

Finansiering av svensk filmproduktion

- En studie om kommersialitet och konstnärligt skapande

Av

Olle Belfrage och Jenny Bohman

10 p kandidatuppsats i Företagsekonomi
Handledare: Karin Winroth

Konst, kultur, ekonomi-programmet

Institutionen för ekonomi och företagande, Södertörns Högskola
Campus Flemingsberg, Vårterminen 2005

Abstract

Idag finansieras svensk filmproduktion till största delen av stöd från Svenska Filminstitutet, SFI. Det förhandsstöd som utdelas härifrån utgör oftast en förutsättning för att kunna implementera en idé men behöver för den sakens skull inte innebära att projektets fortskridning tryggats. En medeldyr filmproduktion är följaktligen beroende av ytterligare kapital som kan komma från en mängd olika instanser och aktörer både inom samt utanför branschen. Fler inblandade finansiärer kan dock innebära att fler intressenter blandar sig i filmens innehåll och budskap, vilket kan komma att ifrågasätta filmskaparens konstnärliga frihet.

Undersökningen belyser hur finansieringsprocessen kan se ut under en filmproduktion och ger en beskrivning av både vanliga och mindre vanliga finansieringskanaler som kan komma i fråga.

Den visar även vad några av svensk films olika aktörer, såsom producenter och regissörer, anser om balansen mellan kommersialitet och konstnärligt skapande samt om det är två faktorer som går att förena.

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| 1. INLEDNING | 3 |
| 1.1 PROBLEMBAKGRUND | 3 |
| 1.2 UNDERSÖKNINGSPROBLEM..... | 4 |
| 1.3 SYFTE..... | 4 |
| 1.4 AVGRÄNSNING | 4 |
| 2 METOD | 5 |
| 2.1 VAL AV METOD | 5 |
| 2.2 DATAINSAMLING OCH OBSERVATION | 5 |
| 2.3 INTERVJUGUIDE..... | 6 |
| 2.4 URVAL OCH GENOMFÖRANDE | 6 |
| 2.5 KRITISK GRANSKNING | 7 |
| 3 TEORETISK REFERENS RAM | 7 |
| 3.1 FILMEN OCH KONSTBEGREPPET | 7 |
| 3.2 FILMENS FRAMVÄXT PÅ DEN KOMMERSIELLA MARKNADEN..... | 9 |
| 3.3 STRATEGIMODELLER..... | 10 |
| 3.4 KREATÖRERNA I PRODUKTIONSPROCESSEN..... | 11 |
| 4 FINANSIERINGSKANALER | 12 |
| 4.1 STÖDORGANISATIONER..... | 13 |
| 4.1.1 SFI – Svenska Filminstitutet..... | 13 |
| 4.1.2 Regionala stöd..... | 14 |
| 4.1.3 Nordisk Film och TV fond..... | 15 |
| 4.1.4 EU-stöd..... | 16 |
| 4.2 SAMARBETE MED NÄRINGSLIVET..... | 17 |
| 4.2.1 Produktplacering och sponsring..... | 17 |
| 4.2.2 Riskkapital..... | 17 |
| 4.3 EGET KAPITAL..... | 18 |
| 4.4 <i>SÅ SOM I HIMMELEN</i> OCH <i>GITARRMONGOT</i> - TVÅ EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN..... | 19 |
| 5 AKTÖRERNA | 21 |
| 5.1 FILMFINANSIERING OCH STRATEGI | 22 |
| 6.2 REAKTIONER OM BRANSCHEN | 25 |
| 6.3 ALTERNATIVA MEDEL | 29 |
| 6.4 KOMMERSIALITET OCH KONSTNÄRLIG FRIHET – EN OMÖJLIG KOMBINATION? | 31 |
| 6 ANALYS | 34 |
| 7 SLUTSATS | 40 |
| LITTERATUR | 42 |
| BILAGOR | 44 |

1. Inledning

Sverige är ett tämligen litet land med ett begränsat språkområde och lågt invånarantal. Trots detta finns här en gedigen filmhistoria, även med internationella mått mätt. På 1920- talet hade Sverige sin absoluta konstnärliga och kommersiella topp.¹ Regissörer som Victor Sjöström och Mauritz Stiller hade slagit igenom internationellt och med storbanker ledda av Ivan Kreuger skapades SF, Svensk Filmindustri, som öppnade upp lokalerna för Filmstaden i Råsunda. Under mitten av 1900- talet fortsätter Sveriges internationella framgångar och Ingemar Bergman är en av landets stora exporter. Vid denna period slår de svenska biograferna rekord med 80 miljoner besök. En otrolig siffra som senare inte varit i närheten av att överträffas.

Mot bakgrund av historien kan vi se att filmen som medium länge haft en plats i svenska folkets vardag. Trots att biopubliken minskar idag ökar potentialen för filmer att nå ut till människor i takt med att mer avancerad multimedial utrustning i hemmen blir allt vanligare. Alla filmälskares dröm är uppfylld – bio hemma - men så resonerar inte filmbolagen. Hur ser förutsättningarna egentligen ut för att producera film i Sverige idag och hur finansieras den?

1.1 Problembakgrund

År 2004 hade 37 stycken svenska långfilmer premiär². En svensk film med normal budget kostar ca 15-20 miljoner kr att göra, medan en dyr svensk film kostar 35 miljoner kr³. Det finns många olika sätt och vägar att gå när man ska finansiera en filmproduktion; ofta kan det handla om en kombination av statligt filmstöd, investerare från näringslivet eller internationella investerare, produktplacering etcetera. De olika finansieringssätten varierar i förhållande till hur dyr filmen är att producera samt vilket förhållningssätt producenten eller regissören har till kommersiella faktorer och konstnärlig autonomitet. I Sverige är det dock svårt att få en premiärsatt långfilm att gå runt oavsett om biobesökarantalet närmar sig rekordnivå eller inte. Ett par av anledningarna

¹ Andersson-Greek, 2005

² www.sfi.se

³ Agerman & Pineus, 2003

till detta är att vi har ett lågt invånarantal i Sverige samt att svensk film inte längre exporteras i någon större utsträckning.

Mycket av den film vi kan se på våra svenska biografier är från USA och Hollywood. De har, till skillnad från Sverige, en filmindustri med betoning på industri med en hög exporteringsgrad.

Hollywood-filmernas stora utbredning har på många håll implementerat en referensram hos sin filmpublik. Man kallar Hollywood-stilen *den klassiska Hollywood-realismen*⁴. På många håll har denna typ av film blivit en referensram till vad en ”riktig” film är.

En nylig debatt i media har berört SFI:s ansvar i frågan om det svenska filmutbudet på marknaden⁵. Kritik har riktats från vissa regissörer och kritiker mot dem då man anser att SFI delar ut bidrag till mer kommersiella produktioner än vad som utvecklar och berikar den svenska filmkulturen. Den här debatten leder oss mot producenternas och regissörernas egna ansvar finansieringsmässigt.

1.2 Undersökningsproblem

Hur ser den ekonomiska processen ut under produktionen av en film? Hur påverkas det konstnärliga skapandet i denna process?

1.3 Syfte

Syftet med undersökningen är att studera olika finansieringsmöjligheter utifrån filmmakarnas perspektiv och om detta påverkar filmens utformning.

1.4 Avgränsning

En jämförelse med hur en amerikansk eller sydeuropeisk filmproduktions finansieringsstrategi kan se ut skulle vara en intressant studie men skulle bli för stor att genomföra inom ramen för denna C-uppsats. Inriktningen blir därför svensk produktion. Då branschens utbud är mångfacetterat med långfilm, kortfilm, dokumentärfilm, måste en avgränsning göras även här och studien får spegla endast premiärsatt långfilm på biograf. Inte bara för att de omsätter mer pengar utan också för att dessa når ut till fler människor. Undersökningens fokus ligger enbart mot filmproduktioner som producerats under 2000-talet.

⁴ Björkegren, 1999

2 Metod

Syftet med detta kapitel är att presentera de metoder och verktyg som ligger till grund för uppsatsens uppläggning och genomförande.

2.1 Val av metod

Kvalitativ undersökningsmetod har varit mest passande för den här studien⁶. Syftet har varit att genom intervjuer med en mindre grupp på 7 personer få en vidare helhetsförståelse för det problemområde som undersökts. Intervjumaterialet som inhämtats har därför inte blivit något underlag för statistik, men en beskrivning av vad verksamma aktörer i branschen har för uppfattningar och erfarenheter genom sitt arbete.

2.2 Datainsamling och observation

Datainsamlingen har skett genom intervjuer, observationer och seminarier samt litteratur och tidigare undersökningar och rapporter. Intervjuerna har främst genomförts på plats men också via telefon i de fall då fysiskt möte har varit svårt för respondenten att delta i på grund av tidsbrist, geografiskt avstånd eller andra skäl. Fem av intervjuerna har, med respondenternas tillåtelse, spelats in på minidisk för att i största möjliga mån undvika misstolkning eller förvrängning av det som sagts.

Observationer har även gjorts på två företag. Den ena på Atmo, ett media- och filmproduktionsbolag i Stockholm, under en tolv veckor lång praktikperiod. Den andra observationen har skett på Folkets bio, filmdistributionsbolag, i Stockholm under en fyra veckor lång praktikperiod. Dessa observationer har inte utgjort någon huvuddel för datainsamlingen men bidragit till en ökad branschkunskap och viss hjälp att hitta personer att intervjua.

⁵ SVT 1, *Debatt*, 1 februari 2005

⁶ Denscombe, 2004

2.3 Intervjuguide

Vi har gjort semistrukturerade intervjuer med respondenterna där både förutbestämda och improviserade frågor har besvarats⁷. Intervjufrågorna har ställts på ett sådant sätt att respondenterna själva, i viss grad, har fått utveckla och tala fritt kring ämnet då vi inte velat styra dem utan snarare velat få dem att belysa de aspekter kring branschen som berör och påverkar dem personligen. Respondenterna har givit sina svar på hur de anser att den svenska filmbranschen ser ut idag, vad de upplever som bra respektive mindre bra. Likaså hur de under arbetets gång stött på problem med finansiering av sina projekt. Det har även varit intressant att ta reda på vilka vägar som de ansett vara möjliga eller omöjliga för att behålla sin konstnärliga integritet.

Undersökningen har varit objektiv i den mening att det har varit de olika aktörernas åsikter som varit intressanta och inte våra egna. Förhoppningen har varit att svaren skulle ge oss ett underlag för diskussion om hur branschen ser ut idag, om hur svensk filmfinansiering bedrivs och vad som skulle kunna utvecklas och eventuellt förändras.

2.4 Urval och genomförande

Den kvalitativa metoden består av intervjuer med olika aktörer i produktionsledet bestående av producenter, regissörer/manusförfattare och en distributör. Urvalet av respondenter har skett subjektivt⁸ på grund av befintlig kännedom om intressanta filmproduktionsbolag, regissörer och producenter som besitter värdefull information. Den så kallade snöbollsurvalsmetoden har använts då de utvalda personerna rådfrågats om ytterligare intressanta kontakter. De produktionsbolag som vi kontaktat under arbetets gång representerar dels en relativt ny oberoende aktör på marknaden och dels en mer etablerad. Bolagens olika förutsättningar skulle på så vis bredda perspektivet. Denna tanke har även legat bakom valet av de regissörer som vi har intervjuat. För att få en bild av hela produktionsledet har vi också intervjuat en distributör på ett etablerat bolag som främst distribuerar filmer som annars har svårt att nå ut till de större biograferna. Vi har även strävat efter att intervjuja både män och kvinnor.

Undersökningen presenterar längre fram ekonomisk statistik från två premiärsatta filmer, *Så som i himmelen* och *Gitarrmongot*. Statistiken har vi inhämtat från ett seminarium med namnet ”*Var é*

⁷ Ryen, 2004

⁸ Denscombe, 2004

stålarna? Vem får vad och hur?” i samband med ett forum kallat Drömfabriken. Där möts filmbranschen och filmintresserade från hela Sverige en gång per år. Aktuella debatter och ämnen ges utrymme och anordnare är SFI.

2.5 Kritisk granskning

Intervjuer av sådana här slag, där man intervjuar människor som företräder företag och dess särskilda intressen, kan påverka trovärdigheten i de svar som ges. Vi upplever ändå att undersökningens respondenter har svarat personligt och självutlämnande gentemot övriga aktörer inom branschen, på en tillfredsställande nivå för undersökningens sanningshalt. Utifrån det faktum att studien inte innehåller ett större antal respondenter och aktörer utger den sig inte för att beskriva en heltäckande bild av verkligheten men väl en del av den. Empirin har inte endast begränsats till våra respondenter utan också utgjorts av praktik där vi själva deltagit i arbetsprocessen. Vi har även där följt aktuella diskussioner, seminarier och händelser inom området för svensk filmproduktion.

3 Teoretisk referensram

Upplevelserna av vad som är konst är väldigt skiftande och något som alltid varit föremål för debatt. Huruvida vad för slags film som anses vara konst är således även den en stor diskussion och vi har ej någon avsikt att reda ut detta begrepp ytterliggare. Nedan följer dock några idéer om hur man har sett på filmen som konstnärligt medium genom decennierna.

3.1 Filmen och konstbegreppet

Frågan om hur film skall betraktas som konst eller ej går ända tillbaka till dess födelse i slutet av 1800- talet⁹. En första idé om mediet menade att det var ett slags mikroskop och borde på så sätt kategoriseras som ett vetenskapligt instrument framför ett konstnärligt. Under 30-talet dominerade uppfattningen om att filmen främst hade ett underhållningssyfte. Men den beskrevs även som ett undervisnings- och nyhetsmedium vilket bland annat ansågs kunna användas som ett propagandaredskap. Den tekniska innovationen under denna tid sågs inte helt med blida ögon

⁹ Björkegren, 1999

av konstkritiker och estetikteoretiker. Walter Benjamin ansåg att konstens "aura", det unika original i ett konstnärligt skapande, och särskilda ställning i samhället gick förlorad i och med att den massproducerades¹⁰. Theodor Adorno liknade på 40-talet Hollywood och filmindustrin på samma sätt som man producerade bilar¹¹. Filmerna var likt bilarna, lika stereotypa och svårskiljaktiga i dennes ögon. Denna syn på film har blivit kritiserad för att vara elitistisk. Adornos kritik riktades mot Hollywoods dåvarande produktionssystem som slutade att användas 1948¹². Under 30- och 40-talet inriktade sig de så kallade filmmogulerna på att standardisera produktionen av film för att möjliggöra en massproduktion. Detta innebar att man arbetade med studiosystem där produktionen pågick dygnet runt för att möjliggöra att flera filmer kunde produceras samtidigt. I Studiosystemet, eller Hollywoodsystemet, skedde en arbetsfördelning och specialisering av arbetsuppgifterna likt en mekanisk organisationsmodell¹³. Planeringen var separerad från utförandet och arbetsprocessen var standardiserad, detaljplanerad och detaljstyrd.

Trots att det rörde sig om en tämligen standardiserad process för framställandet behövde det dock inte innebära att konsumtionen av filmerna var det¹⁴. Enligt John Fiske är det konsumenten och inte producenten som gör en kulturyttring till populärkultur. Han skiljer mellan öppna och slutna texter, där populärkultur måste ha det förstnämnda för att kunna konsumeras i större utsträckning. Dessa kan karaktäriseras av att de är mångtydiga och erbjuder publiken flera tolkningsmöjligheter av verket tillskillnad mot slutna texter som utmärker många finkulturella produkter. Under efterkrigstiden dominerade uppfattningen att betrakta en enskild film som ett uttryck för en individuell konstnärlig vilja¹⁵. Grunden för denna utveckling inom filmestetiken lades genom Truffauts auteur-teori¹⁶. Det innebar en decentralisering av synen på filmen som en standardiserad produkt, som Adorno tidigare kritiserat. Intresset fokuserades istället främst på regissören som ansågs, genom rollen som författare, ge filmerna de texter som möjliggjorde att studera dessa genom litteraturvetenskapliga metoder. Filmen var regissörens konstnärliga medium. Senare kom denna fokusering att förskjutas, likt litteraturvetenskapen generellt, från regissören till att enbart se till filmerna som sådana: auteur-strukturalism. Film ansågs som konst

¹⁰ Benjamin, 1936

¹¹ Adorno & Horkheimer, 1947

¹² Björkegren, 1999

¹³ Soila-Wadman, 2003

¹⁴ Fiske, 1989

¹⁵ Soila-Wadman, 2003

vilket inte hade något med kommers att göra. En idé som bland annat institutionaliserades i England men även i Sverige på 70-talet, där filminstituten inte skulle ägna sig åt de kommersiella aspekterna av filmproduktion utan om dess konstnärliga kvalitéer. Tidigare under 60- talet hade filmvetenskapen blivit en akademisk disciplin då strukturalismen inte gjorde någon hierarkisk struktur mellan populär- och finkultur. Postmodernismen under 80-talet kom ytterliggare att legitimera action- och underhållningsfilmer genom att betona den emotionella och visuella konsten. Bland annat i form av fysiska handlingar, händelser som för historien framåt och specialeffekter.

3.2 Filmens framväxt på den kommersiella marknaden

Idéerna för produktionsstrategierna gällande den populärkulturella filmindustrin har sin begynnelse i USA då det är där, och i synnerhet i Hollywood, som den har formats och vuxit fram för den kommersiella marknaden¹⁷. Björkegren menar att det som skiljer amerikansk film från exempelvis europeisk, ur ett ekonomiskt perspektiv, är att den förstnämnda är skapad och anpassad till en världsmarknad. Redan i begynnelsen gjorde man film som tillskillnad från europeisk inte var provinsiell i sin karaktär, utan det var historier som kunde förstås och tas emot av en publik utanför landets gränser. Den amerikanska filmindustrin fick redan på ett tidigt plan stora marknadsandelar även i Europa vilket bland annat blev en bidragande orsak till att produktionen i Sverige blev statligt subventionerad och institutionaliserad i form av stiftelsen SFI som bildades 1963 för att kunna säkra en självständig svensk filmproduktion¹⁸.

Den amerikanska filmindustrin blev även snabbt en verksamhet för näringslivet som fick upp intresset för film trots att detta ansågs, och anses än idag, som en högrisksinvestering¹⁹.

Detta intresse kan ha sin bakgrund i att det redan 1908 fanns 8000 biografer i USA som besöktes av 14 miljoner personer. Tekniken för att visa rörliga bilder hade uppfunnits cirka 28 år tidigare på 1880- talet av Thomas Edison. Den nya tekniken hade av judiska immigranter upptäckts som en kommersiell möjlighet. Trots att långfilmsformatet inte introducerades förrän 1915 fanns det på ett tidigt plan klara kommersiella möjligheter trots att filmskaparna endast förmådde att visa de rörliga bilderna i tio minuters kortfilmer. På grund av att filmindustrin ansågs vara en

¹⁶ Björkegren, 1999

¹⁷ Björkegren, 1999

¹⁸ Soila-Wadman, 2003

¹⁹ Björkegren, 1999

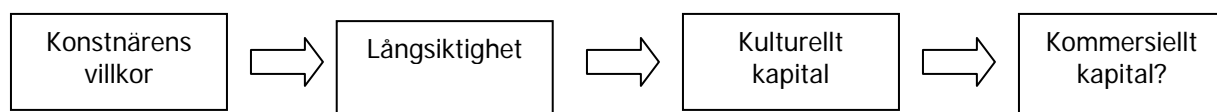
högrisksinvestering lade bankirerna från Wall Street sig i de konstnärliga aspekterna av filminspelningarna och eftersom långfilmsformatet var dyrt att framställa blev filmskaparna beroende av dessa finansiärer på ett tidigt plan. 1920 hade filmindustrin blivit en storindustri i USA och under 30-talet blev den följaktligen en legitim affärsverksamhet för investerare på börserna. Hollywoods invånarantal steg från 5000 personer 1909 till 150.000 i början på 20-talet.

3.3 Strategimodeller

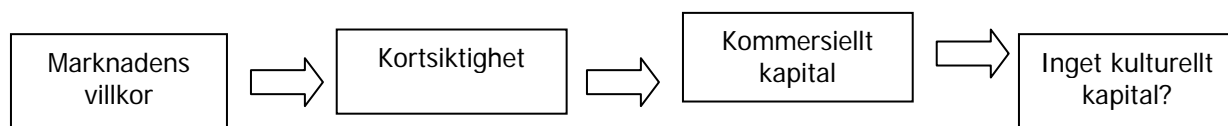
Björkegren identifierar två begrepp inom kulturella affärsstrategier - en konstnärlig strategimodell och en kommersiell²⁰. Den konstnärliga strategin innebär att konsten produceras på konstnärens villkor och ej publikens. Detta kan karaktäriseras av lågkonceptfilmer med en komplex handling där framställningen av texturen är sluten och svårtillgänglig i förhållande till den breda publiken. Förhoppningen är att genom produktionen av denna sorts film kunna skapa en vidare försäljning på längre sikt, och genom att vinna kulturellt kapital, som senare förhoppningsvis omvandlas till kommersiella framgångar.

Den kommersiella affärsstrategin innebär sålunda kultur på marknadens villkor. Här beskrivs strategin som mer kortsiktig och man är ute efter snabba kommersiella framgångar med hjälp av bland annat massiva marknadsföringsinsatser.

Konstnärlig affärsstrategi



Kommersiell affärsstrategi



Figur 1: Visar det konstnärliga och kommersiella affärsstrategiförloppet baserad på Björkegrens teori.

Riktigt så enkelt kan dock inte bolagens arbetssätt och strategier beskrivas, vilket även Björkegren poängterar, eftersom kulturföretag i allmänhet och filmbolag i synnerhet har begränsade kontrollmöjligheter över sina verksamheters utveckling. Strategierna blir tvungna att anpassas till rådande omständigheter, främst ekonomiska, i branschen och i omvärlden. Detta gör att strategierna snarare växer fram efter hand istället för att planeras fram. Filmbolag kan inte, tillskillnad från exempelvis skivbolag och bokförlag, släppa ut ett alltför stort antal produkter på marknaden för att hoppas på att någon av dem skall bli en kassasuccé²¹. Detta på grund av de högre investeringsbelopp som filmproduktioner kräver där varje inspelad film måste spela in och täcka sina kostnader. Under tiden för Björkegrens undersökningsperiod, 1990, ansågs i USA kommersiella filmer som kostade 15-20 miljoner dollar att producera som billiga. Större produktionsbudgetar på uppåt 50 miljoner dollar eller mer förväntades att spela in 100-200 miljoner dollar på bara några månader, vilket leder till frågan hur man med säkerhet kan åstadkomma sådana filmer? Enligt Björkegren som hänvisar till W. Goldman vet ingen det:

”Varför tackade Universal...nej till *Stjärnornas krig*, ett beslut som, om man tar med intäkterna från fortsättningsfilmerna och kringförsäljningen, leksakerna, böckerna och videospelen, kan ha kostat dem över en *miljard* dollar? Därför att ingen, **absolut ingen** – varken nu eller i framtiden – har en aning om vad som kommer att gå bra eller dåligt.”²²

Många hävdar att det inte finns några ”säkra kort” när det gäller vilka filmer som blir kommersiella framgångar eller inte. I jämförelse med bland annat skiv- och bokindustrin arbetar istället filmindustrin i större utsträckning med en betydligt mer renodlad kommersiell affärsstrategi för att kunna hantera marknadsosäkerheten.²³

3.4 Kreatörerna i produktionsprocessen

Filmbranschen består av en mängd olika aktörer som alla spelar en roll i filmproduktionen både på ett kreativt och ett ekonomiskt plan . Uppsatsen behandlar främst de finansiella aspekterna

²⁰ Björkegren, 1994

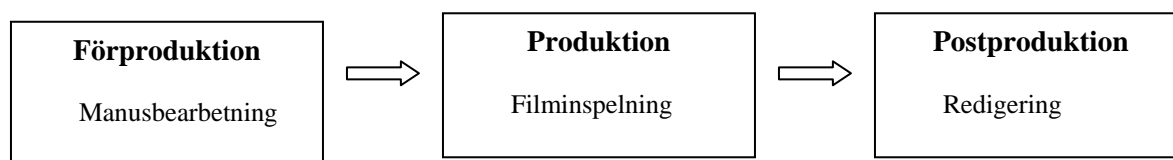
²¹ Björkegren, 1999

²² Goldman, 1983

²³ Björkegren, 1999

men eftersom de olika aktörerna inverkar på varandra i stor utsträckning krävs en kortare beskrivning av hur det kreativa förloppet kan se ut.

Ett filmprojekt består av olika faser som sker linjärt men kan även överlappas parallellt²⁴. I figur 2 urskiljs tre faser i processen för produktionen av en film; förproduktion, produktion och postproduktion.



Figur 2: Kreativa faser i produktionsprocessen

I **förproduktionsfasen** bearbetas manus och synopsis som krävs för att kunna beskriva och presentera projektet för olika intressenter. Vanligtvis tar upphovsmannen kontakt med ett produktionsbolag/producent innan dessa skickas vidare till olika finansiärer. Om förutsättningarna för inspelning är klara rollbesätts manusets karaktärer, med hjälp av exempelvis rollsättare, och ett omfattande researcharbete tar vid för att hitta passande miljöer och inspelningsplatser. Detta sker genom ett tätt samarbete mellan regissör, producent och fotograf. I **produktionsfasen** gestaltas berättelsen ur manus till filmens bildliga språk. Detta sker genom ett tätt samarbete i filmteamet ute på fältet där regissören har det yttersta konstnärliga ansvaret. Slutligen i **postproduktionsfasen** sätts det slutgiltiga resultatet av filmen ihop genom en oftast lång redigeringsprocess. Till denna hör klippning, ljudläggning och musik samt mixning innan den färdiga filmen ges ut på marknaden.

4 Finansieringskanaler

För att möjliggöra produktionen av en film krävs inte bara bra idéer, manus, skådespelare och regissör, utan också ekonomiska resurser. Att göra film kostar ofta mycket pengar, därför blir detta naturligtvis centralt. De ekonomiska medlen kan bestå av statligt stöd, kommunala medel,

²⁴ Soila- Wadman, 2003

sponsring från näringslivet, riskkapitalister samt eget kapital. För att få en vidare förståelse för de två fall, filmerna *Så som i himmelen* och *Gitarrmongot*, som visas nedan presenteras först i detta kapitel kortfattat de viktigaste finansieringskanaler som finns att tillgå.

4.1 Stödorganisationer

Ekonomiskt stöd till film ges rikstäckande av SFI. På senare år har regionala stöd också vuxit fram där kommun och landsting går in som samproducenter. Internationellt stöd finns bland annat i form av EU-bidrag.

4.1.1 SFI – Svenska Filminstitutet

SFI är en stiftelse som bildades 1963 med uppgift att genom kulturpolitiska mål dela ut stödpengar till och lyfta fram svensk film²⁵. Deras främsta uppgift är att fördela stöd till produktion, distribution och visning av film i hela landet samt att stödja filmkulturell verksamhet. Det finns ett filmavtal mellan staten, filmbranschen, Sveriges Television AB och TV4 AB som reglerar SFI:s verksamhet. Avtalet är i skrivande stund under bearbetning och ett nytt filmavtal väntas detta år men är ännu inte helt klart.

SFI-stiftelsen finansieras främst av bidrag från svenska staten, SVT, TV4 samt från landets biografägare som betalar in en biografavgift på 10% av bruttobiljettintäkterna varje år.

På SFI finns två konsulenter för långfilm och en vardera för kortfilm, barnfilm, dokumentärfilm och fortbildning. Deras uppgift är att fördela de stödpengar som söks av filmmakarna. Under 2004 delades totalt 145 450 000 kr ut.²⁶ Konsulenterna anställs på två och ett halvt år med möjlighet till ett års förlängning. De har fram tills det nya avtalet för 2006-2010 kunnat dela ut pengarna fritt efter egen personlig bedömning. I och med det nya avtalet kommer deras verksamhet att övervakas mer och tidigare obefintliga direktiv eller riktlinjer för deras arbete kommer att sättas in. Detta efter påtryckningar från såväl staten som övriga filmbranschen, såsom producentföreningen och Sveriges regissörer. Det är i skrivande stund ej heller klart hur mycket stöd de kommer att kunna tillhandahålla. Konsulentsystemet har funnits sedan 1993 och totalt har 20 konsulenter passerat SFI. Nuvarande långfilmskonsulenter är Marianne Ahrne och Per Nielsen. SFI delar även ut ett publikrelaterat efterhandsstöd samt ett lanseringsstöd till distributör av svensk långfilm.

²⁵ www.sfi.se

I bilagorna 2-4 följer statistik över olika stöd från SFI som gått till långfilm under år 2004. Statistiken visar stöd för produktion, lansering och paralleldistribution (som även innefattar internationella filmer).

4.1.2 Regionala stöd

Under det senaste decenniet har det skett en regionalisering av filmproduktionen i Sverige med en allt starkare filmverksamhet i flertalet av landets län²⁷. Tidigare var i princip all verksamhet inom film koncentrerad till Stockholm vilket bland annat berott på att SFI är beläget där. Redan på 1970- talet fanns det dock kulturpolitiska mål som betonade en regional spridning av kulturen, men diskussionen om att skapa en regional struktur på filmproduktionen tog inte fart ordentligt förrän i slutet av 80- talet. Det första statliga projektstödet till regional filmverksamhet kom sedan 1996 då vissa regioner redan på allvar, däribland Film i Väst och Filmpool Nord, hade hunnit växa sig starka. Idag finns det, i varierad storlek, totalt 19 regionala filmcentrum som täcker samtliga län i Sverige.

Film i Väst

Film i Väst är ett regionalt resurs- och produktionscentrum för film som är helägt av Västra Götalands kommun²⁸. Här kan man ansöka om ekonomiskt bidrag på så vis att Film i Väst går in som samproducenter. Syftet med organisationen är att verka för kvalitet, högt publikt genomslag, bredd och förnyelse formmässigt och finansiellt samt att främja utvecklingen av film- och TV-industrin i Västra Götalandsregionen, enligt Film i Västs regelverk. Samproduktion kräver att sysselsättningen är förlagd med 50% av personalen boende i Lysekils, Trollhättans, Vänersborgs och Uddevallas kommun, men också Göteborg, Dalsland och Norra Bohuslän. Det finns även andra regler för att möjliggöra samarbetet, t ex att huvudproducenten har kontor i någon av regionerna och att denna ger en garanti för att filmen blir färdiggjord om budgeten överstiger 8 miljoner kr. Om en utländsk producent ansöker om samproduktion måste ytterligare en svensk samproducent finnas med från ett privatägt bolag, d v s inte SVT eller TV4. Det maximala

²⁶ Edström m.fl. 2004

²⁷ Andersson- Greek, 2005

²⁸ www.filmivast.se

ekonomiska stöd samproduktionen ger är en tredjedel av den totala budgeten. Film i Väst har rätt till lika stor andel av intäkterna från start.

Filmpool Nord

Denna organisation liknar Film i Väst på många sätt men verkar för en verksamhet i Norrbottens län. För att Filmpool Nord ska kunna ingå samarbete måste 25% av finansieringen vara klar²⁹. Insatsen kan maximalt bli 20% av den totala budgeten och högst 3 miljoner kr. Filmpool Nord kan medverka i TV-produktioner om denna drivs av ett oberoende bolag. De går även in i projektutveckling med 50% av utvecklingskostnaden och högst 200 000 kr, med krav att detta senare spelas in i Norrbottens län. För att medfinansiera filmer vill de ha en distributör säkrad. Beslut om samproduktion sker på styrelsenivå med förslag från VD. Denne utser rådgivare för projektbedömning. VD:n har själv alla kontakter med producenter och följer även förloppet under filmprocessen.

Övriga

Liknande regionala ekonomiska insatsorgan på kommunal nivå finns även bland annat i södra Sverige, Film i Skåne, och Mälardalenregionen, Film Stockholm och Västerbottens län, Film i Västerbotten. Dessa fungerar på likadant sätt som ovan nämnda, med liten variation³⁰.

4.1.3 Nordisk Film och TV fond

Nordisk film och TV fond är uppbyggd av flera nordiska samarbetspartners, bestående av filminstitut och vissa TV-kanaler från de nordiska länderna Norge, Finland, Danmark, Island samt Sverige³¹. Syftet med fonden är att sponsra produktion av audiovisuella projekt i Nordens länder genom att finansiera långfilm, TV-fiktions, TV-serier, kortfilm och dokumentärer. De ger bland annat stöd till projektutveckling, distribution och lansering samt översättning till nordiska språk.

²⁹ www.fpn.se (Filmpool Nord)

³⁰ www.filmiskane.se & www.filmstockholm.se

³¹ www.nftf.net (nordisk Film och TV fond)

4.1.4 EU-stöd

Idag finns det ett mindre antal stöd att tillgå från EU, bland annat i form av Media- programmet och Eurimages. Dessa stöd har tidigare inte fått något större genomslag i Sverige men är något som är på väg att öka inom landets filmproduktion³².

Media- programmet

MEDIA står för *Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie Audiovisuelle* vilket betyder: Medel för att stärka utvecklingen av den audiovisuella industrin³³.

Det här är ett industristöd som ges till medelstora och större bolag inom film och media. Det är inte ett stödorgan för kultur utan gynnar industriell verksamhet.

Stöd ges till utveckling, utbildning, distribution och marknadsföring³⁴.

Media Plus är ett stöd som ges till audiovisuella projekt, d v s film, TV och multimedia, men inte i form av produktionsstöd, utan före och efter produktion. Till svensk fiktionsfilm kan man få 20-50.000 Euro. Filmen måste vara minst 50 min och sökning sker i regel via oberoende etablerade bolag. Följaktligen går det inte att söka stöd för sin första filmproduktion. Bolaget måste tidigare ha producerat och distribuerat film under två års tid. I Sverige kan man få upp till 60% beviljat stöd om resten av produktionen kan finansieras på annat sätt. Det finns många regler och kriterier att hålla sig till vid ansökan av stöd från Media Plus, men det är relativt hög antagningsprocent. Det förutsätts att avtal finns med flera distributörer i olika medlemsländer eftersom stödets huvudmål är att främja spridning av film i medlemsländerna. Eventuellt vinstkapital måste återinvesteras i nästkommande projekt.

Svårigheten med det här stödet kan vara att beslutande organ är beläget långt bort geografisk³⁵.

Det kräver mycket administration vilket kan ta mycket tid i anspråk menar en medarbetare på Mediadesk, SFI. Hon anser också att det är bra att det nu finns flera sätt att finansiera projekt, fler än genom SFI och filmkonsulenterna.

³² Svensson, 2005

³³ Intervju med Lisa Taube

³⁴ www.sfi.se

³⁵ Intervju med Lisa Taube

Andra internationella stöd

Eurimage är ytterligare ett stödorgan, men fungerar mer som investerare på det viset att de vill ha återbetalning om projektet går med vinst³⁶.

European Investment Bank – Eye to Eye-projektet - är ett annat alternativ till finansiering som fungerar ungefär som en vanlig investerare och är en slags riskförsäkring.

4.2 Samarbete med näringslivet

Idag förekommer ofta samarbeten med näringslivet i form av sponsring och produktplacering, detta brukar dock inte utgöra någon ekonomisk huvudkälla. Samarbete med riskkapitalist är en annan väg att gå. Eget kapital är en post i budgeten som brukar synas alltför lite.

4.2.1 Produktplacering och sponsring

Produktplaceringen växte fram på 1920-talet i USA. Företagen hade då inte som mål att tjäna pengar, utan lånade endast ut sina produkter till skådespelarna för användning³⁷. Senare insåg man den kommersiella kraften i att koppla samman en produkt med en skådespelare och produktplacering började användas som ett promotionverktyg. Först på 80-talet började företagen betala filmbolagen för att få placera sina produkter i filmer. Viktigt för företagen när de produktplaceras brukar vara att produkten används på ett naturligt sätt samt är i en miljö tillsammans med den målgrupp som man vill marknadsföra sig mot. Studier har visat att kontrollen på svenska företag av hur effektiv produktplacering är för företag varierar. Forskning på området är dessutom relativt ny i Sverige. Produktplacering är en vanlig form av filmsponsring. Film brukar också sponsras av enbart likvida medel utan att företagets produkter syns i bild, företagets namn brukar då i stället bli synligt på ett eller annat sätt.

4.2.2 Riskkapital

Att finansiera film med riskkapital är ett tillvägagångssätt som i Sverige är relativt ovanligt och är främst en amerikansk företeelse.³⁸ Idag finns det inga Investmentbolag i landet som enbart investerar i film. Mattias Löw, filmregissör, som har erfarenhet av att arbeta med riskkapitalister

³⁶ Intervju med Lisa Taube

³⁷ Norman & Persson, 1999

tror att ovanligheten med att gå tillväga på detta sätt troligtvis beror på den rädsla som kommer från filmbranschens sida. Det är dyrt att spela in film och för filmer med en budget runt 15-20 miljoner innebär det ett ännu större risktagande för riskkapitalisterna att gå in och ta hela risken i projekt då publikunderlaget är väldigt svårt att förutse.

4.3 Eget kapital

Till de flesta produktioner krävs även en del av insatt eget kapital vilket varierar i förhållande till hur dyr filmen blir. Detta kapital kan dels sättas in i form av fysiska pengar, men kan även komma från producentens, regissörens eller de anställdas utelivna, eller uppskjutna, inkomster som kan realiserats först då filmen har spelat in sina kostnader. En post som oftast inte uppmärksammas i ekonomiska rapporter och redovisningar eller budgetar.³⁹ Även på den tekniska sidan kan detta förekomma då företag som hyr ut teknisk utrustning till ett kraftigt reducerat pris för att sponsra projekt de tror på. Denna vilja från de inblandade parterna, att offra en del av sina intäkter för att möjliggöra filmens genomförande, utgör ett mörkertal i finansieringsledet. Detta medför att filmerna borde redovisas som dyrare än vad de oftast utger sig för att vara. Tabell 1 nedan visar ett exempel på de vanligaste utgifterna under en filmproduktion och hur stor summa av detta som utgörs av lön.

Tabell 1:

Källa: Filmproducenternas branschkansli.

| | Mkr | varav lön, mkr |
|----------------|-----|----------------|
| Rättigheter | 1,5 | 0,45 |
| Producent/regi | 1,6 | 0,8 |
| Personal | 2,5 | 2,5 |
| Skådespelare | 1,5 | 1,5 |
| Teknik | 3,9 | 1,95 |
| Scenkostym | 1,2 | 0,96 |
| Resor/hyra | 1,1 | 0,33 |
| PR etc | 1,7 | 0,68 |
| Summa | 15 | 9,17 |

³⁸ Intervju på telefon med Mattias Löw 2005-04-27

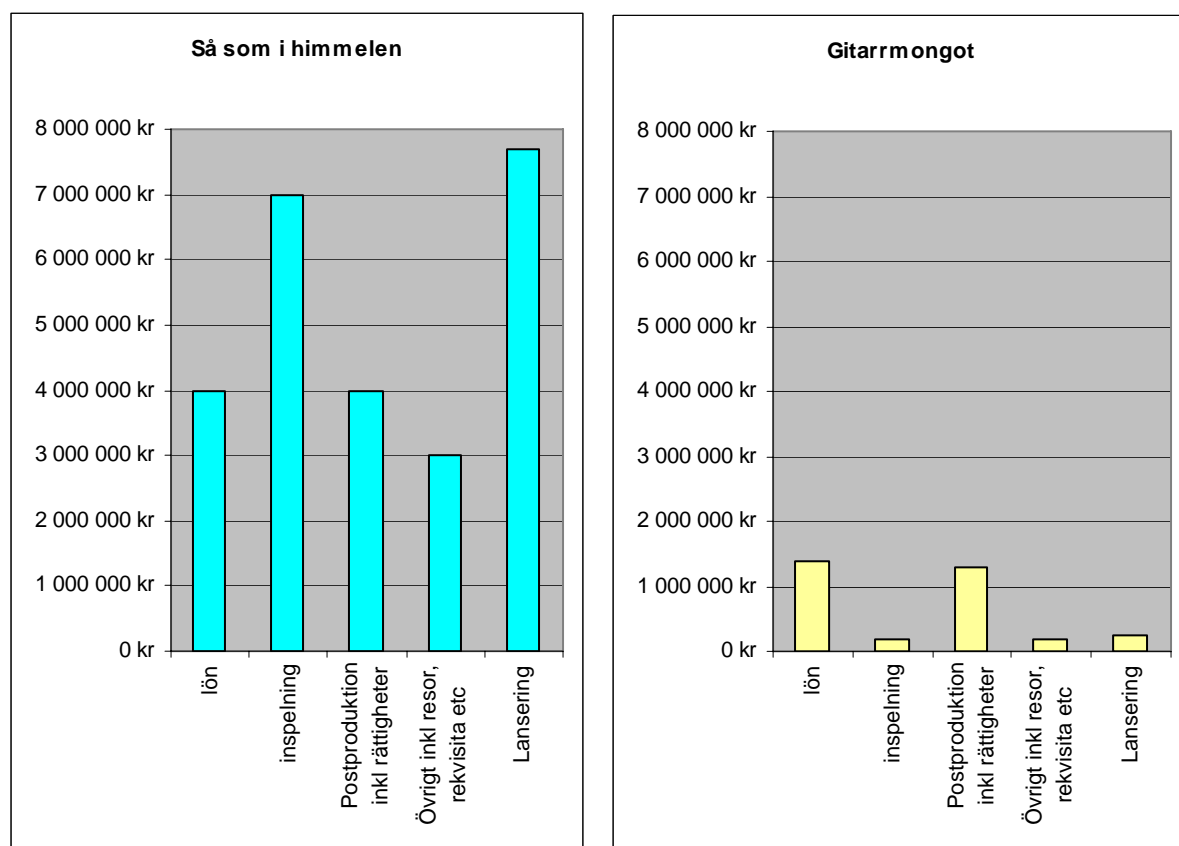
³⁹ Göran Lindström, i debatten "var é stålarna, vem får vad och hur" i samband med Drömfabriken

4.4 *Så som i himmelen* och *Gitarrmongot* - två exempel från verkligheten

Under 2004 hade filmerna *Så som i himmelen* av Kay Pollack och Ruben Östlunds *Gitarrmongot* båda premiär. Två filmer som spelades in och finansierades under helt olika förutsättningar.

Tabell 2:

Källa: Debatten ”var é stålarna, vem får vad och hur”, Drömfabriken 2005.



Så som i himmelen hade en budget på omkring 25 miljoner kronor och sågs av drygt 1.4 miljoner besökare.⁴⁰ *Gitarrmongot* kostade tre miljoner kronor att spela in och har hittills setts endast av 3.000 personer. Filmen finansierades av ett förhandsstöd från SFI på 2 miljoner kr och resten utgjordes av eget kapital.

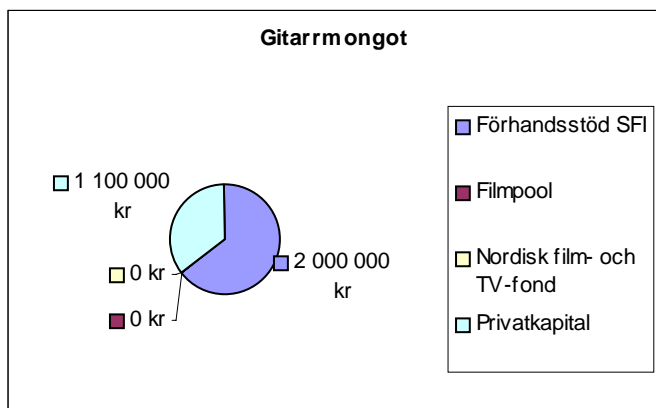
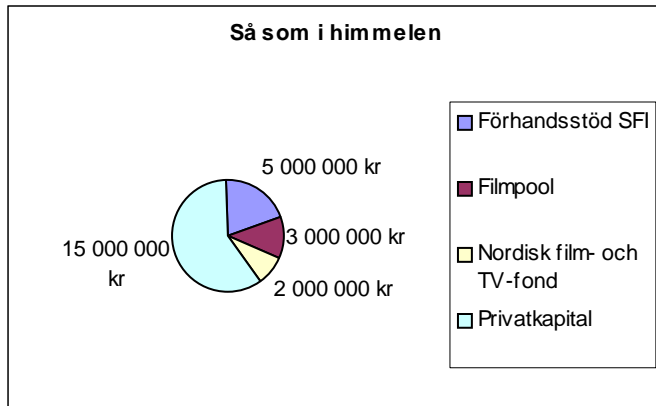
Så som i himmelen tilldelades 5 miljoner kr i förhandsstöd från SFI och samproducerades även tillsammans med Filmpol Nord som gick in med 3 miljoner kr. Eftersom filmen hade distributionsavtal med andra länder i Norden förutom Sverige, tilldelades den 2 miljoner kr av

⁴⁰ Debatten ”var é stålarna, vem får vad och hur”, Drömfabriken 2005

Nordisk Film och Tv-fond. De resterande 15 miljoner kr som återstod finansierades av privatkapital. Dels i form av utomstående privata finansörer, men den största delen kom dock från filmarbetarna själva. I form av reducerade arvoden, främst från skådespelarnas sida, som kunde uppgå till det fulla först om filmen spelade in sina kostnader. Vilket den gjorde till slut.

Tabell 3:

Källa: Debatten ”var é stålarna, vem får vad och hur”, Drömfabriken 2005



Så som i himlen blev, publikmässigt mätt, en av de mest framgångsrika på flera år och nominerades även till en Oscar för bästa utländska film. Producenten Göran Lindström, som inte tog ut någon lön förrän pengarna spelats in, menar att filmen aldrig hade kunnat bli färdigställd om inte hans medarbetare ställt upp och trott på filmen och sålunda gått med på att ta ut en del av lönen efteråt. Filmen hade innan den lanserats på DVD spelat in 15 miljoner kr i vinst vilket var den summa som utgjorde det insatta egna kapitalet.

Detta exempel belyser det ekonomiska risktagande som i detta fall, i stort sett, alla involverade tog. Från producent till skådespelare. Det faktum att det krävdes över 1.4 miljoner besökare, vilket är en stor siffra i Sverige, för kunna gå runt ekonomiskt förklarar de premisser som svensk film står inför.

Tabell 4:

Källa: Debatten ”var é stålarna, vem får vad och hur”, Drömfabriken 2005

| Resultaträkning | Så som i himmelen | Gitarrmongot |
|--------------------------------|--|-----------------------------------|
| Bruttointäkter från bio | 70 000 000 kr (vid 1 milj besökare) | 200 000 kr (vid 3000 besökare) |
| Avgift SFI 10% | -7 000 000 kr | -20 000 kr |
| Biografersättning | -35 000 000 kr | 0 kr |
| Distributionsersättning 15-30% | -5 300 000 kr | 0 kr |
| Lanseringskostnader | -7 700 000 kr | -250 000 kr |
| Summa | 15 000 000 kr | -70 000 kr |

Gitarrmongot sågs inte av någon större publik men blev mer uppskattad av kritikerna än den andra filmen, vilket belyser att det går att göra kvalitativ film utifrån en betydligt lägre budget. Filmen spelades in med billigare digitalteknik och finansierades även den med en procentuellt sett relativt stort eget kapital. Innan lanseringen för DVD visade projektet upp ett underskott på 70 000 kr. Producent Anna Solmans förhoppning var att filmen skulle ha en längre livslängd och på så sätt spela in sina kostnader på längre sikt.

5 Aktörerna

Filmbranschen består av en mängd olika aktörer som alla inverkar på filmens utformning. Vi lät intervjua två producenter och tre regissörer för att få veta hur de resonerar kring sin egen finansieringsstrategi samt den ekonomiska och konstnärliga processen. En intervju skedde även med en distributör som utgör en annan del av produktionskedjan. Samtliga redogör även för sina generella åsikter och tankar kring hur de anser att branschen ser ut idag. Detta för att man som läsare skall kunna få en närmare förståelse för hur denna fungerar.

Producent A är producent och VD för ett mindre produktionsbolag som gått från dokumentär och TV-produktioner till långfilm medan **Producent B**, även han producent och VD, får representera ett mera inarbetat företag på långfilmsområdet. **Regissör A**, som även filmar dokumentärt, är en relativt oetablerad långfilmsregissör men är intressant då han söker annorlunda vägar för att realisera sina projekt. Bland annat spelade han in den första helt digitala spelfilmen i Sverige enbart finansierad med riskkapital. **Regissör B och C** är mer etablerade i branschen där den sistnämnde fått internationella framgångar och priser för sin senaste långfilm. Regissör B representerar Sveriges regissörer i den grupp som förhandlar fram nästkommande filmavtal. **Distributören** arbetar på ett oberoende distributionsbolag som har intentionen att distribuera film som befinner sig utanför den stora kommersiella marknaden. Om man vill läsa mer om respondenterna är de presenterade i bilaga 1.

5.1 Filmfinansiering och strategi

Producent A:

För Producent A är det viktigt att finansiera filmprojekten inom Skandinavien för att det ska vara lättare att kommunicera. I ett stort projekt som hon håller på med nu har de propåer från både Tyskland, USA och Storbritannien men de ingår i hennes ”plan D”. Hon tycker också att det är väldigt viktigt att jobba med människor som hon tycker bra om. Hon är ointresserad av pengar och mest intresserad av att få en bra film. Hon går på ”magkänslan”, och tänker alltid på vad som är bäst för filmen i första hand och det behöver inte alltid vara att ha så mycket pengar som möjligt. Man måste jämföra pengar med energi. Som ett exempel nämner hon att det kanske inte är så mycket värt att få pengar från t ex Danmark om det innebär att man måste pendla. En nackdel med finansieringen är att alla finansiärer ska vara med och tycka, och de blir ofta fler desto större projektet är.

Producent B:

Producent B berättar att deras långfilmer produceras med hjälp av stöd från SFI, samproduktion med de regionala nätverken t ex Film i väst, Filmpol nord etcetera, distributörer och TV. Ibland även med hjälp av stöd från Nordisk film- och TV-fond och Eurimage, men det är mer sällsynt. Dessa är de tunga bitarna men har man inte stöd från SFI är det i stort sett omöjligt att producera

en långfilm. De regionala organen Film i väst och Filmpol nord m fl går endast in som samproducenter, vilket betyder att de vill ha pengar tillbaka, de ger inga stöd. Dessutom består de av en relativt liten del av finansieringen. Sponsring och produktplacering använder de sig av i så pass liten utsträckning att det inte har någon betydelse för filmens existens.

Producent B tycker egentligen inte att de har någon specifik strategi. Däremot finns det många olika kriterier och krav att uppfylla som man vill få igenom sin finansiering. Alla parter har sina egna mål att tillgodose; konsumenten ska gå på sin smak, distributören har rent kommersiella intressen oavsett om han är bara distributör eller samproducent också, de regionala fonderna har sina krav på att man ska ha ett visst antal anställda i regionen och nu med det nya filmavtalet så är det fördel om man är kvinna. Svårigheten är att hitta projekt som uppfyller alla dessa krav och skulle kanske kunna liknas vid en strategi. ”Fyller man alla dom här kraven så får man ju filmen gjord. Sen om det är den bästa filmen, det kan man ju ifrågasätta.”

Regissör A:

Regissör A finansierar sina filmprojekt med hjälp av distributörer, TV-kanaler, video- och TV-distributörer men har även erfarenhet av samarbete med riskkapitalister. En av hans första spelfilmer finansierades helt med hjälp av en riskkapitalist i form av ett svenskt investmentbolag. Han hade varken stöd från SFI, distributör eller på regionalt plan. Han menar att detta tillvägagångssätt att finansiera film på är relativt ovanligt. Att varken ha ett kontrakt med en distributör eller stöd från SFI, eller något stort produktionsbolag såsom SF eller Sandrews, i ryggen innan de sålde in projektet hos riskkapitalisten. Kontraktet var skrivet så att hans egna bolag och de andra exekutive producenterna inte hade något ekonomiskt kapital att förlora, det var investmentbolaget som helt tog risken i projektet. Ovanligheten med att gå tillväga på detta sätt förklarar han med att det troligtvis beror på en rädsla från filmbranschens sida. Det är dyrt att spela in film och för filmer med en budget runt 15-20 miljoner innebär det ett ännu större risktagande för riskkapitalisterna. Filmen kostade 4 Mkr att producera vilket han menar inte är en lika avskräckande summa för riskkapitalisterna. En summa som han idag tror att de har fått tillbaka.

Han säger sig även sakna ett europeiskt samarbete produktionsmässigt och menar att MEDIA Plus programmet inte kommer att vara till så stor hjälp för filmproduktionen i Europa om det inte blir mindre projektinriktat. Det måste bildas ett större studiosystem där man producerar flera

filmer åt gången så att risken blir mindre. Han ser språkskillnaderna som ett av hindren för att detta skulle kunna realiseras.

Regissör B:

Regissör B menar att man måste ha med sig distributörerna för att nå ut med filmen och de i sin tur kräver att man har SFI med sig i ryggen. När man väl har fått SFI får man oftast ytterligare stöd från SVT och Nordisk film- och TV fond. Då är det ganska lätt, menar hon. Men överlag menar hon att det är jättesvårt att veta hur man ska finansiera film, om man inte gör en lågbudgetfilm där ingen får betalt vilket i hennes ögon räknas som hobbyverksamhet.

Regissör C:

Det viktigaste för att få finansieringen att gå ihop är att få med sig en konsulent hos SFI, anser regissör C. Han berättar att när de gjorde hans förra film hade de Film i Väst med sig och TV-bolaget Canal + gick in med 400 000 kr. De hade också en privat finansiär som gick in med 5 miljoner kr. Det satsades också eget kapital i form av bland annat inestående löner både för honom själv och skådespelarna. Sammanlagt kostade den 9 miljoner kr att göra, men blev en vinstaffär till sist ändå på grund av internationell uppmärksamhet och DVD-försäljning. Han menar att det är viktigt att försöka få avtal utomlands. I den nya filmen som ännu ej är klar har de avtal med Danmark, Sonet och TV1000.

Om finansiering tillägger han även att han ställer sig kritisk till att det ofta talas om utgifter i Sverige. Han menar att det vore bättre att se det som investeringar eftersom det är vad det är. Hans uppfattning är att vissa producenter drar in på fel saker så att kvalitén blir sämre. Han nämner filmmusik som exempel där han menar att om man istället betalade lite extra skulle det höja filmen och göra den mer kommunikativ. Han jämför med USA där man mer tänker om filmen som att det är en produkt och att man får tillbaka det man investerat.

Distributör:

Distributören berättar att när de importerar film väljer de dels färdiga filmer som de tycker är bra och dels filmer som det tror på i ett mer kommersiellt hänseende. När det gäller svenska filmer har de ofta kontakt med filmmakarna innan filmen är klar, men de går aldrig in i produktionen för

det finns det inte resurser till. De som gör svenska spelfilmer kommer inte till dem i första hand heller just på grund av det. Dokumentärfilmarna brukar däremot komma till dem först.

På hennes bolag befinner de sig nu i en svår period ekonomiskt då de får dra ned väldigt mycket, berättar hon. De kan endast ta in de importer som de får stöd för och de andra får de lägga åt sidan så länge. På så vis blir risken mindre.

”Vi distribuerar ju filmer som väldigt få andra skulle distribuera på bio överhuvudtaget”, säger hon. De är därför beroende av att ha egna biografer även om de visar vissa filmer också på andras biografer. De har en stor spridning i landet.

Distributören talar också om att det har skett en stor förändring under de senaste åren när det gäller den svenska filmen på grund av att många producerar digitalt nu. På ett par biografer håller de även på att skaffa digital utrustning och därför kommer fler och vill visa sin film. En fördubbling av visandet av svenska filmer har ägt rum hittills det här året. På grund av det här tror hon att de måste ändra sitt tillvägagångssätt i framtiden.

6.2 Reaktionen om branschen

Producent A:

Producent A menar att filmbranschen är orättvis och i själva verket nästintill korrupt. Att det handlar mycket om att vara vän med rätt person vilket hon i och för sig understryker inte är något unikt enbart för filmbranschen som sådan. Det är pengarna som styr vilket kan urskiljas av att få produktionsbolag idag styrs av konstnärlig kreativ ambitionsnivå. Som bevis på detta pekar hon på att de filmer som går på bio idag är enkla och snabbproducerade och är anpassade för att nå en stor publik, vilket de ofta gör. Samtidigt anser hon att det är positivt i en mening då dessa filmer gör att pengar kommer tillbaka till annan filmproduktion i form av publikintäkter. Hon ställer sig ändå ambivalent till frågan om hon anser att dessa kommersiellt gångbara ”publikfilmer” ska ha höga stödsummor från SFI. Även om det är gratispengar till filmer som ändå kommer att spela in sin produktionsbudget så är det svårt att motivera varför de inte skulle få det. Då skulle filmstödet bli politiskt omöjligt.

Hon är även tveksam till om konsulentsystemet är positivt för filmklimatet i Sverige. Det är ett system som är godtyckligt på grund av det faktum att de som vänder sig till SFI är helt i händerna på en person.

Producent A vill ändå framhålla att Sverige och länderna i Skandinavien troligtvis är de bästa att vara i om man vill göra film. Filminstituten i sig är beredda att satsa på nya och annorlunda projekt. I andra länder påpekar hon att de ”snälla” pengarna inte finns för filmer som inte förutsätts gå runt kommersiellt. För dessa filmer, vilket i många fall är kort- och dokumentärfilmer, förutsätts att filmskaparna i många fall får arbeta ideellt. Hon menar att man får se det som en investering på längre sikt och ger exempel på en av deras prisbelönda dokumentärer som sålt bra i efterhand och gått runt på så sätt.

Producent A anser även att filmbranschen idag är alldeles för mansdominerad, eller ”gubbig” i hårdare ordalag. Men sedan det nya avtalet som presenterades på Göteborgsfilmfestival i januari 2005 av kulturminister Leif Pagrotsky har hon märkt en förändring. Där lovade Pagrotsky en fifty-fifty fördelning mellan könen genom en särskild genusparagraf i avtalet. SFI har fått i uppdrag att se till att detta efterföljs. Producent A:s bolag fick förra året ett producentstöd som delades ut enbart till produktionsbolag som drevs av kvinnor. På ett sätt tycker hon att det känns konstigt att få stöd enbart för att vara kvinna men tillägger att det inte är den enda anledningen, de har något att komma med också.

Producent B:

Möjligheterna för att göra film styrs till stor del av filmavtalet, anser Producent B. Just nu är det mycket svårt att göra film och får man inget stöd från SFI är det nästan omöjligt att få en film gjord, menar han. Om stödet inte fanns skulle det inte finnas någon större långfilmsproduktion. Filmavtalet som det ser ut nu är en ”intressant socialdemokratisk blandning av stöd och kommersialism”. Han riktar kritik mot filmkonsulentsystemet men säger samtidigt att han har ingen idé om hur det skulle kunna fungera bättre på något annat sätt har man på sätt och vis accepterat det. Han framhåller dock att han skulle vilja att de fick en arbetsbeskrivning, vilket de inte har idag. Det gör det svårt att förutse hur de arbetar när de är valda endast under en treårs period. Han tycker att det finns en bredd i de filmer som får stöd och tycker inte att man kan märka att det skulle finnas en förkärlek för en speciell typ av film på grund av vad konsulenterna har sysslat med tidigare. Däremot tycker han att det finns tendenser att man satsar på en viss typ av film baserat på publiksiffror och nämner deckarhistorier som exempel. Just nu tycker han att det totala utbudsklimatet är för tråkigt, han skulle vilja ha mer variation.

Regissör A:

Han tror inte på det rådande systemet. Han tycker att utbudet blir för smalt nu och att man gör subjektiva val. Tendensen finns att konsulenterna satsar på sina vänner och på sin egen smak alltför mycket. Han tror det är en fara för svensk film. Men han tycker ändå att det är viktigt att SFI finns om man ska kunna göra filmer som kostar 20 miljoner kr. Hans förslag är att de borde samarbeta mer i grupp och ha en utvärderingsgrupp som är mer objektiv med olika erfarenheter som tillsammans beslutar om vad man ska satsa på. Han tror egentligen inte att det är så svårt att få folk till biograferna om man visar bra filmer och priset är rimligt, eftersom svenskarna är en relativt homogen grupp. Han syftar på att en miljon människor går och ser samma film vilket procentuellt sett är en hög siffra om man jämför med andra länder.

Regissör B:

Regissör B påpekar att den svenska filmbranschen är väldigt liten. Detta kan vara positivt i den bemärkelsen att de flesta känner varandra vilket kan underlätta för kommunikationen. Men att det även medför negativa sidor såsom jävsituationer och då framför allt på finansieringssidan. Hon anser att folk särbehandlas och resonerar kring de problem som uppstår med SFI:s konsulentsystem som enligt henne är ohållbart. Där personer enväldigt plockas in av institutet och, i stort sätt, ur ett helt personligt perspektiv bestämmer vilka filmer som ska få göras eller ej: ”Det känns inte som att det är ett hållbart system. Därför att det är så att om man får nej av de två sittande långfilmskonsulenterna, för att din personliga idé inte passar dem måste du vänta i tre till fyra år för att presentera dem igen...//... Som det sett ut nu har det blivit en anarkistisk situation som har blivit ohållbar när det finns så få konsulenter”.

I rollen som regissör har hon känt av att filmbranschen är mansdominerad. Hon tror att det beror på att branschen fortfarande är alldeles för konservativ och menar på att kvinnliga regissörer inte är lika betrodda i lika stor utsträckning som de manliga. Hon tror sig dock se en förändring, bland annat i det nya filmavtalet från 2006-2010. Konsekvensen av detta har hon redan börjat märka då hon fått alltmer förfrågningar på sista tiden. Men samtidigt ställer hon sig misstänksam till det då hon befarar att det kan bero på att producenter känner sig tvungna att ta in kvinnor för att de skall kunna få stöd i större utsträckning.

Regissör C:

Regissör C tycker att filmbranschen är ganska medioker. Han respekterar några få och anser att det är för lite kritik, beröm och sammanhang. Han menar på att det verkar som att det är få som har något att berätta på allvar. Vi har ett problem, anser han, med en slags genikult som härstammar från det Bergmanska arvet. Man måste vara ett geni för att komma fram i Sverige. Den andan tycker han finns på Dramatiska Institutet och överallt i filmbranschen och menar att det är som att vi är tillbaka i en 1800-talsromantisk genikult.

”Jag brukar säga att en svensk filmregissör är lika ensam som en yrkesmördare”, säger han.

Det finns en ensamhetskänsla över Ingmar Bergman och andra framstående regissörer. Men han tror att det kommer att bli bättre med den nya generationen filmare.

Det är också ett problem med SFI och det nya filmavtalet ur den aspekten att det finns för lite pengar och för många som vill producera film. Han anser att det skulle behövas en till filmkonsulent och en tredjedel mer pengar, i övrigt menar han att konsulentsystemet fungerar bättre nu än tidigare på 80-talet och i början av 90-talet. Han tror att det kommer att bli en paus i filmproduktionen på grund av att det nya filmavtalets offentliggörande är uppskjutet. Det skulle ha lagts fram i juni i år men kommer att dröja ytterligare, påpekar han.

Distributör:

På distributionssidan blir det färre och färre stora filmbolag, menar hon. Hon tycker att det är tur att inte Sandrews köptes upp av SF. Det som är mest akut, som hon ser det, är att det är så svårt att få folk till biograferna över lag. Hon tycker att för många filmer har premiär, i snitt en om dagen. Skälen till detta tror hon är videon och att folk laddar ned film.

Hon kan också se ett problem med att det finns en hel del filmstöd samtidigt som filmavtalet fungerar så att det centrala blir att man ska få igen de pengar man satsar. Tidigare fanns även efterhandsstöd att få för kvalitet och goda recensioner. För att vara kulturpolitiska bidrag och samhällsstöd tycker hon att dessa går till väldigt breda filmer. Hon tycker att man talar för lite om vad man ger stöd till. Den kommersiella synen på det hela, som i och för sig genomsyrar hela samhället, anser hon är lite tråkig.

Konsulentsystemet tycker hon dock verkar ganska vettigt, säger hon, då det har skett en utveckling till det bättre för till exempel dokumentärer och kortfilm. Barnfilmen har blivit synligare än tidigare och det finns en större medvetenhet om genusperspektiv.

6.3 Alternativa medel

Producent A:

Att Riskkapitalister går in och finansierar filmproduktioner är något som Producent A tror kommer att bli vanligare i Sverige. Hon påpekar även att privatpersoner är beredda att gå in och finansiera. Ett exempel på det är en norsk animerad långfilm som misslyckats så totalt med det finansiella att hårddiskarna blev beslagtagna av kronofogden. De kunde inte färdigställa filmen förrän en privatperson gick in och löste ut dem, han köpte upp hela projektet. Men för sitt produktionsbolags del menar hon att det inte är intressant med exempelvis produktplacering eftersom de inte gör kommersiella filmer av det slaget. Det måste i så fall få ske på filmens villkor, det vill säga att de kan tänka sig det om det ändå står inskrivet i scenen att en viss reklamskylt eller liknande skall förekomma. Däremot stänger hon inte dörren för riskkapitalister som nöjer sig med att få sitt namn med i "credlistan".

Producent B:

Producent B tror inte att produktplacering och sponsring är något som kommer att öka. Svårigheten med denna typ av samarbete, menar han, är att få till exempel en bra produktplaceringspartner att gå in med ett större ekonomiskt bidrag på så kort varsel som ofta krävs. Trots att man producerar en film över en längre tidsperiod, ca 1-2 år, är det kort tid mellan beskedet om full finansiering till inspelningsstart. I näringslivet tar man oftast längre tid på sig att planera projekt som kostar. Man skulle behöva ett år i bästa fall och under produktionen av deras senaste film hade de tre månader på sig att planera.

Att samarbeta med riskkapitalister anser Producent B vara ännu svårare eftersom det är svårt i Sverige att få en film att gå med vinst eller jämt upp. De som först får tillbaka sina pengar är alltid distributörerna som har stått för lansering och reklam. Sist i ledet återbetalas producenten. Han menar att det är svårt att få någon att satsa 10 miljoner kronor med 100% i risk. Han tror det skulle vara lättare att få med sig riskkapitalister om det publikrelaterade stödet som delas ut efter antal biobesökare, inte var konstruerat som det är nu utan som förut för ca fyra år sedan. Då fick man alltid stöd, sk efterhandsstöd, om publiksiffran uppnådde ett visst antal, så är det inte längre.

Han tror också att det skulle vara lättare om det var skatteförmånligt att gå in som riskkapitalist, som det är i exempelvis Storbritannien.

Regissör A:

Regissör A rekommenderar starkt samarbete med riskkapitalist för finansiering av långfilm.

Han menar att det finns en press rent moraliskt eftersom pengar ska åter till investerarna, men den pressen påverkade främst exekutive producenten och inte själva filmteamet. I det här fallet hade de inte någon annan medfinansiär, inte ens en distributör, vilket han tror skulle ha minskat den pressen. Det svåra är att initialt sälja in projektet och få en finansiär intresserad. När detta väl är gjort är det färre parter inblandade än när man har SFI-konsulent, distributörer och andra samproducenter med i produktionen att ta hänsyn till. Men han tycker också att det kan vara bra med goda råd och synpunkter från olika håll, det kan göra en produktion bättre.

Regissör A menar också att det har stor betydelse vad filmen kostar att göra. Är det billigare är det lättare att få en riskkapitalist intresserad, eftersom det är ett stort risktagande. Avtalet de hade med sin riskkapitalist som satsade helt på vinst och förlust, innebär att han som producent inte skulle ha förlorat någonting. Han är relativt säker på att hans finansiär har fått tillbaka sina satsade pengar vid det här laget.

Även om han tycker att det är ett ultimatum sätt att ordna sin filmfinansiering på understryker han att det är viktigt att man vet att man gör rätt och har viss erfarenhet av filmproduktion.

Regissör B:

Hon är väldigt reserverad inför att släppa in näringslivet i svensk filmproduktion. Egentligen, menar hon, är detta ett nödvändigt ont som ingår i nästan alla filmproduktioner, men hon tycker inte att det är bra att föra in i filmer som har ett konstnärligt värde. Hon nämner ett exempel där hon blev tvungen att ändra en replik, men vägrade. Hon tycker att sponsring är gångbart om företaget endast nöjer sig med sitt namn i filmens eftertext.

Regissör C:

Regissör C anser inte att han har så mycket erfarenhet av samarbete med näringslivet. Han påpekar dock att produktplacering inte är eftersträvänsvärt utan snarare fruktansvärt. När exempelvis ett ölmärke figurerar igenom en hel film kan det påverka trovärdigheten.

Risikkapitalist vet han inte vad det är för något. Men han tycker att det låter intressant efter att ha fått det förklarat för sig. De alternativa vägar han försöker nå är att hitta internationella intressenter.

Distributör:

På hennes filmbolag har de försökt att få aktörer inom näringslivet intresserade av att samarbeta, men försöken har inte givit något resultat. Företagen är inte intresserade, säger hon. De har dock små samarbeten då och då i samband med exempelvis sina biopremiärer i form av vin, snacks och godis. Att man kan se produktplacering i filmer och den typen av samarbeten med näringslivet är hon emot.

6.4 Kommersialitet och konstnärlig frihet – en omöjlig kombination?

Producent A:

Producent A tror att kombinationen är fullt möjlig. För henne är exempelvis distributörer inget annat än näringsidkare som bara är intresserade av pengar och att stärka sin image ute på marknaden. Hon tror också att det är så de tänker när de söker sig till hennes produktionsbolag. Samtidigt menar hon att de själva vill nå ut till en bred publik, att det ingår i deras public-service filosofi. Därav tycker hon inte att de är några introverta konstnärer även om bolaget snarare är drivet av kreatörer som har krav på att något intressant berättas, än av personer som är drivna av enbart kommersiella aspekter.

Hon berättar om sitt pågående långfilmsprojekt där hon anser att de i början var väldigt styrda av SFI:s filmkonsulent för att kunna fortsätta ett samarbete med denne. I det här fallet gällde det i det bland annat valet av dramaturg.

Producent B:

Producent B menar att en ständig kamp äger rum emellan den som ansvarar för att en film ska bli gjord och kreatören. Enligt honom är det största problemet att få igenom ett projekt hos distributör, SFI-konsulent och ett distrikt. Men även om de tycker att idén är bra är man som regissör inte fri i sitt skapande, säger han, utan påverkas av att filmen måste intressera en publik. För Producent B är det självklart att den här konflikten finns och att man måste vara flexibel och kunna lösa den från fall till fall. Han understryker också att man inte går in i ett filmprojekt om

man är ute efter att bara tjäna pengar, då borde man syssla med något annat. För honom och många med honom, säger han, handlar det om att kunna försörja sig. Det tror han att alla inblandade är intresserade av, även regissören.

Producent B berättar även att den film han är mest nöjd med hittills under sin karriär är den där man kompromissade väldigt lite på det kreativa planet, i stort sett ingenting. Det viktiga var där att den skulle få bra kritik. Det fick den men den sågs endast av 3000 personer och den gick inte på filmfestivaler heller. Det optimala hade varit om man kunde göra en och annan kassako för att också kunna producera andra mer osäkra smalare filmer, menar han, även om han inte riktigt gillar uttrycket smalfilm.

Regissör A:

Regissör A anser att han hade full konstnärlig frihet när han samarbetade enbart med riskkapitalbolaget men att detta ändå innebar en press som han menade satte en prägel på projektet. På ett moraliskt plan finns det en stressfaktor att finansiärerna måste få tillbaka sina pengar. En känsla som han anser att man egentligen inte ska behöva känna men som kommer undermedvetet. Men det positiva var att han till hundra procent kunde arbeta fritt med projektet utan att investmentbolaget lade sig i det konstnärliga uttrycket. Riskkapitalisten var enbart intresserad av att filmen skulle spela in sina kostnader och generera pengar samt goodwill tillbaka till företaget. Denna frihet tror han inte hade kunnat bli möjlig om fler parter blandats in, såsom fonder eller stöd från SFI. Möjligheten att kunna gå till distributörer i efterhand med en färdig produkt menar han var ett privilegium. Att så få finansiärer var inblandade innebar också att filmen kunde realiseras väldigt snabbt. Från idéstadiet till att filmen var klar gick det bara ett halvår.

Regissör B:

Regissör B är inte övertygad om att kunna förena kommersialitet och konstnärlighet. Hon tycker alltid att den här konflikten finns mellan producent och regissör. Hon tycker att det är ett problem när producenter tror sig veta vilka filmer som kommer att dra publik. Anledningen till det är att det alltid är svårt att förutsäga vilka filmer som kommer att ses av en bred publik. Många producenter, menar hon, talar ofta om att en film skall vara kommersiellt gångbar redan från början i idéskapandet. Personligen anser hon, både som regissör och manusförfattare, att det är

förkastligt att tänka i kommersiella banor redan på idéstadiet till en film. Det är något som i allra högsta grad förekommer, men hon menar att resultatet av dessa filmer ofta blir dåliga. Idén menar hon måste komma inifrån.

”Huvudsakligen, som regissör och manusförfattare, tycker jag att man bör tänka på vad man vill berätta. Vi vet ju oftast inte vad det är som publiken vill ha. Jag tycker att det är skönt att publiken inte är förutsägbar.”

Regissör C:

När det gäller det konstnärliga uttrycket känner sig regissör C totalt fri. Han tycker att det är viktigt att våga vara sann och skapa efter sitt eget huvud. Han tror att resultatet blir mycket bättre på så vis. ”Djupet i dig är också djupet i en annan människa”, säger han, om man vill beröra andra människor måste man tänka så. Han säger samtidigt att det är oerhört svårt att ta dessa beslut eftersom ovissheten kring en films framgångar gör att man riskerar hela sin framtid och det är få som vågar riskera sig själva.

På frågan om kända skådespelare i en film förbättrar den kommersiella aspekten svarar han att när man gör film om svåra saker kan det vara lättare för publiken att ta den till sig när det är välkända ansikten som förmedlar. Men tillägger också att han inser att de kan ha en lyskraft. Främst uppskattar han att jobba med folk som han känner och tycker är kul att jobba med vilket han brukar eftersträva.

Distributör:

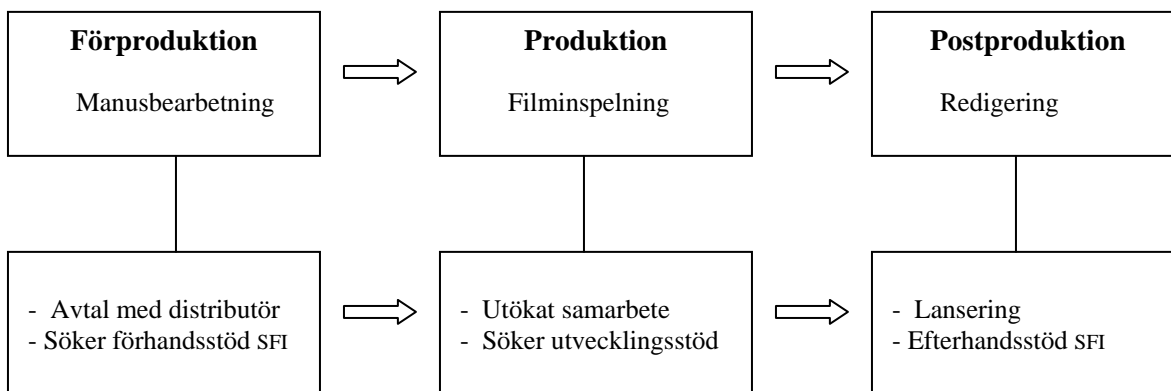
Som distributör menar hon att hon inte vet exakt hur produktionsprocessen ser ut men hon tror att kommersiellitet och kvalitet går att förena i lyckliga fall. Hon tycker att det är bra att det finns flera fristående producenter i Sverige som satsar på sina filmare och låter dem utvecklas.

Enligt hennes erfarenhet är det omöjligt att resonera kring vad som är meningsfullt att visa på bio. Det har hänt att filmer de inte trodde skulle gå bra visat sig gå väldigt bra och tvärtom, oavsett hur recensionerna har lytt. Annars tycker hon att det är för lite tal om djup och för mycket om bredd.

6 Analys

Finansiering och strategi

Filmbolag i Sverige är i ett beroendeförhållande till sina tyngsta finansieringsinstanser vilket ofta gör att de inte helt självständigt kan starta ett filmprojekt. Detta medför en svårighet att direkt applicera de strategiska teorier som Björkegren identifierar i form av konstnärlig- och kommersiell affärsstrategi. Dessa teorier fungerar främst när flera projekt kan utföras parallellt för att dels kunna sprida risken samt för att skapa möjlighet att finansiera smalare filmer. I Sverige finns dock oftast inte den ekonomiska kapaciteten att arbeta på detta sätt på grund av det låga publikunderlaget och låg export. Det framgår av den processmodell för finansieringsstrategi vi tagit fram (se: figur 3 nedan) att producenter samt regissörer i Sverige oftast, till skillnad från exempelvis USA, står och faller med ett projekt i taget.



Figur 3: Finansiering i produktionsprocessen

Filmproduktionens viktigaste finansiär, SFI, arbetar efter kulturpolitiska mål. Detta innebär att en ”idealfilm” i Sverige bör ha konstnärliga ambitioner för att få stöd samtidigt som den måste vara attraktiv för publiken för att nå framgång på biograferna. Den bör således vara anpassad åt båda hållen. Det vill säga att samtidigt som film anses vara konst så ska den som produkt vara anpassad för att kunna säljas på en marknad. Även om stödet från SFI inte är tillräckligt för att helt finansiera en produktion är det förhandsstöd som ges därifrån oftast en förutsättning för att kunna komma igång. Detta stöd brukar utgöra 28% av budgeten⁴¹, vilket *Så som i himmelen* i

⁴¹ www.sfi.se

tabell 3 ovan är ett exempel på. För att kunna genomföra projektet förutsätts följaktligen att söka finansiering genom andra kanaler.

Nedan förklaras de olika stegen i processmodellen.

1. Förproduktionsfasen:

För att uppnå de förutsättningar som ett förhandsstöd kräver, hos exempelvis SFI, bör ett avtal med en distributör vara skrivet. För att konsumenten i fråga skall kunna satsa pengar på projektet förutsätts det med andra ord att filmen bevisligen ämnar att nå ut till en publik. Det innebär dock inte att ett avtal med någon större distributör är ett måste. Även en visningsrätt från SVT eller någon annan TV-kanal räknas som distribution liksom visning på festival. Om konsumenten tror på filmen delas ett förhandsstöd ut i proportion till filmens befintliga budget. Även regionala stödorganisationer runt om i landet kan komma in i denna fas, exempelvis Film i Väst och Filmpool Nord. Eftersom *Så som i himmelen* spelades in i Norrland kunde de få ett samdistributionsavtal med den sistnämnda. Ett ytterligare alternativ kan vara att söka sig till privata finansörer eller riskkapitalister. Dessa alternativ förväntar sig, i jämförelse med SFI och andra stödorganisationer, något tillbaka i form av pengar.

2. Produktionsfasen:

Förhandsstödet är en förutsättning för att kunna iscensätta en filminspelning, men för en medeldyr film krävs ytterligare finansiering. En långfilm är oftast även beroende av utvecklingsstöd som bland annat kan sökas i form av EU bidrag från Media Plus eller Eurimages. Ett annat utvecklingsstöd finns i Nordisk Film och TV-fond. Gemensamt för dessa utvecklingsstöd är att de kräver distribution, eller att de är samproducerade, utanför Sverige. Exempelvis Media Plus är inget renodlat produktionsstöd utan ett utvecklingsstöd för realiserade projekt som är under utveckling. Stödet är bland annat till för distribution, marknadsföring och projektutveckling. EU:s Media Plus program har på senare år utökat sitt stöd till svenska produktioner. Förra året uppgick det till omkring 40 miljoner kronor.⁴² I produktionsfasen förekommer även att man samarbetar med företag från näringslivet. Detta kan bland annat ske i allt från att de har sitt namn med i eftertexten till att synliggöras i direkt produktplacering.

⁴² Svensson, 2005

En annan viktig del av produktionsfinansieringen är det egna kapital som även det är en förutsättning för att kunna överleva i produktionsfasen. Det framgår i fallet *Så som i himmelen* att utan det kapital som i stort sett samtliga aktörer; producent, regissör och skådespelare, bidrog med skulle filmen inte ha kunnat färdigställas i förhållande till den budget som den egentligen krävde. Tabell 2 visar att en stor del av lönerna inte kunde betalas ut förrän filmen spelat in sina kostnader. Det vanliga är att lönerna uppgår till 30-40% av den totala budgeten vilket *Gitarrmongot* visar. *Så som i himmelen:s* budget visar en betydligt lägre löneandel.

3. Postproduktionsfasen:

SFI delar ut ett publikrelaterat efterhandsstöd.⁴³ Stödets storlek baseras på bruttobiljettintäkter från öppna visningar på svenska biografer och utdelningstakten varierar mellan olika filmer beroende på hur mycket förhandsstöd de har tilldelats. SFI delar även ut ett lanseringsstöd till distribution för att stärka den svenska filmens ställning på den inhemska biografrepertoaren. Lansering och marknadsföring sköts av distributören som också är den förste att få igen sina utlagda utgifter.

Vad som framgår i modellen är att strategierna främst kan skönjas på ett tidigt stadium, i förproduktionen, i hur en idé framtas. Exempelvis i förhållande till en sittande konsulent eller distributör, där det gäller att se till vad personen i fråga har för personlig smak samt försöka förutse vad som kan presenteras som en publikfilm för att öka chanserna till att få stöd. Det kan röra sig om vilka skådespelare som är tilltänkta samt hur historien är utformad. Vilken inspelningsplats som väljs ut kan även det ha strategiska skäl då det kan öppna för regionala stöd. Då vissa regioner har mer ekonomiska resurser än andra kan detta innebära att fler söker sig till samma region. Vissa kritiserar dock starkt detta sätt att producera film på, då det i deras ögon bidrar till att skapa en likriktning av miljöerna och filmutbudet på marknaden. De menar även att detta sätt kan vara obrukbart utifrån det faktum att det är svårt att förutse vad för slags film som i slutändan lockar publik till biograferna.

En annan viktig strategisk instans, förutom SFI och regionala stöd, för att nå ut med sin film är att attrahera distributörer. En större distributör innebär ofta en massivare marknadsföring för filmen

⁴³ www.sfi.se

samt en större chans att nå ut utanför landets gränser. På grund av att Sveriges publikunderlag för biomarknaden är relativt liten är produktioner här beroende av att exporteras utomlands för att kunna spela in sina kostnader i större utsträckning.

Sammantaget framgår av processmodellen att det är mycket svårt att spela in en långfilm utan att ha både distributörer och SFI i ryggen. När dessa väl stödjer projektet i fråga blir det lättare att söka utvecklingsstöd och andra finansieringsvägar då de förstnämnda två parterna väger tungt för filmens fortskridande. Dels ekonomiskt men även för att de skapar förtroende för filmen på ett kvalitetsmässigt plan.

Förhållandet mellan distributörer och SFI kan skapa ett cirkulärt förlopp när SFI ofta kräver att projektet skall ha en distributör med sig redan från början innan filmen färdigställts för att kunna garantera att filmen visas. Distributörerna i sin tur ser både en ekonomisk och kvalitetsmässig trygghet i att SFI är med och stödjer projektet. Detta förlopp mellan de två parterna kan innebära ett problem då man inte vågar satsa på den sortens film som anses vara konstnärligt utmanande och för originell för den breda publiken. En konsekvens kan bli att detta skapar en likriktning av filmrepertoaren på biomarknaden.

Reaktioner om branschen

På frågan om hur filmbranschen ser ut idag och förutsättningarna för att göra film för den svenska biomarknaden var de tillfrågade aktörerna eniga om att detta kan vara både svårt och tufft. Inte minst på den finansiella sidan. Att producera film är dyrt vilket innebär att de är beroende av att söka stöd utifrån. Inte något svenskt bolag kan producera en medeldyr film med enbart egna medel.

Det mest påtagliga som framkom i intervjuerna var de många åsikterna om huruvida stödet från SFI enligt nuvarande filmavtal och dess konsulentsystem fungerade som det borde där samtliga ansåg att så ej var fallet. Vad de dock inte var överens om var hur det istället borde vara. De flesta ansåg att SFI fyller en viktig funktion och att de på många sätt utgör en förutsättning för att kunna producera dyrare filmer i Sverige. Detta ambivalenta förhållningssätt till frågan tyder på att den är svår att förhålla sig till. Förra året fick 26 långfilmer dela på 101 800 000 kr i förhandsstöd⁴⁴. Statistiken visar dock inte hur många projekt som blev nekade stöd, men man får utgå från att det var många. Denna tuffa konkurrens om SFI:s pengar och faktumet att de,

⁴⁴ www.sfi.se

tillsammans med distributörer, är en av de första och viktigaste instanserna för att kunna realisera en idé eller manus till film får bevisa den maktposition som institutionen besitter i valet av det svenska filmutbudet. Att det även i slutändan är två personer som beslutar om detta bidrar onekligen till kritiken mot detta system. Både regissörer och producenter vi talade med uppfattade detta konsulentsystem som ineffektivt och godtyckligt. Att de i många fall prioriterade sin subjektiva smak och uppfattning om vad som är bra film. Vissa hävdade även att systemet framkallade jävsituationer där vänner och släktingar prioriterades före andra. Distributören såg konsulentsystemet från en annan synvinkel. Hon tyckte att deras politik hade bidragit med viss kvalitetsutveckling senaste åren i vissa genrer.

Det framkom även kritik att de inte heller vågade satsa på mer nytänkande och ”smalare” film. Att de istället satsade pengar på breda publikfilmer som ändå kunde spela in sina kostnader på egen hand. Andra menade dock att detta var något tvunget. Dels för att det gav tillbaka pengar till andra filmer genom sålda biobiljetter men även för att systemet skall kunna motiveras rent politiskt.

Alternativa medel

När det gäller inställningen till samarbete med riskkapitalister är aktörerna av olika åsikter. Dels tror man att det kommer att bli vanligare i framtiden och dels att det fortsättningsvis kommer att vara svårt. Då en film ofta är dyr att göra och det ekonomiska resultatet ovisst tror man att det inte kommer att bli så utvecklat i framtiden. Men gör man billigare filmer är det lättare att få igenom ett samarbete. Det svåra är att vara övertygande i det initiala skedet. Det positiva som framhålls med riskkapitalist är att färre finansörer blir inblandade vilket skapar färre åsikter om utformningen av filmen.

Produktplacering och sponsring ser vissa av aktörerna som ett nödvändigt ont. Dessa kritiserar hårt att företagen ska blanda sig i det kreativa skapandet. Så länge de är nöjda med att deras namn endast förekommer i eftertexten är de ett användbart alternativ, anser många. Man upplever deras påverkan på filmens innehåll som mer konfliktfyllt än att samproducenter som exempelvis SFI och regionerna har åsikter. Andra har uppfattningen att produktplacering och sponsring inte är någon stor del av finansieringen när det väl förekommer och därför spelar mindre roll.

Anledningen till det kan vara att det är svårt att genomföra ett större samarbete på grund av att filmprojekt och företag i näringslivet har olika tidsramar för sina budgetar.

Kommersialitet och konstnärlig frihet – en omöjlig kombination?

Samtliga respondenter är eniga om att en ständigt återkommande konflikt mellan kreatörer och finansärer äger rum. Det konstnärliga skapandet styrs främst av regissören men denne i sin tur styrs till viss del av distributören, SFI-konsulenterna och andra samproducenter. Ett fokus ligger på att filmen måste intressera en publik. Samtliga har en accepterande inställning till att det förhåller sig på det här sättet eftersom de fortsätter att skapa film. Man kan också se det som att valen inte är så många. I den här undersökningen framkommer att regissören verkar vara i ett läge där en frihet i skapelsen kan vara svår att uppnå. Alla aktörer har dock inställningen att så mycket frihet som möjligt i produktionsprocessen vore det optimala.

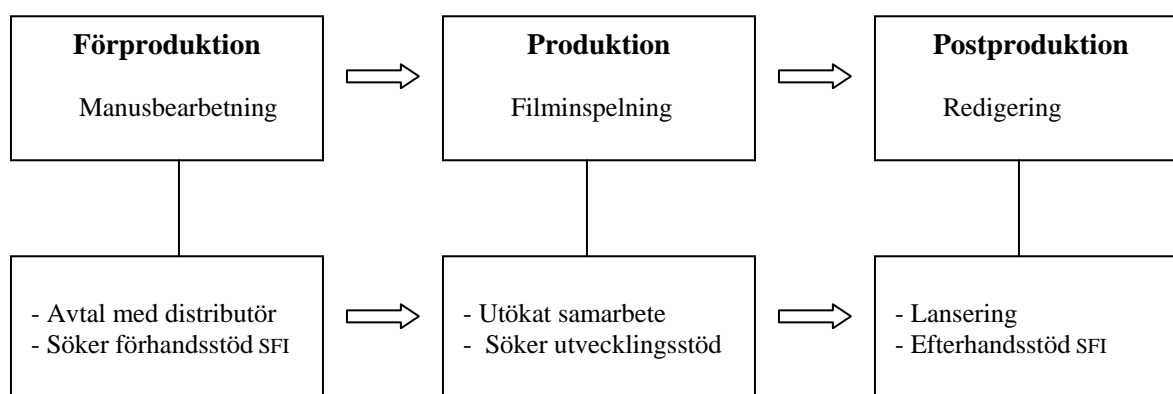
Med hänvisning till Soila-Wadman är förutsättningarna för att göra film i Sverige att den måste vara anpassad åt båda hållen med god kvalitet samt marknadsmässig. Det komplexa ligger i att det verkar omöjligt att marknadsanpassa en film. Gång på gång hävdar man i litteratur, debatter och i filmbranschen att långfilm är ett oförutsägbart medium kommersiellt sett. Detta faktum verkar också göra aktörer på filmmarknaden, oavsett vilken genre man producerar, allt mer frustrerade. Vidare finns även en komplexitet runt begreppet konstnärlig kvalitet. Kapitel 3.1 beskriver olika synsätt på filmen som konstverk och skapelse genom decennierna vilket säger oss att det inte finns någon mall för konstnärlig kvalitet heller. Den är ständigt skiftande. Ju mer konstnärlig frihet en regissör har behöver inte heller alltid betyda att filmen når en högre kvalitet.

Sammanfattningsvis visar Processmodellen ovan att det i slutändan är många parter som blandas in, något som innebär att fler intressenter är med och tycker om innehållets utformande. Detta kan vara både på gott och ont beroende på vilka personer som är inblandade. En fråga som uppkommer är dock i vilken mån filmskaparen kan behålla sin självständighet till utformandet och i så fall vem som i slutändan bär ansvar för resultatet? Studien visar att ju mindre pengar det kostar att producera en film desto färre aktörer inverkar på filmens innehåll vilket kan inbringa mer konstnärlig frihet. En lägre budget behöver alltså inte betyda att det kulturella kapitalet minskar samtidigt som en hög budget inte är en förutsättning för att skapa god konstnärlig kvalitet.

7 Slutsats

Finansiering av film kan vara en svår och krävande process. Svensk filmproduktion finansieras i stor utsträckning med bidrag från olika organ. I Sverige är idag filmproducenter främst beroende av förhandsstöd från SFI samt distributionsavtal för att kunna realisera en idé till film. Trots att det finns andra stöd att tillgå såsom bland annat regionala samproducenter, EU- bidrag och näringsliv har dessa svårt att motsvara storleken på det stöd som SFI tillhandahåller.

Finansieringens pusselliknande delar överlappar varandra i den linjeformade produktionsprocessen. Modellen nedan visar på att ett enskilt filmprojekt kan ha flera olika finansiärer:



SFI innehar en maktposition i svensk filmproduktion, något som förklarar varför det konsulentsystem som handhar fördelningen av stöden blivit hårt kritiserat av branschens olika aktörer. Samtidigt som SFI har krav på sig att arbeta för ett bredare filmutbud måste de även ha kommersiella intressen för att kunna finansiera sin verksamhet. Det kan de bland annat göra genom att premiera sådana filmer som kan tänkas ge pengar tillbaka i form av sålda biobiljetter. Det är något som uppfattas som en svår balansgång av filmbranschens aktörer då det är svårt att förutse vilka filmer som blir publiksuccéer. Det cirkulära förloppet mellan SFI och distributörerna förstärker denna tendens ytterligare.

En filmidé står sålunda och faller i många fall med finansieringen redan innan den kan börja spelas in. Detta faktum ifrågasätter regissörens konstnärliga frihet då finansiärer måste övertygas i ett väldigt tidigt skeende. På frågan om kommersiellitet och konstnärlig frihet kan förenas finns det därför inga enkla svar. I undersökningen framkommer dock att de kan realiseras i vissa fall. En film som anses ha ett konstnärligt värde behöver för den sakens skull inte vara speciellt dyr att producera. När produktionskostnaderna stiger tillkommer ofta fler aktörer och intressenter till projektet. Filmskaparnas frihet inskränks desto fler aktörer med ekonomiska intressen som filmen ska anpassas till.

Litteratur

- Adorno, T. & Horkheimer M. (1947, nyutgåva 1989): *Dialectic of Enlightenment*. Verso: Bath
- Benjamin, Walter (1939): *Konsten i den tekniska reproduktionsåldern*. Ur förf:s *Bild och dialektik-essäer*: B.Östlings bokförlag. Symposium: Stockholm, 1991
- Björkegren, Dag (1994): *Filmens företag*. Nerenius och Santéus förlag: Stockholm
- Björkegren, Dag (1999): *Kultur och ekonomi*. Carlsson bokförlag: Stockholm
- Denscomb, Martyn (2000): *Forskningshandboken*. Studentlitteratur: Lund
- Edström, Cia; Hermele, Vanja & Larsson, Camilla (2004): *Hur svårt kan det vara? Filmbranschen, jämställdheten och demokratin*. Svenska Filminstitutet: Stockholm
- Fiske, John (1989): *Understanding Popular Culture*. Unwin Hyman: London
- Goldman, W. (1983, nyutgåva 1990): *Adventures in the Screen Trade*. Futura: Aylesbury
- Holme Idar M & Solvang, Bernt K (1990): *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Studentlitteratur: Lund
- Patel, Runa & Davidsson Bo (1994): *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur: Lund
- Ryen Anne (2004): *Kvalitativ intervju*. Liber: Malmö
- Soila-Wadman Marja (2003): *Kapitulationens estetik – Organisering och ledarskap i filmprojekt*. Arvinius förlag: Stockholm
- Stenström Emma (1999): *Konstiga företag*. Elander Gotab: Stockholm

Rapporter

- Andersson- Greek, Ulf (2005): *Varför görs det så lite film i Stockholm-Mälardalen?- Rapport om regionaliseringen av svensk film och förutsättningarna för en stor regional filmfond i Stockholm-Mälardalen*. Framtagen med stöd från Mälardalens kulturutskott och Länsstyrelsen i Stockholmslän
- Norman, Eva och Person, Maja (1999:118): *Företagsmotiv till produktplacering i film*, Luleå Tekniska Universitet.
- Utredningen om översyn av filmstödet (1991) – filmproduktion och filmkulturell verksamhet i Sverige, slutbetänkandet. Regeringskansliets offsetcentral.

Artiklar

Agerman, Per och Pineus, Isaac (2003): *Kan svensk film stå på egna ben?*, Affärsvärlden nr 43, s 26-30.

Gunér, Göran (2003), *Långa näsans nya äventyr i filmstödet djungler*, Teknik & Människa vol.184, nr 3, s 16-20.

Svensson, Love (2005). *Behöver svensk film mer pengar?*: Teknik & Människa. vol. 195, nr 2, s 4-11

Webbplatser

www.sfi.se, Svenska Filminstitutet.

www.filmivast.se, Film i väst.

www.filmstockholm.se. Film Stockholm.

www.filmiskane.se, Film i Skåne.

www.fpn.se, Film pool Nord.

www.swedishfilmproducers.com,

www.nftf.net, Nordisk film- och Tv fond.

Föreläsningar/TV-program

Var é stålarna, seminarium, Drömfabriken, Svenska Filminstitutet 28/5 2005.

Debatt, debattprogram, SVT 1, 1/2 2005.

Bakgrundsintervju

Lisa Taube, Media Desk, Svenska Filminstitutet, 2005-05-02.

Bilagor

Bilaga 1

Respondenterna

Producent A:

Kristna Åberg är filmproducent och VD för produktionsbolaget Atmo som startades december 1999. Atmo har hittills främst gjort TV-program för SVT och UR samt producerat kortfilmer och flerfaldigt prisbelönta dokumentärer som *Sacrificio* och *Surpluss*. För drygt ett år sedan beslutade de sig för att ägna sig åt långfilm och de har nu ett animerat långfilmsprojekt i förproduktion, *The Metro*.

Producent B:

Lennart Dunér, utbildad producent på Dramatiska Institutet, är VD och producent på filmbolaget Omega Film som producerar novell- och långfilm samt reklam- och webbfilm åt företag. Några av deras långfilmsproduktioner har varit *PS. Sista sommaren*, *Underjordens hemlighet*, *Pariserhjulet*, *Vingar av glas* och *Hundtricket*.

Regissör A:

Mattias Löw är främst regissör men producerar även filmer för sitt filmbolag, Freedom from choice films. Han har bland annat spelat in dokumentärfilmer samt regisserat och producerat filmen *Eldsjälen* som var den första spelfilmen i Sverige att spelas in helt digitalt.

Regissör B:

Lena Koppel är filmregissör och manusförfattare sedan tio år tillbaka. Innan arbetade hon som scripta och har varit med i filmbranschen i tjugo år. Hon har regisserat filmer såsom *Sanna Ögonblick*, *Love Boogie* och nu senast *Bombay Dreams*. Hon företräder även Sveriges regissörer i den grupp som förhandlar om det nya filmavtalet för 2006-2010.

Regissör C:

Björn Runge är filmregissör som spelade in sin första kortfilm 1985 och har arbetat med långfilm sedan tio år tillbaka. Han har bland annat gjort filmer såsom *Harry och Sonja* samt TV-serien *Anderssons Älskarinna*. Han fick sitt stora genombrott 2004 med den kritikerrosade filmen *Om jag vänder mig om* som vann fyra Guldbaggar, bland annat för bästa regi, och fick även ta emot Silverbjörnen i Berlin samma år. Han håller just nu på att färdigställa sin nästkommande spelfilm, *Mun mot mun*.

Distributör

Bettan Von Horn ansvarar för distributionen av svensk film på Folkets Bio som är en kulturförening som importerar, distribuerar och visar kort- och långfilm samt dokumentärfilm från hela världen. Folkets Bio bildades 1973 av filmare och publik för att skapa visningsmöjligheter för svenska filmer som inte produceras av de stora bolagen. Föreningens verksamhet är spriden och har förgreningar över hela landet.

Bilaga 2

Beviljade förhandsstöd för produktion 2004

CARAMBOLE

Producent: Johan Mardell
Produktionsbolag: Svensk Filmindustri
Stödbelopp: 2 000 000 kr
Manus: Björn Carlström & Niklas Rockström
Regi: Daniel Lind Lagerlöf
Prel. premiär: aug 2005

MORENO OCH TYSTNADEN

Producent: Johan Mardell
Produktionsbolag: Svensk Filmindustri
Stödbelopp: 2 000 000 kr
Manus: Björn Carlström & Niklas Rockström
Regi: Erik Leijonborg
Prel. premiär: mars 2005

KIM NOVAK BADADE ALDRIG I GENESARETS SJÖ

Producent: Johan Mardell / Waldemar Bergendahl
Produktionsbolag: AB Svensk Filmindustri
Stödbelopp: 6.000.000 kronor
Manus: Håkan Nesser / Martin Asphaug
Regi: Martin Asphaug
Inspelningsstart: 1 juni 2004
Prel. premiär: Februari 2005

PISTVAKT

Producent: Malte Forssell
Produktionsbolag: Sveriges Television AB
Stödbelopp: 4.000.000 kronor
Manus: Lars Lundström
Regi: Stephan Apelgren
Inspelningsstart: Augusti 2004
Prel. premiär: Oktober 2005

STEGET EFTER

Producent: Martin Persson
Produktionsbolag: Tre Vänner i Trollhättan Steget Efter AB

Stödbelopp: 3.000.000 kronor

Manus: Klas Abrahamsson, Birger Larsen, Michael Hjorth och Tomas Tivemark
Regi: Birger Larsen
Inspelningsstart: Juli 2004
Prel. premiär: Juni 2005

EN OLYCKA KOMMER SÄLLAN ENSAM

Producent: Eric Donell
Produktionsbolag: Desperado Film & TV
Stödbelopp: 3 000 000 kr
Manus: Eric Donell
Regi: Martin Söder och Eric Donell
Inspelningsstart: oktober 2004
Prel. premiär: 2 september 2005

INNAN FROSTEN

Producent: Lars Björkman
Produktionsbolag: Yellow Bird Films AB
Stödbelopp: 3 000 000 kr
Manus: Pelle Berglund, Stefan Arnhem
Regi: Kjell-Åke Andersson
Inspelningsstart: juni 2004
Prel. premiär: 14 januari 2005

FYRA VECKOR I JUNI

Producent: Peter Kropénin
Produktionsbolag: Omega Film AB
Regi: Henry Meyer
Stödbelopp: 5 000 000 kr
Prel. premiär: augusti 2005

HARRYS DÖTTRAR

Producent: Anders Birkeland
Produktionsbolag: GF Studios AB
Regi: Richard Hobert

Stödbelopp: 3 500 000 kr
Prel premiär: augusti 2005

IDAG, IGÅR & IMORGON

Producent Anders Birkeland och Göran Lindström
Produktionsbolag GF Studios AB
Regi Hans Åke Gabrielsson
Stödbelopp: 3 500 000 kr
Prel premiär: september 2005

SANDOR SLASH IDA

Producent Karl Fredrik Ulfung
Produktionsbolag Brediablick Film AB
Regi Henrik Georgsson
Stödbelopp: 4 700 000 kr
Planerad premiär 25 december 2004

DAG OCH NATT

Producent Peter Possne
Produktionsbolag Sonet Film AB
Regi Simon Staho Borre
Stödbelopp: 1 000 000 kr
Planerad premiär hösten 2004

I NÖD OCH MYCKET LUST

Producent Anders Birkeland
Produktionsbolag GF Studios AB
Regi Carl-Johan Seth
Stödbelopp: 500 000 kr
Planerad premiär hösten 2005

MACBETH

Producent Bo Landin
Produktionsbolag Scandinature AB
Regi Bo Landin
Stödbelopp: 1 500 000 kr
Planerad premiär 15 december 2004

VINNARE OCH FÖRLORARE

Producent Anders Landström
Produktionsbolag Filmance International AB
Regi Kjell Sundvall
Stödbelopp: 7 000 000 kr

KOCKEN

Producent Thomas Samuelsson
Produktionsbolag Douglas Film AB
Regi Mats Arehn
Stödbelopp: 5 000 000 kr
Planerad premiär våren 2005

NINAS RESA

Producent Kaska Krosny
Produktionsbolag East & West Film AB
Regi Lena Einhorn

Stödbelopp: 1 000 000 kr
Planerad premiär november 2004

SEX, HOPP OCH KÄRLEK

Producent Peter Hiltunen
Produktionsbolag Illusion Film & Television AB
Regi Lisa Ohlin
Stödbelopp: 7 300 000 kr
Planerad premiär 30 januari 2005

MANDERLAY

Producent Lars Jönsson
Produktionsbolag Memphis Film International AB
Regi Lars von Trier
Stödbelopp: 4 000 000 kr
Planerad premiär maj 2005

RANCID

Producent Peter Possne
Produktionsbolag Sonet Film AB
Regi Jack Ersgård
Stödbelopp: 3 200 000 kr
Planerad premiär oktober 2004

THE QUEEN OF SHEBA'S PEARLS

Producent Maritha Norstedt
Produktionsbolag Sweetwater Filmrights AB
Regi Colin Nutley
Stödbelopp: 8 000 000 kr
Planerad premiär 25 december 2004

MASJÄVLAR

Producent Lars Jönsson
Produktionsbolag Memphis Film Rights 4 AB
Regi Maria Blom
Stödbelopp: 7 500 000 kr
Planerad premiär december 2004

GUD,LUKT OCH HENNE

Producent: Anita Oxburgh
Produktionsbolag: Migma Film AB
Regi: Karin Westerlund
Stödbelopp: 2.000.000 kr
Inspelningsstart: December 2003
Preliminär premiär: Augusti 2005

SARAS KILLAR

Producent: Malin Holmberg-Karim
Produktionsbolag: One Tired Brother Productions AB
Regi: Othman Karim
Stödbelopp: 4.500.000 kronor
Inspelningsstart: Juni 2004
Preliminär premiär: Höst 2005

TÄCKT AV SNÖ

(Norsk-svensk film)

Producent: Bertil Sandgren

Produktionsbolag: Sandrew Metronome Distribution AB

Regi: Sara Johnsen

Stödbelopp: 1.600.000 kronor

Inspelningsstart: Februari 2004

Preliminär premiär: Januari 2005

STRANDVASKAREN

Producent: Hans Lönnerheden

Produktionsbolag: Greta Film AB

Stödbelopp: 6.000.000 kronor

Regi: Mikael Håfström

Inspelningsstart: oktober 2003

Prel. premiär: Höst 2004

Bilaga 3

Lanseringsstöd av svensk långfilm 2004

Föra att stärka svensk films ställning på biografrepertoaren fördelas ett stöd till lansering av svensk långfilm. Distributörer av svensk långfilm kan erhålla ett stöd om maximalt 500 000kr per titel för att öka filmens exponering vid Sverigepremiären. Under verksamhetsåret 2004 beviljades:

Titel

Distributör

Beviljat belopp (kr)

| | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Rånarna | Hotet |
| UIP | Sonet Film |
| 300 000 | 300 000 |
| Hip hip hora! | Tre solar |
| Sandrew Metronome | Sonet Film |
| 300 000 | 300 000 |
| Barnfilmsprojekt | Gå loss |
| Svensk Filmindustri | Auto Images |
| 125 000 | 300 000 |
| Med kameran som tröst del 2 | Low flying Aircraft |
| Folkets Bio | Triangelfilm |
| 300 000 | 95 000 |
| Camp Slaughter | From the beginning to the end |
| Folkets Hus och Parker | Folkets Bio |
| 37 250 | 115 000 |
| Lilla Jönssonligan på kollo | Mongolpiparen |
| Svensk Filmindustri | Svensk Filmindustri |
| 300 000 | 300 000 |
| Fyra nyanser av brunt | Bara Bea |

| | |
|--|---|
| Svensk Filmindustri 300 000 | Columbia Tristar 300 000 |
| Fackklubb 459 - sista striden... Folkets Bio 300 000 | Compadre Folkets Bio 300 000 |
| Armbrysterskan från Ensamheten Folkets Bio 300 000 | Kärlekens språk Blizz Entertainment 300 000 |
| Dag och natt Sonet Film 300 000 | Alla bara försvinner Svensk Filmindustri 300 000 |
| Six points Sonet Film 300 000 | Beneath the stars Folkets Bio 300 000 |
| Så som i himmelen Sonet Film 300 000 | Populärmusik från Vittula Svensk Filmindustri 300 000 |
| Ett hål i mitt hjärta Sonet Film 300 000 | Håkan Bråkan & Josef Svensk Filmindustri 300 000 |
| Fröken Sverige Sandrew Metronome 300 000 | Fjorton suger Sonet Film 300 000 |
| Kyrkogårdsön Scanbox Entertainment 300 000 | Masjävlar Sonet Film 300 000 |
| Babylonsjukan Columbia Tristar Films 300 000 | Rancid Sonet Film 300 000 |
| Strandvaskaren Columbia Tristar Films 300 000 | Falla vackert Scanbox Entertainment 300 000 |
| Bombay dreams Columbia Tristar Films 300 000 | Macbeth Muddy Boots Productions 286 813 |
| Gitarrmongot Triangelfilm 300 000 | Melancholia 3 rum |

Folkets Bio
200 000

The Queens of Shebas Pearls
Svensk Filmindustri
300 000

Summa: 10 757 063

Bilaga 4

Stöd till paralleldistribution 2004

Stödet syftar till att ge biografpubliken utanför storstadsregionerna möjlighet att se bra, populär och aktuell film parallellt med premiären i storstäderna. Stöd ges till filmdistributörer för att täcka kostnader för ”parallellkopior”. Under verksamhetsåret 2004 har avsatts cirka 2 900 000 kr för inköp av parallellkopior. Totalt har hittills 24 filmtitlar beviljats sammanlagt 153 parallellkopior.

Titel

Antal kopior

| | |
|--|----|
| Hip, hip, hora (Sandrew Metronome) | 8 |
| Galen i kärlek (Sandrew Metronome) | 6 |
| Mona Lisas leende (SF) | 5 |
| Spy Kids 3 (SF) | 5 |
| Om jag vänder mig om (Triangelfilm) | 2 |
| Lost in Translation (Sandrew Metronome) | 3 |
| Åter till Could Mountain (Buena Vista) | 3 |
| The Passion of the Christ (Scan Box) | 6 |
| Spiderman 2 (Columbia TriStar) | 8 |
| King Arthur () | 8 |
| Harry Potter och fången på Azkaban (Columbia TriStar) | 5 |
| Garfield/Gustaf (Fox) | 5 |
| I Robot (Fox) | 5 |
| Garfield/Gustaf (Fox) | 5 |
| King Arthur (Buena Vista) | 8 |
| Fahrenheit 9/11 | 6 |
| Shrek 2 (UIP) | 10 |
| Såsom i himmelen (Sonet) | 7 |
| Fröken Sverige (Sandrew Metronome) | 5 |
| Kogänget (Buena Vista) | 10 |
| Populärmusik från Vittula (SF) | 7 |
| Håkan Bråkan och Josef (SF) | 5 |
| Strandvaskaren (Columbia) | 10 |
| Superhjältar (Buena Vista) | 10 |
| Collateral (UIP) | 6 |
| Bridget Jones 2 (UIP) | 8 |

