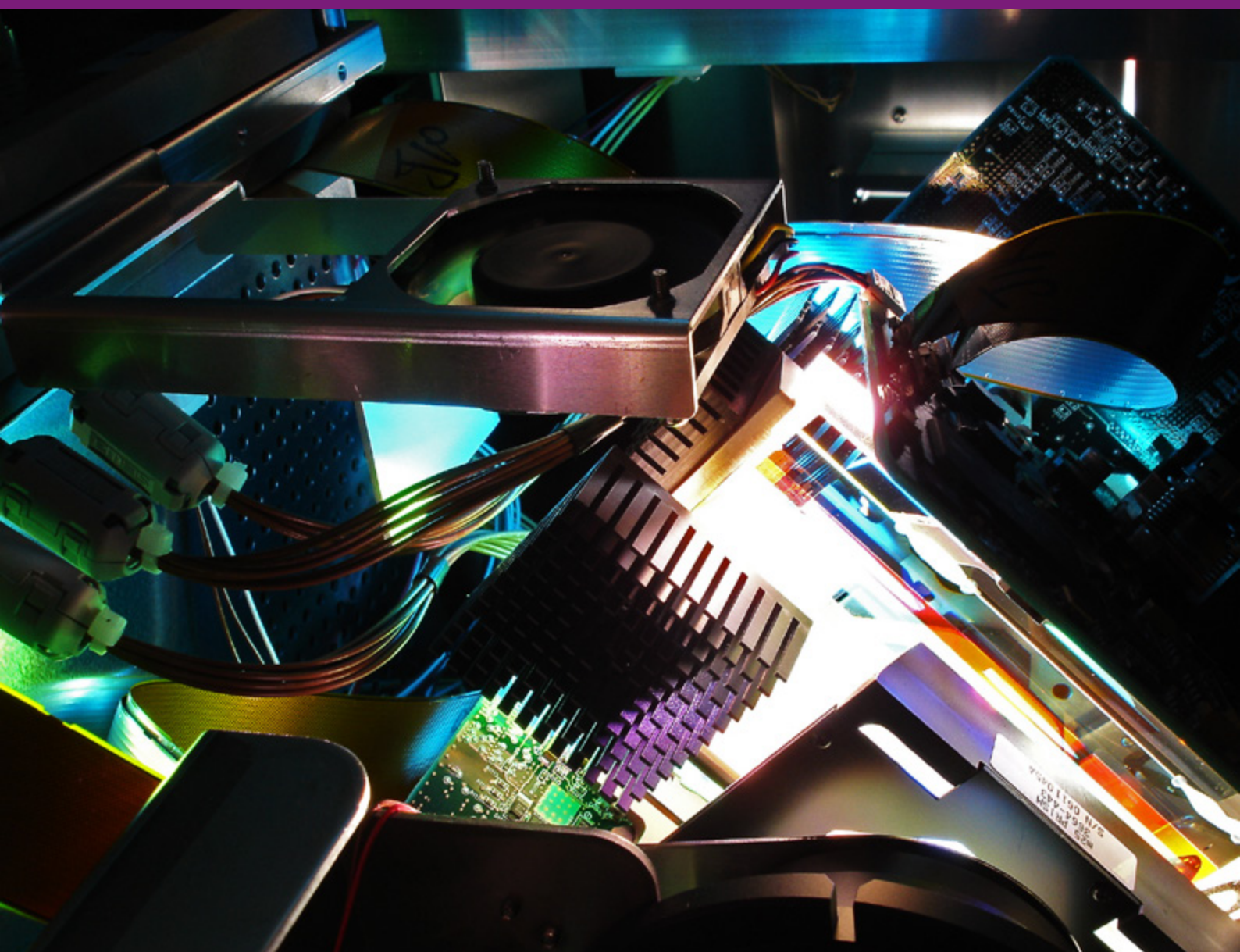


# Efter digitaliseringen

Om teknikskiftets effekter på biografmarknad och filmutbud



EN RAPPORT AV TORDEL STÅL OCH JOHAN FRÖBERG



**Svenska  
Filminstitutet**

**Text:** Torkel Stål och Johan Fröberg, Omvärldsanalys & Statistik

**Omslagsfoto:** Mike Renlund

**Produktion:** ETC Kommunikation

# Sammanfattning

- Under 2012 gick den svenska biografmarknaden från en digitaliseringsgrad på 35 procent vid årets början till 80 procent vid årets slut. Det digitala teknikskiftet för biografier i hela världen har skapat såväl farhågor som förhoppningar kring biograf-filmens framtid. Mot bakgrund av detta är ett övergripande syfte med denna rapport att belysa hur digitaliseringen kan bidra till att öka filmens och biografens roll i samhället.
- Med utgångspunkt i statistik över biografmarkna-den samt två enkätundersökningar har vi tittat på hur biografernas utbud har påverkats av den nya tekniken samt vilken effekt den har haft på besö-ken och på filmbudet nationellt.
- Resultatet visar att biografialonger som var digitaliserade vid årsskiftet 2011/2012 hade en mer positiv besöksutveckling än de som inte var digitaliserade, 16 procent fler besök jämfört med 12 procent på hela marknaden.
- De digitaliserade salongerna har haft bättre tillgång till premiärfilm än tidigare och antalet fö-reställningar ökade också mer för de digitaliserade salongerna än för övriga.
- Att besöken inte ökade i samma grad som antalet premiärer och föreställningar belyser att digita-liseringen aktualiserar behovet av nya former för marknadsföring och publikarbete.
- Det ser ännu inte ut att vara några markanta skill-nader avseende effekter mellan större och mindre orter. De salonger som ännu inte är digitaliserade finns dock framför allt på mindre orter.
- Marknadsandelen för SF Bio och Svenska Bio ökade något under 2012, framför allt genom en ökning av Svenska Bios andel. Digitaliseringen ser alltså ut att ha haft en större positiv effekt på multiplexbiografier än väntat och en minskad marknadsdominans till följd av digitaliseringen kan ännu inte ses.
- Både antalet premiärsatta filmer och det totala antalet filmer i distribution minskade under 2012. Digitaliseringen möjliggör snabbare och bredare distribution. Allt bredare lanseringar kan minska utrymmet för nya filmer och den digitala distri-butionen innebär att kopior ”skrotas” snabbare. Dessutom finns äldre filmer över huvud taget inte i digitala kopior.
- För de filmer som hade premiär 2012 var sprid-ningen större än för premiärfilmerna tidigare år. På lokal nivå innebär detta i de flesta fall en ökad mångfald, publiken fick betydligt fler filmer att väl-ja mellan. Men på nationell nivå är det tydligt att det är vissa kategorier av filmer som har tjänat på utvecklingen. Film från Europa inklusive Sverige stod för en större andel av premiärerna medan film från USA och framför allt övriga världen minskade.
- Spridningen ökade mest för europeisk film, barn-och ungdomsfilm, action, dokumentär, komedi och ”mellanfilmer”. De filmkategorier som hade sämst utveckling var film från övriga världen, drama och thriller. Svensk film ligger någonstans i mitten med mer begränsad ökning, och i vissa aspekter även en minskning.
- Då digitaliseringen medför en ökad flexibilitet i biografernas programsättning ökar möjligheten att hela tiden anpassa utbudet efter publikens val. Detta ställer högre krav på både svensk film och annan film att interagera med och engagera publiken. Digitaliseringen kan stärka både filmens och biografens roll, men enbart om det finns ett intresse hos publiken för det som visas. Insatser för att främja filmintresset kommer alltså att vara viktiga även efter digitaliseringen.

# Innehåll

## **5 Inledning**

## **7 Metod**

- 7 Biografstatistik – salonger
- 7 Biografstatistik – filmutbud och filmers spridning
- 7 Enkät till biografier
- 7 Enkät till distributörer

## **8 Effekter för biografier med digitala salonger**

- 8 De digitala salongerna jämfört med hela marknaden
- 9 Jämförelse mellan digitaliserade salonger på mindre och större orter
- 9 Biografägarstruktur
- 10 De 20 största städerna

## **12 Effekter på filmutbudet**

- 12 Antal filmer i distribution
- 12 Har viss film påverkats mer än annan?
- 13 Digitala föreställningars andel
- 14 3D-visningarnas andel

## **16 Effekter på filmernas spridning**

- 16 Filmer från olika produktionsregioner
- 18 Filmer med olika målgrupper
- 20 Filmer inom olika genrer
- 22 Filmer med högst respektive lägst antal besökare
- 24 De 20 mest sedda filmerna
- 24 Distributörerna

## **25 Avslutande reflektioner och slutsatser**

# Inledning

**En stor förändring** för biograferna under 2000-talets första decennium, både i Sverige och internationellt, är övergången till digital visningsteknik. Internationellt tog utvecklingen fart under 2010 och vid slutet av 2012 var drygt 40 procent av världens biografialonger digitaliserade. I Sverige inleddes förändringen under 2009 men det var först under 2010 som utvecklingen började ta fart då 110 salonger digitaliserades. Under den här tiden bidrog lanseringen av digital 3D-film starkt till utvecklingen. Efter en fortsatt stadig ökning under 2011 skedde en verklig omställning under 2012 när vi passerade det som brukar kallas tipping-point, då antalet digitala salonger överstiger antalet analoga. Under 2012 gick vi från en digitaliseringsgrad på 35 procent vid årets början till 80 procent vid årets slut. En starkt bidragande orsak var att både SF Bio och Svenska Bio genomförde teknikskiftet på bred front under året för att under senhösten ha utrustat samtliga salonger med den nya visningstekniken.

Det har dock inte bara varit de stora biografkedjorna som fått ny visningsteknik. Av de salonger som var digitala vid årsskiftet 2012/2013 fanns nära 50 procent på en biograf utanför SF Bio och Svenska Bio. Svenska Filminstitutet har genom olika former av stöd bidragit till att framför allt salonger på mindre och medelstora orter har kunnat följa med i teknikskiftet. Det inleddes med det så kallade digitala projektet under 2009 som sedan följdes dels av utökat stöd via medel för teknisk upprustning inom ramen för filmavtalet, dels genom att regeringen avsatte särskilda medel för ett statligt stöd till digitalisering som Filminstitutet har i uppdrag att dela ut. Stöden har det gemensamt att de kan täcka upp till 50 procent av kostnaden för övergången till ny teknik om biografen kan ordna resterande finansiering på annat sätt.

Under 2013 har antalet digitaliserade salonger inte ökat i samma takt som under de tidigare åren. De som kvarstår finns framför allt på mindre orter

och i glesbygd och är till övervägande del ensalongsbiografer. En starkt bidragande orsak till att digitaliseringen nu inte sker lika snabbt är de svårigheter som många mindre biografägare och föreningar har med att få till stånd kompletterande finansiering. Vid slutet av 2012 utgick nästan samtliga föreställningar från en digital visningskopia. Det innebär att ny film i mycket begränsad utsträckning finns tillgänglig för de biografer som ännu saknar digitala visningsmöjligheter. För att film fortsatt ska kunna göras tillgänglig för så många som möjligt i hela landet är det en förutsättning att digitaliseringen når också dessa biografer.

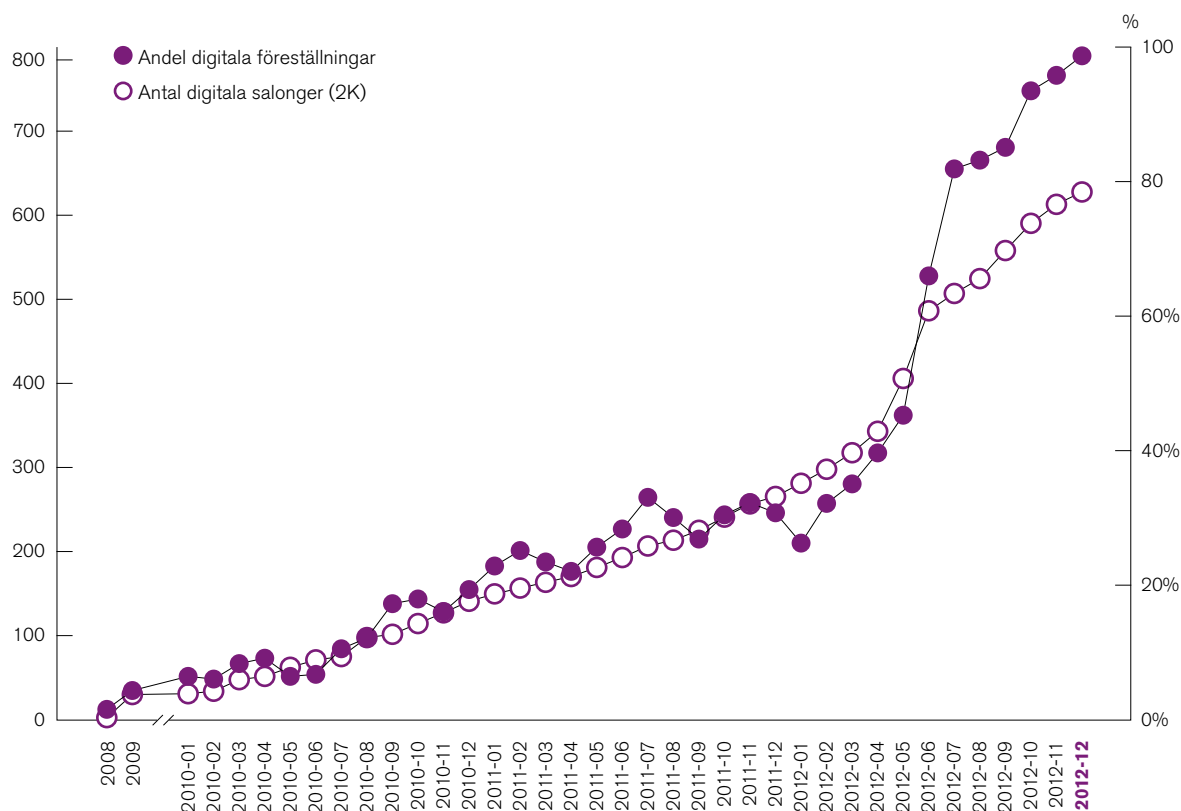
Både i Sverige och internationellt har många förhoppningar knutits till teknikskiftet vilka också var en del av bakgrunden till de stödsystem som etablerats. En sådan förhoppning är att den nya tekniken gör det möjligt att ge filmer en bredare lansering som en följd av att det är mindre kostsamt att ta fram fler visningskopior. Nya filmer skulle därmed kunna tillgängliggöras för fler i nära anslutning till filmens

## RAPPORT



**Under 2012 gick vi från en digitaliseringsgrad på 35 procent vid årets början till 80 procent vid årets slut.”**

## 1 Digitaliseringsgraden i Sverige över tid



Sverigepremiär och därmed ha bättre förutsättningar att få fler besökare. Här har också framförts att effekterna i dessa avseenden sannolikt kan komma att vara störst för mindre biografier. Det finns också en förhoppning om att digitaliseringen leder till en ökad mångfald i utbudet. Samtidigt har farhågor framförts om att de nya distributionsförutsättningarna tvärtom leder till ökad likriktning och att de biografier som inte digitaliseras slås ut. De studier som hittills genomförts i andra länder har inte gett något entydigt svar på i vilken utsträckning förhoppningar respektive farhågor besannats. Redan före digitaliseringen har många producenter och distributörer framhållit att det blivit svårare att nå ut med sina filmer, slutsatser som det dock varit svårt att dra från biografstatistik.

Ett övergripande syfte med denna rapport är att belysa hur digitaliseringen kan bidra till att öka filmens

och biografens roll i samhället. Mer specifikt har vi tittat på hur biografernas utbud har påverkats av den nya tekniken och vilken effekt digitaliseringen har haft på besöken. Vi belyser skillnader mellan större och mindre orter, liksom skillnader mellan större och mindre biografägare. Rapporten innehåller vidare en analys av effekterna på filmutbudet nationellt samt förslag på hur mångfald på repertoaren kan stimuleras framöver. Utgångspunkten har dels varit den statistik över biografkonsumtionen som Filminstitutet för, dels två enkätundersökningar som genomfördes under våren 2013 – en till distributörer och en till biografeförståndare. Det bör framhållas att biografmarknaden har varit stadd i förändring under den tid som undersökningen har genomförts. Exempelvis kan analysen av filmernas spridning ha påverkats av när filmerna har haft premiär eftersom biograf- och distributionsstrukturen sett olika ut under året.



# Metod

## Biografstatistik – salonger

För analysen av hur teknikskiftet har påverkat digitaliserade salongers utveckling har följande urval gjorts:

- 260 salonger som var digitala vid årsskiftet 2011/2012, exklusive biografier som skapades under 2011, varav:
  - 142 salonger på orter med under 30 000 invånare
  - 118 salonger på orter med över 30 000 invånare

Huvudfrågeställningarna vad gäller biografialongerna är om antalet filmpremiärer, föreställningar och besök har ökat. Utvecklingen studeras genom en jämförelse av snittet för perioden 2001–2011 med situationen 2012. Genom att välja 2012 som undersökningsperiod får vi möjlighet att studera ett stort antal biografialonger belägna inom olika ortskategorier under ett helt år.

## Biografstatistik – filmutbud och filmers spridning

Faktumet att digitaliseringsgraden har ökat från 35 procent till 80 procent under 2012 gör att analysen av filmutbud och filmers spridning blir något svårare, eftersom filmer premiärsatta sent under året har mött en annan biografstruktur än de som lanserades tidigt. Men eftersom vi befinner oss mitt i en förändring går det inte att komma runt detta problem. Detta talar istället för att göra en uppföljande analys när biografbeståndet har varit helt och hållet digitalt under ett helt år.

I analyserna av filmutbud och filmers spridning används både 2001–2011, 2008–2011 och 2010–2011 som jämförelseperioder. Detta beror på att det inte finns tillgänglig data för alla år i samtliga fall. Vi har helt enkelt valt så många år som vi har data för i det aktuella fallet.

Vad gäller analysen av filmutbudet är huvudfrågeställningarna om antalet filmer i distribution har påverkats och om viss film har påverkats mer än annan. Vad gäller filmers spridning är huvudfrågeställningarna om antalet besök, premiärsalonger och speldagar per film har påverkats och återigen om det finns skillnader mellan olika typer av film. Vi har också valt att titta på antal föreställningar vid bästa tid och i bästa salong definierat som:

- Bästa tid: start 17.00 – 21.30.
- Bästa salong: Salonger i Stockholm, Göteborg och Malmö som uppfyller samtliga följande villkor:
  - innerstad
  - minst 100 000 besök 2008–2012
  - största eller näst största salong i aktuell biograf

Av de 25 salonger som faller inom definitionen ”bästa salong” var 16 digitala vid årsskiftet 2011/2012.

## Enkät till biografier

Enkäten till biografieförestandare skickades till 169 personer. Urvalet omfattar alla biografier som hade minst en digital biografialong vid årsskiftet 2011/2012. En förutsättning var också att biografieförestandaren hade en e-postadress. Vi fick svar från 89 personer varav 85 fullständiga vilket ger en svarsfrekvens på 50 procent (fullständiga svar).

## Enkät till distributörer

Enkäten skickades till tolv personer. Urvalet av distributörer omfattar alla som har haft minst fyra filmer i snitt per år 2003–2012, alternativt minst fem filmer under 2012. Ett krav var också att distributören hade varit verksam 2012. Alla distributörer svarade, men eftersom tre av enkäterna inte var fullständiga blir svarsfrekvensen 75 procent.

# Effekter för biografier med digitala salonger

## De digitala salongerna jämfört med hela marknaden

För de biografialonger som var digitala hela 2012 ökade besöken i snitt med 16 procent, föreställningarna med 15 procent och antalet filmer som visades vid svensk premiär med 79 procent. Ser man på hela marknaden ökade besöken med 12 procent och antalet föreställningar med 6 procent medan antalet premiärer minskade med 4 procent. De digitala salongerna har således haft en mer positiv utveckling än marknaden som helhet.

Skillnaden mellan de digitaliserade salongerna och marknaden i sin helhet är större vad gäller utbud, premiärer och föreställningar än besök. Tillgängligheten ökar således, medan besöken och därmed intäkterna fortfarande till större del är titelberoende. Digitaliseringen kan därmed sägas ha större positiva effekter för kulturpolitiken och publiken än för branschen ur ett kommersiellt perspektiv.

Enligt majoriteten av svaren på biografenkäten har digitaliseringen till viss del bidragit till fler besökare. Ännu fler har svarat att besökarna är mer nöjda som en följd av digitaliseringen. Effekten är alltså mer kvalitativ än kvantitativ. Att besökarna är mer nöjda beror enligt enkätsvaren framför allt på bättre bildkvalitet, men också på tillgång till fler storfilmer i anslutning till svensk premiär vilket framför allt gäller mindre biografier, möjlighet att visa 3D-film och att ta upp filmer på repertoaren flera gånger. Något färre har svarat att tillgången till fler smalare filmer har bidragit till de ökade besöken.

En övervägande majoritet har också svarat att det efter digitaliseringen definitivt har blivit lättare att få den film de efterfrågat. Något färre, men fortfarande ett flertal, anger också att de breddat utbudet efter digitaliseringen och visat fler typer av film avseende till exempel ursprungsländer och genrer. Majorite-

ten anger att de dessutom har använt den digitala tekniken för att visa alternativt innehåll, till exempel opera och sport.

Även om digitaliseringen verkar ha lett till fler föreställningar så har de flesta svarat att det inte är fler som jobbar på biografen efter digitaliseringen. Av enkätsvaren framgår också att de flesta har stött på tekniska problem efter digitaliseringen, framför allt kopplat till nyckelhanteringen. Avbrott under filmvisning har också förekommit.

Den i särklass största utmaningen för biograferna framöver är enligt enkätsvaren publikarbete och marknadsföring. Detta är intressant med tanke på att besöken inte har ökat i samma utsträckning som antalet premiärer och tillgång till film. Kunskap om filmer och programsättning liksom om publiken ser man inte som en lika stor utmaning enligt enkätsvaren. Det är därför troligtvis de praktiska förutsättningarna, till exempel ekonomiska resurser för publikarbete och

### RAPPORT



**Procentuellt har antalet föreställningar i snitt per salong och år ökat något mer för salonger på mindre orter än för salonger på större orter.”**



## 2 Besök, föreställningar och antal premiärer i snitt per digitaliserad salong. Jämförelse av årligt snitt för 2001–2011 med 2012.

Ortstorlek	Besök		Föreställningar		Antal premiärer	
	2001–2011	2012	2001–2011	2012	2001–2011	2012
< 30 000	12 615	14 598	384	463	11	27
≥ 30 000	50 192	58 145	899	1 007	16	23

marknadsföring som anses vara den stora utmaningen. Det flesta har svarat att digitaliseringen inte har lett till ökat samarbete med kommunen. Kanske handlar behovet av marknadsföring också om att närma sig kommunpolitiker och tjänstemän.

### Jämförelse mellan digitaliserade salonger på mindre och större orter

I absoluta tal var skillnaden i antalet besök i snitt per salong och år före och efter digitaliseringen betydligt större för salonger på större orter än för salonger på mindre orter. Procentuellt var skillnaden dock densamma. Att förändringen procentuellt är densamma för salonger oavsett ortsstorlek speglar möjligen att digitaliseringen haft en större effekt för multiplex<sup>1</sup> i större städer än förväntat. Enligt enkätsvaren är det dock framför allt filmutbudet som ligger bakom ökningen och inte digitaliseringen. Om man jämför svar från föreningsägda singelbiografer med svar från flersalongsbiografer som tillhör större kedjor så upplever de förra att digitaliseringen har haft en större effekt på besöken. Men sannolikt är det en kombination också för mindre biografer, eller som en svarade i enkäten: ”Bra publikdragande filmer är ju det som fortfarande gäller.”

Procentuellt har antalet föreställningar i snitt per salong och år ökat något mer för salonger på mindre orter än för salonger på större orter. Ökningen i absoluta tal var dock något större för de senare. Att också biograferna på de större orterna har kunnat öka antalet föreställningar så pass mycket är något förvånande. En möjlig orsak är att ett ovanligt starkt filmutbud lett till att biografernas kapacitet utnyttjats bättre vilket digitaliseringen kan ha bidragit till genom att underlätta en aktivare sättning på flersalongsbiografer. En övervägande majoritet av de större kedjebiografer som svarat på enkäten anger dessutom att de har breddat utbudet efter digitaliseringen vilket också kan bidra till att föreställningarna ökat. Eller som det uttrycks i ett enkätsvar: ”Samma film i flera salonger samtidigt, behövs ju inte fler

kopior, lättare att sprida filmstarterna med detta = bättre för kunden.”

När det gäller salonger på mindre orter är det intressant att antalet föreställningar har ökat samtidigt som många i enkätsvaren har angivit att de har visat alternativt innehåll digitalt. Det verkar därför inte som om det alternativa innehållet har konkurrerat ut filmen. Snarare har aktiviteten totalt sett ökat på dessa biografer både till följd av ökad filmverksamhet och till följd av visningar av annat innehåll.

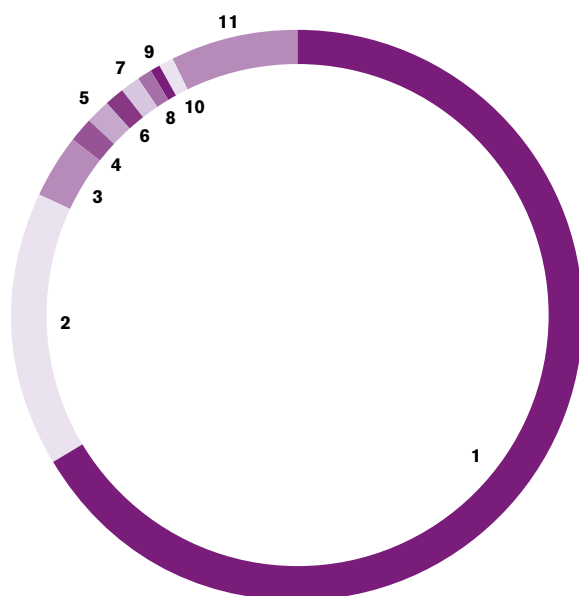
Vad gäller antalet premiärer är förändringen störst för salonger på mindre orter, som ökat med 145 procent – att jämföra med 44 procent för salongerna på större orter. Ökningen är så stor att salongerna på mindre orter till och med går om salongerna på större orter avseende faktiskt antal premiärer. Ett sannolikt skäl är att många av salongerna på mindre orter tillhör ensalongsbiografer medan många av salongerna på större orter tillhör flersalongsbiografer där premiärerna kan spridas på olika salonger. Här är det svårt att se andra förklaringar än just digitaliseringen. Inte minst då antalet premiärsatta filmer i Sverige som helhet var färre under 2012 än snittet för 2001–2011. Såväl större som mindre biografer har i enkätsvaren angett att det efter digitaliseringen har blivit lättare att få den film de efterfrågat. De flesta inom båda grupperna har enligt enkätsvaren breddat utbudet.

### Biografägarstruktur

Förändringarna när det gäller marknadsandel för olika biografägare är liten vid en jämförelse mellan 2012 och ett snitt för 2008–2011, och är inte större än tidigare förändringar mellan år. Den biografägare som ökat sin marknadsandel mest är Svenska Bio (+1,4 procent). Även SF Bio och Folkets Bio ökade sina marknadsdelar marginellt. De som minskat sin marknadsandel, om än även de i liten utsträckning, är biografägare och visningsorganisationer som framför allt har biografer utanför de stora orterna. Att SF Bio och Svenska Bio under året blev helt digi-

Not 1: Med multiplex avses här en biograf med minst 6 salonger.

### 3 Marknadsandel per biografägare 2012



Biografägare	2012 (%)
1 SF Bio	66,5
2 Svenska Bio	15,7
3 Folkets Hus och Parker (visn.org)	3,5
4 Eurostar	1,5
5 SF Bio / FHP: Filmstaden Sundsvall	1,2
6 Folkets Bio (visn.org)	1,1
7 Cinemasceen i Katrineholm	1,1
8 Våra Gårdar (visn.org)	0,9
9 Biograf	0,7
10 Facklan	0,6
11 Övriga	7,2

taliserade och därmed inte påverkas av att tillgången till analog visningskopior blev mycket begränsad mot slutet av 2012 är viktigt i sammanhanget. Av de salonger som digitaliserades under 2012 tillhörde 63 procent Svenska Bio eller SF Bio. För övriga biografägare återstod fortfarande ett stort antal salonger att digitalisera vid årsskiftet 2012/2013, framför allt vad gäller Folkets Hus och Parker, Våra Gårdar, Bygdgårdarna och Folkets Bio. Om dessa biografier blir digitaliserade är det möjligt att marknadsandelarna på biografmarknaden kan förändras. Än så länge har dock digitaliseringen inte minskat dominansen för de två största biografägarna.

Även andra faktorer kan dock ha påverkat utfallet, så som nya biografetableringar och övertag under året. Av de nyetableringar som skedde under 2012 stod SF Bio till exempel bakom åtta av elva salonger. Att både Svenska Bio, SF Bio och Folkets Bio till stor del är koncentrerade till större och medelstora orter kan också vara en förklaring, om man utgår ifrån att den större folkmängden här gör att den potentiella nya publiken som digitaliseringen kan generera är större i dessa fall. Ytterligare möjliga förklaringar

skulle kunna vara att filmutbudet 2012 tilltalade storstadspubliken i högre grad än publiken på mindre orter, eller att breddningen av filmutbudet som digitaliseringen har medfört lokalt har varit svårare att marknadsföra gentemot publiken på mindre orter.

### De 20 största städerna

De 20 största städerna, förutom Södertälje som i nuläget saknar en kommersiell biograf, har fått bättre tillgång till ny film. Det ser vi genom att andelen premiärsatta långfilmer som visats vid Sverigepremiären på dessa orter har ökat. Vi ser också ett visst samband mellan digitaliseringsgrad vid mitten av 2012 och förändring i antalet premiärer. De tio orter som ökat andelen premiärer mest hade i snitt en digitaliseringsgrad på 87 procent 1 juli, att jämföra med 78 procent i snitt för övriga tio orter.

Att skillnaden i digitaliseringsgrad mellan de städer där andelen premiärer ökade mest och de övriga inte var större pekar samtidigt på att även andra faktorer än digitaliseringen har betydelse. En tydlig skillnad mellan städerna är antalet invånare per salong, som för de tio städer där antalet premiä-

rer ökade minst var 16 144 i snitt och för de övriga städerna 9 245. Med andra ord kännetecknas de städer med minst ökning av relativt få biografsalonger i förhållande till folkmängden. Särskilt ”trångt” på biograferna är det i Södertälje, Göteborg och Täby liksom i Malmö och Linköping. Med tanke på att Stockholm har ett större upptagningsområde som inkluderar bland annat just Täby och Södertälje kan också huvudstaden lyftas fram som särskilt kapacitetsvag. Det framkommer också i distributörernas enkätsvar. På frågan om vad som är viktigast för utvecklingen av svensk biografdistribution framöver rankade distributörerna ”fler biografsalonger i större städer” högst.

Så här har en av de oberoende distributörerna svarat:

”Utan ett fungerade biografalternativ i Stockholm kommer det vara svårt för mindre distributörer att kunna sprida film på landsort, då vi helt enkelt får svårt att överleva. En absolut majoritet av våra intäkter kommer från Stockholm, följt av Göteborg och Malmö/Lund. Med minskade marginaler (lägre filmhyror) och få sättningsalternativ i Stockholm får vi svårt att överleva. Överlever vi inte kommer vi inte kunna sprida film någonstans i landet.”

En annan möjlighet är att typen av biografier på orten har betydelse. De tre städer som har haft störst ökning har alla arthousebiografer. Å andra sidan finns det orter med arthousebiografer som uppvisat en mer blygsam ökning, samtidigt som vissa orter utan arthousebiograf har ökat relativt mycket. Det senare pekar på att digitaliseringen har lett till fler premiärer också på multiplexen. Möjligheten att snabbt flytta filmer mellan olika salonger och att byta ut filmer på repertoaren har sannolikt ökat som en effekt av digitaliseringen vilket framför allt kan utnyttjas i multiplex. Detta har bidragit till ökningen av antalet premiärer i de 20 största städerna. Det bekräftas också av att majoriteten av de biograf-föreståndare inom större biografkedjor som svarat på enkäten anger både att det har blivit lättare att få den film de efterfrågat och att de breddat utbudet och visat fler typer av film efter digitaliseringen.

#### RAPPORT



**Utan ett fungerade biografalternativ i Stockholm kommer det vara svårt för mindre distributörer att kunna sprida film på landsort”**

# Effekter på filmutbudet

**Vid sidan av hur** de digitaliserade salongerna har påverkats är det i ljuset av de förväntningar som finns på digitaliseringen intressant att studera hur filmutbudet och spridningen av filmerna påverkats. Vi återkommer till spridningen i ett senare avsnitt och fokuserar först på utbudet. Här har vi tittat på hela utbudet 2012 och kan utifrån resultat om skillnader jämfört med hur det såg ut 2008 till 2011 dra slutsatser som åtminstone till viss del kan hänföras till digitaliseringen.

## Antal filmer i distribution

Mellan 2011 och 2012 sjönk antalet distribuerade filmer kraftigt, med 17 procent eller 100 färre filmer. Även antalet premiärsatta filmer minskade, en nedgång på ca 10 procent. En förklaring är att många filmer gick bra under 2012 och därmed gavs större utrymme på biograferna vilket minskade behovet av nya titlar.

Samtidigt har digitaliseringen sannolikt bidragit till nedgången. Distributörerna kan utnyttja möjligheten att återanvända de DCP:er som filmerna

distribueras på och därmed behåller de filmer i distribution under kortare tid än tidigare. Samtidigt finns äldre filmer inte tillgängliga i digitala kopior. Att digitaliseringen möjliggör fler lokala premiärer och enklare lanseringar förefaller inte ha haft någon betydelse för utbudet detta år. Inte heller ser vi någon effekt på filmutbudet av att digitaliseringen innebär att fler lågbudgetfilmer produceras. Snarare ser det ut som om digitaliseringen har sammanfallit med distributörernas fokusering på färre titlar.

## Har viss film påverkats mer än annan?

Utifrån att antalet filmer har minskat är det intressant att se om en viss typ av film har påverkats mer än andra. Ser man till exempel på filmer kategoriserade efter produktionsregion kan vi konstatera att Europa och Sverige har ökat sin andel av de premiärsatta titlarna medan USA och övriga världen har minskat. Vad gäller de tre största produktionsregionerna på svenska marknaden har det alltså skett en utjämning där den amerikanska dominansen har minskat något till förmån för Sverige och övriga Europa. Däremot har mångfalden minskat om man ser till balansen mellan USA/Europa jämfört med övriga världen. Mätt i relativa tal har utbudet från övriga världen minskat förhållandevis kraftigt. Film från övriga världen har aldrig varit särskilt väl representerad på svenska biografer, trots att majoriteten av de filmer som produceras globalt kommer härifrån. Hittills har digitaliseringen inte haft någon positiv effekt på utbudet av film från övriga världen.

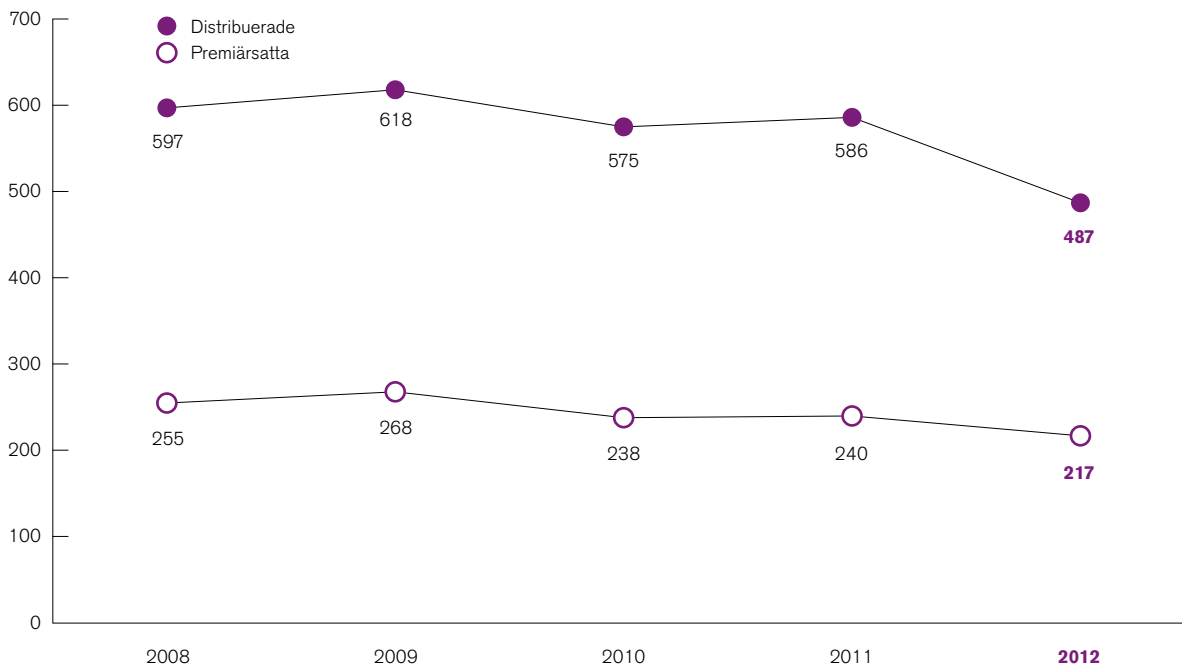
Att digitaliseringen medför lägre kostnader för filmkopior ser inte ut att ha bidragit till att distributörerna har tagit större risker, i alla fall inte vad gäller mer "osäkra" filmländer. I enkäten var det en minoritet av distributörerna som svarade att lönsamheten i biografdistribution ökat i takt med den ökade digitaliseringsgraden 2012. Med andra ord har inte de potentiellt lägre koplekostnaderna haft

### RAPPORT



**Hittills har digitaliseringen inte haft någon positiv effekt på utbudet av film från övriga världen.”**

#### 4 Antal distribuerade och premiärsatta långfilmer 2008–2012



någon större effekt. Här har säkert nya kostnader i form av VPF-avgifter betydelse liksom att kostnaderna för marknadsföring och PR kvarstår eller till och med ökar. Den näst viktigaste frågan för svensk biografdistribution framöver är enligt enkätsvaren ”mer resurser till marknadsföring/PR”. Problemet med film från övriga världen och annan film som säljan når bioograferna är inte bara att tillgängligheten är dålig – vilket digitaliseringen kan göra något åt. Minst lika viktigt är att öka intresset för denna typ av film. Det var trots allt fyra procent av de premiärsatta filmerna som kom från övriga världen 2012, medan mindre än en halv procent av besöken gällde film från övriga världen.

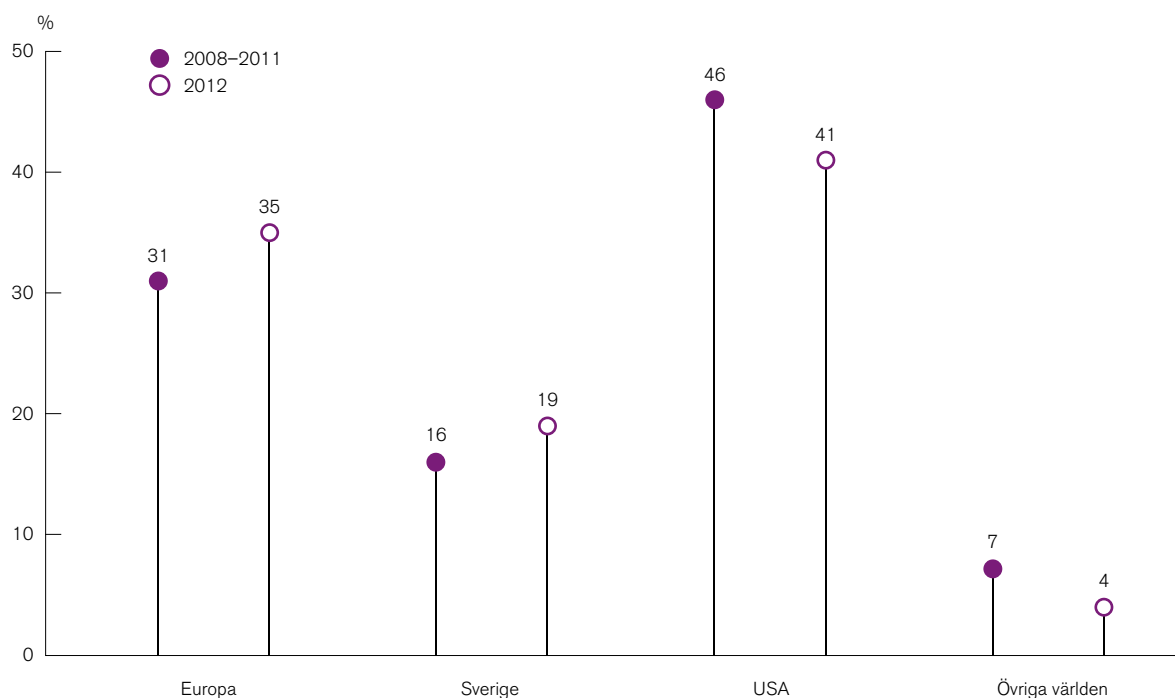
Om man ser på filmer kategoriserade efter målgrupp innebar inte 2012 några större förändringar jämfört med de två föregående åren. Det är fortfarande filmer riktade till vuxna som dominerar stort, medan barnfilm, ungdomsfilm och familjefilm utgör en liten del av utbudet. Ser vi istället på genrer är det drama som dominerar, och till och med i något högre grad än tidigare. Action har ökat något medan komedi minskat. Någon ökad mångfald kan man alltså inte tala om när det gäller genrer heller. Snarare ser det ut som att digitaliseringen har bidragit till att etablerade mönster i filmdistributionen kvarstår.

#### Digitala föreställningars andel

Totalt 66 procent av föreställningarna var digitala under helåret 2012, men det var stor skillnad mellan första och andra halvåret. Ser man på de filmer som visades vid analoga respektive digitala föreställningar ser det ut som att digitaliseringen har lett till en fördel för svensk film och vuxenfilm. Dock har detta till stor del att göra med vilka filmer som gick upp under våren respektive hösten eftersom digitaliseringsgraden förändrades så mycket under året. Både många svenska filmer och vuxenfilmer får premiär under hösten.

Ser man på besöken är den svenska andelen istället lägre bland de digitala föreställningarna. Detta kan tolkas som ett problem om samma mönster kvarstår i ett längre tidsperspektiv. Effekten kan till stor del bero på enskilda titlars publikresultat. Det är dock viktigt att bevaka besöksutvecklingen för svensk film framöver. Digitaliseringen medför en ökad möjlighet för flexibilitet i bioografernas programsättning vilket i sin tur ökar möjligheten att hela tiden anpassa utbudet efter publikens val. Att identifiera och nå filmens publik har därmed fått ökad betydelse för distributörerna generellt. Det innebär att de nya möjligheter digitaliseringen skapar för bioograferna samtidigt innebär en risk för svensk film som kan leda till färre

## 5 Andel premiärsatta långfilmer per produktionsregion



besök om filmbolagen inte möter behovet av att arbeta på nya sätt med publiken.

Samma mönster finns när det gäller vuxenfilmen. Trots att en större andel av visade filmer var riktade mot vuxna var andelen av besöken mindre för vuxenfilm bland digitala föreställningar, medan barn- och ungdomsfilm hade en något högre andel digitalt än analogt. Svensk film vänder sig i något högre grad till vuxna än övrig film, och därmed är dessa båda tendenser relaterade. Det finns helt klart en publik för barn- och ungdomsfilm, en publik som dessutom ser ut att bli ännu viktigare i och med digitaliseringen. För att svensk film ska behålla sin marknadsposition i en helt digital biografstruktur är en möjlig strategi att fokusera mer på barn- och ungdomsfilm.

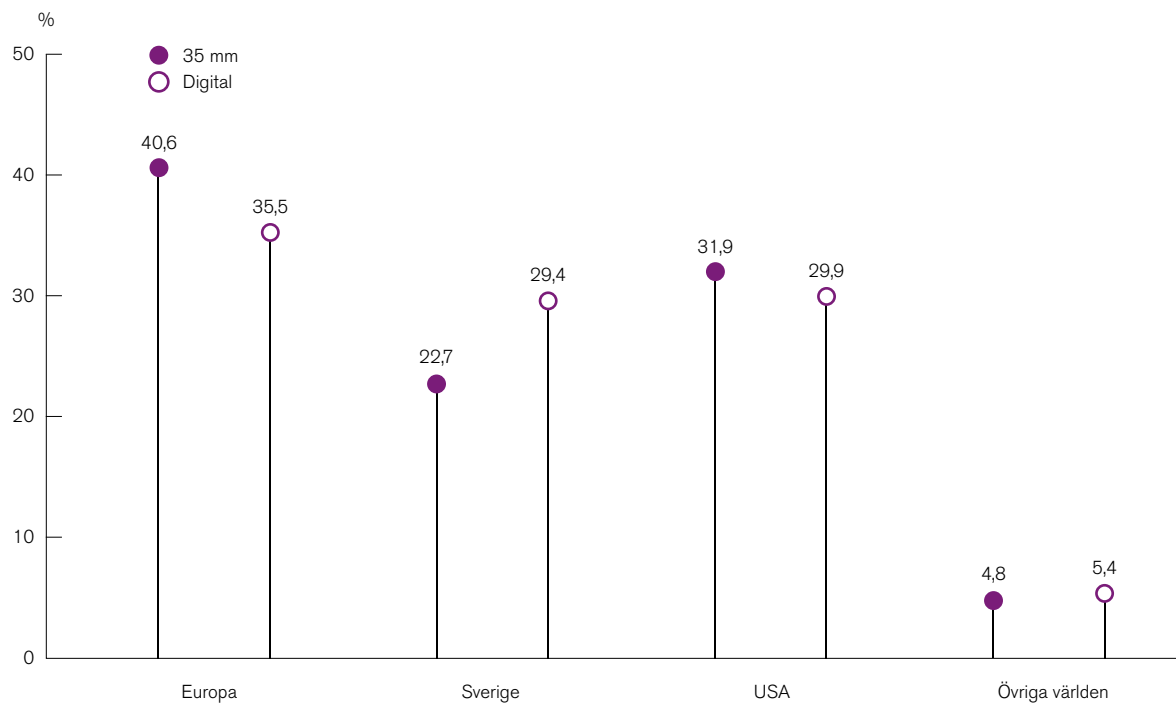
### 3D-visningarnas andel

Under 2012 minskade 3D-visningarnas andel av de digitala föreställningarna markant på både större

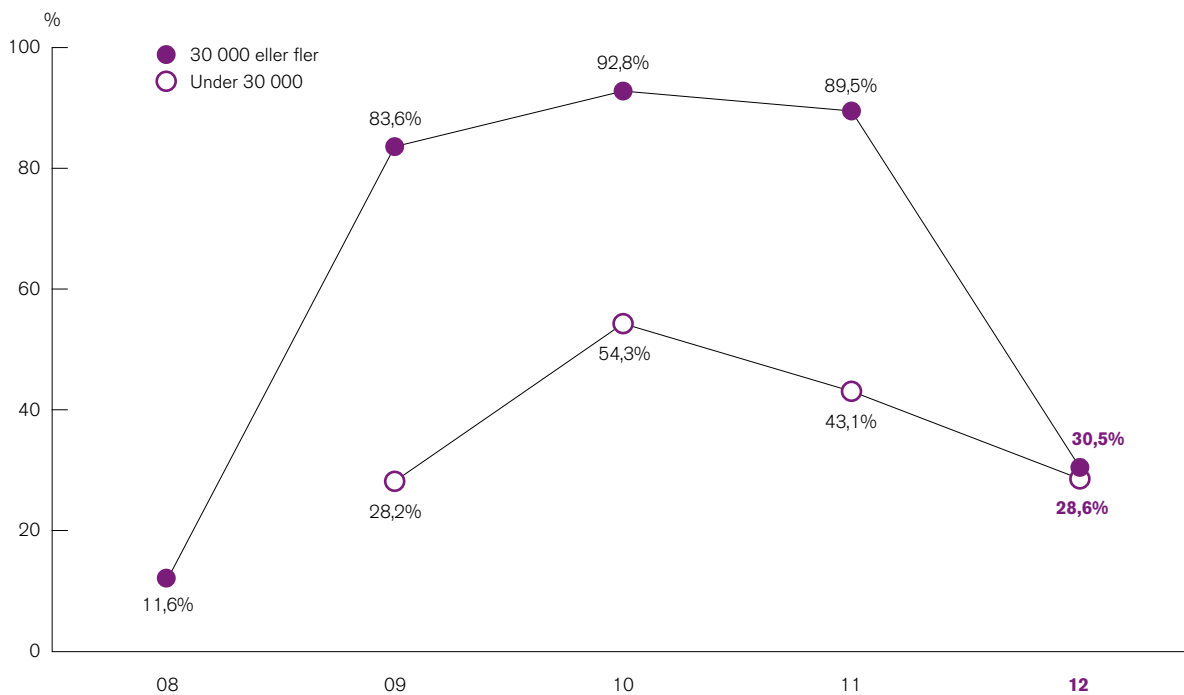
och mindre orter. Störst var förändringen på större orter, där 3D-visningar utgjorde en övervägande majoritet av de digitala föreställningarna 2009-2011. Detta mönster bröts dock 2012, då 3D-visningarnas andel av de digitala föreställningarna var runt 25 procent på både större och mindre orter. Även andelen av besöken på digitala föreställningar som var på 3D-visningar minskade kraftigt 2012, och även här skedde en utjämning av tidigare skillnad mellan större och mindre orter. Då digitaliseringen inledningsvis var nära förknippad med 3D-film är den idag en förutsättning för all typ av filmvisning. Däremot speglar inte 3D-visningarnas minskade andelar i de digitala salongerna någon tydlig minskning av intresset för 3D-film generellt. Antalet sålda biljetter till 3D-film totalt var nästan detsamma 2011 och 2012. Däremot kan man se en viss förskjutning av 3D-besöken från större till mindre orter.



**6 Andel långfilmer per produktionsregion visade vid analoga respektive digitala föreställningar 2012**



**7 Andel av besök på digitala föreställningar som gällde 3D-filmer**



# Effekter på filmernas spridning

**Tillgången till film** har ökat på både mindre och större orter som en effekt av digitaliseringen. Vi har även konstaterat att utbudet på nationell nivå samtidigt har blivit något smalare med färre titlar i distribution. Generellt kan man alltså säga att färre filmer har spridits bredare. Men gäller detta alla typer av film lika mycket?

Denna fråga försöker vi svara på i detta avsnitt genom att utgå från hur antal besök och premiärsalonger, visningar på bästa tid och salong liksom totala antalet speldagar skiljer sig åt för olika typer av kategoriseringar av de premiärsatta filmerna. Antalet premiärsalonger blir ett mått på spridning i landet då ett stort antal salonger vid Sverigepremiär bara kan uppnås genom att filmen visas på många orter.

## Filmer från olika produktionsregioner

Som konstaterats ovan var andelen titlar från USA och övriga världen lägre 2012 än tidigare, medan Sverige och Europa ökade. Ser man på spridning av filmerna framkommer dock ett annat mönster.

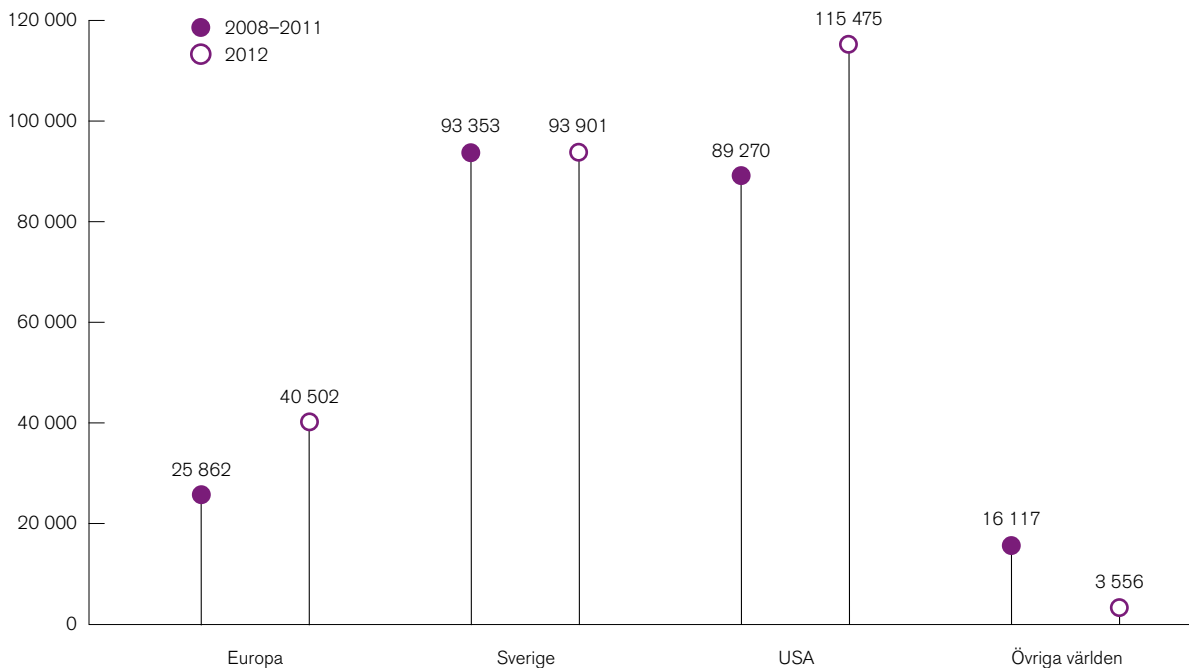
Det är framför allt amerikanska och europeiska filmer som verkar ha gynnats av digitaliseringen om man ser på besök för enskilda titlar. Också om man ser på de totala besöken är det framför allt europeisk film och amerikansk film som har ökat. Visserligen har också besöken till svensk film ökat något totalt, men inte alls i samma utsträckning som för amerikansk och övrig europeisk film. Filmer från övriga världen har snarast drabbats av digitaliseringen. Åtminstone har både snittbesöken per film och de totala besöken minskat kraftigt 2012 i jämförelse med de föregående åren. Det beror dock till stor del på avsaknaden av importerade ”blockbusters” från övriga världen 2012, i stil med 2008 års succé *Australia* (som stod för nästan hälften av besöken från övriga världen 2008–2011). Men även om man räknar bort *Australia* upplevde filmer från övriga världen en tydlig minskning i antalet besök 2012. Att digitaliseringen hittills inte har sammanfallit med en bättre situation för film från övriga värden är anmärkningsvärt då det fanns förhoppningar om att digitaliseringen skulle leda till ett breddat utbud.

**8 Antal premiärsalonger, föreställningar bästa tid/salong<sup>2</sup> och antal speldagar per film från de fyra produktionsregionerna. Jämförelse av årssnitt för 2008–2011 och 2012.**

Produktionsregion	Premiärsalonger		Föreställningar bästa tid/salong		Antal speldagar	
	2008–2011	2012	2008–2011	2012	2008–2011	2012
Europa	13	24	41	57	83	84
Sverige	43	69	70	67	100	82
USA	43	70	79	89	89	82
Övriga världen	10	9	26	21	78	63

Not 2. Se metodavsnitt för avgränsning

## 9 Besök i snitt per film från respektive region



Spridningen mätt i antalet premiärsalonger i snitt per film har ökat kraftigt för både svensk, amerikansk och europeisk film. Amerikansk och svensk film har ökat mest i faktiska tal men europeisk film mest procentuellt. Film från övriga världen har dock inte spridits till fler dukar, tvärtom till färre. Detta förstärker alltså bilden av att digitaliseringen snarast har haft en negativ effekt för filmer från övriga världen. Att spridningen av svensk film har ökat så pass mycket samtidigt som snittbesöken per film knappt har ökat alls understryker att digitaliseringen inte automatiskt leder till fler besökare. Som redan konstaterats kan digitaliseringen snarare skapa nya behov vad gäller marknadsföring och publikarbete, inte minst på mindre orter där utbudet av premiärfilm tidigare har varit mycket begränsat. Det är trots allt skillnad på biografier och biografier också i en digital värld.

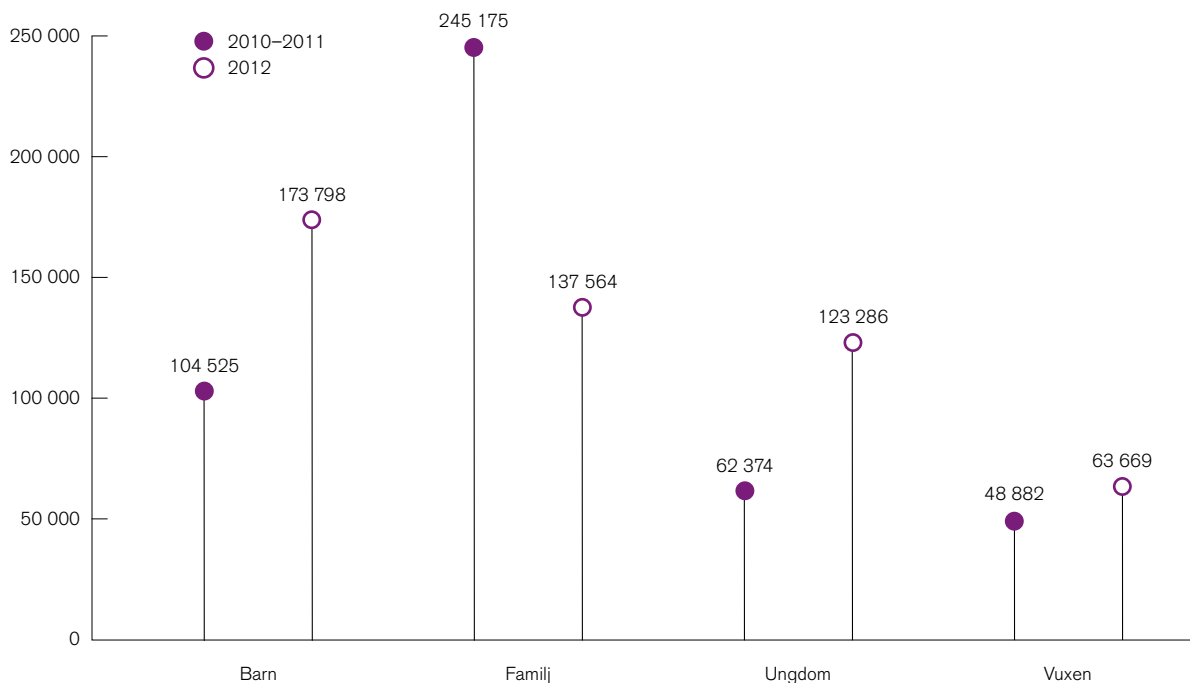
En förklaring till skillnaden mellan spridning och besök är situationen i de bästa salongerna på de bästa tiderna. Europeiska och amerikanska filmer har generellt fått fler visningar på de bästa tiderna/salongerna, medan svenska filmer och filmer från övriga världen har fått färre. Här finns en tydlig koppling till snittbesöken, som legat still respektive minskat för Sverige och övriga världen, men ökat för Europa och USA. Att europeiska och amerikanska filmer har kunnat öka antalet föreställningar mer

än vad filmer från Sverige och övriga världen har minskat är en följd av dels färre filmer i distribution, dels en ökad aktivitet och bättre utnyttjande av biograferna vilket lett till att antalet föreställningar totalt sett har ökat i de ”bästa salongerna”. Den ökade aktiviteten kan åtminstone delvis förklaras av digitaliseringen då möjligheten till flexibel program-sättning ökar.

Antalet speldagar i snitt per film har minskat för filmer från både Sverige, USA och övriga världen. Med tanke på att biografdistributionen allmänt ”går snabbare” idag är det intressant att antalet speldagar i snitt för europeisk film ligger på en konstant nivå. Troligtvis hänger detta ihop med ovanligt publikstarka europeiska filmer 2012.

Digitaliseringen kan också ha bidragit till resultatet för europeisk film då den gör det möjligt att ta upp filmer på repertoaren flera gånger, såväl från distributörs- som från biografhåll. Denna möjlighet är visserligen inte specifik för europeisk film men kan möjligen ha större betydelse för filmer som det tar längre tid att bygga upp ett intresse kring. Möjligheten har också uppmärksammats och använts av till exempel SF Bio för att visa svenska filmer en andra gång efter Guldbaggegalan. Det verkar dock som att europeisk film har dragit nytta av denna möjlighet oftare än filmer från övriga regioner, åtminstone detta år.

## 10 Besök i snitt per film inom respektive målgrupp



I övrigt verkar digitaliseringen snarare ha bidragit till att filmernas spelperioder blivit kortare, vilket i så fall kan förklaras av att de digitala biografernas tillgång till film har ökat, och en ökad möjlighet till flexibel programsättning.

Tendensen med kortare spelperioder kan dock inte förklaras enbart av digitaliseringen. Även om bredare spridning med fler digitala kopior kan ha lett till färre speldagar, kan det också vara en effekt av förändrade konsumtionsmönster, Video On Demand, hot från piracy etc.

### Filmer med olika målgrupper

Snittbesöken för barn- och ungdomsfilmer var betydligt högre 2012 än föregående år, och även vuxenfilm ökade något. Procentuellt sett var det ungdomsfilm som ökade mest, medan barnfilm ökade mest i faktiska tal. Vuxenfilm ökade mer måttligt i jämförelse, och familjefilm minskade kraftigt. Flytande gränser mellan familjefilm och övriga målgrupper gör att enskilda filmers kategorisering kan påverka mycket. Bortser man från det kan man tolka resultatet som ett tecken på att filmer med tydligt avgränsad målgrupp har gått bättre än filmer "för alla" 2012. Detta kan i så fall kopplas till att digitaliseringen möjliggör ökat publikinflytande och ökad målgruppsanpassning.

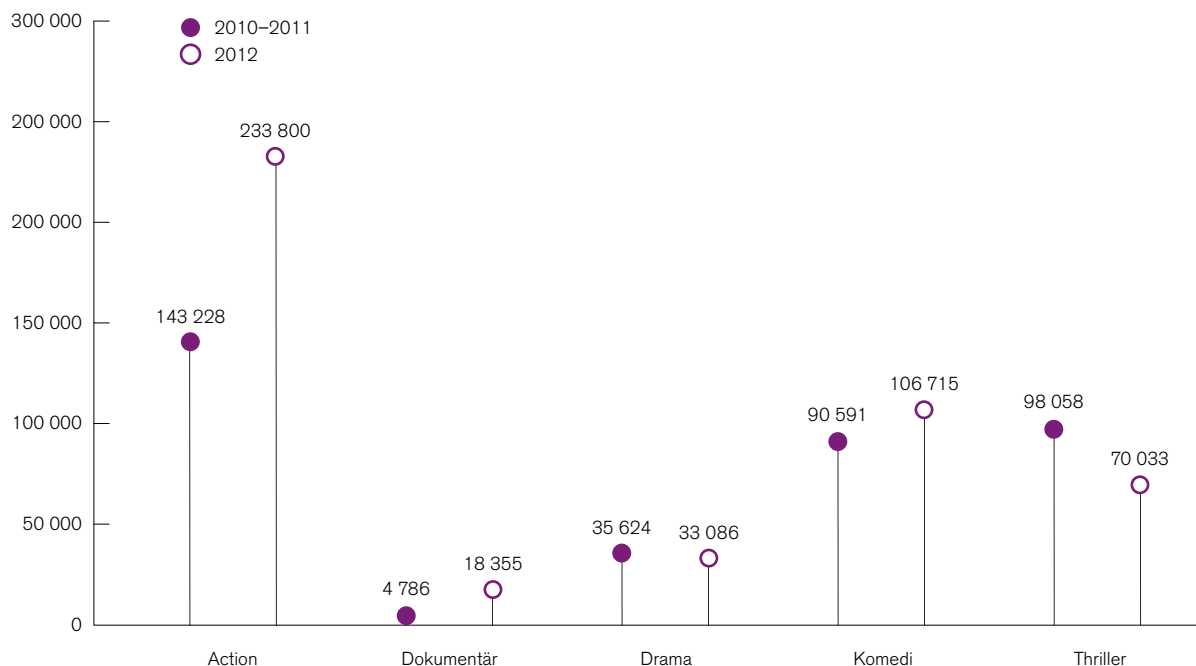
### RAPPORT



**Antalet premiärsalonger ökade precis som när det gäller besöken för filmer inom alla målgrupper förutom familjefilmer."**

Antalet premiärsalonger ökade precis som när det gäller besöken för filmer inom alla målgrupper förutom familjefilmer. Att ungdomsfilm ökade mest i relativa tal och att barnfilm ökade mest i absoluta tal förstärker likheterna. Vuxenfilm ökade mer vad gäller spridningen än vad gäller besöken, medan det motsatta gäller för ungdomsfilm. För barnfilm ökade antalet premiärsalonger och besök ungefär lika mycket. Med andra ord var effekterna mer likartade

### 11 Besök i snitt per film inom respektive genre



för filmer inom olika målgrupper när det gäller den geografiska spridningen. Detta är inte heller förvånande med tanke på att digitaliseringens effekter är tydligast när det gäller just spridningen. Men det ser samtidigt ut som att olika faktorer tillsammans kan förstärka varandra så att digitaliseringens effekter kan multipliceras t ex när ökad spridning av en film sammanfaller med en stark efterfrågan hos publiken.

Trots att barnfilm har gått bättre besöksmässigt har inte föreställningarna på bästa tid/salong ökat i någon märkbar omfattning. Detta är något oväntat. För övriga målgrupper finns det ett tydligt samband

mellan antalet föreställningar på bästa tid/salong och besök. Det kan dock förklaras av att barnfilmer ofta visas som matiné, alltså på eftermiddagen och utanför vår definition av "bästa tid". Ungdomsfilm ökade antalet föreställningar på bästa tid/salong mest, såväl procentuellt som i faktiska tal, medan ökningen var betydligt mindre för vuxenfilm.

För filmer inom samtliga målgrupper förutom barnfilm minskade antalet speldagar 2012. Att antalet speldagar istället ökade för barnfilm har troligtvis till stor del att göra med att det inom denna målgrupp fanns fler publikstarka filmer 2012 än innan, alltså en

### 12 Antal premiärsalonger, föreställningar bästa tid/salong<sup>3</sup> och antal speldagar per film för olika målgrupper. Jämförelse av årssnitt för 2010-2011 och 2012.

Målgrupp	Premiärsalonger		Föreställningar bästa tid/salong		Antal speldagar	
	2010-2011	2012	2010-2011	2012	2010-2011	2012
Barn	65	109	29	30	128	152
Familj	111	91	147	80	114	88
Ungdom	40	68	67	103	76	69
Vuxen	27	41	63	71	87	76

Not 3. Se metodavsnitt för avgränsning

## RAPPORT



**Ser man på snittbesök per film har action, dokumentär och komedi gått framåt 2012, medan drama och thriller har gått tillbaka.”**

effekt av vilka titlar som fanns på repertoaren. Dock kan digitaliseringen ha bidragit till den längre speltiden för barnfilm då dessa filmer kan lämpa sig särskilt bra att plocka upp igen på repertoaren. Livslängden för många barnfilmer är generellt mycket hög. Att möjligheten att ta upp filmer på repertoaren flera gånger ökar med digitaliseringen var också något som många av biografköpare angav i enkäten som en orsak till mer nöjda besökare. Troligtvis finns det här ett dubbelt samband mellan att speldagarna ökar på grund av populära titlar och att besöken ökar på grund av möjligheten till fler speldagar. Ett samband som åtminstone delvis har med digitaliseringen att göra.

### Filmer inom olika genrer

Som konstaterats i föregående avsnitt har utbudet av filmer inom olika genrer inte förändrats märkbart. Däremot kan digitaliseringen ha haft olika effekter på spridningen för filmer inom olika genrer. Det finns

en koppling mellan genrer och målgrupp som gör det intressant att jämföra resultat mellan de olika kategoriseringarna. Om barn- och ungdomsfilm var de stora vinnarna vad gäller målgrupp, är frågan om detta avspeglar sig också i vilka genrer som tjänat mest på digitaliseringen.

Ser man på snittbesök per film har action, dokumentär och komedi gått framåt 2012, medan drama och thriller har gått tillbaka. Procentuellt sett var ökningen störst för dokumentärfilm men i faktiska besök var action den genre som ökade mest. Såväl i faktiska besök som procentuellt var minskningen störst för filmer inom thriller-genren. Hur mycket av detta som är en effekt av digitaliseringen och hur mycket som beror på enskilda titlar är dock svårt att säga. Liksom när det gäller målgrupp finns det en definitionsproblematik när det gäller genre. Och även om man bortser från denna så har enskilda titlar fortfarande en tydlig effekt på resultatet. Ökningen för dokumentärfilm beror nästan uteslutande på två filmer: *Palme* och *Searching for Sugar Man*. Med tanke på att digitaliseringen ur ett biografperspektiv verkar ha haft en större effekt på filmtillgången än på besöken, är det troligt att digitaliseringens effekter på filmer inom olika genrer framträder tydligare om man ser på den geografiska spridningen.

Till skillnad från besöken har antalet premiärsalonger i snitt per film ökat inom alla genrer. Med tanke på att snittbesöken minskade för thrillerfilmer är det intressant att filmer inom denna genre var de som ökade antalet premiärsalonger mest procentuellt. Mätt i faktiska salonger var det dock action som var den stora vinnaren även i detta fall. Drama hade den minsta ökningen procentuellt och tillsammans med dokumentärfilm den minsta ökningen i faktiska tal. Detta sammanfaller med att både vuxenfilm och filmer från Sverige och övriga världen ökade mindre

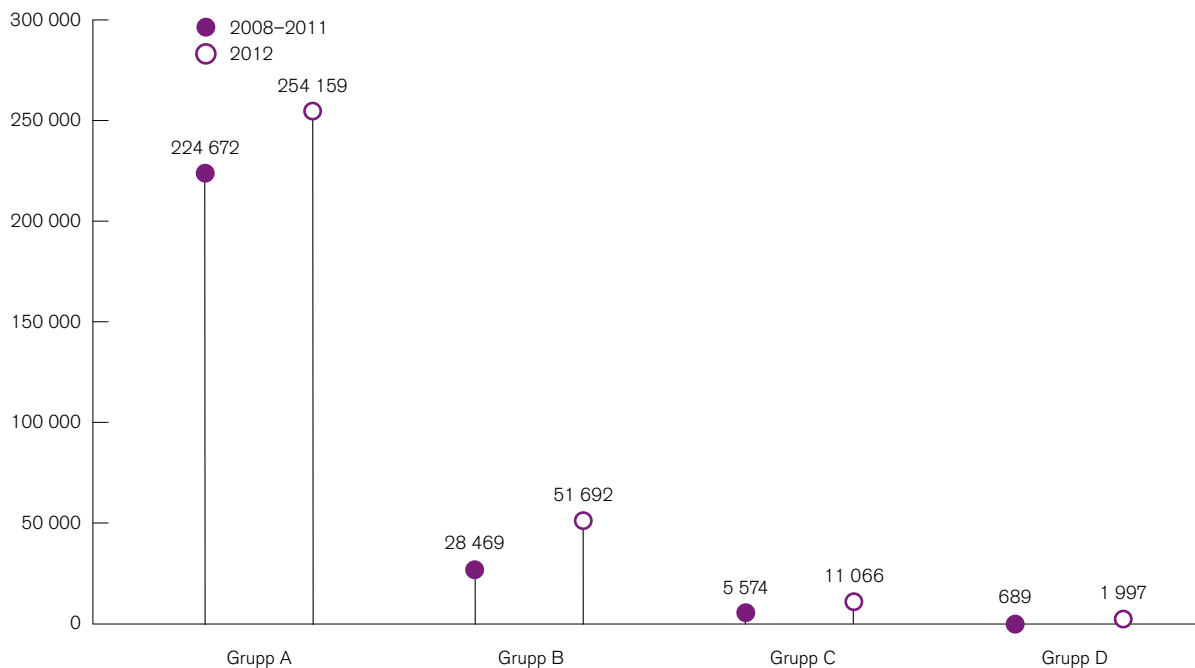
**13** Antal premiärsalonger, föreställningar bästa tid/salong<sup>4</sup> och antal speldagar per film för inom olika genrer. Jämförelse av årssnitt för 2010–2011 och 2012.

Genre	Premiärsalonger		Föreställningar bästa tid/salong		Antal speldagar	
	2010–2011	2012	2010–2011	2012	2010–2011	2012
Action	75	119	139	185	89	87
Dokumentär	7	11	13	27	67	61
Drama	19	23	53	49	96	78
Komedi	55	72	60	61	96	98
Thriller	40	67	105	73	90	76

Not 4. Se metodavsnitt för avgränsning



#### 14. Besök i snitt per film inom respektive grupp



än barn- och ungdomsfilm respektive filmer från Europa/USA. Filmer från Sverige och övriga världen är ofta drama eller dokumentär och vänder sig ofta till en vuxen/allmän publik.

Antalet premiärsalonger ökade alltså för filmer inom thrillerkategorin men samtidigt minskade antalet föreställningar på bästa tid/salong. Det senare kan vara en orsak till att besöken minskade trots det ökade antalet premiärsalonger. Liksom dokumentär och drama är thriller en vanlig genre inom svensk film. Detta kan således förklara att även svensk film trots ökad geografisk spridning hade en minimal ökning i antal besök. Även för drama minskade antalet föreställningar på bästa tid/salong något, medan både action och dokumentär ökade kraftigt. Även om enskilda titlar troligtvis är en viktig orsak till utfallet så kan digitaliseringen också ha haft en effekt. Den ökade flexibiliteten även på multiplexen kan ha lett till en ökad anpassning efter publikens val, vilket i så fall verkar ha gynnat både actionorienterade storfilmer och enskilda mer oväntade succéer inom till exempel dokumentärfilm.

Antalet speldagar minskade något för alla genrer förutom komedi. Allra mest minskade speltiden för drama- och thrillerfilmer. Det finns alltså även här en koppling till besöken, då det var för filmer inom dessa genrer som snittbesöken minskade. Med tanke

#### RAPPORT



**Antalet speldagar minskade något för alla genrer förutom komedi. Allra mest minskade speltiden för drama- och thrillerfilmer. ”**

på att digitaliseringen av mediebranschen i stort bidrar till en ökad distributionstakt är det inte så förvånande att även action och dokumentär minskade antalet speldagar, trots att besöken ökade för dessa genrer. Däremot är det intressant att antalet speldagar för komedier ökade något. En möjlig förklaring är att många barnfilmer klassas som komedier. Som vi såg i föregående avsnitt ökade antalet speldagar för just barnfilmer, och troligtvis är detta

**15** Antal premiärsalonger, föreställningar bästa tid/salong<sup>5</sup> och antal speldagar per film för film grupperad efter besöksantal. Jämförelse av årssnitt för 2008–2011 och 2012.

Grupp	Premiärsalonger		Föreställningar bästa tid/salong		Antal speldagar	
	2008–2011	2012	2008–2011	2012	2008–2011	2012
Grupp A	88	142	177	180	129	108
Grupp B	24	42	47	56	108	93
Grupp C	8	13	20	38	84	81
Grupp D	4	5	4	8	31	45

åtminstone delvis en effekt av digitaliseringen (med ökade möjligheter att plocka upp filmer flera gånger på repertoaren). Samtidigt är de flesta komedier inte barnfilmer, så det finns sannolikt fler förklaringar. Att snittbesöken för komedier ökade betydligt mer än vad föreställningarna på bästa tid/salong ökade kan vara en ledtråd. I jämförelse med actionfilmer ser komedierna ut att följa ett annat mönster, med färre premiärsalonger och storstadsvisningar å ena sidan och längre speltid å den andra. Möjligtvis pekar detta på en målgrupp som är bredare åldersmässigt och mindre storstadsbaserad.

### Filmer med högst respektive lägst antal besökare

Oavsett om man jämför filmer från olika produktionsregioner eller filmer med olika målgrupper/genrer kan man missa skillnader mellan vad man skulle kunna kalla breda och smala filmer.<sup>6</sup> Även om många filmer som lockar stor publik kommer från USA så finns det också independentfilmer med relativt liten publik från denna region, för att nämna ett exempel. Ett annat är att även om barnfilmen utgör en liten del av utbudet finns det barnfilmer som har en mycket stor publik och därmed stark ställning på biograferna. I detta kapitel jämför vi därför filmer utifrån dess placering på topplistan. Filmerna från 2008–2011 och filmerna från 2012 är var för sig uppdelade i fyra lika stora grupper där grupp A är den fjärdedel filmer som hade flest besökare, grupp B den med näst flest besökare osv. På så sätt kan vi undersöka om till exempel de bredaste filmerna blivit bredare, givet att vi bortser från att det är olika titlar i respektive grupp.

Snittet har ökat i alla grupper, dvs för allt från vad vi här väljer att kalla breda, till halvbreda, halvsmala

och smala filmer. Procentuellt var ökningen störst för de smalare filmerna. Ju smalare film desto större procentuell ökning. Detta talar för att ökningen faktiskt är en effekt av digitaliseringen, möjligen i kombination med ovanligt många publikstarka titlar. I enkätsvaren anger också de flesta distributörerna att digitaliseringen har bidragit till fler besökare. Bland både koncernägda och oberoende distributörer finns det dock de som menar att så inte är fallet.

Mätt i faktiska besök är dock skillnaden betydligt större för de breda filmerna. Det är fortfarande mycket stor skillnad mellan de mest sedda och de minst sedda filmerna. Skillnaden mellan de bredaste och de smalaste filmerna har faktiskt ökat. Paradoxalt nog kan digitaliseringen därmed sägas gynna smal film samtidigt som den bidrar till en ökad dominans av den bredaste filmen.

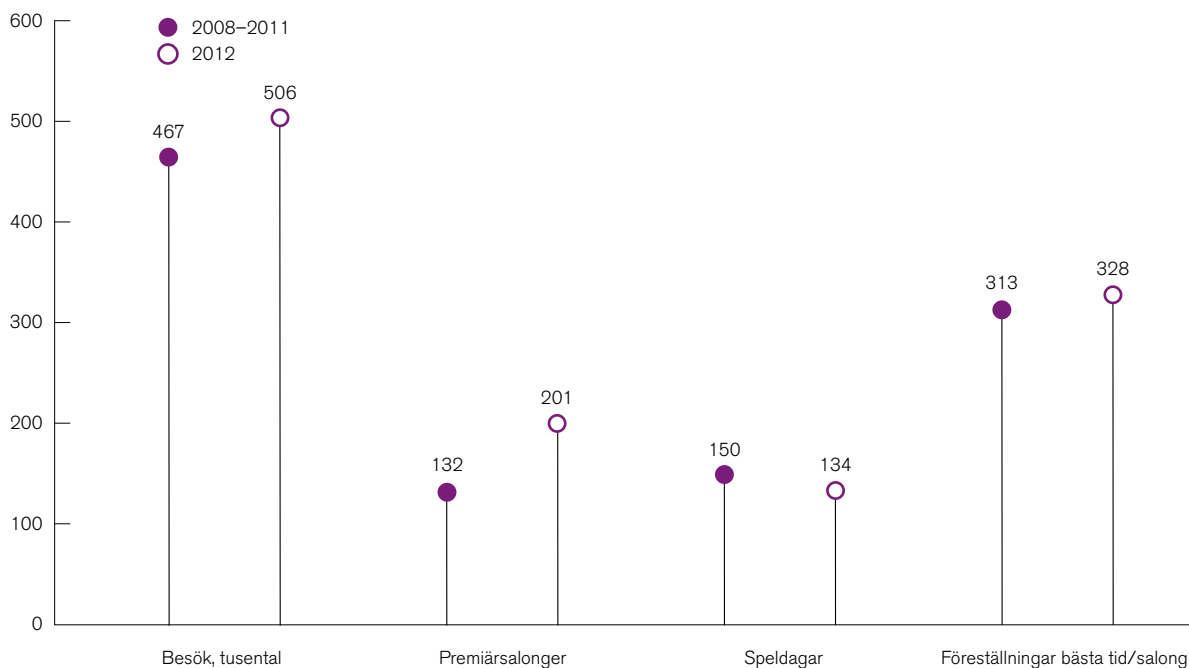
Även antalet premiärsalonger har ökat i samtliga grupper. Dock skiljer sig mönstret något jämfört med besöken. Här är det grupp B som har den största ökningen procentuellt följt av grupp C och grupp A. För grupp D var ökningen betydligt mindre men inte alls försumbar. Samtidigt var det grupp A som ökade mest i absoluta tal, följt av grupp B. Detta pekar på att digitaliseringen har störst positiv effekt dels för spridningen av ”mellanfilmer” och framförallt de något bredare av dessa, och dels för de allra bredaste storfilmerna.

Ser man på de oberoende distributörernas enkätsvar menar de flesta att spridningen har blivit större enbart på mindre orter. Bland de koncernägda distributörerna menar de flesta att spridningen blivit bättre både i större städer och på mindre orter. Detta kan tolkas som att digitaliseringen haft mer positiva effekter för den senare distributörsgruppen.

**Not 5.** Se metodavsnitt för avgränsning.

**Not 6.** Bred och smal ska här inte uppfattas som värderande utan utgår från i vilken utsträckning olika filmer når fler eller färre besökare.

**16 Besök, antal premiärsalonger och speldagar samt föreställningar på bästa tid i bästa salong för de 20 mest sedda filmerna per premiärår, snittresultat 2008–2011 jmf. 2012**



Ser man på sättning under attraktiva tider/platser ser det annorlunda ut. Här är det grupp D och C som ökat mest procentuellt. Mätt i faktiska föreställningar har grupp C och grupp B ökat mest. Här förstärks alltså bilden av att det är ”mellanfilmer” som tjänat mest på digitaliseringen. Men samtidigt är denna förändring relativt liten om man jämför med det dominerande övertag som grupp A fortfarande har. Skillnaden mellan grupp A och grupp B har visserligen minskat, men uppgår fortfarande till över 100 föreställningar i snitt.

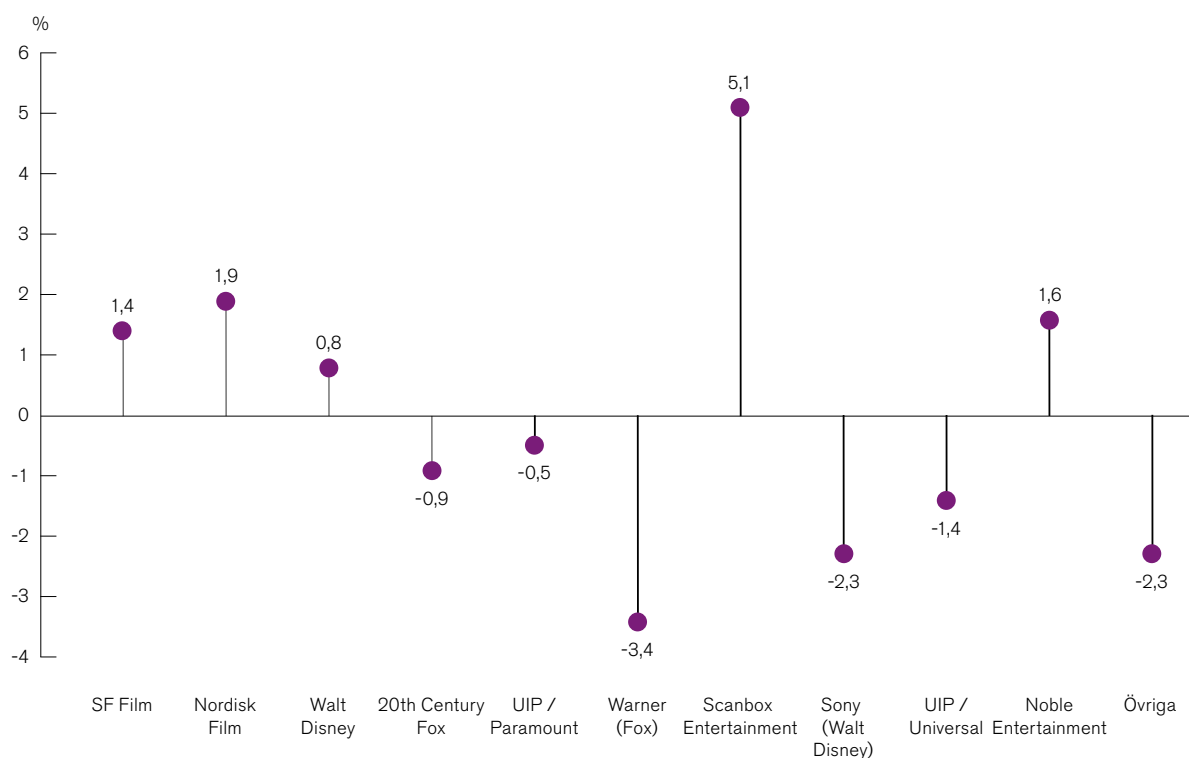
Antalet speldagar har minskat i tre av grupperna, och allra mest i grupp A följt av grupp B. Att grupp D har ökat får ses mot bakgrund av att utgångsläget var betydligt lägre än för de andra grupperna. Det är dock troligt att ökningen beror på digitaliseringen. Att antalet premiärsalonger inte har ökat i samma utsträckning som snittbesöken för denna grupp pekar mot de av digitaliseringens möjligheter som har att göra med flexibel programsättning och långsam spridning. På så sätt finns det likheter mellan grupp D, europeisk film, barnfilm och komedier.

**RAPPORT**



**Mätt i absoluta tal ökade dessutom både besöken och antalet premiärsalonger mer för topp 20-filmerna än för de mest sedda filmerna generellt.”**

## 17 Marknadsandel för de 10 största distributörerna 2012, förändring jämfört med 2008–2011



### De 20 mest sedda filmerna

Den procentuella ökningen avseende besök var mindre för topp 20-filmerna än generellt inom grupp A. Den relativa ökningen i antalet premiärsalonger var också något lägre för topp 20-filmerna. Antalet speldagar minskade i något lägre utsträckning för topp 20-filmerna medan antalet föreställningar på bästa tid/salong ökade mer för topp 20-filmerna. Mätt i absoluta tal ökade dessutom både besöken och antalet premiärsalonger mer för topp 20-filmerna än för de mest sedda filmerna (grupp A) generellt. Detta tyder på att topp 20-filmerna har gynnats av digitaliseringen, även om detsamma gäller också för filmer längre ner på topplistan.

### Distributörerna

Ser man på de distributörer som har ökat mest 2012 speglar det vilka kategorier av filmer som har gått framåt. Scanbox, Nordisk Film, Noble Entertainment och SF Film är alla nordiskt baserade distributionsbolag med ett relativt varierat utbud av film.

Bland de filmer som dessa bolag distribuerat under 2012 finns t ex framgångsrika europeiska filmer som *Skyfall*, *En oväntad vänskap*, *Järnlady*, *Tinker Tailor Soldier Spy* och *Taken 2*. De står också bakom många av de ”mellanfilmer” som bidragit till ökade snitt för filmer i mittensegmentet av topplistan, såsom *Förälskad i Rom*, *The Artist*, *Balladen om Marie Krøyer*, *Hope Springs*, *My Week with Marilyn*, *A Royal Affair* och *Iron Sky*. Det finns också en koppling till framgångarna för barn- och ungdomsfilm med titlar som *Breaking Dawn – del 2*, *Hunger Games*, *Lilla Anna och Långa farbror* och *Sammys äventyr 2*. Även de genrer som har ökat mest i samband med digitaliseringen under 2012, dvs action, dokumentär och komedi, finns representerade bland dessa distributörer med filmer som *Hobbit – en oväntad resa*, *Sune i Grekland – all inclusive*, *En gång i Phuket*, *Cockpit*, *Palme* och *The Expendables 2*. Den amerikanska distributör som har gått bäst, Walt Disney, utmärks även den av ett fokus på barn- och ungdomsfilm samt action och komedi.

# Avslutande reflektioner och slutsatser

I samband med att digitaliseringsgraden ökade markant skedde flera förändringar avseende både biografernas verksamhet, filmutbudet på nationell nivå och spridningen av olika kategorier av film i landet 2012. Utifrån en förhoppning om att digitaliseringen skulle leda till en ökad mångfald i filmutbudet och ökade biobesök på både lokal och nationell nivå kan förändringarna sägas vara både positiva och negativa. Det är dock osäkert hur mycket av förändringarna som kan förklaras av digitaliseringen och hur mycket som snarare är en effekt av andra faktorer, t ex de enskilda filmtitlar som hade premiär under året, förändringar i biopublikens sammansättning och preferenser med mera. Det är dock troligt och i flera fall uppenbart att digitaliseringen finns med som en viktig förklaringsfaktor.

Tydligast är effekten av digitaliseringen om man ser på enskilda biografers tillgång till film. Digitala biografier på både mindre och större orter har fått tillgång till ett ökat antal filmer vid premiär. De digitala biograferna har också ökat antalet föreställningar och besök mer än marknaden generellt, men i detta fall är det troligtvis en effekt av både digitaliseringens ökade filmtillgång och enskilda filmtitlars popularitet. Besöken ökade inte heller i samma grad som antalet premiärer och föreställningar och detta belyser att digitaliseringen skapat nya behov av marknadsföring och publikarbete, vilket biografeförestandarna också rankar som den viktigaste utvecklingsfrågan i enkätsvaren.

De biografägare som ökade sin marknadsandel mest 2012 var landets två största biografkedjor, vilka vid årets slut var helt digitaliserade. Det ser alltså ut att finnas en koppling till digitaliseringen, som i så fall kan sägas ha lett till en bibehållen dominans på

biografmarknaden snarare än motsatsen. Men det pekar också på att digitaliseringen har haft en större effekt på multiplexbiografer än förväntat. Digitaliseringen är dock inte avslutad, och när så är fallet kan utfallet vara ett annat.

Digitaliseringen har lett till ökad filmtillgång i en övervägande majoritet av de 20 största städerna. De städer som hade högst digitaliseringsgrad hade också störst ökning. Men städernas biografkapacitet totalt spelade också in. Städer med relativt få salonger i förhållande till folkmängden ökade mindre. Att den begränsade biografkapaciteten i flera av de största städerna är ett problem underströks också i distributörernas enkätsvar.

Detta kan relateras till att det var betydligt färre filmer som hade premiär 2012 än tidigare. De begränsade sättningsmöjligheterna i storstäderna utgör ett hinder inte minst för filmer från i Sverige ovanliga filmländer samt andra mer riskfyllda lanseringar. Trots att det totala antalet premiärer minskade 2012 minskade också andelen av dessa som kom från övriga världen (utöver Sverige, Europa och USA). Att det totala antalet filmer i distribution minskade kraftigt kan också förklaras av digitaliseringen, som ju möjliggör snabbare och bredare distribution. Å ena sidan kan allt bredare lanseringar minska utrymmet för nya lanseringar, å andra sidan kan den digitala distributionen innebära att kopior ”skrotas” snabbare. Dessutom är det många äldre filmer som över huvud taget inte finns i digitala kopior.

För de filmer som fick premiär 2012 var dock spridningen större än för premiärfilmerna tidigare år. Digitaliseringen kan alltså sägas ha lett till bredare lanseringar av färre filmer. På lokal nivå innebär

detta i många fall en ökad mångfald, då publiken helt enkelt har fått betydligt fler filmer att välja mellan. Men på nationell nivå kan man samtidigt se att det är vissa kategorier av filmer som har tjänat på utvecklingen, även om det också har betydelse vilka specifika filmtitlar det handlar om.

De filmkategorier som spridningen ökade mest för 2012 var europeisk film, barn- och ungdomsfilm, action, dokumentär, komedi och ”mellanfilmer”. Bland dessa framgångsfilmer finns å ena sidan vad man kan kalla ”snabba filmer” där en stor ökning i antalet premiärsalonger sammanföll med ökade besök, och å andra sidan ”långsamma filmer” där en ökning i besök sammanföll med fler speldagar. Båda dessa fenomen kan kopplas till digitaliseringen då den möjliggör inte bara snabbare spridning på fler dukar utan också möjligheten att lokalt spara filmer och att plocka upp dem på repertoaren flera gånger. Exempel på ”snabba filmer” är ungdomsfilm, amerikanska filmer, actionfilmer, bredare ”mellanfilmer” och topp 20-filmer. Exempel på ”långsamma filmer” är barnfilm, europeisk film, komedier och filmer i det nedersta segmentet av topplistan.

De filmkategorier som hade sämst utveckling 2012 var film från övriga världen, drama och thriller. Svensk film ligger någonstans i mitten med mer begränsad ökning, och i vissa aspekter även en minskning. Om detta mönster kvarstår i ett längre perspektiv kan riktade insatser vara nödvändiga för att stärka dessa kategorier av film. Även om det utifrån ett enda år är för tidigt att utesluta en ren titeffekt, är det trots allt en möjlighet att digitaliseringen kan ha påverkat. Digitaliseringen medför en ökad möjlighet till flexibilitet i biografernas programsättning vilket ökar möjligheten att anpassa utbudet efter publikens val. Det skapar grund för ett ökat publikinflytande över vad biograferna visar och stämmer väl överens med andra tendenser där publiken i allt större utsträckning gör egna val och styr med fötterna. För att kunna konkurrera om publiken blir det därför viktigt att arbeta aktivt med att hitta filmernas publik och engagera den. Biograferna förefaller ha börjat anpassat sig till denna utveckling tack vare de möjligheter digitaliseringen ger. Men både biografer och distributörer kan göra mer för att låta publiken påverka vilka filmer som visas.

Behovet av ökade resurser inom marknadsföring och publikarbete lyfts inte enbart fram av biograferna utan också av distributörerna. En fråga som digitaliseringen har aktualiserat är hur man får publiken att hitta till det breddade utbudet lokalt.

Möjligheten att sprida film till många dukar ute i landet är en sak. Men finns intresset för alla filmer överallt? Och om inte, hur kan detta intresse odlas? Utökade lanseringsstöd till svensk film och film från ovanliga länder liksom satsningar på debatt om film samt marknadsföringsstöd till biografer är några möjliga strategier.

Att digitaliseringen inte sammanföll med fler premiärer var något förvånande om man utgår ifrån att möjligheten till flexibel programsättning samt billigare produktioner och lanseringar ökar. Men även i Norge sammanföll digitaliseringen med färre premiärfilmer. Paradoxalt nog kan digitaliseringen därmed sägas bidra till ökad mångfald lokalt men minskad mångfald nationellt. Som SF Bio säger i ett pressmeddelande gör den digitala tekniken att biografägarna kan vara mer lyhörda för när en film uppmärksammas och att de kan agera snabbare. På så sätt kan digitaliseringen sägas innebära ett ökat publikinflytande som beroende på hur denna publik agerar både kan öka och minska mångfalden.

Att utbudet inte förändrats mer kan också relateras till ägandestrukturen på biografmarknaden, och det faktum att digitaliseringen inte har medfört att några nya aktörer har etablerats på marknaden. Hade digitaliseringen sammanfallit med eller varit driven av nya aktörer hade effekterna på utbudet möjligen varit större. I jämförelse med utvecklingen av VoD-tjänster framstår digitaliseringen av biograferna som en betydligt mindre radikal förändring. Till skillnad från utvecklingen av VoD har digitaliseringen av svenska biografer åtminstone inte i någon större utsträckning lett till nya konsumtionsplatser eller nya sätt att se på film.

I teorin medför digitaliseringen av biograferna dock en stark potential för ökad mångfald i filmutbudet. Men för att denna potential ska tas tillvara maximalt är det en förutsättning att nya visningsplatser (nya biografer eller andra typer av offentliga visningsplatser) kan etableras belägna där befolkningen finns idag – i ljus av den urbanisering som ständigt pågår och nya bostadsområden som växer fram – och anpassade efter vad publiken efterfrågar idag vad gäller både arkitektur/inredning, serviceutbud, kringaktiviteter och programinnehåll. Detta skulle kunna innebära nya möjligheter exempelvis för filmer från ovanliga film-länder och svensk barn- och ungdomsfilm. De positiva förändringar som digitaliseringen har bidragit till är trots allt begränsade och bör ses i ljuset av de brister i biografstrukturen och den marknadsdominans som fortfarande finns kvar.







**Svenska  
Filminstitutet**

Box 27126, 102 52 Stockholm  
Besök: Filmhuset, Borgvägen 1  
Telefon: 08-665 11 00  
E-post: [info@sfi.se](mailto:info@sfi.se)

**[www.sfi.se](http://www.sfi.se)**