



En fyldt biografsal til en 3D-forestilling i 1950'erne. Skal man også fremover bære briller i biografen? Eller er der overhovedet biografer i fremtiden?

Spillefilmens sidste åndedrag?

Biografernes kamp for overlevelse

Af Kim Pedersen

Den forretningsmodel, der hidtil har garanteret spillefilmens (dvs. biograf-filmens) overlevelse i forhold til tv og videomediet, er under forandring. For dem, der elsker spillefilmen og biografoplevelsen, er fremtidsudsigterne ikke opløftende. I det følgende skal jeg forsøge at forklare hvorfor.

For at forstå den nuværende situation

er man nødt til at gå lidt tilbage i historien og se på den succesfulde forretningsmodel, der har været gældende i filmindustrien gennem de seneste 30 år.

Et spørgsmål om vinduer. Modellen, der sikrer maksimal udnyttelse af spillefilm i alle forevisningssituationer, også kaldet 'vinduer', så dagens lys med video-mediets

fremkomst i begyndelsen af 1980'erne. Hvert led i forevisningskæden fik så at sige sit eget vindue at udnytte en films potentiale i. Først biograferne, så video, så betalings-tv, og som rosinen i pølseenden, minimum to-tre år efter en spillefilms biografpremiere, public service-tv. En genial forretningsmodel, som hidtil har udnyttet filmenes forretningspotentiale maksimalt og sikret hvert enkelt vindues overlevelse.

I første omgang var producenterne tilbageholdende og lod ikke forbrugeren få adgang til at eje en film på video. Videofilm kunne udelukkende lejes, og det var med betydelig irritation, producenten måtte konstatere, at videoafspilleren også kunne optage film – og overspille dem. På arbejdspladser og i private hjem blev gigantiske filmbiblioteker etableret i disse år.

Pludselig var film ikke længere et eksklusivt produkt. Man lånte, byttede og kopierede film på livet løs, og producenterne halsede efter som ansatte i en bank, hvor et vindpust har taget penge-beholdningen og hvirvlet sedlerne ud over gaden.

Som modtræk opfandt filmproducenterne endnu et vindue: salg af kopibeskyttede film på vhs. Nu kunne forbrugeren langt om længe komme til at eje en film på helt legal vis. Video-salgsvinduet blev puttet ind imellem lejevideoer og betalings-tv. Var dét et klogt træk? Ja. Eftersom en videokassette langt fra er uforgængelig, havde producenterne ingenlunde solgt ud af arvesølvet. De havde tværtimod udvist fornuftigt købmandskab, for snart lå alle de solgte videokassetter på lossepladsen.

Video-mediet i kombination med fremkomsten af bl.a. TV2 fik imidlertid det årlige danske biografbesøg til at falde til den foreløbige bund i 1992 på 8,4 millioner solgte billetter – fra en top i 1953 på 57 millioner. Biograferne blev erklæret dødsdømte.

Men dø ville biograferne nu ikke, for branchen samlede sig til et frontalt angreb på det faldende besøgstal. Biografer blev renoveret, andre revet ned, og nye skød op. Det skete samtidig med, at filmproducenterne bitterligt indså, at biograferne var selve fundamentet for en films succes i de øvrige vinduer. Der blev derfor skubbet på fra alle sider, og de samlede anstrengelser resulterede i biografernes nuværende salgstal, der ligger på 12-14 millioner solgte biografbilletter om året.

Digitalt bonanza for pirater. Det digitale holdt sit indtog med lanceringen af dvd'en i slutningen af 90'erne – et nyt medie, som gav knivskarpe og flimмерfri billeder, en eminent lydgenivelse og tilmed var forholdsvis uforgængeligt. Havde producenterne indtil da vist rettidig omhu, begik de i forbindelse med lanceringen af dvd'en en alvorlig – fatal? – fejl. Studierne i Hollywood afviste et forslag fra video-kæden Blockbuster om bibeholdelse af leje- og salgsvinduet og slog i stedet de to vinduer sammen til ét, således at film kunne både købes og lejes på én og samme tid. Hollywood var først ude med at udsende dvd'er, som blev langet over disken til forbrugers eje, og alverdens øvrige filmproducenter fulgte beredvilligt med.

På grund af dvd'ens langtidsholdbarhed kunne filmene ikke længere genudsendes og bøtten derfor ikke vendes i samme grad, som det hidtil havde været tilfældet. Og eftersom prisforskellen på en leje- og en salgs-dvd ikke er nær så stor som forskellen mellem en leje- og en salgs-video-kassette, faldt udlejningsindtægterne snart drastisk. I Hollywood, hvor man igennem en årrække var blevet vant til to-cifrede stigningstakter, bredte panikken sig med lynets hast. Svaret blev en ny prissætningspolitik, som resulterede i, at dvd-film kort

tid efter deres udsendelse sælges for en fjerdedel af den oprindelige pris, samtidig med at tids-intervallet mellem en films udsendelse i biograferne og på dvd gjordes kortere og kortere. Drevet af en ufatteligt kortsigtet tankegang, der ikke rakte ud over den næste bonusudbetaling, udviste producenterne for første gang virkelig dårligt købmændskab. Og oven i al denne elendighed kom nye problemer til: illegale downloads fra internettet og piratkopiering af dvd-film uden tab af billedkvalitet.

Ovenstående er et bevis på, at en sammensmeltning og afkortning af vinduerne er den helt forkerte vej at gå, for resultatet har vist sig blot at være faldende omsætning for filmindustrien.

Således under pres spejdede alverdens filmproducenter efter en ny indtjeningskilde, som atter kunne sikre omsætningen. Dét er baggrunden for Blu-ray, der dog har vist sig ikke at være svaret på Hollywoods bønner, idet den teknologiske landvinding i forhold til dvd'en er til at overse. I stedet retter man nu blikket mod video-on-demand (vod), som måske kan redde producenterne ud af kattepinen på kort sigt, samtidig med at de respektive vinduer får kortere og kortere tid til at indtjene deres del af omsætningen, og enkelte medier, som f.eks. dvd, vil dø helt ud. Men Hollywoods måde at håndtere denne problematik på svarer til, at man blot preser bilen op i fart, når den er ved at løbe tør for benzin. Man behøver ikke have en videregående økonomisk uddannelse for at forudse, hvor det ender.

Omsætning i frit fald. Hollywoods svar på nutidens alvorligste problem, pirateri, er kortere og kortere vinduer, som ultimativt kan føre til simultanudsendelse af spillefilm i alle vinduer på én gang. Dét vil biograferne ikke kunne overleve! Da man i

Hongkong netop forsøgte at bekæmpe pirateri ved at udsende film på dvd og i biograferne på samme tid, faldt biografernes omsætning med 70 procent. Og undersøgelser foretaget bl.a. af investeringsbanken J.P. Morgan, som har økonomiske interesser i alle dele af filmindustrien, melder om et fald i biografernes tilskuertal på 49 procent, hvis alle film udsendes samtidig i alle vinduer.¹

Selvfølgelig vil forbrugeren fortsat ønske at kunne gå i biografen. Problemet er, at kommerciel biografdrift ikke kan overleve en så omfattende nedgang i besøgstallet.

At den bliver vist i en biograf, er simpelthen en af de ting, der definerer en spillefilm. Hvis en film ikke har været vist i en biograf, hvad er den så? Dvd-film? Tv-film? Download-film? Hvis der ikke er nogen biografer, vil der heller ikke være nogen spillefilm, og dermed vil den kælen for detaljer, de minutøse billedkompositioner og, somme tider, de enorme budgetter, vi forbinder med spillefilmen, være en saga blot. I stedet vil vi – i bedste fald – få film på det niveau, vi kender fra de bedste tv-serier: film, som er optaget i huj og hast med mange nærbilleder og en handling, der skal toppe hvert femtende minut for at fastholde publikum til efter reklamepausen. For hvorfor producere film til et format (biografernes store lærred), der ikke længere eksisterer?

I håb om at kunne bekæmpe pirateriet drømmer Hollywood om at gøre spillefilmene tilgængelige på alle platforme på én gang. Når først forbrugeren får legal adgang til spillefilmene fra dag ét, vil han/hun angiveligt gerne betale for at se spillefilm via nettet. Mon? For hvordan skal man nogensinde kunne konkurrere med gratis?

Fremtiden? Problematikken kan koges ned til tre ganske korte spørgsmål:

- I hvor høj grad vil fri tilgængelighed modvirke illegale downloads?
- I hvor stor udstrækning vil filmproducenten kunne hente indtægter fra de nye medier?
- Hvor store vil de skadelige eftervirkninger være for biograferne

Uanset svarene på disse spørgsmål vil udviklingen være definitiv. Der bliver ingen mulighed for fortrydelse. Man kan ikke vende tilbage til det, som var en gang.

Sandt nok byder digitaliseringen også på fordele for biograferne – i form af f.eks. 3D og digitale kopier. Men disse fordele er få og kan langt fra opveje de ulemper, som kortere vinduer eller simultanudsendelse af film på alle platforme indebærer. Den succes, biograferne oplever netop nu med 3D, må forventes at flade ud i løbet af kort tid, når nyhedens interesse har fortaget sig – som man så det i 1950'erne, da biograferne sidst forsøgte sig med 3D som et modtræk over for det dengang helt nye tv-medie.

Og i forbindelse med omstillingen af salene til d-biografer skal man være opmærksom på, at fordelene stort set udelukkende er på distributørernes side. Filmbranchen vurderer, at de amerikanske studier alene fremover kommer til at spare over en milliard dollars om året, når de ikke længere skal fremstille og rundsende de tunge 35mm spoler.

Vil publikum så få glæde af biografernes digitalisering? Tjah, lyden er allerede digital, og det er et åbent spørgsmål, om tilskuerne reelt kan se forskel på en digital billedgengivelse kontra de konventionelle 35mm-billeder. Selvkært åbner digitaliseringen mulighed for visning af andet end spillefilm, men det er og bliver kun en marginal niche for biografernes indtjening – og under alle omstændigheder skal de amerikanske studier nok sørge for at



Fremtiden for biograferne?

begrænse biografernes mulighed for den slags aktiviteter til et minimum. Studierne taler allerede om, at de vil have kompensation, hvis biograferne aflyser forestillinger af amerikanske film for i stedet at vise 'alternativt indhold'.

Gennem de seneste ti år har biograferne været igennem en større investeringsbølge – efterhånden er der ikke den by i Danmark, der ikke har sit eget funkende flotte biografpalads – og når man dertil lægger investeringen i den digitale teknologi, kan man frygte, at der ikke vil være yderligere finansiering tilgængelig, hvis/når markedet bliver vigende i forbindelse med en eventuel afkortning eller fuldstændig afskaffelse af vinduerne.

Men det korte af det lange er, at alt,

hvad man gennem de sidste fem år har forsøgt sig med for på langt sigt at bedre filmbranchens økonomi, er slået fejl, fordi initiativerne har været styret af helt kortsigtet tænkning.

Såfremt spillefilmen og biograferne skal kunne overleve, må et eksklusivt vindue for biografvisning opretholdes, tyveri af ophavsret via internettet skal kriminaliseres, og legal tilgængelighed af spillefilm på

nettet via betaling skal effektiviseres, med respekt for biografernes vindue, forstås. Det er næppe nødvendigt at understrege, at undertegnede er dybt bekymret på spillefilmens og biografernes vegne.

Note

1. Undersøgelsen omtales bl.a. i det canadiske branche-organ *Ciné Scope*: <http://mptac.ca/cinescope/Cine-scope-06-Winter-en.pdf>