

**Brancheforeningen Danske Biografers  
kommentarer og korrektioner til  
Rapporten fra Filmpolitisk Forum,  
udgivet af Det Danske Filminstitut  
/November 2013.**

# Kommentarer og korrektioner til Rapporten fra Filmpolitisk Forum, udgivet af Det Danske Filminstitut /November 2013.

Brancheforeningen Danske Biografer skal hermed kommentere Rapporten fra Filmpolitisk Forum (FF)

## **Paradokser, selvmodsigelser og udokumenterede påstande**

Det overordnede indtryk, man får gennem læsning af Det Danske Filminstituts fortolkninger af arbejdet i Filmpolitisk Forum (FF), er paradokser, selvmodsigelser og udokumenterede påstande.

## **Opdraget**

Men indledningsvis skal det påpeges, at selve opdraget til arbejdet i FF, formuleret af forhenværende Kulturminister Uffe Elbæk, var baseret på en forudindtaget holdning til de udfordringer filmbranchen står overfor.

Uffe Elbæk skriver blandt andet i sit opdrag til FF: *”Derfor bør den offentlige støtte til film i højere grad understøtte udviklingen af nye finansieringsformer og kommercielle forretningsmodeller, der motiverer filmindustrien til at udvikle og deltage i de nye digitale platforme for indholdsdistribution”.*

Denne del af opdraget er den klare retning den daværende Kulturminister pegede på, idet han øjensynligt allerede – uden fordybelse i problematikken – allerede havde skrevet facit for Filminstituttet.

Det er yderst beklageligt den daværende Kulturminister antog denne overfladiske forudindtagethed, hvilket helt klart påvirkede arbejdet i FF.

Slutfacit var givet på forhånd, nu skulle Filminstituttet blot sørge for mellemregningen.

Til brug for dette blev der indkaldt en række ”eksperter”, som alene skulle understøtte slutfacit, og undgået blev de, som kunne anfægte dette.

## **Film er ikke blot film**

Spillefilm er produceret med henblik på visning på biografernes store lærred. Det er jo netop den detalje som retfærdiggør, at der bliver brugt oceaner af tid og store summer penge på selve spillefilmsproduktionen. Der bliver benyttet en helt særlig billedkomposition og udstyret som benyttes er meget dyrt og meget avanceret. I spillefilmen er det instruktørens vision som skal billedliggøres.

I modsætning til tv-film, som produceres i hu og hast for billige penge og med brug af stort set udelukkende nærbilleder. Udstyret som benyttes til den slags produktioner er slet ikke så avanceret og omkostningsfuldt, som det udstyr der benyttes til spillefilmsproduktion. I tv-film er det i højere grad forfatterens vision som skal billedliggøres.

Der er således stor forskel på spille- og tv-film. Spillefilmen repræsenterer tårnhøj kvalitet, med henblik på visning på biografernes store lærred.

At producere spillefilm, som kun vises i home entertainment-sektoren (dvd, blu-ray, vod og streaming), er derfor absurd.

Æstetisk set er spillefilm, om end ikke helt uegnet til visning i hjemmet, så i al fald en meget degenereret udgave af den oplevelse filminstruktøren havde i tankerne, da han/hun skabte sit værk.

Der er absolut ingen årsag til at producere en hundedyr spillefilm, som alene vises i home entertainment-sektoren.

I selv samme øjeblik filmproduktionen igangsættes er det afgjort om en film er en spillefilm eller en tv-film.

### **Det fleksible biografvindue**

I rapporten sætter Filminstituttet øget fleksibilitet i biografvinduet ind som et indsatsområde.

Filminstituttet ignorerer dermed, at der i forvejen er et yderst fleksibelt biografvindue.

Faktisk har det fleksible biografvindue for længst nået biografernes smertegrænse og de fleste af de forhold som postulerer, at biografvinduet bør gøres kortere, er netop resultatet af et kortere og kortere vindue. En ond cirkel er allerede igangsat. At en film dør hurtigere ud i biografene, end tidligere, skyldes jo netop det kortere og kortere vindue. For bare tre år siden var det gennemsnitlige vindue 5 måneder og 16 dage, pt. opereres der med et gennemsnitligt vindue på 4 måneder og 2 dage.

Biograferne tillader faktisk allerede fleksibilitet helt ned til 3 måneder og i enkelte tilfælde endnu kortere. Men er det på de små film, med lange liggetid, som producenten vælger at udsende hurtigere på de efterfølgende platforme? Nej, det er kun de allerstørste succeser denne fleksibilitet bruges på.

Dermed bliver de små danske film blot brugt som løftestang i den politiske agenda. At påstå at biografernes eksklusivitet – som de betaler en meget høj økonomisk afgift pr. tilskuer til producenterne, sammenlignet med de andre vinduer - er rent blændværk, har ikke bare antydning af validitet.

I langt de fleste tilfælde har producenten behov for at skabe tidsmæssig afstand til at dårlige anmeldelser, så disse kan blive omgivet af glemslens tåge.

Såfremt en dansk film, som måtte modtage dårlige anmeldelser og kun få tilskuere (de to ting følges som regel ad), bliver udsendt på samtlige platforme på en og samme tid – eller kort tid efter biografpremieren – vil de dårlige anmeldelser ramme enhver platform og filmen vil dø i løbet af en uge på samtlige platforme.

Erfaringer viser, at hvis publikum ikke vil betale for at se en dansk film i biografene, vil de heller ikke betale for at se dem andetsteds. Uanset platform. Ofte er tilskuerantallet og transaktioner i home entertainment-sektoren så beskedne, at det er umuligt at udtrække valide statistiske tal. Det forhindrer dog ikke rapporten fra FF at præsentere disse invalide tal.

Som nævnt, er biografernes smertegrænse i vindueslængden for længst nået, og såfremt vinduet gøres kortere, end for nuværende, vil biografene miste både kulturel og folkeligt incitament til overhovedet at vise de små danske spillefilm.

Biografmarkedet vil dermed i højere grad bliver overladt til de amerikanske blockbusters.

Og hvis biografene mister det både folkelige og kulturelle incitament til at vise disse små danske spillefilm, er der ingen grund til at ofre så store summer i produktionen og man kan i stedet lave disse spillefilm som billige tv-film.

### **Premium vod-vindue**

I rapporten nævnes et premium vod-vindue, d.v.s film udsendes hurtigere på vod til en højere pris, som en af løsningerne på problematikken. Helt ignoreres det, at man i USA har eksperimenteret med et sådant. Det gør man ikke længere. Forsøget var en kæmpe fiasko. Dels igangsatte det filmtyrerier på nettet i meget høj digital kvalitet, langt tidligere. Dels var kun meget få forbrugere villige til at betale den forhøjede prissætning, da forbrugerne jo ikke er dumme og godt ved, at om kort tid kan filmene ses i abonnementsbaserede tjeneste, som en del af en betaling på kr. 79,- om måneden, for tusindvis af film.

Men hvad værre var, betød forsøget at forbrugerne fik et diffust indtryk af biografvinduets længde, hvilket kun gik ud over de mindre og mellemstore film på biografernes repertoire, idet forbrugerne i vid udstrækning sætter pris over aktualitet.

De reelle erfaringer fra disse forsøg har der imidlertid ikke været af interesse for i Filmpolitisk Forum, man har som sagt betragtet en ny distributionsform som en tvungen opgave og pr. automatik antaget at det eksisterende ikke virkede – en næsten komisk påstand, taget i betragtning af at de 5 mest sete film i Danmark i 2013 alle er danske.

### **Ingen filmtyperier**

Der sker ikke filmtyperier af danske film på internettet, så længe de vises i biograferne. Takket være en stor indsats fra både distributører og biografernes side, har man i Danmark helt inddæmnet dette problem, som ellers flourerer i stor stil i udlandet.

Det betyder, at filmtyperier først sker i selvsamme øjeblik, filmene udsendes digitalt på de efterfølgende platforme – og *netop* bliver fuldt tilgængelige fra sofahjørnet i hjemmet.

Et kortere biografvindue vil derfor kun forværre filmtyperierne, idet illegale downloads vil forekomme langt tidligere, plus der kan etableres et økonomisk incitament til disse ulovligheder.

### **Påstanden om blockbusterficering af biografmarkedet**

Alle film er forskellige og ingen år kan sammenlignes. Det til trods, nævnes – udokumenteret – at biograferne skulle være blevet blockbusterficeret, forstået på den måde, at billetsalget i større og større udstrækning ser ud til at samle sig om de store film. Første gang denne udokumenterede påstand nævnes, bliver det understreget, at det lader til at være en begyndende tendens, ikke et manifest.

Uagtet nævnes den udokumenterede blockbusterficering adskillige gange, efterfølgende i rapporten, som præcis var det et manifest.

Man ser da også at Danske Filminstruktører omgående – fejlagtigt – bruger denne udokumenterede påstand som et manifest.

### **Vod – det økonomiske potentiale**

I rapporten nævnes det, at vod-markedet næppe vil kunne generere et omsætnings- og indtægtsniveau, der fuldt ud kan opveje indtægtstabt på det fysiske marked. Forbrugernes nuværende præference til abonnementsbaserede tjenester bekræfter denne antagelse.

Efterfølgende tales der om mulighed for omsætningsstigninger på dette marked, som vil være i strid med den gældende konkurrenceretslige lovgivning på området.

### **Biografen som markedsføringsredskab**

I rapporten står angivet, at biografvinduet 'indtil videre' har afgørende betydning for dansk films indtægtspotentiale.

Sådan har det altid været – filmene er jo produceret med henblik på visning på biografernes store lærred. Der er absolut intet tegn på, at det vil ændre sig, til trods for rapporten i sin formulering antyder dette. Biograferne har været et fantastisk markedsføringsredskab for de øvrige vinduer. Såfremt biograferne ikke fandtes måtte man – ud over et indtægtsfald, som ville umuliggøre egentlig spillefilmsproduktion – også skulle indregne betydelige forøgende markedsførings-udgifter af de tv-film, man så i stedet måtte producere.

### **Værdien af en tilskuer**

Der findes sikkert mange forskellige måder, hvorpå man kan flytte tilskuere mellem de forskellige vinduer, men ingen af de angivne, vil øge filmbranchens samlede omsætning, tværtimod.

Såfremt man fra politisk side ønsker fortsat at opretholde egentlig spillefilmsproduktion i Danmark, kan det kun kunne ske under følgende forudsætninger.

- Der skal føres en langt hårdere kurs over for filmtyperier på nettet.
- biografernes vindue skal oppebæres på nuværende niveau.

- dansk filmproduktion skal tilføres yderligere offentlig midler.

Man bør fra politisk side sikre filmbranchens økonomi, til både at holde fast i de talenter den politiske indsats foreløbig har resulteret i, samtidig med der bør findes penge til at gyde vandene omkring udviklingen af nye talenter

Alt håb om indtægtsstigninger, som kan sammenlignes med fortidens, er Utopia.

Man behøver ikke en videregående økonomisk uddannelse for at anerkende at prissætningen på de nye digitale medier ikke er svaret på filmbranchens trængsler. Tidligere betalte forbrugeren kr. 179,- for en enkelt film i home entertainment-sektoren. Nu kan samme forbruger få adgang til tusindvis af film på abonnementsbaserede tjenester til kr. 79,- om måneden.

Det er endvidere et faktum, at en biograf betaler langt mere til filmproducenten pr. tilskuer end det filmproducenten modtager fra diverse home-entertainment og streaming tjenester.

Biograferne er således afgørende for dansk films økosystem – både via evnen til at markedsføre filmene med trailers og anden opmærksomhed og via den meget høje betaling biograferne yder til producenterne. At forkorte vinduet svarer til at amputere patientens ene sunde ben, for at lægge vægten over på det syge.

### **Korrektion**

På side 30, står det angivet i tabellen over den klassiske forrentningsmodel, at biografernes vindue skulle være 6 måneder. Det er selvsagt ikke korrekt. Vi taler 3-4 måneder og sådan har det været gennem en årrække.

Fejlen blev nævnt over for arrangørerne af FF, men man har dog ikke fundet anledning til at korrigere.

/Kim Pedersen, Formand, Brancheforeningen Danske Biografer – 29/11/2013



#### **Kontakt:**

**Brancheforeningen DANSKE BIOGRAFER**

Vognmagergade 10

1120 København K

Tlf.: 45 46 10 52 - Fax: 45 46 10 53

E-mail: [post@danske-biografer.dk](mailto:post@danske-biografer.dk)

Hjemmeside: [www.danske-biografer.dk](http://www.danske-biografer.dk)

#### **Formand:**

Kim Pedersen – Mobil tlf. 20 33 53 01 – E-mail: [kp@danske-biografer.dk](mailto:kp@danske-biografer.dk)

#### **Sekretariatsleder:**

Jonna Jensen – E-mail: [jj@danske-biografer.dk](mailto:jj@danske-biografer.dk)