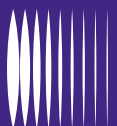


”hur överlever de egentligen?”

*Om ekonomin i svensk
filmproduktion*

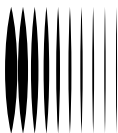
Utredning för Film&TV-Producenterna

Charlotta Denward
December 2014



**FILM&TV
PRODUCENTERNA**

SWEDISH FILM&TV PRODUCERS ASSOCIATION



**FILM&TV
PRODUCENTERNA**

SWEDISH FILM&TV PRODUCERS ASSOCIATION

”Hur överlever de egentligen?”

Om ekonomin i svensk filmproduktion

Innehåll

1. Förord
2. Inledning
3. Generella villkor och förutsättningar
4. Fallstudier
 - a. Fallstudie ett: *Sebbe*, Garagefilm
 - b. Fallstudie två: *Mig äger ingen*, Filmlance
 - c. Fallstudie tre: *Mammas pojkar*, Bob Film
5. Analys
6. Sammanfattande slutsatser

Förord

Att filmbranschen står inför stora utmaningar kan knappast ha undgått någon som engagerat sig i filmdebatten de senaste åren. Samtidigt är det åtskilliga svenska filmer som idag har betydande framgångar både här i Sverige och internationellt. Vad är egentligen problemet?

Vårt främsta ansvar som producenter är att skapa förutsättningar för, och genomföra produktion av filmer med stor bredd, hög kvalitet och angelägenhetsgrad. Film på professionell nivå med Sveriges växande skara talanger och filmskapare är kostsamt. Konstnärliga ambitioner och kvalitetsmässiga beslut får ekonomiska konsekvenser, liksom den ekonomiska realiteten och ekonomiska beslut påverkar kvaliteten och det konstnärliga resultatet.

Den senaste tidens medieutveckling har i grunden förändrat förutsättningarna för finansiering, produktion och distribution av film. Därför behöver filmpolitiken reformeras och bli en del i en sammanhållen mediepolitik. I det korta perspektivet måste situationen för den svenska filmen radikalt förbättras, om vi vill att publiken fortsatt ska kunna se svensk film på biograf, på tv eller andra plattformar.

Vi vill utifrån några verkliga exempel illustrera den ekonomiska verklighet som den samlade filmbranschen står inför idag och hur de rådande villkoren påverkar möjligheten för framtida, kreativ utveckling och produktion av svensk långfilm.

Björn Rosengren
Ordförande i Film&TV-Producenterna

Gila Bergqvist Ulfung
Ordförande i Filmsektionen, Film&TV-Producenterna

Inledning

Denna rapport beskriver villkoren för de filmproducerande bolagen i Sverige idag. Rapporten går igenom filmers ekonomiska kretslopp, och består huvudsakligen av en genomgång av budget, finansiering och intäkter för tre filmer från tre olika produktionsbolag samt en analys av bolagens årliga omkostnader. Syftet är att ge en bild av vilka ekonomiska villkor ett film- och tv-produktionsbolag verkar under.

Samtliga tre bolag är renodlade produktionsbolag, dvs. de har ingen egen distribution eller intäkter från annat än produktion. De bolag som analyseras i rapporten är Bob Film Sweden AB (verksam sedan 2000), Filmlance International AB (1988) och Garagefilm International AB (2003)¹. Att valet fallit på just dessa tre beror på att de är väletablerade, har producerat filmer som är välkända för en stor publik, samt att de har en bredd i sin produktion; de gör både smalare och mer publika filmer, både art house och underhållning, en hel del tv och ibland även kortfilm och dokumentärfilm.

Två av bolagen, Garagefilm och Bob Film, ägs av producenterna själva, medan Filmlance ingår i den multinationella koncernen Shine, som i sin tur är en del av Twenty-First Century Fox, Inc.

Bolag med en stor ägare har en ekonomisk buffert och kan hantera likvida svackor medan de självägda bolagen ofta helt saknar buffertar och de är därmed känsligare för konjunktursvängningar och likviditetsproblem. Å andra sidan har bolag som Shine avkastnings- och återrapporteringskrav på sina dotterbolag, krav som ett självägt bolag slipper.

Rapporten innehåller en genomgång av de generella villkor som gäller för budgetering och finansiering av långfilm samt en genomgång av intäktströmmarna på den svenska biografmarknaden och efterföljande fönster.

För att förtydliga och konkretisera följer sedan tre fallstudier, dvs. en analys av utfallet för tre svenska långfilmer producerade av de tre bolagen. De enskilda filmernas utfall sätts sedan i relation till respektive bolags fasta kostnader. Varje fallstudie avrundas med att ansvariga för bolagen får kommentera siffrorna.

De tre filmexemplen representerar en viss bredd; en lokal komedi, ett klassiskt drama och en smalare art-house-film. Filmerna kan betraktas som lyckade i bemärkelsen att de nått en publik och/eller vunnit priser nationellt och internationellt. Alla filmer produceras under samma grundläggande villkor.

Rapporten avslutas med en analys av vad de ekonomiska villkoren betyder för svenska produktionsbolags möjligheter att producera film i allmänhet och att producera film som ska leva upp till filmpolitikens högt ställda mål i synnerhet.

¹ För information om bolagen se bobfilm.se, filmlance.se och garagefilm.se

Generella villkor och förutsättningar

Budget

Eftersom ganska få svenska långfilmer genererar intäkter tillbaka till producentledet från visningar i olika fönster, dvs. biograf, dvd, video on demand (vod), tv, etc., så måste de enskilda filmernas budgetar även täcka ett filmbolags omkostnader. I varje budget finns följaktligen producentarvode, del av fasta kostnader såsom lokalhyra, administration, ekonomihantering förutom allt det som hör specifikt till den enskilda filmen; utrustning, löner till personal, arvoden till manusförfattare och regissör, skådespelargager etc.

Dessa budgetposter utgör den *kostnadstäckning* som måste finnas i varje film för att det producerande bolaget ska överleva.

I de följande exemplen redovisas filmernas budget, hur stor del som utgörs av bolagets kostnadstäckning, och vad den består av.

I en filmbudget finns alltid en ekonomisk reserv, en *contingency*, för oförutsedda kostnader. Detta är nödvändigt och ett krav från alla stora finansiärer eftersom det är svårt att exakt förutspå hur en filminspelning ska avlöpa. Contingencyn är vanligtvis 10 % av budgeten, mer om det är en ovanligt komplex produktion med många osäkerhetsfaktorer och ibland lägre om det är en enkelt genomförd och billig film. Om en del av contingencyn finns kvar när filmen är färdigställd får produktionsbolaget vanligtvis behålla den och den blir då en del av kostnadstäckningen. Samtidigt är det produktionsbolaget som tar hela risken och ett eventuellt budgetöverdrag kan bli väldigt kostsamt och rentav förödande för ett litet självägt bolag. Ej förbrukad contingency är en viktig överlevnadsfaktor för många svenska produktionsbolag och den finns följaktligen med i kalkylerna som följer.

Finansiering

Nästa steg är att se på finansieringen i varje filmexempel.

Det finns olika typer av finansieringskapital. Rena stödmedel, s.k. *mjuka pengar* utan krav på ekonomisk avkastning, *hårda pengar* i form av investeringar som berättigar finansiären till en del i filmens intäkt och *förförsäljningar/förskott*.

Varje finansiell insats i filmen kommer med sina speciella krav; de som är med och finansierar ett filmprojekt, vare sig det är med hårda eller mjuka pengar, eller förförsäljningar, vill naturligtvis få något tillbaka för sin insats.

Investerarna

De som investerar sina pengar i en film får en ägarandel, dvs. en del av eventuella intäkter, och dessa investerare kallas nedan tillsammans för samproducenter. Kapitalet som används för investeringar kan vara privat eller offentligt. De vanligaste investerarna i svensk film är distribuerande bolag, tv-kanaler, regionala produktionscentrum och produktionsbolagen själva. Ägarandelen som varje samproducent får motsvarar i regel den andel av det totala investeringskapitalet som man investerat i filmen, man får en andel *pro rata* till totalen.

Vid sidan av dessa aktörer, som är en del av filmbranschen, finns det "riskkapital", dvs. investerare som helt enkelt satsar pengar med tanke på en eventuell ekonomisk återbäring. Distribuerande bolag, tv-kanaler och regionala produktionscentrum har även andra intressen än direkt avkastning på satsat kapital: att fylla sin distributionsapparat, att ha något att visa i rutan eller regionalpolitiska motiv.

Det producerande bolaget satsar nästan alltid själv i produktionen men eftersom de flesta produktionsbolag saknar likvida medel satsar man sitt eget arbete, dvs. man avstår delar av den interna kostnadstäckningen som blir till en del av filmens finansiering. På så sätt får produktionsbolaget en ägarandel i sin egen film, och därmed del av eventuella intäkter. Ofta är det också en simpel nödvändighet av det enkla skälet att man inte får ihop en finansiering som täcker hela produktionskostnaden på annat sätt.

Förförsäljningar och minimigarantier – förskott på framtida intäkter

Vid sidan av investeringar och stödmedel gör producenten ofta förförsäljningar i form av visningsrätter (licenser) till svenska och/eller utländska tv-kanaler, och distributören bidrar ofta med ett förskott på intäkterna, en s.k. minimigaranti (MG).

Offentliga stöd

Mjuka pengar, alltså offentliga stödmedel, finns i alla europeiska länder och fördelas i Sverige av Svenska Filminstitutet. Denna typ av finansiering är oerhört betydelsefull, i synnerhet i länder och språkområden där publikunderlaget är begränsat. I princip alla producenter söker stöd för sin film. Ett fåtal av de sökande beviljas stöd av Filminstitutet och först efter en bedömning av projektens konstnärliga kvaliteter och genomförbarhet. Med offentliga stödmedel följer inga ekonomiska avkastningskrav men regelverket innehåller ofta krav på återbetalning om filmen skulle ge ett ekonomiskt överskott.

Den övervägande delen av finansieringen av en svensk filmproduktion kommer från Sverige men en del produktioner får stöd från andra filminstitut och/eller internationella fonder och producenten gör ibland även förförsäljningar t.ex. till utländska tv-bolag.

De flesta finansieringsplaner består av en blandning av stödmedel, investeringskapital och förförsäljningar/förskott. Hur fördelningen ser ut mellan dessa olika källor beror på vilket värde varje finansiär tillmäter filmprojektet ifråga, i förhållande till sitt uppdrag. Riskkapital, alltså en investering som siktar på att få avkastning på satsat kapital, återfinns av förklarliga skäl i stort sett bara i de projekt som har en förväntan om en stor publik. Offentliga stöd siktar i allmänhet på en bredd i det totala filmutbudet och återfinns följaktligen även i de nyskapande och smalare filmerna.

Intäkter

De intäkter man i första hand tänker på är de kommersiella, de som kommer från filmens exploatering i olika fönster, dvs. resultatet av att publiken köper biobiljetter, hyr dvd eller vod, abonnerar på olika streamingtjänster eller de försäljningar av den färdiga filmen i form av visningsrätter till tv-kanaler eller utländska distributörer som görs i

efterhand. De förförsäljningar som utgör en del av filmens finansiering utgör inte en intäkt då de redan har använts i produktionen.

Vid sidan av de kommersiella intäkterna finns också den för svensk film betydelsefulla stödformen publikrelaterat stöd (PRS) som beräknas och betalas ut av Filminstitutet i förhållande till intäkten i biografkassan. PRS simulerar en större publik genom att skatta ett större publikunderlag på en så liten marknad som den svenska. Producenten får ett påslag på varje såld biobiljett med mellan 40 och 100 % mellan vissa intervall. På detta sätt förmeras intäkten som om det vore fler betalande biobesökare.

Alla svenska filmer som har biografpremiär är berättigade till PRS och stödet betalas ut i efterhand i förhållande till bruttobiljettintäkterna.

Maximalt stödbelopp är 8 mkr, dock får stödet inte överstiga 50 % av den finansiering som kommer från privata källor samt SVT. Taket om 8 mkr nås vid ca 255 000 biobesökare², under förutsättning att det finns PRS-grundande finansieringskapital i filmen om minst 16 mkr.

PRS utbetalas direkt till producenten, som fördelar stödet mellan samproducenterna i enlighet med de ägarandelar varje samproducent har i filmens intäkter³.

De kommersiella intäkterna går först till biografen/videobutiken/nätplattformen där kunden betalar för att få tillgång till filmen. Det som återstår när biografen eller återförsäljaren dragit av för sina omkostnader går till en distributör som i sin tur drar sina arvoden och omkostnader. Det är först efter detta som samproducenterna får del av de kommersiella intäkterna.

Här följer en uppställning som visar flödet från biokassan till producenten per såld biobiljett. År 2013 var snittpriset för en biobiljett till en svensk film 88 kronor⁴.

Betalningsflödet från biokassan till producenten per biljett

biljettpris	88,00 kr
SFI-avgift 10%	-8,80 kr
moms 6% ⁵	-4,98 kr
netto	74,22 kr

Av nettot behåller biografen mellan 50 och 75 %, beroende på hur stor publik filmen har totalt. Ju större publik desto större andel av bruttobiljettintäkten går tillbaka till distributören. Det som går till distributören kallas filmhyra.

² Med 2013 års biljettpris

³ Insatser från regionala produktionscentrum är inte PRS-grundande och de har därmed inte heller del i PRS.

⁴ Snittbiljettpris för all film var 99 kr, utesluter man 3D-film var det 94 kr och för svensk film 88 kr. För statistik se sfi.se/statistik. Observera att uträkningen inte är korrigerad för icke avgiftspliktiga biografer.

⁵ Moms på biobiljett är 6 % påslag vilket motsvarar ett avdrag på 5,66 % på bruttobiljettintäkterna.

filmhyra, ex. 40 %, till distributören 29,69 kr/biljett

Från filmhyran drar distributören sitt arvode. Arvodet varierar mellan 15 och 25 %, och kan bli lägre när filmen drar en stor publik.

distributionsarvode ex. 20 % -5,94 kr/biljett

återstår 23,75 kr/biljett

Hur mycket av de återstående intäkterna som går tillbaka till samproducenterna är avhängigt av hur stora omkostnader distributören har haft, dels för lanseringen och dels hur stort förskott på intäkterna, dvs. hur stor MG, som distributören bidragit med i filmens finansiering. Både lanseringsomkostnader och MG dras av innan distributören redovisar ett överskott som fördelas mellan samproducenterna.

För en film med publika förväntningar är det inte ovanligt att distributören går in med en MG på 3 mkr. Lanseringskostnaderna för en sådan film ligger ofta på minst 4 mkr.

I vårt exempel är det först när filmen säljer fler än 295 000 biobiljetter som distributörens kostnader, som uppgår till sammanlagt 7 mkr, är täckta och pengar från filmhyran vid biografvisning börjar betalas ut till samproducenterna.

Fram till denna punkt är producentens enda intäktskälla PRS.

När filmen gått färdigt på biograf följer dvd, vod och eventuella exportintäkter. Dvd-intäkter har länge varit en viktig inkomstkälla för filmbranschen men är starkt vikande och inte längre något som producenterna vågar räkna med i sina kalkyler. Intäkter från de nya nätplattformar där publiken hyr film idag är hitintills låga och har inte ersatt dvd-intäkterna.

Produktionsbolagens omkostnader

Vad kostar det att driva ett litet, ett mellanstort och ett större produktionsbolag? Hur många producenter arbetar på bolaget, hur många övriga anställda? Vad kostar hyra, telefon, resor? Finns det egna medel till utveckling av nya filmprojekt?

Genom att sätta bolagets omkostnader i relation till ekonomin i de enskilda filmprojekten belyses förutsättningarna för ett filmproducerande bolag att verka på den svenska marknaden idag.

Här följer närstudier av en filmproduktion på vart och ett av de tre bolagen. Produktionsekonomin sätts i relation till bolagens driftsbudgetar och intäktsmöjligheter. Varje fallstudie avrundas med att ansvarig för respektive bolag får kommentera siffrorna och ge sin syn på situationen och villkoren för att producera film i Sverige idag.

Fallstudie 1: Sebbe, producerad av Garagefilm

Garagefilm startades 2003 av producenten Malte Forssell och författaren/regissören Håkan Lindhé. Bolaget ombildades 2007 då Mimmi Spång och Rebecka Lafrenz blev delägare och tog över driften av bolaget, som nu heter Garagefilm International. Garagefilm har under senare år producerat *Sebbe*, *Cockpit*, *Call Girl* och *Någonting måste gå sönder*.

Sebbe i regi av Babak Najafi (premiär 12 mars 2010), är lågbudgetfilmen som blev hyllad av kritikerna och som gav producenterna en Guldbagge för bästa film 2011.

Sebbe har vid sidan av en Guldbagge vunnit många internationella priser, men filmen gjorde inte särskilt bra ifrån sig på intäktssidan. 12 016 sålda biobiljetter i Sverige gav trots försäljning till flera utländska territorier och exportintäkter på 119 tkr., inga intäkter tillbaka till samproducenterna⁶.

Budget för produktionen var 12 418 tkr. I budget fanns poster om sammanlagt 1 690 tkr avseende bolagets fasta kostnader och en contingency om 700 tkr.

Sebbe

	(tkr)	
Budget	12 418	
varav		
<u>intern kostnadstäckning</u>	1 690	13,60%
består av:		
producentarvode	600	
administration	800	
exekutiv producent	200	
lokaler, övrigt	90	
varav		
<u>contingency</u>	700	5,64%

⁶ Alla siffror i rapporten kommer direkt från filmernas producent och distributör.

Genom att avstå 1 415 tkr av de budgetposter som skulle täcka bolagets omkostnader kunde Garagefilm investera sammanlagt 1 668 tkr och fick därmed en ägarandel på dryga 34 % i filmens intäkter. Regissören avstod 200 tkr av sitt regiarvode och fick en ägarandel i filmen på 4,10 %

Sebbe

Finansiering	(tkr)	ägarandelar
samproducenter		pro rata
Garagefilm	1 415	34,26%
Garagefilm, utvecklingsstöd	253	
regional fond	2 000	41,08%
insats regi	200	4,10%
tv-kanal	1 000	20,54%
summa samproducenterna	4 868	100%
förförsäljningar		
svensk fri-tv	500	
finsk fri-tv	50	
produktionsstöd		
Svenska Filminstitutet	5 800	
Nordisk Film & TV Fond	1 200	
Totalt	12 418	

Sebbe

Intäkter	(tkr)
bruttobiljettintäkter <i>(12 016 biobesökare)</i>	998
filmhyra till distributör, inkl skolbio	451
distributionsarvode	-206
avdrag lanseringskostnader	-823
lanseringsstöd SFI	200
<i>intäkt producent, biograf</i>	-378
dvd	683
vod	125
avdrag lanseringskostnader (ingår i arvodet)	0
distributionsarvode	-607
<i>intäkt producent, dvd/vod</i>	201
export	238
distributionsarvode	-119
<i>intäkt producent, export</i>	119
till producent från filmens distributör	-58
publikrelaterat stöd, PRS	0
att fördela mellan filmens samproducenter	-58

Summering Sebbe

Sebbe gick 30 tkr under budget, vilket tillsammans med contingencyn på 700 tkr fanns kvar efter avslutad produktion, pengar som blir en del av bolagets kostnadstäckning.

Garagefilms arbete, lokaler och andra interna kostnader för att genomföra produktionen budgeterades till 1 690 tkr, varav Garagefilm avstod 1 415 tkr. Kostnadstäckning utan contingency 275 tkr.

I och med att man höll budget och har kvar contingencyn, så blev den faktiska kostnadstäckningen 1 005 tkr. Detta ska sättas i relation till de budgeterade 1 690 tkr. Garagefilm har alltså betalat 685 tkr för att göra *Sebbe*.

Med sina 12 016 biobesökare blev det inga intäkter till samproducenterna från filmens exploatering. Intäktsnivån från biograffönstret återspeglas ofta i efterföljande fönster och inte heller dvd, vod eller tv och export gav några stora pengar.

Filmen nådde inte upp till en nivå som berättigar till PRS.

Return on investment (ROI), talar om hur stor del av investeringen som kommit tillbaka till investeraren. En ROI på 100 % innebär att man fått tillbaka insatsen, och följaktligen inte tjänat några pengar på sin investering men heller inte förlorat pengar; man har gått *break even*.

Sammanlagd intäkt att fördela mellan filmens samproducenter blev -58 tkr, alltså en ROI på 0 %. Samproducenterna förlorade hela sitt investerade kapital.

Finansieringsplanen innehåller inget kapital från privata källor och investerarna valde sannolikt att satsa pengar av andra skäl än att få ekonomisk avkastning. Finansiärer som behöver ekonomisk återbäring för sin överlevnad kan inte delta i finansieringen av en film som *Sebbe*.

Bolagets omkostnader

Garagefilm har fasta kostnader för bolagets drift på ca 2,5 mkr årligen.

Två fast anställda producenter och en biträdande producent arbetar heltid och en koordinator arbetar 75 %.

Lönekostnaden uppgår till 1,6 miljoner. Hyra för kontorslokaler och förråd ligger på närmre 200 tkr precis som ekonomitjänster. Resebudgeten är runt 40 tkr. Resten är inventarier, förbrukningsmaterial, data och telefoni.

För att täcka bolagets fasta årliga kostnader skulle Garagefilm behöva producera två och en halv *Sebbe* per år, och då finns ändå inga medel för utveckling.

Mimmi Spång och Rebecka Lafrenz

- Det är livsviktigt för oss att contingencyn finns kvar, eftersom vi satsar i stort sett allt annat i filmen. De poster i budget som gäller Garagefilms kostnader, alltså våra egna

löner och kontorshyra och sånt, det är det enda investeringsmedel vi har. Det är överbliven contingency som betalar våra löner, och hyran.

- Men det är dubbelt, vi kanske behöver använda reserven för att göra bästa möjliga film men när vi har gått in med hela administrationen, hyran och nästan hela producentarvodet så finns det ingenting kvar, inget arvode, ingen kostnadstäckning.

- Och vi tar också hela risken vid ett överdrag. Får produktionen problem så är det vi som får ta smällen. Det var det som hände med *Call Girl*.

- Man måste ofta fatta produktionsbeslut innan man fått besked om alla pengar, annars kommer man aldrig igång. Vi fick väldigt sent besked från Eurimages⁷ på vår ansökan om finansiering i *Call Girl* och när deras nej kom var vi redan i förproduktion och kunde inte stoppa produktionen, det hade blivit vansinnigt dyrt. Vi drog ner budgeten men inte tillräckligt, det var för sent. Det var ett jätterisktagande, kanske inte det smartaste vi gjort. Men om vi inte gått igång då, ja då hade filmen aldrig blivit av. Fem – sex års arbete till ingen nytta. Hade vi inte haft *Cockpit* på bio i samma veva, som drog in lite PRS, så hade vi gått under. Vi har ju ingen reserv att ta av.

- Till slut blev vi tvungna att gå in med i stort sett alla våra ersättningar, och hela contingencyn var borta, allt gick åt till att få filmen klar och vi var ensamma ansvariga.

- Att leva av contingencyn är problematiskt på flera sätt. Dels ska den ju användas om det behövs för filmens skull. Men det sticker också i ögonen på en del att produktionsbolaget behåller den. Men utan den har vi ingenting att leva av och man glömmer att vi står där med hela infrastrukturen, att vi satsar inte bara våra egna ersättningar utan assistenter och ekonomihantering, administration samt hanteringen av filmen och dess efterliv som festivaler, utlandsförsäljning etc.

- För att utvecklas som producenter, för att få kontinuitet och självständighet, så måste vi komma till ett läge där vi har en ekonomisk buffert. Som det är nu vet vi bara att vi klarar oss sex månader fram i tiden, men vi har projekt som ligger kanske fyra, fem år fram. Ska vi bli riktigt bra så måste vi också kunna ta in expertis som vi inte har själv, och det kostar. Men vi har inte pengar till egen utveckling, till att betala för rättigheter, för manus eller annat. Vartenda öre måste vi söka hos Filminstitutet, av TV och regionerna, eller MEDIA.

- Det finns så lite förståelse för producentyrket och om vilka risker vi tar. Det är frustrerande att antas vara girig och ha pengar som största morot. Det är ju ett samarbete, vi gör filmerna tillsammans. Utan ekonomisk stabilitet kan vi inte koncentrera oss fullt ut på det som är viktigt, nämligen innehållet och att förvalta talang.

⁷ Europeisk filmfond

Fallstudie 2: Mig äger ingen, producerad av Filmlance

Filmlance är det äldsta av de bolag som är med i rapporten, det bildades 1988 av Börje Hansson. Filmlance har producerat över 100 titlar; långfilm, tv-drama, animation och kortfilm. Bland titlarna finns många filmer för en ung publik, t.ex. *Hip Hip Hora*, *Lilla spöket Laban* och *I taket lyser stjärnorna*. Mest omtalad just nu är tv-serien *Bron* som snart får en tredje säsong på SVT.

Filmlance ägs sedan 2009 av Shine, som är en del av Twenty-First Century Fox, Inc. Shine-gruppen har 27 produktionsbolag i 11 länder och gör alltifrån lekprogram till långfilm och tungt tv-drama.

Mig äger ingen (premiär 8 november 2013) är en filmatisering av Åsa Linderborgs bok med samma namn. Boken är välkänd och har sålt bra vilket skapade en förväntan hos producent/distributör om bra publiksiffror. Totalt sågs filmen av 233 413 personer på bio och intäkterna till distributören från dvd/vod låg strax under 2,2 mkr. Filmen har inte fungerat internationellt och exporten redovisar minus 152 tkr.

Budget för produktionen var 29 500 tkr. I budget fanns poster avseende intern kostnadstäckning för arbetet med filmen om totalt 3 669 tkr och en contingency om 2 611 tkr.

Mig äger ingen

	(tkr)	
Budget	29 500	
varav		
<u>intern kostnadstäckning</u>	3 669	12,40%
bestående av:		
producentarvode	700	
administration, enl schablon SFI	1 250	
ekonomihantering, juridik	275	
postproduktionsfaciliteter	814	
försäkringar		
övrigt	630	
varav		
<u>contingency</u>	2 611	8,90%

Mig äger ingen

Finansiering	(tkr)	ägarandelar
samproducenter		pro rata
Filmlance	3 733	23,96%
distributör	2 000	12,83%
regional fond	5 500	35,29%
norsk samproducent	250	1,60%
riskkapital	800	5,13%
insatser regi, skådespelare	1 000	6,42%
insatser underleverantörer	1 300	8,34%
tv-kanal	1 000	6,42%
summa samproducenterna	15 583	100,00%
MG, distributör	2 200	
förförsäljningar		
svensk fri-tv	500	
norsk fri-tv	165	
betal-tv Norden	400	
produktionsstöd		
Svenska Filminstitutet	9 000	
Norska Filminstitutet	1 652	
Totalt	29 500	

Mig äger ingen

Intäkter	(tkr)
bruttobiljettintäkter <i>(233 413 biobesökare)</i>	20 619
filmhyra till distributör	7 559
distributionsarvode	-2 529
avdrag för MG	-2 200
avdrag lanseringskostnader	-3 734
lanseringsstöd SFI	300
<i>intäkt producent, biograf</i>	<i>-604</i>
dvd	1 694
vod	495
avdrag lanseringskostnader (ingår i arvodet)	0
distributionsarvode	-1 395
<i>intäkt producent, dvd/vod</i>	<i>794</i>
export	45
distributionsarvode	-197
<i>intäkt producent, export</i>	<i>-152</i>
till producent från filmens distributör	38
publikrelaterat stöd, PRS	7 723
att fördela mellan filmens samproducenter	7 761

Summering, Mig äger ingen

Mig äger ingen hade ett kraftigt budgetöverdrag. Att hålla budget betyder att man har budgeterat rätt, och följaktligen har hela contingencyn kvar. Eftersom filmproduktion är svårförutsägbart (den är väldigt väderberoende i ett land som Sverige, andra osäkerhetsfaktorer är barn, djur, många och svårkontrollerade miljöer, etc.) så finns reserven där som en buffert. I detta fall gick den alltså åt i sin helhet, dvs. 2 611 tkr och bolaget blev tvungna att skjuta till ytterligare 495 tkr. Det sammanlagda överdraget ligger alltså på 3 106 tkr.

Eftersom Filmlance investerade hela den interna kostnadstäckningen blev resultatet förutom utebliven kostnadstäckning att bolaget själv fick betala hela överdraget. Att producera *Mig äger ingen* kostade Filmlance ca fyra miljoner kronor.

Mig äger ingen sågs av 233 413 biobesökare vilket gav ett minusresultat från biograflanseringen. På eftermarknaden (dvd och vod) drog filmen in 794 tkr till producenten och sammanlagd intäkt till producent för fördelning till samproducenterna blev 38 tkr.

Filmen erhöll 7 723 tkr i PRS.

Sammanlagd intäkt att fördela mellan filmens samproducenter blev 7 761 tkr. Det totala investeringskapitalet var 15 583 tkr. Eftersom insatsen från svenska regionala produktionscentrum inte berättigar till PRS så delar övriga samproducenter på PRS. Det innebär att de fick en return on investment på 77,2 % trots att filmen bara tjänade in 49,8 % av det totala investeringskapitalet.

Utan PRS hade samproducenterna fått dela på 38 tkr.

Finansiärerna förlorade en fjärdedel av sitt satsade kapital och regissör, skådespelare och underleverantörer som satsat delar av sina ersättningar i filmen fick inte fullt betalt.

Bolagets omkostnader

Filmlance är ett av Sveriges största produktionsbolag, med 16 heltidsanställda varav sju producenter och en produktionschef. Vidare har Filmlance en egen jurist och en ekonomiavdelning med två heltidsanställda. Ledning och administrativ personal utgör fem personer.

De fasta kostnaderna var 25,6 miljoner kronor det senaste bokslutet. Årlig lönekostnad uppgår till 16,6 miljoner. En stor budgetpost är utveckling och i förra årsbokslutet uppgick den till 3,7 miljoner. Årshyra 650 tkr.

Filmlance har dessutom en avdelning för efterbearbetning med fyra anställda, en teknisk chef, två klippassistenter och en gradingoperatör. Total kostnad för efterbearbetningsfaciliteter inklusive anställda är 6,5 miljoner årligen.

Filmlance driftskostnader bärs idag huvudsakligen av tv-serier.

Lars Blomgren, VD

- Hela filmfinansieringssystemet skapades i en tid när branschen dominerades av integrerade bolag och bygger på att förlusterna ska tas i produktionsledet. Vi tar riskerna, utvecklar projekt för en massa pengar, investerar stora delar av vårt arbete i filmerna, och är allra sist i intäktskedjan.
- Stora och viktiga finansiärer av svensk film har väldigt lite respekt för producenterna, ser oss som nån sorts *guns for hire*, som utför en tjänst åt dem. Filmerna är deras, de har satt sig själva i förarsätet. Detta synsätt präglar oss, vi är som ett nödvändigt ont och får absolut inte tjäna några pengar.
- SVT, t.ex., är ett public service-bolag. Och regionerna. De hanterar offentliga medel, varför driver de så hårt att de ska äga så mycket som möjligt i filmerna?
- Man ska passera två nålsögon när man finansierar sin film. Först konsulenten på Filminstitutet, och sen distributören. Idag händer det allt oftare att en film har ett utlovat stöd från en konsulent, men vi får inte med oss en distributör. Animation för barn t.ex., baserade på kända karaktärer, är det inte lönt att gå med till en konsulent. De har tydligt sagt ifrån om att de inte vill stödja fler. Konsulenterna vill ha live action, spelfilm, för de mindre barnen. Det är bara det att distributörer och biografägare säger nej till det; det funkar inte på bio, där finns det en historia av misslyckanden. Konsekvensen blir att vi i princip tvingas sluta göra barnfilm, det går inte att finansiera.
- Så är det med många filmer idag och vi blir allt krassare i vad vi väljer att driva. Det har blivit en väldigt tydlig uppdelning mellan festivalfilm och bred film för biograferna. Båda behövs men det är tråkigt att det som är *både* creddigt och publikt inte finns längre. Den kreativiteten har flyttat över till tv och de kreativa riskerna tar man på tv-sidan. Den ekonomiska risken är alldeles för stor när man gör långfilm.
- Vi älskar långfilm, men är helt beroende av tv-serierna för vår överlevnad. Tack vare dem kunde vi göra Troells film om Segerstedt *Dom över död man, Krakel Spektakel* och *Mig äger ingen*. De kreatörer vi jobbar med vill göra både film och tv och måste kunna gå emellan de båda formaten.
- Vi håller alltid vad vi lovar och det kan bli jättedyrt, som med *Mig äger ingen*. Vi gick rejält över budget. Då krävs en stabil grund att stå på. Det har vi. Att vara del av en stor koncern medför självklart hårda avkastningskrav, men det ger samtidigt stabilitet och arbetsro. Vi har dessutom utrymme att satsa på det som inte är en självklar succé, vilket är grunden för all framgång. Men det är alltså inte Filmavtalets förtjänst.
- Det är en bräcklig affärsmodell och vilken managementkonsult som helst skulle råda oss att lägga ner spelfilmsdelen omedelbart. Vi gör det för att vi älskar film och vi rättfärdigar det gentemot våra ägare genom att vi bygger ett nätverk av starka kreatörer.

Fallstudie 3: Mammas pojkar, producerad av Bob Film Sweden AB

Bob Film har producerat publika filmer som *Bröllopsfotografen* och *Mammas pojkar* men även smalare filmer som *Pingpongkingen* och *Faro*. Den film man nu har i produktion, *Sophelikoptern* är Sveriges första film på romska. Bob Film har även producerat mycket för TV, bl a *God morgon alla barn*, *Kronprinsessan*, *Höök* och *Mäklarna*.

Bob Film grundades 2000 av Jan Blomgren som fortfarande är VD.

Mammas pojkar (premiär juldagen 2012) var en publiksuccé med en bruttobiljettintäkt från biograferna på över 29 miljoner kronor (320 865 sålda biljetter) och 4,8 miljoner till distributören från eftermarknaden, dvs. dvd/vod. Någon export att tala om finns inte, det gör det sällan för komedier, som brukar anses väldigt lokala i sitt tilltal. Filmen har släppts på dvd/vod i Norge och Danmark men har inte gett några intäkter till producenten därifrån.

Budget för produktionen var 26 500 tkr. I budget fanns poster avseende intern kostnadstäckning om 2 468 tkr och en contingency om 2 500 tkr.

Mammas pojkar

	(tkr)	
Budget	26 500	
varav		
<u>intern kostnadstäckning</u>	2 468	9,31%
bestående av:		
producentarvode	800	
administration, enl schablon SFI	1 200	
postproduktionsfaciliteter	255	
lokaler, övrigt	213	
varav		
<u>contingency</u>	2 500	9,43%

För att få ihop finansieringen och för att få ägarandelar i filmen avstod produktionsbolaget 2 000 tkr av den interna kostnadstäckningen och regissören 500 tkr av sitt gage.

Mammas pojkar

Finansiering	(tkr)	ägarandelar
samproducenter		pro rata
Bob Film	2 000	13,38 %
distributör	3 000	20,06 %
regional fond	4 000	26,76 %
samproducent A, riskkapital	1 000	6,69 %
samproducent B, riskkapital	1 850	12,37 %
insats regi	500	3,34 %
tv-kanal	2 600	17,39 %
summa samproducenterna	14 950	100 %
MG, distributör	1 750	
förförsäljningar		
svensk fri-tv	1 000	
betal-tv Norden	800	
produktionsstöd		
Svenska Filminstitutet	8 000	
Totalt	26 500	

Mammas pojkar

Intäkter	(tkr)
bruttobiljettintäkter <i>(320 865 biobesökare)</i>	29 151
filmhyra till distributör	11 606
distributionsarvode	-1 687
avdrag för MG	-1 750
avdrag lanseringskostnader	-4 010
lanseringsstöd SFI	0
<i>intäkt producent, biograf</i>	4 159
dvd	3 884
vod	964
avdrag lanseringskostnader	-2 371
distributionsarvode	-867
<i>intäkt producent, dvd/vod</i>	1 610
till producent från filmens distributör	5 769
publikrelaterat stöd, PRS	8 808
att fördela mellan filmens samproducenter	14 577

Summering Mammans pojkar

Produktionen av *Mammans pojkar* gick 82 tkr under budget vilket jämte hela contingencyn, budgeterad till 2 500 tkr kronor, fanns kvar i bolaget.

Interna kostnader var budgeterade till 2 468 tkr varav Bob Film avstod 2 000 tkr vilket ger en kostnadstäckning på 468 tkr.

I och med att produktionen gick under budget och hela contingencyn fanns kvar så blev den totala kostnadstäckningen i detta fall 3 050 tkr⁸. Bob Film har alltså fått ersättning för kostnaderna för att utveckla, finansiera, producera och exploatera filmen med något mer än de budgeterade. Det finns ett överskott från produktionen på 582 tkr som stannar i bolaget.

Mammans pojkar gav ett positivt resultat till samproducenterna från intäkterna på biograf och försäljning och uthyrning av dvd samt digitala tjänster. Sammanlagt har distributören redovisat 5 769 tkr att fördela mellan samproducenterna.

Filmen var berättigad till ett PRS om 8 808 tkr⁹.

Sammanlagd intäkt på *Mammans pojkar* är 14 577 tkr. Investeringskapitalet uppgick till 14 950 tkr. Eftersom insatsen från svenska regionala produktionscentrum inte berättigar till PRS så delar övriga samproducenter på PRS. Detta innebär att övriga investerare fick en return on investment på 119 % trots att filmen egentligen inte tjänade in 100 % av det totala investeringskapitalet.

Utan PRS hade return on investment legat på 39 % för alla samproducenter. Finansiärerna hade förlorat 61 % av sin investering. För det privatkapital som deltar i finansieringen av svensk film hade det varit en omöjlig affär trots att filmen är en publiksuccé.

Bolagets omkostnader

Bob Film har fasta kostnader på 4,5 miljoner kronor per år. Bolaget har fyra heltidsanställda: Jan Blomgren som är VD och exekutiv producent på alla filmer, två producenter som också går in och jobbar som linjeproducenter på en del inspelningar, och en assistent. Ekonomitjänster köps utifrån.

Löner är bolagets stora kostnad och uppgår till knappa 3 miljoner om året. Kontorslokalerna kostar 360 tkr per år. Budget för resor ligger på 50 tkr årligen. Köpta tjänster såsom ekonomihantering, jurist o dyl. kostar en dryg halv miljon. Utöver detta kommer inventarier, förbrukningsmaterial, data och telefoni samt försäkringar.

Bob Film har även möjlighet att bekosta egen utveckling. Budget för rättighetförvärv, manusbeställningar etc. ligger på ca en miljon kronor årligen.

⁸ 82 + 468 + 2500 tkr

⁹ Taket för maximalt PRS låg 2013 på nio mkr och inte dagens åtta.

Jan Blomgren, VD

- Sunda finansiering ger oss förutsättningar att koncentrera oss på det som är viktigt, på att göra filmen, och se till slutresultatet. Om vi tillåts ha bra kostnadstäckning i budget så kan vi leva som andra företag, alltså ha bättre framförhållning, tänka och jobba strategiskt. Alla sunda företag har pengar över för strategi- och utvecklingsarbete. Man har ofta en bestämd del av sin omsättning öronmärkt för "laboratoriekostnader", alltså produktutvecklingen. Saknas pengar i företaget utvecklas du inte på sikt, och kvaliteten blir lidande. Du blir också alltför beroende av andras välvilja, och känslig för plötsliga konjunktursvängningar.

- Vi måste kunna vara starka nog att själva ta beslut om vilka projekt vi ska utveckla; köpa rättigheter, betala manusförfattare och regissörer för att arbeta med projekt åt oss. Det är förutsättningen för det långsiktiga samarbetet med Ulf Malmros.

- Och det är ju hela tiden gungor och karuseller. Vi har haft en dokumentär i produktion under flera år, en film av Gunilla Bresky som heter *Jag stannar tiden*. Den har Bob Film inte tjänat en krona på, snarare så har vi betalat för att göra den. Vissa dagar har jag känt att nu går det inte längre, vi har helt enkelt inte råd, men sen sitter jag där i Tromsö, på världspremiären i våras och känner – wow, så häftigt, och det är värt varenda krona.

- Samma sak med *Sophelikoptern*. Regissören Jonas Selberg Augustsén kom upp och pitchade idén för mig och jag kände att det här är så *far out*, jag bara måste få se den här filmen, och jag vill att *mitt* namn ska stå på den. När jag ser den kommer jag vara så oerhört stolt.

- De filmerna talar till mitt filmiska hjärta. Vi hade inte kunnat göra dem om vi inte hade sparat, och faktiskt har en kassa. *Sophelikoptern* har en lucka i likviditeten på tre miljoner eftersom en av finansörerna inte kan betala sin insats förrän nästa år. Men Bob Film klarar det idag.

- Den kassa vi har sparat ihop finns där också som en buffert om vi inte får ihop full finansiering på något projekt, då måste vi själva täcka upp för det kapital som fattas och Bob Films insats blir alldeles för hög. Filmproduktion är knepigt: man måste nästan alltid fatta produktionsbeslut innan man är riktigt färdigfinansierad, annars kommer man aldrig igång. När vi har 80 % av finansieringen på plats fattar vi produktionsbeslut och sen går det inte att stoppa. Väntar man in de sista pengarna börjar man tappa annat: skådespelare som inte kan vänta, regissören får ett annat uppdrag, de första finansörerna orkar inte vänta längre utan drar sig ur. Ett löfte om pengar är alltid tidsbegränsat.

- Det har tagit mig tio år att komma fram till hur Bob Film ska drivas. Jag initierar de flesta projekten, utvecklar och finansierar dem. Jag har två juniorproducenter vid min sida, de genomför produktionerna. På så sätt gör vi två produktioner om året. Då arbetar vi professionellt och kan hålla en hög nivå på det vi gör.

- Bob Film har numera ett bibliotek av filmer och tv-serier men tyvärr tjänar vi inga pengar på det. Däremot kostar det mer och mer i administration eftersom fler och fler filmer ska redovisas under många år.

- Risken är för hög för svenska filmproducenter. Vi skulle behöva högre stöd i filmerna, men det ska ju egentligen inte gå utöver antalet producerade filmer. Det behövs en kritisk massa av filmer för att branschen ska hålla en hög nivå, och för att det ska bli både konstnärliga och kommersiella succéer.

Analys

Mammas pojkar gick på budget, och tack vare ej förbrukad contingency fick alla inblandade betalt för sitt arbete och produktionsbolaget full kostnadstäckning. Det fanns också ett litet ekonomisk överskott som kunde användas till utveckling av framtida filmer. Dessutom genererade filmen intäkter från exploateringen, varav över hälften i form av publikrelaterat stöd. Detta gör *Mammas pojkar* till en av få svenska filmer som gett en return on investment till finansiärerna.

Få svenska filmer ger ett så positivt ekonomiskt resultat, vare sig i produktionsekonomi eller från exploateringen av den färdiga filmen. Filminstitutet gjorde 2011 en undersökning av det ekonomiska utfallet för de svenska filmer som hade premiär på biograf mellan 2003 och 2010. Tio av de totalt 208 filmerna gav en vinst som i enlighet med Filminstitutets regelverk medför återbetalning av stöd, dvs. intäkter som motsvarar minst 135 % av det investerade kapitalet. Ytterligare sju filmer gav en mindre avkastning. Resterande 92 % av filmerna nådde inte break even och var alltså en förlust för alla investerare.¹⁰

Bolagen lever i hög grad av den kostnadstäckning som finns i budget. Eftersom stora delar av bolagets ersättningar används som en del av filmens finansieringskapital, och detta ägande i filmen alltså sällan ger en avkastning, får de som gör filmerna ofta inte fullt betalt. Detta drabbar inte bara produktionsbolag och producenter utan även regissörer, manusförfattare, fotografer, skådespelare och underleverantörer som lojalt satsar delar av sina ersättningar i filmerna för att producenten ska få ihop finansieringen.

Som filmexemplen visar så betyder ej förbrukad contingency väldigt mycket för produktionsbolagens överlevnad. Eftersom delar av eller hela contingencyn ofta måste användas för att slutföra filmen betyder det att risken att produktionsbolagen inte får full kostnadstäckning är hög.

Rapportens andra två filmer, *Sebbe* och *Mig äger ingen*, var förlustaffärer, såväl för produktionsbolagen, som för t.ex. regissörerna, som avstod från en stor del av sina arvoden. Ingen av dessa två filmer nådde break even och investerarna fick således inte tillbaka sina investeringar.

Trots det ganska dystra ekonomiska läget görs en hel del film som säljer biljetter till en entusiastisk inhemsk publik och många filmer når utanför landets gränser. Sverige är väl representerat i sidosektionerna på världens viktigaste festivaler. Mera sällan syns svensk film i huvudtävlan. Det är långt kvar till Filmavtalets högt ställda mål. Frågan är om de filmpolitiska insatserna verkar i rätt riktning, och om de rådande affärsmodellerna gynnar en sådan utveckling? Finns de strukturella förutsättningarna för att svensk film ska nå världsklass?

Filmbranschen är attraktiv, många vill göra film och drömmer om den stora framgången. För de allra flesta förblir det en dröm. Det är svårt att ta sig in i branschen och ännu svårare att bli kvar och kunna leva på sitt arbete. Det gäller producenter, regissörer,

¹⁰ Dessa siffror har redovisats på offentliga sammankomster med bransch och politiker men har inte publicerats. Del 1 av undersökningen, omfattande åren 2003 – 2006, finns redovisad i *Vägval för filmen*, SOU 2009:73 sidan 80.

manusförfattare, och även andra yrkeskåarer. I någon mån är det helt i sin ordning. Att göra film är en svår konst, att göra bra film som också har en publik är ännu svårare.

Talanger som vill in i filmbranschen finns alltså, och de är ofta villiga att arbeta mer eller mindre gratis. Många gör film med hjälp av vänner och familj för att den vägen få in en fot i branschen. Men för att en bransch ska hålla professionell nivå, utvecklas och stå stabil inför strukturella förändringar räcker inte talang och vilja, det måste även finnas tillräckliga ekonomiska resurser.

Liksom de flesta länder har Sverige en filmpolitik med nationella mål för filmen. Många länder har offentligfinansierade stödsystem för att skapa ekonomiska förutsättningar för den inhemska filmen. Man är överens om att filmen är en viktig kulturyttring, ett massmedium med stor genomslagskraft och därför har ett stort kulturellt värde för medborgarna. En film med stort genomslag kan få enorm betydelse för ett lands självbild, vilket var fallet med t.ex. *Fucking Åmål* och *Jalla! Jalla!* I filmpolitiken formuleras i regel mål både vad det gäller filmisk kvalitet och publika framgångar. Så ser det ut även i Sverige, och målen för den svenska filmen är formulerade i Filmavtalet, en överenskommelse mellan stat och bransch om hur vi vill att svensk film och filmnäring ska se ut.

Målen för den svenska filmpolitiken är högt ställda, bl.a. ska "svensk film (...) vara representerad i tävlingssektionerna på de internationella filmfestivalerna i Berlin och Cannes" och Sverige ska "ha den högsta marknadsandelen i Norden för nationellt producerad film". Det står också i målen att Filminstitutets produktionsstöd "ska fördelas så att de skapar bästa möjliga förutsättningar för en modern, stark och självständig filmproduktion och filmbransch så att cykliska förhållanden kan hanteras och nödvändig finansiering erhållas"¹¹.

Dessa tre mål kan förefalla motstridiga. De filmer som tilltalar curatorerna på världens viktigaste filmfestivaler är inte nödvändigtvis desamma som drar en stor publik nationellt. Festivalerna letar efter det nyskapande medan publiken ofta vill ha något som man känner igen. En och annan gång händer det att kategorierna sammanfaller, i Sverige t.ex. med *Maria Larssons eviga ögonblick* och *Svinalängorna*. Det vore bra för svensk film om det hände oftare.

Rapporten åskådliggör de villkor som produktionsbolagen lever under och den ekonomiska analysen visar på betydande strukturella hinder, hinder som står i vägen för svensk film att nå filmpolitikens högt ställda mål. Problemen ligger framförallt i de filmpolitiska insatserna, dvs. filmstöden, men även i de rådande affärsmodellerna, och sammantaget får dessa allvarliga effekter även på innehållet. Ekonomi och kreativitet hänger tätt ihop: ekonomiska beslut är kreativa beslut och kreativa beslut är ekonomiska.

Svensk film och filmbransch brottas med tre stora problem som åtminstone delvis kan förklara varför vi inte når så långt som vi borde, när både talangen och drivkrafterna finns.

¹¹ Hela Filmavtalet finns t.ex. på sfi.se/Documents/Filmavtalet/

De tre problemen rör dels *de offentliga stöden*, men handlar också om *affärsmodellen* och till dessa två stora utmaningar kommer en ny i digitaliseringens spår, *den vikande eftermarknaden*.

De offentliga stöden

De mjuka pengarna är livsnödvändiga för svensk filmproduktion. Utan dem blir det inga filmer. Av fallstudierna i denna rapport framgår betydelsen av att vi har ett publikrelaterat stöd, som ofta är den enda intäktskällan för en svensk biofilm. De mjuka pengar som beviljas som förhandsstöd är förstås minst lika betydelsefulla. Ju högre andel mjuka pengar i en films finansiering desto mindre är det ekonomiska risktagandet för de finansiärer som kräver återbäring.

I Filmavtalet står att "stöden ska fördelas så att (...) nödvändig finansiering [kan] erhållas". Vidare står det om "ambitionen att attrahera ytterligare medel till svensk film"¹², dvs. nytt privat- och/eller riskkapital.

Att öka andelen mjuka pengar i en enskild film gör investeringen mer attraktiv för det privata kapitalet, och högre stödandel i enskilda filmer skulle följaktligen öka intresset och investeringsviljan från det hållet. Detta samband gäller all film, både de billigare och de med högre budgetar.

Storleken på stödbeloppen från Filminstitutet sätter i praktiken ett tak för ambitionsnivån för den svenska filmen. En filmproducent kan sällan räkna med mer än 9 – 10 mkr kronor i stöd, även om det är en relativt dyr film. Den nivån sätter gränser för privatkapitalet eftersom de inte går in med finansieringskapital om risken blir för hög, vilket i sin tur håller nere budgetarna.

De stora nationella och internationella framgångar som både norsk och dansk film rönt under senare år har många gånger handlat om väldigt ambitiösa och påkostade produktioner¹³. Undantag finns, som t.ex. de danska Dogme-filmerna, men ska man nå riktigt långt så måste man vara beredd att satsa högt, även ekonomiskt.

Begränsade stödnivåer motverkar svensk films möjligheter att nå de filmpolitiska målen. Producenterna anpassar sig efter de möjligheter som står till buds, vilket i praktiken innebär att väldigt få ger sig i kast med större, dyrare och mer ambitiösa projekt.

En annan effekt är de senaste årens talangflykt över Atlanten. Sverige har svårt att behålla de intressantaste kreatörerna när andra länder lockar med större utmaningar och större budgetar. Ett sätt att behålla talangen på hemmaplan, är att erbjuda större kreativa och ekonomiska möjligheter att förverkliga drömprojekten.

Eftersom PRS ofta är en films enda, eller huvudsakliga intäktskälla, får en nedskrivning av nivåerna på stödet, likt den som Filminstitutet just tvingats göra¹⁴ allvarliga effekter

¹² Protokollsanteckning till 28 §

¹³ *Hämnden, En kunglig affär, Kon Tiki* för att nämna några.

¹⁴ Se sfi.se/varastod/produktionsstod/publikrelaterat-stodPRS/ Höga besöksiffror på svensk film på biograferna 2013 skapades ett stor underskott i PRS och detta har tvingat fram en kraftig nedskrivning av stödnivåerna

på investeringsviljan hos privatkapitalet och försvårar på samma sätt för branschen att uppnå målen i Filmavtalet. Med de nya nivåerna hade *Mammas pojkar* fått 6 675 tkr kronor i PRS i stället för 8 808 tkr, ett tapp på över två miljoner, med resultatet att det som var en rimlig affär för investerarna hade blivit ett nollsummespel, dvs. filmen hade nått break even och gett tillbaka insatsen, inte mer, trots de fina publiksiffrorna.

Filmbranschen är i praktiken helt beroende av den förda filmpolitiken. Filmstöden sätter ramarna för den svenska filmen, och bygger indirekt filmbranschen.

Affärsmodellen

Den svenska publiken är inte tillräckligt stor för att utgöra en stabil bas för intäkter till producentledet. På större marknader än den svenska kan produktionsbolagen i högre utsträckning leva av de kommersiella intäkterna från en film. Ju större publikunderlag desto lättare att leva på marknadens villkor, inte minst för de smalare filmerna. På en liten marknad måste producenterna och alla andra upphovspersoner få betalt under själva produktionen.

En sådan modell har baksidor. Den premierar volym i stället för kvalitet och den innebär ett olyckligt incitament för producenten att sätta igång produktionen för tidigt; man har helt enkelt inte råd att vänta. Utveckling är dyrt och svårfinansierat och bolagen har sällan egna resurser som gör att man kan arbeta tillräckligt länge med t.ex. manusutveckling. Det är först när producenten fattar produktionsbeslut som övriga finansiärer börjar betala in sina andelar. I sin mest extrema form skulle slutresultatet inte spela någon roll. När en film är färdigproducerad gäller det bara att få igång nästa.

Detta balanseras i viss mån av de simulerade biljettintäkter som PRS utgör. Där finns en möjlig intäkt, som belönar producenten för att man når en publik vilket blir en drivkraft att arbeta med filmen så att den blir publikt attraktiv.

En uttalad ambition i filmpolitiken är att attrahera mer privatkapital till filmproduktionen. För att öka investeringsviljan hos privata aktörer, både i och utanför filmbranschen måste de ekonomiska riskerna minska. Det kan göras på flera sätt. Mest effektivt är att öka andelen mjuka pengar, dvs. högre stödnivåer. Ett annat sätt är att differentiera mellan olika typer av investeringskapital när man fördelar intäkten.

Enligt den rådande affärsmodellen likställs allt investeringskapital när intäkterna ska fördelas. Stora offentliga aktörer som public service-tv och regionala produktionscentrum är viktiga finansiärer av svensk film och de har samma krav på ekonomisk återbäring som riskkapitalet. Om de privata investerarna tilläts ta hem sina investeringar före de offentliga finansiärerna så skulle deras position förbättras och risken minska. Det skulle förmodligen ha en positiv effekt på investeringsviljan. Det skulle även förbättra situationen för produktionsbolagen och de upphovspersoner som satsat av sina egna arvoden i filmen, då de skulle få räkna hem sina insatser tillsammans med resten av privatkapitalet. I stället för att som idag likställa alla investeringar skulle man arbeta med en prioritetsordning vid fördelning av intäkterna.

En vikande eftermarknad

En redan besvärlig situation förvärras i snabb takt i och med digitaliseringen av filmdistributionen, som helt har ritat om kartan: ny och billig teknik innebär att det är mycket enklare att sprida film och annat innehåll och nå publiken i nya fönster och på nya plattformar.

För filmbranschens del har det digitala skiftet fått enorma konsekvenser.

Digitaliseringen av biograferna har gjort det möjligt att gå upp med en film i hundratals biografialonger samtidigt, och vad gäller eftermarknaden så har video/dvd fått sällskap av ett antal nya vod-fönster, framförallt t-vod¹⁵ och s-vod¹⁶. Det är här vi ser den förändring som slår hårt mot intäkterna för stora delar av filmbranschen.

Det som ofta kallas *Home Entertainment*, dvs. video och dvd, och numera även vod, har stått för en betydande del av en films intäkter de senaste 20 åren. I takt med att filmtittandet i hemmen har förflyttats från fysiska kopior i form av vhs-kassetter och dvd-skivor till internetdistribution, har denna intäktskälla nästan försvunnit. Det beror delvis på illegal distribution, men också på att intäkterna till producentledet från legala streamingtjänster (t-vod och s-vod) ännu så länge är små och inte alls täcker tappet från den fysiska distributionen. Hemmatittandet har inte minskat, utan snarare ökat i omfattning, men det ger numera betydligt lägre intäkter i producentledet. Samtidigt som konsumtionen ökar i takt med att det finns fler och fler plattformar att se film på, så krymper alltså ekonomin i producentledet vilket drabbar alla som arbetar med att göra film.

För att illustrera vad det betyder är det intressant att jämföra de två filmerna *Sommaren med Göran* (premiär 31 juli 2009) och *Monica Z* (premiär 13 september 2013). Båda sågs av en stor biopublik. 552 153 personer löste biljett för att se *Sommaren med Göran* medan 544 379 betalade för att se *Monica Z* på biograf. Mellan premiärerna har det gått drygt fyra år och under den tiden har eftermarknaden förändrats i grunden.

Sommaren med Göran omsatte i distributörsledet 11,7 mkr på dvd och vod medan *Monica Z* fyra år senare hade en omsättning på under 7 mkr. Intäkterna har sjunkit med 40 %. Eftersom omkostnaderna i samband med lanseringen kan antas vara desamma idag som för fyra år sedan så blir tappet i producentledet ännu större.

Mammas pojkar i exemplet ovan hade, om den haft premiär julen 2014, alltså två år senare, tappat 28 % av intäkterna från eftermarknaden i distributörsledet. Med samma omkostnader i samband med lanseringen hade resultatet för samproducenterna blivit en minskning med 55% av intäkten från dvd och vod.

En kraftig nedgång av intäkterna från eftermarknaden sammanfaller med en rejäl nedskrivning av nivåerna i PRS. Detta får mycket stora konsekvenser, för enskilda filmer, och för utbudet i stort. Möjligheterna att finansiera film krymper drastiskt när en film som t.ex. *Mammas pojkar* får räkna med 2,9 mkr mindre i intäkter idag jämfört med för två år sedan. Med ett produktionsstöd i förhand om 6 miljoner (nivån för automatstöd, dit många publika filmer hänvisas idag) blir det förmodligen ingen film.

¹⁵ *Transaction video on demand*, alltså styckvis hyr eller köp av filmer över nätet

¹⁶ *Subscription video on demand*, dvs. abonnemangstjänster som Netflix och HBO Nordic

Den dåliga ekonomin leder till osjälvständiga bolag som kan ta få och små kreativa och ekonomiska risker, eftersom de saknar egna resurser till utveckling av nya projekt. Detta får negativa konsekvenser även för manusförfattare och regissörer eftersom det förväntas att producenten ska arvoda dem under utvecklingsarbetet. I sin tur försvårar detta möjligheten att skapa långsiktiga kreativa samarbeten mellan producenter och regissörer/författare.

Det är inte ovanligt att en film legat i utveckling i fyra – fem år innan den går i produktion. Många av de filmprojekt som utvecklas på produktionsbolagen blir aldrig inspelade. Utvecklingskostnaderna för dessa projekt bärs i huvudsak av bolagen, och ofta även av manusförfattare, och är rena förlustposter.

Eftersom privatkapitalet inte vill ta risker som de bedömer är alltför höga kommer de söka sig till det som upplevs som "lättsålt". På bio ser vi i allt högre utsträckning filmatiseringar av bästsäljande litterära förlagor, uppföljare på tidigare succéer eller det man kallar *franchise*, alltså filmer som bygger på kända varumärken. De här filmerna är de enda som kommer kunna få ihop en finansiering på en rimlig nivå eftersom det är de som bedöms ha en möjlighet att tjäna tillbaks insatsen. Mycket få investerare vågar satsa privata medel på material som inte redan är välkänt eller ett inarbetat varumärke när risken är för hög.

Vid sidan av den bredare mer lättillgängliga filmen kommer den smalare *art-house-filmen* leva kvar med små budgetar finansierade uteslutande med offentliga stödmedel och en och annan förförsäljning till tv. De pressade budgetarna leder till lägre ersättningar för alla medverkande och drabbar hela produktionsledet, från manusförfattare till skådespelare, över fotografer, scenografer och alla andra som ska dela på det snäva budgetutrymmet. Resultatet blir lägre ersättningar och på sikt en urholkning av kompetensen inom branschen.

Finansiärerna, vare sig de är privata eller offentliga, styr i praktiken den kreativa processen. I det ena fallet måste man anpassa sig efter en allt tuffare marknad och i det andra efter stödsystemens förväntningar. I båda fallen kommer kreatörerna i kläm.

Sammantaget betyder detta att en redan pressad produktionsmiljö i snabb takt får det ännu svårare. Låga stödnivåer, affärsmodeller som inte gynnar nytt kapital och nu också en dvd-marknad i fritt fall riskerar att knäcka bolagen och kraftigt begränsa vilken typ av film som kommer kunna göras.

Risken är att de små bolagen slås ut och att bara produktionsbolag med stora ägare kommer kunna göra film, men hur länge kommer stora internationella koncerner vilja, och kunna, hålla svensk film under armarna?

Sammanfattande slutsatser

När de filmpolitiska insatserna samverkar med en stark bransch kan man nå långt. I en situation då dessa två starka krafter, som produktionsbolagen och upphovspersonerna är helt beroende av, går i otakt så blir resultatet en uppdelning av branschen. Både de breda och de smalare filmerna blir underfinansierade eftersom de i praktiken bara har

en finansieringskälla; de som producerar publik film får med sig distributörer och riskkapitalister men inte mjuka pengar från Filminstitutet, medan de som tar lite större kreativa risker får nöja sig med offentliga stödmedel och inget privatkapital.

Den rådande situationen riskerar att försvåra för svensk film att nå både de kvalitativa och de publika målen, och den står i vägen för de större, riktigt ambitiösa projekten.

En analys av utbudet av svensk film på biograferna ett vanligt filmår visar att det görs många intressanta och nyskapande filmer i Sverige. Det finns med andra ord en fantastisk talangpool. Under ett vanligt år har också några breda komedier och dramer premiär, och drar en hyfsad publik. Vad Sverige verkligen saknar är de filmer som kombinerar hög kvalitet och angelägenhetsgrad med ett starkt publikt tilltal. Vi behöver de filmerna *också*.

För att vända utvecklingen är det viktigt att se vilka de strukturella hindren är, och att från politiskt håll hantera dem. Filmpolitiken måste i viss mån anpassa sig efter vad som faktiskt är möjligt på en föränderlig marknad men med rätt strategi kan man också påverka utbudet av film i rätt riktning. Först med en tydlig strategi från filmpolitiskt håll kommer svensk film nå hela vägen till huvudtävlan i Cannes och Berlin, med filmer som också drar en inhemska publik till biografen.

Om Sverige ska ha en levande och kreativ filmbransch som producerar film av hög kvalitet för en stor publik både hemma och utomlands så måste vissa förutsättningar uppfyllas.

- Högre stödnivåer i varje enskild film
- Publikrelaterat stöd på en nivå som gör att privata investeringar i svensk film innebär ett rimligt ekonomiskt risktagande
- En acceptans för att producenter och övriga upphovspersoner måste kunna leva av sitt arbete, dvs. produktionsbudgetar som har full kostnadstäckning för nedlagt arbete
- En affärsmodell som gör det möjligt för privata finansiärer att investera även i mindre publika filmer
- Ett ökat ekonomiskt utrymme för utveckling av nya projekt på produktionsbolagen

Filmbranschen måste tillsammans med Filminstitutet och andra offentliga finansiärer enas om en gemensam och stark vision för svensk film, och om en strategi för hur man når visionen.

Distributörer, biografer och tv-kanaler ska känna att den film som produceras har en relevans i deras system, vare sig det handlar om en plats i tablån eller en bra mix av breda och smala filmer på biograferna. Det ska finnas en bredd i utbudet, av det enkla skälet att alla inte gillar samma filmer. Varje svensk ska kunna känna sig tilltalad av åtminstone en film om året.

Produktionsstöd på en nivå som gör det attraktivt för privata finansiärer att investera i film, tillsammans med ett förstärkt PRS, skulle attrahera nytt kapital till den svenska filmen. Mer pengar från offentliga stödsystem genererar mer pengar från andra aktörer,

så det sammanlagda kapitaltillskottet kan antas bli om inte det dubbla så i varje fall avsevärt högre.

Ett rejält ekonomiskt tillskott i stödsystemet skulle betyda att svensk film kunde växa och, med den stora talang som finns idag, uppfylla Filmavtalets höga målsättningar. Då skapas förutsättningarna för en levande och självständig produktionsmiljö, där kreativitet och risktagande lönar sig.

Om filmbranschen och filmpolitiken dessutom arbetar efter en gemensam strategi, med en gemensam vision och med förstärkta resurser, då kan svensk film nå hur långt som helst.

