



ANALYSE AF FILM- BRANCHENS NYE FORRETNINGS- MODELLER 2017

**DET DANSKE FILMINSTITUT
DANSKE FILMINSTRUKTØRER
PRODUCENTFORENINGEN
FORENINGEN AF FILMUDLEJERE I DANMARK**

Styregruppe

Claus Ladegaard, Det Danske Filminstitut
Sandra Piras, Danske Filminstruktører
Klaus Hansen, Producentforeningen
Mads Nedergaard, Foreningen af filmudlejere i Danmark (FAFID)

Sagsbehandler: Palle Dam Leegaard, Det Danske Filminstitut

Bidrag af

Monitor Deloitte
Teknologisk Institut
RettighedsAlliancen



Gothersgade 55
1123 Copenhagen K
T +45 3374 3400
dfi@dfi.dk
dfi.dk



Nørre Voldgade 12, 2th
1358 København K
T +45 3333 0888
mail@filmdir.dk
filmdir.dk/da



Bernhard Bangs Alle 25
2000 Frederiksberg
T +45 3386 2880
info@pro-f.dk
pro-f.dk



Mosedalvej 14,
2500 Valby
T +45 3618 9561
dw@fafid.dk
fafid.dk

INDHOLD

Konklusion og opsummering

Styregruppens svar på analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller, november 2017

Bilag 1

Kommissorium for analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller

Bilag 2

Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion

Bilag 3

De danske biografer 2012 - 2016

Bilag 4.1

Bidrag vedrørende omfang og udvikling af det ulovlige forbrug af dansk film

Bilag 4.2

RettighedsAlliancens datarapport – 2016

INDLEDNING

Baggrund

Det følger af Filmaftalen 2015 – 2018, at der: *"Ultimo 2016 gennemføres en analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller for at vurdere om filmstøtten fortsat er tidssvarende indrettet, og om den anvendes bedst muligt."*

Til at understøtte arbejdet, er der formuleret et kommissorium samt nedsat en styregruppe. Styregruppen består ved arbejdets afslutning af:

- Sandra Piras, Sekretariatschef, Danske Filminstruktører
- Klaus Hansen, direktør, Producentforeningen
- Mads Nedergaard, formand, Foreningen af filmudlejere i Danmark
- Claus Ladegaard, adm. direktør (konstitueret.), Det Danske Filminstitut

- Henrik Bo Nielsen, Det Danske Filminstitut (udtrådt)
- Kim Pedersen, Danske Biografer (udtrådt)

Det fremgår af kommissoriet, at hovedsigtet med analysen er at vurdere:

- væsentlige ændringer i filmmarkedet inden for de senere år, herunder ændringer med økonomisk betydning for forretningsmodellerne;
- de reguleringsmæssige overvejelser, herunder om støttesystemet er tidssvarende indrettet og anvendes bedst muligt;
- perspektiver på filmens fremtidige udfordringer og indtægtsforløb.

Styregruppen besluttede at igangsætte dataindsamlinger med henblik på at kunne give et svar på kommissoriet, herunder de økonomiske aspekter og den digitale udvikling.

Dataindsamlingen omfatter:

- Delvis opdatering af "Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion" (Deloitte 2013), udarbejdet af Monitor Deloitte;
- Økonomisk analyse af de danske biografer; udarbejdet af Teknologisk Institut;
- Omfanget af og udviklingen i ulovligt forbrug af dansk film online, bidrag fra RettighedsAlliancen.

Det er Styregruppens opfattelse, at data fra de tre kilder tilsammen dækker de spørgsmål, der fremgår af kommissoriet og i forlængelse heraf også muliggør en fælles konklusion på spørgsmålene.

Hovedkonklusioner

I 2013 viste Deloitte's analyse af økonomien i dansk spillefilm, at tendenserne er, at den økonomiske volumen i spillefilm er nedadgående, men at antallet af film er konstant over årrækken. Vanskelige finansieringsvilkår, dårlig indtjening, frasalg af rettigheder og økonomisk overlevelse gennem produktion var også blandt de tendenser, der sås i den undersøgte periode frem til 2014. En del af den fremadrettede løsning forventedes at kunne findes hos nye finansieringsaktører og øgede VOD-indtægter, dvs. ved udviklingen af nye forretningsmodeller.

Det er Styregruppens overordnede konklusion, at de tendenser, der sås i 2013, er blevet yderligere dominerende i 2017 og at udviklingen af nye forretningsmodeller ikke er lykkedes i en grad, der har skabt økonomisk balance og bæredygtighed i dansk spillefilmsproduktion.

Indtægterne er langt fra tidligere tiders niveau, og *break even* opnås kun i ca. 68 ud af 211 film. Særlig hårdt ramt er film under konsulentordningen med en gennemsnitlig negativ forrentning på 1,1 mio. kr. per film. Det indikerer, at der sker et skifte mod øget produktion af film under markedsordningen, da den økonomiske gevinst synes sikrere i disse film. Udviklingen har den konsekvens, at det kan medføre tab af diversitet, kunstnerisk kvalitet, talentudvikling, nyskabelse og udenlandsk interesse for dansk film.

Biografvinduet er stadig det væsentligste indtægtsvindue for dansk spillefilm, og udviklingen her ser fornuftig og solid ud. Der er i branchen en bred erkendelse af, at indtægter fra VOD ikke har indfriet de forventninger, man havde i 2013, og at der fortsat vil gå et stykke tid, inden det fulde potentiale er indfriet. Det er markedsaktørernes forventning, at transaktionsbaseret VOD har det største økonomiske potentiale for branchen. Pirateri er fortsat en faktor med indflydelse på films distribution, prisudvikling og prissætning på det digitale marked. Udover at ulovligt download er omfattende, sker ulovlig tilgængeliggørelse samtidig med lovlig tilgængeliggørelse og udgør derved et konkurrerende "premiere-vindue".

Det efterlader dansk spillefilm i en situation, hvor "nye forretningsmodeller" kan indebære et stærkere ønske fra producenterne om at producere flere film med et mere kommercielt sigte, nødvendigt frasalg af rettigheder fra eksisterende film og nye produktioner for at sikre finansiering til de næste projekter samt fortsat tillid til, at offentlige midler udgør finansieringsfundamentet i spillefilm fremadrettet.

Det er styregruppens holdning, at nye forretningsmodeller skal udvikles i mødet mellem private aktører og at DFIs rolle i den forbindelse er at sikre de bedst mulige rammevilkår, der støtter frem for at hindre en udvikling, der gavner alle parter. Private aktører har i den forbindelse også et ansvar for, at den enkelte film uhindret kan få det bedste økonomiske liv. I den forbindelse er den digitale udvikling og de traditionelle vinduesstrukturer relevante at drøfte igen for at afklare, om der hér er rum for forandring til filmens bedste.

Det er således også konklusionen, at den gældende filmstøtte er tidssvarende og anvendes bedst muligt for indeværende, men at øget fleksibilitet og øget fokus på at sikre diversitet og kunstnerisk kvalitet vil være nødvendigt på sigt.

Styregruppen, d. 8. november, 2017.

Opsummering

Status i juni 2017 er bl.a., at:

- Offentlige midler udgør med ca. 60 pct. den væsentligste finansieringskilde for film under både konsulent- og markedsordningen.
- Antallet af spillefilm i perioden 2004 - 2015 er uændret med ca. 20 film årligt.
- Den årlige produktionsøkonomi er reduceret med 82 mio. kr. siden 2003, hvilket svarer til fire spillefilm om året.
- *Break even* i perioden 2004 – 2015, fordeler sig således: 95 film under konsulentordningen opnår ikke *break even*, mens 29 film gør; 48 film under markedsordningen opnår ikke *break even*, mens 39 gør.
- Forrentningen i perioden på tværs af de to ordninger udgør minus 118 mio. kr.
- Dog har film under markedsordningen leveret en positiv forrentning på 54 mio. kr. siden 2009.
- Digitale indtægter er i vækst, men det går langsomt og dækker ikke nedgangen i indtægter fra fysisk salg: for hver 10 kroner, der er mistet i indtægt fra salg af dvd og blu-ray, er der tjent én krone fra T-VOD salg.
- Biografmarkedet oplever en fortsat stigende publikumsinteresse og kunne i 2015 præsentere et overskud på 136 mio. kr. Biograferne udgør fortsat det største indtægtsvindue for danske spillefilm.
- Omfanget af pirateri i 2016 anslås at udgøre ca. 12 mio. downloads af danske spillefilm. Downloads er gratis og kan ske samme dag, som en film opnår lovlig, digital distribution.

Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion – Monitor Deloitte

Volumen

Antallet af producerede spillefilm under konsulentordningen og markedsordningen ligger stabilt omkring 18 - 20 årligt. Dertil kommer spillefilm under lavbudgetordningen. Dog er den økonomiske volumen i spillefilmsproduktionen nedadgående fra 476 mio. kr. årligt i 2003 til 394 mio. kr. årligt i 2016. Det giver et fald på 82 mio. kr. årligt, eller hvad der svarer til produktionen af ca. fire spillefilm om året.

Sammenfattende ses det, at den økonomiske volumen i film produceret under markedsordningen er steget med 25 pct. fra 2003 – 2016, mens den er faldet med 35 pct. for film under konsulentordningen i samme periode.

Finansiering

I den undersøgte periode ses det, at finansiering af spillefilm under begge ordninger fortsat sker med hovedsageligt offentlige midler, der i gennemsnit udgør 60 pct. af finansieringen i de enkelte film. Midler fra DFI udgør i overvejende grad den største finansieringsandel for begge ordninger.

Dog bemærkes markante forskelle i finansieringskildernes procentuelle andel mellem de to ordninger. Det ses, at private finansieringsmidler svinger mellem 28 og 35 pct. for film under markedsordningen, mens de ligger mellem 16 og 23 pct. under konsulentordningen.

Udenlandske midler svinger mellem 13 og 18 pct. for film under konsulentordningen, mens de ligger mellem 4 og 7 pct. for film under markedsordningen.

Indtægter

Bruttoindtægterne (indtægter fra biograf, videoudbydere, tv-salg mv.) er samlet faldet med 16 pct. fra 2004 – 2016. Indtægtsfordelingen viser, at film under markedsordningen er faldet ca. 10 pct., mens faldet for konsulentfilm er 18 pct. Samtidig viser analysen, at film under markedsordningen siden 2010 har formået at løfte indtægterne til et niveau svarende til 2004-niveau.

Nettoindtægterne (indtægter der er til producenterne, når øvrige investorer er betalt) viser en positiv udvikling for film under markedsordningen siden 2009, mens nettoindtægterne er betydeligt lavere for film under konsulentordningen og befinder sig på et niveau 50 pct. under niveauet i 2004. Faldet i salg af dvd og blu-ray har en mærkbar negativ indflydelse på indtjeningen og modsvares endnu ikke af de digitale indtægter.

Forrentningen i dansk spillefilmproduktion i perioden 2004 – 2015 er negativ med 118 mio. kr. og primært drevet af film under konsulentordningen, hvor *break even* knap opnås i hver tredje film. I modsætning hertil, har film under markedsordningen leveret en positiv forretning på 54 mio. kr. siden 2009.

Digitale indtægter

De digitale indtægter, der i 2013 blev tillagt store forventninger og betydning, har haft en langsommelig udvikling og resultaterne lever ikke op til forventningerne. Indtægter fra salg af dvd og blu-ray er fortsat faldende, mens VOD siden 2012 været i markant vækst. Det skyldes, at udgangspunktet var nul, samt at udbydere med store kataloger og lave abonnemeter og effektive transaktioner er lykkedes med at etablere sig hurtigt på det danske marked. Væksten kan dog ikke kompensere for faldet og udgør én krone for hver 10 kroner, der er tabt.

Generelt ses en langsom, men insisterende udvikling i digitale indtægter på tværs af støtteordninger, budgetstørrelse og genrer. De væsentligste digitale indtægter stammer hovedsageligt fra transaktioner (TVOD – salg og leje) frem for abonnementsordninger (SVOD - streamingtjenester).

Det digitale landskab

VOD har udviklet sig til en betydelig distributionsform grundet dels udvikling i båndbredde, dels konsolidering og kendskabsudbredelse. VOD-udbydere udfordrer den traditionelle værdikæde ved at være med til at producere indhold og tilbyde indhold eksklusivt. Samtidig udfordres den traditionelle vinduesstruktur, da digital distribution muliggør hurtigere distribution end tidligere og dermed forbrugerens adgang til indhold.

I Danmark er der ca. 25 VOD-udbydere, der med massive investeringer skaber eget eksklusivt indhold samt opkøber rettigheder til nyt indhold og bagkataloger. Producenter har udtrykt, at frasalg af rettigheder er tvingende nødvendigt for at kunne finansiere nyt indhold, men indebærer dermed også, at indtægter fra filmens "lange hale" afhændes.

Frasalg af rettigheder berører efterfølgende del af indtægtskæden, hvilket bl.a. har negativ effekt for de skabende kunstnere, der også lever af rettighedsbetalinger.

Nye VOD-aktører presser eksklusivitetsvinduerne, f.eks. biografvinduet, hvor størstedelen af spillefilms indtægter fortsat hentes. Det er forventningerne hos markedsaktørerne, at særligt transaktionsbaseret VOD, vil være afgørende for en positiv økonomisk udvikling fremadrettet, og at det vil være i den VOD-gren, satsningen hos aktørerne især ligger.

Biograføkonomi 2012 – 2016 – Teknologisk Institut

Teknologisk institut har foretaget en økonomisk analyse af de danske biografer, 2012 – 2016. Konklusionerne er blandt andet at den danske biografsektor har en sund økonomisk udvikling med et overskud efter skat på 136 mio.kr. i 2015, stigende i den undersøgte periode. Billetsalg til film fra USA ligger gennemsnitligt på omkring 7 mio. solgte billetter årligt og udgør en solid og stabil andel af indtægterne og dermed overskuddet.

Biografbranchen har i perioden brugt en stigning i bruttofortjenesten til at øge virksomhedernes egenkapital-andel og fremstår med en stærk soliditetsgrad (37 pct. i 2015). Biografbranchen står derved stærkt, og resultaterne i årene 2015 og 2016 efterlader et billede af en branche med evne til at skabe vækst i både omsætning og bundlinje. De større biografer har igennem perioden genereret en stigende bruttofortjeneste, opnået gennem en stigning i billetprisen og ved interne effektiviseringer.

Siden 2010 er markedsandelen for de mindre biografer og de lidt større provinsbiografer, steget fra 15 til 23 pct., næsten udelukkende drevet af udviklingen i de mindre biografer. Kunstbiograferne har samtidig oplevet en nedadgående tendens i omsætningen og en dalende markedsandel, der i dag udgør 2 pct.

Ulovligt forbrug af dansk film online (pirateri) - RettighedsAlliancen

RettighedsAlliancen har leveret en redegørelse over omfanget af og udviklingen i ulovligt forbrug af dansk film online. Det fremgår bl.a. af RettighedsAlliancens redegørelse, at der i 2016 var over 212 mio. besøg fra danske IP-adresser på hjemmesider, der tilbyder ulovlig adgang til bl.a. film. Trafikken til hjemmesider, der udbyder indhold ulovligt tenderer mod at flytte sig fra åbne netværk mod lukkede netværk, hvor det er nemmere at anonymisere sin færden.

Ulovlige downloads og delinger udgjorde i 2015 17,2 mio. mod 11,9 i 2016. De benyttede, lukkede netværk er ofte danske, baseret på danske brugere. I disse netværk tilgængeliggøres stort set alle danske titler ulovligt og simultant med lovlig tilgængeliggørelse, dvs. at en dansk film kan downloades ulovligt samtidig med at den gøres tilgængelig digitalt og lovligt.

Indhold i de ulovlige netværk er gratis for brugerne, da netværkene opnår indtægter ved datatrafik og annoncesalg. De ulovlige netværk kan derved opnå indtægter samtidig med, at indtægter forsvinder fra lovligt salg. Det betyder, at prisen på lovlige produkter konkurrerer mod 'gratis'. Gratis indhold er derfor en markedsdominerende faktor for den digitale, online forretningsudvikling.

NOTAT

Kommissorium for analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller

Problem

Det følger af Filmaftalen 2015 – 2018 at der: ” *Ultimo 2016 gennemføres en analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller for at vurdere om filmstøtten fortsat er tidssvarende indrettet, og om den anvendes bedst muligt.* ”.

Baggrund

Ønsket om en analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller følger oplægget til den nuværende filmaftale. Her fremgår det, at flertydige udviklingstendenser vanskeliggør vurderingen af udviklingen i markedet og støttesystemernes mulighed for at understøtte udviklingen tidssvarende. Særligt den hastige digitale udvikling indenfor VOD og streaming samt nedgang i salg af fysisk medier såsom DVD og blu-ray, giver et utydeligt billede af fremtidige behov og forventninger til nye forretningsmodeller.

På den baggrund er hovedsigtet med analysen at vurdere:

- væsentlige ændringer i filmmarkedet indenfor de senere år, herunder ændringer med økonomisk betydning for forretningsmodellerne;
- de reguleringsmæssige overvejelser, herunder om støttesystemet er tidssvarende indrettet og anvendes bedst muligt;
- perspektiver på filmens fremtidige udfordringer og indtægtsforløb.

I henhold til ovenstående forstås film i denne sammenhæng alene som spillefilm. Perioden for undersøgelsen forventes at omfatte fra ca. 2012 og frem.

Styregruppe

Der nedsættes en styregruppe består af følgende personer (forventet):

- Sandra Piras, Sekretariatschef, Danske Filminstruktører
- Klaus Hansen, direktør, Producentforeningen
- Kim Pedersen, Danske Biografer
- Mads Nedergaard, formand, FAFID
- Henrik Bo Nielsen, direktør, Det Danske Filminstitut
- Claus Ladegaard, vicedirektør, Det Danske Filminstitut.

Projektgruppe

Analysen drives af en Projektgruppe (PG) bestående af medarbejdere fra DFI samt evt. en eksterne konsulent til databehandling og analyse.



Metode

Til brug for analysen indhentes data, som understøtter analysens hovedsigte, herunder beskrivelse af væsentlige ændringer med økonomisk betydning for forretningsmodellerne. Tilvejebringelse af data sker i samarbejde mellem DFI og branchen, og med afsæt i det behov, STG beslutter samt, hvad der er muligt.

Vurderingen af de reguleringsmæssige overvejelser, herunder om støttesystemet er tidssvarende indrettet og anvendes bedst muligt, samt perspektiver på filmens fremtidige udfordringer og indtægtsforløb foretages med afsæt i data og i drøftelse med STG.

Tentativ tidsplan

Tabel 1 – tidsplan for analyse af filmbranchens nye forretningsmodeller

2016/2017			
Uge	Aktivitet	Beskrivelse	Ansvar
50	Møde i Styregruppe	Drøfte kommissorium og proces	STG
2	Møde i Projektgruppe	Drøfte arbejdsproces	PG
8	Møde i Styregruppe	Statusmøde	STG
14	Fremsende udkast til endelig rapport	STG modtager udkast til endelig rapport	PG
16	Møde i Styregruppe	Drøfte udkast til endelig rapport	PG
18	Endelig analyse	Endelig analyse sendes til KUM	STG



**Sundhedstilstanden i dansk
spillefilmsproduktion**
En opdatering

17-10-2017

Indhold

1	Indledning og sammenfatning	3
2	Volumen af dansk spillefilms-produktion	10
3	Finansieringen af dansk spillefilm	15
4	Indtægtsanalyse	22
5	Digitale home entertainment-indtægter	34
6	Det digitale landskab	42

1 Indledning og sammenfatning

Det Danske Filminstitut (DFI) har bedt Deloitte undersøge sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion med udgangspunkt i rapporten *Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion*, der blev udarbejdet af Deloitte i 2013. Der vil derfor løbende i denne rapport blive refereret til den tidligere rapport som *2013-rapporten*.

Formålet med undersøgelsen er at opdatere udvalgte dele af 2013-rapporten og beskrive det digitale landskab. Rapporten belyser udviklingen i produktionsvolumen, finansiering og indtægter samt giver et overblik over det digitale landskab i den danske spillefilmsbranche. Perspektivet i undersøgelsen er perioden 2003-2016. Det skal dog bemærkes, at tallene for 2015 og 2016 er foreløbige tal for filmaftaleperioden 2015-2018¹.

Undersøgelsen tager udgangspunkt i den danske model for filmproduktion, hvor film typisk produceres og finansieres i et samspil mellem private og offentlige aktører. De offentlige midler har til formål at understøtte en diversificeret produktion af spillefilm med vægt på udvikling af både filmkunsten (konsulentordning) og populærkulturelle film (markedsordning). For en mere uddybende forklaring af den danske model for filmproduktion refereres til 2013-rapporten. De to yderligere støtteordninger, råfilm og lavbudgetfilm, er udeladt af analysen, for at opnå et robust sammenligningsgrundlag på tværs af filmaftaleperioderne. Disse to filmstøtteordninger er perodespecifikke for filmaftalerne 2007-2010 og 2015-2018.

Afvielser i opgørelserne af produktionsvolumen, budgetter og indtægter mellem de to rapporter kan forekomme. Dette skyldes revision af budgetter og regnskaber samt udgivelse af nye regnskaber i den mellemliggende periode fra 2013 til 2017 for film med tilsagnsår i perioden 2003-2013.

1.1 Sammenfatning

Analysen tegner et billede af dansk spillefilmsproduktion, som er risikofyldt, og lider under en tilbagegang i indtægtsgrundlaget. Analysen finder på flere områder en fortsættelse af en række tendenser, der blev identificeret i 2013-rapporten, hvor visse tendenser dog stikker særligt ud. Siden 2011 ses en divergerende udvikling mellem film under konsulent- og markedsordning, og generelt bemærkes det, at film under

¹ Ved foreløbige tal forstås det, at hele filmaftalen ikke er opgjort. Tallene for 2015 og 2016 forbliver fyldestgørende for disse to år.

markedsordningen har klaret sig betydeligt bedre end film under konsulentordningen, der forbliver særligt sårbare. Det vurderes, at den nuværende produktion vil have svært ved at forblive bæredygtig, givet den ringe forrentning af danske spillefilm og den store uforudsigelighed i indtægter. Gennem en spørgerunde finder Deloitte ikke, at forretningsmodellerne i dansk filmproduktion har ændret sig betydeligt siden 2013-rapporten. Det fremgår dog, at det reducerede indtægtsgrundlag har nødsaget producenterne til at justere deres forretningsgange for at imødegå den øgede usikkerhed forbundet ved produktionen. Dette sker gennem et øget frasalg af rettigheder før produktionen igangsættes, samt produktion af tv-serier for at danne et mere solidt indtægtsgrundlag for produktionsselskabet som helhed. Af rundespørgen fremgik det ligeledes, at overvejelser om at rykke produktioner uden for landets grænser, for at opnå en bedre økonomi og mulighed for at søge udenlandsk kapital, overvejes i større omfang.

Analysen finder, at fem overordnede tendenser er gennemgående for produktionen af danske spillefilm i perioden 2003-2016.

1. Der ses en let nedadgående tendens i den samlede produktionsvolumen for danske spillefilm målt i produktionsværdi². Produktionsvolumen bliver i stigende grad rettet mod markedsorienterede film, og det lette fald i den samlede produktionsvolumen tilskrives især de kunstneriske film under konsulentordningen. For film under konsulentordningen ses en centralisering af midler omkring større produktioner i en ellers nedadgående filmproduktion.
2. Den offentlige finansiering fra DFI og tv-støtten sikrer fortsat stabilitet i finansieringen af danske spillefilm. Finansieringen af film på konsulent- og markedsordningen er fundamentalt forskellig. I perioden ses en stigning i finansieringssandelen fra private investorer for film under markedsordningen, mens andelen forbliver uændret for film under konsulentordningen. Film under konsulentordningen, især mindre film, er truet i forhold til en ændring af den offentlige støtte.
3. Indtægterne fra dansk spillefilmsproduktion har været dalende, og de samlede bruttoindtægter er faldet med godt 16 procent gennem en periode karakteriseret ved høj uforudsigelighed på tværs af premiereårene. Nedgangen i bruttoindtægterne er næsten identisk på tværs af støtteordning, der ses dog klare forskelle i udviklingen for nettoindtægterne på tværs af støtteordninger. Hvor film under markedsordningen har været i en positiv udvikling siden 2009, har film under konsulentordningen generelt ligget betydeligt lavere, hvilket medfører, at forrentningen, især af film under

² Produktionsværdien er opgjøret ud fra den samlede værdi af produktionen, dvs. budget- og regnskabstal.

konsulentordningen, er presset. Nedgangen skyldes i høj grad en nedgang i indtægterne fra det fysiske home entertainment-vindue, som de digitale indtægter, trods en stigning, fortsat ikke modsvarer.

4. Den asymmetriske udvikling i forholdet mellem støtteordningerne indikerer, at der er en risiko for tab af mangfoldighed i danske spillefilm ved ændringer i den offentlige støtte. Skreddet i udviklingen mellem konsulent- og markedsordning er genkendeligt på tværs af både produktionsvolumen, finansieringsstruktur og indtægter, hvor film under konsulentordningen lader til at være mere afhængige af de offentlige midler i deres produktion.
5. Video on demand (VOD) har gjort sit indtog på det danske marked. Siden 2012 har markedet oplevet en markant øget vækst. Deloitte har identificeret fem arketyper af VOD-udbydere, som befolker det digitale landskab. Disse fem arketyper er; digitale udlejere, streamingtjenester, teleselskaber, teknologivirksomheder og catch-up-tv. I alt er der fundet 25 aktører på det danske marked³. Det drastiske indtog af VOD-tjenester i Danmark har haft konsekvenser for distributionsformen af spillefilm og derved også indflydelse på den traditionelle værdikæde. Resultatet er en værdikæde, der i langt højere grad er centraliseret omkring publikum og deres præferencer.

I perioden findes et stabilt antal producerede spillefilm, der ligger på omkring 20 spillefilm per år. Fordelingen mellem de to støtteordninger forbliver ligeledes konstant. Til trods for denne stabilitet i antallet af spillefilm ses en tilbagegang i den gennemsnitlige produktionsvolumen per år målt i faste priser⁴ fra 476 mio. kr. i perioden 2003-2006, til 394 mio. kr. i perioden 2015-2016 på baggrund af et lille fald i de gennemsnitlige budgetter per spillefilm.

I modsætning til den konstante udvikling i antallet af producerede film, ses en skævvridning af produktionsvolumen mellem film under konsulent- og markedsordningen. I analysen ses en reduktion i andelen af produktionsvolumen tilskrevet film under konsulentordningen, mens film under markedsordningen udgør en stadig større andel af den samlede volumen. Den årlige produktionsvolumen for film under konsulentordningen har været støt faldende i perioden fra 338 mio. kr. i perioden 2003-2006, til 221 mio. kr. i 2015-2016 – et fald i den årlige produktionsvolumen på knap 35 procent. I modsætning hertil er produktionsvolumen for film under markedsordningen steget fra 138 mio. kr. til 173 mio. kr., så denne støtteordning nu udgør 42 procent af den samlede produktionsvolumen – en stigning på 29 procent i filmaftaleperioden 2003-2016.

³ Catch-up-aktører er ikke inkluderet i denne optælling.

⁴ Undersøgelsen er opgjort i faste 2016-priser.

I perioden ses en centralisering af midler henimod film med større produktionsvolumen og der skabes derved en større spredning i budgetstørrelser mellem filmene. Dette kommer hverken til udtryk i antallet af producerede film eller de gennemsnitlige budgetter, men derimod af en tendens inden for film under konsulentordningen, hvor film med de højeste budgetter udgør en stigende andel af den totale produktionsvolumen. Dette betyder, at produktionsmidlerne rettet mod film under konsulentordningen i stigende grad anvendes på en mindre andel af film med større budgetter.

Majoriteten af finansieringen til danske spillefilm hentes forsat fra den offentlige støtte

Den danske offentlige støtte er fortsat fundamentet i finansieringen af de danske filmproduktioner. Den offentlige støtte, i form af støtte fra DFI og tv-stationer, udgør majoriteten af den totale finansiering og skaber en tryk base, hvorfra yderligere kapital kan tiltrækkes. Udviklingen i den samlede finansieringsstruktur mellem den offentlige støtte, private investeringer og udenlandsk finansiering af danske film er stabil i perioden fra 2003 til 2014.⁵ Samlet ses små svingninger i perioden, hvor den offentlige støtte udgør omkring 51 til 55 procent af den samlede finansiering, og private investeringer repræsenterer mellem 25 og 27 procent, mens den resterende kapital, der udgør godt 20 procent, hentes via udenlandske investeringer og internationale fonde. Ser man på de to støtteordninger separat, ses fundamentale forskelle, men også en asymmetrisk udvikling, der især kommer til udtryk ved de private investeringer. Mens den private finansiering er stabil omkring de 20 procent for film under konsulentordningen, er andelen for film under markedsordningen steget fra 31 til 35 procent i perioden fra 2003 til 2014. Stigningen kan tilskrives en forøgelse af kapital fra producenter og co-producenter. Der ses et markant fald i den private finansieringsgrad fra perioden 2011-2014 til 2015-2016, både for film under konsulent- og markedsordningen. Faldet skyldes lave private finansieringsgrader fra enkelte film, hvilket gør det usikkert at konkludere før den indeværende filmperiode er opgjort.

Samlet tegner ovenstående et billede af en mere fleksibel finansieringsstruktur for film under markedsordningen, hvor indskuddet af privat kapital kan variere efter behov. Dette kan både være et udtryk for, at producenterne er mere villige til at påtage sig større risici; at producenterne er tvunget til det eller at producenterne har nemmere ved at rejse privat kapital fra co-producenter. Film under konsulentordningen forbliver betydelig mere afhængige af den offentlige støtte og får i højere grad deres finansiering dækket af udenlandsk kapital. En nedgang i eller kommerciel drejning af den offentlige finansiering og tv-støtten vil ramme film under

⁵ Finansieringsgraderne for perioden 2015-2016 er domineret af enkelte film med en anormale finansieringsstruktur, hvilket gør det spekulativt at konkludere før det indeværende filmaftale periode er opgjort.

konsulentordningen hårdere, især de mindre produktioner, hvor tilgængeligheden af udenlandsk kapital er mere beskednen.

Et faldende og uforudsigeligt indtægtsgrundlag

Nedgangen i bruttoindtægterne for danske spillefilm har ramt film under konsulentordningen særlig hårdt. Det forbliver svært at identificere en konsekvent tendens i udviklingen af indtægterne på tværs af premiereårene, eftersom perioden viser store årlige udsving og en høj grad af uforudsigelighed i et marked, der primært er drevet af enkelte film. Over perioden er de gennemsnitlige bruttoindtægter fra film under konsulentordningen faldet med godt 27 procent, mens faldet for film under markedsordningen har været på 10 procent. I perioden fra 2004 til 2009 ses en entydig negativ udvikling, frem mod 2009, hvorefter der ses en forbedring i markedet. Film under markedsordningen har dog evnet at komme tilbage til samme gennemsnitlige bruttoindtægtsniveau, som i 2004. Der findes en ændring i den underlæggende indtægtsstruktur som klart fremgår, når bruttoindtægter undersøges på tværs af indtægtsvinduerne. Her ses det, at home entertainment (HE)⁶ ikke længere udgør det vigtigste vindue, målt i indtægter. HE er nu overgået af både biograf- og tv-visningsindtægter⁷. Indtægterne fra HE er faldet fra 39 procent af de samlede indtægter i 2004, til 20 procent i 2012, og 10 procent i 2015 for film under konsulentordningen. Der ses en lignende udvikling for film under markedsordningen, hvor den gennemsnitlige indtægtsandel af de samlede indtægter tilskrevet HE er faldet fra 38 procent i 2004, til 30 procent i 2012 og 17 procent i 2015.

Undersøges den underliggende indtægtsstruktur på tværs af distributionskanaler, ses en fortsættelse af den nedadgående tendens i HE-indtægter. Indtægterne er gået fra at udgøre 39 procent af de samlede indtægter for film under konsulentordningen i 2004, til at udgøre 10 procent i 2015, og fra 38 procent til 17 procent for film under markedsordningen i samme periode. HE er gået fra at være den distributionskanal som hentede den højeste andel af de samlede indtægter i 2004 og 2005 til nu at være mindre end både biograf- og tv-visning. Denne udvikling har både været gældende for film under konsulent- og markedsordningen.

De faldende indtægter er fortsat drevet af et HE-vindue, der bliver mindre og mindre, og ikke længere udgør det vigtigste indtægtsvindue. Dette resulterer ligeledes i en presset forrentning af produktionen. Over hele perioden fra 2004 til 2015 findes en negativ forrentning på 118 mio. kr. i alt for alle film, der indgår i analysen. De pressede indtægter fra film under konsulentordningen resulterer i, at denne støtteordning er særlig hårdt ramt på forrentning, hvor der i gennemsnit kun bliver leveret en samlet positiv forrentning i 3 ud af de 12 premiereår. Der ses dog en positiv udvikling i forrentningen fra 2009 og frem til 2015, hvor der på tværs af

⁶ Home entertainment er en videreførelse af indtægtsvinduet "DK Video & DVD" fra 2013-rapporten.

⁷ Indtægter fra tv-visning dækker salg af rettigheder til tv-stationer

alle film har været en positiv forrentning på 54 mio. kr. Dette kunne derfor være afsættet til et mere optimistisk indtægtsgrundlag for dansk spillefilm i fremtiden. I en særskilt analyse udarbejdet i samarbejde med European Collection Agency, belyses udviklingen i de fysiske og digitale home entertainment-indtægter. Baseret på en stikprøve bestående af 43 titler, ses en positiv udvikling i digitale indtægter i et ellers faldende HE-marked. Grundet det betydelige fald i de fysiske indtægter og den positive udvikling i de digitale indtægter, udgør de digitale indtægter nu majoriteten af HE-indtægterne. De transaktionsbaserede salg⁸ (TVOD) udgør langt størstedelen af de digitale indtægter. På baggrund af stikprøven, er den positive udvikling i TVOD dog langt fra stærk nok til at dække den samlede nedgang i indtægterne fra de fysiske HE indtægter. For hver 10 kroner, der er tabt i fysisk HE-salg, er der blot forøget én krone på salg af TVOD, og således dækker stigningen i TVOD ikke nedgangen i det fysiske HE-salg. Der ses dog en opadgående tendens i indtægter fra abonnementsbaserede salg⁹ (SVOD). Den positive udvikling i digitale indtægter gælder både film under konsulent- og markedsordningen.

Den positive udvikling i digitale indtægter er et resultat af, at VOD er blevet en vigtig distributionskanal. At Danmark har opnået en høj penetrationsrate for denne distributionskanal er ikke overraskende, grundet den stærke danske digitale infrastruktur og en it-kyndig befolkning. Markedet har gennem de seneste år oplevet en modenhed og et indtog af både store internationale og nationale aktører. I kortlægningen af VOD-udbydere har Deloitte identificeret fem arketyper af aktører; de digitale videobutikker, streamingtjenester, teleselskaber, teknologivirksomheder og catch-up-tv. Fordelt på tværs af disse aktører har Deloitte identificeret 25 VOD-udbydere.¹⁰ Denne nye distributionsform forventes at medføre to ændringer til den traditionelle værdikæde. For det første ses et ønske fra de større VOD-tjenester og teknologivirksomheder om at sammensmelte visse led i værdikæden, heriblandt produktion, salg og distribution. Aktørerne vil producere deres eget indhold og vise det eksklusivt på deres platforme for at tillokke og fastholde brugere. For det andet, forventes et stigende pres på de traditionelle eksklusivitetsvinduer som dikterer spillefilmens vej fra biografen til TV.

De nedadgående og uforudsigelige indtægter kombineret med den digitale udvikling, medfører at producenterne er nødsaget til at revurdere deres forretningsmodel. Deloitte vurderer ikke, at der er bemærkelsesværdige ændringer i de benyttede forretningsmodeller siden 2013-rapporten. Producenterne forsøger dog at afdække usikkerheden i markedet gennem to metoder. For det første forsøger producenterne at udnytte bredden i deres forretningsområder til at afdække risikoen i spillefilmsproduktionen. Spillefilmsproducenterne forsøger således, at afdække dele af usikkerheden

⁸ De transaktionsbaserede salg indebærer online leje og køb af film, hvor materialet forbliver digitalt. For en definition mere uddybende se kapital 5.

⁹ De abonnementsbaserede salg omhandler indtægter generet ved abonnement services hvor en beholdning af film er frit tilgængeligt mod en månedlig leje. Igen refereres til kapital 5 for en dybdegående definition.

¹⁰ Catch-up TV udbydere er ikke inkluderet i de 25 aktører.

fra spillefilmsindtægterne ved blandt andet at producere tv-serier. For det andet sælger producenterne ud af deres fremtidige indtægter gennem salg af rettigheder, for at indhente finansiering til produktionen. Producenterne begynder dermed at drive forretning baseret på selve filmproduktionen, frem for produkterne på markedet.

1.2 Læsevejledning til rapporten

Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion er bygget på budgetter og regnskaber for de enkelte film med tilsagnsår i den undersøgte periode. I rapportens kapitel 2 undersøges det, hvordan støtten virker i forhold til at opretholde den danske filmproduktion, og i kapitel 3 undersøges den danske filmproduktions finansiering og udvikling. Herefter undersøger kapitel 4 udviklingen i indtægterne i dansk spillefilmsproduktion efterfulgt af en analyse af de fysiske og digitale indtægter fra home entertainment i kapitel 5. Sidst, i kapitel 6, undersøges det danske digitale landskab for VOD, og der reflekteres over udviklingen i de bæredygtige forretningsmodeller i dansk spillefilmsproduktion.

2 Volumen af dansk spillefilmsproduktion

I dette kapitel belyses produktionsomfanget og udviklingen heri i perioden 2003-2016. Dette efterfølges af en analyse af produktionsvolumen fordelt på de to støtteordninger, konsulent- og markedsordning.

Kapitlet tydeliggør, at der opleves en nedadgående tendens i produktionsvolumen for danske spillefilm, mens antallet af iværksatte film forbliver stabilt. Der ses en drejning af produktionen af film mod markedsordningen, mens der findes en tilbagegang i produktionsvolumen for film under konsulentordningen. Desuden centraliseres produktionsvolumen omkring større produktioner.

Let faldende produktionsvolumen trods et stabilt antal af film

Produktionen af danske film har været stabil i perioden fra 2003 til og med 2016. I den givne periode er der produceret 264 DFI-støttede danske film, heraf 171 under konsulentordningen, 105 under markedsordningen, 5 råfilm og 12 lavbudgetfilm.

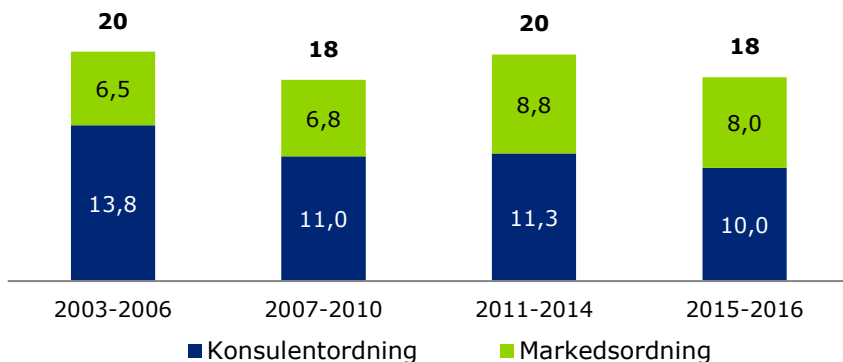
Rå- og lavbudgetfilm medtages ikke i den videre analyse. Dette skyldes, at de to initiativer er perodespecifikke, hvorfor de vil skabe usikkerhed ved det underlæggende sammenligningsgrundlag på tværs af filmaftaleperioder.

Den stabile produktion af danske spillefilm er sikret af den politiske filmaftale, der er indgået med Kulturministeriet, der dikterer, at DFI støtter produktionen af samlet 82-104 spillefilm med dansk hovedproducent over en firårig periode, svarende til godt 22 spillefilm om året¹¹. DFI har ligeledes en forpligtelse til at sikre balance i antallet af producerede film under henholdsvis konsulent- og markedsordningen.

Den stabile udvikling i produktionen er illustreret i Figur 1, der viser det gennemsnitlige antal DFI-støttede danske film per år fordelt på filmaftaleperioder.

¹¹ De 82-104 spillefilm er forudsat filmaftaleperioden 2015-2018.

Figur 1. Gennemsnitligt antal DFI-støttede danske film per år, antal film, 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

Det ses af Figur 1, at det gennemsnitlige antal film per år svinger omkring 20, mens der i sammensætningen af film ses en nedadgående tendens for film under konsulentordningen, der i perioden 2003-2006 udgjorde cirka 65 procent af den totale andel af film mod 44 procent i perioden 2015-2016.

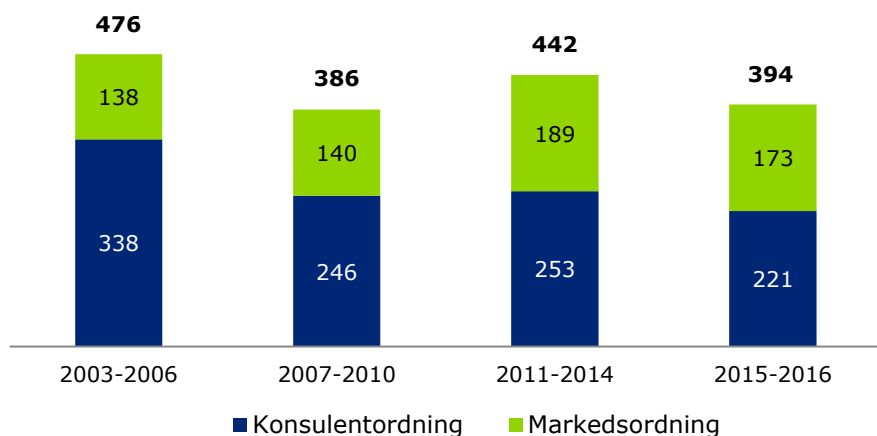
Trods det stabile antal producerede film ses en let nedgang i produktionsvolumen. Jævnfør Figur 2 var der i 2003-2006 en gennemsnitlig årlig produktionsvolumen på 476 mio. kr. målt i faste priser, mens den foreløbige gennemsnitlige produktionsvolumen for 2015-2016 ligger på 394 mio. kr., hvilket svarer til et fald på godt 17 procent.

Et skift mod en mere markedsorienteret spillefilmsproduktion

Mere markant ses en ændring i produktionsandelene splittet på tværs af støtteordning. Mens produktionsvolumen for film under konsulentordningen har været støt faldende, med et samlet fald på godt 35 procent¹², er produktionsvolumen for film under markedsordningen steget med 25 procent. Som resultat er andelen af produktionsvolumen, der er tilskrevet film under markedsordningen, i 2016 markant højere end i perioden 2003-2006. Andelen er steget fra 29 procent af den samlede volumen i perioden 2003-2006, til 44 procent i 2015-2016. Det vil sige, at en stigende andel af produktionsvolumen bliver kanaliseret mod film under markedsordningen i en ellers nedadgående samlet produktion.

¹² Faldet er beregnet efter de foreløbige tal for 2015-2016, hvorfor der kan forekomme ændringer i den resterende periode fra 2015 til 2018.

Figur 2. Gennemsnitlig årlig budgetvolumen, mio., kr., 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Tallene er et udtryk for det uvægtede gennemsnit af volumen per år.

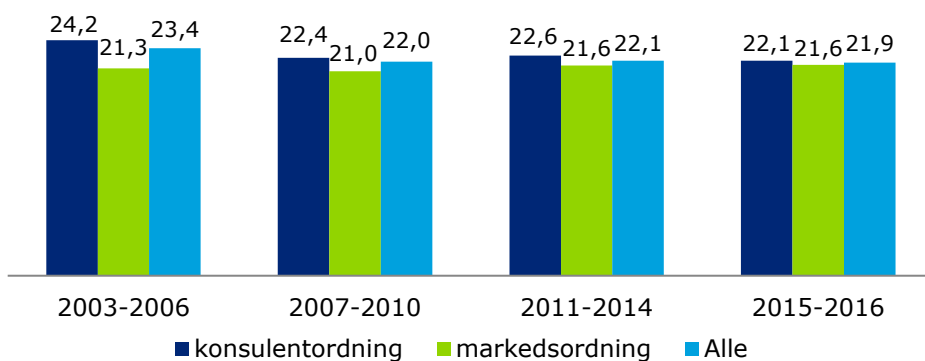
3) Faste priser, 2016.

Da tallene for 2015-2016 er et udtryk for foreløbige opgørelser, bør det bemærkes, at der kan forekomme ændringer i den resterende periode. Disse ændringer kan finde sted med henblik på at skabe balance i støtten mellem konsulent- og markedsordningen. Dette forventer DFI dog ikke – de forventer en ligelig fordeling for den resterende del af indeværende filmaftaleperiode.

Det stabile antal producerede film kombineret med en let faldende produktionsvolumen resulterer i et mindre fald i det gennemsnitlige produktionsbudget per film, hvilket er illustreret i Figur 3, der angiver det gennemsnitlige budget per film.

Grundet ændringen i produktionsvolumen ser Deloitte, at film under markedsordningen leder det samlede gennemsnitlige budget på tværs af alle film. Jævnfør Figur 3 ses et mindre fald i det gennemsnitlige budget per film under konsulentordningen fra 24,2 mio. kr. i perioden 2003-2006 til 22,4 mio. kr. i perioden 2007-2010, hvorefter den forholder sig forholdsvis konstant. Det gennemsnitlige budget per film for film under markedsordningen, forholder sig stabilt på tværs af hele perioden i spændet mellem 21-21,6 mio. kr.

Figur 3. Gennemsnitligt budget per. film, mio. kr., 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

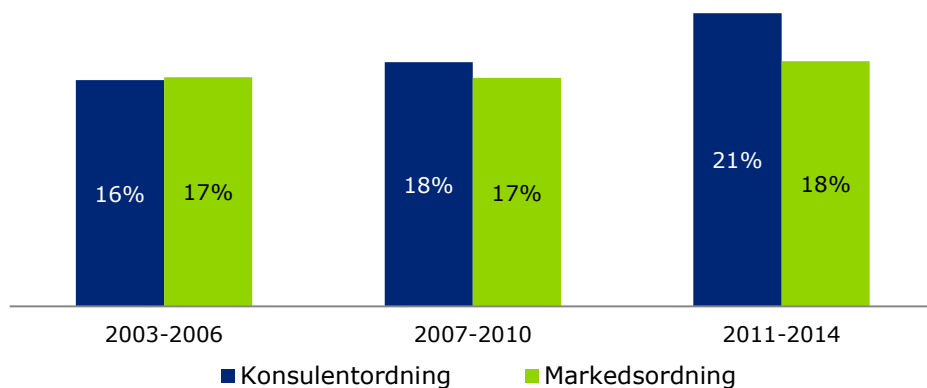
Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Tallene er udtryk for det uvægtede gennemsnit af budget per film per år.

3) Faste priser, 2016.

På trods af det mindre fald i det gennemsnitlige budget per film under konsulentordningen ses det, at gennemsnittet i stigende grad opretholdes af få enkelte større produktioner. Denne tendens illustreres tydeligt, når man betragter de tre største films bidrag til den samlede produktionsvolumen i de respektive filmperioder. Som det fremgår af Figur 4, findes et stigende bidrag fra de største produktioner. Andelen af den samlet produktionsvolumen tilskrevet de tre største produktioner er steget fra at udgøre 16 procent i 2003-2006 til 21 procent i 2011-2014. Denne trend lader til at fortsætte, når man ser på de foreløbige tal for 2015-2016. Ændringen i sammensætningen tyder på, at den faldende produktion stammer fra de mindre konsulentproduktioner, mens kapitalen fortsat bliver benyttet på større produktioner.

Figur 4. Bidraget til samlet produktionsvolumen af de tre største film, procent af den samlede produktionsvolumen, 2003-2014



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: ¹⁾ Årstal er tilsagnsår for filmene.

²⁾ Andelen er beregnet ved, bidraget fra de tre største film til den samlede produktionsvolumen i den pågældende filmaftaleperiode.

³⁾ Faste priser, 2016.

³⁾ Den indeværende periode er ekskluderet for at opretholde et robust sammenligningsgrundlag på tværs af filmaftaleperioderne

Analysen af produktionsvolumen for danske spillefilm indikerer på flere parametre en fortsættelse af den udvikling, der blev identificeret i 2013-rapporten. Deloitte finder således en videreførelse af post-krisetilpasningen af produktionen gennem nedskæringer i projektbudgetter og en produktion rettet mod film under markedsordningen, frem for film under konsulentordningen. Denne videreførelse kunne tyde på, at sundhedstilstanden blandt danske spillefilmsproducenter ikke er forbedret synderligt eller at producenterne har fundet en mere profitabel forretningsmodel ved at øge produktionen af film under markedsordningen, hvor udsigterne til positive forretninger alt andet lige er mere plausibel.

3 Finansieringen af dansk spillefilm

I dette kapitel undersøges den samlede sammensætning af filmfinansieringen på tværs af de fire filmaftaleperioder fra 2003 til 2016. Dette er efterfulgt af en mere dybtgående analyse af forskellene og tendenserne for film under konsulent- og markedsordningen.

Analysen finder følgende tendenser i finansieringen af danske spillefilm:

1. Fundamentet i finansieringen af danske spillefilm er stadig den offentlige støtte, der udgør majoriteten af den samlede finansiering.
2. Samlet set forekommer der små udsving i finansieringsstrukturen, men ved nærmere analyse fremkommer tydelige forskelle mellem film fra konsulent- og markedsordningen.
3. Det ses, at film under markedsordningen i stigende grad finansieres gennem private investeringer, mens denne udvikling ikke har været gældende for film under konsulentordningen, der forbliver sårbare over for nedgang i den offentlige støtte eller en mere kommerciel tv-støtte.

Den offentlige støtte sikrer fortsat stabilitet i finansieringen af danske spillefilm

Den offentlige finansiering, der kommer fra DFI, de to statslige tv-stationer og danske fonde, spiller en essentiel rolle i finansieringen af danske spillefilm. På tværs af disse tre aktører findes størstedelen af finansieringen af produktionerne. Foruden den offentlige støtte, sammenstykker producenterne kapital fra private investeringer, udenlandske investeringer og internationale fonde. Næstefter den offentlige støtte udgør de private investeringer den største andel af finansieringen og dækker over forsølg- og minimumsgarantier såvel som producenternes og eventuelt co-producenternes egne investeringer.

Før der dykkes ned i de separate filmstøtteordninger, skabes der et overblik over den samlede finansiering. Tabel 1 viser den samlede finansiering af DFI-støttede produktioner fordelt på bidrag fra de forskellige finansieringskilder. Tabellen giver derved et overblik over den totale finansiering rejst fra de forskellige finansieringskilder.

Finansieringskildernes bidrag har ikke oplevet betydelig varians gennem de fire filmaftaleperioder. Jævnfør Tabel 1 ses en næsten stillestående udvikling i finansieringsstrukturen.

Tabel 1. S sammensætningen af den årlige gennemsnitlige filmfinansieringen, mio. kr./ procent

	2003-2006		2007-2010		2011-2014		2015-2016	
Antal film per år	20		19		20		18	
Budgetvolumen per år Mio kr./ procent	476	100%	401	100%	442	100%	394	100%
Offentlige	263	55%	234	58%	225	51%	219	56%
DFI Støtte	174	37%	126	31%	137	31%	127	32%
Tv	78	16%	100	25%	80	18%	77	20%
Danske Fonde	11	2%	8	2%	8	2%	15	4%
Privat	117	25%	97	24%	120	27%	81	19%
Forskud/MG	42	9%	37	9%	46	10%	29	7%
Producent & co- producent	76	16%	60	15%	74	17%	51	12%
Total udland	75	16%	54	13%	75	17%	84	21%
Total internationale fonde	21	4%	17	4%	22	5%	13	3%

Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Note: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Faste priser - 2016.

3) Andelen, som hver finansieringskilde udgør, er beregnet ved at summere finansieringen i alle film fra hver kilde i det enkelte år og dernæst udregne den procentvise andel fra hver kilde af den samlede finansiering i det pågældende år. Andelen for hver periode er beregnet som gennemsnittet af årene i hver periode.

Den offentlige støtte bærer størstedelen af den totale finansieringsbyrde. Fordelt mellem DFI, tv-stationerne og danske fonde, udgør den offentlige finansiering mellem 51 og 58 procent af den samlede finansiering. Det bør bemærkes, at de 57 procent er tilskrevet den foreløbige opgørelse af perioden 2015-2016.

Af tabel 1 ses det, at der var en nedgang i den offentlige støtte i perioden 2011-2014. Nedgangen skyldes et fald i DFI-støtten i filmaftaleperioderne 2007-2010 og 2011-2014. I 2007-2010 blev faldet dog modsvaret af en proportionel forøgelse af tv-stationernes bidrag, hvilket ikke var tilfældet i perioden 2011-2014.

Finansiering fra udlandet er svingende over perioden. Denne volatilitet er tilskrevet enkelte store film, hvis finansiering fra udenlandske producenter og co-producenter er anormalt højt. Dette er særligt gældende for den indeværende filmaftaleperiode, hvor finansieringsandelen fra udlandet er særlig høj.

Det forbliver klart, at den offentlige finansiering fra DFI, tv-stationerne og danske fonde udgør fundamentet i finansieringen af danske film og derved bidrager til at skabe en mindre risikofyldt platform, hvorfra yderligere finansiering kan hentes. I tilfælde af et fald i den offentlige støtte vil filmproducenterne være nødsaget til at påtage sig yderligere risiko ved at bidrage med en større del af finansieringen selv og derved øge risikoen i branchen.

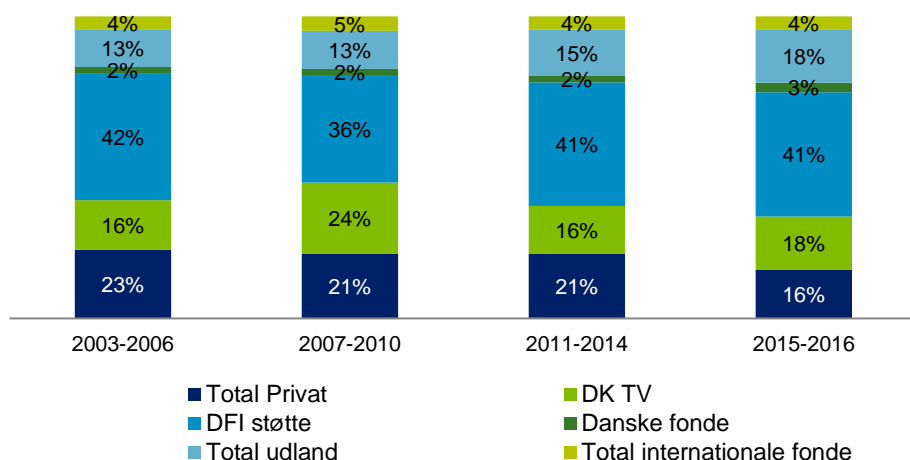
De foreløbige tal for 2015-2016 viser dog en styrkelse af den årlige offentlige støtte og en markant tilbagegang i producenternes egne bidrag. Denne udvikling kan dog først bekræftes, når tallene for denne periode er fuldt bekræftet.

Tabel 1 gav et overblik over udviklingen i den samlede finansieringsstruktur. Der er dog fremtrædende forskelle i finansieringsstrukturen på tværs af de to støtteordninger. Det følgende afsnit vil belyse disse forskelle og udviklingen heri.

Finansieringen af film på tværs af støtteordning er fundamentalt forskellig

Sammensætningen af finansieringen af film under konsulent- og markedsordningen er ganske forskellig. Ved at dykke ned i finansieringen af disse to ordninger ses en forskydning og en asymmetrisk sårbarhed over for ændringer i den offentlige støtte. Figur 5 og 6 illustrerer finansieringsstrukturen for henholdsvis film under konsulent- og markedsordningen.

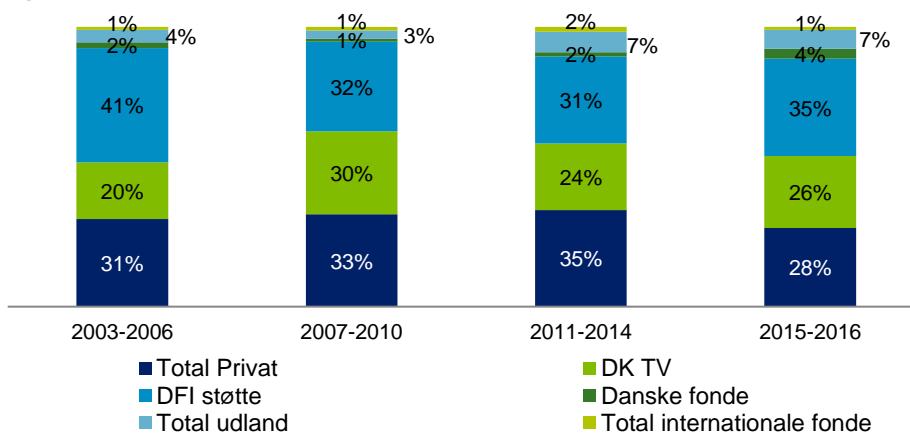
Figur 5. Gennemsnitlig finansiering af film under konsulentordningen, procent, 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene, 2) Tallene er et udtryk for det (uvægtede) gennemsnit af andelen af finansiering per film per år.

Figur 6. Gennemsnitlig finansiering af under markedsordningen, procent, 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Tallene er et udtryk for det (uvægtede) gennemsnit af andelen af finansiering per film per år.

Ved sammenligning af Figur 5 og Figur 6 fremgår flere klare fundamentale forskelle, der gælder på tværs af filmaftaleperioderne, hvilket ligeledes indikerer forskellige dynamikker i finansieringen.

Sammensætningen af privat finansiering og DFI-støtte er markant forskellig for de to filmkategorier, på trods af at den offentlige finansiering udgør majoriteten af finansieringen af både film under konsulent- og markedsordningen (godt 60 procent). Film under konsulentordningen får i

højere grad dækket deres finansiering af DFI-støtte og støtte fra danske fonde mens den private finansieringsgrad er omkring 10 procent højere for film under markedsordningen end for film under konsulentordningen. Den private finansiering udgør omkring 35 procent for film under markedsordningen mod cirka 21 procent for film under konsulentordningen. Udviklingen i de private investeringer for film under konsulentordningen har forholdt sig relativt stabilt i perioden fra 2003 til 2013 i spændet mellem 21 og 23 procent. Film under markedsordningen har derimod oplevet en stigning i finansieringsandelen tilhørende de private investeringer. Her er andelen forøget fra 31 procent i perioden 2003-2006 til 35 procent i 2011-2014, hvorefter der ses et stort fald i de foreløbige tal for 2015-2016. Det store fald i 2015-2016 gælder både for film under markeds- og konsulentordningen og kan tilskrives enkle film, hvor den private finansiering er meget lav mens finansiering fra udlandet er særlig høj. Deloitte anser dog grundlaget for at kunne be- eller afkræfte videreførelsen af tendensen i den private finansieringsgrad på baggrund af disse foreløbige tal for spekulativt, hvorfor endelige konklusioner må afvente den indeværende filmperiodes endelige opgørelse.

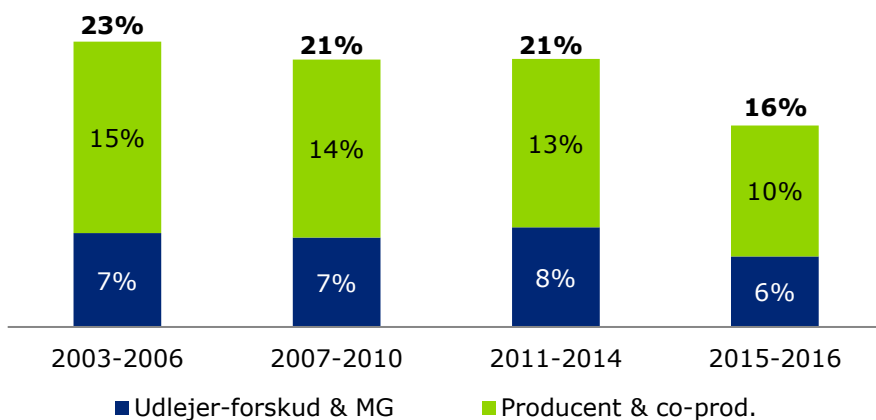
Den mindre andel af tv-støtte og privat finansiering efterlader et gab i finansieringen af film under konsulentordningen. Dette gab bliver i stigende grad dækket af udenlandske investeringer, hvilket udgør en betydelig større andel blandt film under konsulentordningen end markedsordningen med en andel på mellem 13 og 18 procent mod 4-7 procent for film under markedsordningen. Den udenlandske finansiering udgør derved en vigtig kilde til finansiering for især store, danske produktioner af film under konsulentordningen, hvor den offentlige støtte ikke er tilstrækkelig.

Grundet disse asymmetriske finansieringsstrukturer og udviklingen heri vil et dyk i den offentlige støtte ligeledes ramme de to støtteordninger forskelligt. Film under konsulentordningen har udsigt til den største omstilling i tilfælde af ændringer i den offentlige støtte og er primært sårbare over for ændringer i DFI-støtten. Især de mindre film under konsulentordningen, der har dårligere forudsætninger for at rejse udenlandsk kapital, er særligt udsatte.

Privat kapital søger mod film under markedsordningen

Brydes de private investeringer op i henholdsvis udlejerforskud og midler fra producenter og co-producenter, kan der optegnes et mere detaljeret billede. Dette er illustreret i Figur 7 og Figur 8, der viser den gennemsnitlige private finansiering fordelt på udlejerforskud og midler fra producenter og co-producenter for film under konsulent- og markedsordningen.

Figur 7. Gennemsnitlig andel af privatfinansiering af film under konsulentordningen, 2003-2016

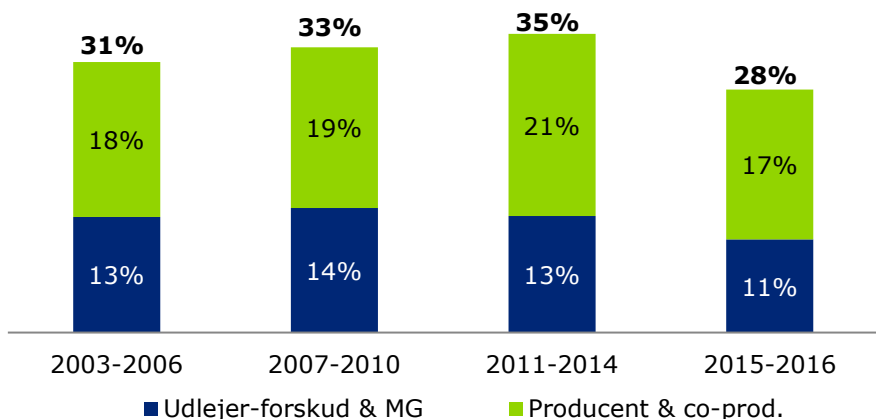


Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Tallene er et udtryk for det (uvægtede) gennemsnit af andelen af finansiering per film per år.

Figur 8. Gennemsnitlig andel af privatfinansiering af film under markedsordningen, 2003-2016



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er tilsagnsår for filmene.

2) Tallene er et udtryk for det (uvægtede) gennemsnit af andelen af finansiering per film per år.

De private investeringer har andelsmæssigt været relativt stabile for film under konsulentordningen mens de er forøget for film under markedsordningen i de tre første filmaftaleperioder fra 2003 til og med 2014. Stigningen i den private finansiering af film under markedsordningen er primært tilskyndet bidrag fra producenter og co-producenter, mens udlejerforsikud har forholdt sig stabile i perioden. Dette er enten et udtryk for fleksibilitet i finansieringen af film under markedsordningen, hvor producenterne har frihed til at justere andelen af de private finansieringer i

relation til de generelle økonomiske omgivelser, eller et udtryk for, at producenterne i stigende grad er villige, eller nødsaget til at påtage sig yderligere risici i håbet om at opnå et positivt afkast.

De foreløbige tal for 2015-2016 indikerer et kraftigt fald i den private finansieringsandel. Dette fald kan, som tidligere nævnt, tilskrives enkle film hvor den private finansiering er anormalt lav. Det forbliver derfor for usikkert at konkludere på baggrund af de foreløbige tal for den indeværende filmaftaleperiode.

Det samlede billede af finansieringsstrukturen og udviklingen heri viser en stabil sammensætning, hvor finansieringskilderne opretholder deres respektive andele i perioden. Film under konsulentordningen og film under markedsordningen forekommer fundamentalt forskellige i finansieringssammensætningen. Analysen finder en finansieringsstruktur for film under konsulentordningen, der forbliver sårbart over for ændringer i den offentlige støtte.

4 Indtægtsanalyse

I dette kapitel undersøges udviklingen i indtægterne i dansk spillefilmsproduktion i perioden fra 2004 til og med 2015. Indtægtsanalysen tager afsæt i økonomien for enkelte filmtitler i perioden og indeholder indtægtsdata for 222 af de 231 titler, der blev undersøgt i kapitel 1 til 3. Denne begrænsning skyldes, at ikke alle de nyeste titler har aflagt regnskaber. I den sammenhæng skal det bemærkes, at ældre titler vil have haft en længere løbetid i markedet, sammenlignet med nyere titler. Derfor kan det forventes, at titler fra 2014 og 2015 ikke har udlevet deres fulde økonomiske potentiale. Det forventes dog, at en gennemsnitlig biograffilm i Danmark har indhentet 84 procent af sine indtægter inden for det første år, og 96 procent inden for det efterfølgende år¹³. Modsat kapitel 1 til 3, er titlerne i dette kapitel inddelt efter premiereår og ikke tilsagnsår. Denne inddeling er foretaget for at give et retvisende billede af, hvornår indtægterne falder, eftersom der ofte er adskillige år mellem tilsagnsåret og premiereåret for filmene.

Denne analyse vil først belyse den generelle udvikling i bruttoindtægter på tværs af støtteordninger, samt oprindelsen af indtægter fordelt på de fire distributionskanaler¹⁴, filmleje biografer, home entertainment¹⁵, tv-visning, udland, og diverse¹⁶. HE indebærer indtægter fra dvd, Blu-ray, digital distribution og VOD. Det bør noteres, at filmleje, biografer, HE og tv-visning kun er tilskrevet danske indtægter, mens samtlige udenlandske indtægter ligger i vinduet udland. Efter analysen af bruttoindtægterne, undersøges udviklingen i nettoindtægter, samlet og på tværs af støtteordninger. Nettoindtægterne udgør de indtægter, der er tilbage, når producenterne har betalt forskuddet (MG) tilbage til distributøren, markedsføringsomkostningerne til filmen, kreative royalties og tilbagebetaling til visse fonde.

Sammenfatning af resultater

Analysen ser følgende tendenser i indtægterne i dansk spillefilmsproduktion:

1. Over hele perioden fra 2004 til 2015 ses et fald i de samlede bruttoindtægter på 16 procent. Perioden er generelt kendetegnet ved meget store udsving i indtjeningen på tværs af de enkelte år. Udviklingen og udsvingene er primært drevet af enkelte films succesgrad (målt i indtægter), hvis udslag fremgår tydeligt i de

¹³ Nordisk Film, Kenneth Wiberg.

¹⁴ Distributionskanaler er svarende til indtægtsvinduer fra 2013-rapporten.

¹⁵ Home entertainment er en videreførelse af indtægtsvinduet "DK Video & DVD" fra 2013-rapporten.

¹⁶ Diverse indeholder generelt indtægter forbundet med udnyttelse af sekundære rettigheder, såsom remake af film og merchandise.

samlede data. Mellem film under konsulentordningen og film under markedsordningen findes en større tilbagegang i bruttoindtægterne for film under konsulentordningen, der har en nedgang på 18 procent i forhold til 2004-niveau mod en tilbagegang for film under markedsordningen på 10 procent. Indtægterne fra film under konsulentordningen har ligeledes oplevet de største svingninger over perioden. Siden 2010 ses en udvikling, hvor film under markedsordningen har formået at opretholde deres bruttoindtægter på 2004-niveau, mens bruttoindtægterne for film under konsulentordningen anses for at være meget fluktuerende og primært drevet af enkelte titler¹⁷.

2. Undersøges den underliggende indtægtsstruktur på tværs af distributionskanaler, ses en fortsættelse af den nedadgående tendens i HE-indtægter. Indtægterne er gået fra at udgøre 39 procent i 2004, til at udgøre 10 procent af de samlede indtægter i 2015 for film under konsulentordningen, og fra 38 procent til 17 procent for film under markedsordningen i samme periode. HE er gået fra at være det største indtægtsvindue til at være mindre end både biograf og tv-visning for både film under konsulent- og markedsordningen. For film under konsulentordningen ses det, at indtægter fra udlandet ligeledes har overhalet HE målt i bruttoindtægter. Det tyder derfor ikke på, at nedgangen i de fysiske HE-indtægter begynder at blive opvejet gennem det digitale HE-salg. Denne problemstilling bliver der fokuseret på i kapitel 5.
3. Der ses en nedgang i nettoindtægter for danske spillefilm med premiere i perioden 2004 til 2009, hvor de samlede nettoindtægter faldt med 80 procent. Siden 2009 har nettoindtægterne været stigende og især drevet af en positiv udvikling fra film under markedsordningen. Film under konsulentordningen har ikke formået at generere tilsvarende nettoindtægter og har oplevet et markant fald fra 2013 til 2015. Et fald, der resulterer i en reduktion af de samlede nettoindtægter til et niveau 50 procent under det i 2004.
4. Forrentningen i dansk spillefilmsproduktion har ikke været gunstig i den undersøgte periode. Fra 2004 til 2015 ses en negativ forrentning på 118 mio. kr. Det er især film under konsulentordningen, der trækker den samlede forrentning ned. Film under konsulentordningen har i gennemsnit kun leveret en positiv forrentning i 4 ud af de 12 premiereår. Forrentningen har siden 2009 set ganske fornuftig ud for film under markedsordningen, der har leveret en positiv forrentning på 54 mio. kr.

¹⁷ I 2011 overgik støtteordningen "60/40-ordningen" til markedsordningen. Denne overgang medførte en skarpere opdeling mellem kunstneriske og markedsorienteret film. Dette kan bidrage til den divergerende udvikling mellem de to støtteordninger

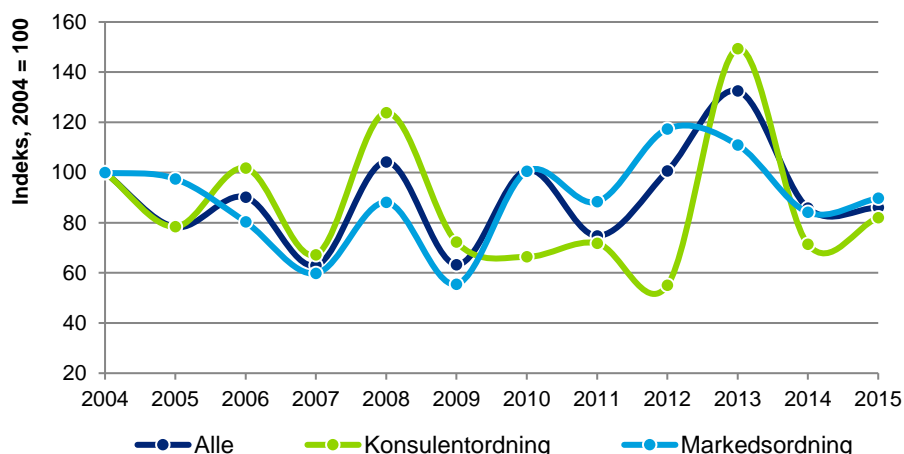
Udviklingen i brutto- og nettoindtægterne samt forrentningen i den danske spillefilmsproduktion indikerer et marked, hvori det er svært at tjene penge på baggrund af filmrettighederne for produktionsselskaberne og andre rettighedshavere. Indtægtsforholdene ses som værende særligt pressede for film under konsulentordningen, hvor der både er stor variation og generelt negative forrentninger.

Det bør dog noteres, at Deloitte ikke kender producenterens ejerskab over filmenes indtægtsstrømme, hvorfor det er svært at vurdere den direkte effekt af ændringerne i indtægterne på producenterne. På baggrund af selve forholdet mellem indtægterne fra dansk spillefilm og finansieringen fremstår et billede af en branche, hvis økonomi er presset.

De gennemsnitlige bruttoindtægter er faldet og er generelt karakteriseret ved en høj grad af uforudselighed

Bruttoindtægterne¹⁸ i den danske spillefilmsproduktion har oplevet et mindre fald i perioden fra 2004 til 2015. Der ses dog meget store udsving i bruttoindtægterne i perioden, både hvad angår film under konsulent- og markedsordningen. For at illustrere udviklingen er bruttoindtægterne indekseret, så 2004 er indeks 100. Figur 9 viser, at der fra år til år er kraftige udsving. Samtidig ses en nedgang i de samlede bruttoindtægter med 15 procent fra udgangspunktet i 2004. Undersøges film under konsulent- og markedsordning separat, ses en nedgang, som for film under konsulentordningen resulterer i et fald på 17 procent, mens film under markedsordningen er faldet 10 procent.

Figur 9. Gennemsnitlige bruttoindtægter per film, 2004-2015, indeks 2004 = 100.



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Indekseret gennemsnitligt per år.

3) Faste 2016-priser.

¹⁸ Bruttoindtægterne forstås som indtægter, der tilgår filmen fra detail-led, fx fra biograferne, videoudbydere, tv-salg m.m.

4) Alle film angiver de samlede bruttoindtægter for både film under konsulent- og markedsordning.

5) Givet deres korte løbetid siden premiere, forventes det at 2014 og 2015 ikke har opnået deres fuld indtægtpotentiale endnu

Udviklingen i bruttoindtægterne for de to støtteordninger har været meget ensartede i perioden fra 2004 til 2009. I perioden efter, det vil sige fra 2009-2013, er der en forskel i bruttoindtægternes udvikling. Hvor bruttoindtægterne for film under markedsordningen har en stabil opadgående kurve indtil 2013, fluktuerer bruttoindtægterne for film under konsulentordningen. På tværs af alle film ses en usikkerhed i bruttoindtægterne i perioden fra 2009 frem mod 2014. De svingende indtægter gør det vanskeligt at vurdere, hvor det naturlige leje forekommer. Det formodes dog at indtægterne igen stabiliseres omkring 2014, hvor bruttoindtægternes udvikling på tværs af støtteordninger igen konvergerer. Bruttoindtægter for film under konsulentordningen ser særligt lave ud i perioden fra 2009 til 2014, når de sammenholdes med den opadgående udvikling for film under markedsordningen.

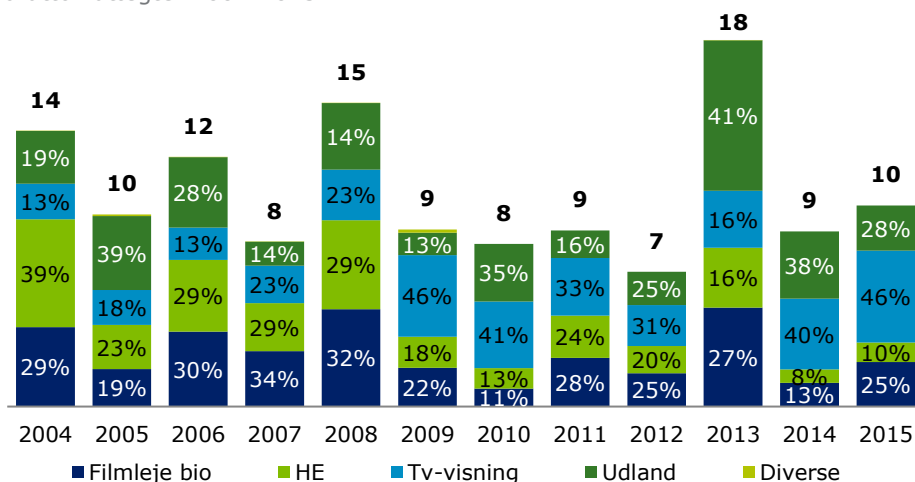
Særligt i 2013 ses fremtrædende udsving for film under konsulentordningen med en indekssværdi på 133 procent. Dette skyldes i høj grad, at flere store og indtjeningsrige film under konsulentordningen netop havde premiere i 2013.

Forskellene i bruttoindtægterne mellem konsulent- og markedsordning kommer til udtryk, når indtægterne nedbrydes på tværs af distributionskanaler. Denne nedbrydning fremgår af Figur 10 og Figur 11, der viser udviklingen i de procentvise andele fordelt på distributionskanaler for de to støtteordninger. Nedbrydningen illustrerer ændringerne i den underliggende struktur af distributionskanaler, der skaber grundlaget for ændringerne i de samlede bruttoindtægter. Der er sket en kraftig tilbagegang i HE-indtægterne. En udvikling, der ses særlig tydeligt for film under konsulentordningen, hvor HE er gået fra at udgøre 27 procent af de samlede gennemsnitlige bruttoindtægter per film i 2004, til at udgøre godt 10 procent i 2015. Denne udvikling er knap så drastisk for film under markedsordningen, hvor HE er gået fra at udgøre 38 procent i 2004, til 17 procent i 2015.

Som det fremgår af Figur 10 fluktuerer de gennemsnitlige bruttoindtægter per film under konsulentordningen omkring 9 mio. kr. i perioden. Dette niveau har været relativt stabilt siden 2010 med undtagelse af 2013¹⁹.

¹⁹ De høje indtægter for film under konsulentordningen med premiere i 2013 er tilskrevet enkelte titler, som indhentede anomalt høje indtægter fra udlandet.

Figur 10. Gennemsnitlige bruttoindtægter fordelt på distributionskanaler for film under konsulentordningen, procent af samlede bruttoindtægter, totale bruttoindtægter 2004-2015.

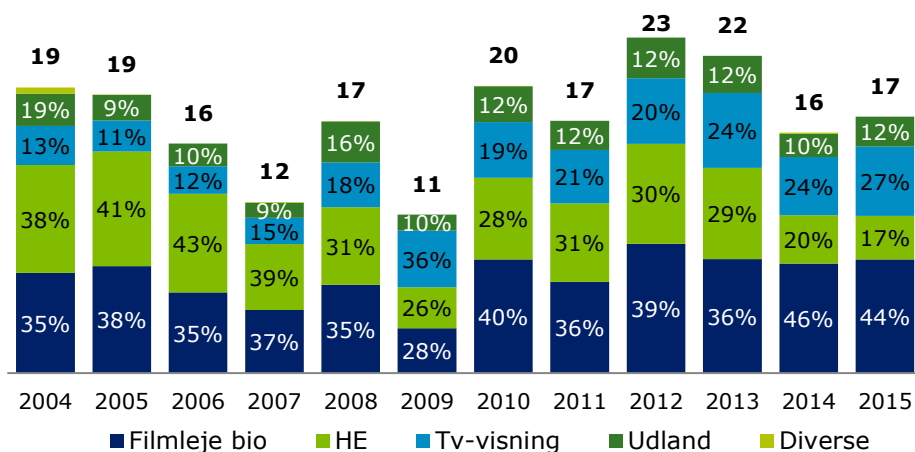


Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Det bør noteres at indtægtpotentialet for film med premierår i 2014 og 2015 ikke er fuld indfriet, grundet deres korte løbetid i markedet

Figur 11: Gennemsnitlige bruttoindtægter fordelt på distributionskanal for film under markedsordningen, procent af samlede bruttoindtægter, totale bruttoindtægter 2004-2015.



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Det bør noteres at indtægtpotentialet for film med premierår i 2014 og 2015 ikke er fuld indfriet, grundet deres korte løbetid i markedet

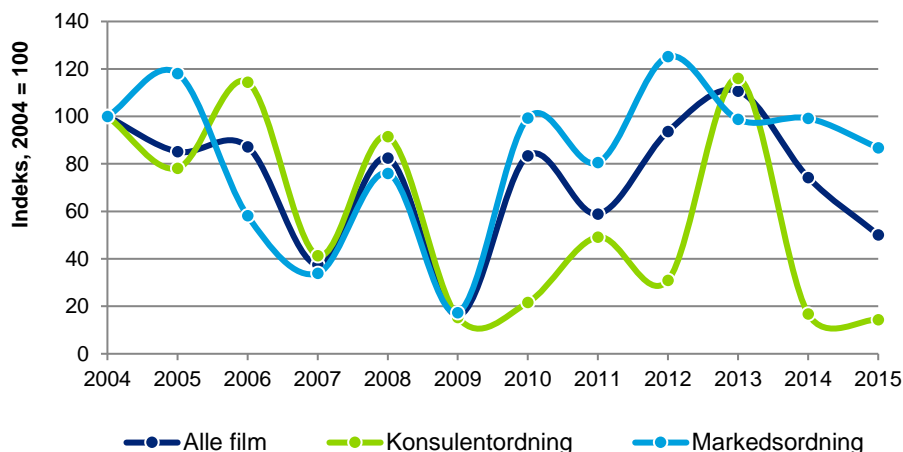
Jævnfør Figur 10 og Figur 11 betyder tilbagegangen i HE-vinduet, at indtægterne fra biografer og tv-visning udgør en stigende andel af de samlede indtægter til trods for, at indtægterne fra disse kanaler har været stabile i perioden i absolutte værdier. Dette medfører, at vigtigheden af at en film klarer sig godt på disse distributionskanaler nu er mere afgørende

for filmenes indtægtsmuligheder. Som vist i Figur 10, har tv-visning siden 2009, med undtagelse af 2013, udgjort det største indtægtsvindue for film under konsulentordningen og er derved den største bidragsyder til bruttoindtægter for danske film under konsulentordningen. Denne udvikling er ikke lige så stor for film under markedsordningen, jævnfør Figur 11, hvor indtægter fra tv-visning vokser til at udgøre 27 procent af de samlede bruttoindtægter, svarende til den næststørste indtægtskilde.

Nettoindtægter i dansk spillefilmsproduktion er halveret siden 2004

For at undersøge nettoindtægterne, det vil sige de indtægter, der er tilbage til producenterne, undersøges bruttoindtægterne fratrukket MG til distributøren, rettighedsbetalinger forbundet med præsalg, markedsføringsomkostningerne, kreative royalties og tilbagebetaling til visse fonde. På Figur 12 er nettoindtægterne over tid optegnet, og jævnfør Figur 12 er de gennemsnitlige nettoindtægter i dansk spillefilmsproduktion halveret i den undersøgte periode, det vil sige fra 2004-2009. Dette er dog ikke repræsentativt for hele perioden, som trods store udsving kan inddeles i tre underperioder med hver deres karakteristika. I perioden 2004-2009 ses et fald i nettoindtægter for begge støtteordninger. Efter at have ramt indeks 20 i 2009 ses en stigning i de gennemsnitlige nettoindtægter, der i 2013 igen opnår et niveau, som i 2004. Siden 2013 har de gennemsnitlige nettoindtægter igen oplevet et markant fald og ender på indeks 50 i 2015. Igen bør det noteres, at 2014 og 2015 ikke nødvendigvis har opnået deres fulde potentiale for indtægter, hvorfor det kan forventes, at disse år vil løfte deres indtægter yderligere.

Figur 12. Gennemsnitlige nettoindtægter på tværs af støtteordning, 2004-2015, indekseret 2004 = 100



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Indekseret gennemsnitlige bruttoindtægter per år.

3) Det bør noteres, at indtægtpotentialet for film med premierår i 2014 og 2015 ikke er fuld indfriet, grundet deres korte løbetid i markedet

Siden 2009 er det særligt film under markedsordningen, der har drevet den opadgående tendens i nettoindtægterne på nær i 2013, hvor springet i nettoindtægter, som tidligere nævnt, er tilskrevet succesen fra to titler. Modsat film under konsulentordningen, har film under markedsordningen formået at fluktuere omkring deres 2004-niveau siden 2010, dog med et lille fald i 2015. De store negative udsving i nettoindtægterne for film under konsulentordningen i 2014 og 2015 er til dels et udtryk for, at producenterne sælger ud af deres rettigheder til indtægterne som del af finansieringen. Disse frasalg af rettigheder til fremtidige indtægter sker særligt gennem tv-distribution, MG og i forbindelse med indsamlingen af udenlandsk kapital.

Den generelle udvikling afspejles i Tabel 2, der angiver de gennemsnitlige nettoindtægter og nettoindtægter per produktionskrone. Nettoindtægter per produktionskrone angiver de samlede nettoindtægter relativt til den samlede produktionsvolumen for det pågældende år og belyser således nettoudbyttet per krone investeret. Grundet den let faldende produktionsvolumen i danske spillefilm, som belyst i kapitel 2, er det nødvendigt at undersøge nettoindtægter til producenterne og andre rettighedshavere relativt til produktionsvolumenen, hvorfor de gennemsnitlige nettoindtægter per produktionskrone er opgivet i Tabel 2.

Jævnfør tabel 2 ses det, at premierefilm fra 2004 i gennemsnit leverede 4,2 mio. kr. i nettoindtægter til producenterne og andre rettighedshavere. Trods en høj grad af udsving på tværs af perioden fra 2004 til 2015 ses en nedadgående tendens. Kun i 2013 lykkedes det at indhente nettoindtægter på 2004-niveau, mens det årlige gennemsnit ligger på blot 3,02 mio. kr. og dermed 45 procent under 2004-niveauet. De gennemsnitlige nettoindtægter til rettighedshaverne for premierefilm i 2015 ligger på 2 mio. kr.

Tabel 2. Gennemsnitlige nettoindtægter per film og per produktionskrone, 2004-2016, mio. kr.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nettoindtægt, mio. kr., gns.	4,4	3,5	3,6	1,5	3,4	0,7	3,4	2,4	3,8	4,5	3,0	2,0
Nettoindtægt per produktionskrone	22%	13%	16%	7%	14%	3%	16%	12%	20%	21%	13%	9%

Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Nettoindtægterne er udregnet i faste 2016-priser.

3) Nettoindtægter per produktionskrone er udregnet ved den procentsats, de samlede nettoindtægter fra årets film udgør af de samme års samlede produktionsomkostninger, opgjort ved filmenes budgetter.

Faldet i nettoindtægter bliver klart afspejlet i nettoindtægterne per produktionskrone. Som det fremgår af Tabel 2, gav en produktionskrone i 2004 en nettoindtægt på 22 øre. Dette forhold er faldet til godt 9 øre i

2015²⁰. Siden 2013-rapporten ses to gode år i henholdsvis 2012 og 2013, hvor nettoindtægterne per produktionskrone ligger på henholdsvis 20 og 21 procent. Udviklingen i nettoindtægterne per produktionskrone illustrerer ligeledes, at faldet i nettoindtægterne er større, end faldet i produktionsvolumen, og viser dermed også, at producenternes evne til at skabe indtægter til sig selv og andre rettighedshavere fortsat er under pres.

De faldende nettoindtægter medfører, at det bliver sværere at skabe et gunstigt afkast i produktionen af danske spillefilm. Dette ses især, når der kigges på forrentningen²¹ i dansk spillefilm, som undersøges i detaljer i det efterfølgende afsnit.

Dårlig forrentning i spillefilmsproduktion med store deviationer på tværs af støtteordninger

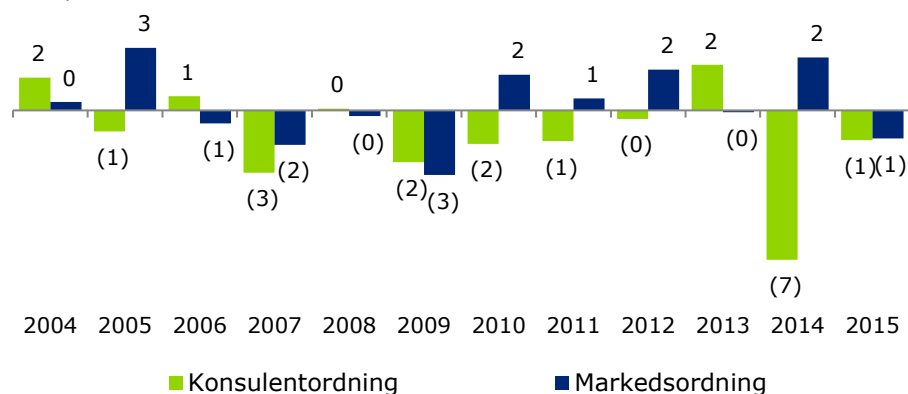
De faldende nettoindtægter medfører, at forrentningen i dansk spillefilmsproduktion er gået tilbage. Den gennemsnitlige forrentning per titel ligger i spændet -2 og 2 mio. kr., og i enkelte tilfælde helt op til 3 mio. kr., hvilket fremgår af Figur 13. Det meget voldsomme fald, der ses i Figur 13 for året 2014 skyldes enkelte tilfælde med store negative forrentninger, hvilket forskyder gennemsnittet. Udelades denne afvigelse, ender den gennemsnitlige forrentning for film under konsulentordningen med premiereår i 2014 på -1 mio., en forrentning, der er på niveau med gennemsnittet for de andre år.

Den gennemsnitlige forrentning per titel er forskellig på tværs af støtteordning. Dette er næppe en overraskelse givet selektionskriterierne for de to støtteordninger. Film under konsulentordningen har kun leveret en gennemsnitlig positiv forrentning per film i 3 ud af de 12 premiereår, mens film under markedsordningen har evnet at levere en positiv forrentning i halvdelen af de undersøgte år.

²⁰ Det bør notes at indtægterne for film med premiererår 2014 og 2015 ikke har fuldt udleveret deres potentiale, således det forventes at indtægterne for disse år vil stige i fremtiden

²¹ Forrentningen er et udtryk for, hvorvidt filmen opnår nettoindtægter, der svarer til eller overstiger producentens og en eventuel co-producents investering. Forrentningen er ikke det eneste udtryk for, om producenten har indtægter og tjener på filmen, fordi producenten netop ikke kun er investor, men også står for produktionen, og derfor også kan tjene på selve produktionen. Forrentningen er beregnet ud fra de indtægter, filmene har opnået i 2017.

Figur 13. Gennemsnitlig forrentning per film på tværs af støtteordninger, 2004-2015, mio. kr.



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) faste 2016-priser.

3) Forrentning beregnes ved den resterende værdi, efter producenters og eventuelle co-producenters investeringer er fratrukket nettoindtægterne.

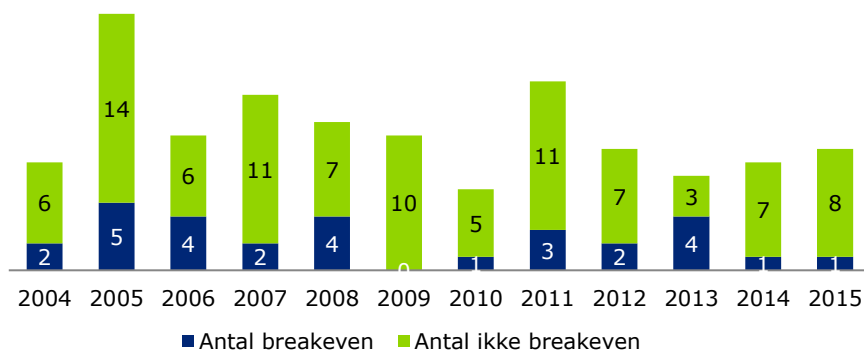
Forskellen i forrentningsgrundlaget mellem støtteordningerne kommer tydeligt til udtryk, når den gennemsnitlige forrentning udregnes på tværs af hele perioden. I hele den undersøgte tidsperiode er den gennemsnitlige forrentning per film for film under konsulentordningen -1.1 mio. kr.²², mens film under markedsordningen opnår en positiv forrentning på 253.519 kr. per film opgjort i faste 2016-priser. Dermed giver produktionen af danske film under konsulentordningen ikke en positiv forrentning, set ud fra en gennemsnitsbetragtning.

Undersøges antallet af film som opnår breakeven²³ i produktion ses et lignende billede. På tværs af årene findes en overvægt af film, som ikke evner at opnå breakeven. Dette er særlig tydeligt for film under konsulentordningen jævnfør Figur 14 og 15, som angiver antallet af film som opnår breakeven fordelt på støtteordning.

²² Udelades enkelte anormale titler, er den gennemsnitlige forrentning på tværs af alle årene -643.250 kr. opgjort i faste 2016-priser.

²³ Film har opnået breakeven, når nettoindtægten overstiger producentens og en evt. co-producentens investering i filmen, dvs. filmen har en positiv forrentning.

Figur 14. Antal film under konsulentordningen med og uden breakeven, 2004-2015

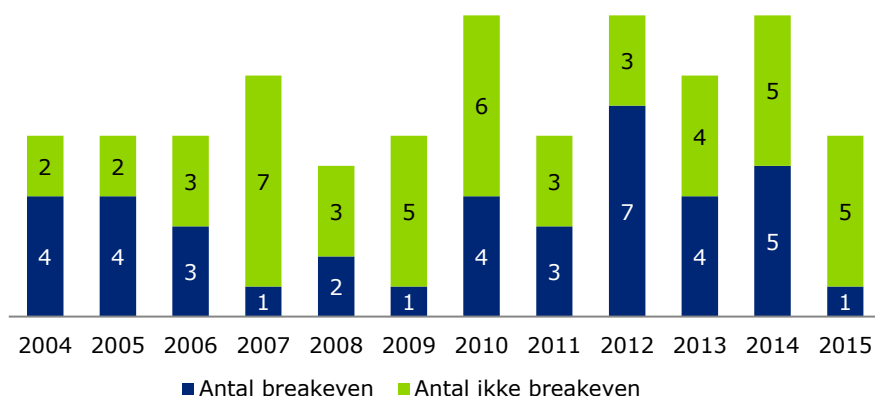


Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) faste 2016-priser.

Figur 15. Antal film under markedsordningen med og uden breakeven, 2004-2015



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

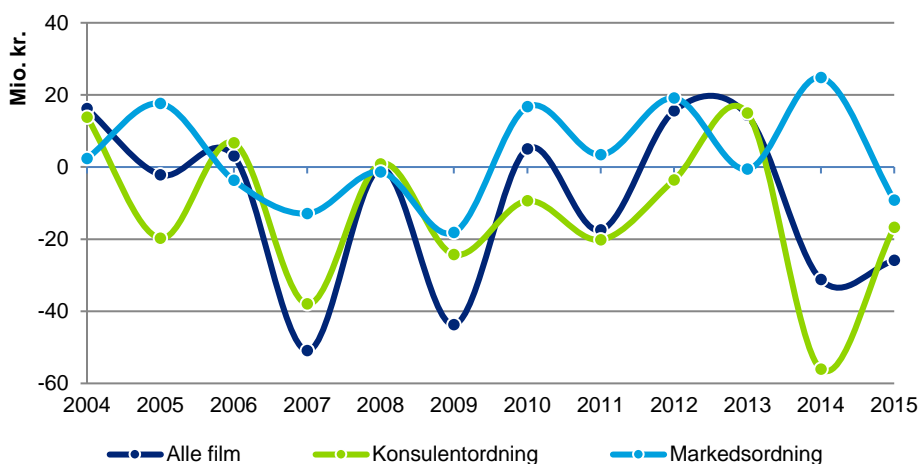
2) faste 2016-priser.

Den lave og sommetider negative forrentning tydeliggør det snævre nettoindtægtsgrundlag, der danner rammerne for de rettighedshavende produktionsselskaber. Det snævre forrentningsgrundlag illustreres tydeligt ved den samlede forrentning for de pågældende premiereår. I Figur 16 fremgår det tydeligt, at den samlede forrentning i de enkelte premiereår for alle filmene ligeledes er presset og kun evner en positiv forrentning i 5 ud af de 12 år.

Der ses dog en opadgående tendens i årene 2009 til og med 2013, hvorefter denne udvikling knækker i 2014. Dette knæk er primært drevet af en dårlig forrentning af film under konsulentordningen. Året 2014, fremstår endnu en gang som et anormalt negativt år for film under konsulentordningen, grundet den høje negative forrentning af enkelte titler.

Uden disse film ville en mere beskedne forrentning på -25 mio. kr. være opnået. Den samlede forrentning af film under markedsordningen har især oplevet udvikling med positiv forrentning fra 2009 til 2014, hvor året, 2015, dog ender med en negativ forrentning²⁴.

Figur 16. Samlet forrentning på tværs af støtteordning, 2004-2015, mio. kr.



Kilde: Deloitte på baggrund af data fra DFI.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Indeksret gennemsnitlige bruttoindtægter per år.

Den samlede forrentning tydeliggør forskelle i indtjenings-mulighederne mellem de to støtteordninger. Fra 2011 har de 40 film under markedsordningen leveret en samlet positiv forrentning på 37 mio. kr., mens de 47 film under konsulentordningen har opnået en samlet forrentning på -81 mio. kr.

Generelt er det svært at identificere en tendens i indtægtsudviklingen for de danske spillefilmsproducenter og andre rettighedshavere på tværs af hele perioden. Dette gør sig især gældende i perioden 2011-2015, der er karakteriseret ved høje udsving. Udsvingene i indtægterne kan i høj grad tilskrives, at indtægterne for de enkelte år drives af enkelte titler, og derved også en indikation af den generelle risiko i indtægtsgrundlaget, hvilken Deloitte betragter som værende betydelig. På trods af vanskelighederne i at identificere et mønster i udviklingen, forbliver det dog klart, at både brutto- og nettoindtægter samt forrentningen af de danske spillefilm for produktionsselskaberne fortsat er under pres. Det er især film under konsulentordningen, der har svært ved at generere nettoindtægter og skabe en positiv forrentning.

De forringede muligheder for at skabe indtægter skyldes, som tidligere nævnt, blandt andet en reduktion af indtægter fra HE-vinduet. Det faldende fysiske dvd- og Blu-ray-salg kombineret med skiftet mod digitale HE-indtægtsstrømme har haft stor betydning for udviklingen i spillefilmens

²⁴ Det bør noteres, at der kan komme fremtidige indtægter for titler med premiereår i 2015 grundet titlernes løbetid.

indtægter. I næste kapitel undersøges derfor udviklingen i strukturen af spillefilmernes indtægter på baggrund af en stikprøve af film.

5 Digitale home entertainment-indtægter

Dette kapitel undersøger udviklingen i de digitale HE-indtægtsstrømme for danske spillefilm med biografpremiere i perioden 2012 til 2016.

Undersøgelsen bygger på to datasæt med henholdsvis 45 og 19 titler med premieredato fordelt over den angivne tidsperiode og fungerer således som en stikprøve til det større datasæt af titler benyttet på tværs af kapitel 1 til 4.

Indtægtsdata benyttet i dette kapitel er udarbejdet og leveret af European Collection Agency²⁵. Data er indsamlet gennem producenterens egne manuelle indrapporteringer af indtægter på tværs af distributionskanaler.

På grund af manuelle indberetninger samt det faktum, at senere film har haft en kortere indtægtsperiode, skal konklusioner tages med forbehold herfor.

Analysen tager afsæt i den totale udvikling i henholdsvis digitale og fysiske indtægter. Dette efterfølges af digitale indtægter splittet på henholdsvis transaktions- og abonnementsbaserede indtægter²⁶. Sidst sammenstilles udviklingen med de faldende indtægter fra dvd-salg.

Sammenfatning af resultater

1. Udviklingen i HE som samlet marked er faldende. Fysisk HE er faldende, mens digitale indtægter er stigende og sidstnævnte udgør nu størstedelen af indtægterne i HE. Stigningen i digitale indtægter er dog langt fra nok til at kompensere for det faldende indtægtsniveau for fysisk HE, hvorfor den totale HE er faldende.
2. Generelt ses en robust udvikling i de digitale indtægter på tværs af såvel støtteordninger, budgetstørrelse og filmgenrer. De relative indtægter er ensartede på tværs af disse segmenter med et par enkelte afstikkere, heriblandt børne- og familiefilm. Der blev ligeledes fundet en anomalitet i 2013-2014, hvilket til dels skyldes

²⁵ ECA er den danske virksomhed, der håndterer indtægtsrapportering for skandinaviske og udenlandske virksomheder

²⁶ En mere udførlig definition af disse to typer af digitale indtægter kan findes i kapitel 6 – Det digital landskab

enkelte film, hvis indtægtsstrukturer ikke repræsenterer den samlede udvikling.

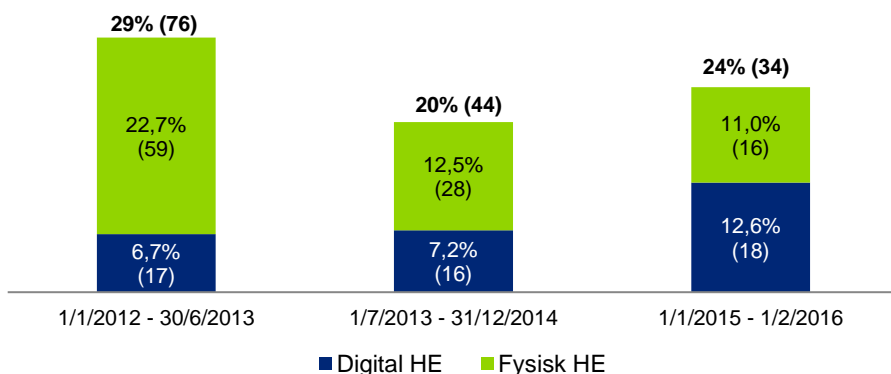
3. Baseret på udviklingen i indtægtskilderne på tværs af de digitale distributionskanaler, TVOD og SVOD, står det klart, at TVOD stadig udgør størstedelen af de digitale indtægtskilder. SVOD er dog steget kraftigt over de seneste år og udgør i den seneste periode i omegnen af 20 procent af de samlede indtægter²⁷.
4. Indtægterne genereret af fysisk HE har været kraftigt faldende i de seneste år. Derimod er de transaktionsbaserede digitale indtægtskilder, TVOD, i stigning. For hver 10 kroner, der er tabt i fysisk HE-salg, er der blot forøget én krone på salg af TVOD, og således dækker stigningen i digital leje og salg af film ikke nedgangen i det fysiske HE-salg.

Sammenfatningens resultater 1-2 er baseret på datasættet med de 45 titler, imens sammenfatningens resultater 3-4 er baseret på datasættet med de 19 titler.

De digitale indtægter fylder en større andel af de faldende HE-indtægter

Det samlede fald i HE-indtægterne ses også for de 45 titler, der undersøges i dette kapitel. For disse 45 titler er HE's andel af de samlede indtægter faldet over de tre perioder fra at udgøre godt 29 procent eller 76 mio. kr. i første periode, til 24 procent eller 34 mio. kr. i sidste periode. Denne udvikling samt dens nedbrydning i digitale og fysiske indtægter er illustreret i Figur 17. De fysiske HE-indtægter dækker over salg og leje af dvd og Blu-ray, mens de digitale indtægter består af samlede VOD-indtægter, herunder både SVOD og TVOD.

Figur 17. HE-indtægter opdelt i digitale og fysiske indtægter, 2012-2016, procent af total (indtægt i mio. kr.)



Kilde: European Collection Agency.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

²⁷ Indtægtsandelen tilskrevet SVOD forventes at stige yderligere i takt med at filmene får en længere løbetid

2) Procentsatsen er et udtryk for HE-indtægter som en andel af de samlede indtægter fordelt mellem distributionskanaler.

3) Indtægter i mio. kr. er afrundet til nærmeste hele million.

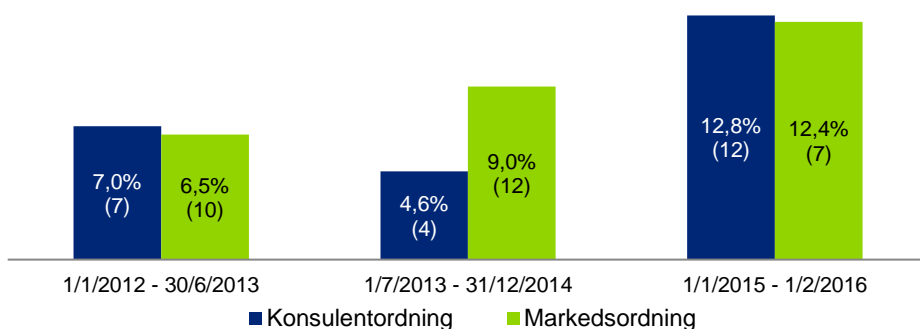
Figur 17 illustrerer dels den nedadgående udvikling i de samlede indtægter fra HE, dels den ændrede fordeling mellem de fysiske og digitale indtægter. HE-distributionskanaler er som indtægtskilde faldet markant over begge perioder, mens digitale indtægter har oplevet en stor relativ forøgelse over perioden. De fysiske indtægter halveres på tværs af tidsperioden fra at udgøre lidt under 23 procent af filmenes samlede indtægter til 11 procent, hvoraf hovedparten af redueringen falder mellem første og anden periode. Den modsatte udvikling for digitale indtægter betyder, at disse sidst i perioden udgør størstedelen af de indtægter, der indhentes i HE. Fordoblingen af det relative bidrag fra de digitale indtægtskilder opvejer dog ikke faldet i de fysiske indtægter. Der ses en stigning i indtægtsandelen fra HE i den seneste tidsperiode, 1/1/2015-1/2/2016, som i høj grad er drevet af styrket digital HE indtægter.

Robust udvikling i digitale indtægtskilder på tværs af støtteordninger, budgetstørrelser og genrer

Dette afsnit undersøger, om udviklingen i indtægter for de digitale distributionskanaler er forskellig på tværs af de forskellige støtteordninger, budgetstørrelser og genrer. For at undersøge dette, opdeles indtægtsgrundlaget for de 45 titler på tværs af karakteristika opdelt efter filmprofiler. Formålet er at kortlægge, hvorvidt visse segmenter henter en særlig høj andel af deres HE-indtægter fra de digitale distributionskanaler. Først undersøges titlerne på tværs af støtteordninger efterfulgt af budgetsegment, og til sidst på tværs af udvalgte filmgenrer. Udviklingen vil blive illustreret som den procentvise andel af samlede indtægter, der stammer fra digital HE. Det bør noteres, at udviklingen i indtægtsandele ikke nødvendigvis giver et retvisende billede af den generelle udvikling i de samlede indtægter, men derimod et billede af indtægtsstrukturen fordelt på tværs af distributionskanaler.

Data opdelt efter støtteordning viser, at de to støtteordninger opnår ens indtægtsandele fra digitale distributionskanaler. Indtægtsandelen er stigende over tid for begge støtteordninger. Dette er illustreret i Figur 18, der viser de digitale HE-indtægtsandele samt det absolutte indtægtsgrundlag i mio. kr.

Figur 18. Digitale indtægter som andel af totale indtægter på tværs af støtteordning, 2012-2016, procent i forhold til total (indtægt i mio. kr.)



Kilde: European Collection Agency.

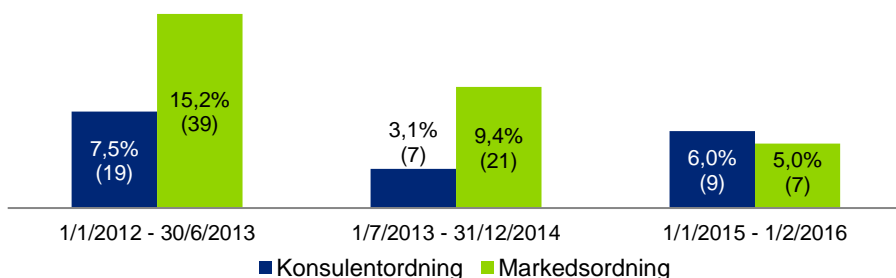
Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Procentsatsen er udtryk for de digitale indtægter for hver støtteordning relativt i forhold til de samlede indtægter for hver støtteordning.

Den positive udvikling reflekterer den generelle udvikling i HE som præsenteret i Figur 18. Der ses en markant nedgang i andelen af digitale indtægter fra film under konsulentordningen med premiere i perioden fra 01/07/2013-31/12/2014. En af årsagerne til denne anomalitet er en atypisk indtægtsfordeling fra en større film under konsulentordningen. Udelades denne ene titel, ses en forøgelse på godt to procent. Konsekvensen heraf er, at perioden 01/07/2013-31/12/2014 sandsynligvis ikke giver et retvisende billede af udviklingen i digitale indtægtskilder for de to støtteordninger.

Foretager man samme analyse af indtægterne fra fysisk HE, bekræftes hypotesen om, at fysisk HE er i kraftigt fald på tværs af støtteordningerne, jævnfør Figur 19.

Figur 19. Fysiske indtægter som andel af totale indtægter på tværs af støtteordning, 2012-2016, procent i forhold til total (indtægt i mio. kr.)



Kilde: European Collection Agency.

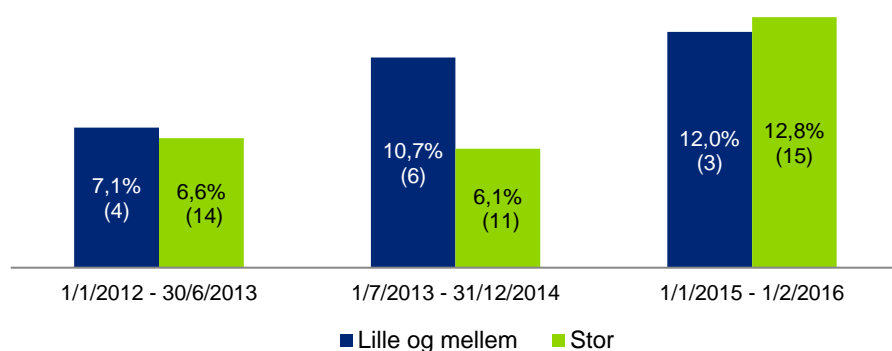
Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Procentsatsen er et udtryk for de fysiske indtægter for hver støtteordning relativt i forhold til de samlede indtægter for hver støtteordning.

Specielt film under markedsordningen falder med over 50 procent i indtægter fra periode til periode – såvel den relative indtægt som den absolutte. Film under konsulentordningen har derimod en anderledes udvikling og har et mere roligt omend stabilt fald over perioderne.

Det er ligeledes undersøgt, om udviklingen i de digitale indtægtskilder afhænger af filmenes budgetstørrelse. Figur 20 viser de digitale indtægter som andel af de totale indtægter på tværs af budgetstørrelserne.

Figur 20. Digitale indtægter som andel af totale indtægter på tværs af budgetstørrelse, 2012-2016, procent



Kilde: European Collection Agency.

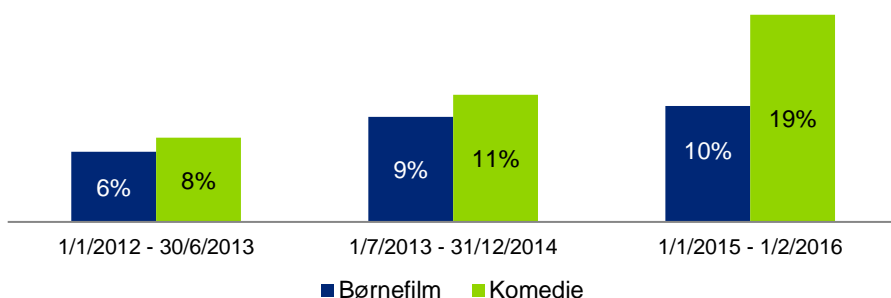
Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

2) Stor angiver film med et budget over 20 mio. kr., mens lille og mellem er film med et budget under 20 mio. kr.

Figur 20 viser, at indtægtsandelen for de forskellige budgetstørrelser er nogenlunde ens. Udviklingen over tid er opadgående, og der sker således næsten en fordobling i indtægtsandelen fra de digitale distributionskanaler fra første periode til sidste periode. Den relativt lave indtægtskilde fra film med store budgetter i tidsperioden 01/07/2013-31/12/2014 viser igen, ligesom i Figur 18 at der var en lille nedgang i indtægterne. Årsagen til denne nedgang skal sandsynligvis findes i samme forklaring, nemlig den anormalt lave HE-indtægtsandel fra enkelte film.

Hvis der tages udgangspunkt i børne- og familie- og komediefilm, og man ser på tværs af genrer, er forskellen markant. Disse to filmgenrer er udvalgt, da de repræsenterer to forskellige målgrupper og forbrugsmønstre, og samtidig er begge genrer velrepræsenterede i data. Børne- og familiefilm indtjener tilsyneladende en mindre andel af de totale indtægter fra de digitale distributionskanaler i forhold til komediefilm. Samtidig er udviklingen over tid væsentlig mere beskeden for børne- og familiefilm sammenlignet med komediefilm, som det fremgår af Figur 21.

Figur 21. Digitale indtægter som andel af totale indtægter på tværs af generer, 2012-2016, procent



Kilde: European Collection Agency

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

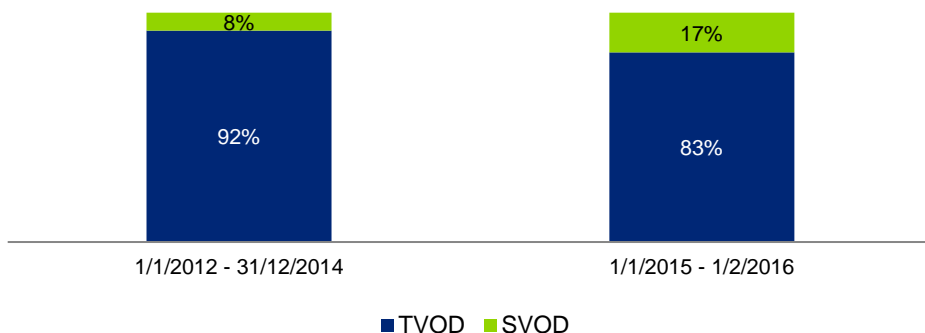
På tværs af de tre karakteristika, det vil sige støtteordninger, budgetstørrelser og filmgenerer, ses generelt et ensartet billede med hensyn til indtægtsandel fra de digitale distributionskanaler. Det betyder, at den procentuelle andel af indtægterne, der genereres fra de digitale distributionskanaler, er ens på tværs af segmenterne. Den eneste mærkbare undtagelse hertil er på området for filmgenerer, hvor børnefilm kan tilskrives en procentuelt lavere indtægt fra de digitale distributionskanaler. På tværs af alle segmenterne, ses dog en stigning i indtægtsandelene fra første til sidste periode. Det lader derfor ikke til, at den generelle udvikling fra fysiske til digitale distributionskanaler, som angivet i Figur 18 har en asymmetrisk effekt på tværs af mangfoldigheden i dansk film.

De efterfølgende afsnit går i dybden med de digitale indtægter, herunder opdelingen mellem TVOD og SVOD.

Langt størstedelen af de digitale indtægter stammer fortsat fra TVOD-salg

I de efterfølgende afsnit tages der udgangspunkt i 19 af de 45 titler, det vil sige, at datagrundlaget udelukkende er baseret på de 19 titler. Årsagen hertil er, at der ikke er indrapporteret for alle 45 titler.

I første omgang ses der på udviklingen i andelen af HE-indtægter fordelt mellem de transaktionsbaserede digitale indtægtsgrundlag, TVOD, og de abonnementsbaserede, SVOD. Figur 22 viser udviklingen i disse to segmenter over tid, og det kan konkluderes, at TVOD udgør langt størstedelen af indtægterne, men at SVOD har haft en kraftig vækst over perioden. I den kontekst er det værd at nævne, at flere kilder peger på, at udviklingen i SVOD meget ofte kommer relativt sent i en tidsperiode grundende faldende pris, hvorfor SVOD-andelen for sidste tidsperiode kan forventes at vokse yderligere. Dette forstærker blot, at udviklingen i SVOD er opadgående.

Figur 22. Andel af indtægter tilskrevet de forskellige digitale kanaler SVOD og TVOD, 2012-2016, mio. kr.

Kilde: European Collection Agency.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

I forhold til Figur 22 skal det bemærkes, at de to første perioder, 1/1/2012-30/6/2013 og 1/7/2013-31/12/2014 er lagt sammen, da der kun er indrapporteret en meget lav indtægt for sidstnævnte periode. Den lave indtægt kan enten skyldes en indrapporteringsfejl eller et anormalt lavt indtægtsniveau for perioden. Problematikken omkring dette forstærkes af, at datagrundlaget er relativt svagt med kun 19 udvalgte titler. I den sammenhæng er det værd at nævne, at data i dette afsnit ikke direkte kan sidestilles med data fra forrige afsnit, fordi der her bruges data fra 19 ud af de 45 titler. Derudover er størrelsen på populationen så lille, at det kan have en begrænsende effekt på de konklusioner, der kan udledes på baggrund heraf. Det nøjagtige datagrundlag fra de 19 titler fremgår af Tabel 3, hvoraf det fremgår, at SVOD-indtægterne i den midterste periode er meget begrænsede.

Tabel 3. Underbyggende tabel til TVOD- og SVOD-udvikling, mio. kr. 2012-2016

	1/1/2012- 30/6/2013	1/7/2013- 31/12/2014	1/1/2015- 1/2/2016	Total
TVOD	9.166.243	11.516.992	11.272.255	31.955.489
SVOD	1.604.121	148.057	2.351.701	4.103.879
Total	10.770.364	11.665.049	13.623.956	36.059.368

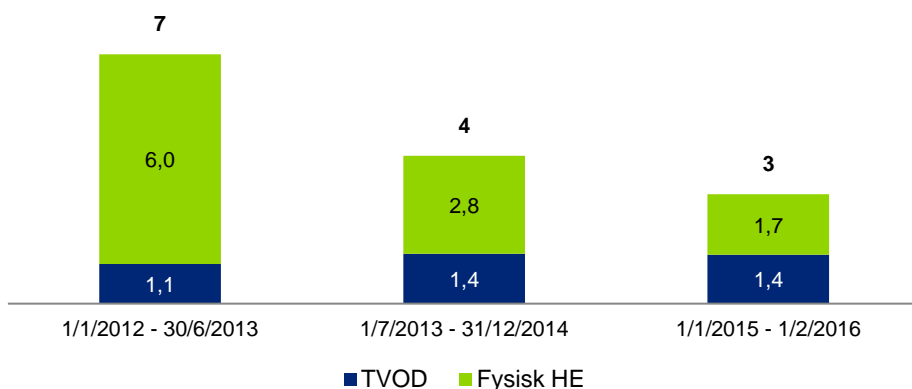
Kilde: European Collection Agency.

TVOD har indtægtsmæssigt ikke formået at erstatte dvd og Blu-ray-salg

Ses der på potentialet i det transaktionsbaserede digitale salg, TVOD, samt udviklingen i fysisk HE, er billedet, at mens det fysiske HE-salg er faldende, er de digitale transaktionsbaserede indtægter stigende i perioden fra 2012

til 2014, hvorefter de stabiliseres i den resterende periode. Dette fremgår af Figur 23.

Figur 23. Gennemsnitlige indtægter per film tilskrevet fysisk HE og TVOD, mio. kr. 2012-2016



Kilde: European Collection Agency.

Noter: 1) Årstal er premiereår for filmene.

Figur 23 viser, at nedgangen i dvd-salg ikke bliver omsat til et øget salg i det digitale transaktionsbaserede salg. Den svage stigning i TVOD-indtægter over hele perioden modsvares af et fald i de fysiske HE-indtægter med en faktor over 10. Det vil sige, at over hele perioden er et fald i de fysiske HE-indtægter på 10 kr. kun modsvaret af en forøgelse i indtægterne fra TVOD på under 1 kr. TVOD vurderes derfor ikke som værende en reel erstatning for det tidligere dvd- og Blu-ray-marked.

Denne analyse har udelukkende taget afsæt i indtægterne fra HE for producenterne uden at overveje forskelle i omkostningsstrukturen mellem de fysiske og de digitale HE-distributionskanaler. Omkostningerne ved den digitale distribution, altså den andel af salget, der går til distributøren, er ganske små sammenlignet med omkostningerne forbundet med fysisk salg²⁸. Dette skyldes, at de marginale omkostninger ved at distribuere digitalt er lavere end fysisk salg.

Med den stigende vigtighed af de digitale indtægtskilder er producenterne nødt til at gentænke deres forretningsmodel for at imødekomme skiftet i efterspørgsel fra de fysiske til de digitale kanaler. Det er derfor nødvendigt at se nærmere på det nuværende digitale landskab og dets indflydelse på den nuværende forretningsmodel, hvilket vil blive undersøgt i det følgende kapitel.

²⁸ Peter Bille Krogh, CEO European Collection Agency.

6 Det digitale landskab

Dette kapitel har til formål at belyse det digitale landskab for VOD i Danmark, samt identificere de arketyper af aktører som befolker dette landskab. Kapitlet er struktureret som følgende. Først defineres VOD og de tilhørende forretningsmodeller. Derefter belyses danskernes streamingvaner samt VOD's placering i den traditionelle værdikæde. Dernæst kortlægges det digitale landskab samt de aktører, som befolker det. Endelig foretages en kort diskussion af identificerede tendenser.

Helt overordnet kan det konstateres, at VOD-platforme grundlæggende udfordrer den traditionelle distribution af spillefilm og serier. Kapitlet er sammenfattet af de fire punkter som er beskrevet under:

1. Online streaming, herunder VOD, er blevet en vigtig distributionskanal for at nå publikum. Distributionskanalen har oplevet markant øget vækst siden 2012, og godt halvdelen af danske internetbrugere²⁹ streamer film eller tv-programmer online i 2016. Penetrationsgraden er særlig stor for den demografiske gruppe fra 16 til 39 år, hvor hele 60 procent streamer. Til grund for denne høje penetrationsgrad ligger en stærk dansk digital infrastruktur og en it-kyndig befolkning.
2. Deloitte har identificeret 5 arketyper af VOD-udbydere: de digitale udlejere, streamingtjenesterne, teleselskaberne, teknologivirksomheder og catch-up-tv. På tværs af disse 5 arketyper er 25 VOD-udbydere identificeret i det danske digitale landskab³⁰. Markedet har gennem de seneste år gennemgået en modningsproces med konsolidering af et ellers fragmenteret marked og et indtog af både store internationale og nationale aktører.
3. VOD-udbydere bryder med den traditionelle værdikæde for produktionen af danske spillefilm. Det ses at VOD-udbydere i stigende grad tager ejerskab over, samt integrerer, en større del af værdikæden i deres operationer. Denne tendens er særligt gældende for de store streamingtjenester og teknologivirksomheder, hvis formål er at tiltrække og fastholde brugere ved at producere og udbyde eksklusivt indhold.
4. De traditionelle eksklusivitetsvinduer som dikterer vejen fra biograf til TV bliver presset. I konkurrencen om at vinde brugere, ses VOD-udbydere at stille spillefilm til rådighed tættere på premieredagen.

²⁹ 94 procent af den danske befolkning er internetbruger.

³⁰ Aktører som udelukkende udbydere catch-up-tv er udeladt i denne optælling

Det medfører et pres på eksklusivitetsvinduerne, hvor størstedelen af spillefilmsindtægter hentes.

Video on demand dækker over en bred definition

Definitionen af VOD er temmelig løs, men ifølge Cambridge Dictionary lyder den således: *"a system for watching films or recorded programmes on the internet or television at any time"*. VOD dækker derved over en meget bred kategori for visning af audiovisuelt indhold på foranledning af brugeren. For at specificere denne definition yderligere opdeles VOD i denne rapport i tre kategorier i henhold til den bagvedliggende forretningsmodel for den pågældende service. Disse tre kategorier er:

Abonnementsbaseret VOD (SVOD): Brugeren får adgang til et katalog af indhold til fri afbenyttelse, typisk mod en månedlig ydelse. De største aktører med denne forretningsmodel er Netflix, Viaplay, Cmore, og HBO Nordic.

Transaktionsbaseret VOD (TVOD): TVOD dækker over en lidt bredere kategori, hvor brugeren betaler stykvis for indhold. Dette kan enten være gennem et decideret elektronisk salg (Electronic sell-through - EST) eller en digital lejeaftale, hvor indholdet bliver tilgængeligt i en begrænset periode. TVOD dækker således over både EST og digital leje. EST og digital leje udbydes ofte af samme aktører. Film distribueret gennem EST udbydes typisk på lige fod med deres udgivelsesdato for DVD og Blu-ray. Mens der typisk går digitale udlejning forekommer efter

Aktører der benytter TVOD som forretningsmodel gør typisk brug af både EST og digital udleje, disse aktører er blandt andet, Blockbuster og iTunes.

Reklamefinansieret-VOD (AVOD): VOD-tjeneste finansieret af reklameindtægter, så ydelsen er gratis for slutbrugeren. AVOD er ikke synderlig udbredt i Danmark, men YouTube er et klassisk eksempel. Benyttelsen af denne forretningsmodel er i langt højere grad udbredt i USA med tjenester såsom Hulu.

Danskerne har taget streaming til sig

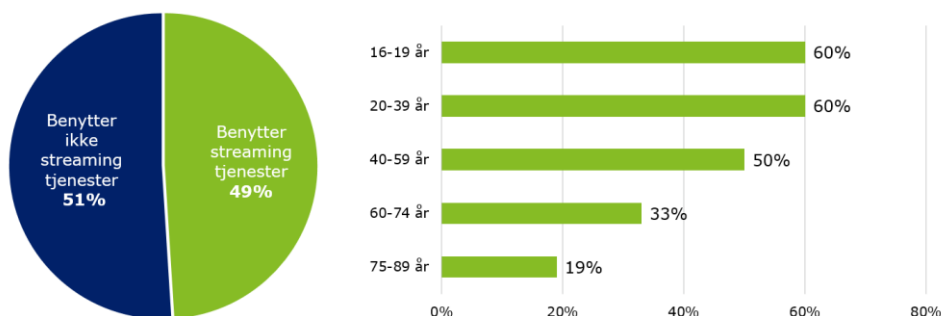
Selvom traditionelt flow-tv fortsat er den største platform for danskernes medieforbrug³¹, er streaming i høj grad udbredt. To ud af fem streamer film og serier ugentligt³². Ved international sammenligning ses det, at danskerne har en særlig høj penetrationsgrad inden for streaming.

Figur 24 viser anvendelsen af streamingtjenester som procent af internetbrugere såvel som udbredelsen fordelt demografisk. Det ses, at 49 procent af de danske internetbrugere, hvilket udgør 94 procent af den samlede danske befolkning, benytter streamingtjenester.

³¹ Målt på tidsforbrug

³² Jævnfør rapporten "Medieudviklingen 2016" DR

Figur 24. Andel af internetbrugere, som streamer TV og film, fordelt på demografisk gruppe



Kilde: DST, tabel IT anvendelsen i befolkningen

Noter: 1) procentstørrelserne tager udgangspunkt i andelen af den danske befolkning som er internetbruger, hvilken udgør 94 procent af den danske befolkning.

Ud fra den demografiske fordeling ses en markant højere udbredelse i aldersgruppen 16-39 år, hvor størstedelen af internetbrugerne benytter streamingtjenester.

Det er ikke tilfældigt, at danskerne er faldet for streaming. Danmark besidder en række kvaliteter, der gør landet til en oplagt streaming- og VOD-nation. Først og fremmest har Danmark en stærk digital infrastruktur med en høj dækningsgrad af bredbånd på 92 procent, hvilket ligger betydeligt højere end det europæiske gennemsnit på 82 procent og kun overgået af Holland og Luxemburg.³³ Dernæst er den gennemsnitlige dansker it-kyndig og ikke tilbageholdende med onlineforbrug – 79 procent af danskerne har handlet online indenfor det seneste halve år mod et europæisk gennemsnit på 47 procent³⁴. Disse digitale egenskaber sikrede, at Danmark rangerede som nummer 1 i EU's Digital Economy and Society Index i 2016³⁵.

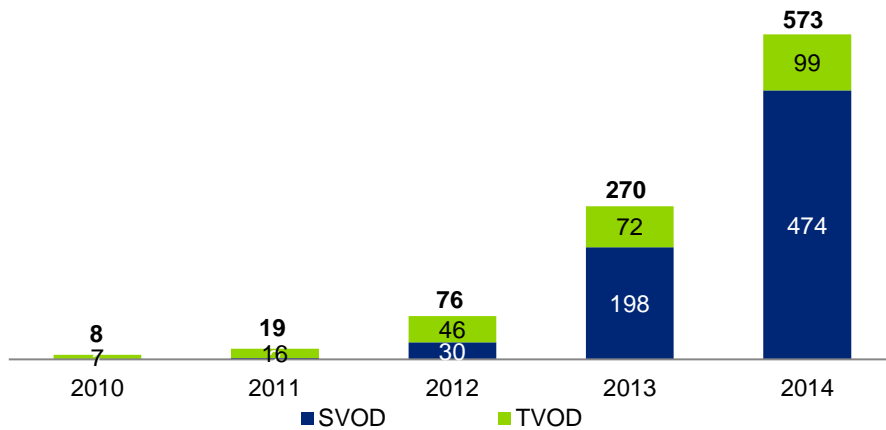
Siden 2012 er indtægterne fra VOD øget i Danmark. Jævnfør Figur 25 ses, at et næsten ikke-eksisterende marked i 2012, skaber godt 573 mio. DKK i indtægter i 2014. Figur 22 angiver udviklingen i VOD-indtægterne for henholdsvis SVOD og TVOD af film.

³³ Eurostat, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_access_and_use_statistics_-_households_and_individuals

³⁴ Euromonitor.

³⁵ The Digital Economy and Society Index (DESI) er et sammensat index, der summer den digitale konkurrenceevne blandt EU's medlemslande. kilde: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/untitled.png>

Figur 25. Danske VOD-indtægter fordelt mellem SVOD og TVOD af film, Mio. DKK



Kilde: European Audiovisual Observatory (EAO), Trends in video-on-demand revenues 2015.

Det ses, at der sker et markant spring fra 2012 til 2013, hvilket til dels skyldes Netflix' lancering i Danmark. Det ses også, at udviklingen i TVOD af film stiger stabilt over perioden, men ikke oplever samme øgede udvikling. Givet denne store udbredelse af streaming i Danmark, udgør VOD i høj grad en vigtig distributionskanal.

VOD – En tilføjelse til de eksisterende distributionskanaler

VOD udgør en ny distributionskanal og er derved en tilføjelse til den eksisterende værdikæde. Den typiske værdikæde for produktion af spillefilm er illustreret i Figur 26, der viser pre-produktion, produktion, salg, distribution og slutforbrugeren i form af det publikum, der oplever filmen³⁶.

Figur 26. Spillefilmsværdikæde og VOD-placering



Kilde: Monitor Deloitte research

VOD er placeret i værdikæden som en tilføjelse til de traditionelle distributionskanaler, heriblandt biograf, dvd/Blu-ray, premium TV og TV. Disse distributionskanaler har traditionelt en rækkefølge for eksklusivitet af

³⁶ Der eksisterer eksempler på fast track, hvor premieren til HE fremskyndes.

tilgængeligheden. Figur 27 illustrer denne rækkefølge af eksklusivitet i distributionskanalerne.

Figur 27. Distributionskanaler fordelt over eksklusivitetsvindue



Kilde: Monitor Deloitte research, Nordisk Film

Sekvensen for den gennemsnitlige spillefilm vist i biografen forløber typisk som følgende: De første fire måneder har biograferne eksklusivitet; de efterfølgende otte måneder tilhører dvd og Blu-ray, hvorefter premium TV har et års eksklusivitet. Efter disse to år indtræder en ikke - eksklusivetsperiode, hvor distributionen kan ske gennem netværks- tv og lavpriskanal. ³⁷

Som det bliver belyst senere i dette kapitel, repræsenterer VOD ikke blot en ny distributionskanal, men ligeledes et pres på eksklusivetssekvensen for de eksisterende distributionskanaler. Den nye distributionskanal i form af VOD trækker en helt nye kategori af aktører til det digitale landskab i spillefilmsbranchen.

Der findes fem arketyper af VOD-aktører i det digitale landskab

Det digitale landskab for VOD har oplevet en modningsfase gennem de seneste år. Billedet har ændret sig fra et fragmenteret landskab bestående af en lang række mindre og eksperimenterende onlineaktører, til et konsolideret marked bestående af større internationale og nationale aktører, der ikke nødvendigvis har VOD som kerneforretning. I løbet af denne modningsfase har en række af aktørerne forsøgt at opnå succes, men ikke alle markedsentrées har været lige succesfulde. Mindre, mere eksperimenterende, aktører såsom Voddler³⁸ er lukket, men også større selskaber har haft svært ved at finde fodfæste i det digitale landskab. Her måtte både TDC, Telenor og Boxer opgive deres tidlige forsøg på markedsentré med tjenesterne YouBio, Comoyo og Boxer Bio.

Deloitte har identificeret i alt 25 relevante aktører i det nuværende digitale landskab, der alle udbyder VOD-tjenester³⁹. Disse aktører udbyder enten SVOD eller TVOD, og i visse tilfælde begge. Deloitte har opdelt de 25 aktører i fem arketyper, hvilket er illustreret i Figur 28. Disse fem arketyper er segmenteret efter virksomhedstype og hovedaktivitet. Derfor er det muligt, at aktører på tværs af arketyper leverer VOD-tjenester af samme karakter. For et komplet overblik med yderligere information for hver af de 25 aktører henvises til bilag 1. Bilag 1 giver et overblik over hver enkelt VOD-udbyder, forretningsmodel og størrelse. Catch-up-tv-udbydere indgår

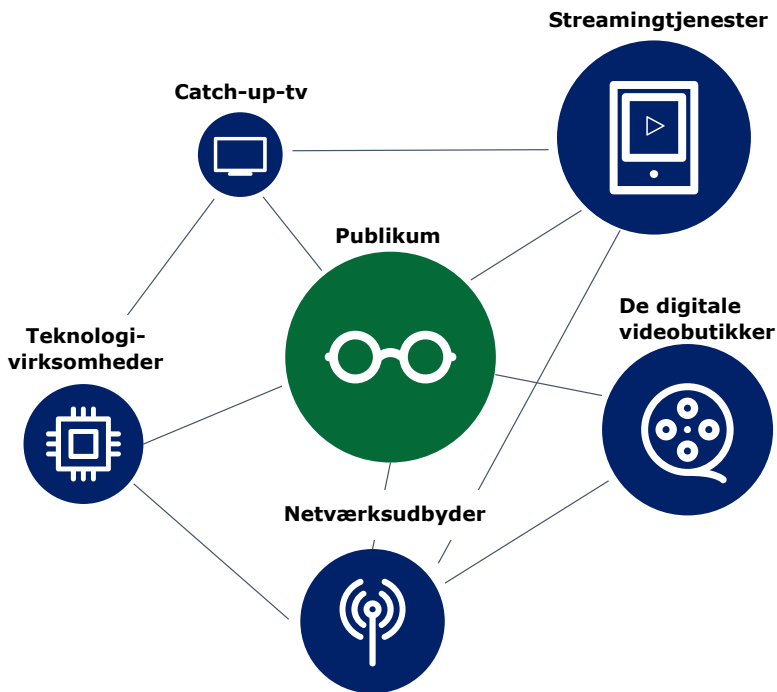
³⁷ Nordisk Film Distribution

³⁸ En svensk AVOD tjeneste, som blev spået en stor fremtid men aldrig fik fat i markedet og i 2015 lukket deres direkte streaming platform

³⁹ Udbydere af catch-up-tv er ikke inkluderet i denne optælling

ikke i overblikket. Forretningsmodellerne for disse 24 aktører er fordelt således: 8 SVOD, 14 TVOD og 2 gratis tjenester. Figur 28 giver et overblik over de 5 arketyper, stregerne mellem aktørerne illustrerer det underliggende net af partnerskaber og samarbejde, der foregår på tværs af aktører.

Figur 28. De fem arketyper af digitale aktører



Kilde: Monitor Deloitte research

De digitale videbutikker leverer en ydelse, der er velkendt fra den traditionelle fysiske udlejning og salg af dvd og Blu-ray. Brugere køber således adgang til stykvis indhold i enten en tidsbegrænset periode, eller et decideret salg gemmen EST. Den digitale videbutik er derved en videreførelse af den traditionelle forretningsmodel gennem brug af den nye digitale distributionskanal. De digitale videbutikker sælger både ældre titler og premieretitler gennem EST, mens udlejning er forbeholdt film med mindst fem måneder siden biografpremieren. Filmene bliver derved typisk udbudt til publikum på EST ca. en måned før filmene kan lejes.

En fundamental forskel fra den traditionelle fysiske model er prissætningsdynamikken hos visse aktører. Prissætning er i langt højere grad bestemt af interesse og efterspørgsel end den traditionelle filmleje. Lejeprisen er i visse tilfælde konstant varierende med efterspørgslen i det givne øjeblik. Visse digitale videbutikker såsom Plejmo lader deres lejepriser spænde helt ned til 3 kr. og op til 49 kr. alt efter efterspørgslen⁴⁰.

⁴⁰ Kun ganske få titler kommer helt ned på 3 kr.

Analysen har identificeret fem digitale videobutikker, her er de tre største Blockbuster, SF Anytime og Plejemo, hvor prisen for en lejefilm ligger mellem 3 og 49 kr., mens priserne for EST ligger i spændet 29 og 169 kr. afhængig af filmens alder og popularitet.

På tværs af arketyperne findes det største udvalg af spillefilm blandt de digitale videobutikker. Udvalget af spillefilm hos tjenesterne ligger i spændet mellem 2.000 og helt op til 8.000⁴¹.



Streamingtjenesterne er den mest velkendte og udbredte kategori inden for VOD. Denne kategori indeholder SVOD-tjenester for aktører, hvor distributionen af audiovisuelt indhold er hovedaktiviteten. Kategorien indeholder blandt andet Netflix, HBO Nordic, Cmore, Viaplay, MinBio og Filmcentralen. I alt er syv streamingtjenester opgjort i bilag 1. Indholdskatalogerne varierer på tværs af udbydere, hvor visse tjenester fokuserer på nichekategorier såsom danske filmskatte, børnefilm eller tv-serier. Streamingtjenester tilføjer typisk film til deres kataloger af indhold sideløbende med TV-vinduet som illustreret i Figur 27, dvs. filmene tilføjes tidligst ca. 22 måneder efter deres biografpremierer. Visse streamingtjenester, såsom C-more og Viaplay udbyde nyere film. Disse aktører vil typisk tilgængeliggøre film ca. 10 måneder efter deres biografpremierer, og overlapper derved premium-tv-vinduet fra Figur 27.

Prisen på de månedlige abonnementer ligger i spændet 30 til 119 kr., og med ubegrænset adgang til indholdskatalogerne leverer disse tjenester, relativt meget indhold for pengene. Det danske marked er domineret af internationale aktører såsom Netflix, som 32 procent af danskerne benytter på ugentlig basis⁴².



Netværksudbydere har i høj grad gjort sit indtog som VOD-udbydere. Dette er sket i forbindelse med et generelt skift i telekommunikationsbranchen i retning mod at udbyde et univers af underholdning sammen med traditionelle produkter. VOD-tjenester har således ikke udgjort hovedaktiviteten for virksomhederne, men bruges i høj grad til at tiltrække kunder til hovedforretningen og generere merindkomst. Netværksudbydere udnytter deres store brugerbase, og ved at inkludere deres egne VOD-platformer og adgang til andre VOD-tjenester (både SVOD, TVOD) prissættes ydelserne som pakked løsninger. Virksomhedernes egne VOD-tjenester er primært fokuseret omkring spillefilm, mens serieindhold er tilgængeligt gennem en tredjepart. Særligt teleselskaberne YouSee og Telia er udbredte platforme for TVOD. I alt har Deloitte identificeret seks Netværksudbydere, der udbyder spillefilm som VOD.

Disse teleselskaber gennemfører forskellige strategier. YouSee udbyder deres VOD udbud under eget brand og som en del af deres økosystem af underholdning og tjenester. Modsat er Telia mere eksplicit omkring deres partnerskaber med for eksempel HBO Nordic. Ved at danne par med VOD-

⁴¹ Se bilag 1 for yderligere information.

⁴² Jævnfør rapporten "Medieudviklingen 2016" DR.

tjenester medvirker teleselskaberne til at accelerer penetrationshastigheden af VOD.



Teknologivirksomheder udgør en gruppe af outsiders, der ligesom teleudbyderne hverken har VOD-tjenester som hovedaktivitet eller en fortid i filmbranchen. Teknologivirksomhederne såsom Apple (iTunes), Amazon (Amazon Prime) og Microsoft (Microsoft Store) udnytter deres store digitale kundeflader og online handelsplatforme til at levere integrerede løsninger til forbrugerne. Både Apple, Google og Microsoft leverer TVOD-løsninger for EST og filmleje med et stort udbud af indhold. Disse aktører har vist interesse i egen produktion af VOD-indhold. Apple har i 2016 annonceret en beskeden begyndelse ved at producere to mindre tv-serier⁴³. Microsoft havde i 2012 store planer og åbnede Xbox Studio Entertainment med det formål at producere eksklusivt VOD-indhold til Microsoftbrugere⁴⁴. Dette studie blev lukket som del af en større organisatorisk omstrukturering i 2014, men planerne forbliver intakte. Google⁴⁵ har med sit ejerskab af Google Play og YouTube både tjenester med forretningsmodeller i henholdsvis TVOD og AVOD. YouTube er verdens største streamingtjeneste med over en milliard brugere⁴⁶. Tjenesten leverer gratis peer-to-peer indhold finansieret gennem reklameindtægter. Givet det store antal brugere, benyttes YouTube både som kontaktflade for etablerede kunstnere og virksomheder, men også som springbræt for "up-and-coming"-kunstnere.

Den næste bølge af teknologivirksomheder, der gør entré på VOD-markedet, er social media-platforme som Facebook. Disse platforme kan igen udnytte deres store brugerplatforme til at distribuere underholdning som en integreret løsning. Denne tendens har primært været forbeholdt streaming af sportsbegivenheder og koncerter.

Det er uklart, hvilken rolle teknologivirksomheder kommer til at spille i fremtidens digitale landskab. Virksomhedsgruppen har kapitalen og brugerfladen til at levere integrerede VOD-løsninger til deres økosystemer af produkter.



Catch-up-tv. Denne kategori indeholder aktører, der giver on demand- adgang til tv-programmer. Kategorien indeholder primært tv-stationer, der tilbyder adgang til deres arkiver af tv-indhold og forpremierer på serier og andet indhold, inden det vises i tv. Dette dækker over næsten alle tv-udbydere, hvorfor antallet af aktører er højt. De største spillere på dette marked er YouSee, DR TV, TV2 Play, Viasat og Dplay.

43 <http://www.latimes.com/business/hollywood/la-fi-ct-apple-television-strategy-planet-apps-20170214-story.html>

44 <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2014/07/17/microsoft-is-shutting-down-xbox-entertainment-studios/#34815dec4448>

45 Google benyttes som reference til moderselskabet Alphabet Inc.

46 <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>

Udviklingen i det digitale landskab omfatter ikke blot introduktion af nye distributionskanalaktører – der sker ligeledes et brud i de traditionelle distributionskanaler og værdikæde.

Udviklingen har skabt brud i den traditionelle værdikæde på to områder

VOD's ankomst i den traditionelle værdikæde og udbydernes stigende markeds kraft har medført to klare tendenser, der bryder med den eksisterende værdikæde for spillefilmsproduktionen.

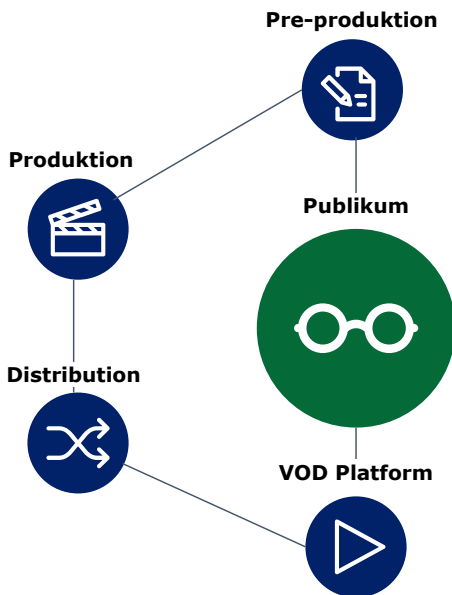
Først ses et ønske fra de større VOD-tjenester og teknologivirksomheder om at sammensmelte visse led i værdikæden. Aktørerne vil således producere deres eget indhold og vise det eksklusivt på deres VOD-pladformer. På den globale scene har visse streamingtjenester haft succes med at lancere originalt indhold på deres tjenester for at tillokke og fastholde brugere. Denne produktion af originalt indhold har været mest aktiv for serier, men den gælder ligeledes for spillefilm. I takt med at konkurrenceniveauet er forøget på markedet, ses en stigende tendens til at producere lokalt indhold for de internationale streamingtjenester – dette gælder også Norden, produktionen er dog forbeholdt serier. Deloitte finder, at Netflix har indgået en aftale med produktionsselskabet Miso om at producere deres første skandinaviske serie til eksklusiv visning⁴⁷, mens Viaplay netop har udgivet deres anden selvproducerede serie *Veni Vidi Vici*. HBO Nordic forventer at have produceret originalt nordisk Tv-serier i løbet af to år. Dette er en videreførelse af en strategi, der allerede er udført i centrale dele af Europa, herunder Ungarn, Tjekkiet, Polen og Rumænien, hvor lokalt indhold er produceret⁴⁸.

Udbyderne benytter i stigende grad teknologi til at fastholde kontakten og interagere med publikum. Det længerevarende forhold til slutbruger resulterer i en opbygning af et langt stærkere informationsgrundlag omkring publikum end traditionel fysisk distribution. Denne information benyttes senere som inspirationskilde til produktion af nyt indhold, som derved har direkte udgangspunkt i slutbrugernes præferencer og forbrugstendenser. Produktion af indhold bliver således en cirkulær proces i samspillet mellem slutbrugeren og VOD-udbyderen. Figur 29 illustrerer denne nye værdikæde kontrolleret af VOD-udbydere, hvor slutbrugeren i form af publikum antager en mere central rolle.

⁴⁷ <https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-prepares-for-the-rain>.

⁴⁸ <http://politiken.dk/kultur/filmogtv/art5630086/HBO-Nordic-vil-lave-skandinavisk-tv>.

Figur 29. En mulig værdikæde kontrolleret af en VOD-udbyder centraliseret omkring publikum



Kilde: Monitor Deloitte research

Det fremgår, at visse led i værdikæden illustreret i Figur 26 er forsvundet. Der sker sammensmeltning af salg og distribution og til dels også af VOD-plattform. Publikummet antager en langt mere central rolle i værdikæden: De er ikke blot slutbrugere – de bidrager samtidig til udviklingsfasen i nye produktioner. Værdikæden går derfor fra en lineær proces til et cirkulært loop, bygget på interaktion mellem publikum og VOD-udbyderne.

Publikum bidrager gennem den indsigt udbyderne har opbygget i deres præferencer. Indsigten opbygges gennem datapunkter på individniveau, og på tværs af en længere periode. Dette er datapunkter såsom pausetidspunkter, slukketidspunkter, om brugerne vender tilbage til indholdetsamt krydsreferencer for publikums præferencer for skuespillere og instruktører, genrer og plots. Disse indsigter benyttes blandt andet til at anbefale indhold, i udvælgelsen af nyt indhold og i valg af nye produktioner. Et klassisk eksempel på dette, er Netflix' produktion af tv-serien *House of Cards*⁴⁹. Beslutningen om at producere serien blev støttet af en datadreven tilgang. Med udgangspunkt i publikumdata, fandt de, at film instrueret af David Fincher generelt blev set fra start til slut, indhold med skuespilleren Kevin Spacey klarede sig godt, og at der blev fundet interesse for den originale britiske miniserie. Yderligere fandt de, at publikummet som så film instrueret af David Fincher også så film med Kevin Spacey og havde vist interesse for den britiske forgænger⁵⁰. Den direkte forbindelse til deres

⁴⁹ "House of Cards" er en Amerikansk dramaserie instrueret af David Fincher med Kevin Spacey i hovedrollen. Serien er en genindspilning af den britiske miniserie ved samme navn og havde premiere på Netflix i 2013.

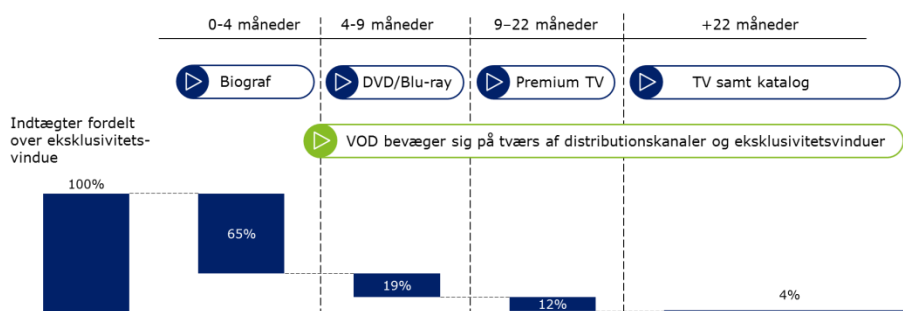
⁵⁰ http://www.nytimes.com/2013/02/25/business/media/for-house-of-cards-using-big-data-to-guarantee-its-popularity.html?_r=0

publikum samt den dybdegående indsigt erhvervet heraf, benyttes derved som grundlag for produktionsbeslutninger.

At flere led i værdikæden foregår internt hos VOD-udbyderen betyder ligeledes, at tidsforløbet fra idéudvikling til produktion og distribution til slutforbrugeren forkortes.

Den anden tendens, som endnu ikke er slået igennem, men som forventes at få betydning i fremtiden, er et pres på eksklusivitetsvinduerne for spillefilm, det vil sige, at VOD presser på for at få filmene ind i deres kataloger tættere på premieredatoen. Det betyder, at de traditionelle distributionskanaler bliver presset, hvilket er illustreret Figur 30, der viser de traditionelle distributionskanaler, deres eksklusivitetsvindue og den gennemsnitlige biograffilms indtægtsandel fordelt på eksklusivitetsvindue.

Figur 30. Filmindtægter fordelt over distributionskanal og eksklusivitetsvindue



Kilde: Monitor Deloitte research, Nordisk Film Distribution

Noter: 1) Længden af eksklusivitetsvinduet og indtægtsfordelingen er opgjort ud fra en gennemsnitsbetragtning af biograffilm.

Figur 30 illustrerer VOD's bevægelse frem mod premieredatoen, hvilket medfører at VOD trænger ind på de traditionelle eksklusivitetsvinduers områder, hvor en større andel af filmenes indtægter er genereret. Denne tendens er forsat kun identificeret ved udenlandske film. For eksempel blev de to amerikanske film, *King Arthur: Legend of the Sword* og *Kong: Skull Island* udgivet som EST hhv. to uger og en måned før deres udgivelse på dvd og Blu-ray⁵¹.

Der ses allerede eksperimentale forsøg på at bringe biograffilm hjem i stuerne som VOD-tilbud⁵². Dette vil rykke VOD på tværs af alle eksklusivitetsvinduer. I den modsatte ende af figuren formodes VOD at muliggøre en længere hale af indtægter gennem større tilgængelighed for

⁵¹ <http://www.dvdsreleasedates.com>

⁵² Senest har en række af amerikanske studios, blandt andet Warner Bros og Fox forslået en frigivelse af premierefilm, digitalt, 30-45 dage efter biografpremiere med en pris på 210 kr. <http://variety.com/2017/film/news/studios-premium-vod-early-1202013205/>

ældre film. Mindre film, der ikke får biografpremiere, kunne ligeledes opleve en stigende distribution givet den øgede tilgængelighed.

Spillefilmsproducenternes forretningsmodeller er udfordrede af de faldende indtægter og nye distributionskanaler

Tilbagegangen i indtægtsgrundlaget for spillefilmsproduktionen samt den store udbredelse af VOD betyder, at producenterne er nødt til at revurdere deres forretningsmodeller i relation til de nye markedsforhold. I 2013-rapporten blev fem forretningsmodeller i den danske filmproduktion identificeret: højrisikoselskaber⁵³, DK-segmentselskaber⁵⁴, internationale selskaber, horisontale selskaber⁵⁵ og integrerede selskaber⁵⁶. Forretningsmodellerne var særligt splittet på tværs af værdikæden (produktion, postproduktion, distribution mv.) og forretningsområder (film-, tv- og reklameproduktion mv.). Der henvises til 2013-rapporten for en mere uddybende forklaring af disse forretningsmodeller. Den fortsat pressede økonomi i dansk spillefilmsproduktion og indtoget af VOD-udbydere gør det interessant at undersøge, hvorledes disse forretningsmodeller har udviklet sig siden 2013-rapporten.

På baggrund af en rundspørge foretaget af Deloitte vurderes det, at der ikke er sket en bemærkelsesværdigt ændring i de benyttede forretningsmodeller. Dette skyldes blandt andet, at markedet er domineret af de etablerede produktionsselskaber, og nytilkomne produktionsselskaber er karakteriseret ved høj risiko og primært drevet af passion for filmskabelsen og ikke nødvendigvis de store forventninger til afkast. Disse selskaber er afhængige af, at deres første film bliver en succes – hvilket bidrager med en betydelig risiko for disse nytilkomne virksomheder.

Der ses dog særligt to tendenser i forretningsmodeller for danske spillefilmsproducenter: En tendens, hvor producenter bevæger sig på tværs af forretningsområder for at supplere det uforudsigelige indtægtsgrundlag fra filmproduktion. Produktionen af spillefilm er i høj grad drevet af passion, ønsket om at udvikle egne talenter og håbet om at ramme en succesfuld film eller international opmærksomhed. Grundet den dårlige forrentning af danske spillefilm, som illustreret i kapitel 4, er produktionen i stigende grad nødt til at supplere med indtægter fra produktion af tv-serier. Producenterne udnytter således bredden i deres forretningsområder til at afdække risikoen i spillefilmsproduktionen.

Den anden tendens, der er afdækket gennem interview er, at producenterne i stigende grad sælger ud af deres fremtidige indtægter

⁵³ Omfatter især mindre selskaber, der har relativt få projekter, en lille volumen og primært arbejder med udvikling og produktion.

⁵⁴ DK-segmentselskaber omfatter primært små eller mellemstore selskaber, som fokuserer på at producere til det danske marked, for eksempel romertalsfilm og børnefilm.

⁵⁵ De horisontale selskaber er produktionsselskaber, der forbliver indenfor produktions- og udviklingsfasen, men har mulighed for at bevæge sig på tværs af beslægtede forretningsområder såsom tv- og reklameproduktion.

⁵⁶ De integrerede selskaber har aktiviteter tværs af værdikæden for spillefilm og tager ejerskab over blandt andet postproduktion, salg og distribution.

gennem salg af rettigheder for at indhente finansiering til produktion og for at afdække dele af deres risiko forbundet med produktion⁵⁷. Producenterne begynder således i stigende grad at leve direkte af selve filmproduktionen fremfor at bringe produkter på markedet. Ifølge interview foretaget af Deloitte er der i branchen en bekymring for denne udvikling og dens konsekvenser. Ifølge producenter betyder overgivelsen af rettigheder i præproduktion ligeledes, at de afgiver dele af den kreative frihed. Disse bekymringer går særligt på muligheden for at videreføre mangfoldigheden i dansk spillefilmsproduktion og talentudvikling, og de bliver særligt konkrete for film under konsulentordningen, som jævnfør kapitel 3 og 4 oplever både pressede forhold i finansieringen og er særligt hårdt ramt af nedgangen i indtægterne. På baggrund af interview fremgår det, at den pressede økonomi i produktionen kunne resultere i en udvikling, hvor producenterne i stigende grad flytter produktionen til udlandet, hvor produktionsomkostninger er lavere og hvor muligheden for at indhente udenlandsk finansiering er større. Yderligere ses muligheden for at opnå udenlandsk cash rebate som væsentlig. For eksempel har Polen netop annonceret, at de forventer at indføre en 25 procent cash rebate, for at stimulere den lokale filmproduktion og tiltrække udenlandske produktioner.⁵⁸

Reflekteres der over udbredelsen af VOD som ny distributionskanal og effekten heraf på forretningsmodeller, forventes det, at *horisontale selskaber* og *integrerede selskaber* vil blive ramt forskelligt. Særligt VOD-udbydernes aspiration om at producere eget indhold kan ramme forskelligt.

De *horisontale selskaber*, der har bredt sig på tværs af produktion af spillefilm, tv og reklamer, kan nyde godt af VOD's udbredelse. At modtage tidlig finansiering fra VOD-udbydere kan give tryghed i en ellers risikofyldt branche. For producenterne i dette segment kan det være lukrativt, da de får mulighed for at fralægge sig store dele af finansieringsrisikoen tidligt i processen. Særligt *højrisikoselskaberne*, hvis økonomi står og falder med det enkelte projekt, kan se en mulighed for at nå et stort publikum billigt. De nye store distributionskanaler samt de lave distributionsomkostninger kan genantænde denne forretningsmodel som en katalysator for vækst – både nationalt og internationalt. Det forbliver dog tvivlsomt, hvorledes disse selskaber, der primært producerer film under konsulentordningen, kan vinde finansiering fra de store VOD-udbydere.

De *integrerede selskaber* holder kontrol over flere led af værdikæden på tværs af udvikling, produktion, postproduktion og distribution. Disse virksomheder kan miste led i værdikæden, som tidligere har skabt synergier og indbragt indtægtsstrømme på tværs af virksomheden. I takt med at VOD-udbydere overtager værdikæden og presser eksklusivitetsvinduerne, kan visse forretningsenheder i de *integrerede selskaber* blive irrelevante. Men udbredelsen af VOD åbner ligeledes for nye

⁵⁷ Denne udvikling fremgår ligeledes af kapitel 4, hvor nettoindtægter fra rettighederne til producenterne er dalende.

⁵⁸ http://www.filmcommissionpoland.pl/assets/Zalaczniki/PFM_04_2017_spread.pdf

forretningsmuligheder, for eksempel gennem opbyggelse af egne VOD-tjenester, baseret på indehavende kataloger af spillefilm og serier. Nordiske *integrerede selskaber* har allerede meldt sig ind i kampen med deres egne streamingtjenester – Nordisk Film med sine to nichestreamingtjenester Min Bio og Danske Filmskatte. De *integrerede selskaber* konkurrerer således både med de etablerede streamingtjenester på indhold samt den endelig brugerflade.

Der findes dog en vis optimisme i markedet over den teknologiske udvikling og mulighederne heraf. Den direkte kontakt og interaktionsmulighederne med publikum helt hjemme i stuerne ses som en mulighed for at skabe en stærkere relation til publikum og en større interesse for danske spillefilm. Ifølge en dansk markedsaktør består den største barriere i at uddanne slutbrugerne i de nye formater og platforme. Det vurderes, at når slutbrugeren opdaterer de nye formater og platforme, opnås en høj grad af loyalitet samt et øget forbrug.

Bilag 1

Oversigt over digitale aktører 1

Tjeneste	Arktetype	Indhold			VOD Type			Producerer ¹			Dansk	Ejerskab	Udbredelse	Pris		Antal film	
		Film	Serier	TV	SVOD	Leje	EST	AVOD	Serier	Film				Norden ²	Leje Kr.		EST Kr.
Blockbuster	Digital videobutik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TDC		30-49	19-160	> 8.000
SF anytime	Digital videobutik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SF		30-39		≈4.500
Plejmo	Digital videobutik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Magline.com		3-149	99-169	>4.000
Sofarækken	Digital videobutik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DBC ³		30		> 5.000
Stofa filmshoppen	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Stofa		29-79		≈5.000
Wooa Bio	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Wooa!		30-39		≈5.000
Telia filmbutik	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Teliasonera		9-49		>4.000
YouSee Play	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TDC		19-49		> 8.000
Fullrate Filmleje	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TDC		19-49		N/A
Viaplay filmleje	Netværks-udbydere	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Modern Time Group		49		N/A
Filmcentralen	Offentlig	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DFI		0		≈1.000
FilmStriben	Offentlig	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DBC ³		0		>2.500

Kilder, Monitor Deloitte, Yougov, European Audiovisual Observatory
 1. Producerer udbydere indhold
 2. Produceres lokalt indhold i Norden
 3. Dansk Biblioteks Center

Oversigt over digitale aktører 2

Kilder: Monitor Deloitte, Yougov, European Audiovisual Observatory,
 1. Producerer udbydere selv indhold
 2. Produceres lokalt indhold i Norden

Tjeneste	Arktetype	Indhold			VOD Type			Producerer ¹		Dansk	Ejerskab	Udbredelse	Pris Månedspris Kr.	Antal film
		Film	Serier	TV	SVOD	Leje	EST	AVOD	Serier					
Viaplay	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			89	>1.000
Dansk Filmskat	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Modern Time Group		45	
MinBio	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nordisk Film		49	
Cmore Play	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Bonnier		99	≈1.400
HBO Nordic	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HBO Nordic		89	>1.400
Netflix	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Netflix		79	>1.800
Mubi	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mubi	N/A	49	≈10.000
TV 2 Play	Streaming tjeneste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TV2		79	N/A

Oversigt over digitale aktører 3

Kilder: Monitor Deloitte, Yougov, European Audiovisual Observatory,
 1. Producerer udbød/deren selv indhold
 2. Produceres lokale indhold i Norden

Tjeneste	Arketype	Indhold			VOD Type			Producerer ¹			Dansk	Ejerskab	Udbredelse	Pris		Antal film	
		Film	Serier	TV	SVOD	Leje	EST	AVOD	Serier	Film				Norden ²	Leje kr.		EST kr.
Google Play	Teknologi-virksomhed	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Google		19-49	69-169	≈5,000
Microsoft Store	Teknologi-virksomhed	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Microsoft		19-39	29-160	≈4,500
Itunes	Teknologi-virksomhed	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Apple		30-49	39-149	≈5,000
Amazon Prime	Teknologi-virksomhed	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Amazon		18-40	19-130	N/A

Monitor **Deloitte.**

Om Deloitte

Deloitte leverer ydelser indenfor revision, consulting, financial advisory, risikostyring, skat og dertil knyttede ydelser til både offentlige og private kunder i en lang række brancher. Deloitte betjener fire ud af fem virksomheder på listen over verdens største selskaber, Fortune Global 500®, gennem et globalt forbundet netværk af medlemsfirmaer i over 150 lande, der leverer kompetencer og viden i verdensklasse og service af høj kvalitet til at håndtere kundernes mest komplekse forretningsmæssige udfordringer. Vil du vide mere om, hvordan Deloitte omkring 245.000 medarbejdere gør en forskel, der betyder noget, så besøg os på Facebook, LinkedIn eller Twitter.

Deloitte er en betegnelse for en eller flere af Deloitte Touche Tohmatsu Limited, der er et britisk selskab med begrænset ansvar ("DTTL"), dets netværk af medlemsfirmaer og deres tilknyttede virksomheder. DTTL og alle dets medlemsfirmaer udgør separate og uafhængige juridiske enheder. DTTL (der også betegnes "Deloitte Global") leverer ikke selv ydelser til kunderne. Vi henviser til www.deloitte.com/about for en udførlig beskrivelse af DTTL og dets medlemsfirmaer.

© 2017 Deloitte Statsautoriseret Revisionspartnerselskab. Medlem af Deloitte Touche Tohmatsu Limited.



TEKNOLOGISK
INSTITUT

Økonomisk Analyse

De danske biografer 2012 - 2016



Titel: Økonomisk Analyse af De Danske Biografer, 2012 - 2016

Udarbejdet for: Det Danske Filminstitut (herefter DFI)

Udarbejdet af:

Teknologisk Institut
Gregersensvej 1
2630 Taastrup
Analyse og Erhvervsfremme

August 2017

Forfatter: Jesper Villadsen, Teknologisk Institut

Indholdsfortegnelse

1. Executive summary	4
2. Intro	5
2.1. Datakilder.....	5
2.2. Ordforklaring	5
3. De danske biografer.....	7
3.1. Biograf typer.....	8
3.2. Kapaciteten i danske biografer	9
3.3. Hvordan tjener biograferne penge?	9
3.4. Økonomiske støtteordninger	10
4. Den økonomiske udvikling i de danske biografer	11
5. Biografernes individuelle udvikling	14
6. Billetsalg og Biografernes Mersalg	16
7. Opsummering og konklusion	18

1. Executive summary

Den overordnede konklusion om den økonomiske udvikling i de danske biografer, i perioden 2012-2016, er, at den danske biografsektor har en sund økonomisk udvikling, med et overskud efter skat på 136 mio.kr. i 2015, stigende igennem hele perioden. Branchen har i perioden brugt en stigning i bruttofortjenesten til at øge virksomhedernes egenkapitalandel, og fremstår nu med en stærk soliditetsgrad (37 pct. i 2015).

Mens vi så et dalende biografalg i årene 2013 og 2014, fastholdte biografbranchen et sundt overskud, og årene 2015 og 2016, står begge som meget stærke biograf-år, der har været bidragende til at biograferne i dag, har en meget sund økonomi.

Regnskabsanalysen afslører to tendenser, der kendetegner den økonomiske udvikling i biograf-branchen igennem perioden:

- De større biografer har igennem hele perioden genereret en stigende bruttofortjeneste, der dels er foranlediget af en stigning i billetprisen for disse biografer, samt ved interne effektiviseringer. I den undersøgte periode har de større biografer forbedret deres soliditetsgrad fra 28% i 2012 til 37% i 2015, der også er branchegennemsnittet for resten af de danske biografer.

Denne udvikling viser at de større biografer har formået at afbetale gældsfinansierede investeringer, optaget før perioden, ved hjælp af en stigning i billetprisen, sandsynligvis fordi investeringerne har øget biografernes værdi-tilbud over for publikum.

- Samtidig med denne udvikling, har især de mindre og mellemstore biografer formået at øge deres andel af det samlede danske billetsalg. Siden 2010 er markedsandelen for de mindre biografer, og de lidt større provinsbiografer, steget fra 15 til 23%, næsten udelukkende drevet af udviklingen i de mindre biografer.

Modsat de større biografer er soliditetsgraden for de mindre biografer faldet fra 44% i 2012 til branchegennemsnittet på 38% i 2015, hvilket tyder på at de mindre biografer har foretaget investeringer løbende igennem perioden.

Det er den samlede konklusion at biografbranchen står stærkt i disse år. Efter en periode med dalende resultater i periodens start har årene 2015 og 2016 efterladt en branche med en sund evne til at skabe vækst i både omsætning og bundlinje.

2. Intro

Teknologisk Institut har i denne rapport undersøgt den økonomiske udvikling for alle aktive biografer i Danmark i perioden 2012 – 2016. Undersøgelsen har set på den samlede udvikling i en række udvalgte økonomiske nøgletal, der dels anvendes som udtryk for biografernes økonomiske performance og dels til at levere en beskrivelse af sundhedstilstanden i biografernes økonomi.

Alle beløb i denne rapport er fremskrevet til 2016-priser, under anvendelse af Moderniseringsstyrelsens opgørelse af det generelle løn- og prisstigningsindeks, og efter gældende regnskabspraksis. Hvis ikke andet er angivet er beløb angivet ekskl. moms.

Undersøgelsen vedrører alle danske biografer, men da branchen indeholder enkelte biografer, der ikke er regnskabspligtige, kan der være enkelte biografer (de kommunalt ejede), hvor der ikke eksisterer den information, der er nødvendig for at foretage den detaljerede regnskabsanalyse. Dette har dog ingen indflydelse på undersøgelsens validitet, og resultaterne i denne rapport er bredt repræsentative for branchen som helhed.

2.1. Datakilder

De centrale data anvendt i denne analyse er data fra Danmarks Statistik.

Biograf data (kaldet bio2) bygger på indberetninger, som opsamles via biografernes elektroniske billetsystemer til Filmweb, hvilket skønnes, at dække over 99 % af de biografbilletter, der er solgt i Danmark.

Kommunernes støtte til biografer, indsamles direkte til Danmarks statistik til de kommunale regnskabsstatistikker, hvor de hentes direkte fra kommunernes egne økonomisystemer.

Firmastatistikken bygger på selskabernes løbende lovpligtige indberetninger af moms og skat. Samme data der stammer fra virksomhedernes egne lovpligtige indberetninger, udgør grundlaget for regnskabsstatistikken.

I dele af analysen anvendes en opdeling af biograferne i Danmark, med udgangspunkt i de fem biografforeninger i Danmark. Disse medlemslister stammer fra DFI

2.2. Ordforklaring

Bruttofortjeneste	<p>Bruttofortjenesten er forskellen mellem virksomhedens omsætning og det samlede indkøb af varer og tjenesteydelser som har været brugt for at kunne opnå denne omsætning.</p> <p>Lettere forsimplet regnes bruttofortjenesten ved <i>samlet salg minus samlet indkøb</i>, og er altså et udtryk for dét, der er tilbage til at dække lønninger, nye investeringer, udbytte til ejere, osv.</p>
Passiver, aktiver og balance	<p>Virksomhedens samlede balance er et udtryk for summen af hele den samlede regnskabsmæssige værdi i virksomheden. Aktiver er en samlede betegnelse for hvordan den samlede balance er fordelt mellem materielle, immaterielle eller finansielle ting. De samlede passiver er et udtryk for hvordan virksomhedens aktiver er finansieret. En biografvirksomhed, kan eks. være finansieret dels af lån fra banker og realkreditinstitutioner, og dels af virksomhedernes egne penge.</p>

Egenkapital	Den andel af virksomhedens samlede passiver, der tilfalder ejerne (i modsætning til de samlede gældsposter, som er det virksomheden skylder)
Komplementær-produkter	<p>Et komplementærgode er et erhvervsøkonomisk begreb, der bruges til at beskrive to eller flere varer eller tjenesteydelser, der er komplementære i en købsituation.</p> <p>Et godt eksempel på komplementære goder som du måske møder i dagligdagen er dip-pulver og cremefraiche. Cremefraichen er et komplementærprodukt til dip-pulveret, fordi du sjældent køber dip-pulver uden også at købe cremefraiche (men cremefraiche behøver ikke være et komplementærprodukt til dip-pulver)</p>

3. De danske biografer

Biografen har en særlig kulturel, historisk og ikke mindst økonomisk betydning for spillefilmsindustrien. Det er i biografen at den almindelige borger typisk møder filmen første gang, og biografen udgør dermed den første - af en række - indtjeningskilder for filmindustrien, der forsyner os med smukke, forfærdelige, sørgelige, sjove, skønne og fabelagtige oplevelser.

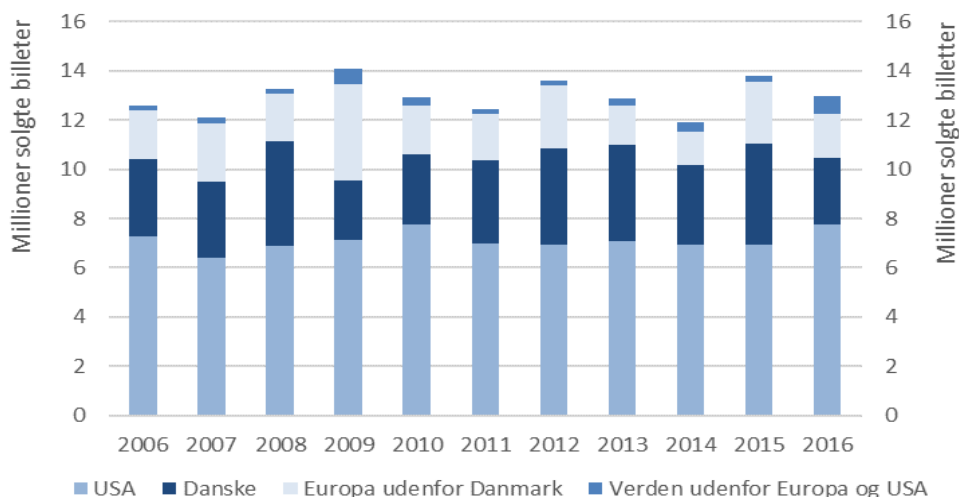
I år (2017) findes der 165 biografer i Danmark¹, og ifølge Det Danske Filminstitut er 4 mere undervejs. Der er biografsæder nok til at mere end 61.000 gæster kan sidde i de ca. 450 biografsale, der findes i de danske biografer på samme tid.

De danske biografer har plads til 61.000 biografgængere, på én gang

2015 var et rekordår for biograferne. Med 14,1 millioner solgte billetter, er det kun 2009, der overgik det samlede billetsalg i Danmark i 2015. Det gennemsnitlige billetsalg ligger omkring de 13 millioner i Danmark, se figur 3.1. og selvom verden op gennem 00'erne og et godt stykke ind i 10'erne stod overfor store økonomiske udsving, stod billetsalget i biograferne nogenlunde stabilt, men fluktuerer dog med omkring 1 million solgte billetter fra år til år, afhængig af årets filmudbud og købeviligheden blandt biografgængere.

2015 var et rekordår for biograferne. Med 14,1 millioner solgte billetter, er det kun 2009, der overgik det samlede billetsalg i Danmark i 2015. Det gennemsnitlige billetsalg ligger omkring de 13 millioner i Danmark, se figur 3.1.

Figur 3.1: Antal solgte billetter i danske biografer, opdelt efter filmens oprindelsesland



Kilde: Danmarks Statistik [Bio2]

2009 var det bedste biograf-år i de sidste 10 år, med 14,1 millioner solgte billetter, mens det siden har ligget stabilt omkring de 12-13 millioner billetter, med ca. 3 millioner solgte billetter til danske film.

Danskerne købte 12,9 millioner biografbilletter i 2016





¹ Kilde: DFI

3.1. Biograf typer

Der findes en række forskellige typer biografer, der hver appellerer til deres egen kunde-gruppe og fører deres egen strategi, enten mod bestemte kundesegmenter, en særlig geografi, eller med et unikt filmudbud. Nogle biografer er store multiplex biografer, der slår sig på at levere fuldstændig teknologisk fordybelsesunderholdning i IMAX format, med 3D og et højteknologisk lydssystem. Og samtidig findes der de små lokale biografer, der leverer en anden type af filmoplevelser, eller på anden vis er en kulturel berigelse for det danske samfund.

I Danmark er biograferne organiseret i 5 foreninger, som i denne rapport er behandlet i 4 individuelle segmenter, *illustreret i Tabel 3.1 nedenfor.*

Tabel 3.1: De forskellige biografforeninger

Segment	Forening	Antal biografer
 Store Biografer	Foreningen af Større Biografer (kaldet 'De 15') Her finder man de såkaldte multiplex-biografer, som tæller 14 af de største danske biografer og syv biografer i samme kæde alle ejet af Nordisk Film.	21
	FP - Foreningen af Premierebiografer i København, Aarhus, Odense og Aalborg – her findes de øvrige biografer ejet af Nordisk Film, samt Cinemaxx biograferne og Grand Teatret i København	18
I alt 39		
 Større provins-biografer	FSB - Foreningen af Store Provinsbiografer Denne forening består af større provinsbiografer, der ofte har mere end 1 sal til rådighed	23
I alt 23		
 Mindre biografer	FMMB - Foreningen af Mindre og Mellemstore Biografer Her finder vi de mindre, lokale, ofte enkeltmands- eller forenings-ejede biografer som eks. Malling Bio, Scala Gudhjem, Bio Langeland, Fotorama i Hammel, mv. Har ofte kun en enkelt sal	88
	<i>Biografer uden angivelse af forening - Denne mindre gruppe biografer omfatter biografer, der ikke fremgår med oplysninger om tilhørsforhold til de officielle foreninger, i de tilgængelige databaser</i>	7
I alt 95		
 Kunstbiografer	Artcinema er en forening for de danske kunstbiografer, som omfatter de 8 biografer, der har modtaget driftsstøtte fra Det Danske Filminstitut. Blandt kunstbiograferne finder man eks. Vester Vov i København, Øst for Paradis i Aarhus, Biffen Nordkraft i Aalborg og Café Biografen i Odense	8
I alt 8		
Total		165 biografer

Note: Foreningerne De 15 og FP behandles i analysen som et samlet segment, af hensyn til databeskyttelseskravet hos Danmarks Statistik, men består af to ind. foreninger.

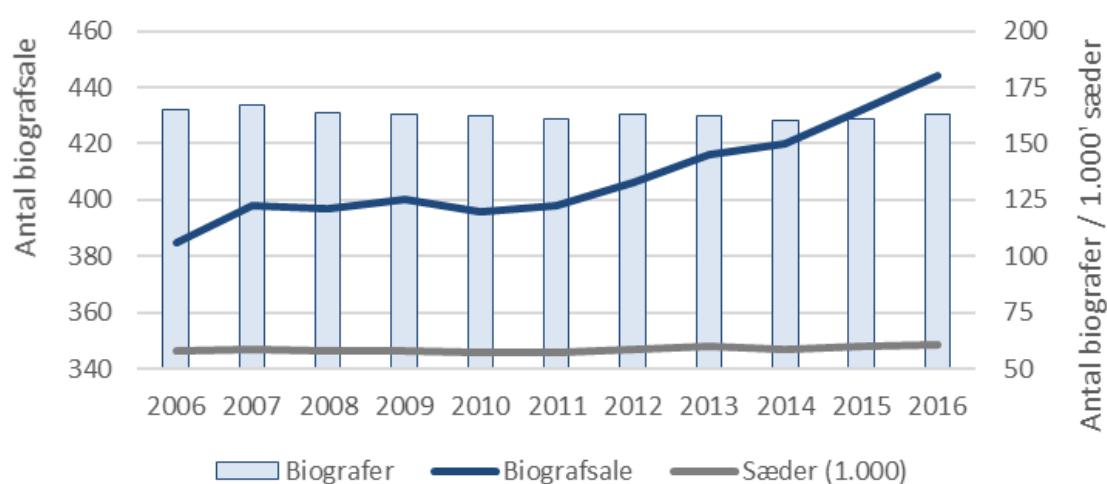
Kilde: DFI

Den økonomiske analyse i denne rapport, vil først og fremmest betragte den samlede økonomiske udvikling i biografbranchen som helhed. Dernæst betragtes den samlede økonomiske udvikling i henhold til de forskellige segmenter.

3.2. Kapaciteten i danske biografer

Mens antallet af biografer har ligget nogenlunde stabilt igennem de sidste 10 år, er antallet af sale steget støt, og har gjort at de enkelte biografer i dag har mulighed for at udbyde en mere varieret filmsammensætning og kan være mere fleksible i forhold til visningstider.

Figur 3.2: Antal biografer, biografale og -sæder



Kilde: Danmarks Statistik [Bio2]

Antallet af biografer har de seneste 10 år varieret omkring 163 biografer, mens antallet af biografale er steget fra 385 i 2006 til 450 sale i 2016, en stigning på 65 sale, primært etableret i perioden 2012 – 2016. Antallet af biografale sæder har ligget stabilt hele perioden.

3.3. Hvordan tjener biograferne penge?

En biograf primære indtjeningskilde kommer fra de indtægter virksomheden skaber ved salg af biografbilletter. En stor del af denne indtægt går til filmselskaberne, der opkræver leje- eller leasingafgifter, for de film, der vises i biografen. Filmlejen udgør iflg. Danmarks Statistik i gennemsnit 45% af billetprisen.

Dernæst kommer det såkaldte mersalg, som eksempelvis komplementærprodukterne cola, slik og popcorn, som biografgængerne køber til sig selv, før og efter filmen vises. Denne kategori udgør langt hovedparten af den omsætning, der skabes ud over entréindtægterne, og medvirker til at dække biografens driftsomkostninger.

Til sidst findes biografvirksomhedens, eller -foreningens øvrige indtægter, der kan bestå af tertiære aktiviteter som eks. fremleje af biografsalen til firmakonferencer, specielle events, live-koncerter, drift af studentehus og øvrige aktiviteter, der ikke direkte kan kategoriseres som biografaktiviteter. Denne kategori udgør samlet set en meget lille del af biografbranchens samlede omsætning.

3.4. Økonomiske støtteordninger

Kommunal støtte

I Kulturministeriets bekendtgørelse af den 9. juni 2014 om kommunalt tilskud til biografvirksomhed er reglerne for den kommunale støtte til biografer beskrevet. Både kommunalt ejede og private biografer har mulighed for at søge støtte, der i dag fordeles efter den såkaldte *de minimis*-forordning¹, der tillader statsstøtte, så længe den samlede de minimis-støtte til en enkelt virksomhed ikke overstiger 200.000 euro svarende til ca. 1,5 mio. kr. over en periode på tre regnskabsår, i daglig praksis op til 500.000 kr. årligt.

Tabel 3.2: Kommunal støtte til kommunalt- og privatejede biografer (Mio.kr.)

	2012	2013	2014	2015	2016
De kommunale nettodugifter til biografer	18,9	17,9	18,8	14,8	17,2
Heraf tilskud og overførsler	4,1	3,6	3,9	4,3	4,4

Kilde: Danmarks Statistik [De Kommunale Regnskaber, REGK31]

Støtte fra Det Danske Filminstitut

Det Danske Filminstitut kan yde projektstøtte til etablering og modernisering af danske biografer, driftsstøtte til danske kunstbiografer samt støtte til særlige biografinitiativer. Formålet med støtteordningen er at sikre et attraktivt og dynamisk biografmiljø af høj kvalitet i hele landet samt sikre kunstnerisk og kulturel diversitet i udbuddet af film på det danske biografmarked.

Etablering og modernisering

Støtten ydes til biografer, der vurderes at have en særlig kulturel betydning i kraft af deres placering og/eller repertoire samt biografer i mindre tæt befolkede dele af Danmark.

Kunstbiografer Støtten ydes til drift af danske kunstbiografer – også kaldet art cinemas – der har et re-pertoire og program, som primært har til formål at øge den kulturelle mangfoldighed og tilbyde publikum et bredt udbud af film.

Biografinitiativer Støtten ydes til biografinitiativer, der kan være med til at udvikle og styrke biografkulturen og biografoplevelsen samt tiltrække nye brugergrupper. Desuden ydes støtte til biografer, som deltager i DFI's projekt "Cinemateket præsenterer".

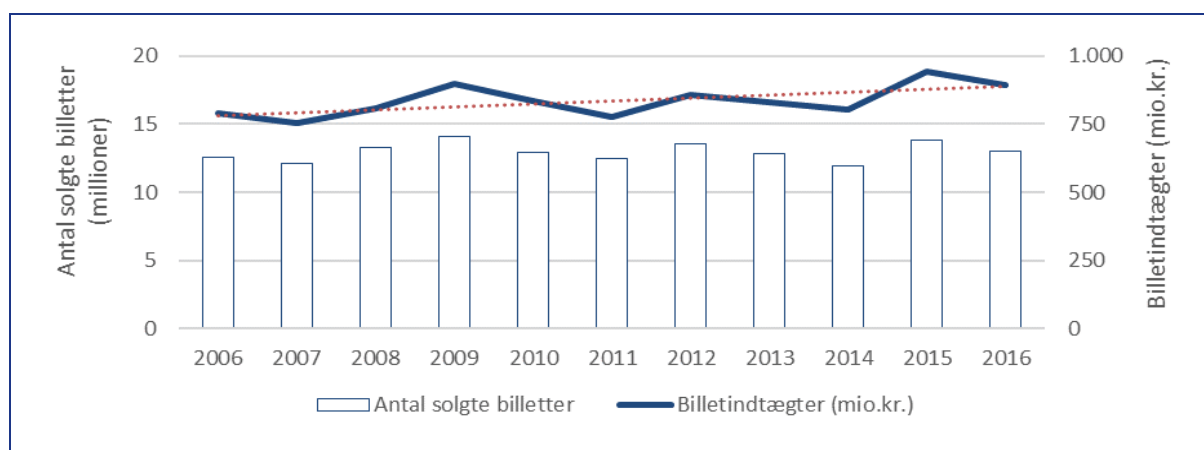
Digitalisering I den undersøgte periode har DFI desuden støttet digitalisering af de danske biografer ad to omgange. I 2011-12 modtog 109 "lokale biografer" og "biografer med særligt repertoire" 200.000 kr. per biografadresse i direkte støtte, til indkøb af digitalt udstyr. En samlet pulje på 21,8 mio.kr.

Igennem hele perioden 2012-2016, har 46 af de større biografer, modtaget indirekte støtte i form af en støtte på 2.500 kr. pr. danske filmtitel der er vist digitalt. Denne støtte var forbeholdt de biografer, der ikke modtog den direkte digitaliseringsstøtte, og beløber sig til 7,7 mio.kr. i perioden, i størrelsesordenen 7.500 – 62.500 kr. årligt pr. biograf.

4. Den økonomiske udvikling i de danske biografer

I løbet af de sidste ti år har udviklingen i billetsalget ligget nogenlunde stabilt, med to høje perioder i hhv. 2009 og 2015, hvor billetsalget var tæt på 14 millioner biografbesøg. Entreprædningerne følger pænt udviklingen i billetsalget, men har samtidig udviklet sig positivt fra 788 mio.kr. i 2006 til 895 mio.kr. ti år senere i 2016.

Figur 4.1: Udvikling i billetsalg og billetindtægter, 2006-2016



Kilde: Danmarks Statistik [Bio2]

De samlede billetindtægter i branchen har været faldende i perioden 2012-2014, men er steget fra 803 mio.kr. til 896 mio.kr. de seneste to år, med 2015 som det mest indbringende år for biograferne i det seneste ti-år, målt på både billetindtægter og samlet salg.

Tabel 4.2: Udvikling i biografernes samlede salg (Mio.kr.), 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Biografernes samlede salg	1.349	1.299	1.241	1.450	1.389
Biografernes billetindtægter	859	832	803	945	896

Kilde: Danmarks Statistik [FIKS44 + Bio2]

Det særlige årsresultat i 2015 skal generelt forklares med et stort antal biografgæster det år, men der spores dog også en generel stigning i den gennemsnitlige billetpris pr. kunde, fra 63,2 kr. i 2012 til 68,9 kr. i 2016, jf. tabel 4.3.

Tabel 4.3: Gennemsnitlig billetpris, og gennemsnitligt mersalg pr. kunde (DKK eks. moms)

DKK	2012	2013	2014	2015	2016
Gnms. billetpris pr. kunde	63,2	64,6	67,4	68,5	68,9
Gnms. mersalg pr. kunde	36,1	36,3	36,8	36,6	38,0

Kilde: Danmarks Statistik [FIKS44 + Bio]

Det gennemsnitlige mersalg per biografgæst steg en smule til omkring 38 kr. mod 36,1 kr. i 2012, læs mere i Afsnit 5.

Tabel 4.4: Biografernes samlede bruttfortjeneste (Mio.kr.), 2012 – 2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Samlet salg	1.349	1.299	1.241	1.450	1.389
Samlede køb og investeringer	997	920	865	1.008	948
Bruttfortjeneste (% af salg)	26%	29%	30%	30%	32%

Kilde: Danmarks Statistik [FIKS44]

Fra 2012 til 2016 er bruttfortjenesten (forskellen mellem biografernes samlede salg og den samlede leje af film, mersalgsvare, husleje, el og vand, mv.) steget fra 26% af det samlede salg til 32%. Denne udvikling har betydet at en større andel af biografernes omsætning samlet set har været tilgængelig til at dække udgifter som eks. lønninger, nye investeringer, udbytte til investorer, afskrivninger, afdrag på gældsposter, mv.

Blandt de offentligt tilgængelige regnskaber kan vi se, at lidt over halvdelen af biograferne har oplevet en positiv udvikling i bruttfortjenesten siden 2012. Den samlede udvikling skal dog i høj grad tilskrives en stor vækst i bruttfortjenesten hos de store biografer.

Den detaljerede regnskabsinformation for biograferne i Danmark viser, at branchen som helhed oplevede et dyk i både omsætning og bundlinjeresultat i perioden 2012-2014. 2015 derimod, var på mange måder et rekordår, med en bruttofortjeneste på 120,6% af niveauet i 2012, og et flot årsresultat på 136 mio.kr., mod 62 mio.kr. året før.

Tabel 4.5: Udvalgte nøgletal for biografernes samlede økonomiske udvikling (indeks 100 = 2012)

Resultatposter	2012	2013	2014	2015	2016
Omsætning (mio.kr.)	1.211	1.136	1.105	1.347	-
Omsætning (indeks 100)	100	93,8	91,3	111,3	-
Bruttofortjeneste	100	98,0	97,4	120,6	-
Resultat før finansielle og ekstraordinære poster	100	93,3	73,1	161,9	-
Af- og nedskrivninger	100	99,1	94,7	106,4	-
Årets resultat efter skat	100	89,1	75,8	166,6	-
Årets resultat efter skat (mio.kr.)	81	73	62	136	-
Årets resultat efter skat (% af Omsætning)	6,8%	6,4%	5,6%	10,1%	-
Løn og Beskæftigelse	2012	2013	2014	2015	2016
Antal ansatte	100	99,2	97,8	105,7	-
Ansatte pr. biograf (antal beskæftigede)	7,3	6,9	6,7	7,1	-
Lønninger og gager	100	98,4	105,2	110,9	-
Lønninger og gager (mio.kr.)	218	215	229	242	-
Løn pr. Ansat (indeks 100)	100	99,3	107,6	104,9	-
Balanceposter	2012	2013	2014	2015	2016
Egenkapital	100	104,5	99,0	128,1	-
Egenkapital (i % af samlet balance)	29,0%	30,8%	32,4%	36,6%	-
Materielle anlægsaktiver	100	99,1	92,2	102,3	-
Samlet balance	100	98,6	88,5	101,6	-

Note: Tabellen viser udviklingen i udvalgte regnskabsposter for biografbranchen som helhed

Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken

Den økonomiske udvikling i perioden 2012-2014, viser desuden en forventet stabil udvikling i lønningerne, mens den faldende beskæftigelse fra 7,3 ansatte pr. biograf til 6,7 ansatte i disse år, blev afløst i 2015 af en stigning til 7,1 ansatte. Et mønster der reflekterer den generelle regnskabsmæssige udvikling.

Som beskrevet ovenfor er der endnu et sundhedstegn at spore, hvis man betragter egenkapitalens udvikling. Den del af virksomhedernes samlede værdi, der tilskrives virksomhedsejerne, er vokset støt fra 29% af den samlede balance i 2012 til 37% i 2015. Et tegn på at branchen nu står med en stærkere soliditetsgrad end før.

Selvom de detaljerede regnskabsoplysninger for 2016 ikke er offentliggjorte endnu, tyder udviklingen i billetsalg, momsindberetninger, mv. på at 2016 var et lige så godt år, om end en smule under det flotte resultat i 2015.

5. Biografernes individuelle udvikling

Det er hovedsageligt de mindre og mellemstore biografer, der har formået at øge deres omsætning siden 2012. FMMB har i denne periode forøget deres markedsandel (målt som andelen af den samlede biografbranches omsætning) fra 11% i 2012 til 14% i 2015.

Tabel 5.1: Udvikling i omsætning (indeks 100 = 2012) og samlet markedsandel (%)

Omsætning	2012	2013	2014	2015	Markedsandel %	2012	2013	2014	2015
Store biografer	100	95	90	109	Store biografer	78%	79%	77%	77%
Større provinsbiografer	100	96	99	125	Større provinsbiografer	7%	7%	7%	8%
Mindre biografer	100	99	106	140	Mindre biografer	11%	12%	13%	14%
Kunstbiografer	100	97	105	82	Kunstbiografer	4%	2%	2%	2%
Hele biografbranchen	100	94	91	111		100%	100%	100%	100%

Note: Tabellen viser udviklingen i biografternes omsætning og markedsandele

Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken

Mens der ikke spores en ændring i markedsandelene (målt på omsætning) hos de store biografer, har både FMMB og De 15 + FP formået at forøge årsresultatet af deres aktiviteter i 2015, mens kunstbiograferne udgør en dalende andel på 2%, hvilket skal ses i lyset af en generel dårlig økonomisk udvikling for dette segment.

Årsresultatet er resultatet af virksomhedens samlede aktiviteter fratrukket alle omkostninger. Her er det i særlig grad De 15 og FP, der sammen med FMMB, der har formået at generere et overskud, der næsten er dobbelt så stort som i 2012. De 15 og FP genererede samlet 103,7 mio.kr. i overskud i 2015, mens FMMB skabte 24,9 mio.kr.

Tabel 5.2: Udviklingen i biografernes bundlinje, 2012 – 2015 (indeks 100 = 2012)

	2012	2013	2014	2015	2015 (mio.kr.)
Store biografer	100	87	79	173	103.7
Større provinsbiografer	100	52	32	116	6.6
Mindre biografer	100	118	85	184	24.9
Kunstbiografer	100	63	55	42	1.1
Hele biografbranchen	100	89,1	75,8	166,6	136.3

Note: Tabellen viser udviklingen i biografternes årsresultat (Årsresultat efter skat)

Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken

Overskuddet er ifølge regnskabsoplysningerne primært blevet anvendt til at reducere gældsposter i virksomhederne. Egenkapitalen i disse virksomheder, er i denne periode samlet set forøget fra 29% til 37%, jf. tabel 5.3.

Tabel 5.3: Udviklingen i biografernes egenkapital - soliditetsgrad, 2012 - 2015

Indeks 100	2012	2013	2014	2015	I % af balancen	2012	2013	2014	2015
Store biografer	100	112	123	143	Store biografer	26%	29%	32%	37%
Større provinsbiografer	100	108	81	86	Større provinsbiografer	44%	47%	35%	38%
Mindre biografer	100	64	114	110	Mindre biografer	31%	20%	35%	34%
Kunstbiografer	100	86	84	88	Kunstbiografer	39%	33%	32%	34%
Samlet	100	106	112	126	Samlet	29%	31%	32%	37%

Note: Tabellen viser udviklingen i biograftypernes egenkapital

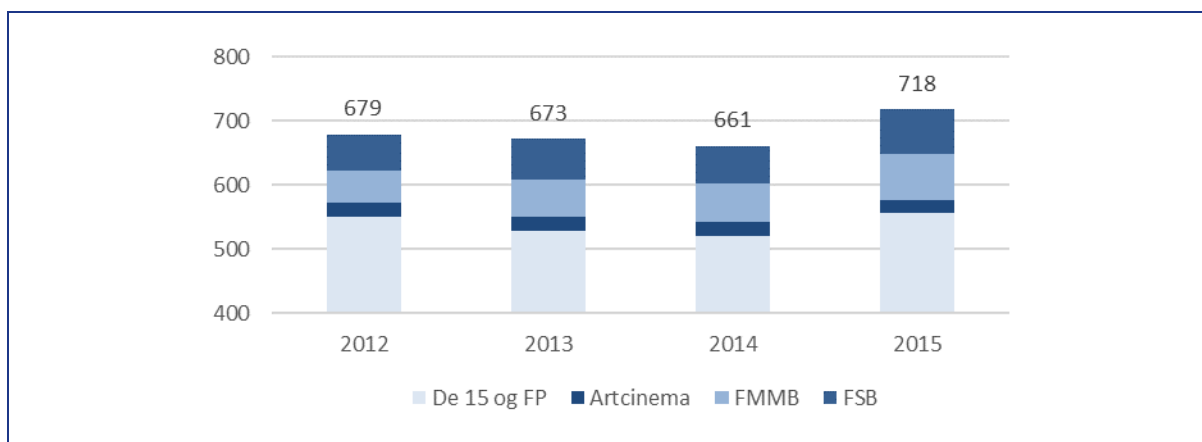
Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken

Stigningen i den samlede egenkapital blandt de store biografer omtalt i første afsnit, ses tydeligt i den indekserede udvikling. Værd at bemærke er nedgangen i soliditetsgraden blandt de mindre og mellemstore biografer. En mulig forklaring på dette kan være at det særligt er denne forening, der har investeret i nyetableringer (eks. nye biografsale) i perioden, og har ladet nyanskaffelserne finansiere ved at optage lån i virksomheden.

I 2015 har stort set alle biograftyper dog en egenkapitalsandel mellem 34 og 38%, hvilket efterlader branchen med en sund soliditetsgrad.

Udviklingen i antal biografansatte er steget i samme periode. Mens antal ansatte i kunstbiograferne har været forholdsvist stabilt, ser vi en generel stigning i antallet af ansatte blandt de resterende biografer mellem 2012 og 2015.

Figur 5.4: Udviklingen i biografernes ansatte, 2012 - 2015



Note: Tabellen viser udviklingen i biografernes medarbejderstab (antal beskæftigede årsværk)

Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken

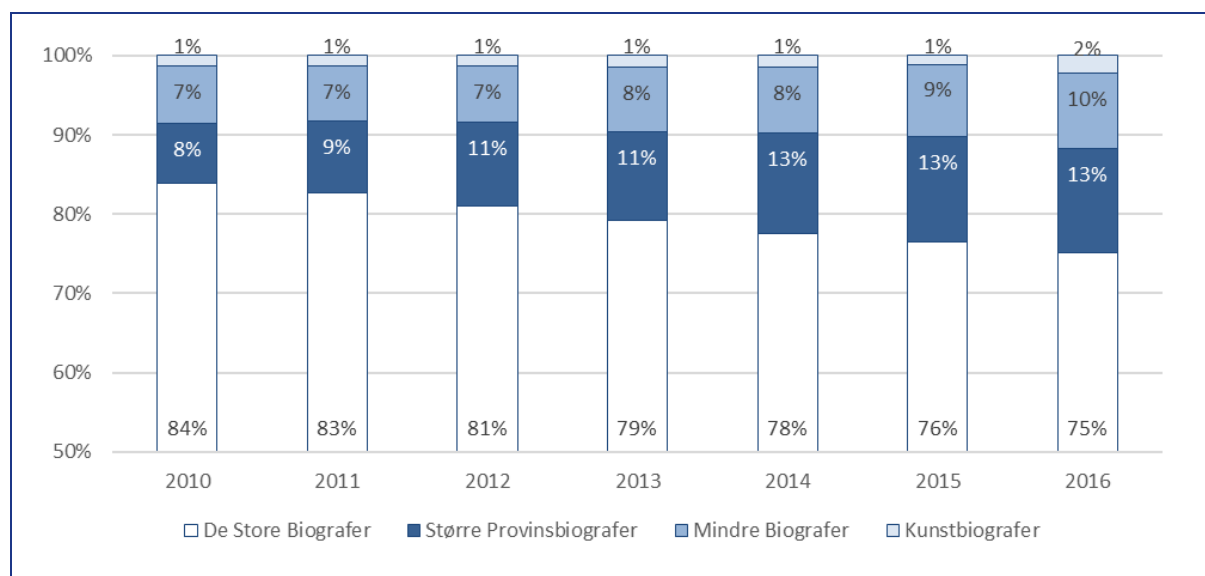
Det samlede antal ansatte stiger fra 679 til 718, og mens stigningen fortrinsvist ses i de store biografer, ses de største procentvise stigninger i de større provinsbiografer og de mindre biografer, der forøger deres samlede medarbejderstab med hhv. 41% (21 personer) og 21% (13 personer).

6. Billetsalg og Biografernes Mersalg

Siden 2010 har der været en stærk tendens til at de mindre biografer, og de lidt større provinsbiografer, har taget en større andel af det samlede danske billetsalg. De store biografers andel af det samlede billetsalg i Danmark er faldet fra 84% i 2010, til 75% i 2016.

De mindre biografer og de større provinsbiografer har øget deres samlede andel fra 15% i 2010, til 23% i 2016, jf. figur 6.1.

Figur 6.1: Biograf typernes andel af det samlede billetsalg



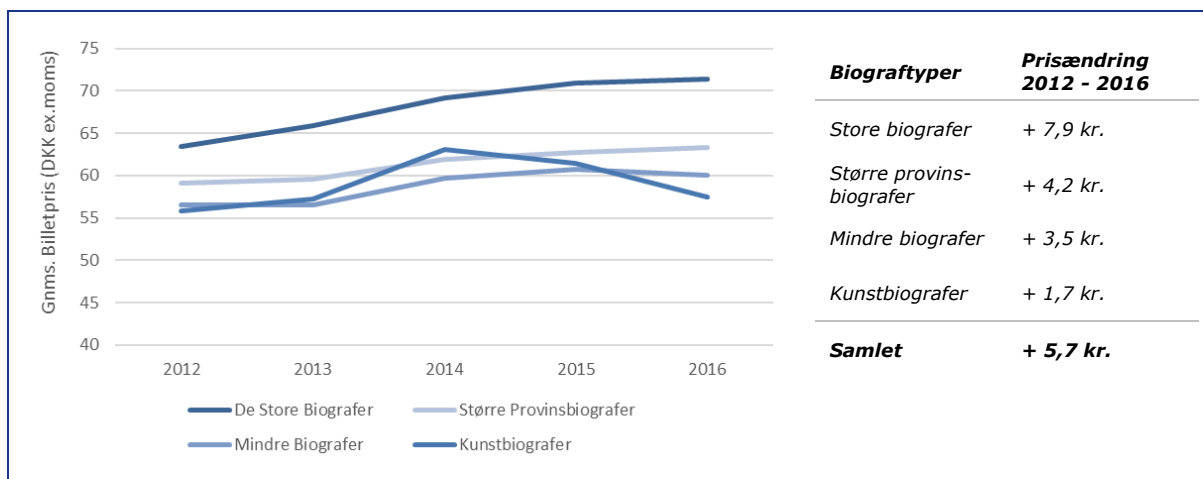
Kilde: Danmarks Statistik

Denne udvikling er dog sket samtidig med at de store biografer, som vist tidligere, har haft en stabil udvikling i omsætning, formået at øge den samlede bundlinje og har forbedret deres samlede soliditetsgrad, se afsnit 4.

Årsagen til denne udvikling formodes at være en prisstigning i den gennemsnitlige billetpris fra de store biografer, der er højere end hos de øvrige biografer.

Prisen for den gennemsnitlige biografbillet i Danmark er i perioden 2012–2016 steget 5,7 kr. (fra 63,2 til 68,9 kr. ex. moms), hvilket til dels kan tilskrives en generel prisstigning hos alle biografer, men i særlig grad kan forklares med stigningen i den gennemsnitlige billetpris hos de store biografer, jf. figur 6.2 nedenfor.

Figur 6.2: Udvikling i biografternes billetpriser



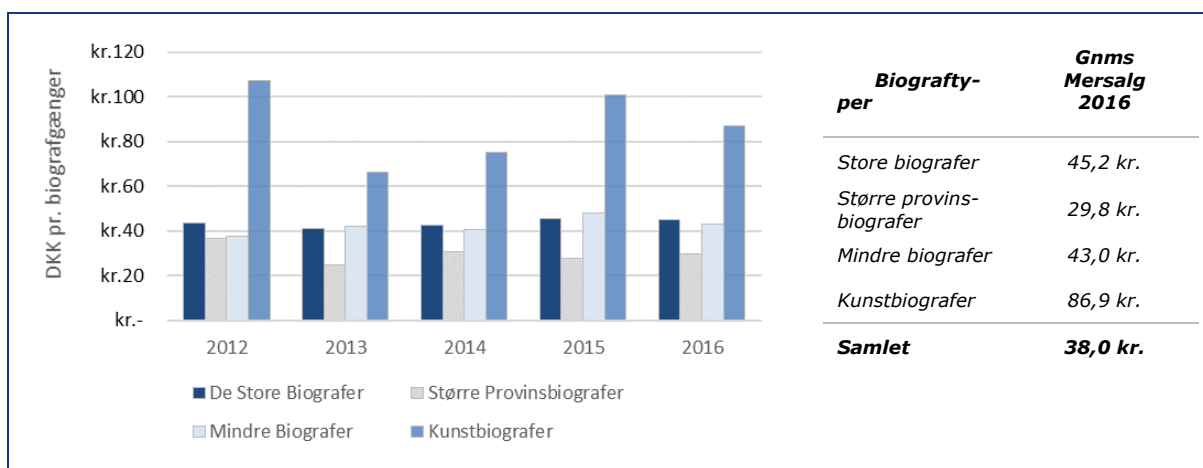
Note: Tabellen viser udviklingen i biografernes gennemsnitlige billetpriser, pr. forening, ex.moms.

Kilde: Danmarks Statistik

Mens de mindre biografer og de større provinsbiografer har haft en samlet stigning i billetprisen på hhv. 3,5 og 4,2 kr. har de store biografer højnet prisen med 7,9 kr. i samme periode.

En biografgænger bruger typisk omkring 38 kr. på slik, popcorn, cola, vin, mad eller andre komplementærprodukter når biografbilletten er hentet. Biografgængereren bruger færrest penge på merkøb i de større provinsbiografer, mens det oftest er i kunstbiograferne, at der bruges flest penge på andet end billetprisen, jf. figur 6.3.

Figur 6.3: Udvikling i biografernes mersalg (Popcorn, cola, vin, mad, mv.), DKK pr. biografgænger



Note: Tabellen viser udviklingen i biografernes mersalg (det samlede salg pr. solgt biografbillet, ex. moms, som ikke stammer fra entréindtægter).

Kilde: Danmarks Statistik

7. Opsummering og konklusion

Analysen af biografernes økonomi i perioden 2012 – 2016 viser to overordnede tendenser for branchen:

- **Det går samlet set godt for de danske biografer**

Den økonomiske udvikling for den samlede biografbranche ser positiv ud. En mindre nedgang i branchens samlede omsætning i årene 2013-2014 afløstes af et 2015, der viste sig som et rekordår for den danske biografbranche. Branchens samlede bruttfortjeneste steg jævnt i perioden, og 2015 gav et samlet årsresultat på over 10% af branchens samlede omsætning.

- **De enkelte biografer skabte vækst med forskellige strategier i perioden**

Målt på både omsætning og billetsalg oplevede de mindre og mellemstore biografer den største økonomiske vækst af alle biografforeningerne i perioden. Sammen med de større provinsbiografer, udgør deres andel 23% af det samlede danske billetsalg i 2016 mod 15% i 2010. De øgede markedsandele er opnået gennem nyetableringer, der primært er finansieret ved at de mindre biografer har optaget gæld, der reducerede deres samlede soliditet fra 47% i 2013 til 38% i 2015.

De større biografer har forbedret deres bundlinje og har forøget egenkapitalopsparingen, så den nu er på niveau med resten af branchen. Til trods for en nedgang i antallet af solgte billetter i de større biografer, har disse biografer formået at skabe et stigende overskud, primært finansieret ved at kunne lade billetpriserne stige hurtigere end resten af branchen.

Det Danske Filminstitut
Gothersgade 55
DK-1123 København K

Att.: Specialkonsulent Palle Dam Leegaard
E-mail: palle@dfi.dk

København, den 28. april 2017

Bidrag vedrørende omfang og udvikling af det ulovlige forbrug af dansk film

Det Danske Filminstitut har bedt RettighedsAlliancen om at levere en redegørelse over data på omfanget og udvikling af det ulovlige forbrug af dansk film online.

Metode og baggrund

I det følgende gennemgås data, som RettighedsAlliancen har indsamlet ved hjælp af registrering af digitale fodspor, som brugerne efterlader på vej til og på de ulovlige tjenester. Monitoreringen er sammensat af flere overvågningsværktøjer, idet der ikke er et værktøj, der kan levere al information og give et fyldestgørende og dermed kvalificeret billede af omfang og tendenser. Det er eksempelvis forskellige værktøjer der bruges til at indsamle data fra forskellige tekniske platforme. Brug via streamingtjenester kan eksempelvis alene måles i trafik til de tjenester, som brugerne anvender, mens det er muligt at måle det faktiske forbrug på BitTorrent-tjenester. Endelig sammenholdes den data, der indsamles, med data fra andre målingsmetoder som eksempelvis spørgeundersøgelser.

RettighedsAlliancen sammenholder forskellige målemetoder blandt andet med henblik på at observere, om der er datasæt, der er signifikant forskellige. Sammenholdelsen af datasæt viser, at der ikke er signifikante udsving i datasæt vedrørende 2015 og 2016. Det validerer således de nedenfor omtalte observationer, som RettighedsAlliancen gør på baggrund af data.

I den vedlagte "RettighedsAlliances Datarapport 2016" findes data, grafik og beskrivelser. I rapporten gives en gennemgang af kvalificerede årsagsforklaringer på de tendenser, datasættene afspejler. De nedenstående observationer er uddybet i datarapporten, hvorfor der henvises dertil for uddybning af kontekst og forståelser.

Hvis der er behov for den underliggende dokumentation (ren data), kan denne rekvireres hos RettighedsAlliancen.

Observationer af data på omfang og forbrugermønstre

Observationer af data viser følgende

- at der i 2016 var flere end 212 mio. besøg fra danske IP-adresser til de blandt danskerne ca. 3.000 mest populære ulovlige hjemmesider, der tilbyder bl.a. film.¹
- at brugernes foretrukne måde at finde ulovligt indhold på primært sker via direkte søgninger². Det betyder, at de besøgende vælger at gå direkte til deres foretrukne ulovlige tjeneste ved at taste tjenestens navn, frem for ved at søge på en filmtitel fx på Googles søgemaskine.
- at, der fra første halvår 2016 til andet halvår 2016 kan observeres et fald i trafik til ulovlige åbne hjemmesider på 16 pct.
- at der i samme periode kan observeres en stigning i trafik på 35,8 pct. til de lukkede netværk (primært DanishBits og Hounddaws), som havde 20 mio. besøg i 2016.³
- at forbruget (antal downloads/delinger) fra danske IP-adresser i 2015 var 17,2 mio. ulovlige kopier på BitTorrent-netværkene mod 11,9 mio. ulovlige kopier i 2016.
- der observeres en stigende interesse blandt danskerne for at anonymisere deres trafik ved at bruge såkaldte VPN-forbindelser.
- data viser, at blokeringer af ulovlige hjemmesider har den effekt, at 76 pct. af trafikken i gennemsnit stoppes (trafik fra danske IP-adresser).
- undersøgelserne viser, at kriminaliteten inden for IP-kriminalitet generelt udvikler sig sådan, at ulovlige platforme, der tilbyder film, tv m.m. i stigende grad bruges som middel til at trække brugere til for dernæst at udføre andre kriminalitetsformer, eks. via malware at tage kontrol over en brugers computer og derefter kræve løsepenge mod adgang til egen data; spamme; udføre kollektive angreb på hjemmesider etc.. Denne form for økonomisk cyber-kriminalitet er i vækst.⁴

Konklusioner om forbrugermønstrene på det ulovlige marked

Baseret på data i kombination med indsigter og observationer, som RettighedsAlliancen gør i arbejdet med at bekæmpe det ulovlige marked, kan der drages en række kvalificerede konklusioner i forhold til udvikling og tendenser på det ulovlige marked. De er følgende:

¹ Data er indsamlet fra åbne hjemmesider, dvs. hjemmesider, som alle danske internetbrugere har adgang til.

² Se vedlagte eksempel, der viser, at 52,5 pct. af trafikken til 123movies.is kommer fra direkte søgninger.

³ Lukkede netværk kræver registrering og en invitation til at deltage. Invitation opnås typisk enten ved at man får den fra en eksisterende bruger, eller at man betaler penge for den.

⁴ <http://www.digitalcitizensalliance.org/cac/alliance/content.aspx?page=digitalbait>

- De ulovlige tjenester optager brugernes tid og trafik. *Den tid danskerne bruger på at være på ulovlige tjenester, bevirker alt andet lige, at de forbruger mindre tid på de lovlige tjenester. Samtidig er det i kraft af den tid, der bruges, også i høj grad på de ulovlige tjenester, brugerne vælger at blive inspireret og se deres næste film. Derudover tilfalder værdien af høje trafiktal, blandt andet i form af annoncer, de ulovlige tjenester.*
- De ulovlige åbne tjenester er globale netværk, og derfor styres algoritmen af et globalt publikum. Det betyder, at danske film er mindre synlige i det ulovlige mediebillede, medmindre der søges specifikt på danske titler. *Det positive ved det er, at danske titler på de åbne netværk bliver kopieret mindre end internationale titler. Men det betyder også, at dansk kultur bliver mindre eksponeret og dermed usynlig for danskere.*
- Stigningen i trafik til de lukkede netværk betyder, at danskerne dér i højere grad eksponeres for dansk indhold. Disse netværk er danske, dvs. drevet af danskere og baseret på et dansk publikum. Det ses at alle danske filmtitler udgives på disse netværk, og at det ofte er her, danske titler udgives ulovligt samtidig med den lovlige digitale release. *De lukkede netværk er de primære ulovlige distributionsplatforme af danske film.*
- De ulovlige tjenester leverer alt indhold gratis, og opnår derved indtægter fra annoncer og data på brugertrafik. Det suppleres af en bred vifte af kriminelle aktiviteter. *Det har den konsekvens, at de ulovlige platforme, på grund af deres markedsdominans, sætter scenen for indholdstjenesters pris, funktionalitet og indhold.*
- Samtidig med, at det kan observeres, at brugerne taster sig direkte ind på de ulovlige hjemmesider, hvilket vidner om, at de ulovlige tjenester har en høj kundeloyalitet, ses også, at søgemaskinerne Google og Bing spiller en central rolle som facilitatorer for *opdagelsen* af nye tjenester, der viser film ulovligt.

Det er på denne baggrund RettighedsAlliancens vurdering, at udfordringerne med de omfattende ulovlige aktiviteter i forbindelse med deling af indhold fortsat udgør en markedsdominerende faktor for forretningsudvikling på internettet.

Vi står til rådighed for uddybning og/eller yderligere information.

Med venlig hilsen

Maria Fredenslund
Direktør, RettighedsAlliancen

M: 21647448

E: maria@rettighedsalliancen.dk

Vedlagt:

RettighedsAlliancens datarapport 2016
Data vedrørende 123movies.is

Danskeres ulovlige forbrug er enormt, men vi ser tendenser til fald i omfang

RettighedsAlliancens datarapport - 2016

Gennemgangen af data i denne rapport afspejler effekterne af de aktiviteter, som RettighedsAlliancen udvikler og tester. Rapportens centrale budskaber er, at vi kan se en stor effekt af blokeringer af ulovlige hjemmesider, men at vi endnu er langt fra at have løst udfordringerne med de omfattende ulovlige aktiviteter, vi ser i forbindelse med deling af indhold. Data dokumenterer omfang i trafik til hjemmesider, som ulovligt distribuerer indholdsprodukter, og som er tilgængelige for alle. Trafik til fx lukkede grupper på sociale medier, intranet, og brug af programmer er ikke en del af det datasæt, der ligger bag rapporten her, og denne brug udgør også samtidig en mindre del af det totale ulovlige forbrug af indholdsprodukter.

Det ulovlige forbrug af indholdsprodukter er alt for stort. Flere end 212 mio. besøg fra danskere på ulovlige sider i 2016. Det store ulovlige forbrug er resultatet af en bred befolkning, der ikke synes eller oplever, at det er alvorligt ulovligt at bruge ulovlige produkter på internettet.

Det er igen et resultat af, at det omgivende samfund i dag er ude af stand til at håndhæve loven, eller endda bare oplyse om, hvad der er ulovligt på internettet. De mange brugere kombineret med et internet, der gør det muligt at drive ulovlige tjenester nemt, risikofrit og med stor rækkevidde gør, at digital kriminalitet er i vækst.

RettighedsAlliancen har derfor specialiseret sig i at identificere de dynamikker, der stimulerer det ulovlige marked og netop intervenere og obstruere der, hvor det har mest effekt på ulovlig adfærd og forretning. RettighedsAlliancen har samtidig specialiseret sig i at udvikle og teste aktiviteter, der stimulerer de dynamikker, der motiverer til lovlig adfærd og til et lovligt marked.

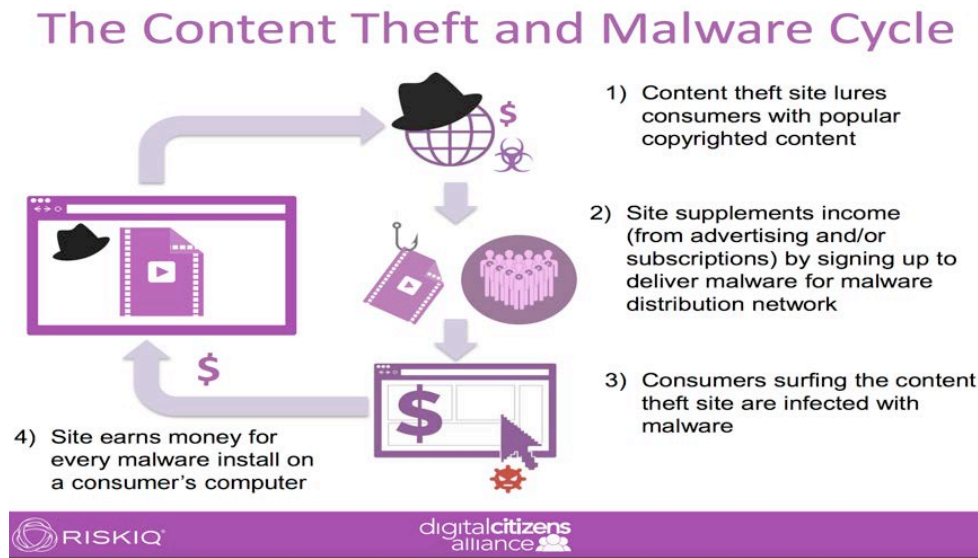
Det blomstrende ulovlige onlinemarked stortrives ved internettets iboende evne til at forstærke og stimulere brugeradfærd. Omfattende brugertrafik følges af enorme pengestrømme. Samspillet mellem disse elementer er en sammensat størrelse, som hele tiden styrkes af internettets selvforstærkende dynamikker. Det er ikke blot én enkelt faktor, vi kan pege på, som er årsag til et ulovligt marked, men derimod synergien mellem flere faktorer, der konstant stimulerer og forstærker tendenserne i det ulovlige marked. Det er det, vi kalder dynamikker.

Ulovlig brug af indhold er blevet kilden til voksende digital kriminalitet

De kriminelle har erfaret, at de populære indholdsprodukter lokker mange brugere til. En velassorteret, velfungerende, gratis tjeneste er nem, indbringende og så godt som risikofri at drive, og der er voldsomt store beløb at tjene på en stor volume af brugertrafik.

Samtidig ser vi andre kriminalitetsformer dukke op i sammenhæng med IP-kriminalitet. Ulovlige indholdsprodukter bliver i dag brugt som trækplaster til at tiltrække brugere til platforme, for der at inficere brugerens enhed med malware. Malware kan bruges til at stjæle personlige oplysninger, billeder, kortoplysninger

osv. fra brugerens computer eller til at overtage en brugers profil med henblik på at sende spammails eller kræve løsepenge.



Kilde: Digital Citizens Alliance and RISK IQ: DIGITAL BAIT (2015).

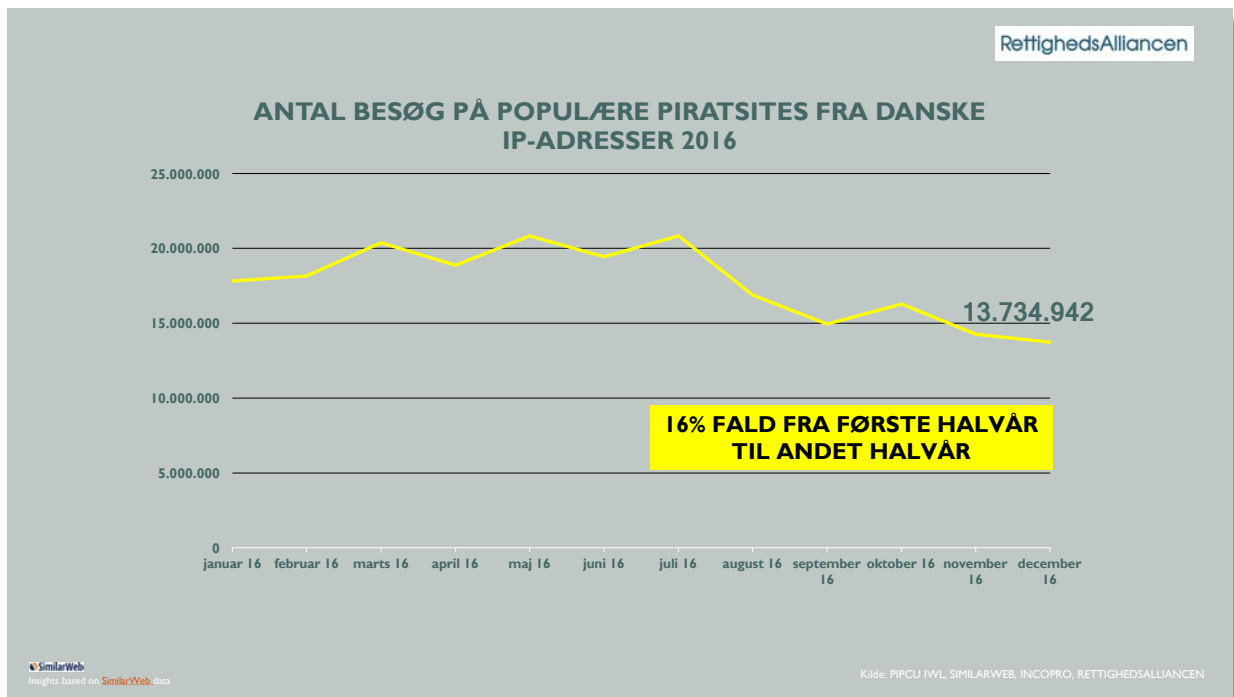
IP-kriminalitet er en udfordring, der kun kan håndteres ved at involvere en bredere gruppe af interessenter med den fælles målsætning at dæmme op for de kriminelles aktiviteter. For at det skal lykkes at bekæmpe online-kriminalitet mere effektivt, er det vigtigt med en højere politisk prioritering af, at de kriminelle møder et politi, der kan håndhæve, at mellemmandene skal tage ansvar, og at brugerne synes, det er alvorligt ulovligt at stjæle på nettet.

Nedgang i trafik til de åbne ulovlige sites i 2016

Data viser, at der fra første halvår til andet halvår i 2016 er sket et fald på 16 pct. i trafik fra danske IP-adresser til ulovlige åbne piratsites. I det følgende har vi uddybet forskellige årsagsforklaringer, der beskriver, hvor trafikken er flyttet hen. De er baseret på den præmis, at danskernes indholdsforbrug generelt set er i vækst, og der er den positive tendens, at vi ser vækst på trafik til lovlige tjenester, men også at vi samtidig ser vækst i trafik til lukkede ulovlige platforme og en stigende interesse for at bruge de såkaldte VPN-tjenester.

Danskerne har samlet set besøgt de ulovlige sites 212 mio. gange i løbet af 2016.¹ Tallet omfatter trafik til alle typer af ulovlige sites, det vil sige sites, hvor der kan streames fra, downloades torrent-filer, findes magnet-links på, og som giver adgang til cyberlockers.

Grafik 1.1



De ulovlige sites, som RettighedsAlliancen indsamler data fra, består af et udvalg af godt 3.000 ulovlige sites, der er tilgængelige for alle. Nye ulovlige sites bliver løbende tilføjet dataindsamlingen. Opdagelsen af ulovlige sites er crowdsourcet. De er indsamlet fra det engelske politi PIPCU's Infringing Websites List, fra MPA (Motion Pictures Association), fra IFPI HQ (musikselskabernes internationale brancheorganisation) og fra RettighedsAlliancens egne opdagelser, fordelt på de brancher, vi repræsenterer.

På alle tjenesterne kan vi måle på antal besøg, dvs. trafik til de enkelte sites, mens man på BitTorrent-platformene kan måle det faktiske forbrug af produkter, dvs. antal delinger og brug af fx en film. Besøgstal ligger altid højere end det reelle forbrugstal, fordi det ikke er alle besøg til et ulovligt site, der ender i et forbrug af indhold.

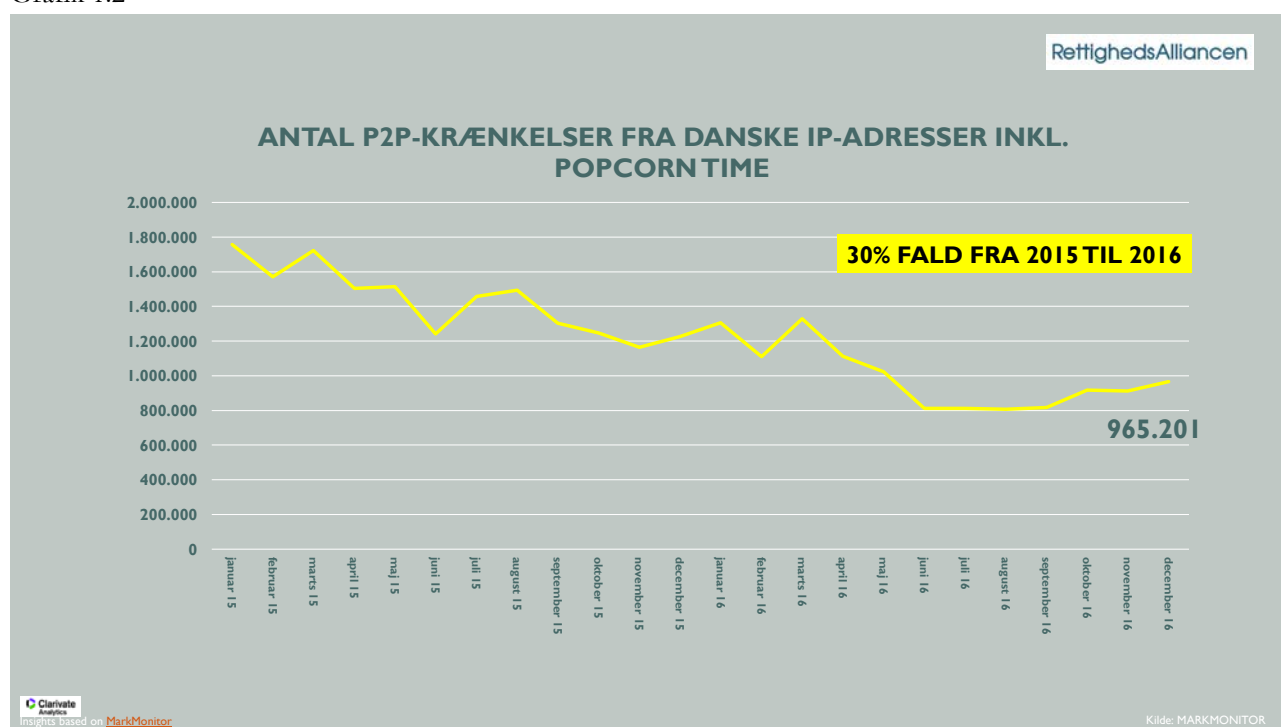
¹ Danske IP-adresser. Data omfatter ikke danskernes brug af VPN-tjenester. Data vedrører trafik til åbne netværk, det vil sige hjemmesider, som alle har adgang til at bruge.

Det, som målingen af besøgstal giver en idé om, er, hvor megen aktivitet, der er på en enkelt eller alle de ulovlige tjenester, og dermed hvor meget tid, danskerne bruger dér. Det er derfor en størrelse, RettighedsAlliancen kan måle på og sammenligne med tidligere perioder og andre typer af websites, fx lovlige tjenester.

Ulovlige tjenester er lige så afhængige af en høj trafik, som de lovlige tjenester er, og de har derfor gavn og glæde af en høj brandværdi: navn, omdømme, et stort udvalg, brugervenlighed m.m.

Hvad angår ulovlige delinger af indhold via BitTorrent, viser data ligeledes et fald. I 2015 delte danskerne 17,2 mio. ulovlige kopier på P2P-netværkene mod 11,9 mio. ulovlige kopier i 2016. Dette er et fald på 30 pct., og det omfatter de ulovlige aktiviteter, der sker via Popcorn Time-tjenesten fra danske IP-adresser.

Grafik 1.2



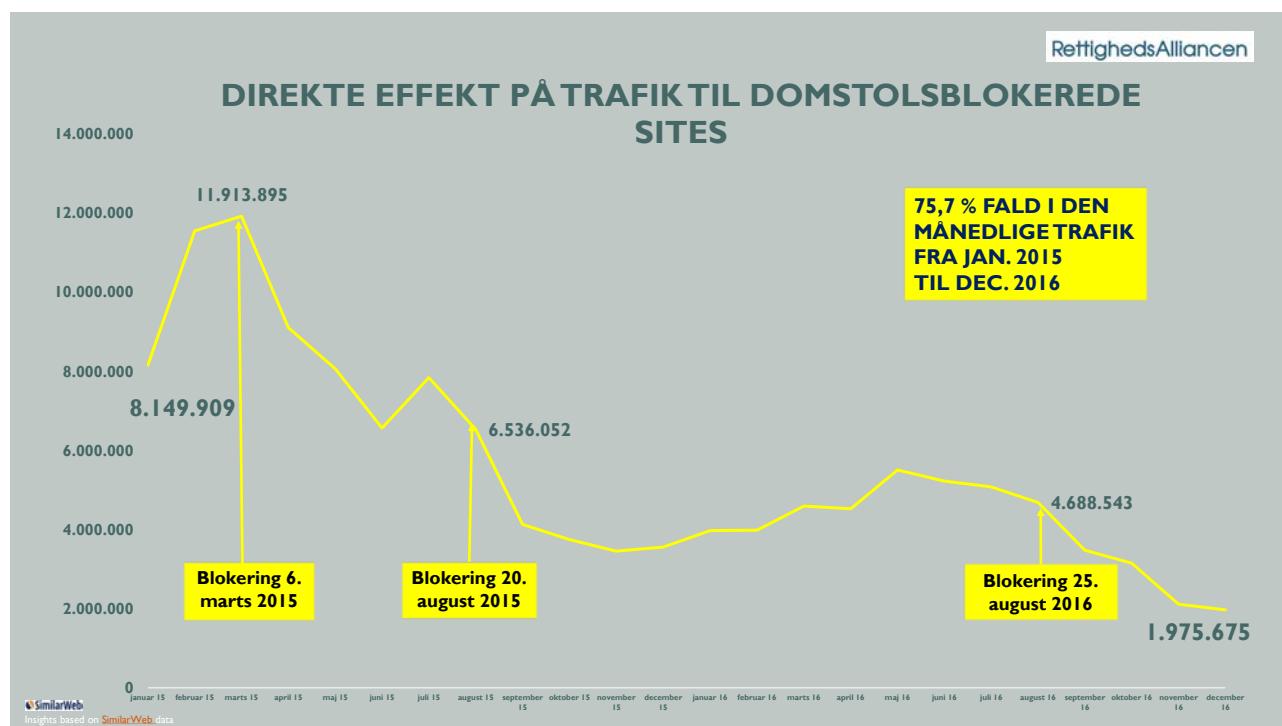
Kilde: MarkMonitor

Blokeringerne bremser effektivt brugertrafik

Vi kan se, at blokeringer af ulovlige sites er et meget effektivt værktøj til at bremse trafik til ulovlige sites. Grafik 2. viser et fald i den månedlige trafik på 75,7 pct. fra starten af vores monitorering i januar 2015 til december 2016.

Årsagen til den fortsatte aktivitet på de blokerede sites er, at der er ”huller” i DNS-blokeringerne. For det første er det ikke alle DNS-registre, der er omfattet af det samarbejde, som RettighedsAlliancen har med teleselskaberne. Der er få mindre bredbånds-/teleudbydere, som ikke agerer på en blokeringskendelse fra domstolene. Det samme gælder for mange af de ’sikre forbindelser’, som virksomheder og institutioner benytter sig af. Endelig har markedsdominerende tjenester som fx Google også deres eget DNS-register, og de implementerer heller ikke dommene i deres DNS-systemer. Det vil derfor være en styrkelse af blokeringsværktøjet, hvis de kom med i samarbejdet. Det er i den forbindelse, at Blacklisten, som netop er en distribution af en liste over ulovlige blokerede sider, kommer til at spille en helt central rolle.

Grafik 2.



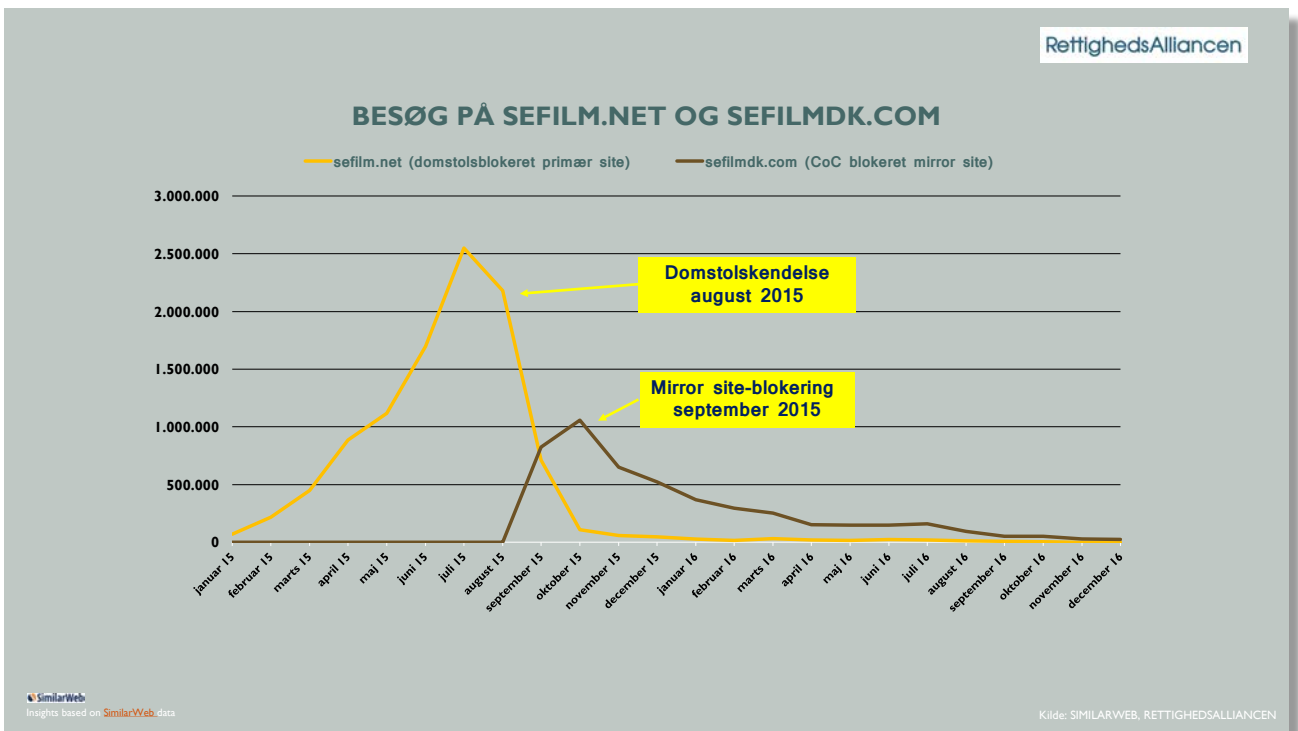
Mirror sites

Ulovlige tjenester er akkurat lige så afhængige af et stærkt brand, som de lovlige tjenester er. De forsøger alle at blive blandt de mest besøgte, da en meget stor volume af trafik genererer tilsvarende meget store indtægter. Det kan bl.a. være indtægter fra annoncevisninger. En stor brugervolume, selv gratister, er fundamentet i de økonomiske modeller, vi ser på internettet. Det er baggrunden for, at RettighedsAlliancen i lighed med de tilgange, vi ser hos EU og i andre lande, fokuserer på 'Follow the Money'-initiativer og aktiviteter. Kan man stoppe pengestrømmene parallelt med, at man arbejder på at stoppe brugerstrømmen, giver det en synergi, som effektivt gør det mindre attraktivt at drive ulovlig forretning.

Når en ulovlig tjeneste først har opnået popularitet, er det vigtigt for tjenesten, at den fastholder en 'kundeloyalitet', og derfor er det oftest ikke ligegyldigt, hvad tjenesten hedder. For eksempel er The Pirate Bay et kendt brand, og derfor har de aldrig, trods utallige retssager med mere, ændret på selve navnet, men kun på adressen, som tjenesten ligger på (domænet: .se, .com, .io). Tjenester, der ændrer hjemmesiadresser, men hvor der reelt er tale om det samme indhold, kalder man for mirror sites.

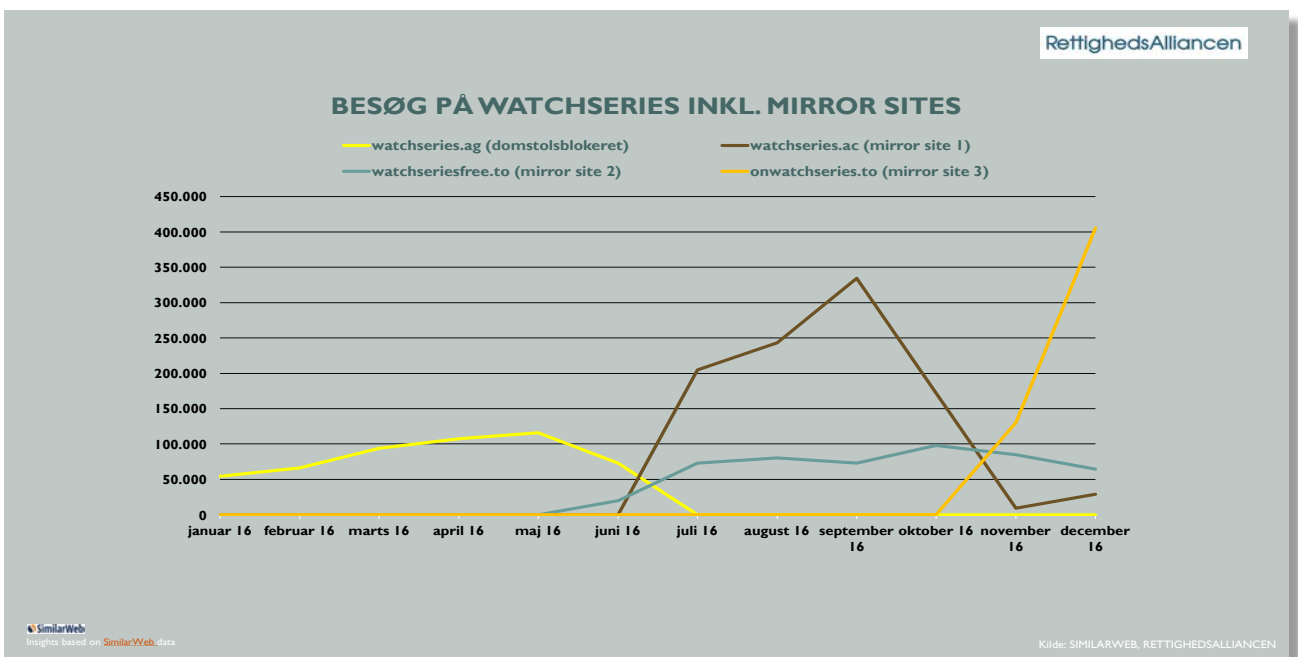
Mirror sites er de ulovlige tjenesters respons på at omgå domstolens afgørelser. Det kan man se af nedenstående grafik 3., hvor tjenesten SEFILM.NET bliver dømt ulovlig og derefter blokeret, for blot at fortsætte på en ny adresse, SEFILMDK.COM.

Grafik 3.



Det er derfor afgørende for at øge blokeringernes effektivitet at kunne blokere for mirror sites hurtigt og effektivt. Det er også afgørende for, at vi kan håndhæve den afgørelse, der er afsagt af domstolene omkring en ulovlig tjeneste. I grafik 4. kan det ses, hvad der sker, når en dom ikke følges op af blokeringer af en tjenestes mirror sites. Efter blokeringen af .ag-domænet flytter tjenesten til nye mirror site-domæner, der alle uhindret af domstolsblokeringen tiltrækker trafik fra danskere.

Grafik 4.



Brugen af og trafik til mirror sites udgør en væsentlig del af forklaringen på, at der er en stor forskel mellem det generelle fald til ulovlige sites på 16 pct. fra første til andet halvår i 2016 og faldet i den månedlige trafik på 75,7 pct. til de blokerede, ulovlige sites.

Hvor flytter trafikken hen?

Lukkede netværk

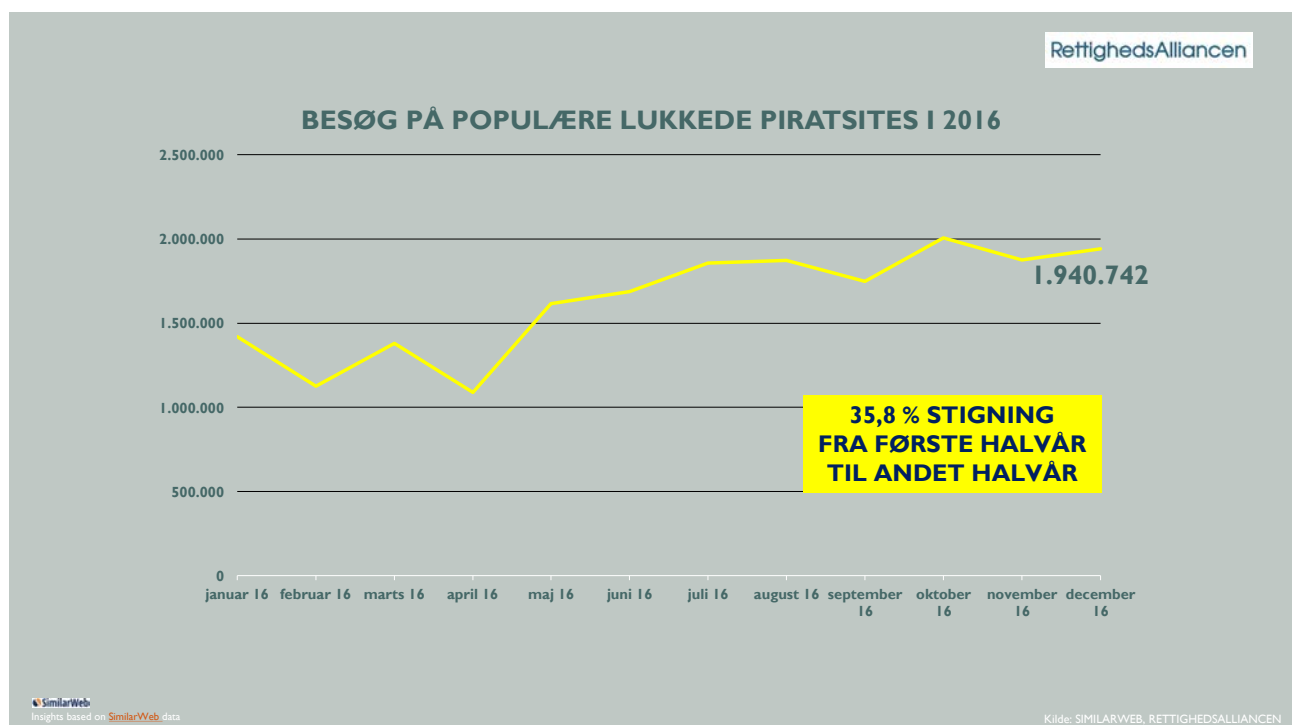
For at følge udviklingen i trafikken til ulovlige sites måler RettighedsAlliancen også på trafikken til lukkede netværk. Lukkede netværk adskiller sig fra de åbne, frit tilgængelige sites, ved at brugerne skal optages eller godkendes til at være en del af netværket. Typisk skal man enten anbefales af en eksisterende bruger, eller også skal man købe sig til en ”adgangsbillet” til netværket. Derudover stilles der krav til, at man deltager i drift af tjenesten, det vil blandt andet sige, at man skal uploade en vis mængde indhold for at få lov til at bruge netværket.

Trafikken til de lukkede netværk er steget med 35,8 pct. fra første til andet halvår i 2016. I hele 2016 besøgte danskerne de populære lukkede netværk 19,6 mio. gange. Se grafik 5.

De lukkede netværk er derfor stadig tjenester, som kun en mindre del af den danske befolkning benytter, som man kan se på det samlede besøgstal på de populære åbne piratsites på 212 mio. RettighedsAlliancen har tidligere lykkedes med at få lukket for lukkede netværk, senest tjenesten NXTGN, som var en veletableret og brandet tjeneste, der ifølge deres egne oplysninger havde ca. 40.000 registrerede brugere.

Det er NXTGN’s plads, som DanishBits og Hounddawgs er i gang med at overtage. Da disse tjenester udgør centrale kilder til spredning af især dansk indhold, er der fokus på at få dem lukket, og de lukkes bedst i samarbejde med politiet, som netop kan gøre noget ved dem, da det er danskere, der står bag.

Grafik 5.

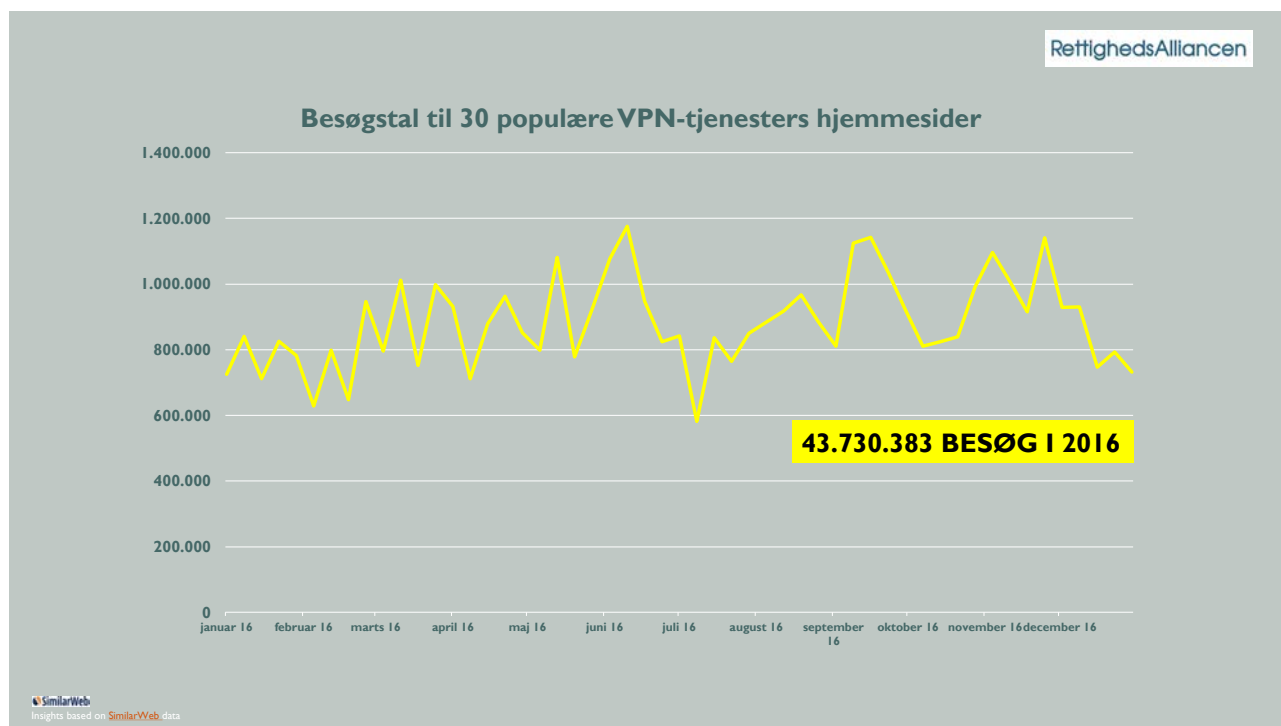


VPN

En årsagsforklaring på, at vi kan måle et markant fald i trafik til piratsites, kan være, at flere danske brugere er begyndt at benytte VPN-tjenester. VPN-tjenester fungerer som en digital tunnel, man som bruger kobler sig på. Tunnellen gør, at man ikke kan spore den reelle IP-adresse, man opererer fra, og i praksis bruges VPN til at anonymisere sig, omgå domstolsblokeringer af hjemmesider og geo-blokeringer af indhold på lovlige tjenester. De ulovlige tjenester har opdateret deres services med VPN-tilbud. Popcorn Time, for eksempel, har det som en del af deres forretningsmodel at tilbyde brugerne at købe en VPN-forbindelse. Når brugerne downloader Popcorn Time-tjenesten i dag, er VPN integreret i programmet, som brugeren let kan købe til, hvis man er bange for at blive 'taget'. På den måde er truslen mod brugerne paradoksalt nok med til at drive forretning for de ulovlige tjenester.

RettighedsAlliancen har indsamlet data på brug af VPN-forbindelser blandt danske internetbrugere. I dag er der indikationer på, at mange brugere har kendskab til de ovennævnte måder at bruge VPN til at få adgang til ulovligt indhold risikofrit, og brugen af VPN-tjenester er blevet et udbredt fænomen.² Af Grafik 6. ses det, at 30 populære VPN-tjenesters hjemmesider havde 43,7 mio. besøg i 2016.

Grafik 6.



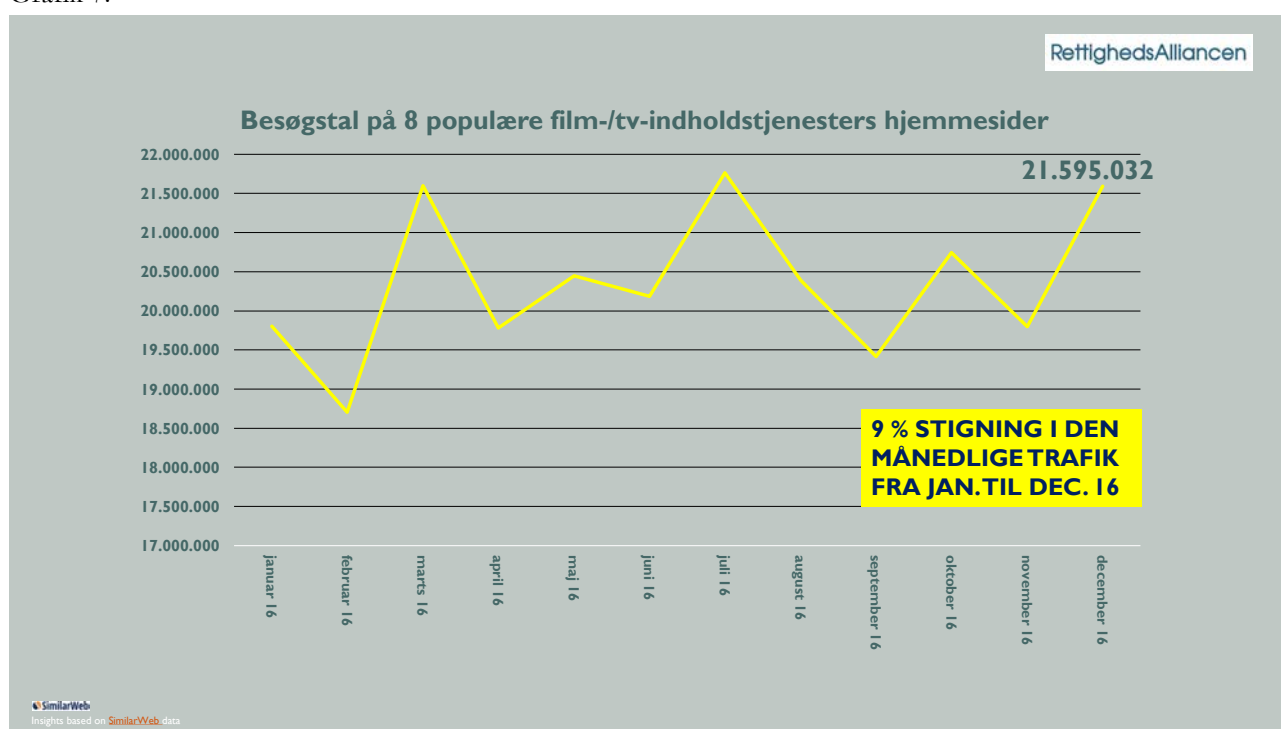
Vi har også benyttet os af GoogleTrends for at afklare VPN-tjenesters udbredelse og popularitet blandt danskerne. GoogleTrends måler på et søgeords popularitet, og søgningen på ordet ”VPN” og navne på konkrete VPN-tjenester viser en stigning på et par hundrede procent.

² Det reelle forbrug af VPN-tjenester foregår ikke via VPN-tjenesternes hjemmesider, men derimod via apps og plugins, der downloades fra hjemmesiderne og installeres på brugerens computer eller tilføjes brugerens browser. Besøgstallet til hjemmesiderne fortæller dog om den eksponering, danske internetbrugere får til VPN-tjenesters potentielle brug til at få adgang til ulovligt indhold. Det giver også indikationer på, hvor mange brugere der vælger at downloade eller tilføje en VPN-tjeneste. En bruger behøver kun at besøge en VPN-tjenestes hjemmeside en enkelt gang for at downloade app eller plugin.

Vækst på lovlige platforme

Til spørgsmålet om, hvor det observerede fald i trafik er flyttet hen, kan vi altså se, at noget af trafikken er flyttet fra de åbne til de lukkede, ulovlige indholdstjenester, og at noget af trafikken er blevet 'usynlig' ved brug af VPN-tjenester og lignende. Disse forhold kan dog ikke stå for det fulde omfang af fald i trafikken. Vi ved, at trafikken er flyttet et andet sted hen, fordi det almene online-forbrug af indhold er i vækst. Vi ved også, at Netflix, HBO Nordic og lignende tjenester er meget udbredte blandt danskere. Dette fremgår af grafik 7., der samler trafikken til 8 lovlige, populære film- og tv-indholdstjenesters hjemmesider. Brugerne tilgår i stort omfang disse tjenester via applikationer og programmer, hvilket data her ikke rummer. Data skal derfor forstås med det væsentlige forbehold, at den samlede trafik til de pågældende tjenester er markant højere end trafikken til hjemmesideadresserne alene. Vækst i trafik til hjemmesiderne alene er en positiv indikator for en noget større generel vækst i trafik til lovlige tjenester, baseret på den antagelse at langt de fleste brugere tilgår tjenesterne via applikationer på deres tv eller mobile enheder.

Grafik 7.



Med andre ord kan vi se, at der sker en migration fra ulovlige til lovlige platforme. Stadig, trods fald, viser vores tal, at det ulovlige forbrug er alt for stort. Vi kan se, at de to lukkede, ulovlige tjenester, omtalt ovenfor, har flere besøg end nogle af de lovlige aktører på det danske marked. Det er et tydeligt billede på et marked, der er helt skævt.

Nye tendenser på det ulovlige marked

Markedet for ulovligt indhold på internettet er i konstant udvikling, hvilket også har en indflydelse på de fald i både trafik til ulovlige åbne piratsites og faldet i ulovlige delinger på BitTorrent-netværkene.

I takt med at flere og flere benytter deres smartphone til at forbruge underholdningsprodukter, skifter forbruget automatisk til de tjenester, som er mest tilgængelige og udbredte på mobile devices. Internetbrugerne er desuden blevet forvante med hurtig adgang til og levering af indhold online. Disse forhold kan være en del af forklaringen på, at P2P-aktiviteten har set et drastisk fald i popularitet over de seneste to år, idet teknologien blev udviklet til at håndtere store filer og ofte er forbundet med en stationær computer.

En anden ny spiller på det ulovlige marked er multimedieafspilleren KODI, som har tiltrukket megen opmærksomhed på det seneste. KODI-afspilleren kan, med uautoriserede tredjeparts-addons installeret, tilbyde dets brugere adgang til uanede mængder af film, musik, tv-shows, spil og bøger, uden at brugeren behøver at besøge et ulovligt site fra en internetbrowser. Den uautoriserede tredjeparts-addon støvsuger links til indhold fra ulovlige sites og præsenterer dem til brugeren i en samlet pakke med søgefunktion og forskellige kategorier. Nogle af de pågældende links henviser til Google Drive, hvor ulovlige sites opbevarer og streamer ulovligt indhold fra. Dette forhold kan også forklare noget af nedgangen i trafik på de åbne, ulovlige sites i 2016.

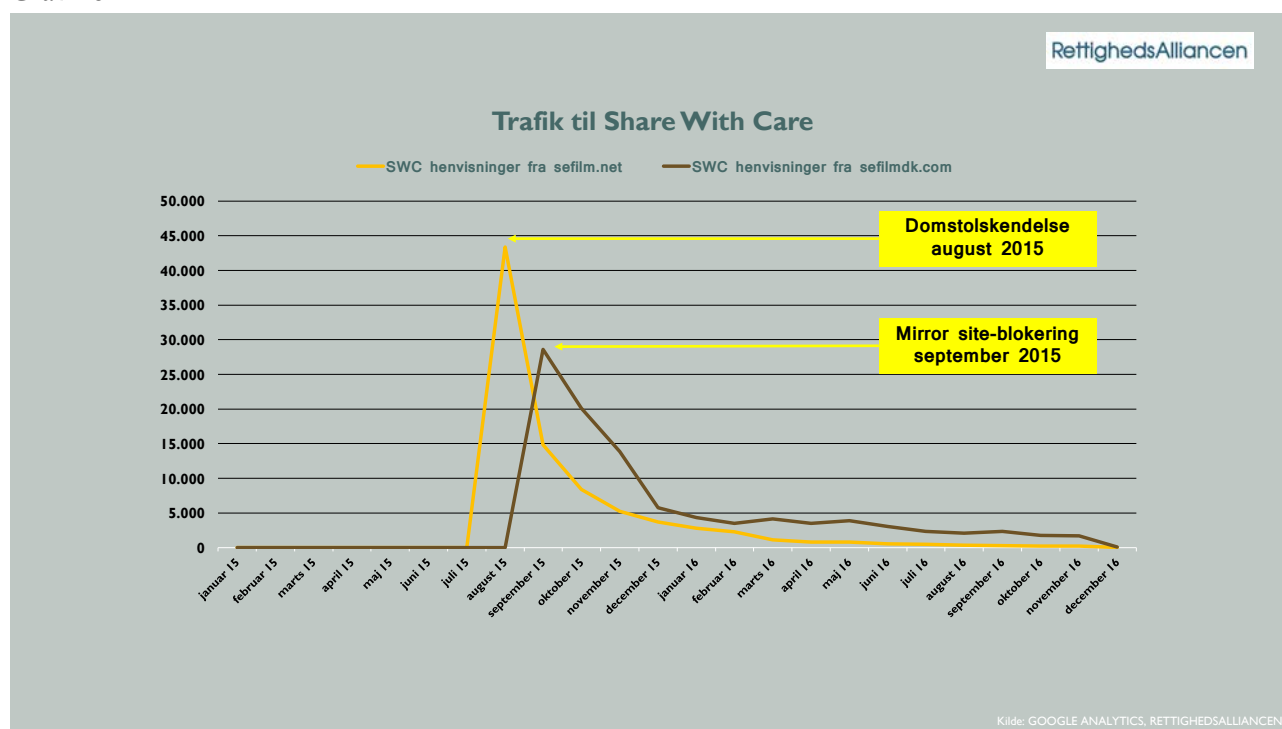
På de sociale medier er der ligeledes opstået nye metoder til at se og høre ulovligt indhold online. På Facebook sker det bl.a. ved livestreaming i lukkede grupper. Denne aktivitet kan vi ikke monitorere på nuværende tidspunkt, hvorfor dette kan være et af de steder, trafikken er forsvundet hen.

Decentrale teknologier såsom livestreaming via private Plex-servere kan ligeledes være et sted, trafikken er flyttet hen, og derfor et fokusområde for yderligere efterforskning.

Share With Care

Share With Care (SWC) er det, som brugerne møder, når de støder på en blokering af en ulovlig indholdsside. Vi kan registrere en konstant stabil trafik på mellem 500 og 2.000 danskere om dagen. Det er en trafik, som peaker, hver gang der implementeres en ny blokeringsrunde, som man kan se af grafik 8. nedenfor.

Grafik 8.



Grafen er et udtræk, der viser trafik til sharewithcare.dk, og det er trafik, der kommer fra en enkelt blokeret tjeneste og dets mirror site.

RettighedsAlliancen har på baggrund af test og data fra besøgstal til ulovlige sites den antagelse, at i bedste fald klikker 6 pct. af brugerne sig videre ind på sharewithcare.dk. Det betyder, at de ca. 70.000 besøg, man kan se i figuren ovenfor, repræsenterer 6 pct. af de danskere, der i samme periode er blevet mødt af blokeringsskiltet. Det betyder igen, at der er et kæmpe uopdyrket potentiale for at flytte langt flere brugere fra ulovlige sites til lovlige tjenester. Vi ved også, at der fra sharewithcare.dk er blevet redigeret trafik til fx Blockbuster, som har registreret platformen som kilde til op til 300 besøg om måneden.

Migrationen fra ulovlig til lovlige kan vi speede op og gøre stærkere, og det er blandt andet det, som Share With Care 2-projektet skal stå for. Her vil RettighedsAlliancen i samarbejde med blandt andet Teleindustrien udvikle en søgemaskine, der skal placeres direkte på blokeringsskiltet. Det vil gøre det muligt for en bruger nemt at finde det indhold, brugeren leder efter, uden at skulle ud i en større tidskrævende jagt på nettet – fordi søgemaskinen gør det muligt at dirigere brugeren direkte hen til de tjenester, der har netop det indhold, som brugeren søger efter.

Værktøj til at beskytte indhold på internettet

Vi har i 2016 testet og udviklet på et nyt værktøj, som gør det muligt at hæmme spredningen af en ny film på ulovlige tjenester med op til 70 pct. Se grafik 9. og 10. Vi kalder indtil videre værktøjet for 360 graders-beskyttelsen. RettighedsAlliancen samarbejder med de førende internationale aktører i branchen for at udvikle produkter til rettighedshavere/medlemmer, der kan monitorere og fjerne ulovligt indhold på nettet effektivt og automatisk. På grund af RettighedsAlliancens gode samarbejdspartnere skræddersys værktøjerne til den enkelte rettighedshaver, samtidig med at vi kan forhandle fordelagtige priser og vilkår.

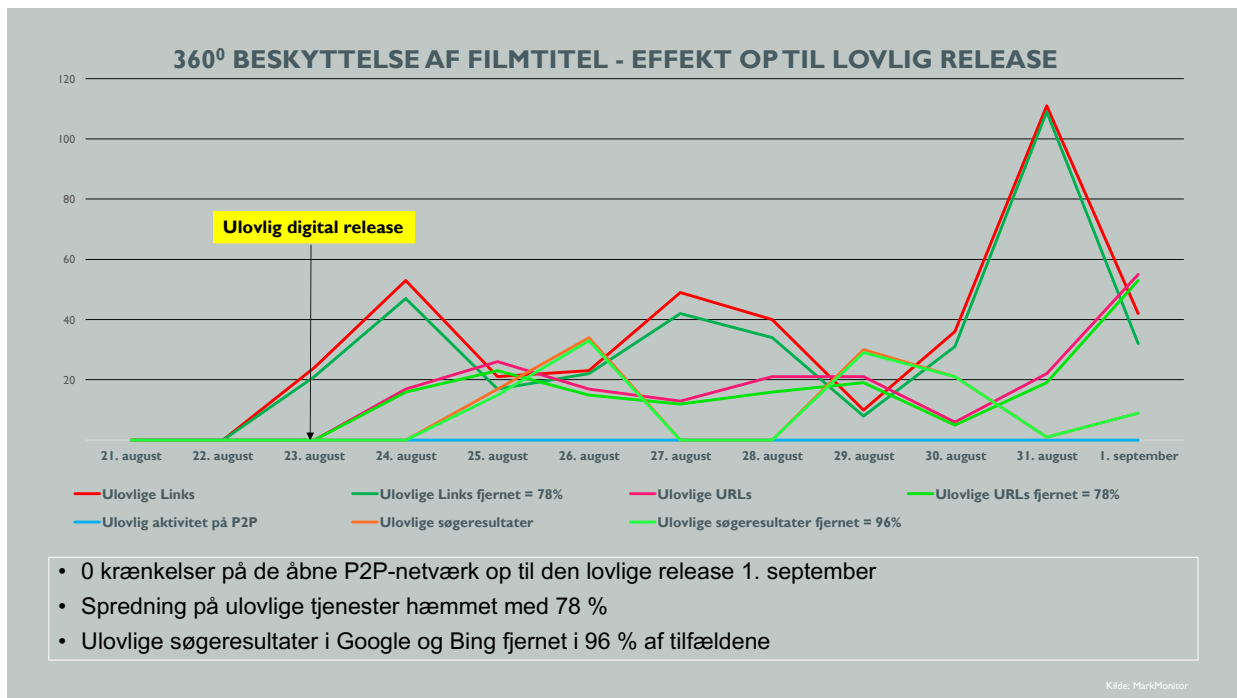
Alt dette gør, at der nu er mulighed for at gøre en effektiv indsats mod ulovlig brug af en titel på internettet, inden produktet udkommer digitalt og fysisk.

Ved at hindre spredningen af ulovlige eksemplarer fra start af, altså inden den lovlige, online-VOD-release, søger vi for, at produktet bliver mindre synlig på de ulovlige tjenester med et tilsvarende lavere ulovlig forbrug.

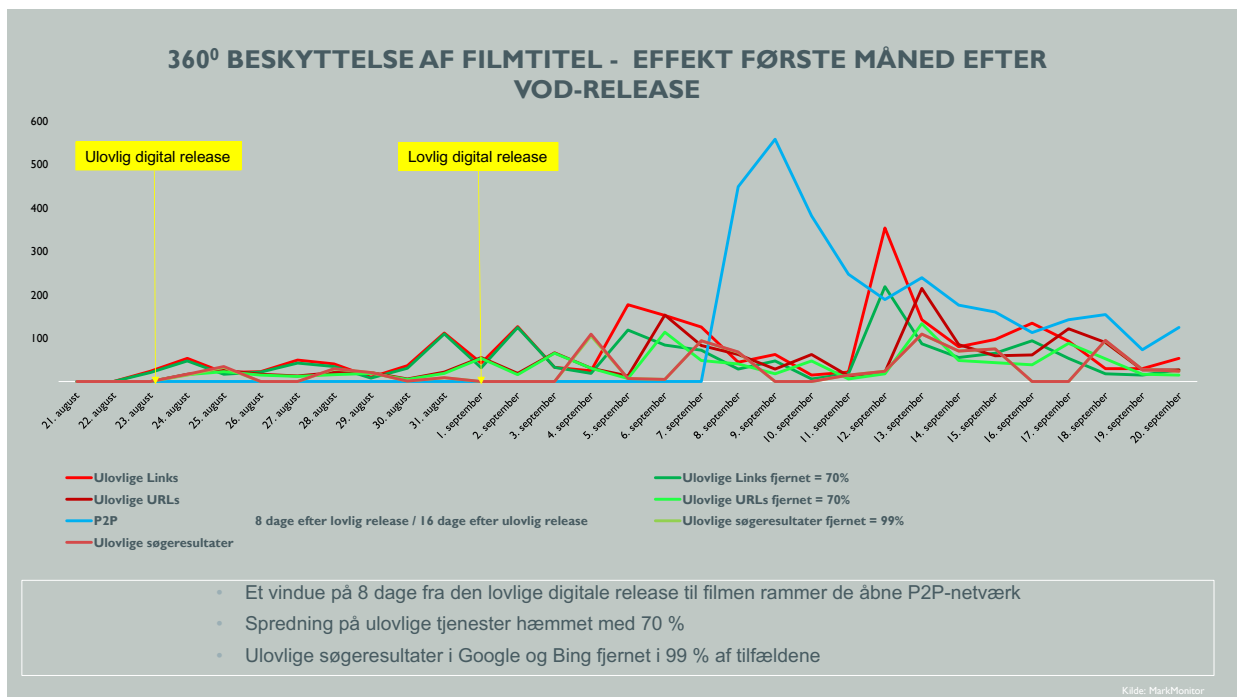
Det lavere ulovlige forbrug skyldes den negative feedback, en af internettes dynamikker, som netop er, at populære aktiviteter selvforstærkes, og upopulære aktiviteter forsvinder. På den måde kan vi holde det ulovlige forbrug nede og sørge for, at det lovlige forbrug får tid til at sælge, mens produktet er populært.

Det kan vi gøre ved at sætte ind med en meget stor beskyttelsesindsats i måneden op til den digitale, lovlige online-release og de to efterfølgende måneder, som erfaringsmæssigt er det tidspunkt, det ulovlige forbrug peaker pga. markedsføring af titlen og tilgængeligheden af en kilde, hvorfra der kan rippes/laves et ulovligt eksemplar.

Grafik 9.



Grafik 10.



København, den 7. marts 2017

/RettighedsAlliancen

