig budget



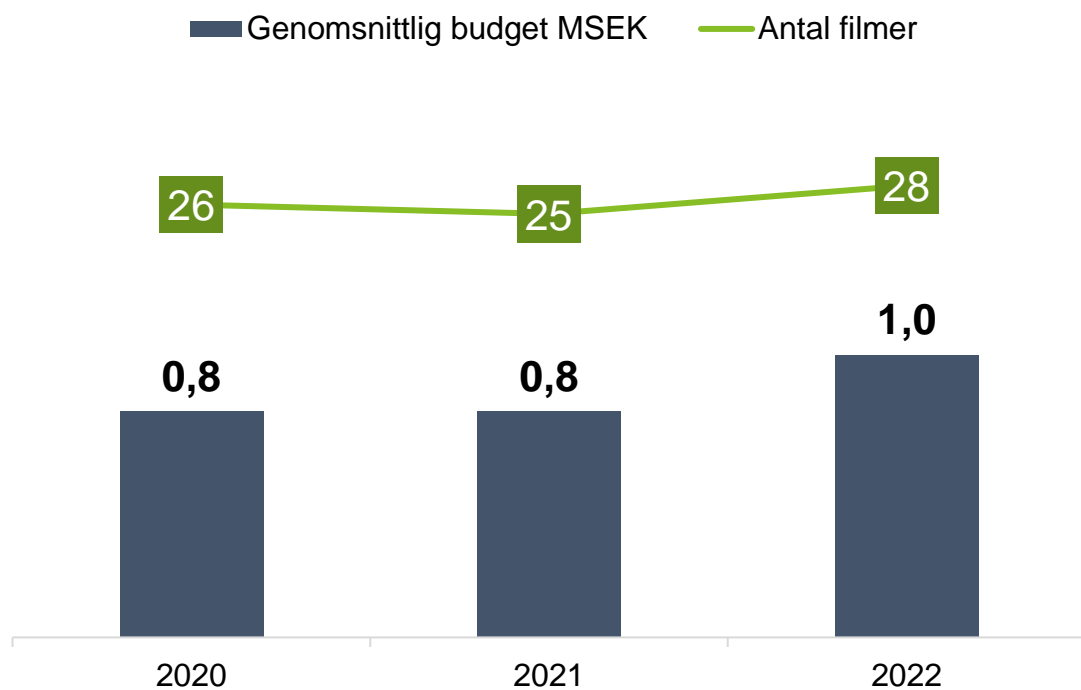
Genomsnittlig finansiering svensk lång dokumentär*



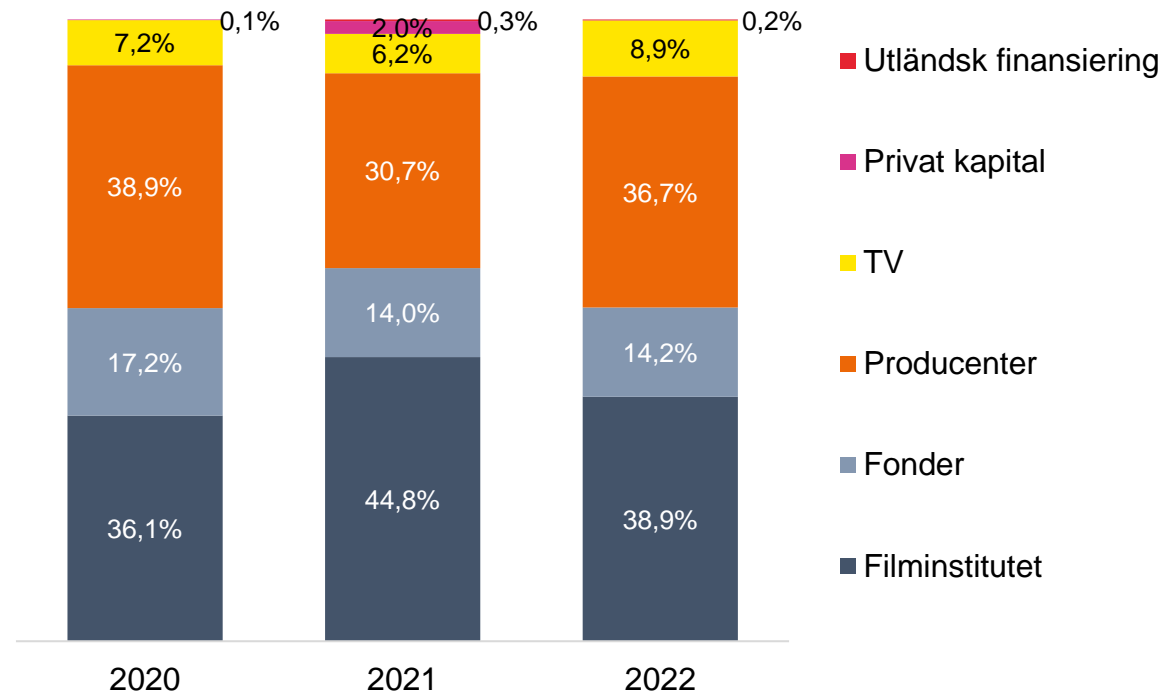
*Filmer med konsulentstöd eller marknadsstöd från Filminstitutet

Nära 30 korta svenska spelfilmer med stöd från Filminstitutet 2022

Antal korta svenska spelfilmer* och genomsnittlig budget



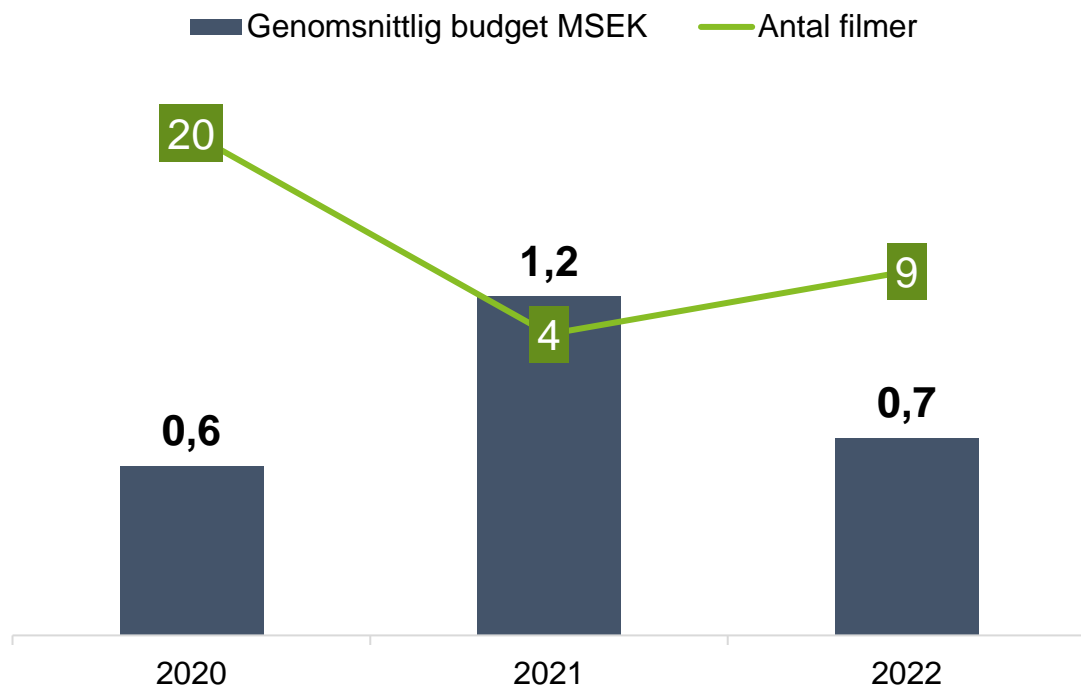
Genomsnittlig finansiering svensk kort spelfilm*



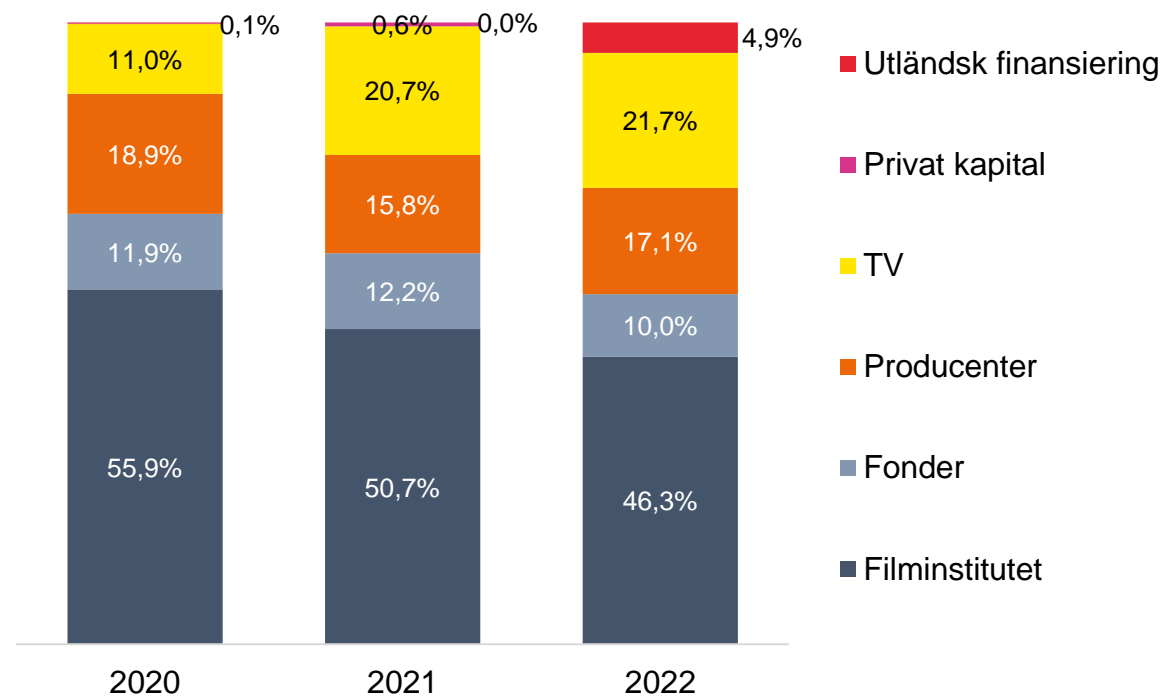
*Filmer med konsulentstöd eller marknadsstöd från Filminstitutet

TV en viktig finansiär av korta svenska dokumentärer

Antal korta svenska dokumentärer* och genomsnittlig budget



Genomsnittlig finansiering kort svensk dokumentär*

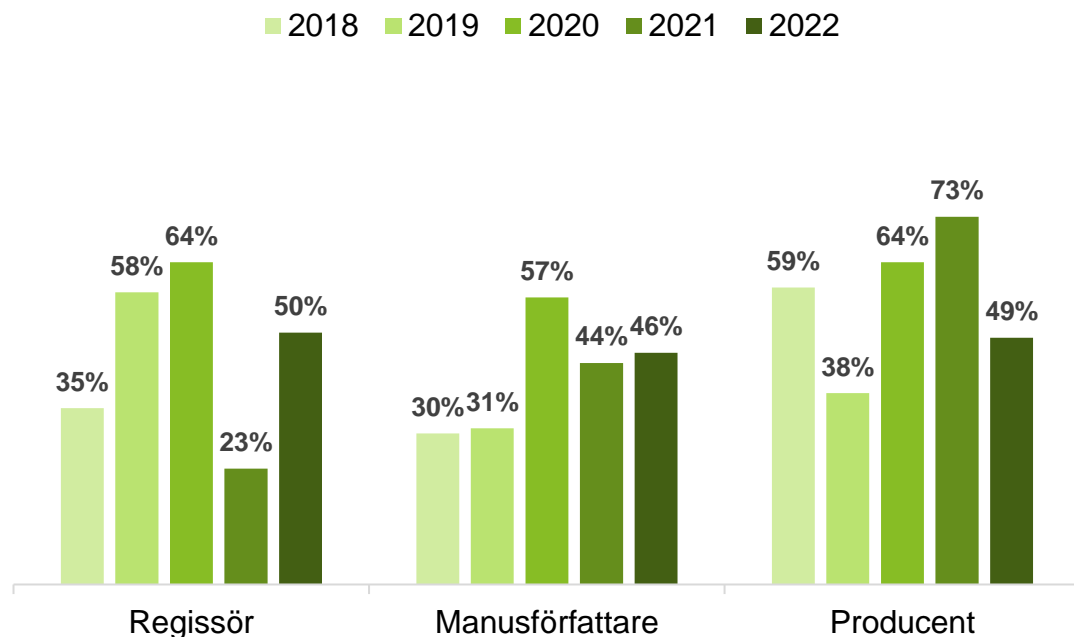


*Filmer med konsulentstöd eller marknadsstöd från Filminstitutet

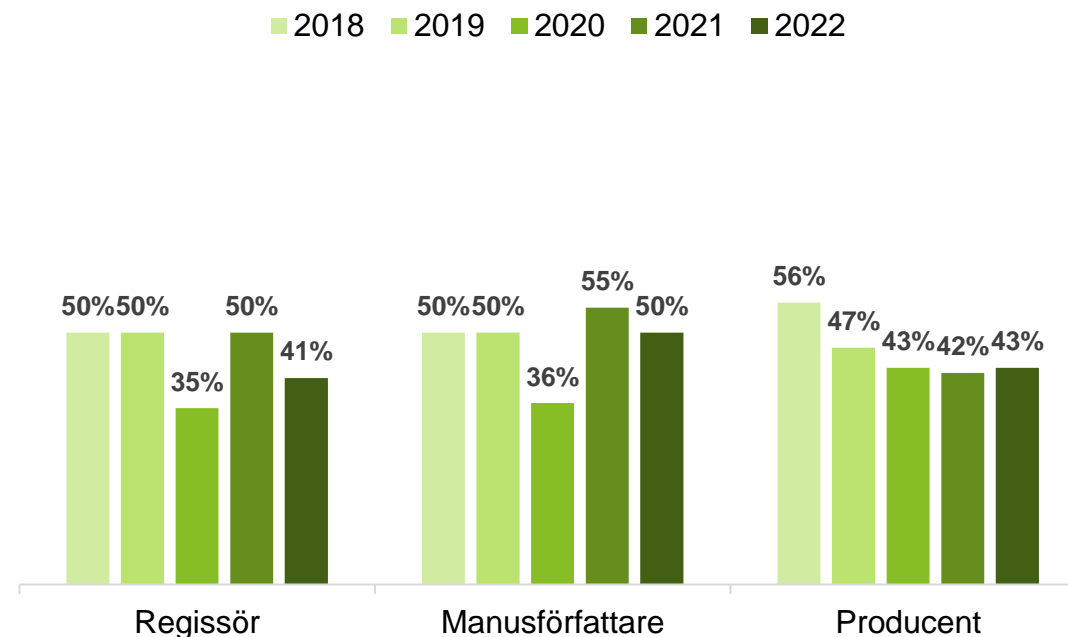
Jämn könsfördelning i nyckelroller bakom 2022 års långa spelfilmer och dokumentärer

Jämn könsfördelning bakom lång spelfilm och dokumentär

Andel långa spelfilmer som fått konsulentstöd med en kvinna som...

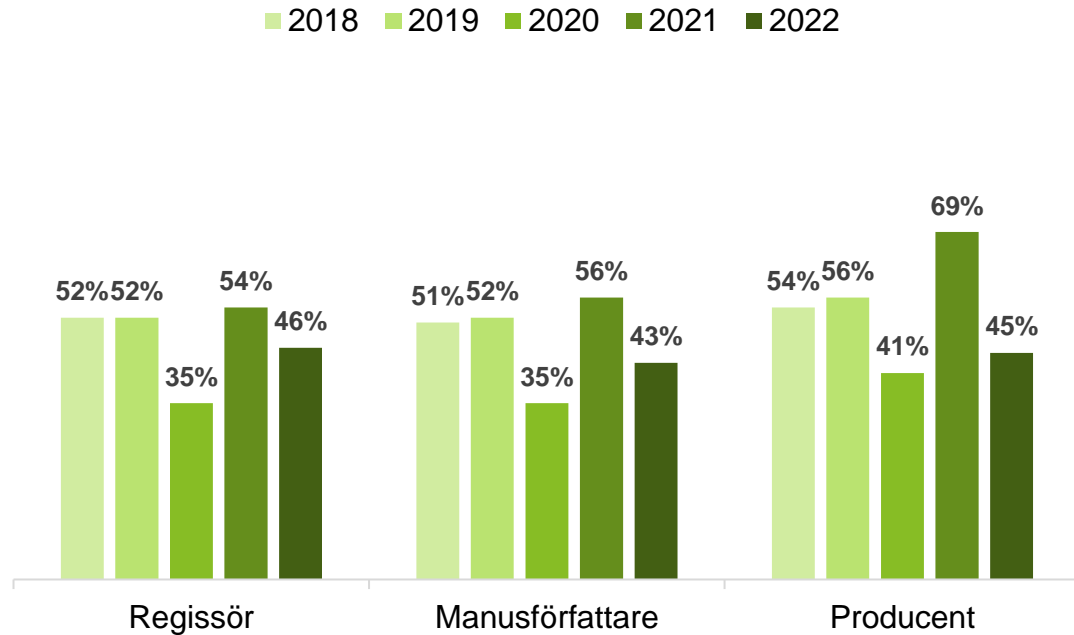


Andel långa dokumentärer som fått konsulentstöd med en kvinna som...

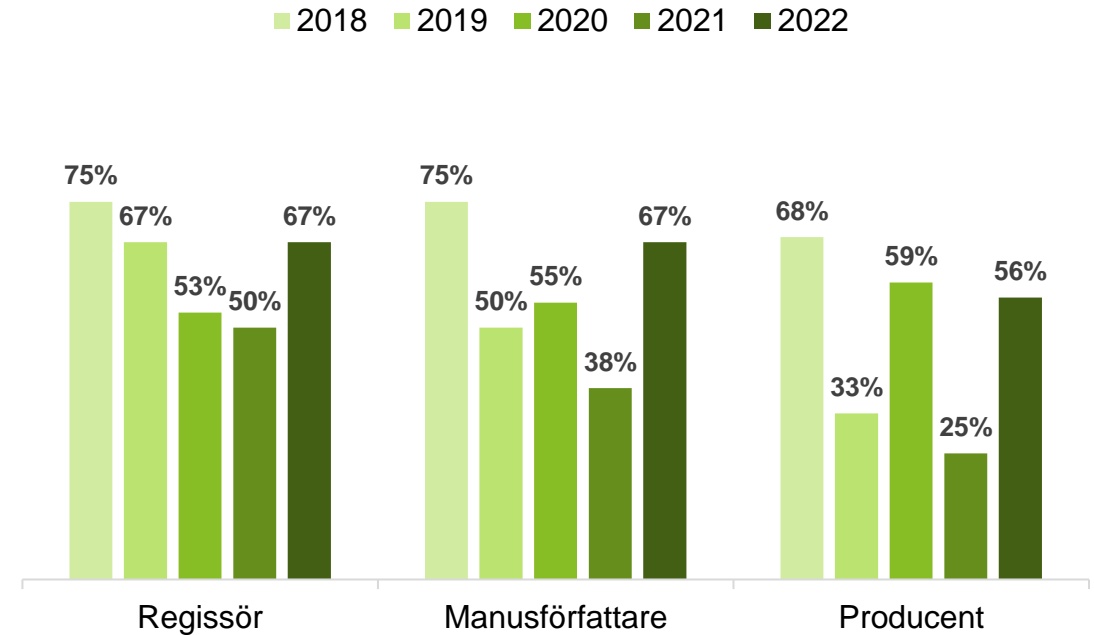


Hög andel kvinnor i nyckelroller bakom korta dokumentärer 2022

Andel korta spelfilmer som fått konsulentstöd med en kvinna som...



Andel korta dokumentärer som fått konsulentstöd med en kvinna som...



Källförteckning

Biografägareförbundet: Totalt antal besök och besök för svensk film på biografer i Sverige 2022.

Bolagsrapporter: Årsredovisningar för företag inom filmområdet i Sverige.

Distributörer: Antal besök för långfilmer med svensk biografpremiär 2017-2021.

European Audiovisual Observatory (EAO): Europeisk biografstatistik.

Filminstitutets publikundersökning 2022: Genomfördes i slutet av december 2022 med 3 000 svarande, representativa för den svenska befolkningen mellan 15 och 74 år.

Filmägarnas Kontrollbyrå: Antal besök för de mest sedda filmerna på svenska biografer 2022.

MMS trend & tema: Räckvidd VOD-tjänster i Sverige.

Myndigheten för Press, Radio och TV (MPRT): Omsättning TV-bolag.

Playpilot/Gravity: Utbud av svensk film på VOD-tjänster.

Svensk Filmdatabas: Antal premiärer och filmer inom olika kategorier.

Statistiska Centralbyrån (SCB): KPI, historiska tal.