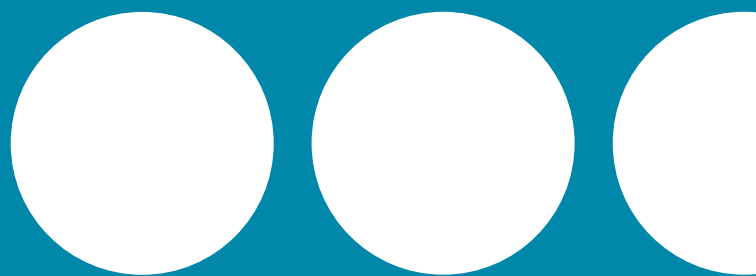




Svenska  
Filminstitutet



# Publikens förändrade beteende

om filmkonsumtion i olika målgrupper



Kontakt: Svenska Filminstitutet, Box 27126, 102 52 Stockholm  
Telefon: 08 665 11 00 | info@sfi.se | [www.sfi.se](http://www.sfi.se)

Produktion: Svenska Filminstitutet  
Illustration omslag: Artyzan/Shutterstock

Contact: Swedish Film Institute, P.O. Box 27126, SE-102 52 Stockholm  
Phone: +46 8 665 11 00 | info@sfi.se | [www.sfi.se](http://www.sfi.se)

Production: Swedish Film Institute  
Illustration cover: Artyzan/Shutterstock

# Sammanfattning

I denna rapport analyseras hur filmkonsumtionen ser ut i Sverige idag och hur den har förändrats de senaste åren. Analysen bygger på tre större enkätundersökningar som SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomfört i samarbete med Svenska Filminstitutet 2007, 2011 och 2013.

Den totala filmkonsumtionen ligger relativt stabil runt 80 filmer i snitt per år och person. Men fördelningen mellan olika visningsfönster har förändrats sedan 2007. Idag sker 52 procent av filmtittandet i allmän tv, 23 procent i filmkanal, 15 procent på dvd/blu-ray, 7 procent via internet/vod och 3 procent på biograf. Sedan 2007 finns en tydlig trend där filmkanaler och dvd/blu-ray minskar medan allmän tv och hyrfilm på internet/video-on-demand (vod) ökar. Andelen film vi i genomsnitt ser på biograf är i stort sett oförändrad.

Filmtittandet skiljer sig relativt mycket mellan olika grupper, och förändringarna som skett är tydligare i vissa grupper än i andra. Sett till åldersgrupper sticker 16–19-åringar ut som den grupp med störst filmkonsumtion i snitt per person. Samtidigt har konsumtionen i denna grupp minskat markant. Den åldersgrupp som konsumerar näst mest film per person är 40–49-åringarna. Här är trenden annorlunda än bland 16–19-åringarna, med en ökning av den totala konsumtionen.

Hyrfilm på nätet/vod har haft bredast genomslag bland 16–19-åringar. Mer än hälften av alla i denna åldersgrupp har sett film på vod någon gång det senaste året. Den mest frekventa vod-tittaren är 16–39 år, studerande eller arbetslös, ser sig tillhöra företagarhus och bor i storstad.

Analysen pekar på att biografens roll snarare har ökat än minskat under åren 2007 till 2013. Andelen av befolkningen som gått på bio minst en gång var högre i alla åldersgrupper 2013 än 2007 förutom i åldersgruppen 60–69 år, där andelen biobesökare är oförändrad. Men det syns också att biografpubliken har blivit äldre och att de mest frekventa besökarna går mer sällan.

Vid sidan om de traditionella repertoarvisningarna på bio är filmfestivaler, filmklubbar och filmstudios ett vanligt sätt att uppleva film på utanför hemmet. Gemensamt för dessa visningsformer är att det i regel krävs ett medlemskap för att kunna delta i publiken. Den typiska medlemmen är studerande, 16–19-år, storstadsbo, kvinna samt tillhörande arbetarhus eller företagarhus.

En jämförelse med officiell biografstatistik visar tydligt att de svarande överskattar sin konsumtion av svensk film. Detta pekar på ett starkt värde för svensk film. De grupper som är mest benägna att välja svensk film skiljer sig till stor del från de grupper som konsumerar mest film liksom från de grupper som utmärker både vod-tittaren och medlemmen. Det är därmed troligt att de förändringar som skett de senaste åren har påverkat svensk film mindre än filmen totalt.

Beteendeförändringarna kan också relateras till genrer. De största förändringarna har skett i de grupper som är mer intresserade av action, science fiction/fantasy, äventyr, skräckfilm och thriller. Svensk film skulle kunna få en starkare ställning i det nya konsumtionslandskapet genom fler filmer i dessa genrer. Samtidigt skulle ett större utbud av svensk film på vod-tjänsterna sannolikt kunna leda till ett bredare genomslag för detta fönster. Intresset för svensk film är redan starkt i den grupp där biogåendet har ökat mest.

# Innehåll

3	Sammanfattning
5	Inledning
6	Allmänna trender i filmkonsumtionen
8	Filmtittandet i olika grupper
10	Vod-tittaren
12	Biobesökaren
15	Medlemmen
17	Målgruppen för svensk film
19	Målgrupper för olika genrer
22	Slutsatser
25	Källor

# Inledning

Vem är den typiska biobesökaren? Är det andra grupper som främst ser film digitalt? Hur ser publiken på svensk film ut och skiljer den sig från andra filmkonsumenter? Varierar genreprensens mellan stad och landsbygd, mellan olika åldersgrupper eller mellan män och kvinnor?

För att söka svar på detta har Svenska Filminstitutet sedan ett antal år samarbetat med SOM-institutet (Samhälle, Opinion och Medier) vid Göteborgs universitet. I den stora nationella SOM-undersökningen som genomförs varje år ingår alltid frågor om framför allt biogåendet i avsnittet om kulturvanor. De år Svenska Filminstitutet medverkat har undersökningen varit mer omfattande avseende film och undersökt svenskarnas filmvanor, intresse för film i olika sammanhang och från olika genrer och miljöer.

I föreliggande rapport analyserar vi resultatet av vår medverkan i SOM-undersökningen 2013 och gör dessutom jämförelser av hur filmvanor och -attityder har förändrats sedan undersökningarna 2007 och 2011. Genom att ingå i den stora SOM-undersökningen är möjligheterna goda att analysera resultaten ur olika demografiska perspektiv. Vi använder de kategorier som redovisas av SOM-institutet vilka beskriver ålder, kön, utbildningsnivå, typ av sysselsättning, självuppskattad klasstillhörighet och var de svarande bor.

SOM-undersökningen baseras på ett systematiskt sannolikhetsurval av Sveriges befolkning i åldersintervallet 16–85 år. Den genomförs som en postenkät med möjlighet att svara via webben och påminnelser görs både per post och telefon. 2013 utgjorde urvalet 17 000 individer varav 3 400 svarade på formulär fyra som innehöll frågorna om film. Svarsfrekvensen för denna del var 51 procent. Vid analysen av olika grupper dras inga slutsatser om grupper med färre än 50 svarande.

Under det senaste decenniet har begreppet film sannolikt breddats. Film, och rörlig bild generellt, är också en alltmer central del av vår mediala värld. Men förändringen innebär även att gränserna mellan det som traditionellt avsetts med film och andra former av rörlig bild har upplösts. Inkluderar de svarande till exempel filmer de ser på Youtube i begreppet film, och ser de på tv-serier som en typ av film? Det vet vi inget om och det kan möjligen påverka hur de har svarat på frågorna om var de konsumerar film och vad de tycker om olika genrer nu och för fem-sex år sedan. Inte desto mindre ger undersökningarna en bild av hur de som konsumerar film, och i viss utsträckning de som inte gör det, vill beskriva sina filmvanor och sina attityder till film.

Rapporten inleder med att ge en generell bild av filmkonsumtionens omfattning och fördelning på olika visningsfönster, och hur det varierar mellan olika grupper. Därefter sätts fokus på det visningsfönster som växer snabbast, även om omfattningen fortfarande är relativt begränsad, det vill säga film sedd på vod. Trots förändrade konsumentmönster behåller biografen sin ställning generellt men de förändringar som skett i vilka som väljer att se film på bio beskrivs i det därpå följande avsnittet. En intressant grupp är de som ser film i olika filmklubbar och på filmfestivaler. Denna många gånger hängivna och kunniga publiks filmvanor och -attityder beskrivs innan rapporten avslutas med beskrivningar av hur målgrupperna för svensk film och för olika genrer ser ut enligt SOM-undersökningen.

För den som vill fördjupa sig i svaren på de olika frågorna och kategorierna publiceras resultaten av SOM-undersökningen på SOM-institutets hemsida<sup>1</sup>. På Svenska Filminstitutets hemsida<sup>2</sup> finns både denna rapport och tidigare redovisningar av SOM-undersökningarna. För att ge perspektiv och kanske svar på en del frågor som uppkommer kan det också vara intressant att jämföra resultaten i denna enkätundersökning med den faktiska biografstatistiken som redovisas bland annat i månadsrapporter och Filmåret i siffror.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Filmvanor & -attityder 2013 (SOM-rapport 2014:19) finns på <http://www.som.gu.se/publicerat/rapporter/>

<sup>2</sup> <http://www.sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/Publikationer/Omvarldsanalys-och-uppfoljning/>

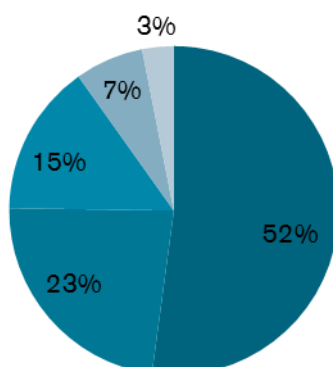
<sup>3</sup> På <http://www.sfi.se/sv/statistik/> finns både rapporter och en dynamisk statistikfunktion som möjliggör sökningar på publiken för olika filmer.

# Allmänna trender i filmkonsumtionen

Den totala filmkonsumtionen ligger relativt stabil runt 80 filmer i snitt per år och person. Men fördelningen mellan olika visningsfönster har förändrats sedan 2007. Enligt den senaste SOM-undersökningen sker 52 procent av filmtittandet i allmän tv, 23 procent i filmkanal, 15 procent på dvd/blu-ray, 7 procent via internet/vod och 3 procent på biograf. Detta innebär att en genomsnittlig person ser film på bio cirka två gånger per år. Det är lite högre än vad den officiella biografstatistiken visar. Men det finns filmvisningar på biograf som inte inkluderas i biografstatistiken, såsom festival- och medlemsvisningar, vilket kan förklara en del av skillnaden. Det är också vanligt att människor överskattar sin konsumtion av sådant som har status i samhället. Troligtvis har ett biobesök högre status än att se på film i hemmet. Detta talar i så fall för att biografens verkliga andel av konsumtionen kan vara något lägre.

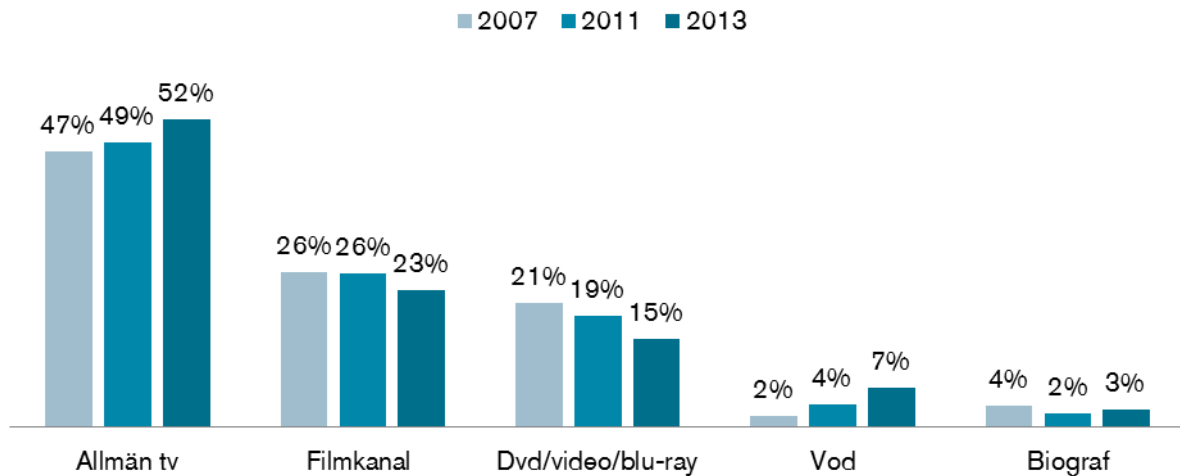
## Filmtittande i olika fönster

■ Allmän tv ■ Filmkanal ■ Dvd/video/blu-ray ■ Vod ■ Biograf



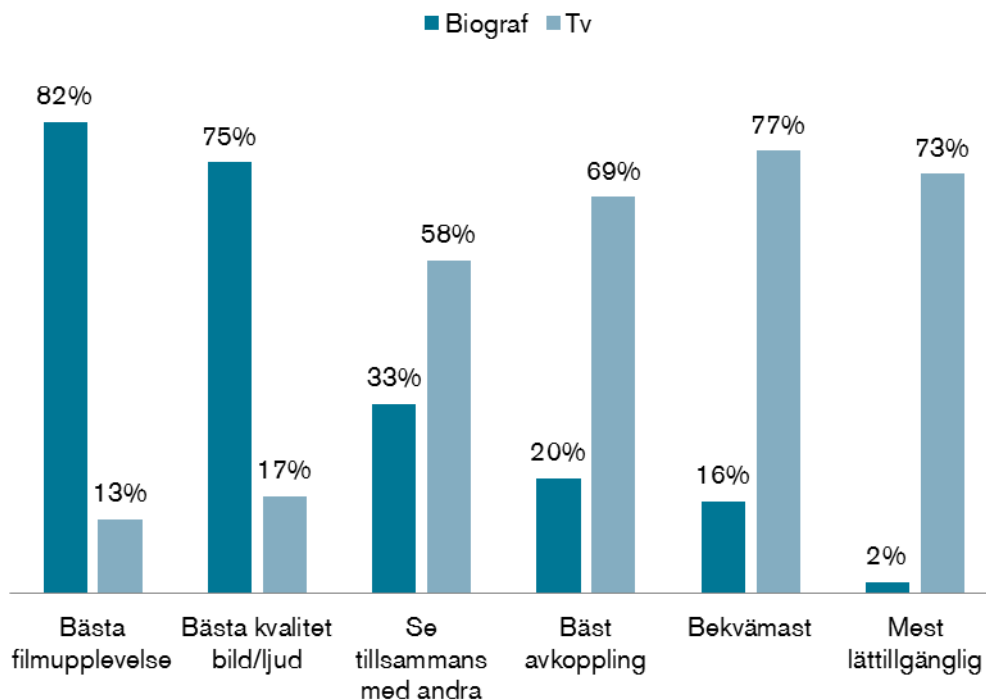
Sedan 2007 finns en tydlig trend där filmkanaler och dvd/blu-ray minskar medan allmän tv och hyrfilm på internet/vod ökar. Andelen film vi i genomsnitt ser på biograf är i stort sett oförändrad. Störst är förändringen för dvd/blu-ray som minskat från 21 procent till 15 procent. I relativa tal har förändringen dock varit störst för hyrfilm på nätet/vod. Detta visningsfönster har haft en tillväxt på 210 procent under åren 2007–2013.

## Filmtittandet 2007-2013



De två visningsfönster som oftast upplevs som det bästa filmmediet är biograf och tv. Biografen dominerar vad gäller bästa filmupplevelse och bästa kvalitet på bild och ljud. Tv dominerar å andra sidan vad gäller tillgänglighet, bekvämlighet och bäst avkoppling. Även vad gäller att se tillsammans med andra upplevs tv som det bästa filmmediet av en majoritet, men en tredjedel upplever att biografen är det mest attraktiva alternativet ur social synvinkel. Trots att en relativt stor andel av filmkonsumtionen sker via dvd/blu-ray är det få som upplever att detta är det bästa filmmediet. En förklaring kan vara att en dvd-spelare vanligtvis är kopplad till en tv, så att tv:n upplevs som det aktuella filmmediet även i detta fall. Att inte fler ser dvd/blu-ray som det bästa filmmediet avseende kvalitet på ljud och bild kan också ha att göra med ett relativt begränsat genomslag för blu-rayformatet. Den faktor där dvd/blu-ray ses som bäst av flest är tillgänglighet. Fortfarande är det betydligt fler som upplever att dvd/blu-ray är det mest lättillgängliga mediet än det är som rankar hyrfilm på internet/vod i detta avseende, 14 procent jämfört med 6 procent.

## Bästa filmmediet

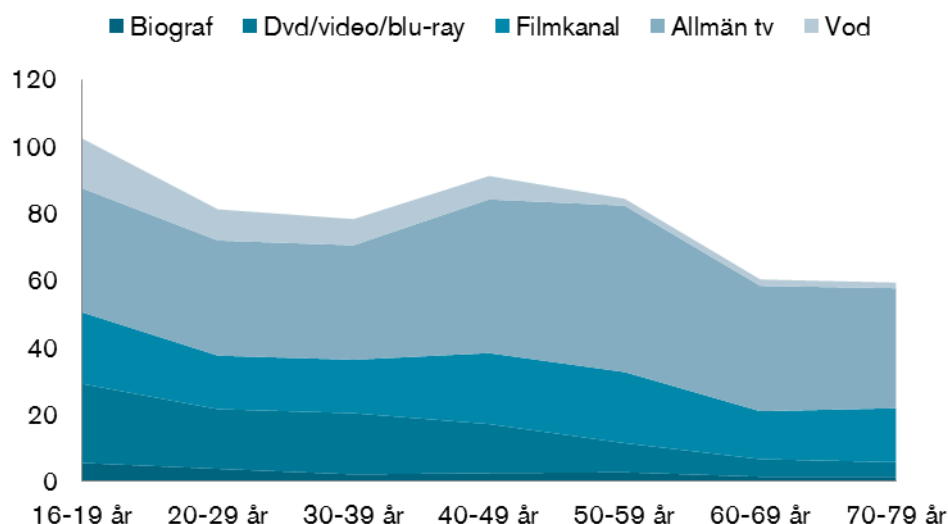


# Filmtittandet i olika grupper

Filmtittandet skiljer sig ganska markant mellan olika grupper, och förändringarna som skett är tydligare i vissa grupper än i andra. Sett till åldersgrupper sticker 16–19-åringar ut som den grupp med störst konsumtion i snitt per person. I denna grupp ser snittpersonen över 100 filmer per år. Samtidigt har filmkonsumtionen i denna grupp minskat markant. Jämfört med 2011 har antalet filmer/person minskat med 26 procent. Framförallt är det tittandet i filmkanaler och på dvd/blu-ray som har minskat. Men även allmän tv och biograf står för en del av minskningen. Det är dock också i denna grupp som tittandet på hyrfilm på internet/vod har ökat mest. Snarare än ett minskat intresse för film i denna grupp ser minskningen ut att bero på en övergång till en digital verklighet där olika sätt att se film existerar, inklusive sociala kanaler som Youtube samt illegala streaming- och fildelningssajter.

Den åldersgrupp som konsumerar näst mest film per person är 40–49-åringarna. Här är trenden helt annorlunda än bland 16–19-åringarna. För det första har konsumtionen ökat i denna grupp totalt sett. För det andra har konsumtionen ökat inte bara via hyrfilm på internet/vod, utan också på biograf och allmän tv. För det tredje har minskningen för dvd/blu-ray samt filmkanaler varit betydligt mindre här. Detta pekar på att sociala kanaler som Youtube samt illegala streaming- och fildelningssajter inte har påverkat konsumtionen i denna grupp lika mycket. Bland de över 40 år har det skett en tydlig förflyttning av tittandet från filmkanaler till allmän tv. Allra tydligast är detta bland de mellan 50 och 59 år.

## Filmtittandet i olika åldersgrupper



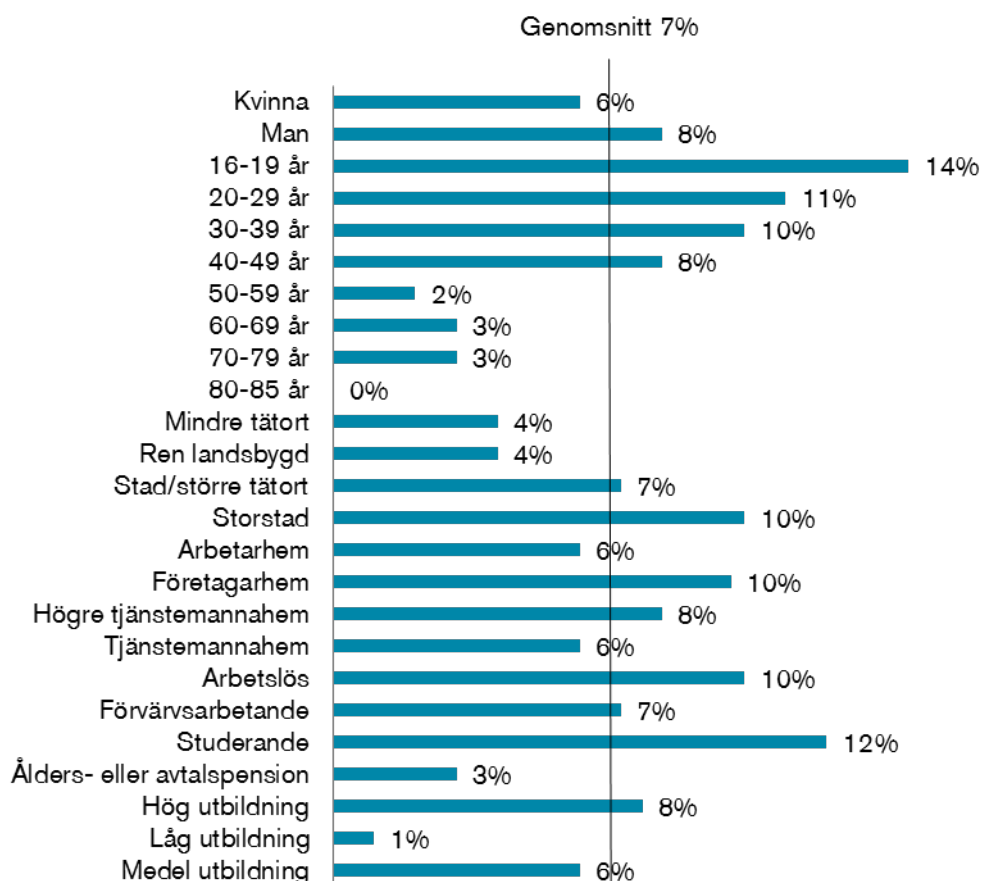
Vid sidan om ålder är tid en faktor som ser ut att influera filmtittandet mycket. Arbetslösa är den grupp som har det överlägset högsta filmtittandet per person. Andra grupper som sticker ut med högre konsumtion än snittet är studerande, personer i högre tjänstemannahem och arbetarhem samt förvärvsarbete. Personer med medelutbildning ser mer film än personer med hög utbildning. Lägst är filmtittandet bland äldre, personer på landsbygd, personer med låg utbildning samt pensionärer. Filmkonsumtionen är ungefär lika stor bland kvinnor och män.

Med tanke på den nedgång som skett inom dvd/blu-ray och filmkanaler samt den ökning som skett på allmän tv kan det vara intressant att se vilka grupper som har störst del av sin konsumtion i dessa fönster. Högst andel av tittandet på dvd har personer mellan 16–39 år, studerande, arbetslösa och högutbildade. Andelen av tittandet som sker på dvd är också högre i storstäder och bland kvinnor. Lågutbildade är den grupp som har högst andel av tittandet i filmkanaler, vid sidan om arbetslösa, personer på landsbygd, personer i arbetarhem och 70–79-åringar. Män ser mer film i filmkanaler än kvinnor. De som relativt sett ser mest film på allmän tv är personer över 50 år, pensionärer och personer med låg utbildning.

# Vod-tittaren

Med tanke på att film på nätet/vod kan beskrivas som filmbranschens framtidsfönster kan det vara relevant att se på de grupper som har förhållandevis hög respektive låg konsumtion här. Bredast genomslag har hyrfilm på nätet/vod bland 16–19-åringar. Mer än hälften av alla i denna åldersgrupp har sett film på vod någon gång det senaste året. Den mest frekventa vod-tittaren är 16–39 år, studerande eller arbetslös, tillhör företagarhus och bor i storstad. Det finns dock fler som har sett på vod någon gång bland de som tillhör högre tjänstemannahem än de som tillhör företagarhus, samt bland förvärvsarbetande än bland arbetslösa. Med andra ord är det en liten del av grupperna företagarhus och arbetslösa som står för en stor del av konsumtionen. Bland de som tillhör högre tjänstemannahem och förvärvsarbetande är det tvärtom många som står för tittandet, men få som tittar mycket. I det förra fallet kan pengar mycket väl vara en tröskel för många, i det andra fallet är det snarare tid.

## Andel vod av filmkonsumtionen per grupp



Kvinnor har en lägre andel av sitt tittande på vod än män. Personer med medelutbildning har också en låg andel i vod-fönstret, liksom personer i arbetarhus. Med tanke på att dessa grupper totalt sett konsumerar mycket film kan det vara strategiskt viktigt att få med dem i vod-trenden. Värt att notera är också att vod-konsumtionen är låg på mindre orter och landsbygd. Detta är intressant då det hävdats att vod kan fylla en särskild funktion på orter med

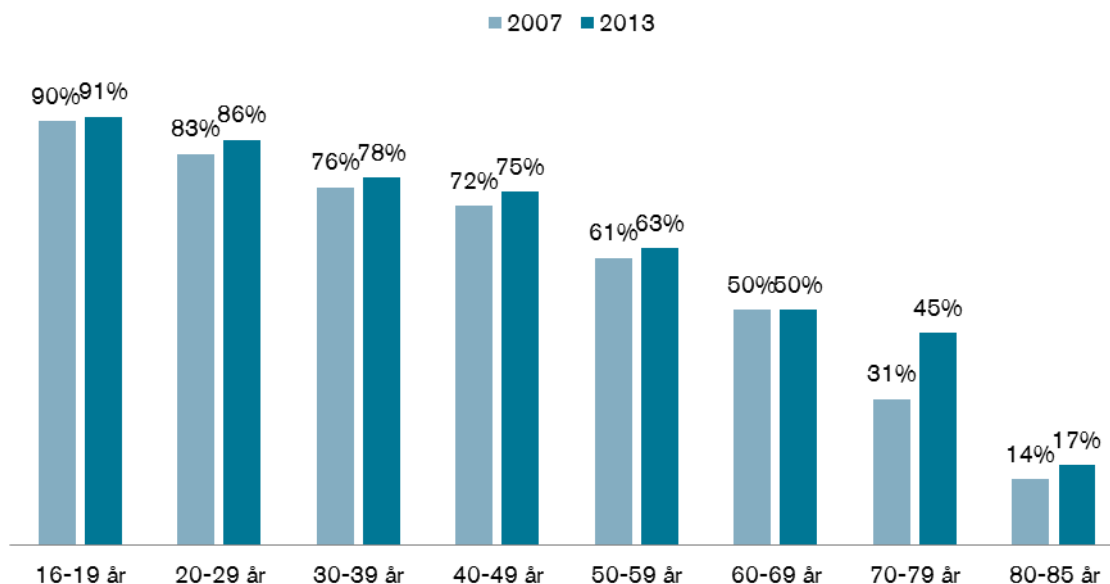
begränsat biografutbud. Snarare ser det ut att finnas ett samband mellan de grupper som sticker ut avseende biograf- och vod-konsumtion. På landsbygden har istället filmkanaler en stark position.

Dock har personer på landsbygd oftare än befolkningen i stort angett att dator är det bästa filmmediet avseende tillgänglighet. Andra grupper som oftare angett detta inkluderar 30–39-åringar, studerande, storstadsinvånare, personer i högre tjänstemannahem och företagarhus samt högutbildade. En ganska brokig skara som pekar på att det kan finnas olika skäl till att tillgängligheten upplevs som hög vad gäller film i datorn. På landsbygd kan det säkert spela in att utbudet av andra sätt att konsumera film är mindre än i landet totalt sett, både vad gäller biograf och butiker med dvd/blu-ray. Vad gäller förvärvsarbete kan tillgängligheten snarare handla om frågor som tidsbrist, snabbhet och effektivitet. För unga och studerande kan tillgänglighet också handla om prisnivåer. För de mest filmintresserade kan ytterligare en aspekt av tillgänglighet handla om möjligheten att själv välja filmen, till skillnad från att anpassa sig till en tablålagd tv eller biograf.

# Biobesökaren

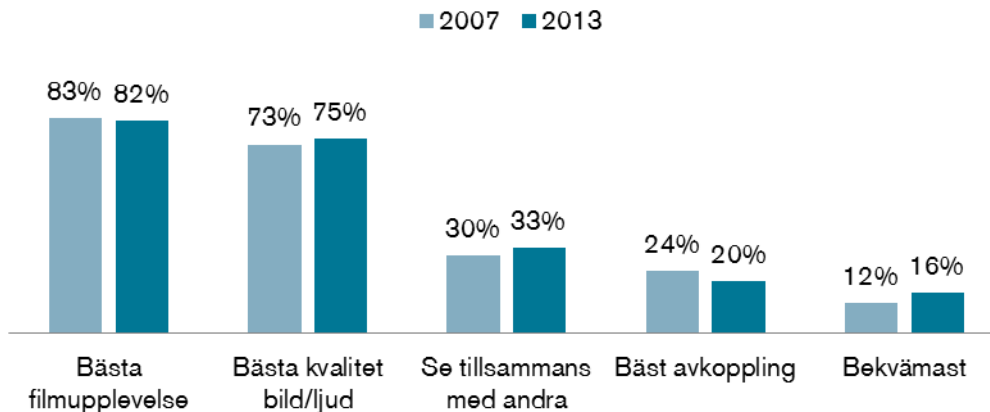
Resultatet av SOM-undersökningarna pekar på att biografens roll snarare har ökat än minskat under åren 2007 till 2013. Andelen av befolkningen som gått på bio minst en gång var högre i alla åldersgrupper 2013 än 2007 förutom i åldersgruppen 60–69 år, där andelen biobesökare är oförändrad. Störst var förändringen i gruppen 70–79 år, där andelen biobesökare har ökat från 31 till 45 procent. Samtidigt som filmkonsumtionen blir alltmer digital och individualiserad ökar alltså behovet av kollektiva upplevelser. Detta är en trend som syns även inom andra områden, där evenemang av olika slag ökar i betydelse. Men det syns också att biografpubliken har blivit äldre. Även om det är något fler av 16–19-åringarna som går på bio nu, är den totala konsumtionen i denna grupp mindre än tidigare. De mest frekventa besökarna går mer sällan. Detta mönster syns också, fast mer begränsat, bland 70–79-åringarna. Däremot har den totala biografkonsumtionen ökat något bland 20–29-åringar, 40–49-åringar, 50–59-åringar och 80–85-åringar.

## Andel av befolkningen som går på bio



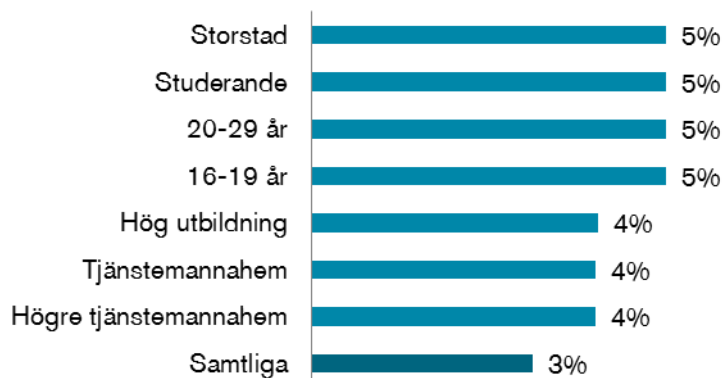
Sett till olika aspekter har biografens attraktivitet ökat när det gäller kvalitet på ljud och bild, bekvämlighet och social funktion. Däremot har attraktiviteten minskat något vad gäller avkoppling och filmupplevelse. Även om skillnaderna är små kan detta tolkas som en positiv effekt av digitaliseringen av projektion och andra investeringar där den tekniska kvaliteten och bekvämligheten förbättrats. Samtidigt som biografen har blivit mer av en social mötesplats har möjligheten till avkoppling minskat. Att gå på bio ser ut att ha blivit mer av ett evenemang och mindre av en individuell upplevelse. Biografupplevelsen är i högre grad än tidigare någonting extraordinärt, någonting som vi tar del av sällan. Men samtidigt är det en upplevelse som lockar bredare segment av befolkningen.

## Andel som värderar biografen högst



Trots nämnda förändringar är 16–19-åringar den grupp som ser mest film på bio. Ett högt biogående finns också bland studerande, storstadsbor, personer tillhörande högre tjänstemannahem och personer med hög utbildning. Sett till andelen av konsumtionen är biografen lika viktig för 16–19-åringar och 20–29-åringar samt för storstadsbor och studerande. För både kvinnor och män står biografen för tre procent av filmtittandet, vilket är snittet för hela befolkningen. Bland kvinnor är dock biogåendet mer spritt i populationen, medan biogåendet bland män är något mer koncentrerat till färre individer. En något högre andel av männen går inte på bio alls.

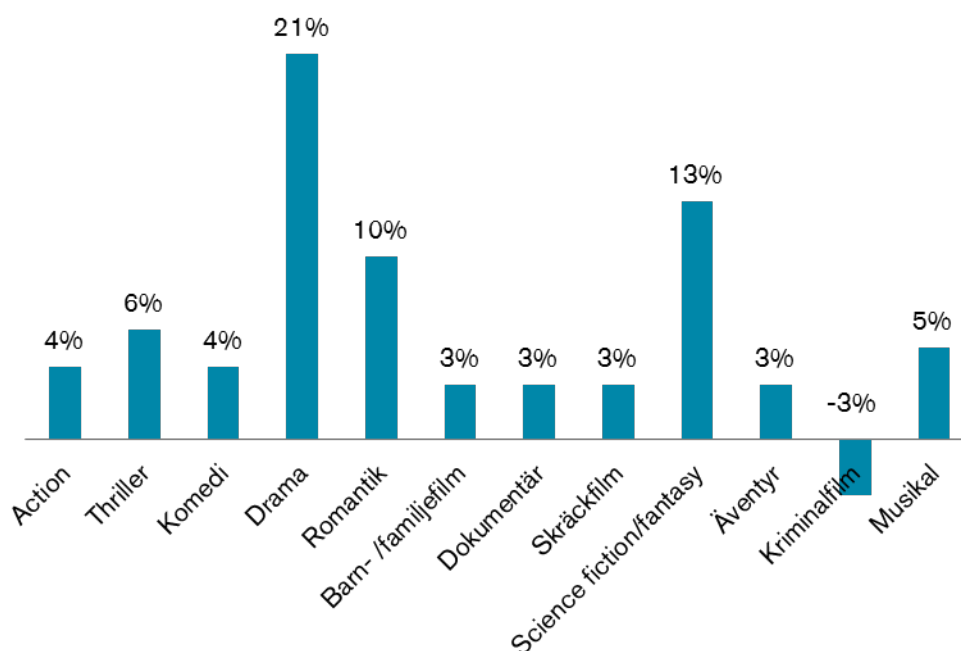
## Biografens andel av filmkonsumtionen per grupp



Det finns ett samband mellan de grupper som går oftast på bio och de grupper som är mest intresserade av vissa genrer. Till exempel är både biobesök och intresse för dramagenren vanligare i grupperna storstad, hög utbildning, högre tjänstemannahem, 40–49 år och studerande. Andra genrer som kan förväntas intressera biopubliken mer än befolkningen totalt är science fiction/fantasy, thriller, action, musikal och komedi.

För de som sett film på bio minst en gång i kvartalet syns också att intresset för de flesta genrer är större än bland befolkningen. Det ser ut som att kunskapen om filmgenrer i allmänhet är större bland de som går oftast på bio, vilket kan ha att göra med ett större filmintresse. Störst är skillnaden vad gäller drama och science fiction/fantasy, men även romantik, thriller, action, komedi, barn-/familjefilm, dokumentär, skräckfilm och äventyr är populärare bland de mest frekventa biobesökarna. Kriminalfilm är den enda genre som är mer populär bland befolkningen totalt sett än bland de frekventa biobesökarna. Kriminalfilmen förknippas troligtvis i högre grad med tv och hemmakonsumtion än andra filmgenrer. Intresset för kriminalfilm är också relativt litet i frekventa biobesökargrupper som 16–19-åringar, studerande och 20–29-åringar.

## Skillnad i genreprens mellan kvartalsbesökare och samtliga



Det är dock för enkelt att säga att det finns en tydlig biobesökare med enhetlig profil. Snarare kan flera typer av biobesökare urskiljas. En skulle kunna kallas ”den sociala biobesökaren”. De grupper som oftast uppgett att biografen är det bästa mediet för att se film tillsammans med andra är storstadsbor, studerande, personer i högre tjänstemannahem, personer mellan 16–19 år och 60–69 år, personer med medelutbildning samt kvinnor. ”Den ljud- och bildintresserade biobesökaren” skulle en annan typ kunna kallas. De grupper som oftast uppgett att biografen är det bästa filmmediet avseende kvalitet på ljud och bild är 40–49 år, hög utbildning, förvärvsarbete och högre tjänstemannahem. En tredje typ skulle kunna kallas ”den bekväma biobesökaren”. De grupper som oftast har svarat att biografen är det mest bekväma filmmediet är studerande, högutbildade, storstadsbor, 20–29-åringar och 70–79-åringar samt de tillhörande tjänstemannahem.

En utmaning för biograferna är att tillgängligheten för de allra flesta upplevs som sämre än vad gäller andra sätt att se på film. Därmed kan det vara intressant att se vilka grupper som oftast upplever att biografen har den bästa tillgängligheten och vice versa. De grupper som mest frekvent angett det förre är 16–19-åringar, arbetslösa, 60–69-åringar, personer i företagarhus, på mindre tätort, med medelutbildning, ålders-/avtalspensionärer och 70–79-åringar. Det är människor som troligtvis har mer tid över till att gå på bio. De grupper som minst frekvent har uppgett detsamma är 50–59-åringar, förvärvsarbete, högutbildade och 30–39-åringar. Troligtvis är detta människor som har begränsat med tid, och möjligen också längre avstånd till en biograf. Möjligen kan den geografiska tillgängligheten till biografer förbättras både i storstäder, mellanstora städer och på landsbygd. Därutöver skulle biograferna kunna experimentera mer med alternativa visningstider.

# Medlemmen

Vid sidan om de traditionella repertoarvisningarna på bio är filmfestivaler, filmklubbar och filmstudios ett vanligt sätt att uppleva film på utanför hemmet. Gemensamt för dessa visningsformer är att det i regel krävs ett medlemskap för att kunna delta i publiken. I gengäld får besökaren möjlighet att uppleva förhandsvisningar av kommande filmer, filmer som inte kommer att visas någon annanstans, filmer som inte längre finns på repertoaren med mera. Festival- och filmklubsmedlemmen kan ses som den mest inbitna filmkonsumenten, en målgrupp som vet mer om film och kan inspirera övriga delar av befolkningen. Att lära känna denna målgrupp kan därmed vara av strategisk betydelse för filmbranschen. Filmfestivaler och filmstudios anses också filmpolitiskt betydelsefulla och mottar offentliga stöd. Följaktligen är det också av intresse att följa dess besökare för politikens skull.

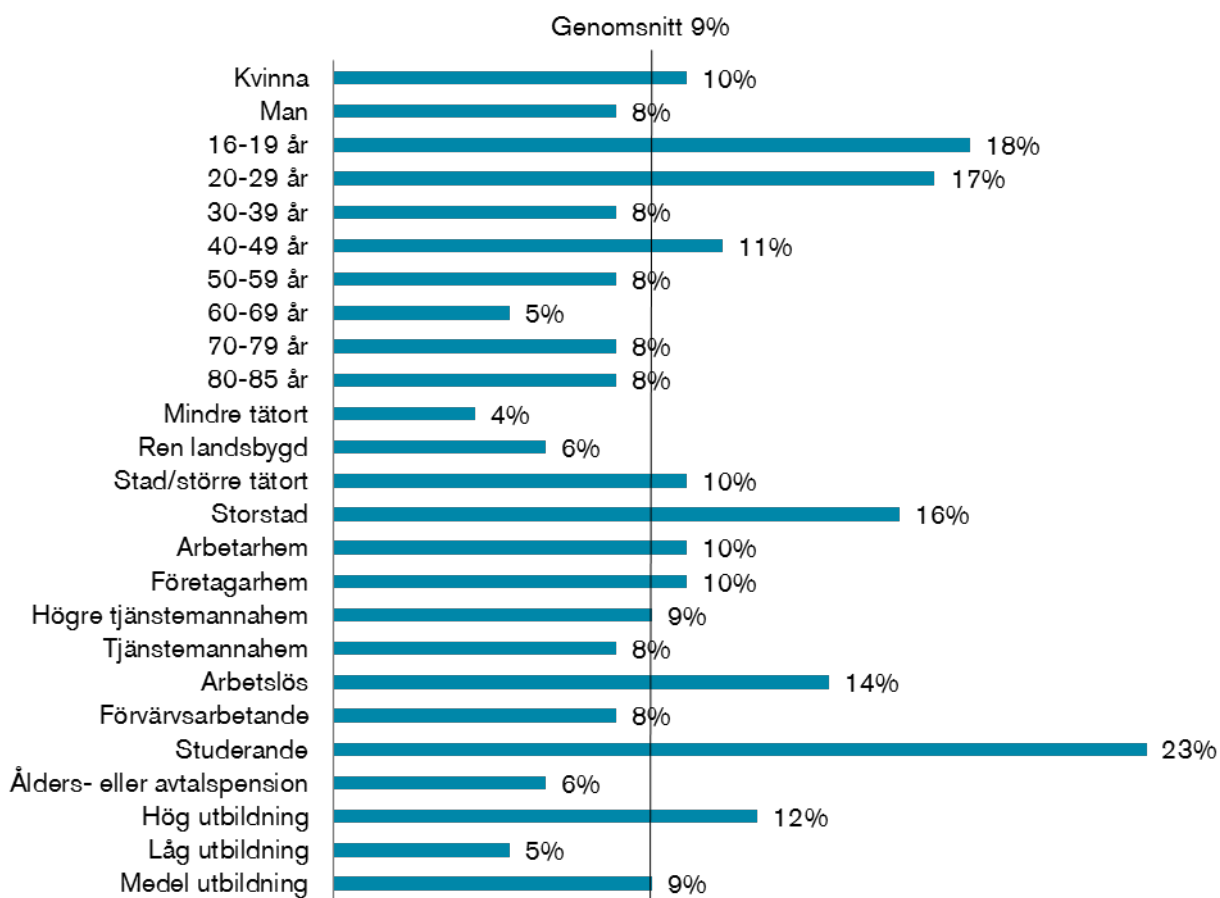
I SOM-undersökningen 2013 inkluderade vi en ny fråga om filmtittande på festival- och medlemsvisningar. Eftersom det var första gången denna fråga fanns med kan vi inte säga om denna typ av filmkonsumtion har ökat eller minskat de senaste åren. Enligt svaren såg totalt 9 procent av befolkningen film på festival eller medlemsvisning minst en gång per år. Detta motsvarar cirka 800 000 personer. Enligt annan källa vet vi att de filmstudios och filmfestivaler som får stöd av Filminstitutet har cirka 100 000 medlemmar sammanlagt. SF Bios Bioklubben har enligt egen uppgift 470 000 medlemmar. Därutöver finns många mindre filmfestivaler, filmklubbar och föreningar som visar film runt om i landet.

Studerande, 16–19-åringar, storstadsbor, högutbildade, kvinnor samt personer i arbetarhem och företagarhus är alla överrepresenterade vad gäller konsumtion på filmfestivaler och medlemsvisningar. De som å andra sidan är tydligt underrepresenterade är 60–69-åringar, lågutbildade, boende i mindre tätort och ålders- eller avtalspensionärer. Den typiska medlemmen är på många sätt lik den typiska biobesökaren men skiljer sig på några sätt. Medlemmen är med större sannolikhet kvinna, samt tillhörande arbetarhem eller företagarhus.

Målgruppen för science fiction/fantasy påminner på många sätt om den typiska medlemmen. Även med målgrupperna för komedi, thriller och action finns många beröringspunkter. Desto färre är beröringspunkterna med musikal, dokumentär och kriminalfilm.

Den typiska målgruppen för svensk film och medlemmen har bara två saker gemensamt. I båda fallen är kvinnor och företagarhus överrepresenterade. Men i övrigt ser målgrupperna för svensk film och festival-/medlemsvisningar mycket olika ut.

## Andel av befolkningen som sett film på festival/medlemsvisning

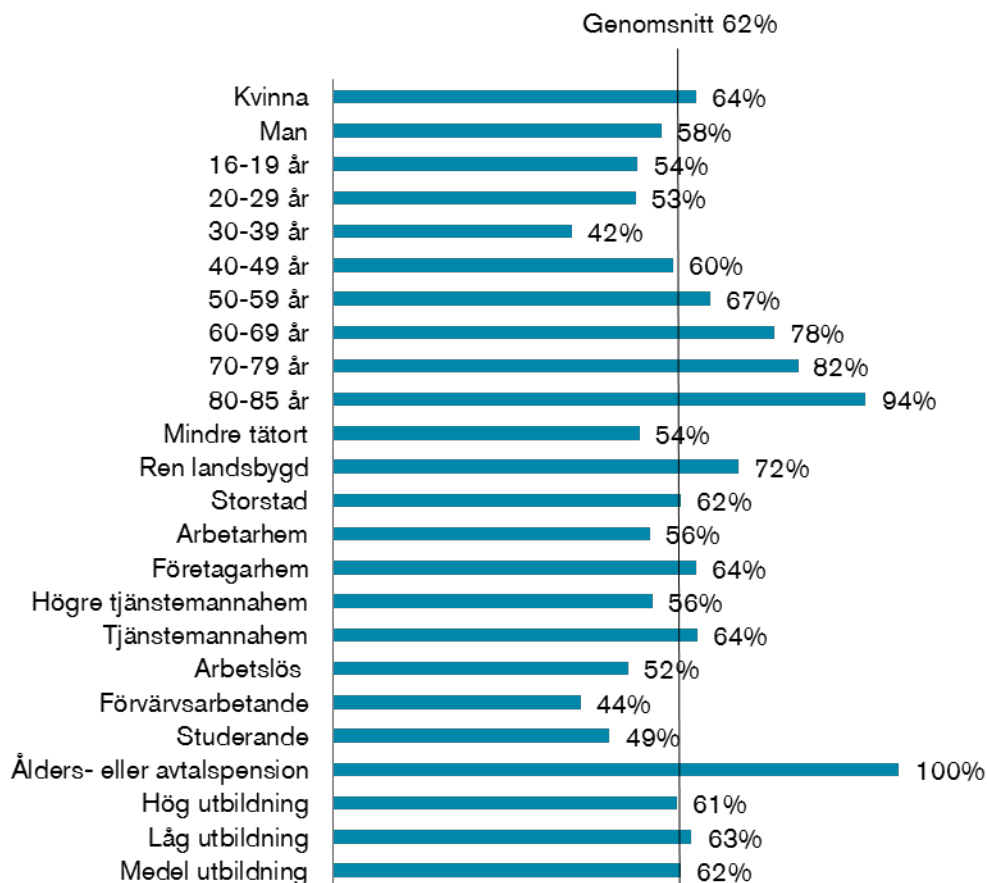


# Målgruppen för svensk film

Resultatet av SOM-undersökningen visar tydligt att svenskarna överskattar sin konsumtion av svensk film. Om svaren stämde överens med verkligheten skulle den svenska marknadsandelen vara över 50 procent i alla fönster, ungefär dubbelt så hög som den varit de senaste åren. Detta kan tolkas på flera sätt. Å ena sidan är det ett känt faktum att människor tenderar att överskatta sin konsumtion av sådant som har status eller ses som värdefullt i samhället. Å andra sidan kan det ses som ett svar på hur publiken faktiskt tror att det ser ut, vilket i så fall indikerar att de minns de svenska filmerna mer än övriga. För det tredje skulle det kunna vara en bild av hur befolkningen önskar att det hade sett ut, om utbudet hade motsvarat deras förväntningar. I alla fallen pekar det på ett starkt värde för svensk film. Svensk film är något som många vill förknippas med. På så sätt kan det också vara intressant att se vilka grupper som svarat att de konsumerar mest svensk film, även om detta speglar preferenser mer än faktisk konsumtion.

Av alla som uppgett att de är biobesökare har vi sett på hur många som sett minst en svensk film på bio under den aktuella 12-månadersperioden. Allra högst var andelen bland personer med ålders- eller avtalspension. I denna grupp uppgav samtliga att de sett minst en svensk film.

## Andel av biobesökarna som sett svensk film

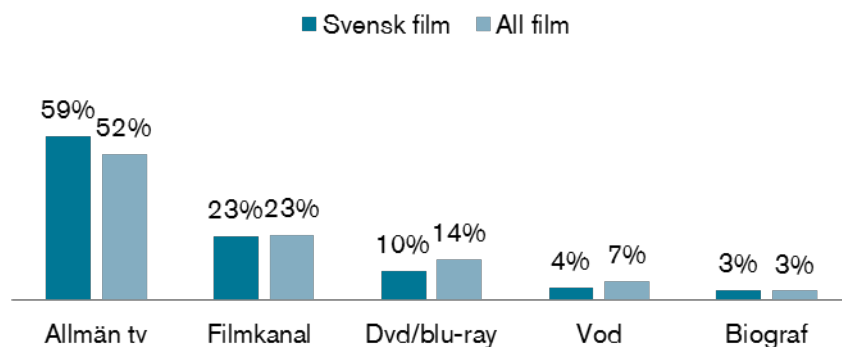


Hög andel var det också bland biobesökare mellan 60 och 85 år, biobesökare bosatta på landsbygd och biobesökare som tillhör tjänstemannahem och företagarhus. Det är också fler av kvinnliga än av manliga biobesökare som uppger att de har sett svensk film. Allra lägst andel som sett svensk film var det bland biobesökare mellan 30 och 39 år, förvärvsarbetande och studerande.

Det är anmärkningsvärt att andelen som uppgett att de sett svensk film är mindre i de två grupper som konsumerar mest film: arbetslösa och 16–19-åringar. Här finns en potential att öka publiken till svensk film. Detsamma gäller andra grupper med hög konsumtion som personer i högre tjänstemannahem och arbetarhus. Å andra sidan är det positivt att svensk film har ett starkt fäste i en annan grupp med hög filmkonsumtion: 50–59-åringar. Inte minst kan denna grupps ökade biokonsumtion ses som gynnsam för svensk film. Dessutom ligger flera högkonsumerande grupper nära snittet, såsom personer med medelutbildning och 40–49-åringar.

Svensk film förknippas också mer med vissa visningsfönster än andra. Allmän tv står för en högre andel av tittandet på svensk film än för det totala tittandet. Det motsatta gäller för dvd/blu-ray samt hyrfilm på internet/vod. Filmkanal och biograf står för en lika stor andel av tittandet för svensk film som för tittandet totalt. Den stora minskningen för dvd/blu-ray ser alltså ut att ha drabbat svensk film mindre än filmen totalt. Å andra sidan ser det också ut som att tillväxten i vod har gynnat svensk film mindre än annan film. En viktig utvecklingsfråga är därmed att öka tittandet av svensk film på vod. Vilka visningsfönster som förknippas med svensk film beror också på vilka målgrupper som konsumerar mest svensk film. Allmän tv är ett mer populärt visningsfönster bland äldre, medan vod står för en större del av tittandet för de yngre.

## Filmtittande per fönster



Det finns samband mellan den mest typiska målgruppen för svensk film och målgrupperna för vissa genrer. Detta gäller genrer som musikal, dokumentärfilm, thriller, kriminalfilm, drama, komedi, barn-/familjefilm och äventyr. Svenska filmer inom dessa genrer bör ha lättare att hitta sin publik och bör vara lättare att marknadsföra. Å andra sidan kan svenska filmer inom övriga genrer bidra till en breddad publik för svensk film. Detta gäller genrer som science fiction/fantasy, romantik, action och skräckfilm.

# Målgrupper för olika genrer

Enligt undersökningen är könsskillnader i filmkonsumtionen totalt sett små, men sett till intresset för olika genrer finns det tydliga skillnader mellan kvinnor och män. Drama, romantik, barn-/familjefilm och musikal är genrer som i högre grad tilltalar kvinnor än män. Action, thriller, science fiction/fantasy och äventyr är å andra sidan genrer som intresserar män i högre grad än kvinnor. Det finns dock genrer där könsskillnaderna i intresset är små eller obefintliga. Det gäller genreerna komedi, skräckfilm, dokumentär och kriminalfilm.

De genrer som intresserar kvinnor mer än män har även andra beröringspunkter. För såväl drama och romantik som barn-/familjefilm finns det största intresset i åldersgruppen 30–49 år. Dessa tre genrer tilltalar också förvärvsarbetande mer än befolkningen som helhet. Musikalgenren sticker ut i detta fall, då den i högre grad intresserar 60–79-åringar samt ålders-/avtalspensionärer. Å andra sidan har musikalgenren det gemensamt med både drama och romantik att intresset är större bland personer i högre tjänstemannahem. Barn-/familjefilm sticker ut med ett större intresse bland personer i arbetarhem. Barn-/familjefilm skiljer sig också från de övriga två genom att tilltala arbetslösa ännu mer än förvärvsarbetande. Intresset för drama och romantik är tydligt kopplat till hög utbildning, men det gäller inte musikal och barn-/familjefilm. Målgruppen för både drama och musikal finns primärt i storstäderna, medan romantik har sin främsta intressebas i stad/större tätort. Barn-/familjefilm är den enda genren som intresserar människor på landsbygd mer än övriga.



Drama är en av de genrer som tilltalar kvinnor mer än män.

*Monica Z, fotograf: Phoebe Vickers*

Eftersom dessa fyra genrer tilltalar kvinnor mer än män kan det förväntas att konsumtionen till stor del sker på dvd/blu-ray och allmän tv. För drama, romantik och barn-/familjefilm framför allt på dvd/blu-ray, för musikal framför allt på allmän tv. Eftersom drama, romantik och musikal kan kopplas till högre tjänstemannahem kan dessa genrens konsumtion förväntas ske på biograf och vod i hög grad. För barn-/familjefilm finns å andra sidan ett samband med tittande på filmkanal via grupperna arbetarhem, företagarhus och landsbygd.

Också de genrer som intresserar män mer än kvinnor har överlappande målgrupper på flera sätt. För alla dessa genrer finns "studerande" med som en av de viktigaste målgrupperna. För både action och science fiction/fantasy finns alla åldersgrupper mellan 16 och 39 år med bland de mest intresserade. För äventyr är intresset starkast bland 16–19-åringar och 50–59-åringar. Den åldersgrupp som är mest intresserad av thriller är 20–29-åringarna, följt av 40–49-åringar. Den senare åldersgruppen har också ett relativt stort intresse för action. Såväl action och science fiction/fantasy som äventyr intresserar framför allt personer i arbetarhem, medan thriller har flest intresserade i tjänstemannahem. Action, thriller och science fiction/fantasy har en tydlig koppling till storstadsbefolkningen, medan äventyr relativt sett har fler intresserade på mindre tätorter.

Då action, thriller, science fiction/fantasy och äventyr i högre grad tilltalar män än kvinnor bör dessa genrer ha en särskilt stor publik i filmkanaler och på vod. Samtidigt finns en koppling till biograf, dvd och vod i och med att intresset för alla dessa genrer är överrepresenterat bland studerande. Denna koppling förstärks ytterligare i och med att action, science fiction/fantasy och äventyr har en hög andel intresserade bland 16–19-åringar, och i och med att thriller och science fiction/fantasy har en storstadsmålgrupp. Samtidigt förstärks kopplingen till filmkanaler genom att äventyr har en målgrupp i arbetarhem och genom att de övriga genrerna har många arbetslösa i sina intressegrupper.



Action och thriller är två av de genrer som tilltalar män i högre grad än kvinnor.

*Skyfall*, fotograf: François Duhamel

För de genrer som tilltalar både kvinnor och män i ungefär lika stor utsträckning är de gemensamma nämnarna färre. Skräckfilm har en stark övervikt av 16–19-åringar i sin målgrupp. Komedi har en mycket bredare målgrupp, med ett starkt intresse både bland 16–19-åringar och äldre. För kriminalfilm finns det starkaste intresset åldersmässigt i spannet 40 till 59 år. För dokumentärfilm är det 70–79-åringarna som är mest

intresserade. Geografiskt finns ett samband mellan skräckfilm, komedi och kriminalfilm. För alla dessa genrer är intresset störst i stad/större tätort. Dokumentärfilm har sitt starkaste intresse i storstäderna. Kriminalfilm och dokumentär har det gemensamt att båda har ett överrepresenterat intresse bland personer i tjänstemannahem och företagarhus. Skräckfilm är snarare kopplat till arbetarhus, och komedi i första hand till högre tjänstemannahem. För dokumentärfilm är även hög utbildning en viktig faktor bakom intresset.

För komedi och skräckfilm kan publiken förväntas finnas i hög grad på biograf, dvd och vod. För kriminalfilm finns publiken snarare i filmkanal och allmän tv. För dokumentärfilm är det svårare att se en tydlig koppling till visningsfönster. Å ena sidan talar målgruppens höga ålder för att publiken finns i allmän tv och filmkanaler. Å andra sidan talar målgruppens koppling till hög utbildning och storstad för att den finns på biograf och vod.

# Slutsatser

De senaste åren har filmpublikens beteende förändrats radikalt. Förändringens konsekvenser är tydliga men är långt ifrån över. Intäkterna från fysisk filmförsäljning i Sverige har minskat med över en miljard kronor på fem år. Resultatet av SOM-undersökningarna visar på ett minskat tittande både på dvd/blu-ray och i filmkanaler. Tillväxten finns på nätet, på vod-tjänster och i sociala kanaler som Youtube. Vid sidan om detta finns tittandet via illegala fildelnings- och streamingtjänster, som enligt andra undersökningar är omfattande. Bland de äldre har även tittandet på allmän tv ökat. Också allmän tv kan alltmer komma att få formen av vod. Vad gäller dokumentärfilm har detta redan börjat ske.

I det ofantliga utbudet av onlineupplevelser efterfrågar konsumenterna evenemang och kollektiva upplevelser i den fysiska verkligheten. Detta talar för fortsatt stark konsumtion på biografier, filmfestivaler och olika typer av filmklubbar och föreningar. Men det finns också behov av att öka tillgängligheten till biograferna. Det är en utmaning för biografledet att hela tiden finnas på rätt plats vid rätt tidpunkt. Därmed finns också förutsättningar för mobila biografier, ”pop-up cinemas”, alternativa visningstider och nya sorters filmvisningar i det offentliga rummet.

Den minskade konsumtionen av film på dvd/blu-ray väcker samtidigt frågan om behovet av fysiska filmprodukter helt kommer att upphöra. Här finns kanske efterfrågan på nya typer av kringförsäljning som kan fungera som minnessaker och identitetsmarkörer för personer i alla åldrar. Till exempel mer unika, autentiska och hållbara produkter än de som vanligtvis förknippas med kringförsäljning. Men fortfarande produkter som är tydligt kopplade till filmer och som bidrar ekonomiskt till den underfinansierade filmproduktionen.

En jämförelse med officiell biografstatistik visar tydligt att de svarande överskattar sin konsumtion av svensk film. Detta pekar på ett starkt värde för svensk film, som troligen kan utnyttjas mer än idag. De grupper som är mest benägna att välja svensk film skiljer sig till stor del från de grupper som konsumerar mest film samt från de grupper som utmärker både vod-tittaren och medlemmen. Det är därmed troligt att de förändringar som skett de senaste åren har påverkat svensk film mindre än filmen totalt. Svensk film skulle kunna få en starkare ställning i det nya konsumtionslandskapet genom fler filmer i genrer som action, science fiction/fantasy, skräckfilm och thriller. Samtidigt skulle ett större utbud av svensk film på vod-tjänsterna sannolikt kunna leda till ett bredare genomslag för detta fönster.

I den grupp där biogåendet har ökat mest är dock intresset för svensk film starkt, liksom intresset för kriminalfilm, drama och thriller. Det finns också samband mellan intresse för svensk film och för musikal, dokumentärfilm, komedi och barn-/familjefilm. De flesta av dessa genrer är välrepresenterade i den svenska filmproduktionen. Men ett undantag är musikalgrenen, i synnerhet musikalfilmer med en äldre målgrupp. Även produktionen av svenska barn-/familjefilmer skulle kunna vara större, vilket både Svenska Filminstitutet och biografägare har påpekat tidigare.

En annan strategi skulle kunna vara att öka spridningen av äldre svenska filmer både på biograf och vod. Med tanke på den ökade biokonsumtionen bland äldre borde det finnas goda förutsättningar för detta. Samtidigt kan äldre svenska filmer bidra till en mer nyanserad bild av svensk film gentemot en yngre publik som kanske inte känner till mångfalden i den svenska filmhistorien.

I den pågående förändringsprocessen har detaljerad kunskap om publiken blivit allt viktigare för att kunna marknadsföra och tillgängliggöra film. Det förändrade beteendet måste förstås utifrån människors intressen och personlighet. I denna rapport har vi konstaterat att förändringarna har varit större i vissa grupper. Vi har också sett att valet av visningsfönster till stor del hänger ihop med intresse för olika genrer. Sist i detta kapitel finns två diagram där förhållandet mellan olika demografiska grupper, genrer och visningsfönster åskådliggörs. Nedan beskriver vi dessa relationer i form av åtta hypotetiska personer och deras filmbeteende.

- 1) **Ung man i storstad:** Ser film på vod. Gillar action, science fiction/fantasy, äventyr, skräckfilm. Tillhör arbetarhem eller företagarhus. Påverkas snabbt av förändringar. Går fortfarande på bio, men spenderar framförallt sin tid på dator, surfplatta och mobil.
- 2) **Ung kvinna i storstad:** Ser film på dvd och medlemsvisning. Föredrar ingen särskild genre. Tillhör arbetarhem eller företagarhus. Har ett brett filmintresse och söker sig dit det bästa utbudet finns.
- 3) **Biobesökaren:** Ser film på bio. Gillar komedi. Ung eller medelålders, bor i storstad eller stad/större tätort. Tillhör högre tjänstemannahem. Är en social person som söker kollektiva upplevelser, inte minst nu då allt mer i livet är digitalt.
- 4) **Urban man:** Ser film i alla fönster, men alltmer på vod. Gillar thriller. Ung eller medelålders, bor i storstad eller stad/större tätort. Tillhör tjänstemannahem.
- 5) **Urban kvinna:** Ser film i alla fönster, men går mer på bio nu än tidigare. Gillar drama, romantik, musikal. Medelålders eller äldre, bor i storstad eller stad/större tätort. Tillhör högre tjänstemannahem. Kulturintresserad snarare än bara filmintresserad.
- 6) **Tv-tittaren:** Ser film på allmän tv. Gillar kriminalfilm, dokumentär. Medelålders eller äldre, bor i storstad/medelstor stad, tillhör tjänstemannahem. Samhällsintresserad mer än filmintresserad. Ser oftare film på allmän tv än innan.
- 7) **Kvinna på landsbygd:** Ser film på allmän tv. Gillar barn-/familjefilm, svensk film. Medelålders eller äldre, tillhör arbetarhem, tjänstemannahem eller företagarhus. Ser sig varken som särskilt film- eller kulturintresserad. Har inte påverkats så mycket av förändringarna, men ser något mer film på allmän tv än tidigare.
- 8) **Man på landsbygd:** Ser film på filmkanal. Gillar ingen särskild genre. Äldre, tillhör arbetarhem eller företagarhus. Har inte påverkats av förändringarna så mycket. Har samma filmkanal sedan länge.

Konsumtionsmönster och intresse för olika genrer kan säga något om intressen och personlighet. Men det finns samtidigt behov av att gå bortom de genrer och demografiska målgrupper som har diskuterats i denna rapport. Det finns behov av att kartlägga både publiken för specifika filmer och vilka psykologiska motiv som ligger bakom beslutet att se en viss film. I slutändan är alla filmer unika och alla motiv individuella.



# Källor

Denna rapport är baserad på följande källor:

1. [Filmvanor & -attityder 2013](#), (SOM-rapport 2014:19) SOM-institutet, Göteborgs universitet (2014).
2. [Filmvanor och -attityder](#), (SOM-rapport 2012:7) SOM-institutet, Göteborgs universitet (2012).
3. [Svenska biovanor 1988–2007](#), (SOM-rapport 2008:14) SOM-institutet, Göteborgs universitet (2008).
4. [Filmåret i siffror 2013](#), Svenska Filminstitutet (2014).