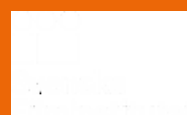


Stärka mindre biografer i glesbygden och på mindre orter 2016

Övergripande strategi för hur medlen ska användas
för regeringens särskilda satsning för att stärka
visningsverksamheten i hela landet



Innehåll

Sammanfattning	4
Inledning	4
Konsekvensanalys av höjd moms på filmvisning på biograf	6
Användning av medlen 2016.....	8
Bilaga 1 – Lista på biografägare som har intervjuats	10
Bilaga 2 – Generellt om moms med räkneexempel.....	11
Bilaga 3 – Olika biljettpriser på landets biografier.....	13

Sammanfattning

Filminstitutet ska fördela 25 miljoner kronor årligen mellan 2016 och 2019 inom ramen för regeringens särskilda satsning på mindre biografier i glesbygd och på mindre orter som syftar till att stärka visningsverksamheten och därmed bidra till en ökad spridning och visning av film i hela landet. Satsningens syfte är att säkerställa att biografstrukturen upprätthålls och utvecklas på mindre orter och att ett brett filmutbud finns tillgänglig och erbjuds biopubliken i hela landet. Uppdraget består alltså av två delar, dels struktur och dels innehåll.

Denna rapport redovisar Filminstitutets övergripande strategi för hur medlen ska användas inom regeringens särskilda satsning om 25 miljoner kronor under 2016, det år då satsningen verkar vid sidan av Filmavtalets medel.

Underlaget innefattar en beskrivning av filmens väg till publiken utanför storstäderna, en konsekvensanalys av hur höjd moms på biografbiljetter kan påverka biograferna samt slutligen en övergripande strategi för hur medlen inom satsningen ska användas under 2016.

Strategin omfattar tre olika stöd att fördela:

- 1) *Omställningsstöd till gröna momspliktiga biografier.* Dessa biografier är de som drabbas hårdast av momshöjningen 2017 och med ett omställningsstöd kan de göra nödvändiga förändringar i verksamheten för att kunna rusta sig.
- 2) *Stärka stöden till distribution och visning av film via visningsorganisationer, distributörer och filmfestivaler.* Visningsorganisationerna är viktiga för att upprätthålla och utveckla biografstrukturen på mindre orter. Distributörer och filmfestivaler är aktörer som har huvuddelen av sin publik i storstäder men deras roll är avgörande för att sprida ett brett filmutbud även på mindre orter.
- 3) *Nyetablelingsstöd.* För att öka publikens möjligheter att se film på biograf bör stöd ges för att etablera biografier på mindre orter som saknar biograf.

Inledning

Enligt regeringens riktlinjer för statens bidrag till Filminstitutet för 2016 ska Filminstitutet fördela 25 miljoner kronor årligen mellan 2016 och 2019 inom ramen för regeringens särskilda satsning på mindre biografier i glesbygd och på mindre orter som syftar till att stärka visningsverksamheten och därmed bidra till en ökad spridning och visning av film i hela landet.

Under 2016 löper satsningen parallellt med filmavtalets särskilda medel avsatta för biografstöd. Även dessa stöd ges i huvudsak till biografier på mindre orter. Eftersom förutsättningarna förändras under perioden 2016-2019 behövs olika strategier. Detta dokument innehåller en presentation för hur medlen ska användas under 2016. Filminstitutet kommer under 2016 ha dialog med branschföreträdare och ta fram nya strategier för perioden 2017 och framåt.

Arbetet med att undersöka effekterna av den kommande momshöjningen på biobiljetter har gjorts av revisorskonsult Björn Ringdahl från U4 ekonomi och kreativ rådgivning, som har mångårig erfarenhet av biografekonomi, i samarbete med Kristin Engstedt och Ramon Reissmüller på enheten Distribution & visning på Filminstitutet. Undersökningen har innefattat besök hos ett urval av berörda biografägare (se Bilaga 1), samtal med företrädare i filmbranschen samt översiktliga fallstudier av fem olika biografier.

Biografmarknaden

Folkets Hus och Parker samlar omkring 30 procent av landets alla biografier medan omkring en tiondel av landets biografier ingår i Våra Gårdar och drygt tre procent hör till Bygdegårdarnas Riksförbund. Biografierna tillhörande dessa organisationer finns med några undantag på mindre orter eller landsbygden. De drivs i föreningsform och majoriteten av dem är inte momspliktiga. Det finns dock undantag där föreningen bedriver en så pass omfattande verksamhet att de är momsregistrerade. Det finns även privatägda biografier i glesbygd och på mindre orter som har verksamhet i företagsform och därmed är momspliktiga, till exempel Eurostar AB, Videvox AB och Björn Biografier AB.

De medel som i nuläget avsätts för stöd till biografägare inom filmavtalet (sju procent av filmavtalets medel, cirka 21 miljoner kronor), alltså medel utöver regeringens särskilda satsning, förbrukas inte i full utsträckning. Att dessa stödmedel inte används fullt ut beror på att ansökningstrycket är relativt lågt. Detta kan dels bero på att behov saknas, dels på att biografierna inte uppfyller krav på medfinansiering till de totala kostnaderna. För att dessa medel i högre utsträckning ska komma biografierna till godo under 2016 höjs bland annat stödet till öppna visningar av film som fått lanseringsstöd med tre miljoner kronor. Stödet är ett efterhandsstöd som inte kräver medfinansiering. Højningen av detta stöd görs även för att öka motivationen för biografägarna att programsätta fler visningar av dessa filmer.

Den film som visas på mindre orter är framför allt stora publika filmer från Sverige och USA. Dessa filmer är nödvändiga för att dra in tillräckligt med intäkter för att biografierna ska överleva, men även ett brett utbud av importerad kvalitetsfilm når många mindre orter. Under 2015 visades filmer som erhållit stöd för lansering av importerad kvalitetsfilm i 214 av landets 290 kommuner.

Andra aktörer inom distributions- och visningssektorn

De profilerade distributörerna är viktiga aktörer för att ett brett filmutbud ska tillgängliggöras på den svenska repertoaren. De har en betydande del av sin marknad på de största orterna, men deras filmer visas på biografier över hela landet och utgör en viktig del av repertoaren, även på mindre orter.

De distributörer som främst sprider importerade filmer från delar av världen som inte är engelskspråkig har på olika sätt en svårare situation än för några år sedan. Intäktsmöjligheterna har minskat, framför allt eftersom dvd-marknaden minskat, något som ännu inte kompenseras av ökade intäkter från vod-tjänster. Dessutom har vissa kostnader ökat som en följd av digitaliseringen av biografierna.

De medel som i nuläget avsätts till att tillgängliggöra ett brett filmutbud i hela landet är cirka 18 miljoner kronor. Dessa medel går framför allt till visningsorganisationer, distributörer av sk art house film, filmfestivaler samt inläsning av ljudspår av syntolkning och upplästa texter. Till skillnad från filmavtalets biografistöd är söktrycket mycket högre än det finns medel att fördela.

Konsekvensanalys av höjd moms på filmvisning på biograf

De svenska biograferna är förutom ägarform uppdelade i ytterligare kategorier baserat på krav om biografavgift, så kallade gröna och röda biografer.

Gröna biografer kan lite förenklat beskrivas som biografer som visar max fem föreställningar i veckan och de är befriade från att betala biografavgift.

De röda biograferna har fler antal visningar och större verksamhet och betalar biografavgift om 10 procent på bruttobiljettintäkterna.

För att göra en konsekvensanalys av momshöjningen på filmvisning på biograf har vi delat upp biograferna i fyra kategorier: Röda momspliktiga, gröna momspliktiga, röda icke-momspliktiga samt gröna icke-momspliktiga.

Dagens förutsättningar	Gröna icke-moms-registrerade	Röda icke-moms-registrerade	Gröna moms-registrerade	Röda moms-registrerade
Moms	-	-	6 procent utgående moms	6 procent utgående moms
Biografavgift*	-	10 procent	-	10 procent
Totalt	<i>0 procent</i>	<i>10 procent</i>	<i>6 procent</i>	<i>16 procent</i>
Förändring i intäkter 2017 vid bibehållet biljettpris	<i>0 procent</i>	<i>+10 procent</i>	<i>-19 procent</i>	<i>- 9 procent</i>

*Biografavgiften utgör till skillnad från momsen en kostnad.

Momsens effekter på röda momspliktiga biografer

I samband med införandet av den höjda momsen upphör filmavtalet, vilket bland annat innebär att biografavgiften om 10 procent avskaffas. Biografavgiften har varit en kostnad för biograferna. Därför innebär detta en kostnadssänkning för de röda biograferna. Kostnadssänkningen är dock inte fullt ut motsvarande biografavgiften, eftersom filmdistributörerna idag beräknar filmhyra på nettobiljettintäkt minus biografavgift. Efter momshöjningen kommer filmdistributörerna att beräkna filmhyra direkt på nettobiljettintäkten, det vill säga den kostnadssänkning de röda biograferna får genom borttagande av biografavgiften genererar ett högre filmhyresgrundande underlag.

Kulturdepartementet har räknat med att biograferna använder sig av kostnadsreduceringen (avskaffad biografavgift) för att inte höja biljettpriset med 19 procent. Det framstår som realistiskt att anta att de röda biograferna låter momshöjningen få visst genomslag på biljettpriset, dock är en höjning med 19 procent i ett slag kraftig och kan innebära minskade intäkter genom att biobesöken går ner.

Att döma av årlig statistik minskar inte publiken när biljettpriset höjs och det går inte att utifrån statistiken se någon negativ tendens av ett höjt biljettpris. Samtidigt har de årliga höjningarna varit måttliga. Biobiljettpriset är jämfört med andra kultur- och nöjesformer lågt, vilket troligen är en

faktor som gör att publiken är mindre känslig för prishöjningar. Dock kan en alltför kraftig prishöjning inverka negativt.

Momsens effekter på gröna momspliktiga biografier

De gröna momspliktiga biograferna betalar inte en biografavgift, vilket medför att det är de som får störst förändring i och med momshöjningen. Det finns inga marginalvinster att ta av utan den höjda momsen måste antingen appliceras på nettobiljettpriset eller medföra minskade intäkter om biografen inte ser högre biljettpris som en möjlighet.

På landsbygden och i mindre orter har man ofta ett lägre biljettpris vilket medfört att man vant publiken vid detta. I vår kontakt med biograferna ges bilden av att man på landsbygden också är betydligt mer skeptisk till prishöjningar än i storstadsområden. Många gröna biografier har uttryckt stor oro inför momshöjningen.

Flera företrädare för biograferna påtalar också att om biografier tvingas lägga ner på grund av minskad lönsamhet vid momshöjningen, riskerar biografstrukturen i Sverige att kraftigt förändras. Man påtalar också att om den försvagas går den inte att bygga upp igen vilket även Filminstitutet bedömer vara en potentiell risk.

Momsens effekter på gröna icke-momspliktiga biografier

Den gröna icke-momspliktiga biografen berörs inte av momshöjningen, åtminstone inte direkt. Idag betalar man varken biografavgift eller moms. 2017 kommer man inte heller betala moms och momshöjningen har ingen effekt på biljettpriset.

Momsens effekter på röda icke-momspliktiga biografier

De röda icke-momspliktiga biograferna får samma kostnadsreducering som nämnts ovan under rubriken ”Röda momspliktiga biografier”, alltså genom att filmavtalet upphör och att biografavgiften avskaffas. Då man är momsbefriad berörs inte biljettpriset förutom att man kanske höjer priset eftersom alla andra höjer. I det här fallet innebär det ökad lönsamhet utan några beskattningseffekter

Slutsatser om momsens effekter

De röda momspliktiga biograferna får dels reducerade kostnader, dels är man genom olika differentierade priser mindre känslig för prisförändringar. Röda icke-momspliktiga biografier får sänkta kostnader genom biografavgiftens försvinnande, och kan höja biljettpriset till marknadspris, det vill säga så blir höjningen en extra intäkt.

Den gröna momspliktiga biografen måste ta ut momshöjningen direkt på biljettpriset för att inte få ökade kostnader medan den röda biografen kan laborera med den minskade kostnaden för biografavgiften. Den möjligheten finns inte alls för gröna momspliktiga biografier. Dessa biografier utgör en mindre del av det totala beståndet av salonger, cirka 8 procent, men 30 procent av landets biografier.

Momshöjningen påverkar inte biografernas resultat eller lönsamhet direkt utan det är effekten av momshöjningen som måste hanteras. Den generella effekten är en prishöjning och den kommer att slå olika. Det är rimligt att anta att en prishöjning i storstäder och större städer har mindre effekt än den har på landsbygden.

Användning av medlen 2016

Av de 25 miljoner kronor som Filminstitutet har att fördela 2016 i syfte att stärka visningsverksamheten och därmed bidra till en ökad spridning och visning av film i hela landet ska medlen användas på tre sätt:

- 1) Omställningsstöd till gröna momspliktiga biografier i glesbygd och på mindre orter.
- 2) Stärkta upp stöden till distribution och visning av film via bland annat visningsorganisationer och distributörer.
- 3) Nyetableringsstöd till att starta biograf på ort där det i nuläget saknas biograf.

Omställningsstöd till gröna momspliktiga biografier i glesbygd och på mindre orter

Att via de anslagna 25 miljoner kronorna under 2016 använda 10 miljoner kronor till ett omställningsstöd för gröna momspliktiga biografier i glesbygd och på mindre orter. Dessa biografier har vi identifierat vara de som kommer att lida mest av momshöjningen 2017. Omställningsstödet, som betalas ut vid två tillfällen hösten 2016, ger dessa biografier en möjlighet att rusta sig inför momshöjningen på flera sätt: 1) Biografen kan genomföra nödvändiga investeringar för att successivt öka besökare och intäkter. 2) Biografen kan höja biljettpriset successivt istället för att omedelbart höja biljettpriset med 19 procent.

Stödet ska inte uppfattas som kompensation för intäktsbortfall, utan ska kopplas ihop med att biografen genom olika åtgärder stärker sin position och ökar publiken. Biograferna kan genom olika åtgärder komma åt detta, till exempel: 1) genom att höja standarden på inventarier och utrustning för att bli mer attraktiv för publiken, 2) genom att öka antalet föreställningar och 3) genom att utveckla sitt marknadsföringsarbete för att öka kännedom kring sin verksamhet till fler publikgrupper i lokalsamhället. Syftet med omställningsstödet är således att rusta biograferna för nödvändiga investeringar som teknik och kompetensutveckling.

Omställningsstödet ska gälla salonger som varit momspliktiga sedan minst 1 januari 2016 och som har varit gröna under minst 10 av 12 spelperioder under tiden 1 juli 2015 – 30 juni 2016. Vi beräknar att det kommer att handla om cirka 150-190 salonger och att deras totala nettointäkter under 2015 var cirka 40 miljoner kronor. Stödet kommer alltså innebära 25 procents ökning av intäkter för dessa biografier jämfört med 2015.

Även under 2017-2019 bör ett omställningsstöd fördelas. Då bör stödet utformas som en trappa där det är störst i början och minst i slutet. Stödsumman under 2017-2019 bör även vara kopplad till de förändringar biografen genomför för att öka sin publik och sina intäkter. Stödsumman ska alltså inte användas som en kompensation av intäktsförlust, utan som stöd under en inledande period då momsen höjts.

Stärkta stöden till distribution och visning av film via visningsorganisationer, distributörer och filmfestivaler

Att via de anslagna 25 miljoner kronorna från kulturdepartementet riktade till visning och spridning av film på biograf i glesbygd, under 2016 använda 10 miljoner kronor till att säkra och förbättra spridning och visning av film via bland annat distributörer och visningsorganisationer.

De visningsorganisationer som har medlemsbiografer i hela landet har en viktig uppgift i att upprätthålla befintlig biografstruktur och utveckla den kompetens som dess medlemmar innehar för att kunna bibehålla och öka antalet biobesökare på mindre orter. Visningsorganisationerna har med pengar från de 25 miljoner kronorna fått ett verksamhetsstöd för 2016 som, förutom deras ordinarie verksamhet med att upprätthålla och utveckla biografstrukturen, också möjliggör fler utbildningsinsatser för att förbereda biograferna inför momshöjningen 2017. De kan också satsa mer på samverkansprojekt, kurser och inspirationsdagar där medlemsbiograferna har möjlighet att höja nivån på det lokala publikarbetet.

I propositionen *Bättre villkor för svensk film* (prop. 2012/13:22) pekas tillgänglighet till ett brett utbud av film i hela landet ut som ett viktigt mål precis som regeringens särskilda satsning som syftar till att stärka visningsverksamheten och därmed bidra till en ökad spridning och visning av film i hela landet. Det finns inget som tyder på att regeringen ändrat uppfattning i frågan sedan propositionen kom. Detta mål garanteras vare sig av den aktuella kommersiella filmrepertoaren eller av de nuvarande biografstöden. Ett brett filmutbud innebär inte bara stora publikfilmer från Sverige och USA utan även smalare filmer med högt konstnärligt värde från olika delar av världen.

De organisationer som arbetar med att sprida filminnehåll till mindre orter som distributörer och en del av filmfestivalerna, har fått en mindre del av dessa anslagna pengar för att kunna sprida ett brett filmutbud till biografier på mindre orter. Stärkta lanseringsstöd till distributörerna som kan användas till marknadsföring utanför storstäderna. På så sätt stärks biografernas lokala publikarbete vilket möjliggör både en breddning av filmutbud och ökade besöksantal på mindre orter.

Nyetablelingsstöd

Att via de anslagna 25 miljoner kronorna från kulturdepartementet riktade till visning och spridning av film på biograf i glesbygd, under 2016 undersöka möjligheten att använda max 5 miljoner kronor till nyetablering av biograf.

Syftet är att öka publikens möjligheter att se film på biograf genom att etablera biografier på orter som saknar sådan. Hänsyn ska tas till att inte störa redan befintliga biografers verksamhet. Under 2013 saknade 64 av landets orter med minst 5 000 invånare någon biografverksamhet.

Ett nyetablelingsstöd bör kunna utgå med högst 500 000 kronor per biograf och delvis täcka kostnader för teknik och andra nödvändiga investeringar. Stöd från Filminstitutet ska endast utgöra en del av kostnaden för nyetablering och förutsätter privat, offentlig eller annan medfinansiering.

Fördelarna är flera. Filminstitutet svarar upp mot ett tydligt uttalat behov som under lång tid framförts från olika aktörer. Möjligheten att se film på bio ökar då filmerna kan visas på fler dukar. Film i allmänhet får bättre visningsmöjligheter att nå publik på bio i hela landet.

Bilaga 1

Biografägare som har intervjuats angående effekterna av en momshöjning till 25 procent på biografbiljetter

Namn	Biograf	Ort	Inv ort	Ägarform
Stine Krabbe Svensson	Metropol	Eksjö	9 701	Förening
Anette Josefsson	Klämman	Smålands Stenar	4 530	Stiftelse
Erica Johansson	Palladium	Arvika	14 244	Privat
Björn Wallgren	Star	Ludvika m.fl.	14 498	Privat
Paolo Sandbom	FH Bio	Surahammar	6 197	Förening
Marie Hellberg Westin	Videvox	Sollentuna m.fl.		Privat
Ulf Hellberg	Videvox			Privat
Mathias Rost	Videvox			Privat
Peter Fornstam	Svenska Bio	Hela landet		Privat

Flertalet biografer är gröna och momspliktiga.

Intervjuerna har genomförts av Kristin Engstedt och Ramon Reissmuller, Filminstitutet. Vid diskussioner med ägare som har flera biografer, exempelvis Videvox, Svenska Bio och Björn biografer AB har revisor Björn Ringdahl medverkat.

Erica Johansson, Peter Fornstam och Marie Westin Hellberg är även företrädare för Sveriges Biografägareförbund som medlemmar av dess styrelse.

Bilaga 2

Generellt om moms med räkneexempel

Generellt om moms

Sedan det blev klart att moms på filmvisning på biograf skulle höjas har många olika röster kommit till tals och det har framstått som otydligt hur moms fungerar. Därför redovisas här en kort sammanfattning om vad moms är och hur den fungerar.

Moms är en statlig skatt för slutkund som köper en vara och är varken en intäkt eller kostnad för företaget.

Utgående moms

När företaget säljer en vara eller tjänst betalar kunden moms, en så kallad *utgående moms*. När kunden betalar får alltså företaget in även momspengar. Dessa momspengar är ingen intäkt utan ska betalas in till Skatteverket (staten), och redovisas som en *momsskuld* till staten.

Ingående moms

När man köper en vara ingår det moms, d v s i varans pris ingår moms som företaget betalar, så kallad *ingående moms*. Denna moms är ingen kostnad för företaget eftersom den fås tillbaka från staten, och redovisas som en *momsfordran*.

Momskvittning

I normalfallet är den ingående momsen på företagets inköp av varor eller tjänster avdragsgill och dras av (kvittas) mot den utgående momsen. När företaget redovisar och betalar moms till Skatteverket är det skillnaden mellan utgående moms och ingående moms som betalas. Ofta handlar det alltså om ett nollsummespel mellan ingående och utgående moms.

Moms på filmområdet

På filmområdet har skillnaden mellan den ingående momsen (25 procent) och den utgående momsen på biobiljetter (6 procent) skapat en tilltro till att man tillförs medel av staten. Så är det emellertid inte.

Räkneexempel:

6 procent biografmoms

Företaget gör ett inköp av en vara med pris inklusive moms 1 000 kr. Själva kostnaden är 800 kronor och moms ingår med 200 kronor (25 procent). Detta räknas som *ingående moms* och får dras av från den *utgående momsen*, dvs från moms som kommer in vid en försäljning av exempelvis biobiljetter. Man säljer biobiljetter för 1 000 kr inklusive moms och i nuvarande situation är intäkten 944,40 (94procent) och den utgående momsen 56,60 kronor (6 procent). Om vi kvittar momsen är det

således 56,60 kr (utgående moms) minus 200 kr (ingående moms) ger 143,40 kr tillbaka av de pengar man har betalat. Företagets kostnad respektive intäkt är i detta fall 800 kronor i inköpskostnad och **943,40** kronor i intäkt.

25procent biografmoms

Samma exempel fast med 25procent utgående moms ger 200 kr i utgående moms och vid redovisning blir då nettot 0, dvs 200 kr minus 200 kr. Både intäkten och inköpskostnaden blir i detta fall **800**.

Momsen betalas och påverkar alltid slutkunden, och inom biografområdet är slutkunden privatpersoner som inte kan dra av moms. Momsen är alltså inte en ökad kostnad för biografen, utan egentligen en ökad kostnad för kunden. Slutkunden betalar momsen till biografen och biografen förvaltar pengarna till dess att redovisning ska ske. I det förstnämnda fallet betalar biobesökaren också momsen men denna utgör då en mindre del av totalpriset. Som i det sistnämnda fallet minskar nettointäkterna för biograferna om priserna inte anpassas efter den nya momssatsen.

	Exempel 1 (6 %)	Exempel 2 (25 %)
Inköpskostnad	800	800
Ingående moms (25procent)	<u>200</u>	<u>200</u>
Intäkt	948,40	800
Utgående moms	<u>-56,60</u>	<u>-200</u>
Momskvittning	+ 143,40	0

Bilaga 3

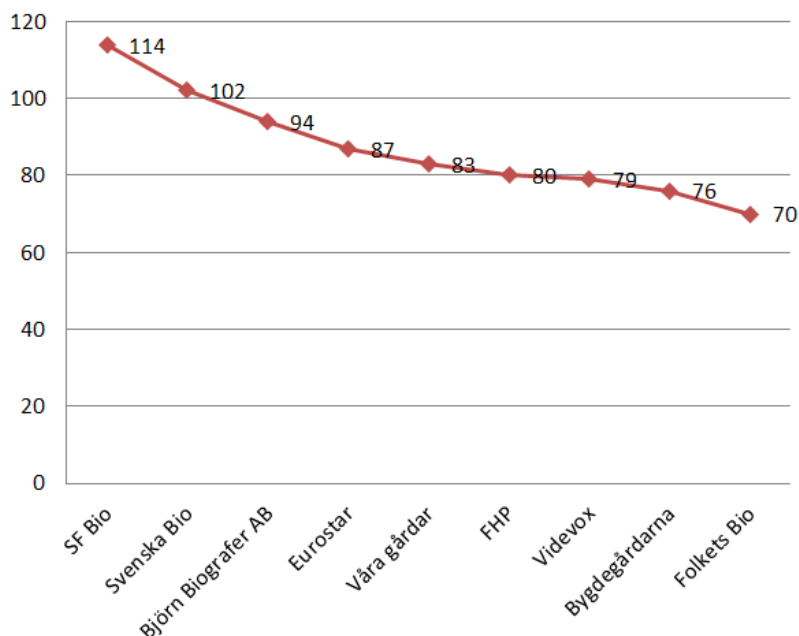
Olika biljettpriser på landets biographeer

Biografägares biljettpris

Under 2015 bedrev drygt 400 biografer biografverksamhet, med ett biljettpris som snittar på omkring 87 SEK (inklusive rabatterade priser). Det finns nio olika större biografägare/visningsorganisationer: SF Bio, Svenska Bio AB, Björn Biografer AB, Eurostar, Våra Gårdar, Folkets Hus och Parker, Videvox, Bygdegårdarna och Folkets Bio.

Prismässigt skiljer sig aktörerna stort, med en differens mellan ett högsta och lägsta pris på 44 SEK. Biografägarna visar olika typer av film och bedriver olika typer av verksamheter på olika stora orter. SF Bio driver stora multisalongskomplex i större städer och dominerar antalet biodukar i landet. Våra Gårdar, FHP och Bygdegårdarna bedriver ofta småskaliga verksamheter på landsbygden. Folkets Bios biografer ligger huvudsakligen i storstäder och mellanstora städer och inriktar sig på ett breddat komplementärande filmutbud.

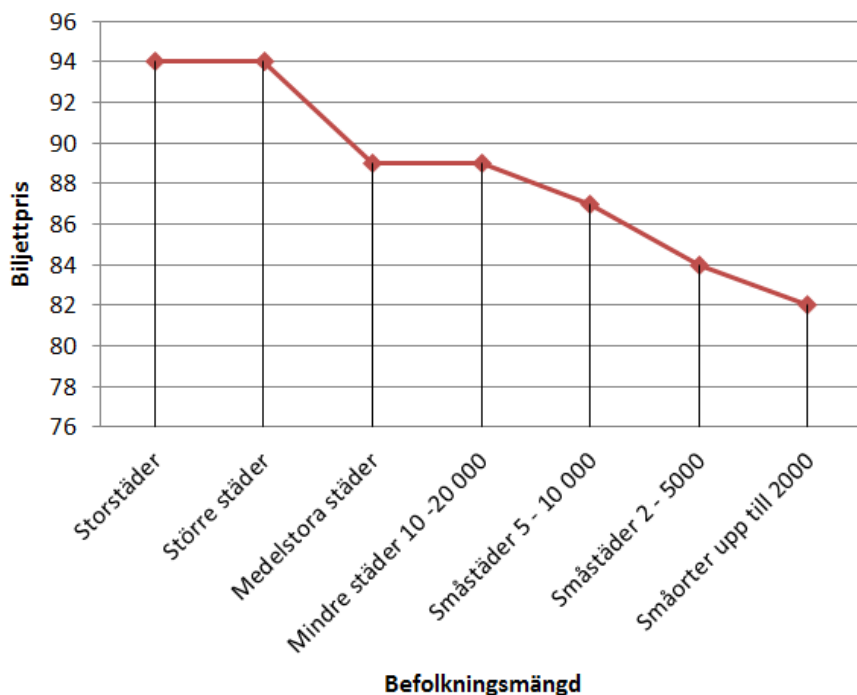
Diagram 1. Genomsnittligt biljettpris per biografägare/visningsorganisation



Biljettpris beroende på befolkningsmängd

Det finns en tydlig korrelation mellan befolkningsmängd och biljettpris, med en skillnad på 12 SEK mellan större städer och småorter. SF Bio dominerar storstäder och större städerna med en befolkning på mellan 50 000 – 850 000 invånare, medan Svenska Bio är mest etablerade i medelstora städer med mellan 20 000 – 150 000 invånare. Dock är storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö mer blandade när det gäller biografägare och visningsorganisationer, vilket ger ett lägre genomsnittligt biljettpris på omkring 94 SEK trots SF:s snittpris på 114 SEK. Detta beror på att både Folkets Bio och Folkets Hus och Parker har många storstadsbiografer, tillsammans ungefär lika många som SF bedriver totalt.

Diagram 2. Genomsnittligt biljettpris i förhållande till befolkningsmängd



Storstäder, större städer och medelstora städer

Fyra av aktörerna är etablerade iorstäder, större städer och medelstora städer: SF Bio, Svenska Bio, Folkets Hus och Parker och Folkets Bio. I diagram 3 görs en jämförelse mellan dessa aktörers biljettpriser. Det går inte att utläsa någon korrelation mellan dalande befolkningsgrad och minskade biljettpriser när det gäller aktörernas interna prissättning, mer än att tre av aktörernas priser i medelstora städer är något lägre än i större städer och/ellerorstäder. Något vi kan utläsa av diagrammet är att det är stor skillnad mellan aktörerna generellt. Detta visar på att biljettpriset är mer beroende av vilken aktör som bedriver biografen, än befolkningsgraden på orten.

Storstäder/större städer/medelstora städer

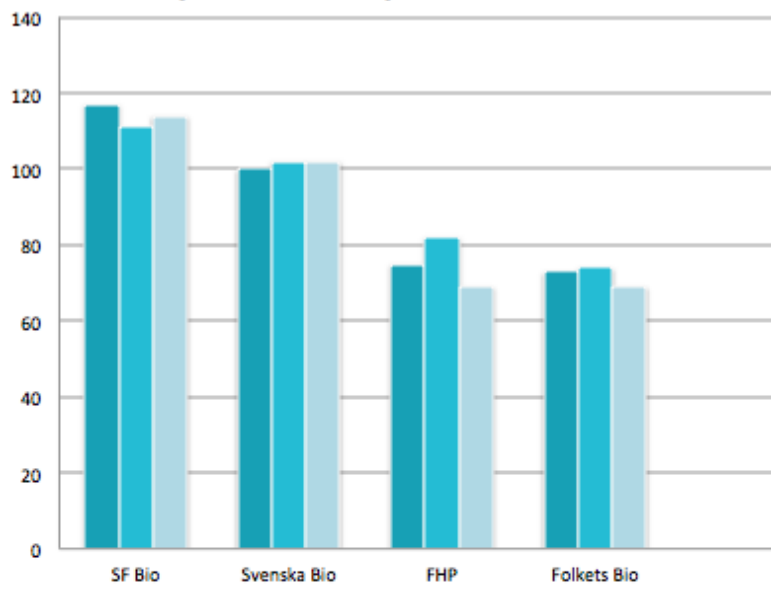


Diagram 3. Jämförelse mellan aktörer etablerade iorstäder, större städer och medelstora städer

Gröna momspliktiga biografier

Omkring 139 biografier i Sverige har idag minst en grön salong. Genomsnittspris per biobiljett är 83 SEK, alltså fyra kronor lägre än rikssnittet. Genomsnittbefolkningen på orterna som dessa biografier är etablerade på är 41469, omkring 44 000 färre än rikssnittet på 85 000. Detta bekräftar bilden av att det är landorts- och småstadsbiografier som främst är gröna och momspliktiga. I diagram 4 syns att varken SF Bio eller Svenska Bio AB har någon grön salong, och dessa finns därför inte representerade i diagram 4 och 5.

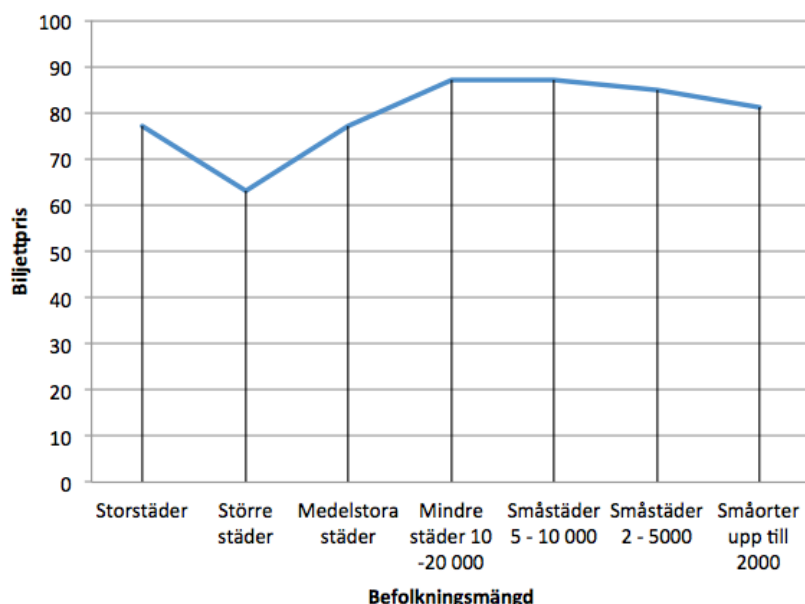
Folkets Hus och Parker har omkring 25 biografier med gröna salonger, men dessa utgör enbart omkring 20 procent av deras totala antal biografier. Den grupp som innehåller flest gröna momspliktiga salonger är de små enskilda biograferna under kategorin ”privata”. Denna kategori innehåller små enskilda privata eller föreningsdrivna biografier, som inte tillhör någon större visningsorganisation eller biografägare. Procentuellt mest gröna momspliktiga biografier kan vi se i kategorierna kommunala biografier samt privata biografägare (exempelvis Björn Biografier AB, Eurostar och Videvox).

Biljettpris i förhållande till befolkningsmängd

När det gäller biljettpriser i förhållande till befolkningsmängd kan vi inte se samma korrelation som på rikssnittet i diagram 2. Här är till och med priserna något högre på orter med under 20 000 invånare, och ligger runt eller strax över det genomsnittliga biljettpriset i landet.

Resultatet kan påverkas av att mindre städer, småstäder och småorter domineras av privata biografägare som Björn Biografier AB, Eurostar, Videvox och andra mindre aktörer som har snittpriser över rikssnittet. Det kan tänkas att för att överleva på mindre orter krävs högre biljettpriser för att gå runt. Den jämförelse som biografägare i referensgruppen gjort med ”storstadspriser” är med största sannolik mätt mot SF Bio:s biljettpriser, vilket är en helt riktig iakttagelse då deras priser ligger omkring 30 SEK högre än genomsnittspriset för småstadsbiograferna.

Diagram 4. Gröna momspliktiga biografers genomsnittspris i förhållande till befolkningsmängd



Biljettpriser per biografägare/visningsorganisation

Enligt diagram 5 kan vi se att de gröna momspliktiga biografernas biljettpris ofta ligger långt under marknadspriset. (Exempelvis de gröna momspliktiga Folkets Bio-biograferna som ligger hela 42 SEK under SF Bios snittpriser).

Detta innebär att det skulle finnas utrymme för de många av gröna momspliktiga biografen att öka nettbiljettpriserna, för att kompensera inkomstbortfallet som momshöjningen kommer att innebära.

Diagram 5. Gröna momspliktiga biografers genomsnittpris per biografägare/visningsorganisation

