

BLOCKBUSTERSYNDROMET HÆRGER

Nedenstående billede var blot et af flere, der var i spil, da *Elsker dig for evigt* skulle lanceres. Tests, trackings, større markedsføringsbudgetter, flere filmkopier - det er virkeligheden i dagens filmdistribution. Tema: Distribution.

SIDE 10

WWW.KØBENDOKUMENTAR.DK

At kort- og dokumentarfilm skal ses, er alle enige om. Men af hvem? Og hvordan? Områdedirektør for Distribution & Formidling i DFI, Anders Geertsen, skriver om distribution.

SIDE 7

LEARNING BY LAUGHING

Der blev gået til den med fnis, flyttefilm og frømandsdragter, da Anja, Emma, Louise og Sara Simone prøvede kræfter med filmhåndværket i FILM-X. DFI præsenterer en verdensnyhed: Et digitalt filmstudie for børn og unge.

SIDE 24

./|FILM|./

#26

FILM UDGIVES OG DISTRIBUERES AF DET DANSKE FILMINSTITUT / DECEMBER 2002



./FILM./ #26

DECEMBER 2002 / 4. ÅRGANG #26



Forside: *Elsker dig for evigt*
Plakatudkast: Paul Wilson/Yellow 1

UDGIVET AF: Det Danske Filminstitut
REDAKTØRER: Agnete Dorph Stjernfelt
 Susanna Neimann
REDAKTION: Lars Fül-Jensen
 Vicki Synnott
EKSTERN REDAKTION: Kim Foss
 Runle Hammerich
 Loke Havn
 Tue Steen Müller
ART DIRECTORS: Anne Hemp
 Pernille Volder Lund
DESIGN: Koch & Täckman
TYPOGRAFI: Milton (e©) Reg.+Bold
 Cendia (e©)
 Underton (e©)
PAPIR: Munken Lynx 100 gr.
TRYK: Holbæk Center-Tryk A/S
OPLAG: 6.000
ISSN: 1399-2813

BRUG BLADET

FILM modtager meget gerne indlæg og idéer til kommende numre. Skriv til susannan@dfi.dk eller agnetes@dfi.dk

DEADLINE FOR #27 OG #28

FILM#27 udkommer på engelsk i februar 2003 i forbindelse med filmfestivalen i Berlin. Deadline for #28 3. februar 2003.

DET DANSKE FILMINSTITUT

Gothersgade 55, 1123 København K
 Tlf +45 3374 3400

ABONNEMENT

ninac@dfi.dk

INDHOLD

NOTATER OM FILMPOLITIK *interview med Henning Camre* 3

LANG HISTORIE OM KORT & DOK *distribution* 7

BLOCKBUSTERSYNDROMET HÆRGER *filmdistribution* 10

DANSK FILMS SUCCES *fra et lanceringsmæssigt perspektiv* 14

HVOR DRØMMEN BLIVER TIL VIRKELIGHED *Mette Schramm* 16

KUNSTBIOGRAFEN SOM MULTIPLEX *Grand Teatret* 18

TESTS, TAL & TRACKING *lanceringsstøtteordningen* 20

2002 I DE DANSKE BIOGRAFER *status* 22

MEDIA PLUS KURSER *new media* 23

FILM-X *learning by laughing* 24

TØSEBANDEN I STUDIET *ved Kim Skotte* 26

FILM-X *introduktion ved daglig leder Anne Bertram* 28

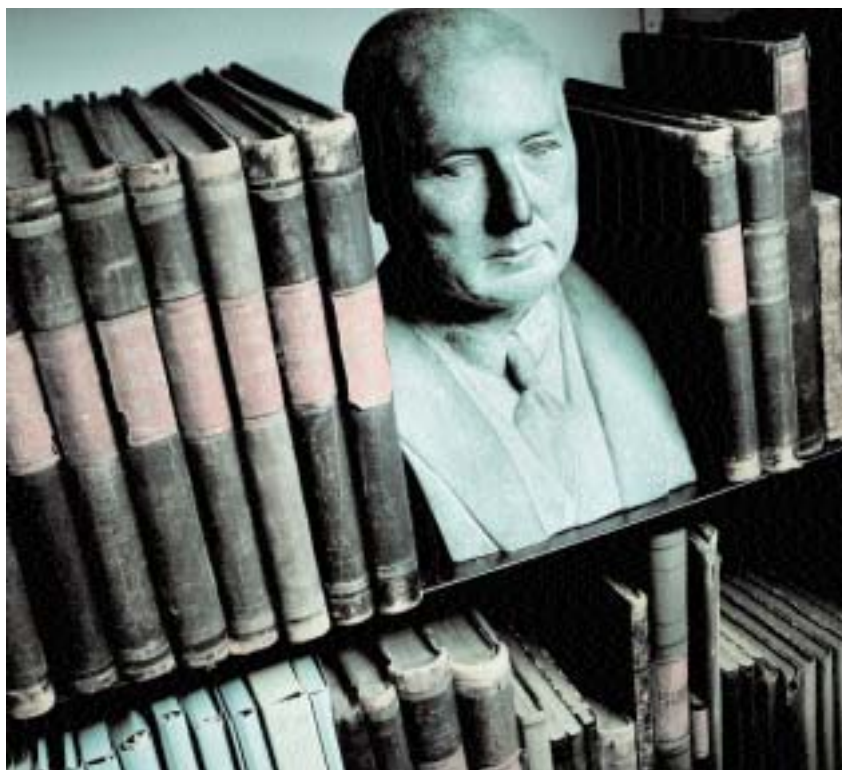
SAGSBEHANDLING OG DEN MODERNE AUTEUR *debat* 30

NYE BØGER *bogomtaler* 31

NYE FILM *i Det Danske Filminstituts distribution* 35

FILM NYT *diverse* 39

DFI-STØTTER 30. maj-25. november 41



DET DANSKE FILMINSTITUTS BIBLIOTEK

BESØG BIBLIOTEKETS NYE WEBSITE WWW.BIBLIOTEK.DFI.DK



FILM-X ER ÅBNET
SE WWW.FILM-X.DK

NOTATER OM

Interview. Henning Camre gør status efter fire år i Filminstituttets direktørstol med kampe og kritik, men succes på de fleste centrale områder. "Gennem slagsmål og dialog har vi kæmpet os frem til flere penge og et nyt stæsted for dansk film," siger Camre, der nu tager hul på den nye handlingsplan 2003-2006.

FILMPOLITIK

AF LISELOTTE MICHELSEN OG MORTEN PILL

En samtale med Henning Camre kan få én til at tænke på instruktøren Claude Chabrols erklærede højeste ønske: "Jeg vil være ubestridelig!" Man fornemmer hurtigt, at man sidder overfor et menneske, der nok ønsker at udøve magt, men i lige så høj grad at argumentere ubestrideligt logisk for sine beslutninger.

Det er 15 år siden, den mandlige part af denne artikels forfattere lavede sit første interview med Camre om hans filmpolitiske visioner. Og det er slående, at han i dag fortæller med præcis den samme glød og gnist og intense pragmatik som dengang; om den situation dansk film står i, nu hvor den fire-årige handlingsplan er ført til ende, og en ny begynder; om hvad der kræves, for at dansk film skal kunne blomstre; og, ikke mindst, om hvad der kræves af Camre selv som det offentlige støttesystems fremmeste forvalter.

På mange kan han angiveligt virke kølig - arrogant, siger nogle. Men et faktum er det, at hans uformindskede engagement med dets særlige blanding af ildhu og fornuft har udfoldet sig til gavn for dansk film gennem tre årtier. Først som Bodilvindende fotograf, dernæst som en særdeles succesrig leder af Den Danske Filmskole. Og endelig som manden, der skabte

samling og målbevidsthed i den danske filmpolitik og sikrede dansk film et økonomisk løft, kun få kunne drømme om.

VERDEN SKAL LAVES OM

Ambitioner har Henning Camre aldrig manglet. Lige siden han blev filmskolerektor, har det - som han selv udtrykker det - ligget i hans langsigtede tankegang at lave verden om. Hverken mere eller mindre. Forandringer har fulgt i hans fodspor, og det har givet ham succes hos nogle og gjort ham upopulær hos andre.

"Hvis man vil lave noget om, har man et afmålt stykke tid til at få det til at fungere," siger han. "Da jeg tiltrådte som direktør for DFI skulle jeg sammenlægge tre institutioner - Filminstituttet, Statens Filmcentral og Filmmuseet - som havde hver deres ideer og baggrund. En hel masse mennesker skulle flyttes rundt, kulturmønstre skulle brydes - og der er jo altid modstand mod forandringer. Som leder har jeg også lært, at man i sin iver efter at omlægge ting ikke skal glemme at se sig over skulderen og forsikre sig, om tropperne nu er med," tilføjer Camre med et ulvesmil, som ikke er uden selvironi.

"I dag synes jeg, at arbejdsklimaet overordnet set er fint. Det har jo aldrig været tanken, at nogen skulle bøde for en sammenlægning. Men vi kan jo ikke lyve os bort fra, at

omlægningen har betydet en stor udskiftning i personale. Det skyldes primært, at der med det nye institut fulgte nye opgaver, som krævede personer med andre kvalifikationer, end der havde været brug for tidligere.”

Allerede på Filmskolen opfordrede Camre eleverne til ikke blot at gå ud og få et job – det kan enhver jo, som han siger – men til at gå ud og lave verden om. Camre overtog i 1975 en filmskole, der i flere år havde fungeret som en slags udvidet kursusvirksomhed og fik frie hænder til at genopbygge skolen fra grunden. Han inviterede gæstelærere fra hele verden, ansatte et karismatisk akademisk fliphovede ved navn Mogens Rukov som manuskriptlærer, forhøjede kravene til eleverne og gav sig selv en margin for at lave fejltagelser bare de var interessante fejltagelser. Og mens han i stille stunder spekulerede på, om det nogensinde ville lykkes for hans elever at komme ud og lave dansk films verden om, arbejdede han videre på skolen med Mogens Rukov som en tæt tilknyttet sparringspartner og inspirator.

SLAGSMÅL OG DIALOG

I dag er det klart for enhver, at Camres indsats på Filmskolen var en stor succes. Men hvad tænker Henning Camre, når han sender det indre blik tilbage gennem de fire forgangne år? Valgte han rigtigt ved at sige sin stilling op som rektor for den britiske National Film & Television School og blive leder af DFI? Har det været det hele værd?

”Det var en svær beslutning at sige ja til dette job. Jeg havde på det tidspunkt ikke planer om at flytte tilbage til Danmark. Men der var to meget interessante aspekter ved jobbet. For det første gav ideen om et samlet filminstitut og en samlet filmpolitik en reel mulighed for at skabe et kvalitetsmæssigt løft på alle niveauer. For det andet så det ud som om, at alt det, jeg havde arbejdet for i min tid på Den Danske Filmskole, var begyndt at bære frugt – vi havde tydeligvis uddannet nogle rigtig dygtige folk – og så var det naturligt at tage fat i den anden ende og få tingene til at køre dér. Men inden jeg sagde ja, betingede jeg mig, at Bekendtgørelsen i Filmloven skulle laves om, og jeg sikrede mig, at bestyrelsen forstod, hvad der skulle ske.

Da jeg trådte til, var tålmodigheden i miljøet ved at være opbrugt, både internt og eksternt, på grund af kævl og ballade, og politikerne var i tvivl om, hvorvidt det var en rigtig beslutning med sammenlægningen. Så for mig var det nu eller aldrig. Min slagplan var at gribe chancen, og så skrev bestyrelsesformanden Ib Bondebjerg og jeg handlingsplanen, som blev helt afgørende. Folk troede, vi var vanvittige med de talstørrelser – men lad os se det i øjnene: Ingen ville have taget os alvorligt, hvis vi var kommet og havde bedt om 25 millioner i stedet for de 450 millioner over fire år, vi sigtede efter.

Men for at svare på Jeres spørgsmål: ja, jeg synes, det har været det værd. Vi har nået ret meget. Vi har samlet huset og de forskellige filmmiljøer og fået en fornuftig dialog mellem de centrale parter baseret på samarbejde og forståelse. I forbindelse med de politiske forhandlinger har det været altafgørende, at de centrale organisationer i filmmiljøet har stået sammen om samme synspunkter. Gennem slagsmål og dialog har vi kæmpet os frem til flere penge og et nyt ståsted.”

KVALITET OG VOLUMEN

”Hvordan højner man niveauet i dansk film som helhed? Min filosofi er, at det handler om et samspil mellem kvalitet og volumen. Da finanslovsforhandlingerne begyndte, var der synspunkter, der gik på, at man skulle satse på et mindre antal film, der til gengæld skulle være fremragende. Men det er en fejl. For det første er det vigtigt at gøre dansk film til et attraktivt sted for de kreative kræfter. De skal holdes i gang, ellers får de stærkeste tilbud andre steder fra og forsvinder.

Og for det andet vil markedsandelen for dansk film – som er imponerende god i øjeblikket – falde markant, hvis der er

færre danske film, simpelthen fordi der så er færre alternativer at vælge imellem for publikum. Kvalitet er uløseligt forbundet med volumen, og det har vores politiske forhandlingspartnere heldigvis forstået.

Under forhandlingerne om den nye filmaftale har dansk films succes været et af Filminstitutets stærke kort.

Det virker jo mere overbevisende at sige: Se hvor godt det går! Vi må have flere penge, så det kan fortsætte og blive endnu bedre, end at stå og sige: Det går rigtig skidt, men hvis vi får en masse penge, skal det nok blive godt. Og hvad skyldes det så, at dansk film i den grad gør sig gældende både herhjemme og internationalt? Udover at de er gode, tror jeg, det er fordi, de har en identitet. Det er karakteristisk ved filmene, at personlige tanker og forestillinger og universelle problemstillinger bliver belyst gennem talenter, der tydeligvis har rødder et sted. Denne fornemmelse af et utvetydigt tilhørssted bliver straks mindre klar, hvis filmene er engelsksprogede.”

NEDSKÆRINGER OG TALENTUDVIKLING PÅ NO BUDGET

Men trods mange gode argumenter har sparekniven alligevel ramt DFI. Der skal i den kommende periode spares 25 mio. i tilskud og 11 mio. i drift. Kun spillefilmene vil få samme støtte som i forrige periode – ”for politikerne ved jo, at ellers bliver der skrevet om det i aviserne,” bemærker Camre med slet skjult sarkasme. Hvad angår driften, bliver noget hentet ind ved, at Århus-afdelingen lukkes, mens resten af beløbet skal spares i Institutets kerneområder – Cinemateket, Filmarkivet, formidling og festivalarbejdet. ”Vi har mere end opfyldt de krav, som lå i det gamle forlig, og det synes vi burde være belønnet. Men som det er nu, skal der spares. På tilskudsområdet er der områder, der kan blive ramt.”

Men der bliver alligevel plads til nye tiltag i den kommende periode. Et af dem er talentudviklingen finansieret af en no budget/lowbudgetfond, som får et beløb på 26 mio. at gøre godt med – 18 mio. fra DFI og 8 mio. fra tv. Den nye talentudviklingspulje skal baseres på en samarbejdsaftale mellem tv-stationerne og filminstituttet.

”Det skal være arnestedet for morgendagens talent. Jeg forestiller mig teams af debuterende, men allerede manifesterede talenter f. eks. nyuddannede fra Filmskolen – eventuelt associeret med en erfaren producent. Det sker ofte, at der går 5-6 år, fra folk er færdige på Filmskolen, til de kommer rigtig i gang, og talentudviklingsfonden skal være en mulighed for, at kreative kræfter som dem kan komme i gang hurtigere. I modsætning til de almindelige støtteordninger skal ordningen være person-orienteret fremfor projekt-orienteret – det afgørende skal være, om personerne er et sted i deres udvikling, hvor dette er interessant. Det handler mere om talentudvikling, end om hvorvidt det endelige produkt kan komme i biografdistribution eller ej.

Det er vigtigt at holde omkostningerne nede, således at så mange som muligt kan nyde godt af ordningen. Det er ikke her, der skal tjenes penge. Der skal være nogle rimelige lønninger, men som udgangspunkt er ideen at tænke menneskelige ressourcer og en fælles interesse i miljøet. Hvis man synes lønningerne er for lave, så kan man jo sige nej til at være med – vi lever i et frit land. Det er vigtigt, at ordningen ikke bliver et vedhæng til konsulentssystemet – og derfor skal lederen heller ikke være konsulent, men en kunstnerisk leder, en inspirator.”

I handlingsplanen fra i sommer foreslog man en vældig stigning – fra 3 mio. i forrige periode til 25 mio i den kommende periode – i støtten til multimedieproduktioner. Men det nåede aldrig at komme på bordet under forhandlingerne.

Og det er et stort problem, kommenterer Camre. ”Teknologien tæsker af sted, men er der nogen, der ser på indholdet? Hvis ikke man interesserer sig for indholdet, giver det ingen mening. Vores tanker er bl.a. at støtte spilproduktion, så

vi kan få nogle spil, der tager udgangspunkt i danske værdier. Vi kører et forsøg gennem filmværkstedet, men der er brug for lovgivning på området, vi kan jo ikke bare lave vores egne støtteordninger. Når der er faldet lidt ro på alting, tager vi sagen op igen. Man skal jo ikke tage et nej for et nej,” tilføjer Camre og viser igen ulvesmilet.

STØTTEPOLITIK OG SAGSBEHANDLING

I de sidste par år har danske film for alvor trukket publikum. Men man skal kun tilbage til midten af 1990erne for at finde stribevis af fiaskoer og en resignerende holdning på Film-instituttet. ”Fiasko” var et uartigt ord på det gamle Filminstitut. En film blev ikke betragtet som en fiasko, selv om kun meget få så den, og den fik lunkne anmeldelser. Camres Filminstitut har forsøgt at ændre den mentalitet. ”Den gammeldags auteur-holdning om, at det er irrelevant, om en film tiltrækker et publikum, er på retur. Den yngre generation af filmfolk er interesseret i at komme igennem overfor et forholdsvis stort publikum. Personligt synes jeg, det er latterligt at vælge et massekommunikationsmedie som film, hvis man er ligeglad med tilskuerne. Selvfølgelig vil det jævnligt ske, at en film sælger meget få billetter, og den slags fejltagelser er meget vigtige at lave, for det betyder, at man har taget chancer og eksperimenteret. Vores system er intelligent nok til at se, når der er noget nyt på færde, og det er rummeligt nok til, at vi kan tillade os fejltagelser. Men vi skal undgå de indlysende fejltagelser og ikke lade en halvtræt instruktør lave endnu en film, ingen vil se. Det er ikke en menneskeret at lave film for statens penge. Der findes en holdning om, at de penge, som ligger i finansloven, tilhører miljøet, og DFI bare er en forsinkende faktor. Og nogle gange er der blevet klaget over for lange sagsbehandlinger. Men det er ofte i forbindelse med ansættelsen af en ny filmkonsulent. Så kommer der gerne en trillebør med manuser ind ad døren – også projekter, som har været herinde før. Og da konsulenterne er samvittighedsfulde mennesker, vil de gerne læse og bedømme det hele selv. Der er så også eksempler på, at konsulenter har haft svært ved at sige nej, og i de tilfælde er det selvfølgelig bedre at fyre det af end at trække det ud – så folk kan komme videre. Men hvis projektet er i orden fra starten, kan det gå hurtigt. Hvilke andre steder kan du gå hen og få 10 mio. kr. efter at have talt med kun to personer? En konsulent og en producer – det er det hele. Og selv om det efterfølgende skal godkendes af områdedirektøren og direktionen, så er det noget pjat at påstå, at det er bureaukrati. På 60/40 ordningen er der løbende sagsbehandling, og normalt er ekspeditionstiden 4 uger. Det kan næsten ikke gå hurtigere.”

UDVIKLINGSTØTTEN

Udviklingsstøtten er en af Filminstituttetts mest populære støtteordninger, siger Camre.

”Baggrunden for udviklingsstøtten er, at vores producenter, der jo ikke er særlig pengestærke, simpelthen ikke har råd til at investere i udviklingen af et projekt, som ikke med sikkerhed bliver produceret. Så tankegangen er, at vi går ind og tager den risiko for at sikre, at filmene er optimalt udviklede, inden de går i produktion. For vi ved herhjemme fra og også fra udlandet, at hvis filmenes økonomi først er færdigudviklet og kommet på plads, går man bare i gang, uanset om projektets kunstneriske udvikling halter efter. Så kører toget, og nogle tror, man finder ud af at afbøde manglerne undervejs. Men det gør man ikke. Man finder aldrig ud af det undervejs, mens optagelserne er i gang.

Det handler selvfølgelig helt elementært om filmenes kvalitet, men også om, at det er DFIs forpligtelse at minimere risikoen for statens penge. Meningen er, at vi skal sikre, at pengene bliver brugt så godt som overhovedet muligt, og derfor må vi insistere på, at der bliver brugt mere energi og tankevirksomhed i udviklingsfasen, end man ofte har gjort

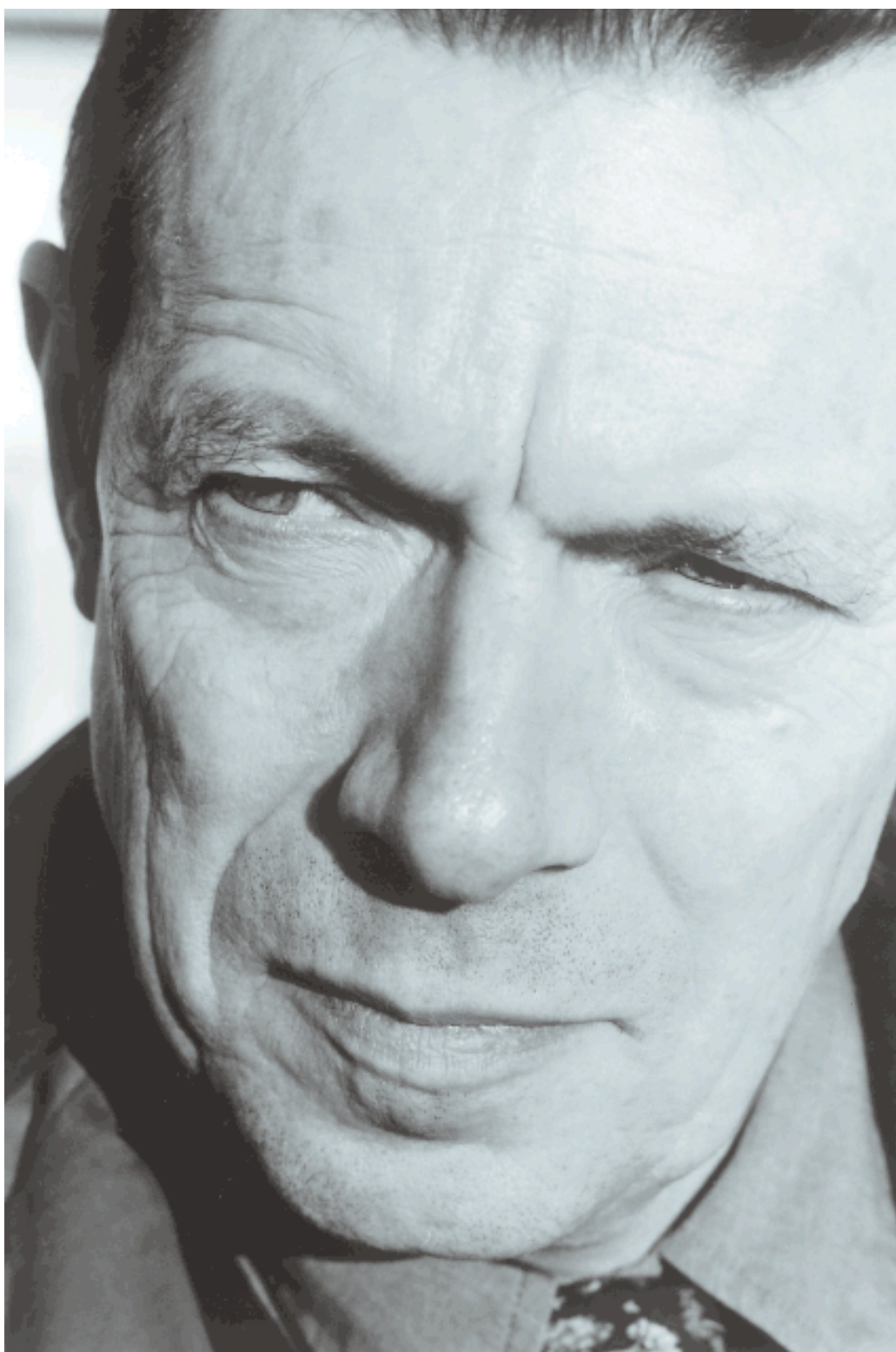


Foto: Polfoto / Jacob Carlsen

før. Nogle har haft den fejlsluttelse, at det var os, der skulle udvikle, men sådan er det ikke. Folk søger om udvikling, og så vurderer udviklingschefen og konsulenten, hvor man skal sætte ind. Der er ikke tale om noget påtvungent. Men det har sikret bedre forberedelse og kortere optagelsestid. I øvrigt også for 60/40-film, f. eks. Regner Grastens succes *Kærlighed ved første blik*, hvis første manuskript blev afvist herinde, men derefter gik en meget radikal og grundig udviklingsproces igennem.”

Camre præciserer, at samarbejdet mellem konsulenten og udviklingschef/producer er vigtigt. ”Skulle der opstå uenighed om en udviklingsstøtte, så vil sagen gå videre til direktionen. Det er nødvendigt med en stopklods. Men det er aldrig sket. Man må huske, at konsulentssystemet ikke kan fungere præcis som tidligere. Nu kommer vores producere ind over. De gennemgår nøje, om alt er i orden omkring filmenes budget-

lægning og finansiering. Og så regner de ud, hvor høj en støtteprocent hvert projekt behøver, og det er derudfra, at konsulenten egenrådigt kan prioritere, hvad han/hun så vil støtte. Det er nødvendigt virkelig at have hånd i hanke med økonomien, for det bliver mere og mere indviklet at finansiere en film. De tider er forbi, hvor et ja fra en konsulent automatisk og med det samme kunne sætte en film i gang.”

DEN NYE 60/40-ORDNING

60/40-støtteordningen er under forvandling. Ikke blot har DFI sat minimumsforventningen til denne type produktion op til 200.000 tilskuere, men man har også fjernet loftet over DFIs indskud. “Vi har haft en diskussion om, hvad vil det sige, at en film må formodes at tiltrække et større publikum? Der er to ting i det. For det første: Det må betyde, at den skal ses af væsentligt flere end den gennemsnitlige konsulentfilm, som bliver anset for at være mere kunstnerisk og dermed mere vanskelig. Men det har vist sig, at der ikke er væsentligt flere, som ser 60/40-film. Den ene konsulentfilm efter den anden knalder tre, fire, ja femhundrede tusinde mennesker i biografen. Så der er ikke nogen signifikant forskel på det punkt. Den anden side af sagen er, at hvis en film formodes at være mere folkelig og kommerciel end den gennemsnitlige konsulentstøttede film, må producenten være rede til at løbe en risiko, der svarer til størrelsen af det publikum, han forventer, der er til filmen. Det er helt urimeligt, at vi har sluppet film igennem, hvor publikumsforventningen var 100.000, for det ligger langt under gennemsnittet på både 60/40 og konsulentfilmene. Når vi sætter publikumsforventningen på minimum 200.000, er det for at skabe en balance. Det kan ikke være meningen, at vi på mere kommercielle film skal udbetale en meget højere støtte end på den gennemsnitlige konsulentfilm, bare fordi producenterne ikke vil løbe nogen risiko. Hvis en producent kommer med et budget på 15-20 mio, må det være, fordi de stoler på, at 400.000 går ind og ser den. Ellers giver det ikke mening. Det er klart, det har været vores ambition, at de bredere folkelige film også skulle have et kvalitetsløft, hvilket jeg iøvrigt mener, de i det store hele har fået. Mange opfatter 60/40 som en slags halvautomatisk konsulentordning, men nej, det står kraftedeme alt sammen i den samme filmlov, og man kan ikke bare se bort fra paragraf 1, fordi der står noget om brede film længere nede. Også 60/40-filmordningen handler om noget, der kan bidrage til dansk filmkunst og kultur. Og derfor er der et kvalitetsbegreb. Vi går ikke ind med konsulentens smag, men vi går ind og vurderer, om manuskriptet har de kvaliteter, der skal til, for at vi tror på, at filmen kan blive vellykket ud fra sine egen præmisser og nå sine mål. Og det kan man godt vurdere uden at skulle tage den personlige smagskritiske stilling, som konsulenterne skal.”

DE RIGE PRODUCENTER

“Men det er ikke fordi vi tror, at producenterne vælter sig i penge. For det gør de jo ikke. På det punkt vil jeg gerne tale producenternes sag. Når det bliver fremhævet i aviserne, at nu har en film tjent en helvedes masse penge, får vi to dage efter en forespørgsel fra folketinget: Hvorfor kan I så ikke betale noget mere tilbage? Men det er jo ikke meningen – det er ikke sådan man skal se på det. Det handler om at se på en virksomheds produktionsløb over en årrække. Hvad har man lavet i de seneste fem-seks år, og hvordan er det gået? Og gudskelov er der indimellem nogle producenter, som tjener penge, for hvordan skulle de ellers kunne lukke hullerne efter de film, der har givet underskud, og investere i nye projekter? Der skal jo være noget til i morgen. Så det er fuldstændigt perspektivløst at rive penge fra dem, som endelig tjener noget. For det er jo forbundne kar. Hvis vi kræver, at producenterne tilbagebetaler flere penge, så beder de om 60% i støtte i stedet for de 43%, som nu er gennemsnittet. Det er vidunderligt, når det går godt for filmene, for det giver producenterne modet til at køre

videre, og der er jo ikke nogen danske producenter, som begynder at køre i Bentleyer eller køber hus ved rivieraen. Så jeg synes ikke, man skal have ondt af, at der er nogle folk, som arbejder hårdt for det og løber en stor risiko og tjener nogle penge – det kan jeg ikke se noget galt i. Men det ville være en god idé, hvis flere producenter slog sig sammen i konsortier og støttede hinanden. Dette med at lave en enkelt film og så ligge stille, indtil man laver én til, det er svært at få til at fungere i længden. Det kunne have hjulpet på producenternes problemer, hvis der var kommet 100 mio fra vækstfonden via Venture-idéen. Men ingen ville jo løbe risikoen. Der findes kapital, men problemet er, at kapitalejerne jo godt kan læse regnskaber! Og de har den ide, at de vil have pengene tilbage, og derfor investerer de ikke i film. Så kort er den.”

FORHANDLINGSMODEL FOR TV-SAMARBEJDET

I skrivende stund forhandles detaljerne i en standardkontrakt mellem tv-stationer og producenterne. “De øremærkede beløb fra tv til spillefilmproduktion ligger fast,” siger Camre. “Så er spørgsmålet, hvordan de penge kommer ind. Der har været en strid om, hvorvidt pengene til spillefilm skulle være ren automatisk visningsafgift, noget som producenterne har kæmpet meget hårdt for. Og det kan jeg godt forstå, for så vil tv-stationer slet ikke optræde i prioriteringen ved tilbagebetaling. Så skal de ikke have andet end visningsret for deres investering. Men det har så mødt stor modstand blandt fra tv-stationer, ikke fordi de forestiller sig, at de kan tjene en hel masse gennem tilbagebetaling, men fordi de føler, at de kommer til at betale nogle kunstigt høje visningsafgifter. Og jeg mener, det kan være farligt at tromle visningsretsmodellen igennem, for det kan samtidig give tv-stationer nogle gode argumenter for at komme ud af samarbejdsaftalen igen. For alle film har jo ikke brug for det samme. Den ene film har brug for 1 mio, en anden har brug for 6. Det handler om, at tv-stationer skal forstå, at hvis vi skal hjælpe producenternes økonomi, så er de nødt til at rykke ned i prioritet ved tilbagebetalingen. Det er jo en glidende skala, og sådan regner jeg med, det vil blive. Så der skal indgås en aftale på vores initiativ med tv på den ene side af bordet og producenterne på den anden side og os for bordenden som mægleren. Hvis man skal lave en aftale, må der være noget i den til begge parter. Og jeg tror, at tv-stationer har set skriften på væggen. Der er en vis enighed på forhånd, og det bliver spændende at se, om de nye faste rammer kan danne grundlag for et nyt positivt samarbejde.”

DEN STORE SAMMENHÆNG

“Jeg ved godt, at begejstringen for de øremærkede beløb til filmproduktion ikke deles af tv-stationer, men nu har vi jo siddet siden 1993 og diskuteret, hvad det betød, når der i de tidligere medieførlige stod, at tv-stationer skulle øge deres engagement i dansk film. Men hvad er så det? I filmmiljøets forståelse er det spillefilm og kort- og dokumentarfilm, og for tv-lederne er det et eller andet, der skal laves i filmbranchen f. eks. tv-serier. Så der kan man aldrig blive enige, selv om vi har brugt meget krudt på det og holdt store møder om det. Derfor er det på høje tid, at man finder en holdbar løsning. Det gælder jo om at få tingene til at hænge sammen, og det gør man blandt andet ved at finde sine roller og arbejde sammen i stedet for at modarbejde hinanden. Det gælder også forholdet mellem filmmiljøet og Filminstutet. Vi har hver vores rolle at spille. Det, der for mig at se gør den danske filmordning unik, er den store sammenhæng fra filmskolen over et støttesystem, som går ind i alle niveauer fra idéudvikling og produktion og videre over i støtte til distribution, lokalbiografer, filmværksteder osv. Det er en fødekæde, som ikke kendes fra andre lande, og den skal vi værne om” ■

LANG HISTORIE OM KORT & DOK



Foto: Kirsten Bille

Kort- og dokumentarfilm skal ses - af hvem? Hvordan?

AF ANDERS GEERTSEN
OMRÅDEDIREKTØR FOR DISTRIBUTION & FORMIDLING, DFI

Indtil for ikke så mange år siden blev kort- og dokumentarfilm udelukkende distribueret gennem udlej-

ning. Statens Filmcentral (SFC) stod gennem flere årtier for denne udlejning, som senere blev videreført af Det Danske Filminstitut (DFI). Et godt sted at starte analysen er derfor at se på antallet af udlejninger de seneste 40 år.

Figur 1 (næste side) viser tydeligt, at der har været en storhedstid på omkring 40 år, hvor antallet af udlejninger steg og steg. Lad os se på, hvad der karakteriserede denne periode frem til slutningen af 80'erne:

For det første var der *ikke nær så stort et udbud af levende billeder* som i dag. Danskerne kunne modtage langt færre tv-stationer, video var endnu ikke blevet en fast bestanddel af hjemmet, og der lå ikke en videoudlejningsbutik på hvert gadehjørne. Det var simpelthen sværere at få fat i film. Udbudet var langt mindre, og det nød Statens Filmcentral godt af, for når skoler, klubber og foreninger skulle bruge film, måtte de nemlig leje dem dér. Og det gav store udlejningstal.

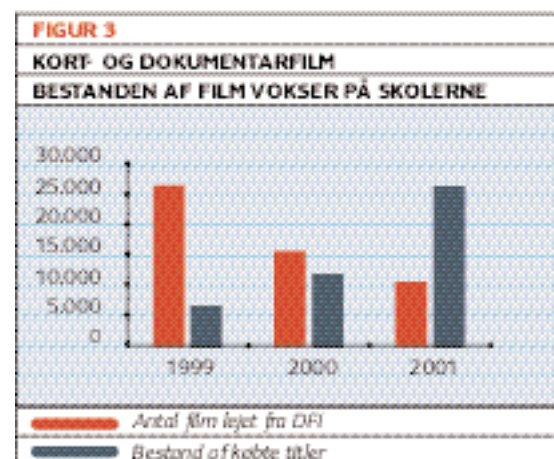
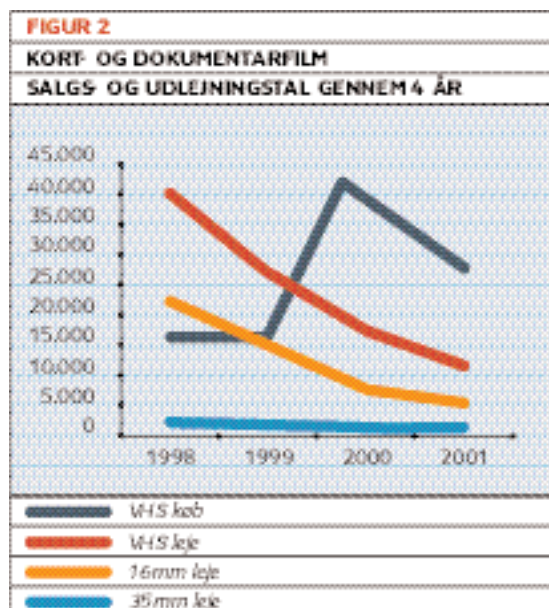
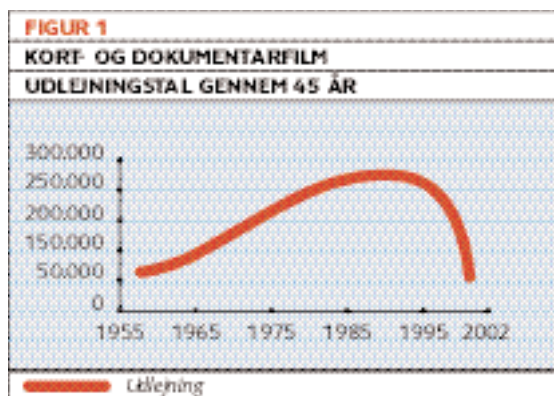
Dertil kom, at der i selve konstruktionen af Statens Filmcentral - helt tilbage fra Dansk Kulturfilm i 30'erne - var indbygget en tæt *sammenhæng mellem udbud og efterspørgsel af film*, dvs. en sammenhæng mellem filmproducenterne og målgrupperne. Producenter og aftagere af kort- og dokumentarfilm 'hang

sammen'. Arbejdernes Oplysningsforbund, Danmarks Naturfredningsforening, Dansk Aftenskoleforening, Dansk Kvindesamfund - og mange flere - var "tilsluttet" Statens Filmcentral, som det hed dengang.

Endelig var der den afgørende forskel, at man i den årrække *ikke kunne kopiere* de film, man lånte hos Statens Filmcentral. Endsige kopiere film fra tv. Derfor blev der heller ikke opbygget decentrale samlinger af film på skolerne, bibliotekerne eller i hjemmene. Teknikken var baseret på 16mm film, og disse film udgik på spoler fra Statens Filmcentral, og blev returneret hertil igen. Hver gang det skete, blev det registreret som en visning og et udlån. Visning af filmene blev således styret fra centralt hold, og man havde derfor et præcist billede af, hvor mange gange de blev udlånt og vist. Det gav nogle høje udlånstal mod slutningen af 80'erne, hvor det årlige udlån fra Statens Filmcentral nærmede sig 300.000.

DECENTRALE SAMLINGER

Samfundsudviklingen og teknikken har siden ændret dette radikalt. Videoafspillere er udbredt til det ganske land, udbudet af film er enormt, og der er blevet opbygget store samlinger af film på VHS og DVD hos private, på biblioteker og på skoler. Det afspejler sig



selvfølgelig også i udlåns- og salgstillene fra Det Danske Filminstitut. Vi har gennem de senere år set, hvordan udlejningen af film er faldet støt. Det gælder både 35mm, 16mm og VHS, og det ses tydeligt af figur 2. I erkendelse af, at interessen for leje af kort- og dokumentarfilm er stærkt på retur, nedlagde DFI denne service fra sommeren 2002.

I takt med at udlejningerne faldt, steg salget af VHS-bånd med en foreløbig kulmination i år 2000, hvor DFI gennemførte en storstilet salgskampagne. Det Danske Filminstitut har med andre ord aktivt arbejdet for at skabe store, lokale filmsamlinger – især på skoler og på biblioteker. Figur 3 og figur 4 viser meget tydeligt, hvordan skoler og biblioteker har købt sig til store filmsamlinger fra Det Danske Filminstitut, og hvordan disse institutioner naturligt nok i samme periode har lejet færre film.

Det er en meget vigtig pointe! For ved at opbygge disse store decentrale samlinger har DFI 'genindført' udlånet af kort- og dokumentarfilm. Men der er nu tale om et decentralt udlån, der finder sted lokalt, fra biblioteker, og dermed tæt på brugeren.

BIBLIOTEKERNES UDLÅN

Det er selvfølgelig fuldstændigt afgørende at vide noget om det decentrale biblioteksudlån. DFI har derfor hen over sommeren gennemført en større undersøgelse af bibliotekernes udlån af DFI-film. Undersøgelsen omfatter udlån i år 2001.

Der er 244 bibliotekskommuner i Danmark. I løbet af sommeren 2002 har DFI sammen med 77 af disse bibliotekskommuner registreret 2001-udlånet af de kort- og dokumentarfilm, som stammer fra Det Danske Filminstitut – bibliotek for bibliotek, og film for film. De 77 biblioteker i undersøgelsen repræsenterer en tredjedel af alle landets biblioteker, men på grund af forskelle i befolkningsunderlag per bibliotek, betjener disse 77 biblioteker præcis halvdelen af Danmarks befolkning. Vi kan derfor med en vis sikkerhed gange udlånstillene fra vores undersøgelse med to og derved opnå overblik over udlånstillene for hele landet i 2001.

Tabell 1 fortæller os, at der står cirka 70.000 kort- og dokumentarfilm fra Filminstituttet på landets biblioteker, og at de blev lånt ud godt 400.000 gange i løbet af 2001. Det giver en cirkulation – dvs. et gennemsnitstal for udlån per videokassette – på cirka 6.

Og en cirkulation på 6 er ikke helt tosset. Det er lavere end bibliotekernes cirkulation for spillefilm, men markant højere end cirkulationen for bøger, som er på 2.

Men tilbage til det andet væsentlige tal, nemlig det samlede udlån på mindst 400.000 i 2001. Dette tal er DFI glad for. For vi kan nu for første gang med sikkerhed fastslå, at det decentrale udlån – alene fra bibliotekerne – i 2001 oversteg den centrale udlån fra Statens Filmcentral i slutningen af 80'erne.

(Der hører dog anstændigvis den modifikation med til historien, at et biblioteksudlån i gennemsnit giver 2,5 seere til en film, mens udlån til skoler og institutioner giver ca. 25 seere per film.)

FOLKESKOLERNE

Folkeskolerne har også opbygget store samlinger af DFIs kort- og dokumentarfilm. Og også her er vi i færd med at undersøge brugen. Men det er en noget anden sag. Vi håber hen ad vejen at kunne automatisere denne registrering. Det er nemlig værd at bruge kræfter på, for der er 2.400 folkeskoler, og vi kan næppe gennemføre interview-undersøgelser med dem alle.

I mangel af bedre redskaber har DFI indtil nu brugt sommeren til udvælge 22 test-skoler, som igennem forskellige perioder af skoleåret registrerer, hvor ofte en lærer tager en film ned fra hylden og viser den for en klasse. Det statistiske grundlag er med andre ord tyndt. De foreløbige tal peger på, at de danske folkeskoler mod slutningen af 2001 havde godt 25.000 af vores kort- og dokumentarfilm stående på hylderne i skolebibliotekerne, og at hver titel gennemsnitligt vises for en klasse 4-5 gange om året. Det giver et "decentralt udlånstal" på godt 100.000, som skal lægges til bibliotekernes decentrale udlån!

TV

Tv låner ikke film ud, de viser dem. Et pænt antal, men langtfra alle årets nye kort- og dokumentarfilm bliver vist på tv, og opnår udmærkede seertal. En gennemgang af kort- og dokumentarfilm fra 2001 peger på, at de samlet blev set af 4 mio. mennesker. Det minder os om, at når disse film bliver vist i tv opnår de seertal, som kan få tallene fra biblioteks- og folkeskolebrug til at blegne. En seer er en seer, men *i skyndingen må man ikke glemme, at godt nok ses filmene af færre i folkeskolens klasselokaler, men til

gængæld ledsages de ofte af debat, de sættes ind i en undervisningssammenhæng, og de ledsages af lærerens og formidlerens begejstring.

BAGOM DE GENERELLE TAL

Gennemsnitstal er nådige. Men inden man falder i svime over et decentralt biblioteksudlån på 400.000, eller store samlinger af vores film i skolerne, er det værd at erindre om, at der bag disse gennemsnitstal skjuler sig meget store forskelle. Problemet er ganske enkelt, at et ikke uvæsentligt antal af årets kort- og dokumentarfilm bliver set af alt for få mennesker. Der er film, som vi kun sælger 20 eller 30 eksemplarer af, og som derefter ligger stille.

Det er ærgerligt, at visse kort- og dokumentarfilm slet ikke når ud til et publikum. Måske tror alle parter, at det er et problem, som Filminstituttet sagtens kan løse, men så enkelt er det ikke. Lad mig skitsere, hvad Filminstituttet kan rent distributionsmæssigt – og dermed også hvad vi ikke kan.

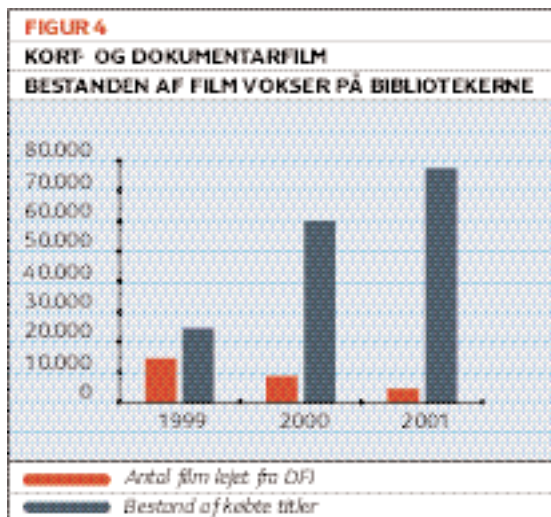
DFI-DISTRIBUTION, HVAD ER DET?

Vi hører ofte, at denne eller hin film skal "i DFI-distribution". For visse film fører det til, at filmen bliver solgt i et meget begrænset oplag til skoler og biblioteker, hvor den måske kun bliver vist meget lidt. Hvis den heller ikke bliver vist i TV, så får den måske et seertal på hundrede mennesker, eller derunder.

Pointen er, at DFI ikke kan opfinde eller gennemtrumfe distribution af film, hvor målgrupper og distributionsveje ikke er tænkt ind fra starten. Når hverken målgrupper eller distributionsveje er tænkt ind fra starten – i et samarbejde mellem producent, instruktør og filmkonsulent – så risikerer filmen at føre et meget stille liv, næsten uden publikum. Det kan ingen være tjent med.

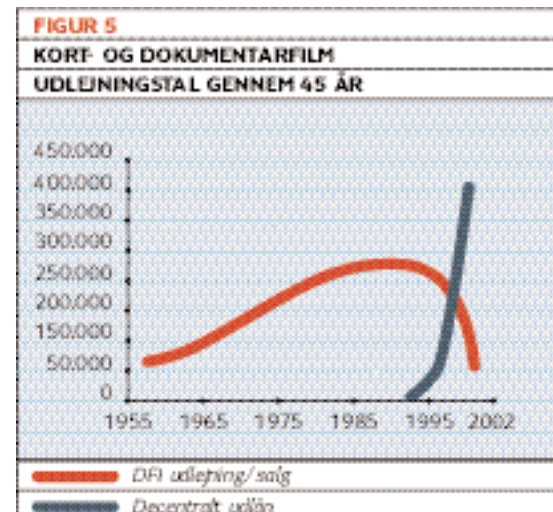
Lad os for klarhedens skyld et øjeblik standse op ved DFIs egendistribution. Hvad er det, Filminstituttet kan tilbyde for filmene?

Vi kan først og fremmest sikre, at filmen er tilgængelig for publikum i den ikke-kommercielle sektor. Denne tilgængelighed sikres i dag ved, at filmen kan lånes fra alle landets biblioteker, og at den står på hylderne på flest mulige folkeskoler. Institutioner og filmklubber kan for små penge købe filmen af os. Om ikke så lang tid vil filmene forhåbentlig også være



TABEL 1
KORT- OG DOKUMENTARFILM
DFITITLER PÅ BIBLIOTEKERNE

	Undersøgelse	Hele landet
Antal kopier	35.057	ca. 70.000
Antal udlån	201.300	ca. 400.000
Cirkulation		5,74



tilgængelige online, via bredbåndsdistribution. Man skal imidlertid ikke forveksle "tilgængelighed" med seriøst arbejde med lancering, målgrupper og en specifik kanal til disse målgrupper!

Vi kan spørge til - og være med til at sikre - at producent og konsulent fra starten har en lancerings- og distributionsplan, som rækker ud over blot at gøre filmen tilgængelig. Tankerne og arbejdet med publikum, og vejen til publikum, skal være med fra starten, og disse tanker skal udspringe af en dialog mellem konsulent, producent, instruktør og en redaktionskomite for DFIs kort- og dokumentarfilmsamling. Det kan være, at filmen skal vises i tv, eller at der allerede tidligt i forløbet er truffet aftaler om visninger på kunstmuseer, at filmen indgår i et undervisningsmateriale til folkeskolen, eller at den har en anden præcist defineret målgruppe, som kan nås ad en klart defineret distributionsvej. Pointen er, at der skal noget mere på bordet end blot en beslutning om, at filmen skal "i DFI distribution" - hvorved den gøres tilgængelig for skoler og biblioteker - for det kan føre til et magert salgs- og publikumsresultat.

Vi kan løbende informere alle DFIs registrerede kunder om årets nye film, samt om redaktionelle spor og temaer i kort- og dokumentarfilmsamlingen. Dette arbejde omfatter også online-publication af fortegnelser over filmene i vores samling.

Endelig kan vi yde en særlig indsats for film til børn og unge, fordi Institutet har afsat ressourcer til at spille en mere aktiv rolle i udarbejdelsen af distributions- og markedsføringsplaner for disse film gennem Center for Børne- og Ungdomsfilm, som har oparbejdet en speciel viden om netop denne målgruppe.

Sammenfattende kan man sige, at vi gør filmene tilgængelige for den ikke-kommercielle sektor via skoler og biblioteker, og at vi derudover arbejder målrettet med én publikumsgruppe, nemlig børn og unge.

KONSULENTER OG REDAKTION

Film-institutet har en samling på cirka 1.800 kort- og dokumentarfilm. Hele samlingen er beskrevet, titel for titel, i vores online-katalog på www.dfi.dk. Det er en enestående samling, men den rummer også en vis portion inkonsekvens og en hel del mærkværdigheder. En samling, som den vi taler om her, skal suppleres med nye film hvert år, ligesom den jævnlige skal under-

kastes et kritisk eftersyn for at udpege de film, som af den ene eller andre grund skal ud af samlingen.

Derfor er idéen om en egentlig redaktion genopstået. Det ikke er nogen ny ide, idet SFC havde en sådan redaktionsgruppe. Redaktionen funktion er at fokusere på de redaktionelle spor i samlingen, salgsstatistik, distribution og seertal, indkøb af film til samlingen, samt eventuel kassation.

NY TEKNIK

Sideløbende med overvejelserne omkring seertal, målgrupper, distribution og redaktion, skal DFI forholde sig til ny teknik, og dermed nye distributionsformer. To springer straks i øjnene: DVD og online.

DVD

Vi skal gå fra VHS til DVD. Det gør alle omkring os, så det skal DFI også gøre. DVD er smartere og giver bedre billeder. DVD fylder mindre og er billigere at distribuere. Men en DVD er ikke bare en DVD.

Først og fremmest kan DVD være et bæremedium, som man lægger filmene på. Fra begyndelsen af næste år håber vi, at vi kan starte med at distribuere de fleste nye film på DVD.

Dernæst kan man udnytte DVD'ens evne til at rumme store datamængder. Vi kan derfor bruge DVD til at samle en række værker af samme instruktør, eller tilhørende samme serie, på én DVD.

Man kan også udnytte DVD'ens muligheder inden for ikke-lineær afvikling og interaktive spring. Vi kan med andre ord bruge DVD'en til at blande originale filmværker med ledsagende, interaktivt materiale, f.eks. til brug i undervisningen. Det er et felt, som Center for Børne- og Ungdomsfilm vil gå aktivt ind i.

Endelig kan der helt sikkert udvikles radikalt nye værktøjer til DVD, hvor manuskriptforfatter og instruktør udnytter de ikke-lineære og interaktive muligheder - her er vi til gengæld ovre i film-skabernes domæne. Men DFI vil med glæde være med til at distribuere nyskabende værker til DVD, som udnytter netop dette mediums særkende.

ONLINE

Både DVD og online er del af den samme digitale bevægelse. De lægger begge op til en ny, digital distributionsstrategi, hvor de samme MPEG-filer danner grundlag for både DVD- og online-distribution.

Online-distribution har ofte et dårligt ry - måske fordi det fejlagtigt forveksles med fri og uhæmmet spredning til alle via internettet. Kontrolsystemer, passwords og BrugerID blev imidlertid taget i brug for mange år side, og man kan sagtens begrænse online-brugen og sikre, at vi kun giver autoriserede og betalende kunder adgang til værkerne. Det er straks mere kompliceret at sikre sig mod en eventuel viderekopiering, hvor autoriserede kunder giver værkerne videre til ikke-autoriserede kunder. Til gengæld er denne problemstilling ikke ny, og vi har gennem mange år accepteret risikoen, som knytter sig til både VHS- og DVD-teknologien.

Man kunne evt. lægge "low res"-udgaver af kort- og dokumentarfilmene - dvs. film i en lav opløsning - ud på nettet til fri afbenyttelse. Det lyder muligvis kætterisk: Billedkvaliteten bliver jo ringere, og alle kan bare kopiere. Men nettets natur er at gøre det lettere for alverden at finde oplysninger og værker, og low res-versioner af kort- og dokumentarfilm kunne måske være et formidabelt markedsføringsredskab.

Efter mange års tøven er billedbureauer og selv agtværdige museer gået i gang med at lægge deres samlinger ud på nettet. Sagen er jo, at hvis folk vil se værkerne - efter at have fundet en appetitvækker i dårlig grafisk kvalitet - ja så henvender de sig og køber på lovformelig vis adgang til den ægte vare. Se selv på www.louvre.fr. Indtil for ikke så mange år siden mente de, at det ville krænke deres ophavsret og indtjeningsgrundlag hvis de lagde billeder fra deres samling ud på nettet. Men selv de har ændret mening.

ONLINESALG TIL PRIVATE

Internettet er en stor handelsplads. Og alle vores kunder i den ikke-kommercielle sektor har siden foråret kunnet købe kort- og dokumentarfilmene på nettet. Det fungerer glimrende. Men denne DFI-internetbutik betjener kun skoler, biblioteker og institutioner, dvs. den ikke-kommercielle sektor. Der er imidlertid et behov for, at også private kan købe filmene online. Film-institutet har p.t. ikke de fornødne rettigheder til at etablere en sådan forretning med salg til private, men vi kunne måske være medvirkende til, at en sådan online-butik kan blive oprettet.

I så fald forestår der et vigtigt arbejde med at arrangere distribution og fakturering ved salg af film til private ■

BLOCKBUSTER- SYNDROMET HÆRGER

Stadigt flere kopier tilsat kortere og kortere levetid krydret med et stigende kvantum markedsføring. Sådan lyder opskriften, når man spørger filmens mange kokke om den aktuelle situation på filmdistributionen i Danmark.

AF DORTHE NIELSEN
FREELANCE-SKRIBENT FOR BL.A. BØRSEN

De amerikanske tilstande spreder sig som altid, og store åbninger med mange tilskuere bliver som i USA mere og mere afgørende. Filmene lever efterhånden i så kort tid og er i så stor indbyrdes konkurrence, at får man ikke publikum inden dørene de første dage, så kommer de aldrig. Samtidig er film generelt i stadig større konkurrence med alle mulige andre tilbud, og derfor gælder det om at støje mest muligt, så folk får øje på filmene, deraf den øgede markedsføring.

Mange mener, udviklingen er positiv, færre mener, den er skidt, men alle er enige om, at distribution af film er blevet en mere og mere risikabel affære i takt med stigende udgifter til markedsføring. De omkostningstunge budgetter kombineret med filmenes korte liv giver tit anledning til panderynker, for mulighederne for indtjening indskrænkes på de fleste film til 6-8 uger. Lidt længere på danske film, og de succesfulde artfilm har normalt et langt liv.

"Blockbustersyndromet er her, og det er kommet for at blive. Det er desværre en forbandelse eller en oplevelse, som vi distributører har hver dag. Det at markedsføre film bliver i stigende grad eventmarkedsføring, og når man har den store pengepung fremme til både outdoor-reklamer og tv-reklamer, kan man lide så godt lade alle få del i det og lige sende 10 kopier ekstra i markedet. Dermed støvsuger man markedet i en kort periode, og det bliver en døds-spiral, hvor den ene event afløser den anden. Når man ikke at få sine penge hjem på kort tid, så får man dem slet ikke hjem, for så kommer der bare en ny event og en ny film og overtager, hvor du slap. Man får ikke længere et second choice," lyder det fra administrerende direktør hos SF Film, Michael Fleischer.

Direktør hos Sandrew Metronome, Loke Havn supplerer:

"Markedet bliver mere og mere polariseret, og de 20 bedst sælgende film tager en større og større del af markedet. Med mellem 175 og 200 premierefilm om året, og et marked, hvor kun 40 procent af

befolkningen går i biografen og det i snit 5-6 gange om året, skal mange film vælges fra. Sådan har det været i mange år, men med konkurrence fra alt muligt andet, tv, video og så videre, bliver det et problem. Når filmen så samtidig er blevet en mere fordærlig vare, der, hvis den ikke går første weekend, sjældent kommer til at gå overhovedet," siger han og fortsætter:

"Da jeg startede i 1970'erne i filmbranchen som rejsende booker, rejste jeg rundt med film, der var 20-30 år gamle film, der stadig kunne spille, men i dag er en film, der er tre måneder gammel en meget gammel film."

Hvad effekten af de mange kopier kombineret med kortere levetid er, vil de fleste ikke sætte tal på. Det samlede billetsalg i biograferne stiger, det samme gør antal billetter langet over disken til danske film. Samtidig har entreindtægten igennem snart mange år været jævnt stigende. Sidste år lå den på 517 mio. kr. ekskl. moms, året før var tallet 444 mio. kr. ekskl. moms.

Men samtidig er udgifterne til markedsføring steget gevaldigt. Hos flere lyder meldinger om "en tidobling på 20 år" og "50 procents stigning på 2-3 år".

Men selvom et marketingbudget på f.eks. 2,5 mio. til *Harry Potter Hemmelighedernes Kammer* lyder af meget, så skal det ses i forhold til, at udlejerne normalt får omkring 22 kr. pr. billet i gennemsnitlig filmleje, så med en forventning til omkring 900.000 solgte billetter, betyder det en filmleje på omkring 20 mio. kr.

Alt i alt lyder vurderingen, at det går nærmest lige op, og trods de mere risikable vilkår ser langt de fleste alligevel udviklingen som positiv, fordi adgangen til filmene er blevet nemmere.

"Det er godt for filmen, godt for biograferne og kulturmæssigt er det jo fantastisk godt, fordi det betyder, at mange biografer får filmen meget hurtigt. Men det er blevet dyrere at lancere film," siger Jan Lehmann, direktør hos Nordisk Film Biograf-distribution.

Og Michael Fleischer mener, at udviklingen gør, at de enkelte film simpelthen ikke altid får lov til at spille, det de kan.

"Lige nu er det risikabelt for distributørerne, fordi omkostningerne til kopier og markedsføring eksploderer, men det kan også blive risikabelt for biograferne, for de kan komme i en situation, hvor de bliver tvunget til at tage en film op, som ikke leverer det samme som den, de tager af. Og det gælder også for danske film, der bare må følge

trop," forudser Michael Fleischer.

Hos biograferne mener man dog, at filmene næsten altid får den levetid, de er berettiget til.

ANTAL PREMIEREFILM

ÅR	DK FILM	EURO FILM	US FILM	ØVRIGE	TOTAL
1986	11	59	142	8	220
1990	13	34	120	6	173
1995	12	36	91	11	150
2000	21	51	108	12	192
2001	24	43	92	13	172

SÅ MANGE BILLETTER SÆLGES

ÅR	BILLETSALG I ALT (STK.)	HERAF TIL DANSK FILM (STK.)	ENTRÉINDT. I ALT (KR. EKSCL. MOMS)
1990	9.624.000	1.639.000	266.575.000
1995	8.817.000	776.000	289.203.000
1999	10.915.000	3.006.000	432.293.000
2000	10.691.000	2.050.000	443.692.000
2001	11.921.000	3.631.000	517.128.000

MARKEDSFØRING ER ALTAFGØRENDE

For få år siden var distribution af filmene på det danske marked præget af ganske lidt markedsføring, og de minimale beløb blev næsten altid gemt til efter premieren. Filmene skulle rygtes først, og så kunne man så skyde de beskedne marketingkanoner i gang siden hen. Men de stigende markedsføringsbudgetter på amerikanske film på det danske marked har en spiraleffekt på hele markedet, så markedsføringen i dag er afgørende på næsten alle film, hvis man overhovedet skal få folk i tale.

"Marketingmæssigt er vi nødt til at gå med livrem og seler, fordi specielt de unge ikke er særlig trofaste. Du skal være med overalt, og derfor bliver det skide dyrt. Men markedsføringen er nødvendig, fordi f.eks. hos de unge er der en opfattelse af, at hvis en film ikke er reklameret på busser, stationer og rimeligt massivt på tv, jamen så er det ikke en stor film," mener Jan Lehmann.

Derfor priser han også støtten til markedsføring af danske film særdeles velkommen.

"Med den danske lanceringsstøtte kan vi konkurrere med de amerikanske film, ellers kunne de danske film slet ikke komme op og være så massivt i billedet. For samtidig skal man ikke glemme, at når en amerikansk film har et markedsføringsbudget på 1,5 mio. kr., så er plakatlayout, tv-spot og alt muligt lavet, det får vi serveret. I dansk film med et marketingbudget på 1,5 mio. kr. indgår også kreativitet, arbejde med at skabe tv-spot m.v., det er meget mere økonomisk krævende."



Michael Fleischer, SF Film
Foto: Per Arnesen



Loke Havn, Sandrew Metronome
Foto: Jan Buus

Administrerende direktør på Det Danske Film-institut Henning Camre fremhæver også lanceringsstøtten.

"En del af succesen med danske film hænger også sammen med den forbedrede markedsføring og støtte til flere kopier. Det der med hvis man laver en god film, skal den nok klare sig. Det gør den selvfølgelig ikke i et overfyldt marked."

Og i dag er situationen den, at selv de kunstneriske film, der traditionelt har været mindre afhængige af markedsføring, også skal trænge massivt igennem det store udbud af medier og kultur.

"I dag er det nødvendigt også for artfilm at anvende større marketingbudgetter. F.eks. på Pedro Almodóvars *Tal til hende* bruger vi omkring 0,5 mio. kr. Inden for mærkevarer har man længe sagt, at dem, der fylder mest i landskabet er dem, der får den største markedsandel, så jo flere gange du råber Colgate, desto mere sælger man af det. Det har man i lang tid benægtet gjaldt for film, fordi folk har så stærke egenpræferencer, men det bliver mere og mere sådan, at "share of voice" er lig med "share of market", lyder konklusionen fra Loke Havn.

Derfor mener Kirsten Dalgaard, direktør for Camera Film og Grand Biografen også, at det vil være en katastrofe, hvis der bliver skåret i importstøtten på 1,9 mio. kr. til udenlandske film, der bruges til både markedsføring og ekstra kopier.

"1,9 mio. kr. er forsvindende lidt, men stadig afgørende for, at vi overhovedet kan eksistere med de smalle film. Med støtte fra filminstitutionen kan vi normalt få film som operafilmen *Tosca* og den tyske *Halbe Treppe* ud i tre kopier, så de kan nå både København, Århus og Odense i første omgang og samtidig gøre opmærksom på dem. Det vil være katastrofalt, hvis støtten falder væk, da den er med til at sikre den mangfoldighed og det vækstlag, der gør, at publikum kan se, at et filmudbud består af andet end 10 amerikanske hitfilm plus de danske," siger hun.

Ved redaktionens slutning var det endnu ikke afgjort, hvor meget der kan afsættes til puljen til import af udenlandske film på baggrund af det nye filmforlig, der gælder fra 1. januar 2003.

GODT OG SKIDT VED MANGE FILMKOPIER

De helt store vindere i spillet med de mange filmkopier er så absolut provinsbiografene, ikke mindst de mindre b-biografere, som tidligere måtte vente i månedsvis på nye film. Men også større provinsbiografere som Scala i Svendborg er taknemmelige for

udviklingen.

"For biograferne er det absolut et gode, at filmene kommer i så mange kopier. Det er ikke et system, der gavner Aalborg, Århus, Odense og København. De har altid været med, men for alle os andre, er det virkelig positivt. For aktualiteten i en film er afgørende for, at folk opdager den," fortæller Finn Dyre, ejer af Svendborg-biografen.

"Med den store landsdækkende markedsføring ved folk så også, at filmen er her i byen, så vi behøver ikke gå ud og gøre opmærksom på hver eneste film, som hvis vi fik den 2 måneder senere. Og forskellen på, om du er med på en film på premieredagen eller 4-6 uger efter, er mere end det dobbelte antal tilskuere. Sådan har det altid været, men på grund af de flere kopier er det bare mere markant. Så hvis lidt bredere film i dag kommer ud i for få kopier, så er de helt håbløse 6 uger efter," fortsætter han.

Til gengæld er mastodonten Nordisk Film Biografere knap så tilfreds med udviklingen.

"Alt i alt i hele landet er det da bestemt ikke en skade, at en film kommer ud i flere kopier. Men i Århus og specielt i København er det ikke nemt at være biograf med så mange kopier ude, når man har en sal med 400 publikummer, og der aldrig kommer mere end 150, fordi filmen er ude i alle mulige biografer. Det går med actionfilmene, fordi de har deres publikum, og de kommer, når filmen har premiere, men voksenfilmene derimod, de starter sløvt, fordi de får premiere i samtlige biografer i byen, og af samme grund så bliver de aldrig større," siger Helle Schmidt, film- og marketingdirektør hos Nordisk Film Biografere, der i dag sidder på 42 procent af biografmarkedet - i København hele 60 procent.

Den holdning er der kun opbakning fra ganske få steder, men Helle Schmidt holder fast.

"Enhver biograf med respekt for sig selv siger jo ja for en sikkerheds skyld. Man tør ikke sige nej til f.eks. en dansk film, for så får vi måske ikke den næste, og dermed ender alle med at spille det samme. Det gør så, at der ikke er den store profilforskel, hvis du f.eks. kigger på programmet hos Grand, Dagmar, Empire og Palladium. Fordi vi så overlapper hinanden, er der ikke rigtig nogen, der tjener penge. Der kunne man måske med fordel gøre specielt på danske film, at vi er ved at være oppe på så mange film, så i stedet for at en film går i fem biografer, skulle den kun gå i tre i hovedstaden. Til gengæld går den næste så i tre andre," siger hun og fortsætter:

"Distributøren siger, det er for at glæde producenten, fordi en film ser større ud, hvis den starter i fem biografer, men den indspiller jo ikke mere. For jo flere sale man sætter på, jo færre kommer der i hver sal."

UDVIKLING ACTIONFILM

PREMIERE	TITEL	ANT. KOPIER	TILSKUERE	LEVETID*
1992	DØDBRINGENDE VÅBEN 3	30	432.794	kendes ikke
1997	MEN IN BLACK	50	336.434	20 uger
2002	MEN IN BLACK II	90	258.132	8 uger

UDVIKLING DANSKE FILM

PREMIERE	TITEL	ANT. KOPIER	TILSKUERE	LEVETID*
1992	KÆRLIGHEDENS SMERTE	20	ca. 200.000	kendes ikke
1997	BARBARA	54	411.693	16 uger
2002	JEG ER DINA	50	259.399	16 uger

*uger på top 20-listen

Synspunktet omkring mere homogene biografer har mange, men at det skader indtjeningen, er så godt som alle andre uenige i. Andre mener i stedet, at det giver større markedsandele med flere kopier.

"Det homogene marked har altid været en diskussion, men problemet er ikke så graverende rent publikumsmæssigt, og dem, der siger det, er enten distributører, der vil spare kopier eller biografer, der mister markedsandele," lyder det fra Mette Schramm, formand for foreningen Danske Biografere.

Premiereweekenderne bliver mere og mere afgørende på langt de fleste film, og i USA er åbningsweekenderne totalt afgørende. Her sender man f.eks. flere kopier ud, end det er rentabelt, simpelthen for at give et boost til filmen i første weekend, og tendensen er på vej i Danmark. Samtidig er tre engelske udtryk - marketability, playability og availability - stadig vigtigere for succes med en film: Oversat til dansk betyder det, at en film sælger bedst, hvis den er baseret på en bog, er nummer to i en række, har en kendt skuespiller, kendt instruktør m.v. Samtidig skal filmen kunne skabe anbefaling, og så skal den være tilgængelig. Og for at udnytte publikums faste kundeforhold med enkeltbiografere, så må filmene være alle steder for at få del i alles publikum.

Med de stadig flere kopier og deraf kortere liv er det også blevet sværere at vælge lige nøjagtig den rigtige dato med den rigtige konkurrent. For ligger en film ikke nummer et eller to i folks bevidsthed bliver den aldrig set.



Kirsten Dalgaard, Camera Film & Grand Teatret
Foto: Jan Buus



Jan Lehmann, Nordisk Film
Biografdistribution
Foto: Rolf Konow



Helle Schmidt,
Nordisk Film Biografer

"Det koster flere penge at lancere film, samtidig koster det mere at erhverve filmrettighederne, lige meget om det er danske eller udenlandske film, og for 25 år siden gik dobbelt så mange i biografen. Så risikoen er blevet større. Havde filmen så et længere liv, men nu er det lidt sådan, at det afgøres allerede fredag aften på premieren, om det bliver succes eller fiasko," forklarer Loke Havn.

Alligevel er det ikke en dårlig forretning, alle de store distributionsselskaber har nemlig tilknyttet en amerikansk major - udlejer/producent, hvis film de ikke køber, men distribuerer mod et vederlag, og dermed ingen risiko har på.

Trods et jævnt antal nye premierefilm hvert år, så vokser antallet af filmkopier bare støt. I vinterferien 2000 var der f.eks. i alt 400 filmkopier på markedet, i 2001 lød tallet på 500 filmkopier i samme periode, og i år var der i alt 600 filmkopier ude i vinterferien. I takt med den udvikling har definitionen på mange filmkopier også rykket sig gevaldigt. For 10 år siden var det mange, når en film blev udsendt i 20 kopier, i dag er mange lig med 100. En enkelt kopi koster cirka 15.000 kr.

KOPITALLET STIGER STØT

ÅR	SAMLET KOPITAL	ANTAL FILM	GNSN. PR. FILM
2001	3.549	172	20,6
2002	3.851	163	23,6

Alle tal er cirkatal

REKORD I KOPIER HOS REGNER GRASTEN

TITEL	PREMIEREÅR	ANTAL KOPIER	TILSKUERE
KRUMMERNE	1991	41	859.383
STAKKELS KRUMME	1992	76	537.429
KRUMMERNE 3	1994	41	229.509
SUNES FAMILIE	1997	54	369.097
KÆRLIGHED VED FØRSTE HIK	1999	90	521.339
ANJA & VIKTOR	2001	100	571.660
BERTRAM & CO	2002	110	?
ANJA EFTER VIKTOR	2003	112	?

JAMES BOND I ANTAL KOPIER

TITEL	PREMIEREÅR	KOPIER	TILSKUERE
GOLDEN EYE	1996	51	545.604
TOMORROW NEVER DIES	1997	61	479.153
THE WORLD IS NOT ENOUGH	1999	65	411.010
DIE ANOTHER DAY	2003	80	?

NORDISK FILM MED MONOPOLSTATUS

En anden problemstilling, når man taler filmdistribution er Nordisk Films status på biografområdet. Efter at selskabet vandt biografkrigen, sidder det i dag på

noget, der minder om et monopol, hvilket ikke alle udlejere er lige begejstret for. Man er nødsaget til at have Nordisk Film med og kan ikke som i Sverige give en film til en tilsvarende stor kæde, så man er sikker på, at ens film får den plads, den skal have. Men hos Nordisk Film Biografer ser Helle Schmidt det som en fordel, at et selskab er så dominerende til forskel fra i Sverige, hvor to store selskaber - SF Film og Sandrew Metronome - dominerer markedet.

"I Sverige kommer der f.eks. *Harry Potter* op den 22. november, *James Bond* den 29. og *Ringenes Herre* den 18. december. I Danmark er det i stedet lykkedes os at flytte *James Bond* til januar, for ellers ville vi aldrig få det ud af filmen, som vi skulle."

PRES PÅ FILMENS VINDUER

Endnu en ny udvikling er det stigende pres på filmens forskellige vinduer. I takt med DVD'ens komme stiger frygten for piratkopiering og import af illegale kopier, og det gør bl.a., at der stilles krav om, at europæiske og specielt de amerikanske film får premiere samtidigt over hele verden. Og igen på grund af piratkopiering og illegale kopier sender man også filmen hurtigere ud på video og DVD.

"Videovinduet indsnævrer sig, og spørgsmålet er, om hele den store gruppe - der er indifferent overfor, om de ser film på video, paytv, eller i biografen, så gider at gå i biffen og stå i kø, når filmen alligevel kommer om 2 måneder på DVD," siger Loke Havn.

Filmens vej til tv-kanalerne er også under pres, og selvom nogle nægter at tro på, at folk går mindre i biografen, fordi de ved, at en film kommer på tv om ni måneder, så frygter de fleste alligevel en situation, hvor perioden mellem biografpremiere og visning på tv - den såkaldte holdback-periode - strammes yderligere. Specielt med DR og TV 2's kommende engagement i dansk film via det nye medieforlig.

Hos tv-stationerne er der da heller ingen tvivl om, at de gerne så filmene hurtigere på tv end de gældende regler på 24 måneder efter biografpremiere. Men de er alligevel villige til at vise hensyn.

"Selvom vi ikke har fuldkommen sammenfaldende interesser, skal vi alligevel holde øje med filmens økosystem og respektere alle parter og ikke lukke nogle af filmens kommercielle vinduer. Så selvom vi nu skal ind og betale 35 mio. kr. årligt pr. tv station de næste fire år, og et krav om hurtigere film på tv synes oplagt, så må den fantastiske bølge af succes for dansk film gå forud for nidkære hensyn til, at vi

nødvendigvis skal have alle film væsentligt hurtigere. Men vi håber på et mere fleksibelt system, hvor man kan tale om, hvad der er godt for den enkelte film i stedet for at ramme lidt galt hver gang. Og et sted mellem 12-18 måneder ville være fint med hele filmens levetid i mente," er kommentaren fra redaktør på TV 2 Drama, Adam Price.

Han understreger da også, at film, der har et stort rigt liv på video, DVD, paytv - hele vejen rundt - tit er rigtig gode for TV 2. Seneste eksempel var Susanne Biers *Den eneste ene*, der for nylig blev set af 1,4 mio. seere på tv - den mest sete film af TV 2's primære målgruppe siden 1998.

Men om TV 2 får held med at presse filmene en anelse, afviser Henning Camre. I medieforliget har Filminstituttet nemlig sikret sig, at det er dem, der sidder på gærdet og styrer holdback-perioden.

"Den lyder fortsat på 24 måneder, men vi vil godt diskutere det individuelt, når filmen har haft premiere, og vi har set, hvordan det går. Men det må ikke være sådan, at tv-stationerne reklamerer med, at den film snart kommer på tv, for det ødelægger det hele for biograferne. Samtidig er det afgørende, at tv og det svage led i den her sammenhæng - producenten ikke kan lave individuelle aftaler. Hvis der skal kortes i holdback-perioden, skal vi sige ja," fortæller han. Hos foreningen Danske Biografer er man alligevel bekymret for presset på video- og tvholdback.

"Vi har set tidligere eksempler på, at tv-stationer tænker mere på deres eget indbyrdes konkurrenceforhold end på en films samlede billede. Som f.eks. med *Festen*, hvor de reklamerede med filmen, inden den kom i biograferne. De lever i en anden verden, og den konkurrence gør det attraktivt at reklamere for filmen, før den kommer i bio. Det giver dem flere seere, større ratings og flere reklamekroner. I dag ser filmbranchen biografen som filmens første vindue, men man kan frygte på sigt, at produktionsselskaberne mener, de kan få lige så meget ud af tv som af biograferne," siger Mette Schramm, der mener, at 24 måneder i holdback lyder fornuftigt, selvom hun tvivler på, at filminstituttet kan styre tingene.

Hos Danmarks Radio har man tænkt sig at følge de gængse regler, men har naturligt en interesse i, at filmene ikke opleves som gamle. Tv-stationen har derfor nogle ideer om at købe paytv-vinduet, hvor det er muligt, oplyser Ditte Christiansen, co-producent hos DR.

"Som medinvestor er det slet ikke sikkert, at det



Adam Price, TV 2 Drama
Foto: Henrik Friis



Mette Schramm, Danske Biografer
Foto: Kirsten Bille

er en god ide at få filmen hurtigere – den skal jo udtjene alle sine vinduer, og ideen med paytv-vinduet er da heller ikke at fratage producenten mulighed for indtjening på paytv. Men f.eks. på de film, hvor DRs økonomiske bidrag er meget væsentligt, er vi naturligvis interesseret i at vise filmene så tidligt som muligt.”

DEN DIGITALE BIOGRAF

Det helt store fremtidsperspektiv, når man taler filmbranche, er den digitale biograf, men hvornår den nye teknologi slår igennem, er næsten umuligt at spå om. Nogle siger tre år, andre 10 år, men i hvert fald er de digitale muligheder mange, fordi de åbner op for, at man kan distribuere den samme film til hele verden på en gang helt uden den omkostningstunge forsendelse og fabrikation af kopier. Det kan f.eks. betyde nemmere tilgang til artfilm, der normalt kommer ud i meget få kopier.

Biograferne er sådan set udmærket tilfreds med den nuværende elektronik og har derfor ingen hastværk i forhold til de digitale maskiner, men for udlejningsselskaberne er der til gengæld penge at spare i kopi-omkostninger ved den digitale teknik. Så mange forventer, at det ender med, at nogle af de amerikanske majors – udlejere/producenter går ind og betaler en del af de nye filmfremvisere. Dermed frygter man så også, at film fra det pågældende selskab kommer i første række.

”Der er ingen tvivl om, at nogle af de rigtig store distributører – de amerikanske majors, gerne vil være med til at betale, og det vil de jo ikke for deres blå øjnes skyld. Der kan meget nemt følge nogle repertoireforpligtigelser med, og det kan potentielt lukke nogle muligheder for dansk film,” mener Henning Camre.

”Der, hvor vi specielt har rettet øjnene hen, er mod de små biografer, for hvis vi skal blive ved med at rose os af en biografkultur, så hænger det meget sammen med, at vi ikke bare har et netværk af kæmpebiografer, men også enkeltbiografer rundt

omkring i landet, og dem tror jeg ikke, der er nogen, der vil betale for at omstille. Derfor er det en opgave, hvor vi virkelig må træde til. Hvis udviklingen på det digitale område kommer til at gå hurtigt, er det nødvendigt med en meget stor indsprøjtning fra det offentlige for at sikre, at de mindre biografer kan klare sig.”

ARTHOUSES SKAL NOK OVERLEVE

Selv i en ny digital biografverden tror alle, at både artfilm og arthouses som Grand i København og Cafe Biografen i Odense vil blive ved med at eksistere. Artfilmene fordi en stor del af de folk, som er kommet tilbage til biograferne, er det tænkende publikum, dem der er trætte af, at tv er begyndt at lefle for den laveste fællesnævner.

”Arthouse-biograferne vil blive ved med at eksistere. Det er en dejlig tanke, at alle biografer vil

kunne spille alle film, men der er så stor en forskel på at drive de to typer virksomheder. Det kræver en anden booking, en anden personlighed og en anden nursing af publikum. Ellers kræver det i hvert fald, at de store biografer laver en speciel afdeling helt til-egnet artpublikummet,” siger Mette Schramm. “Og det vel at mærke uden popcorn og Coca Cola.” ■

TILSKUERE I GENNEMSNIT FOR 2001

DK	EU	US	ØVRIGE	TOTAL
SOLGTE BILLETTER I ALT (MIO. STK.)				
3,6	1,2	6,6	0,5	11,9
ANTAL FOREVISTE FILM I ALT				
127	177	323	34	661
ANTAL PREMIEREFILM				
24	43	92	13	172
GENNEMSNIT TILSKUERE PÅ PREMIEREFILM				
151.292	27.093	72.033	38.308	69.308

DISTRIBUTØRER I DANMARK

FIRMA	MARKEDSANDEL 2001 (MÅLT PÅ BOXOFFICE)	MARKEDSANDEL SIDSTE 52 UGER (MÅLT PÅ BOXOFFICE)	DANSKE FILM I ÅR (ANTAL)
Sandrew Metronome herunder Warner	24 procent	22 procent	5
SF Film herunder Fox	14 procent	31 procent	1
Nordisk (Egmont) herunder Columbia Tristar	16 procent	20 procent	7
Buena Vista	14 procent	8 procent	1
UIP herunder Paramount og Universal	21 procent	8 procent	4
Angel/Scanbox	10 procent	7 procent	4
Øvrige	1 procent	4 procent	0

STATUS OMKRING DEN DIGITALE BIOGRAF

Det digitale spørgsmål har givet anledning til panderynker hos både producenter, distributører og biografer de sidste mange år, og i en lang årrække har man forventet, at nu lå den digitale biograf lige rundt om hjørnet. I dag spår branchefolk, at der vil gå mellem 3 og 10 år, førend der for alvor sker noget herhjemme. Men inden da skal flere vigtige temaer afgøres:

- Hvilken standard skal man vælge til teknikken - for at undgå problemer som med video, hvor det endte med flere systemer som VHS og Betamax
- Hvem skal betale for den omfattende investering, det vil være at udskifte de mange filmanlæg i biograferne. I dag ligger prisen på godt 1 mio. kr. pr. maskine
- Hvordan sikrer man det digitale system mod piratkopiering
- Hvad skal der ske med distributionsselskaberne. Får de en ændret rolle, selv mener de nej, det sætter nogle af biograferne spørgsmål ved

Heller ikke i udlandet er man frygtelig langt fremme med den digitale teknik. Et antal biografer i USA kører med teknikken, og f.eks. har Sverige installeret digital teknik i 8 af Folkets Bio - dog er der tale om "semiprofessionelle løsninger", fortæller formanden for foreningen Danske Biografer, Mette Schramm.

Yderligere er der i dag små 10 biografer i Europa udstyret med den fulde teknik - herunder en i London, en i Bruxelles og en i Milano. Derudover har EU givet støtte til en række projekter bl.a. i England, Frankrig og Holland - men alle er endnu på udviklingsstadiet.

For at følge med i udviklingen har foreningen Danske Biografer lavet en E-bio arbejdsgruppe, hvor der sidder folk fra både biografer distributører og Filminstituttet. Formålet er at samle information sammen og videreforske det.

”Det er urealistisk at tro, at vi danskere kommer til at bestemme noget i den her udvikling. Men derfor skal vi alligevel være så meget oppe i tempo, så vi kan hoppe på vognen, når toget kører,” siger Mette Schramm.

Flere oplysninger kan hentes på www.danske-biografer.dk eller telefon 4546 1052.

ANTAL BIOGRAFER I DK

ÅR	MONOSAL	MULTISAL	BIOGRAFER I ALT	SALE I ALT
1980	245	84	329	375
1985	147	94	241	429
1990	107	73	180	347
1995	100	63	163	313
2000	97	67	164	350
2001	97	68	165	361



Festen. Foto: Lars Høgsted



Mifunes sidste sang. Foto: Lars Høgsted

DANSK FILMS SUCCES

FRA ET LANCERINGSMÆSSIGT PERSPEKTIV

Der har været talt og skrevet meget om dansk films succes. FILM forsøger at kortlægge de markedsøkonomiske parametre, der har været med til at skabe dansk films succes. Analysen er baseret på data fra de danske film (ekskl. co-produktioner), som har haft premiere fra 1998 til 2002.

AF JIMMY BREDOW
LANCERINGSCHIEF DFI

Når de danske biografgængere står ved billetlugen og skal vælge film, er det basalt set et spørgsmål om tilgængelighed og synlighed. Hvis ikke filmen er tilgængelig i den pågældende biograf, kan publikum ikke vælge den. Hvis ikke filmen har været tilstrækkeligt synliggjort, vil den ikke være etableret blandt biografgængernes mulige valg og vil derfor næppe være deres første valg. Så i den konkrete situation, hvor publikum skal ud og vælge deres film, konkurrerer danske film med alle andre genrer og nationaliteter. På den måde bliver markedsføringsbudgettet for en film, dvs. muligheden for at købe sig til synlighed af filmen, og antallet af premierebiografer, dvs. tilgængeligheden af filmen, parametre, hvormed man kan styrke dansk films konkurrenceevne overfor de øvrige film på markedet. Det er på ingen måde alene de afgørende parametre for filmens konkurrenceevne og dermed dens kommercielle potentiale, idet forhold som premieredatoer, konkurrerende film, anmeldelser, filmens egen kvalitet etc. naturligvis også er afgørende, men det er de parametre, som kan påvirkes via en finansiel støtteordning som lanceringsstøtten.



En sang for Martin. Foto: Rolf Konow



I Kina spiser de bunde. Foto: Rolf Konow



Gamle mænd i nye biler. Frame grab



Elsker dig for evigt. Foto: Rolf Konow

LANCERINGSSTØTTE

Lanceringsstøtten har på den ene side haft til formål, at den enkelte film, uanset dennes kommercielle potentiale i øvrigt, er sikret et minimum af muligheder på markedet via tilskud til markedsføring og til distributionskopier. Men det har også været den langsigtede hensigt med den nuværende støtteordning at styrke de danske film, som - hvilket man med rimelighed kunne forvente - har et betydeligt kommercielt potentiale i sig selv, og dermed gøre filmene endnu mere konkurrencedygtige på markedet ved hjælp af tilskud til større marketingbudgetter og et højere antal premierebiografer.

Der har været en tydelig udvikling i retning af større lanceringsomkostninger for så vidt angår deciderede markedsføringsomkostninger, men også især hvad angår distributionskopierne. Som det fremgår af figur 1, har der været en betydelig vækst i antallet af distributionskopier og dermed antallet af premierebiografer for de danske film, der er gået fra gennemsnitstal på 27 i 1998 til 45 i 2001.

KOPIER = SYNLIGHED

Den øgede investering i antallet af kopier til filmenes premierer, har medført større synlighed for dansk film generelt, og har dermed også været med til at skabe større bredde i dansk film, end man har set tidligere. Hvor danske film, med undtagelse af folkekomedierne og familiefilmene, ofte har været et meget urbant fænomen, har dansk film nu også vist en betydelig tiltrækning udenfor de større byområder, hvilket også fremgår af den store vækst i antallet af

premierebiografer. Det bliver meget tydeligt, hvis man ser på premieremønsteret for tre beslægtede film over perioden. De tre Dogmefilm, *Festen*, *Mifunes sidste sang* og *Elsker dig for evigt* blev premierført i henholdsvis 1998, 1999 og 2002, og er alle blevet set af mere end 350.000 tilskuere. Men hvor *Festen* åbnede med 15 premierebiografer, var antallet af premierebiografer på *Mifunes sidste sang* vokset til 35 og i år åbnede *Elsker dig for evigt* med ikke mindre end 60 kopier. Et andet eksempel er *I Kina spiser de hunde* og *Gamle mænd i nye biler* fra henholdsvis 1999 og 2002. Førstnævnte blev premierført i 26 kopier, mens *Gamle mænd i nye biler* blev premierført i 70 kopier. Selv om der naturligvis er en række andre faktorer, der har haft indflydelse, viser dette en meget tydelig udvikling.

Det samme forhold gør sig gældende for markedsføringsomkostningernes vedkommende, hvor der også har været en markant vækst - fra et gennemsnitligt lanceringsbudget på danske film i 1998 på kr. 866.000 til kr. 1.249.000 i 2002, dvs. en stigning på 44%, som det ses af figur 2.

GENEREL MARKEDSUDVIKLING

Det er naturligvis også en effekt af de danske films generelt bredere publikumsappeal, der gør, at der er et større behov for og incitament til at bakke filmens lancering op med et større marketingbudget. Men der gør sig også et andet forhold gældende - den generelle markedsudvikling: Man kan naturligvis ikke alene anskue udviklingen i lanceringen af de danske film som værende styret af producenter og distributørernes vilje og evne til at investere i filmene. Et tilsvarende vigtigt parameter er markedets generelle udvikling, og hvordan de øvrige film på markedet lanceres. Der er i den sammenhæng en tendens til, at filmene i stadig større grad åbner større og generelt har et kortere forløb i biograferne. At filmene generelt har større åbningsomsætning medfører selvsagt også en generelt større konkurrence filmene imellem. Så fænomenet med større lanceringsbudgetter og flere premierebiografer gælder ikke eksklusivt de danske film, men også en række udenlandske, og her især selvfølgelig de amerikanske. De større åbninger betyder ikke nødvendigvis en større total omsætning, men tilsyneladende snarere en forskydning af omsætningen til premiereweekenden. Hvis man skal illustrere dette med et eksempel, kan man igen henviser til *I Kina spiser de hunde* og *Gamle mænd i nye biler*. Ganske vist er sidstnævnte blevet en større publikumssucces med cirka 324.000 tilskuere i modsætning til *I Kina spiser de hunde*s 221.150, men begge film har klaret sig særdeles godt, og er genre-mæssigt meget ens. Hvor *I Kina spiser de hunde* åbnede med 14.400 tilskuere, åbnede *Gamle mænd i nye biler* tilsvarende med 62.706 tilskuere. Åbningen udgjorde for de to film respektivt 6,5% og 19,3% af det samlede billetsalg - en klar forskydning af betydningen af filmens åbning.

At dette er et generelt fænomen for de større danske film, fremgår tydeligt af figur 3, som viser udviklingen i åbningsweekenden set i forhold til filmens samlede omsætning (som gennemsnit) for danske publikumssucceser - her defineret som film med mere end 100.000 tilskuere. Her ses den samme klare tendens. Dog gælder dette først og fremmest film med et større potentiale, hvor der satses bredt på en landsdækkende kampagne. Heldigvis er der dog stadig eksempler på det modsatte: F.eks. kan nævnes

En sang for Martin, *Bænken* og *Ulvepiggen Tinke*. Alle film som er lanceret med et mindre kopiantal og en moderat markedsføringskampagne; men som ikke desto mindre har fået et tilstrækkeligt godt forløb i biograferne til at nå et betydeligt tilskuerantal.

LANCERINGSKRAV

Så for at opsamle, kan man vende analysen om og se på: Hvad er kravet, som markedet er p.t., for lanceringen af en dansk film, hvis man forventer, at filmen skal nå 100.000 tilskuere eller derover.

Som nævnt er den første weekend i langt de fleste tilfælde afgørende for det videre forløb. I 2000 åbnede præcis 33% - dvs. en tredjedel af de film, som nåede mere end 100.000 tilskuere - med mere end 25.000 besøgende i den første weekend. I 2001 var tallet steget til 50% og det foreløbige tal for i år er 67%, dvs. to ud af tre danske film skal som minimum nå 25.000 tilskuere i første weekend, hvis man forventer at sælge mere end 100.000 billetter. Denne første store weekend opnås ved at satse på en bred, national release med mange kopier og stort markedsføringsbudget, og tilsvarende analyse kan dermed laves på disse parametre.

På kopisiden viser der sig en tilsvarende udvikling: I 2000 åbnede 44% af de danske film, som nåede mere end 100.000 tilskuere med 50 kopier eller derover, i 2001 var det 75% af filmene, og i 2002 er det foreløbige tal 78%.

Markedsføringsomkostningerne viser samme tendens: Blandt publikumssucceserne i 2000 havde 44% et markedsføringsbudget på 1,5 mio. kr. eller derover. I 2001 var det 75% af de danske succesfilm, og det foreløbige tal for 2002 er 63%.

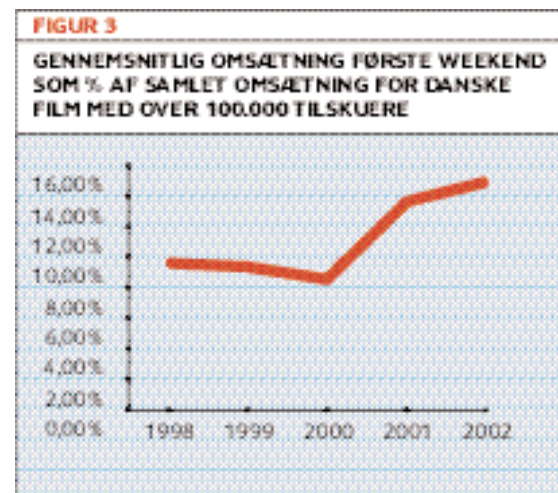
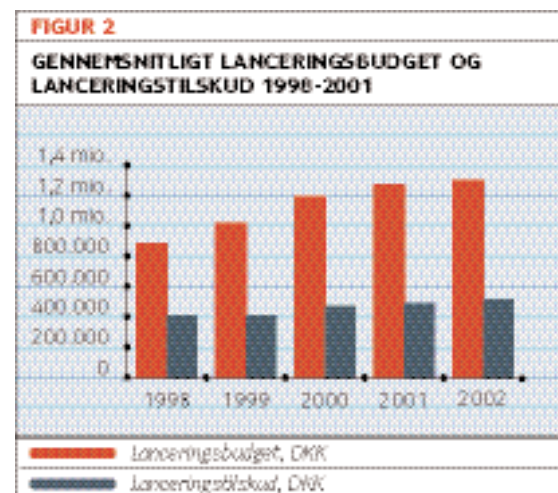
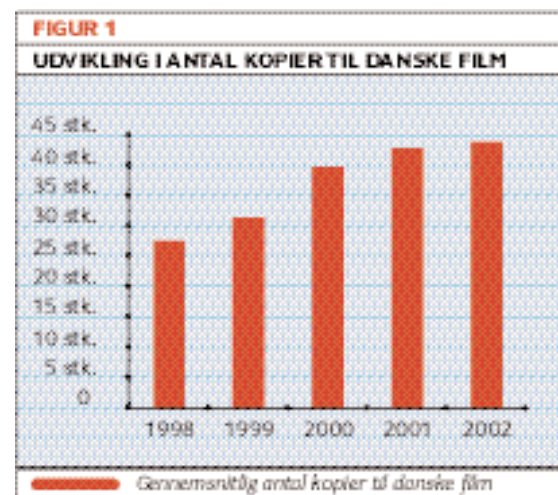
Dette illustrer de større krav, der på nuværende tidspunkt er til investeringen i lancering af en dansk film. Men at film lanceres med stadig højere marketingbudgetter og flere kopier kan - set fra investors synsvinkel - jo umiddelbart være svært at se som noget positivt, da det jo også forudsætter en forøget investering fra producent og distributør, og dermed igen stiller større krav i forhold til at genindspille denne investering. Det må imidlertid ses i lyset af, at det er denne vækst i lanceringsomkostninger, der bl.a. har været med til at styrke dansk films position i konkurrencen om publikum.

Der er et generelt højere forventningsniveau til de danske film fra publikums side, men bestemt også fra branchens. Denne styrkede forventning og øgede tillid til filmenes markeds-mæssige muligheder giver også et større incitament for den enkelte producent og distributør til at investere i markedsføring og er dermed med til styrke filmenes muligheder i konkurrencen.

FREMTIDEN

Skal man evaluere lanceringsstøtteordningen, er det min vurdering, at den har fungeret efter den hensigt at være medvirkende til at øge investeringen i filmens lancering fra både Det Danske Filminstitut og distributør/producent og dermed give filmene større synlighed i markedet. Men ser man fremad, indikerer tallene også, at de krav, der på nuværende tidspunkt stilles i markedet til danske film, muligvis er ved at vokse forbi den støtte, som kan modsvares i lanceringsstøtten. Men denne analyse er baseret på at beskrive filmenes lancering via de økonomiske og markeds-mæssige parametre. En helt anden dimension er det kvalitative aspekt af filmene. Der

er jo næppe nogen tvivl om, at den publikums-mæssige succes, som dansk film p.t. oplever, jo først og fremmest skyldes den kvalitet, som de danske film har. Så selv om vi imødegår en økonomisk reduktion på dette område med færre midler til lancerings- og kopistøtten, så er situationen ikke desto mindre anderledes end for 4 år siden. Danske film har nu en stærkere platform, idet filmene har langt større bevidsthed hos publikum og er dermed forhåbentlig også i mange tilfælde blevet lettere at markedsføre end tidligere ■





Den tossede biograf. Foto: Udlånt af DFI/Billed- & Plakatarkiv

HVOR DRØMMEN BLIVER TIL VIRKELIGHED

Som biografleder og formand for biografernes brancheforening oplever jeg ofte, at mange ikke ved så meget om, hvad der foregår i en biograf. Hvem er vi, hvordan ser forretningsområderne ud, og hvad er det for mekanismer, der udgør dagligdagen i en biograf.

AF METTE SCHRAMM, FORMAND FOR DANSKE BIOGRAFER
LEDER AF REPRISETEATRET HOLTE & EMPIRE BIO

I Danmark er der 169 biografteater. Omtrent halvdelen drives på en eller anden form for kommerciel basis, resten er enten foreningsdrevne eller hobbyforretninger.

Hvis man skal forklare, hvem de danske biografteater er, er det nemmest at tage udgangspunkt i foreningsstrukturen. De danske biografteater er organiseret i fire foreninger alle samlet i en paraplyorganisation ved navn Danske Biografteater. Grundlæggende kan man sige, at vi er meget, meget forskellige. Fra store virksomheder med op til 100 sale drevet superprofessionelt med en stor stab, til ganske små biografteater, hvor medarbejderne er frivillige, der måske deltager i biografens arbejde engang hver 14. dag, og hvis eneste løn er fornøjelsen og det årlige filmtræf.

MARKEDETS SPILLERE

Når man driver biografteater, kommer man i kontakt med en række spillere, der alle har indflydelse på, hvordan vores forretning går, og som vi samarbejder med for at få det bedste resultat.

Biografteaternes vigtigste samarbejdspartner er uden sammenligning filmdistributørerne. Systemet fungerer nemlig sådan, at en biograf ikke ejer de film, den viser, men lejer dem af en distributør. Alt efter størrelse og gruppetilknytning betaler man en procentsats af omsætningen, og det er selvfølgelig med til at påvirke en films indtjeningssevne i biografteatret; men det giver også den effekt, at går filmen godt

betaler vi meget, går filmen dårligt betaler vi mindre. På en måde kan man sige, at vi derved deler noget af risikoen ved at sætte en film på programmet med udlejer. Det er ikke sjovt for nogle af parterne, hvis en film ikke lever op til forventningerne. Distributøren har investeret store summer i kopier og markedsføring, og vi andre har en tom sal fredag aften.

Andre samarbejdspartnere kan være reklamebureauer, medier, samt virksomheder og institutioner i det område, hvor ens biograf er placeret.

KÆDERNE

Det danske biografteatermarked er domineret af kæderne og de store provinsbiografteater. Den største kæde er uden sammenligning Nordisk Film Biografteater, der har 15 biografteater spredt ud over landet med hovedvægten lagt på København, Århus, Ålborg og Odense. Tilsammen råder de over ca. 100 sale.

Ingen andre udbydere i Danmark når bare op på siden af dette. Som eksempel kan nævnes, at Sandrew Metronome har 2 biografteater og booker film til to yderligere, og at CinemaxX har 2 biografteater og 1 på vej. Resten af de væsentlige biografteater finder man blandt "De 15", som er den forening, der repræsenterer biografteater i de mellemstore provinsbyer som Kolding, Herning, Vejle, Horsens, Randers osv. En del af disse biografteater ejes af Nordisk Film Biografteater, andre er selvstændige. Nordisk Film Biografteater er også den eneste med en egentlig marketingafdeling, hvilket betyder meget for deres dominerende plads i landskabet, og p.g.a. deres mange biografteater kan de lave arrangementer og kampagner, der dækker hele landet.

MAND-KONE, NØRDER & KOMMUNALE

En anden gruppe, der også er værd at lægge mærke til, er de biografteater, der opererer i de mellemstore byer, f.eks. Middelfart, Køge, Struer eller i størrelsen lige nedenunder, såsom Frederiksværk og Hornslet. Sammen med de kommunale biografteater i Københavns omegn udgør de en gruppe, der driver biografteater som forretning; men på et niveau hvor det ofte er "mor", der sælger billetterne, og "far", der viser filmen. Aften efter aften står de i deres biografteater med tæt kontakt til deres publikum og en deraf følgende meget fin fornemmelse af, hvad publikum ønsker. I denne gruppe opstår ofte mange af de ideer, som de lidt større biografteater efterfølgende adopterer, f.eks. BabyBio (formiddagsforestillinger for mødre/fædre med helt små børn), og de fleste har filmklubber for alle tænkelige alders- og smagsgrupper. I denne gruppe finder man også nogle af de nærmest nørdede biografteaterfolk, der enten har fundet på at bygge en biografteater med tre sale i en by med 800 indbyggere (Klovborg), eller som får stablet en 3-sals biografteater på benene ved stædigt over en årrække at samle penge ind, sælge sponsorater og overbevise kommunen om, at byen bare ikke kan leve uden en biograf (Struer).

Mange mindre biografteater har en nær tilknytning til de kommuner, de hører til, enten fordi de direkte er ejet af kommunen, hvilket er tilfældet med en del biografteater i Københavns omegn, eller fordi kommunen giver driftstilskud eller stiller lokaler vederlagsfrit til rådighed.

Det giver stabilitet og arbejdsro til de pågældende, og det er med til at sikre, at publikum kan få adgang

til biografoplevelsen i deres lokalområde, uanset om det måtte dreje sig om en stor premierebiograf eller en lidt mindre lokalbiograf.

FILMBOOKNING

Hvordan får man fat i en film? Det er faktisk et spørgsmål, som jeg ofte konfronteres med. Den bedste måde at beskrive det på er nok ved at tage udgangspunkt i nogle konkrete eksempler. Nordisk Film Biografer f.eks. har, med deres 100 sale, en decideret bookingafdeling, hvis hovedopgave er at sørge for, at de rigtige film placeres i de rigtige biografer og på de mest hensigtsmæssige tidspunkter. Afdelingen ser film på festivaler, men de ser også mange enten hos distributørerne eller i deres egen screeningsbiograf. Når dette er sket, forhandler de med distributøren om, hvorvidt og hvornår de forestiller sig at vise den pågældende film. Hvilke biografer, filmen kommer op i, kan også være et forhandlingsobjekt, specielt hvis filmen er egnet til visning i Imperial i København. For ikke at tale om datoer. Der foregår løbende et spil, der først og fremmest involverer de store biografer og distributørerne, om hvornår en film skal op. Her konkurreres der biograferne imellem; men også udlejerne deltager i dette spil, hvor alle forsøger at placere sig så optimalt som muligt. For udenforstående kan det nogen gange virke helt kaotisk. Film kan flytte dato, som de fleste skifter underbukser, og man skal være vågen og på dubberne, hvis man skal følge med. Der foregår forhandlinger og byttehandler på kryds og tværs, og nogle gange tror man, at syv film skal op på samme dag i f.eks. marts. På en eller anden måde regulerer det altid sig selv, for hverken distributører eller biografer er interesseret i at sætte f. eks. to danske film for den samme målgruppe op samtidig eller to film med Eddie Murphie inden for den samme måned. Et godt eksempel på, at markedet regulerer sig selv, er den nye James Bond film, der oprindeligt skulle være kommet op stort set samtidig med *Ringenes herre* i december, men som fornuftigt nok i bedste forståelse alle parter imellem, er blevet flyttet frem til januar 2003.

Andre vigtige redskaber til at skaffe sig det overblik, som det hele faktisk drejer sig om, er trailere og informationer på nettet og selvfølgelig de trykte filmblade som Variety og Screen. Det er redskaber, man også benytter i en mindre biograf. Her tager man ligeledes de danske anmeldelser og resultater

med i betragtning, for filmen kommer måske først et par uger efter danmarkspremieren. Så får man lejlighed til at se, hvordan den går i de store biografer, inden man beslutter sig for at vise den.

Nogle film er sikre kort. Det er ikke svært at gætte, hvordan det vil gå, f.eks. *Ringenes herre*, mens andre er næsten umulige at forudse. Her spiller det selvfølgelig også ind, hvilken profil ens biograf har, for der er stor forskel på at booke til BioCity, Tåstrup eller Grand Teatret i København. I de mindre kæder eller enkeltbiografer bookes filmene oftest af lederen eller en filmchef.

MARKEDSFØRING

Biografer markedsfører sig meget forskelligt alt efter størrelse. Nordisk Film Biografer og nogle af de store biografer bruger megen energi og mange penge på at markedsføre både film, biografoplevelsen og sig selv. Nordisk Film Biografer har f.eks. investeret i udviklingen af et prisbelønnet netbaseret loyalitetsprogram www.biozonen.dk.

Under markedsføringen hører også bestilling og salg af billetter på nettet. Bestilling på nettet er på nuværende tidspunkt ret almindeligt og salget er stærkt på vej op, f.eks. sælger CinemaxX billetter via nettet; men også andre er startet, og mange er på vej.

CONSESSION

En biograf har to forretningsområder, salg af billetter og salg af drikkevarer og slik. En virksomhed som Nordisk Film Biografer har en hel afdeling, der ikke laver andet end at købe ind, arbejde med den rigtige indretning af salgsområderne, samt udarbejde salgskampagner. Men alle større biografer arbejder med at sammensætte menuer, så man kan lokke publikum til at købe måske lige lidt mere, end de egentlig havde tænkt sig. Et klassisk trick er f.eks. at kalde den mindste størrelse cola-cola et børnebæger - hvilken teenager eller ung menneske vil bede om en børne-cola? - og så har man allerede solgt minimum en mellemcola. Man arbejder også med, hvilke målgrupper der er til de enkelte film, for der bliver garanteret solgt flere marcipanbrød til film à la *Gosford Park* end til *American Pie*. Consession udgør alt efter biografens karakter et sted mellem 10-35% af omsætningen.

EN ARBEJDSPLADS' RYTME

En arbejdsdag i en biograf er ikke som på andre

arbejdspladser, for det virkelige arbejde begynder først, når alle andre går hjem. Vi er virksomme om aftenen, og medarbejderstaben er for manges vedkommende deltidsansatte studerende. Ofte møder de enkelte medarbejdere ikke hinanden, og ledelsen arbejder mest om dagen, hvor distributører og andre leverandører holder åbent.

I de mindre biografer, hvor lederen selv er en del af vagtplanen, er problemet selvfølgelig mindre; men i de større biografer er dette noget, som ledelsen konstant må arbejde med, hvis alle skal være orienterede om relevante emner.

Heldigvis er mange af de personer, der arbejder i biografer, interesserede i film, og man kan møde mange billettsælgere, eller andre, der ved rigtigt meget og har set mange film. Filmoperatører er en hel verden for sig. Til dette job kræves personer af en lidt speciel støbning, for de skal kunne lide at arbejde på skæve tidspunkter, alene og i mørke. Det skal også være mennesker, der har fornemmelse for præcision, for en film starter altså kl. 19.00 og ikke 19.07.

Hverdagen for en filmoperatør er ensom og rutinepræget, og når der endelig sker noget, er det som regel en katastrofe, hvor man ikke kan få filmen til at køre korrekt. En operatør skal kunne håndtere det pres at vide, at der sidder 500 personer nede i salen, som hurtigt bliver utålmodige, og som måske som konsekvens bliver nødt til at få billetten refunderet, hvis der ikke inden for overskuelig tid findes en løsning.

GLÆDEN VED PUBLIKUM

Drivkraften ved at arbejde i en biograf er først og fremmest det at opleve publikums glæde ved film- og biografoplevelsen. Det er herligt, når man som biografleder har forsøgt at spore sig ind på publikums smag i netop ens biograf, og de så står der fredag aften kl. 19.00 og venter på at komme ind. Det giver også en enorm nervøsitet, for du ved jo aldrig, om du har gættet rigtigt, før selve premiere-dagen er overstået. Det mest fantastiske, der findes, er, når ganske almindeligt betalende publikum begejstres, og for dem, der ikke forstår, hvad jeg taler om, vil jeg anbefale en tur i f.eks. Imperial, når Pierce Brosnan første gang viser sig på lærredet på premiereaftenen til en ny James Bond film. Så ved man, hvorfor FILM SKAL SES I BIOGRAFEN ■

DANSKE BIOGRAFER - EN PARAPLYORGANISATION / Forkortelse & daglig tale: **DB** / Karakteristika: Paraplyorganisation for 169 biografer i Danmark organiseret i fire underforeninger. Bestyrelsen består af tre medlemmer fra hver underforening

UNDERFORENINGER

FORENINGEN AF PREMIEREBIOGRAFER I KØBENHAVN, ÅRHUS, ODENSE OG AALBORG / Forkortelse: **FP**, i daglig tale Premiereforeningen / Karakteristika: Premierebiografer i de største danske byer samt mindre biografer i de samme byer med interessefællesskab / MEDLEMMER Nordisk Film Biografer, (Kbh., Århus, Odense, Tåstrup), CinemaxX, (Kbh., Odense), Dagmar (Kbh.), Grand Teatret (Kbh.), Kinopalæet (Lyngby), Café Biografen (Odense), Øst for Paradis (Århus) og Tycho Brahe Planetariet (Kbh.)

FORENINGEN AF STØRRE PROVINSBIOGRAFER "DE 15" / Forkortelse & daglig tale: **"De 15"** / Karakteristika: Premierebiografer i de større danske provinsbyer / Medlemmer: Biocenter (Kolding), Grand Teatret (Randers), Lido Teatret & Regina Biograferne (Vejle og Fredericia), BioCity (Esbjerg), Cinema Center (Helsingør), BioCity (Herning), Scala (Holstebro), ABC Biografer (Horsens), Scala Bio (Nykøbing F), Næstved Bio (Næstved), Kino 1-2-3 (Roskilde), Bio 1-2 (Silkeborg), Fotorama (Viborg). Nordisk Film Biografer ejer 50-100% af biograferne i Kolding, Herning, Hillerød og Esbjerg

FORENINGEN AF STORE PROVINSBIOGRAFER / Forkortelse & daglig tale: **FSB**, også kendt som "Lailas gruppe" (navnet på den forrige formand) / Karakteristika: Biografer i mindre provinsbyer. Repertoiret består både af Danmarkspremierer og film, som bookes til visning 3-10 uger efter premieren / Medlemmer: Palads Teatret 1-3 (Frederikshavn), Kino 1&2 (Grenå), Kosmorama 1+2 (Haderslev), Grand Bio (Holbæk), Kino 1+2 (Kalundborg), Køge Bio (Køge), Middelfart Bio & Café (Middelfart), Kino 1+2 (Nyborg), Kino (Ringsted), Skive Biocenter 1+2 (Skive), Biografen 1-2 (Slagelse), Kosmorama 1-2 (Sønderborg), Kino 1-2 (Thisted), Biografen 1+2 (Tønder), Bio 1&2 (Varde), Biograf-cafeen (Vordingborg)

FORENINGEN AF MINDRE OG MELLEMLIGE BIOGRAFER / Forkortelse & daglig tale: **FMFB** / Karakteristika: Alt fra biografer med Danmarkspremierer (FSB karakter) til biografer, der kun viser film få dage om ugen. Biograferne er geografisk spredt over hele landet / Medlemmer: De resterende danske biografer, ca. 5-6 mindre biografer har ingen foreningstilknytning

KUNSTBIOGRAFEN SOM MULTIPLEX

Grand Teatrets position på det danske biografmarked er helt speciel. Biografen er multibiograf og art cinema i ét, og denne spændvidde afspejles også i programmet, der omfatter alt fra barsk socialrealisme til *Ringenes herre*.



Foto: Jan Buus

AF KIM FOSS

Grand Teatrets status som Københavns mest distingverede biograf er ikke af nyere dato. I gamle dage var stedet kendt under kælenavnet Filmens Kongelige Teater.

Oprindeligt var Grands store sal bygget som koncertsal til Palace Hotel (tegnet af Anton Rosen i 1910 og regnet for et af jugendarkitektens hovedværker). Efter nogle omskiftelige år, hvor teatret både hed Empire og Metropol, blev salen i 1923 overtaget af Thora Daugaard og Urban Gad, der sammen havde fået bevilling til at drive biograf på Strøget med sidegader.

På det tidspunkt forbød lovgivningen sammenblanding af udlejning og biografdrift, og Urban Gad, som stod for driften, kæmpede en sej kamp for at få udlejerne til at tage de bedste film til landet, så de kunne blive vist i Grand. Ved hans død i 1947 skrev Berlingske Aften: "Grand Teatret er lidt mere end et almindeligt biografteater. Det har opført flere lodige film end måske noget andet teater." Urban Gads enke Ester overtog bevillingen og drev Grand frem til 1974, hvor Kai Michelsen og Peter Refn overtog det efterhånden stærkt nedkørte etablissement.

UNDERHOLDNING MED HOLDNING

Peter Refn kom fra kunstbiografen Camera på Sdr. Boulevard, som han siden 1965 havde drevet sammen med Knud Hauge. De importerede deres egne kvalitetsfilm; men publikumsbesøget var svigtende. De første år i Mikkel Bryggers Gade var vanskelige, men med Filminstitutets hjælp lykkedes det at gennemføre en række renoveringer. Da multibiograferne begyndte at skyde op i hele landet, blev antallet af biografale også udvidet i Grand, således at der i 1977 var fem sale.

Parallelt med biografen drev Peter Refn sit eget importselskab, Camera Film, der stod for en mindre del af Grands premierer, men ikke kunne forhindre, at biografen i lange perioder befandt sig på randen af konkurs.

Peter Refns filosofi var at fastholde et kvalitetsprogram. "Underholdning med holdning" var (og er!) mottoet, men den dårlige økonomi nødvendiggjorde af og til et par afstikkere. En overgang var Palle Fogtdal medindehaver. Det betød et økonomisk vendepunkt med mange vigtige investeringer, bl.a. caféen og en sjette biografale i 1988.

Siden er de øvrige sale også blevet renoveret, ligesom det kinotekniske udstyr er blevet forbedret i erkendelse af, at publikum ikke længere vil lide for kunsten.

ART CINEMA MED HØJRE HÅND

Ved Peter Refns død i 1994 overtog Kirsten Dalgaard direktørhvervet. Hun har fortsat og fastholdt kvalitetslinien i en grad, så biografen i år blev valgt til Københavns bedste af Urban: "Man mærker, at denne art cinema er drevet med højre hånd, og at orden og konsekvens går fint i hånd med filmoplevelser fra den mere alternative verden," lød begrundelsen.

Man behøver da heller ikke at indånde luften i Grands foyer i mange sekunder for at mærke, at stedet kan leve op til sit motto. 'Biografen for de store filmelskere,' lyder sloganet, og denne filmpassion udstråler både publikum, personale og biografens direktør, Kirsten Dalgaard.

Kirsten Dalgaard er en af dansk films ildsjæle. Ved siden af biografen driver hun importselskabet Camera Film, og desuden beklæder hun en række tillids-

poster i filmbranchen, nationalt som internationalt.

Grand gælder for at være en art cinema, men med hele seks sale kan den drives som en regulær multibiograf (multiplex på godt gammelt engelsk). Det er vel et privilegium?

"I høj grad; men det er også en ulempe, for man skal jo også kunne forsyne salene med film. Men sådan som filmudbuddet ser ud lige nu, skal jeg ikke klage. Og så hjælper det, at udvalget er blevet så bredt. Ligesom andre af de mindre kommercielt anlagte biografer lever vi ikke af europæisk film alene, men profiterer f.eks. også af, at den amerikanske uafhængige film er blevet så velkonsolideret."

De mange sale giver vel også en fleksibilitet, hvis én film pludselig går dårligere end forventet?

"Det såkaldte arthouse-publikum er langsom på aftrækkeren; men hvis en film ikke starter godt, kan vi holde den på plakaten alligevel, bare med færre daglige forestillinger. På den vis kan vi pleje filmen og få spredt lidt *word of mouth*. Det lykkedes f.eks. med *Bænken*, der ikke startede sensationelt, men efterhånden bed sig så godt fast, at den endte med at gå hos os i over et halvt år."

Jeres markedsføringsbudget er lavere end popcornbiografernes. Så er pressens opbakning vel ekstra vigtig?

"Ja, for os er redaktionel omtale den måske vigtigste måde at få publikum i tale på. Overvejende synes jeg, at vi får en fin støtte i pressen, men der hersker også en dobbeltmoral. Det er tit, at vi mister omtale på de små film, fordi spalteplassen for 1. gang skal bruges til den samme store Hollywood-film. Sight & Sound har netop valgt Edward Yangs *Yi Yi* (importeret af Camera Film) fra Taiwan som en af de sidste 25 års ti bedste film i verden; men en avis som Information havde den ikke engang i stjerneboksen, da den gik hos os. Og finder en lille film vej til Informations hitliste, så er det sjældent, at alle fire anmeldere har set og vurderet den. Det giver jo en slags kritisk skævrindning, også selvom selve anmeldelsen – og den var positiv i det konkrete tilfælde – naturligvis er det vigtigste."

ARTFILM PÅ RETUR?

I forhold til 70'erne er der færre art cinemas herhjemme, i hvert fald i København. Og distributørerne er heller ikke blevet flere. Er artfilmen på retur?

"Det tror jeg ikke. Niveaue er nok det samme som før, premiererne er bare ikke spredt ud over så mange biografer. På distributionsfronten er der samtidig sket en betydelig professionalisering. Sandrew Metronome er et godt eksempel på et selskab, der forstår at markedsføre arthouse-film, så deres kommercielle potentiale udnyttes. I gamle dage var det hele mere hovsa-agtigt. Man købte en film, og pludselig skulle den bare op – uanset om man havde fået produceret plakater eller tænkt på nogen form for lancering."

Var publikum mere taknemmeligt i gamle dage, hvor der virkelig var cinéaster til?

"Dengang var kendskab til film noget, man kunne hævde sig på. I dag er filmkunsten blevet hvermands eje, og publikum hopper begejstret på kryds og tværs mellem genrerne. Jeg syntes, at der er en stor filmforelskelse blandt vore kunder, og jeg bliver stadig imponeret over den sagkundskab, og lægger for dagen, når man falder i snak i foyeren."

Så vilkårene for visning af artfilm er måske ikke så ringe endda?

"Det er svært, for antallet af rigtig gode artfilm er ikke stort. Men vi prøver at holde publikum til ilden,

og er da nået dertil, at folk går i Grand uden at tjekke programmet i forvejen. De ved bare, at der vil gå en film, som de vil have lyst til se. Men det kræver selvfølgelig, at man fastholder sine kvalitetsparametre, for skuffes folk bare én gang, skal de mange gange omkring biografen, før tilliden er genvundet."

STØTTE ER ALTAFGØRENDE

Er situationen den samme i det øvrige Europa?

"Jeg ville lyve, hvis jeg sagde, at det gik supergodt. For nogen film går det godt. Mange gør som os og holder biografen i gang ved at importere egne film. Når man rammer jackpot – som vi gjorde med *Amelie* i foråret – kan man trække på succesen i lang tid.

Vores force er, at vi både er elitære og det modsatte. Og det er vel også det, en film som *Amelie* kendetegnes ved. Her både udfordres og underholdes publikum, og det er sådan en puls, der får folk til at opsøge biografen igen.

Filminstitutets importstøtte er tænkt som en filmstøtte og ikke en biografstøtte, men den er vel vigtig for biograferne alligevel?

"Ordninger af den slags er altafgørende for art cinemas. Hvis den ordning ikke fandtes, ville vi næsten ikke have andet end amerikanske og danske film i biograferne. Det ville da være trist, ikke mindst for publikum. Det er instituttets sikkerhedsnet kombineret med diverse EU-midler, der gør, at vi tør satse på de mindre kommercielle film."

Hvordan uddeles EU-støtten?

"I distributionsleddet er det Media Plus, der støtter. Det foregår – som så meget andet i EU – på meget fransk manér, dvs. efter succeskriterier. Som reglerne er lige nu, så støttes dels automatisk efter, hvor mange billetter man sælger, og dels støttes der selektivt på 50/50-basis. Når en film som *Amelie* går godt, starter man på en god spiral: Vi får ca. fire kr. i støtte pr. solgt billet, og de penge er øremærket til nye importere.

På biografafforten er det Europa Cinemas, der støtter. For at være kvalificeret, skal man vise minimum 45% europæiske film i biografen (inklusive nationale film, red.). Og så kræves det, at biografen er i takt med udviklingen og f.eks. betjener sig af EDB og har en hjemmeside. Man har også inspireret til, at art cinemas kultiverer børnefilmen, for det er jo her, at vort fremtidige publikum starter. På den måde tvinger man samtidig de mere alternative biografer til at blive moderniserede, og det har bestemt ikke været dårligt for de mange art cinemas, som er tilknyttet ordningen."

Hvordan med samarbejdet herhjemme? Europa Cinemas er et vidt udbygget netværk, men man har ikke indtryk af lignende samdrægtighed herhjemme.

"De folk, der driver art cinemas, er oftest individualister, der vil gøre tingene på deres egen måde, så selvfølgelig er der uoverensstemmelser. Men gennemgående har vi et fint samarbejde. Tænk bare på Filmporten, hvor vi har introduceret en slags Filmklub Danmark for art cinemas" ■

Europa Cinemas' støtte strækker sig over 1101 lærreder i 454 biografer fordelt over 267 byer i 49 lande – mest i Europa, men også i Mellemøsten og det tidligere Sovjet. Herhjemme er Grand, Gloria, Vester Vov Vov, Øst for Paradis i Århus og Cafébiografen i Odense støttet af Europa Cinemas. Yderligere information på www.europa-cinemas.org

Filmporten er en landsdækkende filmklub, der arbejder på 'at styrke den såkaldte smalle kvalitetsfilm og den kvalitetsbevidste biograf, men også at imødekomme den kvalitetsbevidste biografgænger'. Ordningen kører på andet år. Sæsonen 2002-2003 blev indviet af Pedro Almodóvars *Tal til hende*. Yderligere information på www.filmporten.dk

TESTS, TAL & TRACKING

AF LOUISE HAGEMANN
LANCERINGSKOORDINATOR DFI

I begyndelsen mødte idéen om tests en del skepsis og modstand i branchen, fordi man frygtede 'amerikanske' tilstande, men i dag er den økonomiske og praktiske hjælp til at gennemføre tests en mulighed, som mange producenter og distributører benytter sig af. Derfor mener DFI, at det er vigtigt fortsat at kunne reservere tilskudsmidler til tests. For der er ingen tvivl om, at producenten og distributøren i langt de fleste tilfælde vil prioritere kampagnen, hvis valget står mellem at skulle bruge pengene på kampagnen eller en test.

10 SPILLEFILM TESTET I 2002

Der er siden 1999 blevet testet 25 spillefilm, og antallet af filmtests i 2002 er fordoblet i forhold til de tre foregående år. De 10 film der er blevet testet i år er *Polle Fiction*, *Humørkortstativsælgerens søn*, *Wilbur begår selvmord*, *At kende sandheden*, *Lykkevej*, *Se til venstre, der er en svensker*, *Midsommer*, *Dogville*, *It's All About Love* og *De grønne slagtere*. At det nu er langt flere film, der testes, skyldes i høj grad, at producenter såvel som distributører er blevet meget professionelle og mere fokuseret på, at filmen skal nå et potentielt publikum.

Filmtestene kan bruges til at finpudse filmen i klippefasen og tilrettelægge og målrette markedsføringen af den i lanceringsfasen. De første film, der blev testet, var især film, hvor man var særligt usikker på målgruppens vurdering af dem. Testresultaterne blev brugt til at tilpasse kampagnen, f.eks. *Bornholms stemme*, hvor det bl.a. på baggrund af testen blev besluttet, at komedien skulle være det bærende element i markedsføringen. Det var også genrefilm som *Dykkerne* og *Grev Axel*, hvor vi undersøgte, hvordan målgruppen modtog et nyt dansk bud på henholdsvis en ungdomsspændingsfilm og historisk komedie. Eller en film som *Bænken*, hvor testresultatet heldigvis gav en klar fornemmelse af, at publikum var meget positivt stemt overfor en så stærk socialrealistisk film.

Nu testes alle slags film. Vi har også testet børnefilm, og er netop ved at tilrettelægge en test af *En som Hodder* senere på året.

Til en filmtest rekrutteres ca. 250 personer i udvalgte biografer i København ud fra specifikke målgruppekriterier som køn, alder, hvor ofte de går i biografen, og så skal de have set mindst 2 af 5 udvalgte, sammenlignelige film. Testene foregår typisk i Cinematekets biografer; men de gennemføres også i andre biografer i København. Da københavnernes smag jo ikke altid er repræsentativ for hele landet, har vi også testet film i Jylland, f.eks. blev *Polle Fiction* testet i Holstebro og *Monas verden* blev testet både i København og i Herning. Typisk kommer ca.

200 personer til selve visningen og udfylder et spørgeskema, efter de har set filmen.

Analyseinstituttet I&A bearbejder resultaterne, hvoraf de vigtigste naturligvis er publikums overordnede vurdering af filmen, og hvorvidt de vil anbefale den. Man kan også undersøge specifikt, hvad f.eks. de 30-35-årige kvindelige læsere af Politiken synes om filmen.

Filmene testes nu oftere og oftere på et tidspunkt, hvor der endnu er 2-3 uger tilbage af klippeperioden, således at den til tider nervepirrende oplevelse af at se filmen sammen med et publikum på 200 personer i en rigtig biograf, sammenholdt med svarene i spørgeskemaet, kan bruges i arbejdet med at klippe filmen færdig. På dette tidspunkt har instruktøren og klipperen ofte en del spørgsmål til publikums forståelse af filmen, og derfor har vi nogle gange suppleret eller erstattet spørgeskemaundersøgelsen med en fokusgruppeundersøgelse.

I en fokusgruppeundersøgelse inviteres en udvalgt gruppe til at diskutere filmen i detaljer f.eks. hos et analyseinstitut, mens folkene bag filmen kan overvære samtalen via videokameraer, og det er altid en meget spændende og lærerig oplevelse. Der er naturligvis stor forskel på en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse og kvalitativ fokusgruppeundersøgelse, og valget af metode afhænger i meget høj grad af, hvad det er, man vil have ud af testen. Enhver test

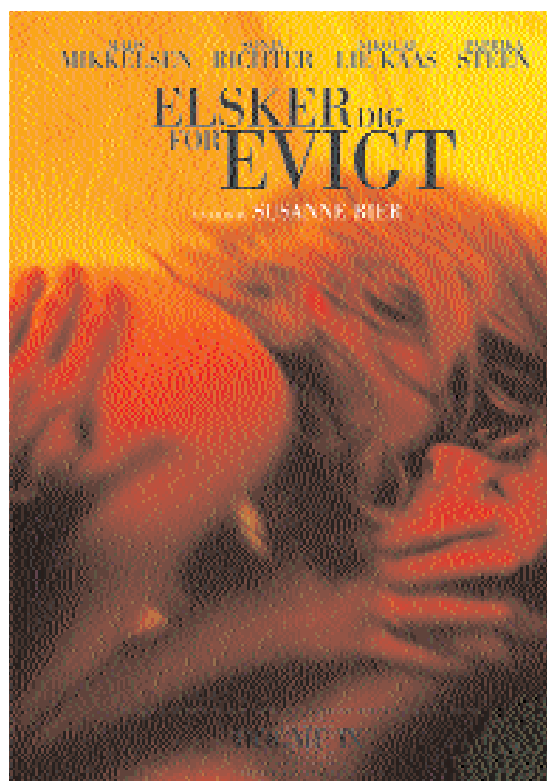
udarbejdes i tæt samarbejde med producenten og distributøren.

Selvom den enkelte filmtest først og fremmest bruges som et resultat i sig selv, giver et bredt sammenligningsgrundlag på 25 film os nu en mulighed for at sætte et niveau for, hvad der er et godt resultat. Mange andre faktorer som markedsføring, konkurrence situation, anmeldelser, kopiantal, vejr osv. spiller også en afgørende rolle for, hvor mange der i sidste ende kommer i biografen og ser filmen.

TRAILERTEST

I lanceringsstøtteordningen var det oprindeligt et krav, at markedsføringskampagnen (trailer og plakat) skulle testes, før producenten/distributøren kunne modtage lanceringstilskud. Men i modsætning til filmtesten, der kræver et forholdsvis lille engagement fra producent/distributørens side, er det nødvendigt at have udkast til kampagnemateriale af en vis mængde og kvalitet for at kunne teste dette. Det har i praksis vist sig vanskeligt at have et tilstrækkeligt godt markedsføringsmateriale på et så tidligt tidspunkt, så dette krav er nu bortfaldet. Vi tester dog stadig materialet, hvis vi og producenten/distributøren finder det ønskeligt.

I den første fireårige periode har vi benyttet mange forskellige former for tests afhængig af hvilket materiale, der skulle testes og målgruppens sammen-



Plakatforslag 1. Design: Paul Wilson/Yellow 1



Plakatforslag 2. Design: Paul Wilson/Yellow 1

Biografmarkedet er præget af en meget hård konkurrence, og åbningsweekenden bliver mere og mere afgørende for filmens totale omsætning. Derfor er det nu endnu vigtigere end tidligere at tilrettelægge og målrette markedsføringen så godt som muligt. Her er tests et vigtigt redskab, som DFI siden indførelsen af den nye lanceringsstøtteordning i 1999 har tilbudt producenter og distributører som supplement til det almindelige tilskud til lancering.

sætning. Trailerne til *Wilbur begår selvmord* og *Skagerrak* er lige blevet testet i en biograf, hvor publikum som ved filmtesten udfyldte et spørgeskema med deres bedømmelse. Her er det springende punkt selvfølgelig, om man får lyst til at se filmen.

På et tidligere stadie i processen omkring tilblivelsen af traileren er den typiske testmetode en fokusgruppe, hvor udvalgte i målgruppen vurderer og diskuterer traileren ofte i sammenligning med andre trailere. Nordisk Film var f.eks. i tvivl om, hvorvidt publikum kunne forstå traileren til *At kende sandheden*, fordi det er en så kompliceret historie med mange personer og flere tidsperioder. Derfor gennemførte vi en fokusgruppeundersøgelse, og da det blev bekræftet, at respondenterne havde svært ved at forstå traileren, og at den ikke gav dem tilstrækkelig lyst til at se filmen, blev der klippet en ny trailer.

PLAKATTEST

Når vi tester plakater, afhænger metoden igen af, hvad man ønsker at teste. Nogle gange er det mest optimalt at diskutere forskellige bud på plakater i en fokusgruppe, som det var tilfældet med plakaten til *Klatretøsen*. Især i udviklingen af plakater til film for børn og unge kan fokusgrupper være god metode, fordi denne målgruppe typisk afkoder visuelle udtryk anderledes end de voksne, som står bag kampagnen.

I slutfasen af udviklingen af kampagnen har vi ofte benyttet en såkaldt 'hall test', hvor man spørger en større mængde personer om deres vurdering af konkrete forslag til plakater. Det foregår i biografernes foyerer, hvor interviewere viser publikum de forskellige plakater og får deres reaktioner. I forsommeren gennemførte vi en sådan undersøgelse af to plakاتفorslag til *Elsker dig for evigt*. Begge plakater er gode; men da de er meget forskellige, ville man undersøge, hvilken målgruppen syntes bedst om. 167 personer i Palads, Dagmar og Palladium blev spurgt om deres vurdering af plakaterne: Hvilken genre de forbandt med plakaten, og om den gav dem lyst til at se filmen i biografen. Respondenterne associerede plakاتفorslag 1 med kærlighedsfilm og erotik, hvorimod plakاتفorslag 2 i højere grad signalerede drama. Der var en lille overvægt af de adspurgte og især mændene, der foretrak plakاتفorslag 2, og da man fra distributørens side havde et ønske om, at kampagnen også skulle appellere til mændene og som modspil til filmes titel signalere, at det var et drama, så var testresultatet medvirkende til, at det endelige valg faldt på denne plakat.

TITELTEST & TRACKING

Er *At klappe med én hånd* og *Fukssvansen* gode filmtitler? Det blev ca. 150 personer spurgt om i biografene, og svarene indgik i de overvejelser,

som instruktøren, producenten og distributøren havde om titlerne til disse film. Et testresultat er sjældent meget overraskende, fordi det som oftest bekræfter de fornemmelser, man i forvejen har. Men vurderingen fra 150 personer i målgruppen kan være med til at afgøre den løbende diskussion mellem instruktøren, producenten, distributøren og DFI omkring lanceringen af en film.

En interessant og lærerig måling er 'exit-undersøgelsen', hvor publikum spørges på vej ud af biografen: Hvad der havde fået dem i biografen, og om de vil anbefale filmen osv. Herved kan man se, om den reelle målgruppe stemmer overens med den forventede. 93% af 905 personer, der havde set *Italiensk for begyndere* d. 9.-11. december 2000, ville "helt sikkert anbefale filmen", hvilket jo gav en klar indikation af den kæmpemæssige succes, som filmen da også blev.

I sommer undersøgte vi mulighederne for lancering af børne- og familiefilm i sommerperioden, bl.a. ved at interviewe publikummet til *Ulvepigens Tinke*. I forbindelse med lanceringen af de seneste Dogmefilm blev det undersøgt, hvorvidt Dogmebegrebet fortsat skulle bruges i markedsføringen af disse film. 674 personer blev interviewet over telefonen i november 2000. Her viste det sig at 92% havde kendskab til begrebet dogme; 19% var særdeles positivt og 43% overvejende positivt stemt overfor Dogmefilm. Dette er blot nogle få eksempler på, hvordan kvantitative undersøgelser har været brugt.

Gennem de seneste to år har DFI i samarbejde med film distributorerne gennemført en løbende tracking af de fleste danske og udvalgte udenlandske film. Et analyseinstitut ringer hver eneste dag året rundt og spørger den danske befolkning mellem 13 og 44 år, som går i biografen mindst to gange om året, om de kender til kommende film, og om de regner med at skulle se dem i biografen. Denne ugentlige måling af kendskabet og forventningen til at se filmene fordelt på demografiske kriterier som køn, alder, bopæl, husstandsstørrelse, hjemmeboende børns alder og besøgsfrekvens i biografen viser, hvor stærke filmene er i forhold til konkurrerende film, og disse tal kan ligesom testene bruges til at justere eller styrke markedsføringsindsatsen ■

STØTTEORDNINGER UNDER DISTRIBUTION & FORMIDLING / DFI

LANCERINGS- OG KOPITILSKUD: DFI yder et tilskud til lancering af danske spillefilm på 50% af lanceringsbudgetter over 250.000 kr. op til 500.000 kr. Derudover gives der 40% i tilskud til lanceringsbudgetter over 1.250.000 kr. op til max. 750.000 kr. i samlet lanceringstilskud. Der ydes ca. 50% tilskud til distributionskopier og trailere. (Se vilkårene på www.dfi.dk/filmstøtte/støtteordninger).

IMPORTSTØTTE: DFI giver hvert år importstøtte til 20-30 kunstneriske kvalitetsfilm. Heraf gives ca. halvdelen til enkelte filmtitler efter ansøgning fra distributøren og halvdelen til importører/distributører, der så selv kan vælge hvilke 3 film tilskuddet skal bruges til. Import- og lanceringstilskuddet gives til film, der distribueres i min. 2 kopier, og her udgør støtten 80.000 kr. Distribueres filmen i 3 eller flere kopier er tilskuddet 120.000 kr. Halvdelen af tilskuddet skal bruges til lancering af filmen. Derudover gives der et filmlejetilskud til de første 15 biografte, der viser filmen efter premierebiografte. (Se vilkårene på www.dfi.dk/filmstøtte/støtteordninger).

ARTICINEMASTØTTE: Gloria Bio, Vester Vov Vov, Husets Biograf, Posthus Teatret i København, Café Biografen i Odense, Øst for Paradis i Århus, Biffen i Ålborg, Café Slotsbio i Hillerød og Film 6000 i Kolding modtager p.t. et tilskud til artcinema-aktiviteter på op til 300.000 kr. Derudover kan alle andre biografte søge om tilskud til særlige projekter, der har til formål at styrke arthouse filmmiljøet i Danmark.

BIOGRAFSTØTTE: DFI yder konsulentrådgivning og økonomisk tilskud til at gøre de lokale og regionale biografte attraktive for publikum bl.a. gennem teknologisk opdatering og renovering. Derudover ydes tilskud, i samarbejde med lokale kommuner, til etablering af biografte i lokalsamfund, hvor biografkulturen er forsvundet.

Det er vigtigt at understrege, at i medfør af det nye filmforlig og tilskudsbudgettet for 2003 vil DFI generelt have færre støttemidler til visse af de ovennævnte aktiviteter. Man kan derfor ikke påregne automatisk at få støtte på samme niveau som i 2002.

DFI har gennem de sidste 4 år i samarbejde med analyseinstitutterne opbygget en betydelig erfaring med de her beskrevne former for tests og har dermed bidraget til branchens øgede fokus på dette område. DFI håber fortsat at kunne tilbyde branchen tilskud til tests, som forhåbentlig også fremover kan medvirke til at styrke markedsføringen af de danske film overfor de udenlandske.

2002 I DE DANSKE BIOGRAFER

AF JIMMY BREDOW
LANCERINGSCHIEF DFI

2002 ser ud til at kunne blive det bedste år for de danske biografer i næsten tyve år. I skrivende stund (medio november) er der solgt cirka 10,4 mio. biograf-billetter, og publikum har endnu årets formodentlig to største film til gode: *Harry Potter og Hemmelighedernes Kammer* og *Ringenes herre - De to tårne*, så inden året er omme, er der formodentlig solgt omkring 13 mio. biograf-billetter, hvilket er det bedste resultat for branchen siden 1983.

Årsagerne til dette særdeles gode resultat skal man finde i et samspil af en række forskellige faktorer.

Ser man først på udbudet af film, så har det været et usædvanligt godt år. Sidste års to store succeser, *Harry Potter* og *Ringenes herre*, spillede begge langt ind i det nye år og gav biograferne en forrygende start på året. Sommeren 2002 viste sig også at være særlig god, idet den bød på flere af årets største film, heriblandt *Star Wars: Attack of the Clones*, *Spider man*, *MIB2*; *Gamle mænd i nye biler* og *Minority Report*. I alt blev der solgt omkring 500.000 flere billetter fra primo maj til ultimo august i 2002 end i den tilsvarende periode i 2001.

Men det har ikke kun været action- og underholdningsgenren, som har fungeret kommercielt i 2002. Også på børne- og familiesiden har der været et usædvanligt stort udbud og en række pæne succeser: *Monsters Inc.* og *Klatretøsen* i vinterferien, *The Ice Age* og *Peter Pan - tilbage til ønskeøen* i påsken, *Asterix og Obelix 2* og *Ulvepigen Tinke* i foråret og sommeren, efterfulgt af *Spirit* og *Lilo og Stitch* i starten af efteråret - og endelig blev efterårsferien domineret af *Min søsters børn i sneen* samt *Stuart Little 2*. I alt har disse

film samt en række af de øvrige børne- og familiefilm solgt omkring 2,5 mio. billetter i det forgangne år.

Det er også værd at notere sig Biografklub Danmarks store succes i 2002. Biografklubben, der hovedsageligt henvender sig til et lidt mere modent og kvalitetsbevidst publikum, havde en meget stærk sæson i 2001/2002 og har i sæsonen 2002/03 haft sit bedste år nogensinde med et forventet medlemstal på imellem 135.000 og 140.000. Dette har naturligvis også påvirket omsætningen for en række film i de respektive sæsoner, ikke mindst *Jeg er Dina* og *Elsker dig for evigt* samt den danske film *Okay*, som blev det foretrukne valg for klubbens 'frit valg' film.

Endelig er det også nærliggende at antage, at den gennemgribende biografrenovering, som en meget lang række biografer landet over har gennemgået, også afspejles i et voksende antal besøgende. Ikke alene har den forbedrede biografstandard givetvis fremmet biografens faste publikums lyst til at se film, men mange biografer har også differentieret sig således, at biografen ikke længere kun skal appellere til det traditionelle ungdomspublikum, men også i højere grad til et mere kulturelt orienteret publikum. Dette kan naturligvis ikke dokumenteres direkte ved at se på den samlede biografomsætning på årsbasis, men det har formentlig betydning i det samlede billede.

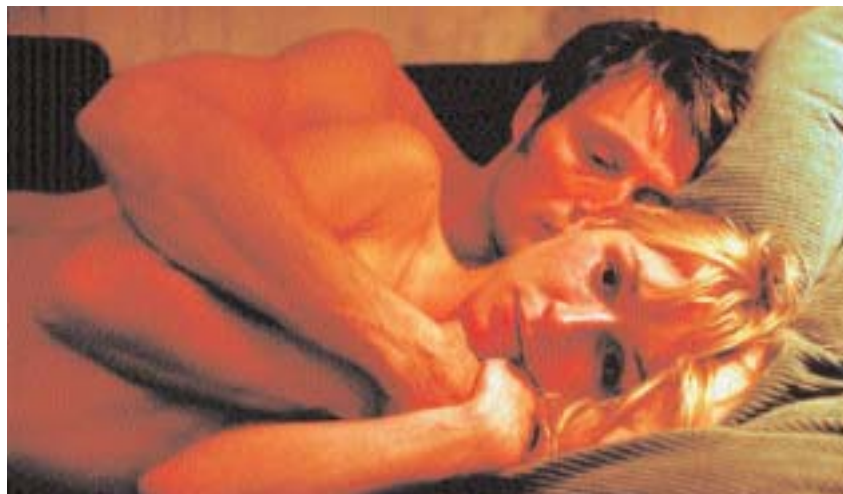
Sidstnævnte årsag giver også begrundet håb om, at den positive udvikling i salget af biografbilletter kan fortsætte. Hvis en generelt forbedret biografstandard kan være med til øge publikums biograffrekvens, kan man forestille sig, at det på længere sigt vil kunne løfte markedet betydeligt og gøre branchen mindre sårbar ■



Sommeren 2002 viste sig at være særlig god, idet den bød på flere af årets største film, heriblandt *Gamle mænd i nye biler*. Frame grab



På børne- og familiesiden har der været et usædvanligt stort udbud og en række pæne succeser. *Klatretøsen*. Foto: Jens Junker-Jensen



Biografklub Danmarks store succes i 2002 har naturligvis også påvirket omsætningen for en række film i de respektive sæsoner, ikke mindst *Elsker dig for evigt*. Foto: Rolf Konow



Okay blev det foretrukne valg for Biografklub Danmarks 'frit valg' film. Frame grab

FINANSIERING PROJEKTLEDELSE MARKETING INTERAKTIVT DESIGN DRAMATURGI INTERFACE DESIGN

International efteruddannelse er en central del af EU's kulturprogram MEDIA plus, som støtter udvikling, distribution og efteruddannelse indenfor film, tv og multimedier. I perioden 2001-2005 er der afsat 400 mio. euro (knap 3 milliarder kr.), heraf 50 mio. euro (ca. 375 mio. kr.) til uddannelse. FILM præsenterer her et udpluk af kurser indenfor 'new media'. Pris og yderligere informationer om de enkelte kurser kan fås hos MEDIA Desk Danmark, tlf. 3374 3442 / www.mediadesk.dk



Brunhild Bushoff

SAGAS WRITING INTERACTIVE FICTION

Formålet er at forbedre deltagernes færdigheder i at skrive fiktion til interaktive medier. Der arbejdes i hold med at udvikle interaktive narrative koncepter. Fokus er på det eksperimentelle, og erfaring med interaktive medier er ikke nødvendig. Der udbydes fire fem-dages kurser årligt - emner i 2002 var: "Interactive Digital Movie-making Workshop", "Interactive Scripting Workshop", "Mobile Gaming Workshop" og "Developing Interactive Narrative Content". Kursusprogram for 2003 udkommer i december 2002.

SAGASNET

En gang årligt afholdes "Developing Interactive Narrative Content Seminar", hvor en uges foredrag og workshops afdækker en række områder, som skal beherskes i forbindelse med udviklingen af interaktiv underholdning. I modsætning til "Sagas Writing" er dette seminar mere pragmatisk. Man kan vælge "kun" at deltage i seminaret eller vælge at ansøge med et projekt og således kombinere seminaret med en række individuelle konsultationer med eksperter på områderne finansiering, projektledelse, marketing, interaktivt design, dramaturgi og interface design. Kursusprogram for 2003 udkommer i december 2002.

Kontakt Brunhild Bushoff, c/o Bayerisches Filmzentrum, Bavariafilmplatz 7, D-82031 München, Tyskland. Tlf.: +49 89 64 98 11 29 / www.sagasnet.de / sagasnet@sagasnet.de

ECD / EUROPEAN CONCEPT DEVELOPMENT FOR MULTI PLATFORM

Kurset henvender sig til professionelle i mediebranchen med lille eller ingen erfaring med "cross-platform projects". Kurset er delt op i tre 1-uges moduler fra marts-juni 2003 med flg. indhold: konceptudvikling, platformmuligheder, interface design, interaktiv storytelling, og afslutningsvis vil fokus være på at få udviklet et projekt/koncept til "pitch-stadie". Imellem modulerne vil der være fjernundervisning.



Rob Prass

ECD/ MASTERCLASS ITV AND FUTURE MEDIA

Kurset henvender sig til professionelle i mediebranchen, som har erfaring med "cross-platform concepts". Man ansøger med et projekt, som har potentiale til flere platforme. Kurset er delt op i tre 1-uges moduler fra sept.-dec. 2003 med flg. indhold: Modul I: Konceptudvikling (udvikling, præsentation og analyse), samt overblik over nye teknologier. Modul II: Udvikling af koncept/projekt-prototype. Modul III: Produktion, herunder juridiske aspekter, finansiering, forretningsplaner/strategi, etc. Ind imellem modulerne vil der være fjernundervisning.

Kontakt Rob Prass, Media Academie, Noorderweg 2, NL-1221 AA, Hilversum, Holland. Tlf.: +31 35 646 6242 / r.prass@media-acad.nl / www.media-academie.nl



Jorge Varela

EUROPEAN MASTER IN VISUAL EFFECTS

Kurset, som har fokus på visuelle effekter, løber over 13 uger og har flg. indhold af hver en uges varighed: The anatomy of the film (and TV) production, Colour and Digital Image, Compositing Basics: The Matte, Compositing Basics II: Motion, Keying/pulling Mattes I, Keying/pulling Mattes II, Rotoscoping and Motion Tracking, Advanced Rotoscoping and Motion Tracking, Introduction to CGI compositing and 3D, Non-linear editing and TV graphics, Client Driven Projector Self Driven Work, The Flame Class Outline. Kurset finder sted i Madrid, med kursusstart i februar 2003.

Kontakt Jorge Varela, En Efecto, C/ Moreto 1, Madrid 28011, Spanien. Tlf. +34 91 524 98 80 / jvarela@ecam.es / www.iev.info

INTERACTIVE TV AUTHORIZING AND PRODUCTION (ITAP)

Dette kursus dækker alle aspekter indenfor Interactive digital television (IDTV). Kurset er bygget op omkring følgende 5 fire-dages moduler fordelt over 10 måneder: Scriptwriting, Pre-production, Multimedia skills, Production, Program Creation og Post-production. Ydermere skal deltagerne producere to IDTV programmer. Kurset finder sted fra april 2003 - jan. 2004 i Portugal, og består af klasseundervisning og fjernundervisning.

Kontakt Sandra Rocha / Manuel José Damásio, Universidade Lusofona das Humanidades e Tecnologias, Av. Do Campo Grande, 376, 1749-024 Lissabon, Portugal. Tlf. + 351 21 751 55 00 ext. 173 / sandra.rocha@ulusofona.pt / www.ulusofona.pt



Sandra Rocha



Manuel José Damásio

ACADEMY OF CONVERGING MEDIA

Converging Media udbyder to typer kurser. Modul I, "Introduktion til interaktivt indhold", som omhandler forfatterens rolle, introduktion til ny teknologi, "flowcharting" og manuskript, samt produktionsplanlægning. Modul II belyser emnerne: det nye marked, mediekonvergens, "communities" og produktionsplanlægning. (Modul I er for deltagere med lille eller ingen erfaring med "new media"). Kurset finder sted i Berlin, og forventes afholdt i juni 2003 (modul I) og august 2003 (modul II).



Stefanie Bastian

Kontakt Stefanie Bastian, Academy of Converging Media, Linienstr. 155, D-10115 Berlin, Tyskland. Tlf.: +49 30 30 87 93 23 / sbastian@academy-of-converging-media.de / www.academy-of-converging-media.de

EUROPEAN MULTIMEDIA TEACHERS TRAINING

Kurset henvender sig primært til undervisere og eksperter fra film og medieskoler. Formålet er at skabe et internationalt forum, hvor deltagerne kan lære om "new media", udveksle erfaring, etablere et netværk, og diskutere og udvikle nye undervisnings-teknikker og redskaber. Kurser af 3 dages varighed afholdes to gange årligt i forskellige europæiske byer. Tidligere kursusemner: "on-line communities", "Interactive script writing: role playing games, character building", "Interactive environments, physical interfaces".

Kontakt Hélène Fantl, La Fémis, 6 rue Francœur, Paris 75018, Frankrig. Tlf.: +33 1 53 41 21 42 / h.fantl@femis.fr / www.femis.fr

DIGITAL MEDIA MANAGEMENT

Tre gange om året afholdes et tre-dages seminar med fokus på bl.a. de forandringer, som ny teknologi indebærer for produktion og distribution. Kurserne består af forelæsnings om formiddagen og workshops/case-studies om eftermiddagen. Deltager man med et projekt, er der mulighed for at modtage rådgivning i forbindelse med projektets finansiering og budget. Seminarerne bliver afholdt i en række forskellige europæiske byer. 26-28. maj 2003 afholdes det i København.

EMMDIS - EUROPEAN MASTER IN THE MANAGEMENT OF DIGITAL INTERACTIVE SERVICES

Et 3-måneders kursus i Paris, som omfatter alle aspekter af indholdsproduktion til digitale medier, fra management til tekniske aspekter. Programmet er opdelt i 9 teoretiske moduler, kombineret med en workshopdel (jan.-marts 2003), et 2-måneders praktikophold, samt en større skriftlig opgave. Erfaring med multimedier er ikke nødvendig for at ansøge. De 9 moduler har følgende overskrifter: Characteristics of the

new economy, The challenges of convergence, New media companies management, Development of Projects for new media, Digital and interactive contents production, E-commerce of audio-visual and interactive products and spin-offs, Online distribution and marketing, Television on the internet and Legal aspects of new media contents production and commercialisation.

Kontakt Ana Vinuela, INA-TRAM, 4, av. de l'Europe, F-94366 Bry-sur-Marne Cedex, France. Tlf.: +33 1 49 83 33 44 / www.ina-tram.com



Ana Vinuela

ID3 PROJECT

Kurset henvender sig til multimedia- og kommunikationsdesignere med mindst 2 års erfaring i digital produktion eller andre med mindst to års erfaring med produktion af interaktive medier, der er interesserede i digitalt design. Kurset består af tre 3-dages kurser, samt fjernundervisning i den mellem-liggende periode.

Kontakt Caesar Mendoza, Istituto Europeo de Design, Via Pomba 17, 10123 Torino, Italien. Tlf. +39 011 8125160 / master@torino.ied.it / www.id3online.net

MULTIMEDIA MASTER ONLINE

På dette 6 måneders-kursus gennemgås de forskellige faser i forbindelse med produktionen af et multimedia produkt, dvs. udvikling, produktion, distribution, marketing, juridiske aspekter, tekniske aspekter og finansielle forhold på multimedie markedet. Kurset er delt op i klasseundervisning i Salerno, Italien og fjernundervisning.

Kontakt Renata Santoro, MAGICA, Via Lucullo, 7, 00187 Rom, Italien. Tlf.: +39 06 4 20 0651 / r.santoro@mediamaster.org / www.audiovisual.org

Af Charlotte Appelgren
MEDIA Desk Danmark
Foto: Kirsten Bille



LEARNING BY LAUGHING

I november slog Det Danske Filminstitut dørene op for det digitale filmstudie for børn og unge: FILM X. Kim Skotte, kritiker, og Anne Bertram, daglig leder, introducerer det nye interaktive oplevelsesrum.





Fotos: Per Morten Abrahamsen



TØSEBANDEN I STUDIET

Der blev gået til den med fnis, flyttefilm og frømandsdragter, da Anja, Emma, Louise og Sara Simone prøvede kræfter med filmhåndværket. "Leaning by Laughing er ikke den ringeste form for pædagogik", konstaterer Kim Skotte.

AF KIM SKOTTE

Dinosaurerne i de københavnske gader har det lynsnare, rovgriske bevægelsesmønster, man med en gysen genkender fra den farlige Velociraptor i *Jurassic Park*. Pludselig får den største raptor øje på pigerne, der højt oppe over gadebilledet balancerer på en planke mellem to balkoner. Med blottede tænder og piskende hale springer den tilvejs og snapper med sit dødbringende gab efter pigernes haser. En af dem mister balancen og træder ved siden af den frelsende planke med et forskrækkeligt hviiiiii! Fulgt af en fnisen. En fnisen?! Det kan da vist ikke være rigtigt.

Og det er det da heller ikke. Anja, Emma og Louises forsøg på at undslippe dinosaurerne er nemlig en illusion. Den foregår på en grønt malet baggrund i Filmhusets nye filmskolestudie Film-X. En såkaldt green screen. De tre 12-årige piger kan kun få øje på et eneste væsen af tilnærmelsesvis samme alder som en dinosaur. Nemlig en fuldvoksen Fotosaurus ved navn Per Morten Abrahamsen, der skræver rundt i det grønne på jagt efter sit bytte. Til gengæld kan de tre pigers klassekammerat, Sara Simone, med egne øjne se de sultne dinooer i de københavnske gader. Som instruktør og kamerafører er hun den eneste, der på billedskærmen kan se de virtuelle dinosaurer, der gør livet usikkert for hendes tre veninder.

Anja, Emma, Louise og Sara Simone fra Øster Farimagsgade Skole i København er nogle af de første børn, der bliver sluppet løs i Film-X. Her skal de lære,

at film er et holdarbejde. Her vil de få en fornemmelse af, at denne, den mest livagtige af alle kunstformer, er én stor omgang synsbedrag. Den store illusion. En kontinuerlig sammenkædning af enkeltstående billeder og kulsorte kunstpauser. En sammenflikning af vidt forskellige elementer. Hvis pigerne et øjeblik løftede blikket fra deres eget drama, ville de kunne få øje på tankevækkende oplysninger på skillevæggene i Film-X. I en spillefilm på 90 minutter er der 129.600 billeder og i gennemsnit foretaget 6-700 klip. Så det er bare med at gå i gang. Man kan jo altid starte med at få en scene i kassen. "Jeg vil godt være den, der skal reddes," udbryder Emma inden mødet med dinosaurerne. "Jeg vil gerne være instruktør," erklærer Sara Simone. Eftersom også de to andre 12-årige skønne sild in spe hellere end gerne vil være skuespillerinder, er rollefordelingen uproblematisk. Men det ender nu alligevel med at blive Louise, der skal reddes, mens det bliver op til Emma og Anja at få baksset hende over balkonens rækværk inden hun ender som dinoføde. Dyremad kan i øvrigt bruges til meget får man at vide. På væggen kan man læse, at den svuppene våde lyd, der ledsagede robotten T-1000 i *Terminator 2*, når den gik igennem mure og anden hård materie, såmænd var lyden af hundemad, der blev hældt langsomt ud af dåsen!

SCENE 2

Dinosaur-scenen bliver skudt i et studie, der er en blanding af reel kulisse og virtuel action. Nu hænger pigerne slængkapperne på plads. De skal videre i programmet. Hvad slængkapper og dinosaurer i København egentlig havde med hinanden at gøre, stod vist alligevel aldrig helt klart for nogen af de implicerede parter. Det næste studie er 100% virtuelt. Scenen er i stil med tegnefilmen *Hjælp! jeg er en fisk*. Pigerne ifører sig frømandsdragter og svupreklaprende svømmefødder. Det er velvoksne dragter, så iltfla-

skerne hænger nærmest som halen på et fedthalefår bag på dem. Det varer ikke længe før det første "Pyyha! Hold kæft, hvor er det varmt", siver ud fra den ene af de formummede skikkelser. At være frømand er et varmt kostume i et studie. Scenen udspiller sig på havets bund. Det gælder om at bjærge en kæmpeperle uden at blive spist af den sultne haj eller blive svømmet over ende af rokker og kæmpe-skildpadder. I den tomme grønne kulisse går det hurtigt op for Louise, Emma og Anja, at det kræver god fantasi, at lade som om, når scenen er tom. Instruktør Sara Simone opdager på sin side, at det i et virtuelt rum er temmelig nødvendigt, at instruere sine skuespillere, så de ved hvornår faren truer, og fra hvilken retning hajen kommer. Men det er svært at nå at instruere og styre kameraføringen, når der både er nærbillede og total at skifte imellem. Så med dykkerbrillerne skubbet op i panden bliver Louise en ny generations Dan Laustsen eller Anthony Dod Mantle. Pigerne filmer en anden verden, dybt nede på havets bund. Men stik imod gængse forestillinger udelukker hverken trykket og iltmanglen i det våde element kollektive fniseanfald. "Hvad er drama andet end livet med de kedelige afsnit klippet bort!" maner kække filmhistoriske ord på væggen. Men her i Film-X er der at dømmes efter latterudbruddene og de hektisk røde kinder slet ikke noget, der minder om kedelige afsnit!

SCENE 3

Baggrunden er den samme anonyme green screen, men sceneskiftet er radikalt.

Nu befinder pigerne sig ikke længere på havets bund, men på hylderne i en gammeldags butik. Som nisser i en julekalender er Anja og Louise reduceret til to tommelider på bolsjerov. Glasset med rabarberbolsjer rager op over deres hoveder, når de prøver at nå låget. Altså på billedskærmen. Det lykkes dem at



få fingrene i en bismarcksklump af stof på størrelse med en trekantet fodbold, men det gælder om at være vaks, for inden man får set sig om kommer købmanden med bolsjeskeen. AAAAAhhhhrrrrgg!!! Købmand Kæmpehånd! Langsomt vænner pigerne sig til ikke at holde øje med billedskærmen og i stedet modtage instrukser. De vænner sig til at spille skuespil og illudere.

Langsomt vænner instruktøren sig til at udstede instrukser, og ikke bare betragte begivenhederne på billedet. Skal man lave film, skal man have noget at skulle have sagt. Og man skal huske at sige det. Ved siden af instruktør S. Simone er det nu Emma, der fotograferer og dirigerer. 3-2-1-Nu! Næsten som ved magi toner helt automatisk nogle grundlæggende dramatiske spilleregler frem.

SCENE 4

“Neej, hvor er den sej!” udbryder Sara Simone ved synet af den mørkegrønne Morris Mascot, der udgør den næste kulisse. Det gælder bagprojektion. Ved siden af hænger billeder af dansk film i fuld fart. Poul Reichhardt i *Det store løb*. Olsen Banden bag rattet. Og nu også Tøsebanden fra Østerfarinagsgade. De bliver hurtigt enige om at vælge ‘Biljagten’ som tema fremfor ‘Strandvejsturen’ og ‘Den flyvende bil’. Det er straks sværere at beslutte, hvem der skal sidde bag rattet. Der må trækkes lod mellem de tre skuespillerinder. Louise vinder retten til rattet. Sammen med Emma trækker hun nylonstrømpebukser over hovedet, mens Anja på bagsædet er gidslet med solbriller af en størrelse, der er en fordums filmstjerne værdig.

Det bliver en dramatisk jagt. Snart ligger en fjendtlig Jaguar lige i halen på dem. Den er ikke til at ryste af. Det bliver en drabelig jagt langs havnebassinnet. “Vi er her til venstre for Jyllingevej!” snerrer Emma bankrøveragtigt i mobiltelefonen til de medsammen-svorne i den anden ende af forbindelsen. “Vi har stjålet

5 millioner kroner. Kom med vores ekstra flugtbil!” På bagsædet prøver Anja at slå fra sig, men får kun fat i en tot af Louises hår. Flugtbilens chauffør er ikke helt glad ved situationen, men styrer koncentreret videre. Emma med nylonstrømperne blafrende om hovedet vapper gidslet én med en blå plastikskovl. Jaguaren er stadig lige i hælene på dem. Sara Simone har forståeligt nok glemt alt om at instruere, men står bare og stirrer hypnotiseret på det kaotiske drama, der udspiller sig i den ubevægelige Morris Mascot.

“En gang til,” siger Sara Simone stædigt. Måske har hun smugkikket på citaterne på væggene, hvor man også kan læse Hitchcocks berømte påstand om at skuespillere skal behandles som kvæg. Denne gang bliver historien snakket igennem på forhånd. Snart er dramaet on the waterfront intenst: “Jeg hugger hende sgu i småstykker! Shit, vi bliver forfulgt af en sort Jaguar! Der er detektiver! Vi må gøre noget! Vi har et sindssygt kvindemenneske med i vores bil!” I Kina spiser 12-årige piger åbenbart hunde til morgenmad. Den er lige til gysermusik og effektlyde i lydstudiet, men det tager tid at lave film, og da computer-netværket løber ind i en lille raptus kommer det til at knibe med at finde tid til at få lagt lyd på. En lille scene på et enkelt lille minut tager tid at lave. Det er måske den vigtigste filmmoralske lektion, eleverne får i Filmskole-X. Skal illusionen være troværdig tager det tid og koster kræfter og omhu. Det er helt enkelt og meget kompliceret at lave film.

SCENE 5

Fra geråus til kameraarbejde og de mest nødvendige overvejelser om instruktionens mysterier er turen igennem Film-X et effektivt og inspirerende minustudie i håndværket bag filmkunsten. De fire piger har haft en fest med dinosaurer, hajer, biljagter og dræberbolsjer. Så det er næsten en slags pusterum, da de sætter sig ned to og to, og laver flyttefilm med

Jannik Hastrups Cirkeline-figurer. Det er animation i sin mest basale form. Skægt og ligetil at sidde med. Samtidig med at det giver en meget konkret fornemmelse af det enorme knokleri al animation involverer. 24 billeder til et sekunds film. På skærmen kan pigerne straks se resultatet, når de har flyttet en arm eller ben på en figur. Koncentrerede tryller de snart en lille filmfortælling frem. I 120 billeder fortælles der om Cirkelines besøg ved pølsevognen og om en is og et godt pigeselskab med indlagt snubleri. Flipbogen slutter cirklen mellem animation og skuespillere. Foran et kamera skal pigerne opføre en situation på tre sekunder. Resultatet bliver 36 enkelte billeder, der kommer ud af en billedautomat og derefter samles i en såkaldt flipbog. Når man flapper bogen igennem hurtigt, bliver de enkelte billeder til den illusion om sammenhængende bevægelse, vi kender som levende billeder. Kort og godt film.

Man kan ikke nå meget på få sekunder. Lidt rask ultravold er en oplagt løsning. En mavepuster i slow-motion og en hat, der derfor flyver af. Et voldeligt overfald udført med en slatten ballon. Og så siger man, at drenge er voldsomme!

SLUTSCENE

Den nye filmskole for børn og unge har filmens værksted som sit pensum og fantasien og nysgerrigheden som sit vigtigste redskab. Learning by Laughing er ikke den ringeste form for pædagogik. Da eftermiddagens lektion er forbi for Anja, Emma, Louise og Sara Simone er de enige om, at en reprise er ønskelig, og jo før jo bedre. “Det er svært at være instruktør. Men jeg kan godt lide det,” sagde Sara Simone. Det første sagt med et lille suk. Det andet sagt med et drømmende udtryk i øjnene. Så hvem ved, måske er det om føje år Lone Scherfigs arvtager, der her toner frem fra den nye filmskole med pensum i børnehøjde ■



Fotos: Per Morten Abrahamsen

Efter cirka fire år på idéplan og godt to år under udvikling er det interaktive filmoplevelsesrum FILM-X en realitet.

FILM-X

AF ANNE BERTRAM
DAGLIG LEDEK FILM-X

Det seneste halve år, hvor jeg har været ansat som daglig leder af FILM-X, har det summet i det hjørne af Cinemateket, hvor boghandlen tidligere lå. Håndværkere og designere, programmører og teknikere har – sammen med mange andre – omhyggeligt arbejdet på at realisere et så ambitiøst projekt som FILM-X. Intet er blevet overladt til tilfældighederne i denne 'barselsperiode'. Materialer, farver og grafisk design er nøje afstemt efter hinanden – lige fra fladskærme til planchevægge. De forskellige studier er placeret, så man sikres arbejdsro under filmoptagelserne i hvert enkelt studie. FILM-X er blevet et friskt og harmonisk rum med appel til den helt unge generation af mediebrugere.

PROGRAMERKLÆRING

Målet med FILM-X er at give børn og unge mulighed for aktivt at lære mere om film gennem det praktisk-produktive filmarbejde. FILM-X skal være stedet, hvor børn og unge kan opleve og lære mere om filmens virkemidler, historie og produktionsgange. Et sted, der inspirerer og udfordrer, og hvor oplevelse, leg og indlæring forenes i produktionen af film. Aktiviteterne i FILM-X er baseret på interaktivitet. Det skal bidrage til, at børn og unge udvikler en forståelse for filmens sprog og styrker deres analytiske og kritiske bevidsthed, når det gælder de levende billeder. Samtidig kan de blive mere fortrolige med computermediet.

AKTIVITETER

FILM-X har fem optagestudier: Studie 1, Studie 2, Studie 3, Studie 4 og Animation. Kameraerne i de enkelte studier er fastmonterede og betjenes fra fladskærm med mus.

Til hvert studie hører skræddersyede kostumer og diverse rekvisitter. Herudover er der et lydstudie samt syv klippestandere. I FILM-X Lab. kan man brænde sin færdige film på en CD-ROM, som man kan tage med sig hjem. På længere sigt vil vi supplere de enkelte studier med andre baggrundsfilm, ligesom softwaren kan udbygges og hardwaren udskiftes. FILM-X er som sådan ikke stationært men derimod et dynamisk filmoplevelsesrum, der spejler filmens tilblivelsesproces, sprog og historie – i et tidssvarende og fleksibelt miljø.

Studie 1 er et virtuelt studie med kulisser. Man optager i en blanding af et reelt og et computerskabt univers. Der er tre baggrundsfilm, man kan spille med i:

1. I 'Trylleheksen' kan man trylle en ruin om til et slot og ophæve en heks' forbandelse.
2. I 'Dinosaurerne' er man jaget af dinosaurer i Københavns gader.
3. I 'Eventyrslottet' er der lagt op til fri fantasi: Man digter en handling i en slotskulisse.

Studie 1 har ét kamera, der optager i fugleperspektiv. Studiet lægger op til både action, eventyr og romantik.

Studie 2 er et 100% virtuelt studie uden kulisser. Her kan man eksperimentere med 'green-screen'-teknik. Der er tre baggrundsfilm, man kan spille med i:

1. I 'På havets bund' skal man få fat i en perle på havets bund – og undslippe en haj.
2. I 'Bolsjebutikken' bliver man tryllet lillebitte og går på rov på disken i en bolsjebutik.
3. I 'U-båden' skal man dykke ind i en ubåd på jagt efter et skrin med en skat.

Studie 2 kræver, at man især arbejder med koordination af bevægelser, blikretninger samt finder på en tydelig handling. Studiet har to kameraer, der optager indstillinger i henholdsvis total og close-up.

Studie 3 er det historiske studie i FILM-X, hvor man kan prøve kræfter med bagprojektion. Man "kører" i en rigtig Morris Mascot og kan vælge mellem følgende tre baggrundsfilm:

1. I 'Biljagten' skal man forsøge at slippe fra en forfølger i en Jaguar.
2. I 'Strandvejsturen' kører man en tur på Strandvejen.
3. I 'Luft under hjulene' flyver man en tur henover et fjeldlandskab.

Studie 3 er som det eneste optagestudie forsynet med mikrofoner, så her er det muligt at arbejde direkte med dialog.

I Studie 4 er det muligt at arbejde med pixilation og stop motion – i form af en "flipbog" eller trickfilm. For at lave flipbogen skal man optage sig selv eller andre agere i 3 sekunder, alt imens et widescreen-kamera optager 36 fotografier, som printes ud på perforeret papir – lige til at samle i en flipbog. Aktiviteten er velegnet til at illustrere, at "levende" billeder er en illusion/øjets træghed. I Studie 4 kan man også optage en trickfilm ved hjælp af pixilation, og bagefter kan man lægge musik og effektlyde på. Studiet kan eventuelt også bruges til at optage "rulletekster" til sin filmoptagelse fra et af de andre studier.

I Animation arbejder man med tegne-flyttefilm. Der er forskellige tegnede baggrunde i studiet samt bl.a. Jannik Hastrups Cirkeline og Fredrik. Ud fra de valgte baggrunde og figurer skal man digte en handling og herefter omhyggeligt arbejde med stop motion. I Lyd kan man indspille dialog, og i Klip kan man lægge lyd og musik på sin tegne-flyttefilm. Det er muligt at medbringe sine egne tegnede baggrunde, helte og skurke til Animation.

I lydstudiet Lyd kan man indspille dialog, voice-over og effektlyd til sin film. Softwaren i dette studie har mange forskellige lydfilter, der forvrænger ens tale. For eksempel kan en lys stemme komme til at lyde dyb og uhyggelig.



Ved de syv digitale klippestandere Klip kan man redigere sine optagelser fra de forskellige studier samt tilføje lyd og musik. Det er også muligt at lave klippe- og lydøvelser her med præproducerede klip. Til Klip har Fuzzy udviklet en Musikalsk Værktøjskasse. Ud fra de musikalske grundelementer: Toner, rytmer og klange kan man 'komponere' et lille stykke musik til sin film. Der er 3 lydspor i Klip, så der er plads til både reallyd, effektyd, evt. voice-over og/eller musik.

FORLØB OG NIVEAU

Et besøg i FILM-X indledes med en introfilm i Bio Benjamin, der præsenterer de besøgende for mulighederne i FILM-X. Denne introduktion har samtidigt som funktion at stemme de besøgende til fordybelsen i filmarbejdet. Hernæst inddeles de i filmhold af 3-6 personer. Hvert hold placeres i et optagestudie, hvor hver enkelt ved hjælp af sit magnetkort logger ind ved at oplyse bl.a. navn, alder samt på hvilket niveau (A, B eller C), man ønsker at arbejde. Hvert hold arbejder på samme niveau, men det er muligt at differentiere holdene, hvilket er en stor fordel - den brede målgruppe taget i betragtning. Et besøg i FILM-X gennemføres med max. 28 personer ad gangen.

Niveau A er for børn fra 6 år / 0.-3. klasse - her er det muligt at øve skuespil, optage med ét kamera, indspille lyd samt tilføje musik til optagelsen. Niveau B er for børn fra ca. 10 år / 4.-7. klasse - her er det muligt at optage med to kameraer, tilføje præproducerede klip, indspille lyd og musik. Niveau C er for unge og voksne / fra 8. klasse, Gymnasiet/hf samt VUC. Her er det muligt at arbejde som på niveau B, derudover kan man kombinere fra forskellige studier til én forskellig studie til en film - til en samlet længde på max. 3 minutter. Et normalt forløb varer cirka 2 1/2 time - og inden for den tid er det realistisk at lave to til tre optagelser - i samme eller forskellige studier samt indspille lyd, 'komponere' musik og klippe. Det vil være en fordel, at skolebesøget i FILM-X integreres i et undervisningsforløb om film, sådan at besøget forberedes og efterbehandles på skolen.

Fra 2003 vil der blive tilbudt dagsforløb i FILM-X, hvor der bliver endnu mere plads til fordybelse i hver enkelt produktionsfase. Desuden planlægges for

foråret 2003 temauger med fokus på f.eks. instruktion og skuespil, musik og lyd, billedets æstetik og klipning etc. Disse temauger skal desuden forsøge at integrere det praktiske og det analytiske filmarbejde. I den sammenhæng er det oplagt at kombinere filmvisning i Bio Benjamin med produktion i FILM-X.

SKOLETJENESTEN FILM-X

DFIs samarbejde med Skoletjenesten medfører, at FILM-X kan tilbyde folkeskolen, gymnasiet/hf samt VUC (AVU/HF) undervisningsforløb i filmproduktion, temadage om film, undervisningsmaterialer og lærerkurser.

At lære om film handler om at forene det praktiske filmarbejde med en analysedel. FILM-X bestræber sig på at samle oplevelse, forståelse og handling. Skoletjenesten FILM-X har udarbejdet en lærervejledning og et differentieret undervisningsmateriale til besøget i FILM-X. Og det er meningen at et besøg integreres i undervisningsforløb om film på skolen. Her kan FILM-X både fungere som kickstart, mellemstation eller som afslutning.

Aktiviteterne i FILM-X skal inspirere børn og unge til at arbejde med forskellige filmteknikker og produktionsfaser, og de skal gøre sig konkrete erfaringer med effekten af deres fortælle-mæssige og æstetiske valg.

Mange gymnasier i Danmark har et film/tv-valgfag. Men filmundervisning findes langt fra som selvstændigt (valg)fag på landets folkeskoler eller lærerseminarer. Som regel er undervisningen i film integreret i danskfaget og ofte med en tung vægt på den analytiske dimension. Nogle skoler har investeret i videokameraer og redigeringsudstyr; men det er langt fra alle. DFI tilbyder med FILM-X skolerne nogle unikke faciliteter og mulighed for at få den praktiske dimension ind i filmundervisningen - i håb om, at FILM-X kan blive en saltvandsindsprøjtning til filmundervisningen på landets skoler.

WEEKENDBESØG

I weekenden er der åbent for alle, som har lyst til at prøve kræfter med filmproduktion. FILM-X danner rammen om aktivt og underholdende samvær i optagelsen og klipningen af korte film. Måske skal

familien have en fælles oplevelse - eller vennerne være sammen om noget, der kan være et alternativ til f.eks. café-turen eller museumsbesøget. Man kan også komme individuelt - og enten vælge at blive placeret i en gruppe eller at arbejde alene.

IKKE TIVOLI

Et besøg i FILM-X skal være en oplevelse, der er forankret i en læreproces om film! FILM-X er ikke et filmens Tivoli. Det handler om en arbejdsproces, hvor man skal være aktiv og bidrage. Publikum skal samarbejde om at skabe film - om at digte en handling, instruere et skuespil, indspille lyde, komponere musik og om at få filmen til at tage endelig form i redigeringsfasen. At skabe film er en proces med mange valg. Det er ikke ligegyldigt, hvordan Peter kigger i bakspejlet i "Biljagten", hvor i det virtuelle studie dykkeren svømmer, hvordan en nervøs stemme kan lyde, hvornår der klippes til et close-up, eller om musikken er harmonisk eller dissonerende. De forskellige filmiske virkemidler udgør i en endelig films kombination et helt særligt udtryk. Aktiviteterne i FILM-X skal styrke de besøgendes bevidsthed om de filmiske virkemidler og den filmiske fortælling. Og det er meningen, at børnene og de unge får kendskab til filmhistorien og en indsigt i, at filmsproget har en lang tradition med normer og nybrud.

EN VERDENSBEGIVENHED

FILM-X er intet mindre end en verdensbegivenhed. Det er det første netværksbaserede filmstudie specialdesignet til børn helt fra 6-årsalderen og op til unge på 18-19 år med en integreret software, der er differentieret på flere forskellige niveauer. FILM-X er et moderne filmstudie med appel til børn og unge med brugervenlighed og fleksibilitet. Hvorfor ikke udnytte de digitale medier, når nu de én gang for alle netop har muliggjort en fleksibel og dynamisk arbejdsproces? I betragtning af at FILM-X har en bred målgruppe, og at de besøgende skal gøre sig erfaringer med at skabe film på relativt kort tid, er det netværksforbundne studie helt ideelt ■

Se www.film-x.dk for nærmere oplysning

SAGSBEHANDLING OG DEN MODERNE AUTEUR

Filmkonsulent Vinca Wiedemann fløj i Film#24 i blækkhuset over Danske Filminstruktørers blad TAKE 24. Det har ikke just bragt hende i kridthuset hos formand for Danske Filminstruktører Ebbe Nyvold, som ser en del andre aspekter i de kreative processer.

AF EBBE NYVOLD
FORMAND DANSKE FILMINSTRUKTØRER

TAKE er et internt blad for instruktører, som er medlemmer hos Danske Filminstruktører. TAKE er det forum, hvor vi frit kan udveksle meninger og holdninger.

Når man citerer og bruger citaterne i en anden sammenhæng og publicerer det i et blad, der henvender sig til en meget større kreds af læsere, er det en unfair handling.

Det virker nærmest som om, det er filmkonsulent Vinca Wiedemanns fornemste opgave, at få filminstruktørerne til at fremstå sure og sølle. For ikke at blive udråbt som spassordæriver, komme med sure opstød eller andet der kan fremme forsuren af en god debat, vil jeg straks konstatere, at jeg synes, der er en nedladende tone i indlægget! Hensigten virker bagstræberisk, og den afspejler ikke virkeligheden i dag. Så er det sagt, og så vil jeg gerne parkere den del af debatten på et rangerspor – et sted i Sibirien, hvor den for min skyld kan stå fra nu af og til evigheden.

Det, som Danske Filminstruktørers blad TAKE 24 handler om, er grænser. Både de synlige og de usynlige, som er mellem instruktør, producent og sagsbehandlere på både Filminstitutet, tv-stationerne, distributøren og andre der skal give grønt lys til et filmprojekt.

Mængden af aktive instruktører bliver større og større. Det bliver sværere og sværere for den enkelte instruktør at få sin film igennem. Det er jo ikke sådan, at der bliver taget hensyn til, at så mange instruktører som muligt skal komme til fadet i en rimelig produktionsfrekvens.

Hvis vi ikke bare skal sidde uden for

og betragte denne problemstilling; men vil helt ind til kernen, så handler det dybest set om tillid. Om tillid mellem samarbejdspartnere, om tillid mellem faggrupper og tillid til, at de skrevne og uskrevne regler, som er i disse processer, bliver overholdt af alle.

For at undgå enhver risiko for at der vokser englevinger ud af ryggen på mig, vil jeg meget tydeligt anerkende alle de producenter, producere, filmkonsulenter og andre i branchen, der utrætteligt knokler for, at instruktøren skal få de optimale betingelser. Der er i mange tilfælde et fantastisk samarbejde, hvor alle har fokus og energi rettet mod, at vi skal få gode forhold at realisere et filmprojekt under.

Når instruktørerne har den position de har i dag, er det fordi de danske instruktører er fantastisk veluddannede. De ved, hvad det handler om, og de ved hvad de vil. Derfor er der heller ikke nogen grund til at puste til myterne om, at instruktører lider af galopperende selvsving, selvdyrkelse, selvvanvid, selvpromovering, og i øvrigt har et generelt sortsyn, som de plejer på deres lille kammer. Jeg er helt klar over, at der stadig er nogen i branchen, der gerne ser, at disse myter bliver opretholdt. Det er jo dejligt bekvemt at kunne henvise til, at det også bare er dét der kunstnersind, der endnu en gang er en besværlig størrelse. Det er noget femstjernet vær! Det er jo interessant at se, at nogle af de film der har været mest succesfulde, er dogmefilmene.

Dogmekonceptet bygger netop på, at filmen ikke skal igennem en hel masse vurderinger og smagsdommere osv. En af grundstenene er at give instruktøren mulighed for at lave en film – og så er det op til instruktøren,

at bruge de konsulenter vedkommende vil. Der er ikke nogen tvang. Det står den enkelte instruktør frit, om han vil bruge rådgivere eller ej. Dogmefilm er de film med mindst sagsbehandling og påvirkning. Det er der, vi har fået de bedste film gennem de sidste år.

Når instruktørerne føler sig presset i udviklingsprocessen, er det, fordi et filmprojekt i dag skal gennem flere nåleøjer, før det er klar til produktion. I alle faser prøver disse forskellige sagsbehandlere og konsulenter at påvirke projektet i den retning de synes, det skal bevæge sig. Instruktøren må hele tiden afveje kravene i forhold til det kunstneriske ansvar, som i sidst ende er instruktørens. Selvfølgelig kommer der også i sådan en proces en mængde gode indspark og ideer, som forbedrer og udvikler et projekt; men det er en meget fintfølelse balancegang, hvor forkerte beslutninger senere kan få katastrofale følger for filmen.

I et interview i Weekendavisen i sommer fortalte instruktør og manuskriptforfatter Anders Thomas Jensen, at alle i branchen kommer gennem denne vridemaskine, og skal have deres projekt vendt og drejet af et utal af personer på Filminstitutet, tv-stationerne, distributøren eller Nordisk Film- og tv-union.

”Alle har jo medbestemmelse her i landet. Det gør det svært at lave nogle rabiate ting i dansk film. Sådan er ånden. Strukturen er jo ikke til det. Skal du lave en film i Danmark, skal så mange ind over og bestemme. Filminstitutet skal være med til at bestemme. Distributøren skal have sine penge ind. Jeg tror ikke, at der er andre end Lars von Trier, som kan lave det, han vil – som får lov til det, hvis folk skal være helt ærlige, ikke. Sådan er det jo.”

(Manuskriptforfatter og instruktør Anders Thomas Jensen i Weekendavisen august 2002).

Instruktørens job indebærer, at man på et tidspunkt er derhenne, hvor ord, dramaturgiske begreber og dækningsløse løfter og hensigter ikke længere har vægt. Man kan kun mærke inden i sig selv, hvad der trækker i den rigtige retning.

TAKE 24 er et godt nummer af Danske Filminstruktørers blad. Det blotlægger nogle interessemodsætninger og kampe, der er i udvikling fra idé til produktionseget manuskript. Det bliver ofte beskrevet som en magt-

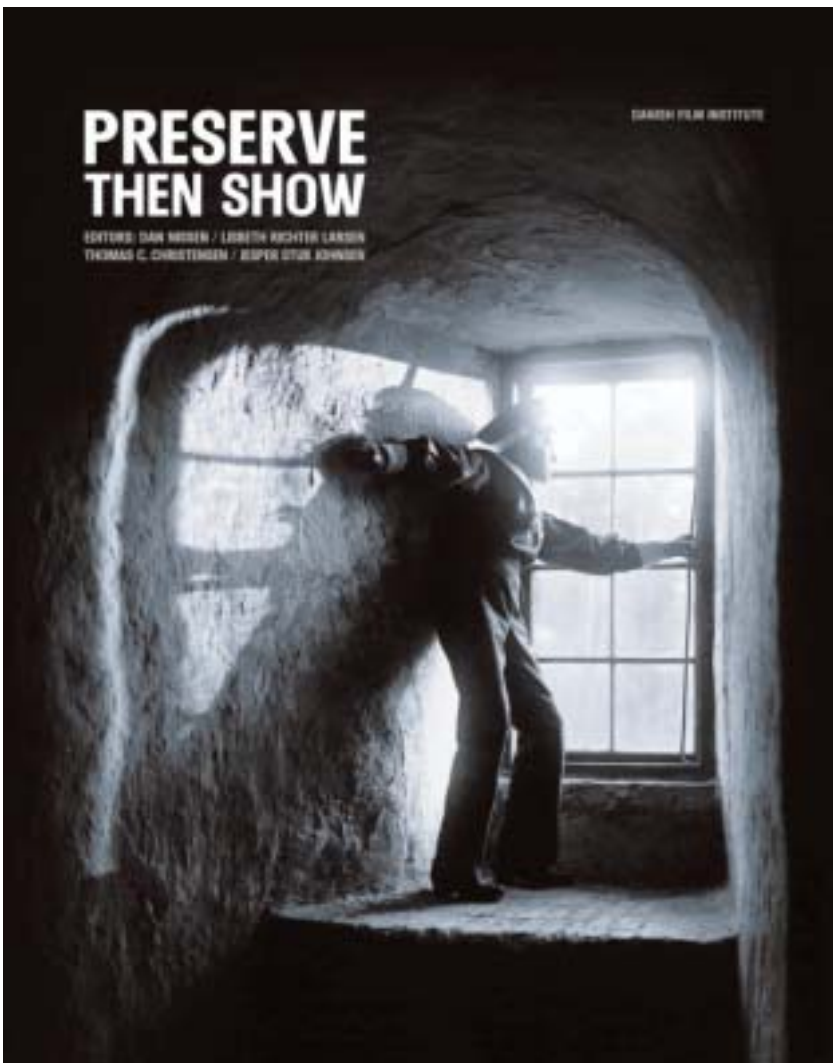
kamp om indflydelse på projektet. Det handler ikke bare om, hvem der skal sluge hvilke kameler, men også hvem der skal sluge de største og fleste kameler.

Instruktørerne har ikke en generel tilfredshed eller utilfredshed med Det Danske Filminstitut. Konsulentordningen er ikke den mindst ringe ordning. Det er den bedste! Der er meget stor opbakning til konsulentordningen blandt filminstruktørerne. Og når vi som organisation møder politikere, embedsmænd og andre forhandlingspartnere, taler vi altid varmt om konsulentordningen. Den har vist sit værd de sidste 30 år, og den vil vi værne om.

En film har kreative ambitioner, og det handler for instruktører om at fastholde jagten på den kreative grundidé på trods af alle forhindringer, modstridende ideer, krav og modkrav. I udviklingsprocessen findes alt dette kun på papir nemlig i manuskriptet. Når projektet møder optagelsernes virkelighed begynder det at leve et andet uberegneligt liv, som har sine egne udfordringer. I tilblivelsesprocessens tredje fase hakkes det hele i små digitale stumper og stykker i klipperummet, hvor de oprindelige intentioner gerne skal udfolde sig. Når det endelige resultat foreligger, kan det fysisk faktisk gøres op i – for en spillefilm en længde på 2.580 meter, 135.360 enkeltbilleder, en varighed på 94 minutter og et billedformat 1.85:1.

Instruktøren har det kunstneriske ansvar i hele processen, og er den, der skal leve med filmen på godt og ondt. Derfor er det væsentligt med rene linier i sagsbehandlingen. Og man kan ikke bare glide af som et spejlæg på en helt ny teflonpande på de centrale spørgsmål i denne debat – og henvise til at det nok er instruktørerne, der er besværlige og ikke kan samarbejde.





Bogomslag: Morten Constantineanu Bak

skifte”, der de sidste 10 år har præget filmmuseumsverdenen: Fra at betragte indholdet – altså dét, der bliver vist på lærredet – som det vigtigste, til den mere nuancerede holdning, hvor også det materielle – altså selve filmen – som et objekt, der har en værdi i sig selv, får opmærksomhed. Man er altså gået fra To Show Is to Preserve til seminarrets titel Preserve Then Show, dvs. et skift fra ‘ren formidling’ til ‘bevaring og formidling’. Foredragene fra seminaret er nu udgivet på engelsk i en flot bog på 210 sider. Og lad det være sagt med det samme: Det er et rigtig smukt resultat. Grafisk fremstår bogen i et læsevenligt format på 20 x 30 cm, hvor typografien er let opfattet og smukt sat op, trykt med et behageligt skriftbillede. Bogen indeholder 82 fotografier i farver og sort/hvid samt 75 illustrative kurver og diagrammer. Bogen er redigeret af Dan Nissen, Lisbeth Richter Larsen, Thomas C. Christensen og Jesper Stub Johnsen og bør findes i bogreolen hos alle, der beskæftiger sig med bevaring og/eller restaurering af film. Her er nok at lære.

FILOSOFI, BEVARING, RESTAURERING & PRÆSENTATION

Bogen er delt op i fire veldisponerede afsnit med hovedtemaerne Filosofi, Bevaring, Restaurering og Præsentation. Indledningen er skrevet af Dan Nissen, der filosoferer over de to forskellige synspunkter udtrykt i førnævnte dilemma, som findes rundt omkring på filmmuseerne: Formålet er det samme nemlig formidling, men fra hver sin pol.

Som fotokonservator vil jeg i min omtale af bogen lægge hovedvægten på de afsnit, der omhandler bevaring og restaurering.

Vi får bl.a. indblik i de undersøgelser, som Karin Bonde Johansen og Mikael Braae, begge DFI, har foretaget med hensyn til at vurdere tilstanden af de arkiverede film. Det er deres undersøgelser af luftfugtighed og temperaturforhold, der ligger til grund for en rapport, som Jean-Louis Bigourdan fra Image Permanence Institute (IPI) i Rochester, (NY) har udarbejdet. På baggrund af det forskningsarbejde, der foregår på IPI, har han udarbejdet en vurdering af materialets sundhedstilstand. I sin konklusion til DFI anbefaler han opbygningen af et nyt klimastyret arkiv, der medfører længere holdbarhed for materialet. Et forbilledligt samarbejde mellem forskellige discipliner indenfor den samme verden på tværs af kontinenter.

Som konsekvens af dette projekt, det første af sin art i Danmark, beskriver lederen af DFIs filmarkiv, Jesper Stub Johnsen, dilemmaet: Skal filmene kopieres eller sikres i form af forbedrede

klimabetingelser i arkivet? Jesper Stub Johnsen fremlægger en ny strategi for opbevaring af film i Filmarkivet – en strategi, der kan være med til at udskyde det tidspunkt, hvor det bliver nødvendigt at foretage en sikkerhedskopiering af materialet. Med udgangspunkt i et letforståeligt regnestykke beskriver han, hvor meget der er tjent ved at opbevare filmene under kontrollerede fugtigheds- og temperaturforhold frem for ‘kun’ at kopiere dem. På baggrund af dette fremlægges en ny strategi for opmagasinering af film – med en stor økonomisk gevinst til følge – samtidig med at materialet får det bedre!

Spændende er også Peter Z. Adelsteins artikel, der velargumenteret fremsætter påstanden om, at nitratfilm har et længere liv end acetatfilm! Et interessant synspunkt, der nok kan få det til løbe koldt ned af ryggen på dem, som stadig destruerer endnu ikke totalt nedbrudte nitratfilm.

Esben Krohn, som er ph.d.-stipendiat på DFI, fortæller historien om Det Første Filmarkiv og beretter om de personer, der var ophavsmænd til det for mere end 90 år siden. Hans projekt er mundet ud i et konkret ‘filmisk’ resultat – udgivelsen af en DVD, der viser 70 dokumentarfilm fra perioden 1899–1913. DVD’en er udgivet af DFI. At der i anledning af Filmmuseets 60-års jubilæum også blev udgivet en DVD med nogle af de tidligste danske dokumentarfilm, er ikke alene en stor cadeau til filmene – men også en cadeau til filmelskere.

Bogens sidste artikel er skrevet af Lisbeth Richter Larsen, DFI, der introducerer en stor særsamling fra Nordisk Films Kompagni. Lisbeth Richter Larsen beskriver ikke alene samlingen og arkivalierne, der nu er blevet registreret og derved blevet tilgængeligt materiale – artiklen redegør også nærmere for samlingens organisering, og hvordan databasen er bygget op. Databasen er i øvrigt tilgængelig via DFIs hjemmeside www.dfi.dk.

Udover de her omtalte artikler indeholder bogen bidrag skrevet af Paolo Cherchi Usai, Casper Tybjerg, Marguerite Engberg, Paul Read, Tim Padfield, Rudolf Gschwind, Martin Koerber og Gabrielle Claes.

Alt i alt en prægtig bog, som jeg har haft megen glæde af at læse, (selv om jeg ikke er filmfagmand). Preserve Then Show er så grundigt fagligt bearbejdet, at dens indhold nu har mulighed for at komme et større publikum til gode.

Mogens S. Koch er underviser i Fotografi og Fotokonservering ved Det Kgl. Danske Kunstakademi/Konservatorskolen

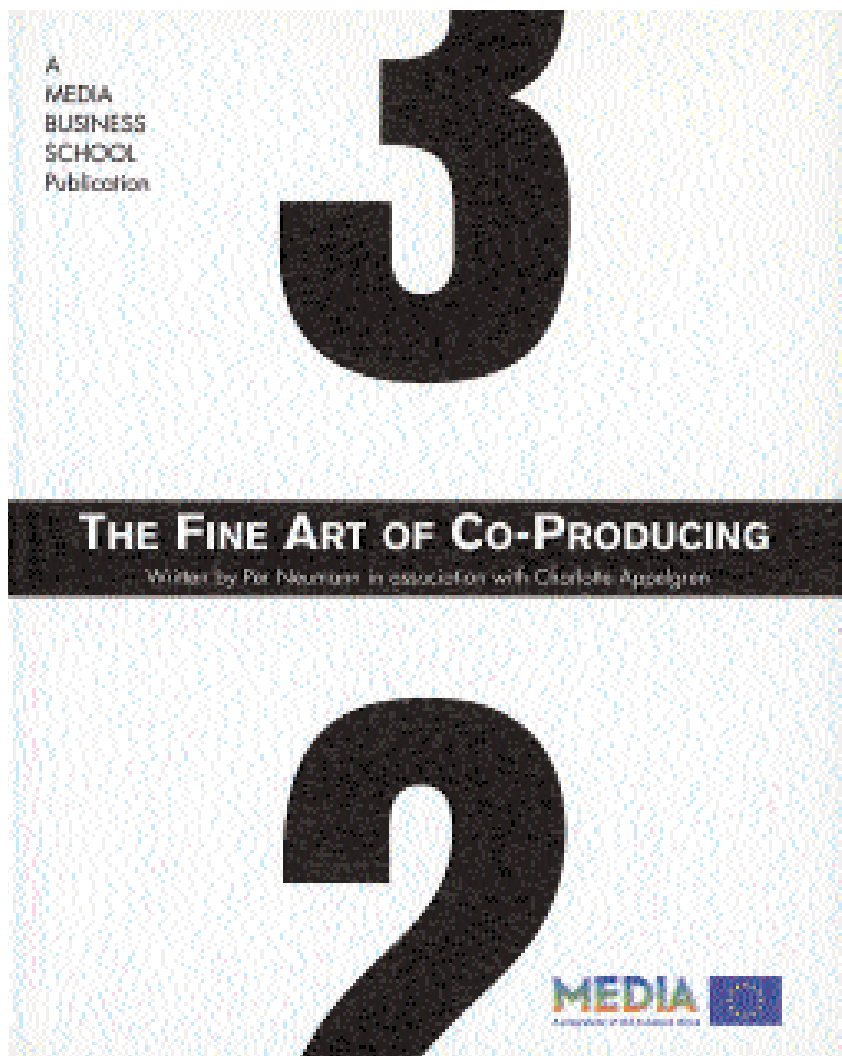
SIDEN SKAL DEN VISES

AF MOGENS S. KOCH

Under titlen Preserve Then Show fejrede DFI Filmmuseets 60 års fødselsdag d. 11.-13. november 2001. Der blev i den anledning afholdt et stort seminar med ca. 150 deltagere fra mere end 10 lande. Et velorganiseret

og velgennemført seminar, hvor film blev anskuet fra mange vinkler – som kunstart, som en spændende oplevelse og ikke mindst som det fysiske materiale, en film er gjort af.

Når man kommer fra en anden del af museumsbranchen, er det glædeligt at kunne konstatere det ”system-



THE FINE ART OF CO- PRODUCING

Vejledning for begyndere, let øvede og viderekomne i finansieringskilder, likviditetsplaner, bankfinansiering, forsikringer, kreditering, værneting, spændende lovgivning og fantasifulde klausuler.

AF AGNETE DORPH STJERNFELT

The Fine Art of Co-producing er skrevet af advokat Per Neumann i samarbejde med cand.negot. Charlotte Appelgren. Per Neumann, der – foruden at være advokat – også er uddannet producer fra Den Danske Filmskole i 1987, har stor erfaring og indsigt i filmbranchens vilkår både herhjemme og internationalt. Charlotte Appelgren har erfaring i filmfinansiering og kontraktforhold fra Irland/UK. Bogen, som bygger på Per Neumanns erfaring gennem årene, henvender sig til alle med kontakt til international filmproduktion: Producenter, producere, jurister, revisorer, bankfolk og til dels også de kunstneriske kræfter i branchen såsom manuskriptforfattere og instruktører.

Koproduktioner er et vigtigt element i væksten og udviklingen af den europæiske filmindustri. Der er mange fordele for producenterne såsom adgang til flere finansieringsmuligheder, reduktion af den finansielle risiko, bedre adgang til distribution samt adgang til talent fra andre lande. Men der er også

vanskeligheder forbundet med at coproducere over landegrænserne. Til trods for at parterne nok har en fælles interesse i det pågældende projekt, er det sjældent tilfældet, at de deler fælles kultur, forretningsgange, lovgivning, praksis etc. Alle disse faktorer er med til at komplicere forhandlingsprocessen – ikke at forglemme udfordringen ved at forsøge at matche og opfylde kravene og reglerne fra de forskellige støtteorganer og finansieringskilder!

De mest succesrige og effektive koproduktioner er dem, hvor parterne/koproducenterne har forstået deres egen koproduktionsaftale. En koproduktionsaftale er et særegent, selvstændigt værk: Et produkt af ofte lange og seje forhandlinger samt aftaler baseret på netop de forhold, der gør sig gældende ved den specifikke film, og som er det regulerende instrument for samejet af en film, hvis levetid måske strækker sig over mere end 100 år.

The Fine Art of Co-producing belyser muligheder og faldgruber ved koproduktion af spillefilm. Læseren stifter bekendtskab med en lang række emner

lige fra vigtigheden af at finde de rigtige samarbejdspartnere til gennemgang af rettighedsspørgsmål både for så vidt angår de underliggende rettigheder og rettigheder til selve filmen, finansieringskilder, likviditetsplaner, bankfinansiering, forsikringer, kreditering, hvem ejer hvad og i hvor lang tid, værneting, samt problemstillinger i forbindelse med filmens indtægter og disses fordeling. Bogens struktur er bygget op omkring en fiktiv koproduktionsaftale. Hvert kapitel indledes med en paragraf fra den fiktive koproduktionsaftale efterfulgt af en gennemgang af nogle af de faktorer, man skal tage stilling til.

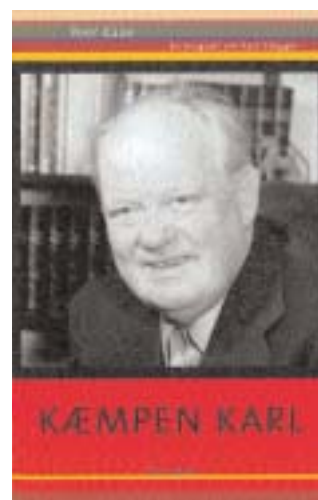
Ydermere indeholder bogen fem case studies, alle baseret på internationale koproduktioner. Det drejer sig om tre hjemlige, velkendte film, nemlig: *Jeg er Dina* (koproduktion mellem Norge, Danmark, Sverige, Tyskland og Frankrig), *Hjælp! Jeg er en Fisk* (koproduktion mellem Danmark, Tyskland og Irland), og *Dogville* (koproduktion mellem Danmark, Sverige, Holland, Frankrig, UK og Tyskland). Herudover

diskuteres to spanske produktioner, nemlig *No News From God* (koproduktion mellem Spanien, Frankrig og Italien), samt *Darkness* hvor MIRAMAX's involvering i projektet medførte, at budgettet steg fra 5 mio. euro til 11 mio. euro! Endelig indeholder bogen et afsnit med nyttige tillæg såsom den europæiske konvention om filmkoproduktioner, oversigt over europæisk filmlovgivning og lande, der har underskrevet Berner Konventionen.

Udgivelsen er støttet af Det Danske Filminstitut, MEDIA Business School i Madrid, EU's MEDIA-program, og advokatfirmaet Bech-Bruun Dragsted.

Bestilling kan ske via DFIs boghandel eller forlaget: Media Business School, Spanien. Tel +34 91575 9583 publications@mediaschool.org www.mediaschool.org Pris 47,90 euro.

NYE BØGER I CINEMATEKETS BOGHANDEL



MOGENS RUKOV - FESTEN og ANDRE SKANDALER

Udvalgte artikler 1992-2002

Mogens Rukov har undervist på Filmskolen i over 25 år og har sat sit fingeraftryk på næsten alle Filmskolens produktioner. Som leder af Filmskolens manuskriptlinje har han spillet en central rolle i udviklingen af dansk film.

Mogens Rukov er *godfather* for mange yngre filmfolk, og hans skrappe blik og overrumplende ideer er efterspurgt i den danske filmbranche.

Rukov har arbejdet sammen med folk som Thomas Vinterberg, Lars von Trier, Søren Kragh-Jacobsen, Ole Christian Madsen, Per Fly, Christoffer Boe, og titler som *Festen*, *Idioterne*, *Mifunes sidste sang*, *En kærlighedshistorie* og *Bænken* taler for sig selv.

I artiklerne i *Festen og andre skandaler* kommer Mogens Rukov vidt omkring: fra skildringer af arbejdet med de enkelte film over almene æstetiske refleksioner til politiske statements om bl.a. Danmark under besættelsen og Mellemøst-konflikten.

Claus Christensen (red.): *Mogens*

Rukov - Festen og andre skandaler. Udvalgte artikler 1992-2002. Lindhardt & Ringhof 2002, 220 sider, 249 kr.

DE POKKERS UNGER

De pokkers unger var titlen på Astrid og Bjarne Henning-Jensens film fra 1947, som bragte det moderne børnesyn til filmens verden, og i det halve århundrede, der er gået siden da, er der blevet produceret et væld af danske børnefilm, der sætter fokus på børns verden og barndommens landskaber, som gennem årene har forandret sig betydeligt.

Det er disse mange børne- og familiefilm: Spillefilm, kort- og dokumentarfilm, animations- og dukkefilm, fra de første danske børnefilm til *Kald mig bare Aksel* fra 2002, som bogen her beskæftiger sig med. Der diskuteres bedømmelses- og produktionskriterier, og der er analyser af både de gode og de mindre gode børnefilm, de prisbelønnede, de glemte og de eksperimenterende, publikumssucceser og fiaskoer.

I Danmark er børnefilm noget særligt, og dette særlige, men hidtil knapt så beskrevne område, har siden 1982 med

den nye filmlov fået positiv særbehandling. I antologien kigges der både kærligt og kritisk på nogle af de film, som er produceret under denne filmlov.

Udgivelsen er støttet af Nordisk Film Fonden og DFL. Den er rigt illustreret og forsynet med litteraturliste og person- og titelregister.

Ulrich Breuning (red.): *De pokkers unger - antologi om dansk børnefilm, Høst & Søn 2002, 288 s., 299 kr.*

BARNEØJNE OG FILMEVENTYR

Danske børne- og ungdomsfilmklubber 1952-2002

Danske Børne- og Ungdomsfilmklubber er blevet voksen. De mange ildsjæles slæb og slagsmål for at sikre, at den opvoksende generation kan opleve og sanse nogle af filmverdenens bedste nye og gamle fortællinger fylder 50. I anledning af den runde fødselsdag er der blevet udgivet et jubilæumsskrift, som man bør give sig tid til at blade igennem. Jette Carlsen, Søren K. Lauridsen, Ole Lindboe, Ida Zeruneith, Henning Elmer, Mie Bergkvist, Ole Carlsen, Ebba Hestbæk,

Knud Moberg, Jørgen Vestergaard, Karsten Fledelius og Ebbe Preisler taler fra hvert sit ståsted om film, folkelighed og frivillighed.

Ebbe Preisler og Flemming Riedel (red.): *BARNEØJNE OG FILMEVENTYR - danske børne- og ungdomsfilmklubber 1952-2002. DaBuf 2002, 110 sider, 187,50 kr.*

KÆMPEN KARL - EN BIOGRAFI OM KARL STEGGER

Historien om Karl Stegger er både gemen og smuk. Han blev en af Danmarks største og flittigste filmskuespillere. Men han skulle gå meget igennem, før han nåede så langt. Den folkelige Karl Stegger nåede at indspille over 160 spillefilm inden sin død i 1980. Han var birollernes konge, men når han fik en hoverolle var han blændende god.

Karl Stegger oplevede hele dansk films guldalder fra første parket, og han fortæller selv i bogen om både dramatiske, spændende og sjove episoder fra filmoptagelserne. Derudover fortæller venner, familie, fjender og kolleger om mennesket Karl Stegger, der bar på

mange hemmeligheder.

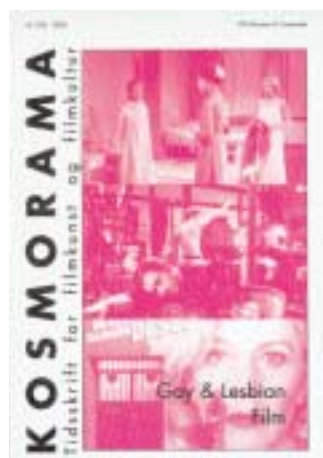
Peer Kaae: *Kæmpen Karl - En biografi om Karl Stegger, Forum 2002, 224 sider, 249 kr.*

FYRTÅRNET OG BIVOGNEN

Fyrtårnet og Bivognen var stumfilmens helte. Op gennem 1920erne lavede de stribetriser af lystspilfarcer, der blev populære langt ud over Europa. De indspillede næsten 50 spillefilm, mange optaget rundt omkring i verden. Harald Mische var oprindeligt cirkusklovner, men blev opdaget af instruktøren Lau Lauritzen og spillede Bivognen i de fleste film. Carl Schenstrøm var teaterskuespiller og startede som birolleskuespiller ved Nordisk Film. Han fulgte med Lau Lauritzen til filmselskabet Palladium, hvor han startede sin karriere som Fyrtårnet. Bogen handler om Fyrtårnet og Bivognen og alt det, der fulgte med, og om hvordan filmene blev til. Det er en bog om et kapitel i filmhistorien, der næsten er ved at være glemt.

Lars Jakobsen: *FYRTÅRNET OG BIVOGNEN, Wisby & Wilkens 2002, 111 s., 198 kr.*

NYE BØGER I CINEMATEKETS BOGHANDEL



KOSMORAMA 230

Kosmorama 230 handler om homoseksuelle film fra teoretiske, historiske og analytiske vinkler. Nummeret udkom sammen med den 17. udgave af Copenhagen Gay & Lesbian Film Festival; men relaterer sig ikke direkte til festivalens program. Blandt skribenterne kan nævnes Cassandra Wellendorf der skriver om lesbiske doku-videokunstnere, Simon Verheij der gør status over 17 år med Copenhagen Gay & Lesbian Film Festival, samt Lasse Soll Sunde der peger på Stephen Frears' *My Beautiful Laundrette* som startskuddet til 1990'ernes New Queer Cinema.

Kosmorama udkommer to gange årligt, og et abonnement koster kr. 250.

Kosmorama #230 Tidsskrift for filmkunst og filmkultur - Gay & Lesbian Film. Det Danske Film-institut 2002, 158 sider, 175 kr.

MED VOLD OG MAGT - ACTIONFILM FRA DIRTY HARRY TIL THE MATRIX

Med vold og magt er den første danske bog om filmgenren, som publikum elsker og kri-

tikerne hader. I følge Rikke Schubart skyldes actionfilmens enorme popularitet ikke kun store muskler og eksplosioner, men også actionheltens rolle som leverandør af mytisk stof og maskuline idealer. Hvor det tidligere var westernfilmen, som var den amerikanske film *par excellence*, er stafetten nu givet videre til actionfilmen. De sidste 30 år har man ikke bekæmpet vilde indianere og lovløse kodreng, men i stedet samlet opmærksomheden om et farverigt sammenrend af narkodealere, småkriminelle, kommunister, russere og skurke af alle afstøbninger. 'Men kampen er den samme,' siger Schubart (interview i Jyllands-Posten, nov. 2001): 'For retfærdighed og civilisation, *The American Way*. Og for en ganske særlig version af frelse og selvtægt, der i actionfilmen og i den amerikanske mentalitet er en for- ening af Kristus og Clint Eastwood.'

Rikke Schubart: Med vold og magt - actionfilm fra Dirty Harry til The Matrix. Rosinante 2002, 495 sider, 349 kr.

TRUSLEN FRA DET UKENDTE

Der er dømt kult, kitsch og B-film, når Jakob Stegelmann går på strandhugst i popkulturens afkroge. *Truslen fra det ukendte* er en samling bearbejdede tekster fra forfatterens faste klumme i Berlingske Tidende. Trods den seriøse platform er det i høj grad den dårlige smag, eller rettere den gode dårlige smag, der tages under behandling. Ekstremt obskure skuespillere som Jytte Stensgaard og Tor Johnson (stjernen fra verdens dårligste film, *Plan 9 From Outer Space*) er viet kapitler, og det samme er fænomener som Luke Skywalker, Pee-Wee og Lara Croft. Ifølge forfatteren selv er bogen 'en bivirkning af kulturens evindelige krav på at blive taget alvorligt, uanset at den så ofte er så kedsommelig.'

Overdreven brug af de film, tegneserier og den musik, bogen omtaler kan føre til en så total smagsforvirring, at omhyggeligt indlærte æstetiske og kunstneriske kvalitetskrav forplumres.'

Jakob Stegelmann: Truslen fra det ukendte. Forum 2002, 216 sider, 269 kroner.

STUPID WHITE MEN

Michael Moores amerikanske bestseller er ikke en filmbog som sådan, men som en slags supplement til forfatterens biografaktuelle *Bowling for Columbine* er den svær at komme udenom. I USA opfattes Moore som ekstremt venstreorienteret, men set i et dansk perspektiv ligger forfatterens synspunkter på linie med den almindelige Politiken-læser. Titlens dumme hvide mænd er George Bush og de folk, den amerikanske præsident omgiver sig med. Som i filmen (om den eskalerende våbengalskab i USA) går Moore også kritisk og humoristisk til værks, når det amerikanske samfund og dets værdier skal hudflettes på skrift. Hollywood står naturligvis også for skud. 'Der er godt 100 millioner idioter i USA,' påstår Moore. 'Men det betyder, at der stadigvæk er 180 millioner med mindst en halv hjerne. Og de fortjener bedre film, end hvad Hollywood diskner op med.'

Michael Moore: Stupid White Men. ReganBooks 2001, 277 sider, pris ikke oplyst.

LARS VON TRIER

Har man læst Peter Schepelerns bøger, er der ikke forfærdeligt meget nyt under solen i Jack Stevensons bidrag til British Film Institute-serien *World Directors*. For dem, der ikke læser dansk, er den handy pocketbog om Lars von Triers foreløbige værk til gengæld anbefalelsesværdig. Den amerikanske forfatter har boet i Danmark i en årrække og kan derfor fæstne outsidersens blik på fænomenet Trier, samtidig med at han indsætter instruktøren i en dansk sammenhæng - på engelsk. Både jantelov og kulturradikalisme forklares for den måbende omverden, der hermed er blevet beriget med den første dobbeltkulturelle præsentation af den danske verdensinstruktør.

Jack Stevenson: Lars von Trier. British Film Institute, 224 sider, £13.99.

Af Kim Foss, Susanna Neimann og Agnete Dorph Stjernfelt

NYE FILM I DET DANSKE FILMINSTITUTS DISTRIBUTION



ALLAHS BØRN

58 min. Danmark, 2002 / Instr. Ulrik Holmstrup
Prod. Net-Produktion A/S

Mens den hektiske pakistanske hverdag haster forbi uden for skolens mure, står tiden stille indenfor. I et kæmpe bygningskompleks med sale, studierum og biblioteker lever mere end tusinde drenge i et kvindeløst samfund. Drengene bruger det meste af dagen på lektier og bønner, og skolen giver dem det religiøse, moralske og politiske fundament for deres fremtid: Jihad, hellig krig. Det anslås, at Taleban siden midten af 90'erne har rekrutteret 80-100.000 unge soldater fra de såkaldte Madrassaer i Pakistan. Hvad der får en familie til at aflevere børn på 5-6 år til disse religiøse kostskoler, er svært at forstå, men for mange familier kan det være vejen til overlevelse. Filmen giver et unikt indblik i en lukket verden - skolen, der former islamiske præster, jihad-krigere og fundamentalister.



EN DANSKER I VERDEN 1-4

76 min. Danmark, 1999 / Instr. Jacob Jørgensen
Prod. JJ Film ApS

En tidligere skoleinspektør fra Stubbekøbing, der nu er uddannelsesrådgiver i Nepal. En familiefar fra Odense, der nu er vandforsynings-ingeniør i Burkina Faso. En landmandssøn fra Vejle-kanten, der nu fungerer som landbrugskonsulent blandt forsømte stammer i Indien. Og en kvinde med dansk-palæstinensiske rødder, der har meldt sig til en fredsbevarende observatørmission i Hebron. I fire reportageindslag fokuseres på danskere, som har valgt at leve i udlandet. Hvad har de lært om kulturel identitet, tilhørsforhold og danskhed ved at være væk? Og hvad kan de tage med sig til Danmark, når eller hvis de en dag vender hjem? Serien består af fire dele: *Nepals børn del 1, Ørken i regntid del 2, De glemte stammer del 3 og I Guds navn del 4.*



BARLUSCHKE - DOBBELTAGENT

90 min. Tyskland, 1997 / Instr. Thomas Heise
Prod. ö Filmproduktion

Berthold Barluschke blev født i 1945 i en landsby i den sovjetisk besatte del af Tyskland. Joanna Haas blev født i 1947 i Bronx, New York. Kort før påske 1975 giftede Berthold sig med Joanna i New York. 22 år senere bor de i Paris. Filmen begynder den dag, de to flytter fra hinanden til to separate lejligheder. Fra dette punkt bevæger filmens fortælling sig tilbage og beretter om en mand, som både arbejdede for DDR's Stasi og for det vesttyske efterretningsvæsen. En skildring af et liv inden for to modsatte ideologier, farverigt og frustrerende, spændende og farligt, både for ham selv og for hustruen, børnene og vennerne. Det er en gribende familiesaga, en anderledes Tysklandshistorie og en stor dokumentarfilm.



DER ER EN YNDIG MAND

29 min. Danmark, 2002 / Instr. Martin Strange-Hansen / Prod. M & M Productions A/S

Lars Hansens cpr-nummer forbyttes på Arbejdsformidlingen med indvandreren El Hassans. Lars indkaldes til danskursus for indvandrere, som hans gamle mobbeoffer fra folkeskolen, Ida, underviser i. Han får dårlig samvittighed, da han erfarer, at hvis El Hassan ikke dukker op, bliver holdet nedlagt, og Ida fyret. Lars begynder derfor at spille rollen som El Hassan for Idas skyld. Lars bliver forelsket i Ida, hun vil intet have med ham at gøre, hun bliver til gengæld forelsket i El Hassan (Lars i forklædning). For at være Ida nær må Lars vedblive med at spille El Hassan.



BØRN PÅ SKINNER

29 min. Danmark, 2002 / Instr. Lizzi Weischenfeldt
Prod. Z Produktion ApS

På tværs af Danmark kører togvognen 'Børneguiden', som hver uge bringer børn sikkert mellem familiemedlemmer i hver sin ende af landet. Om bord på "Børneguiden" skaber børn deres helt eget rum uden voksen tilstedeværelse, med indbyrdes diskussioner om det, der optager dem i hverdagen, hvor musik, sang og forelskelse spiller en stor rolle. Oliver, en 11-årig dreng er filmens hovedperson. Han går meget op i musik og drømmer om en dag at blive en berømt sanger.



DRONNINGENS MUSIKANTER

68 min. Danmark, 2002 / Instr. Dan Säll
Prod. Dan Säll Film & Video

Filmen om Den kongelige Livgardes Musikkorps skildrer et år med kongehuset, som det opleves fra korpsets side; fra de daglige vagtparader til store begivenheder som statsbesøg i London og dronningens runde fødselsdag. En række personer fra orkestret fortæller om aktuelle begivenheder, historiske forhold, anekdoter, drømme og visioner. Filmen handler også om det, publikum normalt ikke ser, livet bag kulisserne og alle de stressede, kaotiske situationer, der alle sammen på magisk vis kulminerer i musikalsk og visuel pragt og orden. Den kongelige familie får for en gangs skyld fri: Filmen er tænkt som en gave fra de 36 musikere til dronning Margrethe - et 'selvportræt' af verdens ældste harmoniorkester.



CARL PETER VÆRNET

30 min. Danmark, 2002 / Instr. Ib Makwarth
Prod. Telefilm

Filmen er en beretning om et menneske med så store ambitioner, at han ikke kunne sige nej og dermed gjorde sig til krigsforbryder. Dokumentarfilmen beskriver kronologisk danskeren Carl Peter Værnets liv. Som kendt læge i København inviteres han af nazisterne til koncentrationslejren Buchenwald, hvor han får stillet økonomi, faciliteter og menneskeliv til rådighed for sine forsøg på at 'helbrede' homoseksuelle mænd. Da krigen slutter, arresteres han af de danske myndigheder, men det lykkes Værnet at flygte til Argentina. Ifølge instruktøren står det åbent, om det var nazisme, ondskab eller ægte tro på sine muligheder for at frelse verden, der drev Carl Peter Værnet derud, hvor han iførte sig SS-uniform og eksperimenterede med uskyldige forsøgsmennesker.



EN FARNS SØN

30 min. Danmark, 2002 / Instr. Tobias Falk
Prod. Bald Film

I sin Volvo drager P-O væk fra det ensomme liv i Sverige for at møde sin søn, Jakob, i Danmark. Det er tretten år siden, de så hinanden sidst. Tretten år - det er lang tid. Den eneste information, P-O har fået om sønnen, er via postkort fra alle verdens hjørner - korte rapporter om Jakobs liv; han rejser; han har mødt en svensk pige; de er blevet gift, intet mere, indtil en indbydelse til Jakobs 30-års fødselsdag i København dumper ind af brevsprækken. Hvorfor vil Jakob møde sin far netop nu? Hvordan kan det være, at den svenske pige ikke taler svensk? Og hvorfor er de ikke i stand til at nå hinanden til trods for de bedste intentioner? Med så meget håb om forståelse og kærlighed, der er knyttet til dette møde, kan det kun gå galt...

NYE FILM I DET DANSKE FILMINSTITUTS DISTRIBUTION



FORBRYDELSE OG STRAF I GRØNLAND

59 min. Storbritannien, 2002 / Instr. Sasha Snow
Prod. Diverse Production Limited

Ilulissat er en bygd i det forfrosne Nordgrønland. Et samfund af jægere og fiskere med fem politifolk, en lægdommer og en meget høj rate af voldelig kriminalitet. Naalu Jeremiassen, mor til fire børn, og Jens Reimer, er begge i detentionen. Hun har dræbt sin mand, han har slået sin kone fordærvet. Ingen af dem kan huske, hvad der præcist skete. "I princippet kan vi jo ikke bare sætte folk uden for samfundet. Vi har brug for alle og bliver nødt til at acceptere dem, der nu en gang er her", siger lægdommeren. I det lille samfund har der været tradition for i høj grad at tilgive dem, der "begik fejl". Nu er den traditionelle livsstil ved at dø ud, og i fremtiden er der måske ikke plads til så meget tolerance.



KONFIRMANDERNE

46 min. Danmark, 2002 / Instr. Nille Westh, Otto Schelin / Prod. Koncern TV- og Filmproduktion ApS

Patrick "tror ikke sygt meget på Gud!", men når man bliver konfirmeret, får man en masse gaver, og det er jo fair nok. Sascha skal ikke konfirmeres, men fordi hun interesserer sig for religion, vil hun gerne vide, hvad hun siger nej til, så hun går alligevel til konfirmationsforberedelse. Ida skal konfirmeres, fordi hun synes, der er noget "om det, Jesus rendte rundt og sagde, hvis man ligesom omformulerer det lidt". Og så glæder hun sig til at få syet en fantastisk kjole. *Konfirmanderne* følger Patrick, Sascha og Ida i tiden op til konfirmationen. Gennem skildringen af konkrete situationer og dilemmaer kommer ud for, undersøger filmen, hvordan moderne kristen livsfilosofi og værdier afspejler sig i de unges liv og hverdag.



HABIBTI MIN ELSKEDE

30 min. Danmark, 2002 / Instr. Pernille Fischer Christensen / Prod. Nimbus Film

Den medicinstuderende Zahra lever et omhyggeligt arrangeret dobbeltliv mellem sin muslimske familie og sin danske kæreste Mads. Da Zahra bliver gravid, afsløres hendes forhold til Mads, og hun forstødes af sin elskede far. Zahra indleder nu en mareridtsagtig kamp for at opnå faderens tilgivelse. Men hvor langt vil Zahra gå, og hvor meget skal hun miste, før hun er i stand til træffe et valg på trods af omverdensens pres?

Filmen vandt prisen for bedste novellefilm på Odense Filmfestival 2002.



DEN LILLE SKRÆDDER

15 min. Danmark, 2001 / Instr. Vibeke Muasya
Prod. M & M Productions A/S

Syv-årige Nikolaj er på vej hjem fra skole med klassekammeraten Bella, da han opdager, at der i en støvet kælder findes en rigtig skrædder med symaskine og pukkel på ryggen. Da Nikolaj kommer hjem, er hans mor i gang med at prøve sin yndlingsbalkjole, for hun skal til bryllupsfest på lørdag. Men ak. Kjolen er blevet for lille, og den ryger i skraldespanden sammen med det gode humør. Men Nikolaj har jo mødt den lille skrædder, og med hjælp fra Bella, går de i gang med at trylle kjolen om a la Askepot. Filmens lille skrædder og hans eventyrlige værksted fandtes - da filmen blev optaget - i virkeligheden, og filmen er et eksperiment, der blander den dokumentariske skildring af skræddermester Louis fra Køge med en fiktivt fortælling om Nikolaj og hans mor.



JEG HUSKER ... FORTÆLLINGER FRA GRØNLAND

72 min. Danmark, 2002 / Instr. Karen Littauer
Prod. Nuka Film, Magic Hour Films ApS

Fjorten grønlandere, som alle har historier at fortælle, giver gennem deres beretninger fra barndom og ungdom et fascinerende portræt af et land og dets folk. Vi hører bl.a. om den 14-årige forældreløse dreng, der bævende af skræk fanger sin første narhval, og om den lille morsyge knægt, som kommer til at slå sin hundehvalp ihjel, om kvinden, der hører en fjeldgængers rædselskrig i bjergene, og om ändemaneren, der må kæmpe mod sine hjælpeånder, fordi hun har besluttet at lade sig kristne. Fortællerne, der er fra Ammassalik, Thule og Upernavikdistrikt, beretter levende og dramatisk i den traditionelle grønlandske fortællertradition, som er blevet udviklet gennem århundreders lange, mørke polarvintre.



MANDEN VED GRÆDEMUREN

58 min. Letland, 1998 / Instr. Herz Frank
Prod. L.I.L. Productions

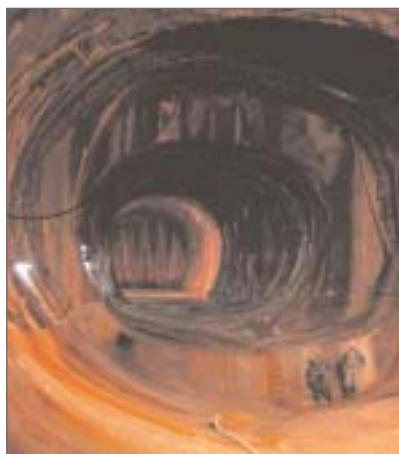
Profeten Mordechai, tidligere skuespiller og familiefar, er en institution i det farverige miljø ved Grædemuren i Jerusalem. Fra tidlig morgen til langt ud på natten er den ældre hvidskæggede mand i konstant aktivitet. Han synger og danser i frydefuld tilbedelse af Gud, velsigner de besøgende og blander sig med de ortodokse jøder, der giver sig hen i religiøs ekstase eller meditativ bøn. Filmen er anden del af den berømte lettiske dokumentarist Herz Franks selvbiografiske trilogi om jødernes skæbne i det 20. århundrede. Og stort set uden brug af ord skildrer den livet ved den to tusind år gamle mur og det religiøse væsens mange udtryk.



JOHN OG MIA

25 min. Danmark, 2002 / Instr. Christian Dyekjær
Prod. Tju Bang Film ApS

John er langturschauffør og bor alene efter sin kones død, og datteren Mia er flyttet hjemmefra. John er på vej hjem fra en langtur, da han ruller ind på den lokale tank. Han køber julebryg, en pose frossen biksemad og lejer en pornofilm. Hjemme i stuen opdager John til sin forfærdelse, at det er datteren Mia, som han ikke har talt med i flere år, der medvirker i filmen. Johns opdagelse bliver starten på hans godhjertede men kluntede forsøg på at genoptage kontakten til sin datter.



METRO

59 min. Danmark, 2002 / Instr. Jan Haugaard, Mikkel Sangstad / Prod. Angel Productions A/S

Konstruktionen af den første etape af Metroen i København er en af Danmarkshistoriens største ingeniørbedrifter. Men i løbet af de fem år, anlægsarbejdet varede, så hovedstadens beboere kun toppen af isbjergene. Det virkelige drama udfoldede sig under jorden, hvor en arbejdsstyrke på 1.500 mennesker fra ti nationer samarbejdede om med en gennemsnitshastighed på tredive meter om dagen at styre to gigantiske tunnelboremaskiner otte kilometer tværs gennem Københavns bymidte. I en dynamisk og handlingsmættet montage følger filmen borebissernes kamp med den gamle bys lunefulde kalkundergrund de sidste tre år frem til gennembruddet til endestationen på Frederiksberg.

NYE FILM I DET DANSKE FILMINSTITUTS DISTRIBUTION



EN MORS HISTORIE

56 min. Danmark, 2002 / Instr. Cathrine Asmussen
Prod. Koncern TV- og Filmproduktion ApS

Hun er en af de tørklædede kvinder på Nørrebro i København. En ældre kvinde med til-dækket hår og lang, brun frakke. En del af gade-billedet - men udadtil anonym og tavs. Hun taler ikke dansk og blander sig ikke i anliggender, der ikke direkte vedrører familien. Men selvfølgelig har hun et navn og en historie. Hun hedder Gülendam Sahin og kom til Danmark fra en lille tyrkisk landsby for tredive år siden. Dengang forestillede hendes mand sig, at de siden skulle vende tilbage til Tyrkiet. Nu er manden død, børnene er voksne og har uddannelse, job og egne familier. Tilbage i lejligheden sidder Gülendam Sahin og spekulerer over, hvad der skete med familietraditionerne og drømmene i mødet med den danske kultur.



PERKER

28 min. Danmark, 2002 / Instr. Dennis Petersen
Prod. Radiator Film ApS

Under et natlig kæmpeslagsmål mellem en bande 2. generationsindvandrere og White Rage, bliver lederen af sidstnævnte slemt invalideret og indlagt på hospital. Hans lillebror - Jens, betragter sig herefter som den naturlige arvtager af banden, og indgår, uden de andre bandemedlemmers viden, en forhandling om våbenhvile med indvandrerbanden. Da det går op for Jens, at hans væbner, Lars, modarbejder ham i kulissen, tvinges han til at vælge side. Pludselig er slagsmålet mellem banderne blevet en del af kampen om tronen i White Rage, og Jens' eneste allierede synes at være lederen af den rivaliserende bande.



EN NY DAG

9 min. Ungarn, 1998 / Instr. Pál Tóth
Prod. Paja Film Bt.

Det er aldrig let at komme op om morgenen! I denne film er det et sæt tøj, der træt kæmper sig op af sengen og gennemfører det sædvanlige morgenritual: at iføre sig en krop. Finurlig animationsfilm, egnet til børn fra 8 år.



REFLEXION 2001

7 min. Sverige, 2002 / Instr. Jan Troell
Prod. Göran Gunér

I foråret 2001 besøgte den svenske instruktør Jan Troell New York. Her lavede han en række optagelser ved World Trade Center - en ensom streetdancer, en fejekone, travle forbigående - optagelser af almindelige mennesker en almindelige dag ved WTC. Umiddelbart efter den 11. september klippede Troell disse optagelser af arkitektur og dagligdag sammen med arkiv-optagelser til musik af Arvo Pärts. *Reflexion* er Jan Troells ordløse refleksion over tragedien ved World Trade Center.



NYE SCENER FRA AMERIKA

35 min. Danmark, 2002 / Instr. Jørgen Leth
Prod. Sunset Productions Inc., Bech Film ApS

Jørgen Leths personlige og poetiske syn på Amerika, optaget i september 2001 i New York, Texas, New Mexico, Colorado, Arizona og Californien. Leth og hans fotograf Dan Holmberg besluttede sig for at lave en opfølger til deres egen *66 scener fra Amerika* fra 1981, som har opnået status som en klassiker i dokumentarfilmens historie. De ville skildre det mytologiske Amerika, de endeløse veje, benzinstationerne, diner'ne, motellerne, storbyen. Kultfigurer som digteren John Ashbery, musikeren John Cale, skuespilleren Dennis Hopper og fotografen Robert Frank medvirker. Sidstnævntes bog *The Americans* er sammen med E. Hoppers malerier en inspirationskilde for Leths og Holmbergs oplevelse af Amerika. John Cale har komponeret musikken til filmen.



REVERIE

6 min. Danmark, 2002 / Instr. Ulla Boye
Prod. Haslund Film ApS

En stemning, en tilstand, et landskab, en bevægelse. Fabulerende fragmenter fra et sted. En billedarbesk af mellemrum og erindringsrum af den art, man synker ind i, lige før sønnen indfinder sig, - øjeblikke før stilheden.



NÅR FAR OG MOR ER KLOVNER

42 min. Danmark, 2002 / Instr. Annette Mari Olsen
Prod. Sfinx Film/TV ApS

Klovnen er den vigtigste figur i cirkus. En klovn er altid glad, men bag manegens store smil ligger der ofte et hårdt og intenst arbejde. Således også for Viktor, der er tredje generations cirkusartist. Filmen følger den russiske dreng Viktor en sommer, hvor han og hans familie og deres to dresserede hunde turnerer med et lille cirkus i Tyskland. Der er ikke mange artister ansat, så en stor del af forestillingen hviler på Viktor og hans familie. Det stiller store krav til Viktor, der ud over at optræde også skal træne og passe sin skole. Om vinteren bor Viktor og familien i en ét-værelses lejlighed i Moskva. I de tre måneder går han i almindelig skole og får mulighed for at se sine venner. Et portræt af en hårdt-arbejdende dreng med en stærk vilje og en stor livsglæde.



RYD OP

22 min. Danmark, 2002 / Instr. Klaus Kjeldsen
Prod. Cosmo Film A/S

Ryd op. RYD SÅ OP! Sætningen børn hører hele tiden. "Rod er bare noget, der kommer", siger Helena, men hun har en plan for at undgå rodet. Børn rydder op på deres værelser, fortæller om rod og orden. "Det er lettere at holde orden end at rydde op" er det motto, Jens Kristian har fået af sin far. Filmen besøger en række børneværelser og kortlægger grænselandet mellem børn og forældres syn på orden og kaos.

NYE FILM I DET DANSKE FILMINSTITUTS DISTRIBUTION



STOFFERS ØJEBLIK

25 min. Danmark, 2002 / Instr. Vibeke Muasya
Prod. Eterna Productions

Christoffer Jensen er en flot, udadvendt og sporty 14-årig score-ørn. Han er netop begyndt på et elitehold i håndbold og har gode chancer for at blive professionel spiller. Men den 29. december 2001 forandres alt. Stoffer har købt et ulovligt kanonslag af en mand fra kvarteret. Kanonslaget eksploderer i ansigtet på Stoffer, som mister et øje og bliver næsten blind på det andet. Filmen følger Stoffer det første halve år som svagtseende med smertefulde undersøgelser og mange operationer. Stoffers hverdag er forvandlet: Når han skal købe tøj, skal mor med. Hvem skal ordne hans hår? Og hvordan går det med kæresten Malene? I stedet for idrætsefterskolen venter blindskriftskolen. Og i stedet for bolden, den hvide stav. Langsomt går det op for Stoffer, at håndbolden er tabt for altid.



CHARLIE RIVEL - EN FILM OM EN KLOVN

44 min. Danmark, 1978 / Instr. Ebbe Preisler,
Jimmy Andreasen, Svend Abrahamsen / Prod.
Ebbe Preisler Film, Jimmy Andreasen, Svend
Abrahamsen

Et portræt af scenekunstneren Charlie Rivel. Filmen videregiver et indtryk af hans optrædens mange facetter: Rivel som balancekunstner og balletelev hos datteren Pauline, Rivel som Chaplin og Rivel som operasanger. Dertil kommer retrospektive klip fra den 82-årige verdensklovns karriere samt et interview med ham fra hjemmet i Cubellas i Spanien.

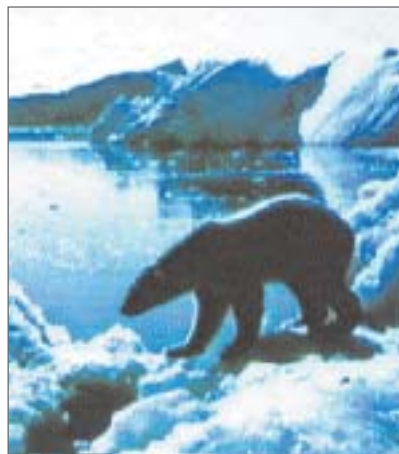
Filmen er indgået i distribution på VHS.



TILBAGE TIL BYEN

18 min. Danmark, 1999 / Instr. Michael W. Horsten
Prod. ASA Film Production

Alice skal flytte med sine forældre fra storbyen og ud på landet. Det er svært at skilles fra vennerne - og ikke let at skulle møde helt nye omgivelser. Modstanden mod at flytte på landet bliver hængende langt hen ad vejen, men heldigvis viser det sig, at der også findes positive ting det nye sted. Både dyr - og en veninde dukker op, og så kan man jo planlægge i fremtiden at tage tilbage til byen til alle de gamle kammerater. Egnet til børn fra 6 år.



GRØNLAND

99 min. Danmark, 1981 / Instr. Jørgen Roos
Prod. Jørgen Roos Film

Jørgen Roos' lange dokumentarfilm baserer sig på optagelser, foretaget over 30 år. Filmen om Grønlands historie er lavet til grønlandere og indeholder tegninger, fotos, interviews, nye og gamle optagelser. Den begynder med Erik den Røde og slutter med dagens Grønland. Den omtaler Hans Egede, de store opdagelsesrejser, Knud Rasmussen, det første kongebesøg i 1921, beslutninger i 1948 om at forvandle Grønland til et moderne samfund. Endelig beskriver den Grønlands vej ind i et moderne samfund frem til hjemmestyret.

Filmen er indgået i distribution på VHS.



TYREN

12 min. Danmark, 2002 / Instr. Julie Bille
Prod. Radiator Film ApS

En kølig morgen kommer en jæger forbi Prebens gård. I det samme blæser vinden porten op og afslører et forfærdeligt syn på gårdspladsen. Dagen forinden har Prebens kone forladt ham og taget deres fælles søn med. Hans familie er forsvundet, men hans stolthed er stadig trofast: Tyren står der, rolig som en klippe. Jægeren griber efter sin riffel, men sådan en tyr er svær at ombringe.

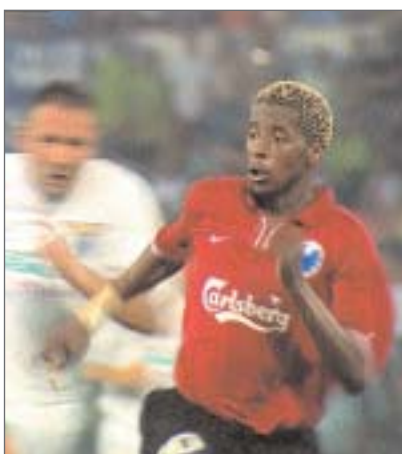


KNUD RASMUSSENS MINDEEKSPEDITION TIL KAP SEDDON

46 min. Danmark, 1989 / Instr. Jørgen Roos
Prod. Jørgen Roos Film

I 1903 rejste Knud Rasmussen med hundeslæde over Melvillebugten fra Thule til Kap Seddon. I 1979 (100-året for Knud Rasmussens fødsel) gennemførte en mindeekspedition, som så vidt muligt skulle følge kystlinjen i Knud Rasmussens spor til Kap Seddon, en strækning på ca. 600 km. Ekspeditionen bestod af 7 slæder, 14 mennesker og 107 hunde, og filmen beskriver de 17 dage undervejs. Efter nogle dages ophold returnerer fangerne fra Thule. De skal hjem, før isen bryder op. Arkæologerne bliver for at gøre klar til det hold videnskabsmænd, som kommer et par måneder efter.

Filmen er indgået i distribution på VHS.



ZUMA THE PUMA

30 min. Danmark, 2002 / Instr. Jon Bang Carlsen
Prod. C&C Productions A/S

I en Champions league kamp mod Lazio i Rom kæmper den sydafrikanske fodboldspiller Sibusiso Zuma både mod de italienske verdensstjerner og mod de racistiske tilskuere, som bombarderer afrikaneren med foragt, hver gang han rører bolden. I den europæiske heksekedel på Stadio Olimpico søger hans tanker tilbage mod barndommen i det fattige township i Sydafrika. I stedet for verdensstjernernes forkælede ben ser 'Zuma the Puma' midt i kampens hede sin barndoms tynde, barfodede ben drible bolden rundt i Afrikas røde støv, mens drengene drømmer den umulige drøm om, at fodbolden skal befri fra ghettos vold og bundløse fattigdom.



JOHANNES LARSEN

12 min. Danmark, 1957 / Instr. Jørgen Roos
Prod. Dansk Kulturfilm

Johannes Larsen (1867-1961) var næsten 90 år gammel, da Jørgen Roos opsøgte ham i Kerteminde for at lave et filmisk portræt. Men Johannes Larsen arbejdede stadig, og filmen følger maleren i atelieret og i naturen, hvor han indfanger sine kendte og elskede fugle- og landskabsmotiver. Hans inspiration var først og fremmest barndommens miljø, lige uden for vinduet. 'Bondemalerne' blev 'Fynboerne' lidt foragtligt kaldt i slutningen af 1800-tallet. Selv opfattede Johannes Larsen, Peter Hansen og Fritz Syberg det som en kompliment og fortsatte ufortrødent med at gøre kostalden stueren.

Filmen er indgået i distribution på VHS.

FILMFYN PÅ SKINNER

Af Dorthe Nielsen

Så ser det endelig ud til at lykkes med den fynske filmpulje. Efter alverdens tumult omkring EU-penge, amtslige overvejelser m.v. gik startskuddet til det længe ventede FilmFyn mandag den 25. november, hvor der var pressemøde i Bio Langeland i Rudkøbing. Dermed er Sydfyn efter to års arbejde klar til at modtage både tv-serier og omkring 17 spillefilm fordelt over de næste fire år. I alt vil der være 17,5 mio. kr. at få del i for de danske produktionsselskaber, og foreløbig står tre forskellige filmprojekter som interesse-rede i at lægge ud.

De 17,5 mio. kr. fordeler sig over 13 mio. kr. fra amt og de ni kommuner.

Amtet bidrager med de 6,5 mio. kr., Svendborg med 3,25 mio. kr., og resten deles blandt de øvrige otte kommuner; Faaborg, Egebjerg, Gudme, Tranekær, Rudkøbing, Sydlangeland, Marstal og Ærøskøbing. Yderligere skulle der gerne komme 4,5 mio. kr. i privat kapital. 1,5 mio. kr. fra både TV 2 og Producentforeningen er på plads. Resten skal fortsat forhandles endeligt, oplyser Erik Crone, der sidder som foreløbig direktør for FilmFyn.

Som tidligere går aktionærkredsen efter en bank som medinvestor. Forskellen på forhandlingerne er nu, at der er total sikkerhed omkring, at projektet rent faktisk bliver til noget.

Se mere www.filmfyn.dk

FIRE KRONER TIL WWW.DFI.DK

'Bedst på nettet' (et projekt under IT- og Telestyrelsen) har tidligere på året vurderet knapt totusinde offentlige websteder i Danmark. Ved gennemgangen placerede Filminstitutets websted www.dfi.dk sig flot og scorede fire "netkroner" ud af fem mulige, og en kroners fremgang i forhold til 2001. I gruppen 'Kulturinstitutioner' indtager www.dfi.dk førstepladsen.

Vurderingen af webstederne er sket inden for tre kategorier: Brugervenlighed, der handler om navigation, sprog og om at tage udgangspunkt i brugernes behov. Er det nemt at finde rundt og finde, hvad man leder efter? dfi.dk scorer her 71%. Nyttевærdi, som drejer sig om informationernes pålidelighed og relevans i forhold til brugernes behov. dfi.dk scorer her 82%.

Åbenhed, dvs. om webstedet klart signalerer, hvem afsenderen/organisationen er, om der indbydes til dialog og feed back, og om der findes mulighed for debat og meningstilkendegivelser på nettet. dfi.dk scorer her 70%.

I vurderingen af dfi.dk fremhæves særligt, at navigation, struktur og

sprog/formidling er i top.

Siden relanceringen af dfi.dk i sommeren 2000 er webstedet støt vokset i omfang. Det samme er heldigvis brugen af det. I oktober 2002 havde dfi.dk i gennemsnit 1.500 daglige besøg (såkaldte *visitor sessions*), hvilket næsten er en fordobling i forhold til samme måned i 2001 og en tredobling i forhold til oktober 2000. En del af fremgangen skyldes naturligvis den almindelige udbredelse af internettet - nu også i filmbranchen - men også lanceringen af det nye distributionskatalog med online-bestilling af film, den løbende udbygning af de elektroniske nyhedstjenester, satsningen på elektroniske undervisningsmaterialer til skolerne samt adgangen til artikler fra FILM har bidraget til at øge trafikken.

Filminstitutet planlægger at gennemføre dets egen brugerundersøgelse af dfi.dk i begyndelsen af 2003.

Vi modtager med tak forslag og ønsker til forbedringer af dfi.dk. Benyt debatsiderne på dfi.dk eller skriv til ua@dfi.dk.

Mere om 'Bedst på nettet': www.bpn.dk

STYRKET INDSATS OVER FOR BØRN OG UNGE



Foto: Kirsten Bille

Som led i Det Danske Filminstituts styrkede indsats omkring formidlingen til børn og unge, grundskolen og filmbranchen har Center for Børne- & Ungdomsfilm ansat to nye medarbejdere.

Jacob S. Breuning er ansat som skolebiokonsulent med ansvar for projekt Med Skolen I Biografen. Allerede nu er Nordjyllands og Vestsjællands amter med i projektet, og Vejle er godt på vej. Ambitionen er, at Med Skolen I Biografen munder ud i en landsdækkende skolebioordning.

Jacob S. Breuning er 29 år og bachelor i dansk og film- og medievidenskab fra Københavns Universitet. Han har skrevet om film og mediasociologi og har tidligere haft et praktikophold på Det Danske Filminstitut, hvor han var involveret i arbejdet med skolebio-



festivalen Absolut Skolebio Festival, som fungerer som pilotprojekt og appetitvækker for Med Skolen I Biografen.

Line Arlien-Søborg er fra 1. januar ansat som kreativ formidler med ansvar for nye formidlingstiltag overfor børn og unge og filmbranchen. Hendes opgave bliver at styrke formidlingen af film for børn og unge og at skabe faglig debat og dialog i den professionelle filmbranche om børne- og ungdomsfilm. Line Arlien-Søborg er cand. mag. i Litteraturhistorie og Æstetik & kultur fra Århus Universitet, og hun har en bred erfaring fra både film og tv. Hun har således arbejdet som scripter, indspilningsleder og instruktørassistent på film af bl.a. Nils Malmros og som tilrettelægger af flere programmer for DR TV, bl.a. ungdomsprogrammet *Zig Zag*.

WWW.DFI.DK

KONKURRENCE DEADLINE 7.1.2003

Kan du fortælle en god historie? Eller kan du få en god ide til en reklamefilm?

JyskFilm er et praktisk udviklings- og produktionsorienteret samarbejde mellem jyske kulturinstitutioner og filmproduktionselskaber med placering primært i Århus. JyskFilm er støttet af Den Vestdanske Filmpulje, Vækstlagpuljen, Det danske Filminstitut og Danmarks Radio.

Målsætning er at udvikle samarbejdet mellem de forskellige sektorer i samfundet til fælles gavn, ligesom det er JyskFilms formål, at identificere og udvikle filmiske talenter i Jylland inden for områderne, ide- og manuskriptudvikling, produktion, finansiering, produktionsplanlægning, instruktion, teknisk/æstetisk produktion samt distribution og markedsføring.

JyskFilm giver nu alle talenter chancen for at få gennemført et filmprojekt og står sammen med det professionelle århusianske filmmiljø klar til at hjælpe med processen fra de første spæde tanker til premieren i biografformat.

Konkurrencens emner er: En idé til en kortfilm på højst 12 minutter eller en idé til en 1 minuts reklamefilm om Filmby Århus.

Konkurrencen henvender sig både til dig, der har en god historie, du gerne vil fortælle men aldrig nogensinde har været i kontakt med filmmiljøet og til dig, der har prøvet det meste: skrevet, instrueret og søgt ind på skoler osv.

Vinderfilmene premieres udover at blive professionelt produceret, med hver et pengebeløb og vil blive vist på DR 2.

Se mere på www.jyskfilm.dk

SPILLEFILM / MANUSKRIFT-, PRODUKTIONS- OG UDVIKLINGSSTØTTE / 20. AUGUST - 25. NOVEMBER 2002

(ARBEJDS)TITEL	FORFATTER	INSTRUKTØR	PRODUCENT	KONSULENT	LOI	MANUSKRIFT	UDVIKLING	PRODUKTION	STØTTE I ALT
DAGEN OG VEJEN	John S. Olsen	Jørn Faurschou	ASA Film Production	MG		0	150.000	0	200.000
DEN JØDISKE LEGETØJSGROSSIST	Jacob Grønlykke			VW		80.000	0	0	80.000
DOGME #10	Kim Fupz Aakeson	Annette K. Olesen	Zentropa Entertainments6	VW		0	0	5.400.000	5.900.000
EN FREMMED	Mikkel Rosengaard, Niels Nørlov Hansen	Niels Nørlov Hansen	Angel Production	MG		60.000	0	0	110.000
FEAR X	Hubert Selby Jr., Nicolas Winding Refn	Nicolas Winding Refn	NWR	VW		0	0	1.185.665	4.685.665
FLYV FUGL, FLYV	Henning Carlsen		Dagmar Film Produktion	MG		50.000	0	0	254.650
FLYV FUGL, FLYV	Henning Carlsen		Dagmar Film Produktion	MG		0	70.650	0	254.650
HANNAH WOLFE			Buxton Ravn Production	60/40		0	0	50.000	4.247.152
HIST HVOR VEJEN	Bo hr. Hansen, Martin Strange-Hansen	Martin Strange-Hansen	Thura Film	VW		50.000	0	0	50.000
KONFIRMANDEN	Per Nielsen, Peter Engel		Zentropa Entertainments9	MDS		40.000	0	0	180.000
LAD DE SMÅ BØRN	Kim Fupz Aakeson, Paprika Steen	Paprika Steen	Nordisk Film Production	MG		0	58.000	0	288.000
LOOK SEXY NOW	Kim L. Rasmussen, Pernille F. Christensen	Pernille Fischer Christensen	Nimbus Rights	VW		80.000	0	0	80.000
LØFTET	Anker Li	Jesper W. Nielsen	Angel Production	MG	X	0	0	5.220.000	5.846.838
NOW YOU DONT	Alice Bragg, Jonathan Hales	Bille August	Mecano Film	60/40		0	261.826	0	1.556.826
NYE MENNESKER	Gert Fredholm, Mikael Olsen	Gert Fredholm	Zentropa Productions	VW		50.000	0	0	155.000
OH HAPPY DAY	Lotte Andersen	Hella Joof	Fine & Mellow Productions	MG		95.000	0	0	285.000
OH HAPPY DAY	Jannik Johansen, Lotte Andersen	Hella Joof	Fine & Mellow Productions	MG		0	150.000	0	285.000
ONDSKAN	H. Gunnarsson, K. Östergren, M. Häfström	Mikael Häfström	Moviola Film & Television, Nordisk Film Prod.	VW		0	0	2.250.000	2.250.000
RECONSTRUCTION	Christoffer Boe, Mogens Rukov	Christoffer Boe	Nordisk Film Production	VW		0	0	5.160.000	5.481.108
REMBRANDT	Anders Thomas Jensen, Jannik Johansen	Jannik Johansen	Fine & Mellow Productions	60/40		0	0	4.820.071	5.000.000
REX	Dariusz Zyczynski Steiness, Klaus Rifbjerg		Zentropa Entertainments7	MG		0	315.695	0	425.695
RUNE	Mogens Kløvedal		Dansk Film Kompagni	MDS		25.000	0	0	25.000
SKRÅVÆGGE DØR ALDRIG	Henning Carlsen, Ole Roos	Ole Roos	Dagmar Film Produktion	MG		0	198.380	0	758.380
STRINGS	Anders Rønnow-Klarlund, Naja Maria Aidt	Anders Rønnow-Klarlund	Bald Film, Nordisk Film Production	MDS		0	150.000	0	680.000
TO RYK OG EN AFLEVERING	Jesper Wung-Sung, Aage Rais	Aage Rais	Jutlandia Film	MG		0	0	4.790.000	5.200.000
TOM JONES	Rasmus Heisterberg, Tzara Tristana		M & M Productions	MG		60.000	0	110.000	110.000
TÆL TIL HUNDREDE	Petter Blad	Linda Krogsøe Holmberg	Nimbus Film Productions	MDS		100.000	0	334.988	334.988
YOUNG HEARTS	Søren Frellesen		Zentropa Entertainments3	MDS		40.000	0	40.000	40.000
ZAFIR	Hans Hansen, Malene Vilstrup	Malene Vilstrup	Zentropa Entertainments9	MDS		0	0	6.391.223	6.391.223

KORT- OG DOKUMENTARFILM / MANUSKRIFT-, PRODUKTIONS- OG UDVIKLINGSSTØTTE / 20. AUGUST - 25. NOVEMBER 2002

(ARBEJDS)TITEL	FORFATTER	INSTRUKTØR	PRODUCENT	KONSULENT	LOI	MANUSKRIFT	UDVIKLING	PRODUKTION	STØTTE I ALT
600 METER TIL FREMTIDEN		Ulla Boje-Rasmussen	Nordfilm Documentaries	ABN		0	145.000	0	145.000
A PIANO TALE		Benjamin Holmsteen	Zentropa Productions2	ABN		0	0	70.000	70.000
BOKSEREN	Annette Herzog	Morten Hartz Kaplers	Nimbus Rights	BCR		25.000	0	0	25.000
DAGE MED KATHRINE		Ulla Boye	Koncern TV- og Filmproduktion	ABN		0	0	625.000	663.000
DANSK JØDISK MUSEUM	Stephen Schwartz		Sfinx Film/TV	ABN		0	92.000	0	92.000
DEN GRØNNE LASTBIL	Niels Boel		V F Film	ABN		20.000	0	0	20.000
DEN PRAKTISERENDE LÆGE	Henning Carlsen		Dagmar Film Produktion	ABN		0	0	800.000	800.000
DET GÅDEFULDE FOLK	Cæcilia Holbek Trier	Cæcilia Holbek Trier	Sfinx Film/TV	BCR		0	52.300	0	77.300
DET VÆRSTE JOB			Magic Hour Films	ABN		0	0	950.000	1.180.000
DRENGEN FRA FÆRØERNE	Leif Jappe	Leif Jappe	Jappe Film	BCR		15.000	0	0	15.000
DVD-AMERIKANSKE BILLEDER	Jacob Holdt	Jacob Holdt, Thomas Engell	Sound of Sunrise Production	JH		0	159.000	0	159.000
DØDSØJEBLIKKET	Christian Bjarke Dyekjær	Christian Bjarke Dyekjær	Tju Bang Film	JH		15.000	0	0	15.000
EN GAL, EN ELSKER, EN POET		Anne Regitze Wivel	Barok Film	ABN		50.000	0	0	50.000
FRUER OG FRILLER	Lissen Dirckinck-Holmfeld	Lissen Dirckinck-Holmfeld	Angel Production	BCR		0	0	650.000	795.000
HVOR LIGGER JULELAND?	Liller Møller	Liller Møller	Filmforsyningen	BCR		0	175.000	0	348.000
HYRDINDEN & SKORSTENSFEJEREN	Jenz Koudahl, Julie Asmussen	Jenz Koudahl, Julie Asmussen	Spild af Tid	JH		15.000	0	0	15.000
HØJDESKRÆK		Jacob Tschernia	Angel Production	BCR		0	65.758	0	65.758
JEG SÅ DET LAND	JJ Film ApS		JJ Film	ABN		0	0	500.000	500.000
KABULS GENOPBYGNING	Jan Krogsgård	Jan Krogsgård	Wake Film	JH		30.000	0	0	30.000
KAMPEN MOD SNAVSET	Kassandra Wellendorf	Kassandra Wellendorf		BCR		20.000	0	0	181.530
MARTIN SCORSESE - PORTRÆT		Tomas Gislason	Angel Production	ABN		0	147.000	0	147.000
MIN FARNS SIND	Vibe Mogensen		Barok Film	ABN	X	0	0	500.000	614.000
MYTEN OM MINIK		Staffan Julen	Haslund Film ApS, Manden med Cameraet	ABN		0	120.000	0	120.000
OPKLARING	Kirsten Blohm, Lars Johansson	Lars Johansson	Final Cut Productions	ABN		0	45.000	0	1.205.000
PIGEN PÅ FÆRØERNE	Leif Jappe	Leif Jappe	Jappe Film	BCR		15.000	0	0	15.000
RØDE ØRER	Niels Lund			BCR		25.000	0	0	25.000
SAXO GRAMMATICUS		Morten Ranmar	No Parking	BCR		0	39.800	0	139.800
THE FALL	Jon Micke	Jon Micke	Sweep Productions	JH		20.000	0	0	20.000
UNGE OG ALKOHOL	Jesper Troelstrup		Koncern TV- og Filmproduktion ApS	BCR		25.000	0	0	25.000
WE ARE THE WORLD	Jørgen Flindt Pedersen	Jørgen Flindt Pedersen	Far Film Danmark	JH		30.000	0	0	30.000

NOVELLEFILM / 1. JANUAR - 31. DECEMBER 2002

Bringes i FILM#28

FILMVÆRKSTEDET / 1. SEPTEMBER - 31. DECEMBER 2002

(ARBEJDS)TITEL	STØTTEMODTAGER	FORMAT
MORGENGRY	Meeto Worre Kronborg Grevsen	Video
DRØMME OM DJÆVELEN	Karen Elisabeth Hjerminde	Video
HALETUDDEN	Bo Dalum	Video
STILLE! ELLER JEG SLÅR DIG IHJEL	Rune Kalle Bjerkø	Video/16mm
FLUSH	Thomas Bremer	16mm
MOSKVA	Anna Vesterholt	16mm
GAMEPLAY	Andrea Elisabeth Rudolph	Video
LEGEN	Jens Arentzen	Video/Eft.

VIDEOVÆRKSTEDET / 1. SEPTEMBER - 31. DECEMBER 2002

(ARBEJDS)TITEL	STØTTEMODTAGER	FORMAT
DEN DANSKE PROFESSOR	Andreas Koefoed	Beta
ELENA	Cecilie Rosdahl	Beta
FARVELØSE VERDEN	Rasmus H. Mølgaard	Beta
MENNESKE MEDIUM - 1	Le Kondrup	Beta
REQUIEM	Michael H. Kirkegaard	Beta
DEN GRÅ MAND	Kim Nielsen	Beta
ALBERTS SØSTRE	Helle Mysjkin	Beta
OPHOBNING	Ole Præstkær Jørgensen	Beta

FESTIVALER SPILLEFILM / 1. SEPT. 2002 OG FREM

Bringes i FILM#28

FESTIVALER KORT- OG DOK.-FILM / 1. SEPT. 2002 OG FREM

Bringes i FILM#28

PRISER 6. SEPT. 2002 OG FREM

Bringes i FILM#28

ALMEN STØTTE 1. SEPT. 2002 OG FREM

Bringes i FILM#28

DISTRIBUTION OG FORMIDLING / SPILLEFILM / 30. MAJ - 25. NOVEMBER 2002

LANCERING- OG KOPISTØTTE

TITEL	INSTRUKTØR	PRODUCENT	TEST	LANCERING	KOPIER
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk	48.880		
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk			11.612
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk			3.871
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk	40.000		
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk		500.000	
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk			143.774
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk			8.457
AT KENDE SANDHEDEN	Nils Malmros	Nordisk			67.651
CHARLIE BUTTERFLY	Dariusz Steiness	Zentropa			43.093
DE GRØNNE SLAGTERE	Anders Thomas Jensen	M&M Production	48.500		
DOGVILLE	Lars von Trier	Zentropa	45.000		
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa	25.600		
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa			91.581
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa			21.470
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa			3.578
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa		600.000	235.493
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa			13.083
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa		20.000	6.541
ELSKER DIG FOR EVIGT	Henrik Ruben Genz	Nordisk			9.214
ELSKER DIG FOR EVIGT	Henrik Ruben Genz	Nordisk			23.049
GAMLE MÆND I NYE BILER	Lasse Spang Olsen	Thura Film		750.000	
GAMLE MÆND I NYE BILER	Lasse Spang Olsen	Thura Film			321.944
GAMLE MÆND I NYE BILER	Lasse Spang Olsen	Thura Film			9.291
HALALABAD BLUES	Helle Ryslinge	Angel			17.995
HALALABAD BLUES	Helle Ryslinge	Angel		475.250	105.373
HALALABAD BLUES	Helle Ryslinge	Angel			105.373
HALALABAD BLUES	Helle Ryslinge	Angel			80.579
HUMØRKORTSTATIVSÆLGERENS SØN	Peter Bay	Angel		400.000	203.597
HUMØRKORTSTATIVSÆLGERENS SØN	Peter Bay	Angel			
IT'S ALL ABOUT LOVE	Thomas Vinterberg	Nimbus			14.372
IT'S ALL ABOUT LOVE	Thomas Vinterberg	Nimbus	40.000		
KALD MIG BARE AKSEL	Pia Bovin	Zentropa			12.656
KALD MIG BARE AKSEL	Pia Bovin	Zentropa		375.000	
KALD MIG BARE AKSEL	Pia Bovin	Zentropa			66.727
KALD MIG BARE AKSEL	Pia Bovin	Zentropa			47.662
KARLA KANIN BIO 4 (ekstra)					4.857
KARLA KANIN BIO 4 (underskudsgaranti)				293.872	
LYKKEVEJ	Morten Arnfred	Nordisk	40.000		
MIDSOMMER	Carsten Myllerup	Cosmo			9.214
MIDSOMMER	Carsten Myllerup	Cosmo	70.500		
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight			23.718
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight		640.000	
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight			369.406
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight			5.687
OKAY	Jesper W. Nielsen	Peter Bech			11.700
OKAY	Jesper W. Nielsen	Peter Bech			269.846
OMFAVN MIG MÅNE	Elisabeth Rygård	Zentropa		100.000	
POLLE FICTION	Søren Fauli	Film People	7.500		
SE TIL VENSTRE, DER ER EN SVENSKER	Natascha Arthy	Nimbus	42.500		
SE TIL VENSTRE, DER ER EN SVENSKER	Natascha Arthy	Nimbus			21.822
SKAGERRAK	Søren Kragh-Jacobsen	Nimbus	8.750		
SLIM, SLAM, SLUM	Brd. Ballarin	Wise Guy			4.945
SLIM, SLAM, SLUM	Brd. Ballarin	Wise Guy		250.000	
SLIM, SLAM, SLUM	Brd. Ballarin	Wise Guy			41.627
ULVEPIGEN TINKE	Morten Køhlert	ASA		500.000	
ULVEPIGEN TINKE	Morten Køhlert	ASA			282.623
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa	41.500		
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa			19.354
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa			3.871
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa	11.000		
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa		520.000	
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa			15.443
WILBUR BEGÅR SELVMORD	Lone Scherfig	Zentropa			182.804
KOPRODUKTIONER MED DANSK BIPRODUCENT (MINOR)					
LILJA-4-EVER	Lukas Moodysson	Zentropa		100.000	
LILJA-4-EVER	Lukas Moodysson	Zentropa			41.427
TSATSIKI 2 - VENNER FOR ALTID	Eddie Thomas Pedersen	Nordisk			8.623
TSATSIKI 2 - VENNER FOR ALTID	Eddie Thomas Pedersen	Nordisk		100.000	
TSATSIKI 2 - VENNER FOR ALTID	Eddie Thomas Pedersen	Nordisk			61.540
ANDET					
Tracking uge 1-13				81.250	
Tracking uge 14-26 + ekstra 09.04.02				106.150	
Tracking uge 27-39				81.250	
Tracking uge 40-52				85.750	
Børnefilm exitundersøgelse (Ulvepigen Tinke)				24.700	
Børne- og familiefilm oplæg fra TNJ				43.000	

ANDEN LANCERING INDLAND, SPILLEFILM

MODTAGER	FORMÅL	BELØB
Danmarks Statistik	Finansieringsbidrag	126.900
DB (Danske Biografer)	Cinema Seminar	75.000
DB (Danske Biografer)	Sommerbiffen, kampagne-02	100.000
DB (Danske Biografer)	Studietur til Milano	20.000
Film fra Syd Festivalen	Tilskud til festival	100.000
Foreningen af premierebiografer v/Dagmar Teatret	Københavnske biografer, publikumsundersøgelse	51.400
Gay & Lesbian Film Festival	Tilskud til festival	80.000
Gloria Film	Tilskud til italiensk filmfestival	30.000
Hvalsø Bio- & Kulturhus	Jubilæumsarrangement	10.000
Nordisk Film, Super 16	Afgangsfilm i Imperial	30.000
Scala Gudhjem	Besøg af Berlevåg Mandskor i f.m. visning af HEFTIG OG BEGEJSTRET	20.000
SF-Film	Versioneringsstøtte til KARLSSON PÅ TAGET	75.000

LANCERING UDLAND, SPILLEFILM

TEKST	FORMÅL	BELØB	BELØB AKKUMULERET
Annoncering i Screen Daily	Cannes Film Festival	£ 4.121	
Baby	Festivalkopi		
Dansk filmuge i Paris	Tilskud	150.000	
Dansk filmuge i Paris	Underskudsgaranti	100.000	
Elsker dig for evigt	Lancering i San Sebastian	102.180	
Elsker dig for evigt, videofremstilling	European Film Award	46.110	
Et rigtigt menneske	Lancering i San Sebastian	15.000	
Fukssvansen	Festivalkopi	29.143	
Nordische Botschaften, Berlin	Børnefilmfremstød i f.m. Berlin F.F.	EURO 961,12	
Omfavn mig måne	Festivalkopi	12.598	
Plakater, foldere og katalog	London, The Danish Wave	10.000	
Polle Fiction	Festivalkopi	25.000	
Royal Danish Embassy	London, The Danish Wave	£ 5.343,85	
Små Ulykker, videofremstilling	European Film Award	32.004	
Ulvepigen Tinke	Lancering, Montreal Int. F.F.	72.599	

EKSTRA DISTRIBUTIONSKOPIER, SPILLEFILM

TITEL	ANTAL KOPIER	DISTRIBUTØR	BEVILLING
ICE AGE	4	SF	48.000
SPIDERMAN	10	Nordisk	140.422
LILO & STITCH	5	BVI	52.561
SPIRIT - HINGSTEN FRA CIMARRON	5	UIP	35.539
MULHOLLAND DRIVE	1	Camera	20.225

FESTIVALKOPIER, SPILLEFILM

TITEL	INSTRUKTØR	PRODUCENT	MEDIE	VERSION	BELØB
BÆNKEN	Per Fly	Zentropa	35mm	eng.	20.504
DRENGEN DER VILLE GØRE DET UMULIGE	Anja Dalhoff	Angel Production	35mm	eng.	
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa	35mm	eng.	
ELSKER DIG FOR EVIGT	Susanne Bier	Zentropa	35mm	sp.	
EN KÆRLIGHEDSHISTORIE	Ole Christian Madsen	Nimbus	35mm		14.132
EN KÆRLIGHEDSHISTORIE	Ole Christian Madsen	Nimbus	35mm	eng.	5.125
EN KÆRLIGHEDSHISTORIE	Ole Christian Madsen	Nimbus	35mm	fransk	14.331
FAMILY	Sami Saif / Phie Ambo	Cinevita Film Company	35mm	eng.	27.157
FEAR X	Nicolas Winding Refn	NWR	35mm	eng.	
HALALABAD BLUES	Helle Ryslinge	Angel Production	35mm	eng.	39.670
IT'S ALL ABOUT LOVE	Thomas Vinterberg	Nimbus	35mm		
KLATRETØSEN	H.F. Wullenwebber	Nimbus Film	35mm	eng.	
KLATRETØSEN	H.F. Wullenweber	Nimbus	35mm	eng.	18.535
LYSETS HJERTE	Jacob Grønlykke	Nordisk	35mm	eng.	19.579
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight Filmproduction	35mm	eng.	14.936
MIN SØSTERS BØRN I SNEEN	Tomas Villum Jensen	Moonlight Filmproduction	35mm	eng.	18.000
NOTATER OM KÆRLIGHED	Jørgen Leth		35mm	eng.	18.925
OKAY	Jesper W. Nielsen	Bech Film	vhs	eng.	2.738
SMÅ ULYKKER	Annette K. Olesen	Zentropa	35mm	fransk	31.404
SMÅ ULYKKER	Annette K. Olesen	Zentropa	35mm	eng.	6.150
ULVEPIGEN TINKE	Morten Køhlert	ASA Film Production	35mm	eng.	6.150
ULVEPIGEN TINKE	Morten Køhlert	ASA Film Production	vhs	eng.	3.775

FESTIVALREJSER, SPILLEFILM

TEKST	FORMÅL	BEVILLING
Kim Fupz Aakeson	Dansk Filmuge + seminar i Paris	4.179
Kim Fupz Aakeson	Dansk Filmuge + seminar i Paris	4.179
Niels Arden Oplev, FUKSSVANSEN	Florida Film Festival	5.643
Morten Søborg	Dansk Filmuge + seminar i Paris	2.155
Jesper Christensen, transportomkostninger	Dansk Filmuge + seminar i Paris	EURO 78
Ole Chr. Madsen & Stine Stengade, EN KÆRLIGHEDSHISTORIE	Dansk Filmuge + seminar i Paris	14.510
Annette K. Olesen, rejseomkostninger	Pressemøde i f.m. Danish Wave i London	4.297
Annette K. Olesen, hotel og transport	Pressemøde i f.m. Danish Wave i London	1.667
Elisabeth Rygård, OMFAVN MIG MÅNE	Cairo Film Festival	4.300
Line Greisen & Julie Zangenberg	Prismodtagelse på Giffoni Film Festival	3.300
Peter Schepelem	Damaskus	7.064
Vibeke Windeløv & Susanne Bier, ELSKER DIG FOR EVIGT	Toronto Int. Film Festival	59.749
Steen Dalin, Information	Dækning af San Sebastian Film Festival	5.000
Kim Foss	Venedig Film Festival	4.812
Ole Chr. Madsen, EN KÆRLIGHEDSHISTORIE	New Directors/New Films, New York	6.007
Elisabeth Rygård, OMFAVN MIG MÅNE	Cairo Film Festival	675
Charlotte Munk	London, The Danish Wave	389
Lottie Terp Jacobsen, Nimbus, KLATRETØSEN	Chicago Film Festival	2.365
Jannie Faurschous, SMÅ ULYKKER	Chicago Film Festival	2.711
Jacob M. Neieendam	San Sebastian Film Festival	3.357
Morten Køhlert, ULVEPIGEN TINKE	London Film Festival	1.959
Morten Køhlert, ULVEPIGEN TINKE	Chicago Film Festival	3.978
Susanne Bier, ELSKER DIG FOR EVIGT	London Film Festival	£ 665

DISTRIBUTION OG FORMIDLING / BIOGRAFVIKRSOMHED / 30. MAJ - 25. NOVEMBER 2002

BIOGRAFRENOVERING

MODTAGER	FORMÅL	BEVILLING
Thisted, Kino 1-2-3	renovering	170.000
Løgstør Bio	renovering	50.000
Mors, Bio	renovering	25.000
Lemvig, Biohuset	renovering	250.000
Rødovre, Viften	renovering	138.000
Glamsbjerg, Biografen	nyt udstyr	60.000
Tisvilde Bio	nyt udstyr	70.000
Fåborg, Helios Teatret	nyt udstyr	65.000
Holbæk, Grand Bio	ombygning	75.000
Kbh., Husets Bio	renovering	13.000
Søllested Bio- & Kulturhus	renovering	250.000
Pandrup Kino	renovering	95.000
Kbh., Gloria Biografen	renovering	100.000
Nibe, Kino	renovering	80.000
Hvalsø Bio	renovering	100.000
Odder, Biffen	ombygning	250.000
Ballerup, Baltoppen Bio 1-2	lydisolering	40.000
Stege, Biografen	renovering	100.000
Valby Bios venner	diverse	10.000
Haslev, Biografteatret	renovering	100.000

BIOGRAFETABLERING

MODTAGER	FORMÅL	BEVILLING
Ålborg, Biffen	etablering	50.000
Hørsholm Biograf	etablering	350.000
Rødning Biograf	etablering	350.000

IMPORTSTØTTE

MODTAGER	INSTRUKTØR	LAND	DISTRIBUTØR	BEVILLING
FAST FOOD FAST WOMEN	Amos Kollek	USA	Camera	120.000
DER KRIEGER UND DIE KAISERINN	Tom Tykwer	DE	Kollektiv Film	120.000
HERTUGEN & ENGLÆNDEREN	Erik Rohmer	FR	Sand/Met	120.000
MULHOLLAND DRIVE	David Lynch	USA	Camera	120.000
BEHIND THE SUN	Walter Salles	BR	BVI	...
BLACK BOARDS	Samira Makhmalbaf	IR	Marco	...
GLASSKÅR	Lars Berg	NO	ØFP	...
MANDEN UDEN FORTID	Aki Kaurismäki	FI	Huset	...
HEAVEN	Tom Tykwer	DE	Sand/Met	120.000
SPIDER	David Cronenberg	CAN	Angel	...

ARTCINEMASTØTTE

MODTAGER	BELØB	TILSAGSDATO ÅR/MD/DAG	BEMÆRKNINGER
Kolding, Film 6000	75.000	02.08.29	
Odense, Filmporten	200.000	02.08.29	

DISTRIBUTION OG FORMIDLING / KORT- OG DOK.-FILM / 30. MAJ - 25. NOV. 2002

LANCERINGSSTØTTE

FILMTITEL	PRODUCENT	DISPONERET
THE WILD EAST	Michael Haslund	55.000
PALLE NIELSEN	Kollektiv Film v. Chr. Braad	45.000
GUD HVOR ER DET SVÆRT	Q-media	43.000
WONDERKIDS	Koncern v. Thomas Heurlin	35.500
DE VILDE UNGE (Ecstasy)	Angel Prod.	42.000
MIN... (6 film)	6 forskellige instruktører	50.700
SVEND ÅGE MADSEN	Kollektiv Film v. Chr. Braad	48.000
THE WILD EAST supl.	Michael Haslund	19.280
NATSVÆRMER	Barok Film	31.000
VI STYRER FORDL... (Basketdrengene)	Fenris Film og Multimedia	21.000
VOLLSMOSE Biblioteksturne	Hansen & Pedersen	27.000
DEN VÆSENTLIGE TID	Deluca v. Ellen Riis	41.400
DRENGENE FRA VOLLSMOSE supl. Bib.turne	Hansen & Pedersen	27.000
ANDALA OG SOFIANNGUAQ	Sonne AS	41.000
FILMSKATTEN	REXfilm	8.500
INUK WOMAN CITY BLUES	Nils Vest Film	45.000
3 x KRYB: SJØVE/STOLTE/GIFTIGE	Loke Film	22.000
ANGELS OF BROOKLYN	Cosmo Film	42.500
COTTON CLUB GIRL	Calyx v. Lisbet Matz	43.600
THE STAR DREAMER	Vesterholt Film	67.975
REVERIE	Michael Haslund	15.000
ONKEL DANNY - PORTRÆT AF EN KARMA COWBOY	Plagiat Film	200.000
STJERNEKIGGER	Tjubang Film	230.000
FORBRYDELSE OG STRAF I GRØNLAND	Angel Prod.	43.145
THE STAR DREAMER supl.	Vesterholt Film	8.197
EN MORS HISTORIE	Koncern v. Lars Seidelin	64.000
ALLAHS BØRN	Net Produktion	...
ARIF HOSSEIN	Fino Film v Ole Tornbjerg	45.000
CLOSE	...	15.000
DE LUTREDE	Jesper Jargil	30.000
DE USYNLIGE KRÆFTER	Jakob Jørgensen	...
DE VILDE UNGE, annoncering	Angel Prod.	7.700
DEN GUDDOMMELIGE BRUGSANVISNING	Steen Herdel	...
DRONNINGENS MUSIKANTER	Dan Säll Film & TV	150.000
DRØMMERE (Haitianske malere)	Bech Film / Mette Heide	45.000
FAIRY CONTRARY	Charles Atlas	...
JEG HUSKER ... FORTÆLLINGER FRA GRØNLAND	Karen Littauer	105.000
METRO	Angel (tidl. Bech Film)	20.000
MIGA'S REJSE	Manden med Cameraet	5.000
MIRABELLA	Andreas Pichler	...
NYE SCENER FRA AMERIKA	Nordisk v M. Christensen	50.000
QUEENAS	Camilla Overby Roos	30.000
SPROGET ER DET HUS VI BOR I	Plagiat Film/Jesper Fabricius	2.500
VILLAR	Art of Heart v. Eva Koch	25.000
ZUMA THE PUMA	C&C Productions	50.000

KOPISTØTTE (BL.A. OPBLÆSNING TIL BIOGRAFDISTRIBUTION)

FILMTITEL	PRODUCENT	DISPONERET
REVERIE	Haslund Film Aps	1.781
DRONNINGENS MUSIKANTER, lyd	Dan Säll Film & TV	30.000
FLASH OF A DREAM	Zentropa Real	33.162
STJERNEKIGGER Teaser	Tju Bang Film	43.925
ONKEL DANNY	Plagiat Film	53.267
DRONNINGENS MUSIKANTER	Dan Säll Film & TV	220.800
STJERNEKIGGER	Tju Bang Film	298.169

FESTIVALSTØTTE OG ANDEN STØTTE

PROJEKT / BEGIVENHED	ANSØGER	DISPONERET
DOK Marathon Dag 2002	EDN	10.500
Seminar 'Dok-film og bibliotekerne'	EDN	21.948
SØNDOK 2002 efterår	EDN	30.000
Langlandsfestival 2002	Teltform. Syvkanten	5.000

FESTIVALKOPIER

TITEL	INSTRUKTØR	PRODUCENT	MEDIE	VERSION	BEVILLING
THE STAR DREAMER	Sonja Vesterholt	Vesterholt Film og TV	Beta	Eng.	10.235
HUND OG FISK	Jannik Hastrup	Dansk Tegnefilm 2	35mm		4.340
VINTERBILLEDE	Jesper Jargil	Jesper Jargil Film	Beta	Eng.	2.162
FAMILY	Sami Saif & Phie Ambo	Cinevita Film Company	35mm	Eng.	8.007
ANGELS OF BROOKLYN	Camilla Hjelm Knudsen, M. Zandvliet	Cosmo Film	Beta	Eng.	16.412
A PIANO TALE	Benjamin Holmsteen	Zentropa Productions 2	35mm		35.000
PETER MARTINS m.fl.	Jørgen Leth		Beta	Eng.	8.672
REVERIE	Ulla Boye	Haslund Film	35mm		4.312
CLOSE	Kassandra Wellendorf	Kassandra Wellendorf & co.	35mm	Eng.	5.200
2 MINUTTER x 5 kopier	Jacob Tschernia	Jacob Tschernia	35mm	Eng.	12.698
STJERNEKIGGER	Christina Rosendahl	Tju Bang Film	Beta	Eng.	23.063
BALLERINA	K. Platou/V. Saunders	Rambling Rose Film	35mm	Eng.	10.465
SPROGET ER DET HUS...	Jesper Fabricius	Plagiat Film	35mm		17.606
DE LUTREDE	Jesper Jargil	Jesper Jargil Film	Beta	Eng.	5.587
DET PERFEKTE MENNESKE	Jørgen Leth		35mm	Eng.	7.049
NÅR MOR OG FAR ER KLOVNE	Annette Mari Olsen	Sfinx Film	Beta	Eng.	14.738
SE MIN VERDEN	Jens Bangskjær	FinoFilm	Beta	Eng.	10.000
NYE SCENER FRA AMERIKA	Jørgen Leth	Angel Production	35mm x2	Eng.	64.303

FESTIVALREJSER

FORMÅL	MODTAGER	TITEL	STØTTEBEVILLING
Int. Art & Poesie, Avignon	Søren Ulrik Thomsen	JEG ER LEVENDE S.U.T.	6.041
Art Film Festival, Bratislava	Ulrik Wivel	STACEYANN CHIN	3.829
Lisabon Doc Film Festival + diæter	Sami Saif	FAMILY	5.270
Hot springs Doc Film Festival + diæter	Fritz Hartz	HIMMELEN ER MIT TAG	8.089
Nordisk Panorama + diæter	Katrine Østerlund Jacobsen	NATSVÆRMER	4.722
Venedig Film Festival+diæter	U.Voetmann/B. Holmsteen	A PIANO TALE	6.374
Nordisk Panorama + diæter	Kassandra Wellendorf	CLOSE	4.312
Nordisk Panorama + diæter	Jørgen Vestergard	STORM P.	5.236
Nordisk Panorama + diæter	Michael Haslund Christensen	THE WILD EAST	4.422
Nordisk Panorama + diæter	Jesper Fabricius	SPROGET ER DET HUS...	4.147
Festival do Rio	Hansen, Kvium, Lemmerz	THE WAKE	20.389
Toronto Film Festival	Jonas Frederiksen	FAMILY	8.300
Vancouver Film Festival + diæter	Katrine Borre	PIGEN I HAVNEN	6.581
Nordisk Panorama + diæt	Sami Saif	FAMILY	5.929
Dok. Konference i Dubrovnik	Lars Johansson	SEASONS OF BLOOD AND HOPE	4.000
Leipzig Dokumentar & Animationfestival	Katrine Jacobsen	NATSVÆRMER	3.230
Chicago Children's Film Festival	Espen Sørensen	"S"	4.360
Amsterdam Documentary Film Festival	Jens Bangskjær	SE MIN VERDEN	4.872
Natur Vision Film Festival, München	Adam Schmedes	KONGEN AF PROVENCE	2.000
AFI Film Festival, Los Angeles + diæter	Jacob Tschernia	2 MINUTTER	4.820
Badajoz Film Festival + diæter	Niels Frandsen	EPIDEMIEN	5.892
Nordiche Filmtage, Lübeck + diæter	Katrine Østlund Jacobsen	NATSVÆRMER	2.184
Brief Encounters, Bristol + diæter	Kristjan Møller	DEN VENSTRE TELEFON	4.587
Female Eye Festival, Toronto + diæter	Camilla Roos	QUEENAS	5.477
Sheffield Documentary Festival + diæter	Camilla Schyberg	DE LUTREDE	6.540
Amsterdam Documentary Film Festival	Katrine Talks	LITTLE HANDS	4.522

INDKØB TIL DISTRIBUTION

Bringes i FILM*28

CENTER FOR BØRNE- OG UNGDOMSFILM

Bringes i FILM*28

**JANUAR 2003
CINEMATEKET
DET DANSKE FILMINSTITUT**

**ROBERT EVANS
BUSTER KEATON
FILM OM FILM
DE SIDSTE 20 ÅRS CINEMASCOPE-FILM
NY SKOTSK FILM**

Tir-Søn 12.00-22.00

SULT - Café & Restaurant
Tir-Lør / 18.00-24.00
Søn / 18.00-22.00
Man / lukket

Gothersgade 55, tel 3374 3412
 Hent programmet i Cinemateket
 eller se www.dfi.dk

KALENDER

DECEMBER 2002 - MAJ 2003

DECEMBER

CINEMATEKET PETER SELLERS, DAVID MAMET, DREAMWORKS, NY ITALIENS FILM,
ÅRETS MEST SETE FILM I CINEMATEKET
25.12. 'BERTRAM & CO' AF HANS KRISTENSEN HAR PREMIERE

JANUAR

CINEMATEKET ROBERT EVANS, BUSTER KEATON, FILM OM FILM, DE SIDSTE 20 ÅRS
CINEMASCOPE-FILM, NY SKOTSK FILM
10.01. 'IT'S ALL ABOUT LOVE' AF THOMAS VINTERBERG HAR PREMIERE
16.01. - 26.01. SUNDANCE FILM FESTIVAL, USA/ WWW.SUNDANCE.ORG
19.01. GOLDEN GLOBES AWARDS, USA/ WWW.THEGOLDENGLLOBES.COM
22.01. - 02.02. INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM, HOLLAND
WWW.IFFROTTERDAM.NL
24.01. - 03.02. GÖTEBORG FILM FESTIVAL, SVERIGE/ WWW.GOTEBORG.FILMFESTIVAL.ORG
31.01. 'EN SOM HODDER' AF HENRIK RUBEN GENZ HAR PREMIERE
31.01. 'SE TIL VENSTRE, DER ER EN SVENSKER' AF NATASHA ARTHY HAR PREMIERE
31.01. - 08.02. CLERMONT-FERRAND SHORT FILM FESTIVAL, FRANKRIG
HTTP://CLERMONT-FILMFEST.COM

FEBRUAR

CINEMATEKET MIKE LEIGH, SHOHEI IMAMURA, MELODRAMA, DANSK FILM 2002
02.02. ROBERT-FEST/ WWW.FILMAKADEMIET.DK
06.02. - 16.02. INTERNATIONAL FILM FESTIVAL BERLIN, TYSKLAND/ WWW.BERLINALE.DE
07.02. 'ASKEPOP - THE MOVIE' AF CHARLOTTE SACHS BOSTRUP OG MIKALA LAGE
HAR PREMIERE
07.02. 'DRENGEN DER VILLE GØRE DET UMULIGE' AF JANNIK HASTRUP
HAR DANSK PREMIERE
07.02. 'MIDSOMMER' AF CARSTEN MYLLERUP HAR PREMIERE
11.02. OSCAR-NOMINERINGER OFFENTLIGGØRES/ WWW.OSCAR.COM
19.02. - 26.02. AMERICAN FILM MARKET, LOS ANGELES/ WWW.AFMA.COM
21.02. 'ARVEN' AF PER FLY HAR PREMIERE

MARTS

05.03. - 09.03. TAMPERE INTERNATIONAL SHORT FILM FESTIVAL, FINLAND
WWW.TAMPEREFILMFESTIVAL.FI
07.03. - 16.03. CINÉMA DU RÉEL, PARIS/ WWW.BPLFR
11.03. - 16.03. BUFF 2003 - INTERNATIONAL BØRNE- OG UNGDOMSFILMFESTIVAL I MALMØ
WWW.BUFF.NU
14.03. 'SKAGERRAK' AF SØREN KRAGH-JACOBSEN HAR PREMIERE
21.03. 'DE GRØNNE SLAGTERE' AF ANDERS THOMAS JENSEN HAR PREMIERE
22.03. - 23.03. MIP DOC, CANNES/ WWW.MIPTV.COM
23.03. ACADEMY AWARDS, LOS ANGELES, USA/ WWW.OSCAR.COM
24.03. - 28.03. MIP TV, CANNES/ WWW.MIPTV.COM
28.03. 'FEAR X' AF NICOLAS WINDING REFN HAR PREMIERE
28.03. - 06.04. NATFILM FESTIVAL, KØBENHAVN/ WWW.NATFILM.DK

APRIL

04.04. 'ANJA EFTER VIKTOR' AF CHARLOTTE SACHS BOSTRUP HAR PREMIERE
09.04. - 13.04. NATFILM FESTIVAL, ÅRHUS, ODENSE OG AALBORG/ WWW.NATFILM.DK
11.04. 'LYKKEVEJ' AF MORTEN ARNFRED HAR PREMIERE
25.04. - 04.05. HOT DOCS CANADIAN INTERNATIONAL DOCUMENTARY FESTIVAL, TORONTO
WWW.HOTDOCS.CA
28.04. - 04.05. NYON VISIONS DU RÉEL/ WWW.VISIONSDUREEL.CH

MAJ

01.05. - 06.05. OBERHAUSEN INTERNATIONAL SHORT FILM FESTIVAL/ WWW.KURZFILMTAGE.DE
14.05. - 25.05. FESTIVAL INTERNATIONAL DU CANNES, FRANKRIG/ WWW.FESTIVAL-CANNES.FR
30.05. 'DOGVILLE' AF LARS VON TRIER HAR PREMIERE

FORTLØBENDE OPDATERING: WWW.DFL.DK/AKTIVITET/KALENDER
OPLYSNINGER OM CINEMATEKETS ARRANGEMENTER: WWW.CINEMATEKET.DFL.DK

ROOS-PRISEN 2002 JESPER JARGIL



Den 21.11. overrakte Allan Berg på DFIs vegne Roos-Prisen på 25.000 kr. til Jesper Jargil. Overrækkelsen fandt sted i forbindelse med åbningen af Festival of Festivals.

JURY'ENS BEGRUNDELSE

"Roos-Prisen 2002 går til Jesper Jargil for indsatsen henover de sidste seks år fra *Per Kirkeby - Vinterbillede* fra '96 over *De ydmygede* fra '98 og *De udstillede* fra 2000 til den nyeste film fra i år: *De lutrede*.

Det er helt i Jørgen Roos' ånd, at prisen tildeles en instruktør, som sætter en ære i selv at fotografere, selv at producere, og som - ligesom Jørgen havde sit 16 mm og sit 35 mm klippebord stående i atelieret på Chr. Winthers Vej på Frederiksberg - har sine egne redigeringsfaciliteter hjemme hos sig selv.

For ligesom Jørgen Roos var en stadig ener, hvis filmiske egenart bl.a. bestod i bemestringen af samtlige led i filmens tilblivelse - således er Jesper Jargil en instruktør, der med sin insisterende grundighed selv sætter sit personlige æstetiske og eksistentielle præg på alle detaljer fra den første idé til filmens færdige møde med publikum.

Det er ligeledes i Jørgen Roos' ånd, når prisen i år tildeles en instruktør, som har stillet sit talent og sin enorme arbejdsindsats i andre kunstners tjeneste.

For Jørgen Roos var portrætfilmene, (som han lavede mange af gennem årene), en måde at nærme sig den kunstneriske skabelsesproces - en måde at dele dens kampe og skønhed med alle os, der nyder godt af frugterne af den i form af værker, der ryster nye rum af gåder, sansninger og erkendelser fri indeni os.

Det er personlighederne bag og de veje gennem eksistensens labyrinter, der fører frem til det færdige værk, der

er anliggende i disse film om 'kunsten i arbejde'.

Forstod man det ikke før, så forstår man med Kirkeby-filmen alvoren og omfanget af den kamp, der hver gang skal føres for at få det færdige værk vristet frem ud af mødet mellem den skønhed og grumhed og uafsluttedhed, der er verdens - og så kunstnerens egen længsel efter at finde et svar på de indre uafsluttedheder, grumheder og kim til skønhed der til stadighed driver ham frem i en anspændt dirren mellem umuligheder og muligheder.

Og forstod man det ikke før, så forstår man med skildringen af von Trier i arbejde i *De ydmygede*, hvilken rystende udsathed der er i kampen for at presse det levende stof frem mod det indre billede, han har af 'sine' personer. *De ydmygede* skildrer en diabolisk og prisgivet dukkefører, hvis marionetter i en ydmyget og ydmygende afdrift vender filmens sandhed mod dens ophavsmand.

Og forstod man det ikke før, så forstår man med *De udstillede* det vanskelige og skæbnsvangre udlånsforhold, der præger iscenesættelsens udveksling med den personlige investering i rollen. I en diskret underspillet montage af de mange spilleres indbyrdes udviklinger og forviklinger mere end antydes det myretue-princip, der ikke blot styrer udstillingen *Verdensuret*, men også de halvt opdagede/halvt levede skæbner, der fylder udstillingens rum som et billede på livets ligeså kaotiske, kun delvist forståelige ruter, møder og undvigemanøvrer.

Og så kom i år endelig filmen om Dogme-brødrene og den sandhedssøgen, der som et lutret ideal, lå bag det hele. Og filmen skildrer ligeså uundgåeligt det mudder, der altid er og altid må være underlaget for bestræbelsen mod det ideale. Idealer koster, og de er kun sjældent til for at blive nået. Det er vejen hen mod dem, det gælder. Og hvert værk peger ligeså uundgåeligt frem mod det næste, for heller ikke denne gang lykkedes lutringen - helt. Det er selve kunstens væsen.

Jesper Jargil modtager Roos-Prisen for sine skildringer af vejene."

Roos-Prisen blev første gang uddelt d. 15. aug. 95 til Jørgen Roos selv. Priskomiteén har i år bestået af Henning Camre, direktør for European Documentary Network Tue Steen Müller og Agnete Dorph Stjernfelt. Tidligere prismodtagere: Jørgen Roos, Ole Askman, Øst For Paradis, Jørgen Leth, Jon Bang Carlsen, holdet bag *Family*: Sami Saif, Phie Ambo, Jonas Frederiksen, Janus Billeskov Jansen.