

VGR Analys 2021:13  
Västra Götalandsregionen  
2021-05-24

# Industry Scene

Utvärdering av plattformar för film- och  
TV-bransch under Göteborg Film Festival

# Innehåll

Sammanfattning .....	4
Utvärderingens utgångspunkter .....	5
Industry Scene.....	6
Syfte och mål om att utveckla filmbranschen.....	6
Projektet riktar sig till ett flertal målgrupper .....	8
En successivt utökad projektbudget.....	8
Tre insatsområden och nio delprojekt .....	9
Marknadsplats, distribution, finansiering och internationell synlighet.....	10
Nordic Film Market (NFM) .....	10
TV Drama Vision (TVDV) .....	11
Discovery .....	12
Talangutveckling, kompetensutveckling och fortbildning.....	12
Nordic Film Lab.....	12
Filmskolor i Norden .....	12
Filmforum Sverige .....	13
Branschspecifika seminarier och föreläsningar .....	13
Trendspaning, framtidsblickande och analys av film- och TV-branschen .....	14
Nostradamus.....	14
Nationell och internationell synlighet .....	15
Arbetet med de horisontella kriterierna .....	15
Övergripande måluppfyllelse.....	16
En annorlunda festival 2021 .....	19
Framtid.....	21
Sammanfattande kommentarer och rekommendationer .....	23
Referenser .....	25

## Tabellförteckning

Tabell 1: Projektets budget 2010-2021 .....	9
Tabell 2: Projektindikatorer 2010-2023 .....	19

## Figurförteckning

Figur 1: Genomförda affärer under Nordic Film Market 2020 och 2021 .....	10
Figur 2: Genomförda affärer under TV Drama Vision 2020 och 2021 .....	11
Figur 3: Hur tycker du att det digitala formatet fungerat? .....	21

# Sammanfattning

## Utvärderingen av Industry Scene

Industry Scene är samlingsnamnet för Göteborg Film Festivals utbud av plattformar med affärsutvecklande och kompetensutvecklande evenemang riktade till den professionella delen av festivalens besökare. Föreliggande utvärdering syftar till att ge en samlad bild av projektets genomförande, resultat och erfarenheter från starten 2011 fram till idag samt att resonera kring framtida ambitioner och utmaningar.

Utvärderingen har genomförts via en genomgång av befintligt material, såsom inskickade projektrapporter. Dialog har skett med projektets nuvarande och tidigare handläggare inom koncernstab regional utveckling, avdelning näringsliv. Därtill har en intervju gjorts med VD:n för Göteborg Film Festival och projektledaren för Industry Scene. Utvärderingen genomfördes under april-maj 2021 av Åsa Rydin Svenberg, samhällsanalys.

## Aktiviteterna bidrar till projektets mål

Utvärderingen visar att Industry Scene i mångt och mycket har utvecklats i enlighet med de ursprungliga målen. De nuvarande målen är mer av karaktären inriktningsmål vilket medför en utmaning vid bedömning huruvida de är uppnådda eller inte. Via rapporteringen och dialog med projektägare blir det dock tydligt att projektets aktiviteter ligger i linje med och bidrar till de uppsatta målen. Antal koncept har vuxit och liknande aktiviteter har under årens lopp benämnts på något olika sätt – ett tecken på att innehållet har utvecklats och justerats utifrån givna behov och förutsättningar.

## Industry Scene – en del av verksamheten

Industry Scene har sedan flera år tillbaka varit integrerat som en del i Göteborg Film Festival. *Om projektet ska fortsätta vara ett projekt skulle värderingen av uppnådda resultat underlättas av mer mätbara mål med fokus på aktuell projektperiod samt en översyn av projektets indikatorer. Vilken sorts förflyttning vill vi se från år till år?*

*Aktuellt att diskutera i sammanhanget är hur vi internt på VGR ska förhålla oss till stöd till projekt som inte längre är projekt, utan en etablerad del av en verksamhet. Vad innebär det nämndöverskridande stödet för projektägare och handläggare?*

## En ensidig bild

Bilden av Industry Scene och dess olika delprojekt har i utvärderingen dessvärre blivit mer ensidig än planerat. Projektägaren genomför kontinuerliga deltagarundersökningar, men svarsfrekvensen är alltför låg för att det ska gå att dra slutsatser av materialet. *Om projektets resultat och effekter ska kunna utvärderas på ett korrekt sätt krävs en mer genomgående och kvalitetssäkrad undersökning av målgruppens erfarenheter.*

## Det nya normala?

Enligt projektägarnas bedömning kan vi inte helt och hållet räkna med en återgång till upplägget innan pandemin. *Bör vi specifikt se antal inresta besökare från utlandet som en indikator på synlighet och spridning? Eller därutöver lyfta fram den utvecklade kunskapen inom digitala verktyg för att tillhandahålla andra typer av koncept för visning, medverkande och interaktion?*

## Utvärderingens utgångspunkter

Industry Scene är samlingsnamnet för Göteborg Film Festivals utbud av plattformar med affärsutvecklande och kompetensutvecklande evenemang riktade till den professionella delen av festivalens besökare. Industry Scene ska vara en plattform där nya projekt och idéer utvecklas, förverkligas och sprids samt en arena där nya talanger upptäcks.

I det senaste projektbeslutet från regionutvecklingsnämnden (RUN) avseende perioden 2020-07-01 – 2021-06-30 framgår att ”resultatet av VGR:s långsiktiga satsning på Industry Scene ska följas upp efter projektets första år. Under förutsättning att utvärderingen påvisar goda resultat föreslås därefter att fortsatt finansiering beviljas för projektets andra respektive tredje år”. Föreliggande utvärdering syftar till att ge en samlad bild av projektets genomförande, resultat och erfarenheter från starten 2011 fram till idag samt att resonera kring framtida ambitioner och utmaningar.

Frågeställningar som behandlas är:

- Hur har projektet utvecklats över tid i förhållande till uppsatta mål? Har det skett en förflyttning inom (1) affärsutveckling i västsvensk filmbransch, samt (2) internationell synlighet och finansiering?
- Ligger genomförda aktiviteter i linje med projektets syfte och mål?
- Vilka lärdomar kan dras av de genomförda egenutvärderingarna? Vad för reaktioner och erfarenheter har förmedlats från målgruppen?
- Hur ser projektorganisation och ansvarsfördelning ut (i relation till filmfestivalen i stort)?
- Hur har projektet arbetat med jämställdhet, miljö och integration? Vilka resultat finns som kan kopplas till detta arbete?
- På vilket sätt har pandemin påverkat projektet? Hur kan insatserna vara fortsatt relevanta för västsvenska företag inom TV- och filmbranschen? Hur ser ambitionerna ut framgent? Inom vilka områden finns möjligheter och/eller utvecklingspotential?

Utvärderingen har genomförts via en genomgång av befintligt material, såsom inskickade projektrapporter. Dialog har skett med projektets nuvarande och tidigare handläggare inom koncernstab regional utveckling, avdelning näringsliv. Därtill har en intervju gjorts med VD:n för Göteborg Film Festival och projektledaren för Industry Scene. Intervjun skedde i samarbete med koncernavdelning kultur och den årliga uppföljningen av filmfestivalen. Utvärderingen genomfördes under april-maj 2021 av Åsa Rydin Svenberg, samhällsanalys.

Rapporten inleds med översiktlig information om projektet, dess finansiering och koppling till den regionala utvecklingsstrategin. Därefter följer en beskrivning av de aktiviteter som redovisats och prestationer kopplat till måluppfyllelse, uppdelat på de olika event som genomförs inom ramen för projektet samt en redogörelse för hur projektet beaktat de horisontella kriterierna. Avsnittet därefter handlar om projektets övergripande måluppfyllelse och resonemang kring projektets framtida utveckling. Rapporten avslutas med reflektioner och rekommendationer från författaren.

# Industry Scene

Förändringstakten inom TV- och filmbransch har varit särdeles snabb under de senaste tio åren. Nya distributionskedjor, digitalisering och ändrade publikbeteenden har skapat en större efterfrågan, såväl som utmaningar. Utvecklingen har, enligt projektägarens beskrivning, medfört ett ökat behov av omvärldsbevakning, ny kunskap och utvecklade nätverk. Likaså bedöms behovet av nya talanger och kreatörer vara större än någonsin.

Industry Scene är samlingsnamnet för Göteborg Film Festivals utbud av plattformar med affärs- och kompetensutvecklande evenemang riktade till den professionella delen av festivalens besökare. Industry Scene består bland annat av delprojekten Nordic Film Market, TV Drama Vision, Discovery, Nordic Film Lab, Filmforum Sverige, Nostradamus samt seminarier och arrangemang i samarbete med aktörer i branschen.

Industry Scene drivs som en del av Göteborg Film Festivals verksamhet, med en intern projektledare och styrgrupp. Därtill har de separata delprojekten olika styr- och arbetsgrupper samt under pågående evenemang ett tillskott av personal som till exempel kommunikatörer, koordinatörer och volontärer. Som ett led i att skapa ett efterfrågat programinnehåll genomförs varje år ett 30-tal intervjuer med representanter inom branschen.

## Syfte och mål om att utveckla filmbranschen

Industry Scene syftar till att stimulera, stärka och affärsutveckla den regionala och nordiska filmbranschen och vara en plattform där filmprojekt och idéer utvecklas, förverkligas, presenteras och sprids.

Det övergripande målet med Industry Scene under Göteborg Film Festival är att vara världens bästa branschplattform för nordisk film och dramaserier och en av Europas främsta platser för kompetensutveckling av regional och internationell TV- och filmbransch där man kan göra affärer, finansiera projekt, fånga upp och utveckla nya talanger, köpa och sälja nordisk film och dramaserier samt stärka sin omvärldsbevakning.

I regionutvecklingsnämndens beslut avseende verksamhetsåret 2020/2021 framgår att projektets mål är att:

- Öka spridningen av svensk och nordisk film och dramaserier internationellt genom de omkring 45 filmer och 50 dramaserier som presenteras.
- Lyfta fram och stärka Västra Götalandsregionens företag, aktörer och kreatörer inom rörliga medier.
- Vara en kompetensutvecklande plattform i världsklass för bevakning och analys av nyheter, trender och framtidsfrågor för audiovisuella branscher i Europa.
- Utforska, analysera och rapportera om aktuella branschfrågor för att inspirera och kompetensutveckla den befintliga branschen och i förlängningen skapa möjlighet till ett starkare och konkurrenskraftigare yrkesfält.

- Utveckla den omvärldsbevakande och analyserande årliga rapporten Nostradamus så att den inkluderar fler aktiviteter och publikationer.
- Skapa möjlighet för fler filmer och serier att nå finansiering och internationell spridning.

Målet om omvärldsbevakning och aktuella branschfrågor har tillkommit i det senaste beslutet. För 2017-2020 fanns ett uttalat mål om att öka antalet branschbesökare från 1 946 till 2 500. Motsvarande mål för perioden 2014-2017 var att öka från 1 800 till 4 000 branschbesökare. Målen under den inledande perioden, 2011-2014, handlade mer om att bygga upp konceptet med ett branschriktat event kopplat till Göteborg Film Festival (då kallad Göteborg International Film Festival – GIFF). Det handlade om att:

- Skapa nationell och internationell, medial uppmärksamhet kring Västra Götaland som filmregion, samt Göteborg International Film Festival som marknadsplats och mötesyta kring nordisk filmproduktion. Detta ska ske genom en tydligare utveckling av samtliga festivalens branschdelar och ett tydligare samarbete med de professionella aktörer som representeras av Gothenburg Film Studios.
- Skapa ökad uppmärksamhet kring GIFF som en av världens främsta filmfestivaler, stärka dess roll som marknadsplats för ny nordisk film samt bidra till att upprätthålla festivalens konkurrenskraft ur ett internationellt perspektiv.
- I nära samarbete med i regionen aktiva branschrepresentanter, bygga upp ett starkt utbud inriktat direkt till såväl nationell som internationell filmindustri.
- I nära samarbete med Gothenburg Film Studios bygga upp ett separat branschevent inriktat på tekniksidan av filmbranschen, med geografisk och organisatorisk utgångspunkt från Lindholmen och Gothenburg Film Studios.
- Förutom den redan existerande Nordic Film Market och med avstamp i detta arrangemang, skapa ett antal fasta programpunkter/events med tillräcklig kvalitet och attraktionskraft för att bilda en självklar och nödvändig årlig mötesplats för den nordiska filmbranschen och alla med ett professionellt intresse i denna.

De förväntade effekterna av Industry Scene bedöms vara en ökad spridning och synlighet för nordisk film ute i världen samt att Västsverige uppmärksammas vad gäller affärssamarbeten och talangexport. Insatserna ska även på sikt bidra till att kvaliteten på nordiska filmer och serier ständigt ökar och når en allt större internationell publik. Därtill förväntas projektet resultera i:

- Ett ökat utbyte mellan nordiska och internationella producenter, vilket i nästa led ska ge fler samproduktioner
- En förstärkning av Västra Götaland som nav för film- och TV-produktion
- En ökad internationell bevakning av film- och TV-bransch samt produktioner i Västra Götaland
- En förstärkning av Göteborg Film Festival

## Projektet riktar sig till ett flertal målgrupper

Målgrupperna som projektet riktar sig till beskrivs i ansökan bestå av film- och TV-branschens alla aktörer. Primär målgrupp är producenter och kreatörer inom den nordiska film- och TV-branschen, såväl som säljagenter, distributörer, finansiärer, filmfestivaler, kommissionärer eller motsvarande. Även företag inom film och media lyfts som en viktig målgrupp. Målgrupperna har i stort sett varit desamma sedan projektets start, men har sedan ansökan för perioden 2014-2017 specificerats mer i detalj och utgörs av:

- Regional film- och TV-bransch
- Internationella köpare och distributörer med ett intresse av nordisk film och dramaserier
- Säljagenter för film och dramaserier
- Internationella filmfestivaler, programsättare och branschstab
- Internationella agenturer för regi, manus och skådespeleri
- Litterära agenter
- De nordiska filminstituten
- Europeiska regionala filmfonder
- Svenska och nordiska filmproducenter, regissörer och manusförfattare
- Nationell och internationell media som bevakar rörliga medier på alla plattformar
- Studenter från nordiska högre utbildningar inom film
- Företag och professionellt verksamma aktörer och kreatörer inom film- och angränsande branscher – nationellt och internationellt
- Politiker och beslutsfattare
- Tjänstemän som arbetar med filmfrågor

## En successivt utökad projektbudget

Projektet har sedan 2011 beviljats sammanlagt 7 600 000 kr i projektmedel av regionutvecklingsnämnden. Nedanstående tabell visar hur projektets totala finansiering sett ut. Notera att det senaste beslutet endast avser det första av en sökt treårsperiod.

Finansiering (tkr)	2010- 2011	2011- 2014	2014- 2017	2017- 2020	2020- 2021	Totalt
<i>Offentlig</i>						
VGR RUN	500	1 500	2 250	2 400	950	7 600
Göteborgs stad	15	45	150	150	50	410
Film i Väst + Lindholmen Science Park	-	-	575	600	205	1 380
Nordiska Filminstituten	-	-	300	1 560	450	2 310
Nordisk film och TV fond	-	-	1 650	2 400	880	4 930
EU Kreativa Europa	-	-	-	1 283	600	1 883
Övriga fonder	-	-	-	450	-	450



Privat						
Göteborg International Film Festival	1 167	3 985	4 494	2 101	967	12 714
Ideellt arbete	62	205	300	-	-	567
Sponsorer	-	-	600	-	-	600
Inträden/avgifter/intäkter	-	-	2 400	3 307	1 100	6 807
<b>Totalt</b>	<b>1 744</b>	<b>5 735</b>	<b>12 719</b>	<b>14 251</b>	<b>5 202</b>	<b>39 651</b>

Tabell 1: Projektets budget 2010-2021

Stödet från regionutvecklingsnämnden liksom den totala finansieringen har successivt ökat över tid (ansökan för den senaste perioden 2020-2023 innefattar 2 850 000 kr från RUN av en sammanlagd budget på 15 205 295 kr). Totalt sett har den årliga budgeten ökat med 198 % vid en jämförelse mellan 2010-2011 och 2020-2021. RUN:s finansieringsandel har minskat från 29 % 2010-2011 till 18 % 2020-2021. Relevant att nämna är att filmfestivalen som helhet erhåller ett kulturstrategiskt uppdrag från kulturnämnden, som 2018-2020 uppgick till sammanlagt 10 540 058 kr. Ett fortsatt uppdrag för åren 2021-2024 beslutades i kulturnämnden i oktober 2020. Industry Scene beskrivs i besluten ligga inom ramen för de prioriterade områdena ”En ledande kunskapsregion” och ”En region som syns och engagerar” i den regionala utvecklingsstrategin VG2020. Projektet har primärt koppling till den prioriterade frågan om ”Internationell konkurrenskraft genom regional kraftsamling kring styrkeområdena” och sekundärt till ”Ökat utbyte och påverkan på omvärlden”. Därutöver knyter projektet an till programmet för Kulturella och kreativa näringar.

## Tre insatsområden och nio delprojekt

Insatserna inom ramen för Industry Scene kan kategoriseras i tre övergripande områden, i sin tur innehållande ett antal delprojekt:

- Marknadsplats, distribution, finansiering och internationell synlighet
- Talangutveckling, kompetensutveckling och fortbildning
- Trendspaning, framtidsblickande och analys av film- och TV-branschen

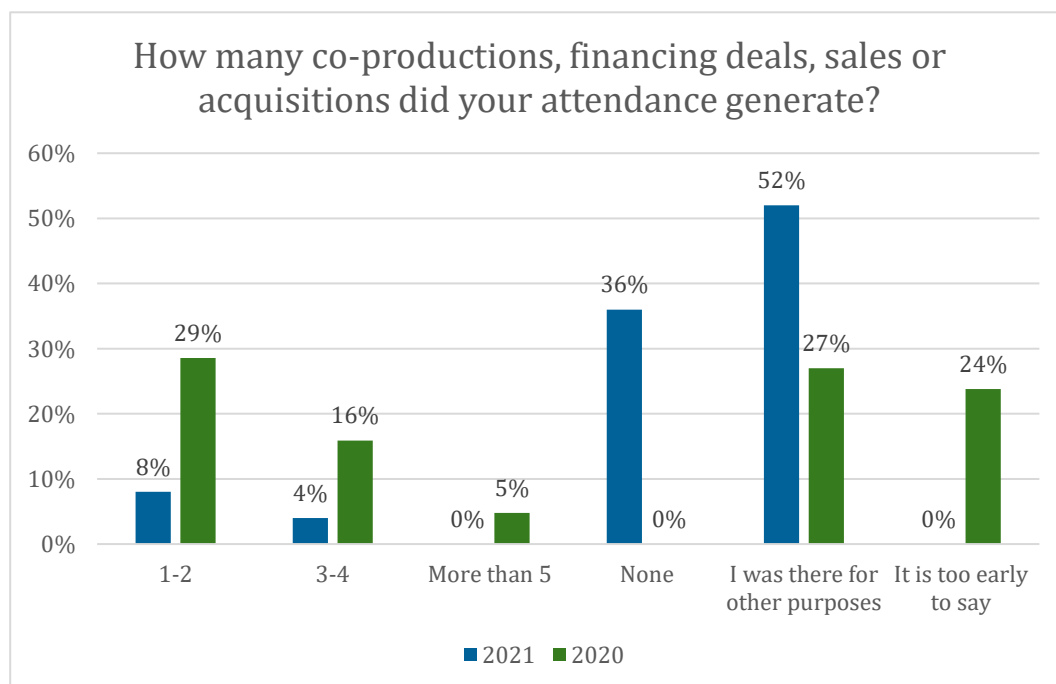
En av de viktigaste faktorerna för att kunna nå uppsatta mål beskrivs i projekthandlingarna vara att satsa på kvalitet och relevans i det innehåll som presenteras för deltagarna. Projektägarna beskriver att de har hållit fast i sitt regionala och nordiska fokus och ökat satsningarna på TV-drama och på framtidsfrågor för branschen vad gäller affärsmodeller, finansiering och publikbeteende. Målsättningen med de aktiviteter som genomförs har hela tiden varit att presentera ett angeläget programutbud som fortbildar, inspirerar och utvecklar nya affärer och samarbeten. De ser ett klart behov av att företrädare från olika yrkesgrupper får möjlighet att samlas och knyta nya kontakter. Detta mot bakgrund av att filmindustrin är beroende av flertalet olika aktörer och finansiärer för att fungera och vidareutvecklas. I Industry Scenes tidigare projektrapporter (2011-2014) inkluderades även festivalens pristävlingar *Dragon Awards* och *Dragon Award New Talent* i de listade aktiviteterna.

## Marknadsplats, distribution, finansiering och internationell synlighet

### Nordic Film Market (NFM)

Evenemanget *Nordic Film Market* syftar till att stärka den nordiska filmens möjligheter till internationell synlighet och distribution. Programmets innehåll består av presentationer av nyproducerade filmer från de nordiska länderna som ännu inte nått ut på marknaden. Det görs även presentationer för ännu inte färdigställda projekt som pitchas för distributörer och inköpare. Nordic Film Market har enligt projektrapporteringen haft ett stadigt ökande besökarantal där andelen sales agenter och köpare successivt blivit högre. Under 2020 års festival deltog 750 personer från 31 länder, en ökning jämfört med 561 deltagare under 2017 och 423 deltagare 2014. Totalt sett under perioden 2018-2020 presenterades 293 nordiska filmer och dramaserier. Motsvarande antal under 2015-2017 var 183. Konceptet introducerades år 2000 och har enligt projektägaren kontinuerligt utvecklats till den ledande arenan för ny och kommande nordisk film.

I de deltagarundersökningar som genomförts i anslutning till evenemanget framgick att 80 % tyckte att 2020 års filmprogram var *utmärkt, mycket bra* eller *bra*. Motsvarande siffra för 2021 var 75 %. Gällande works in progress var det 87 % under 2020 och 81 % under 2021 som ansåg att programmet var *utmärkt, mycket bra* eller *bra*. Viktigt att notera är att dessa deltagarundersökningar har sammantaget en mycket låg svarsfrekvens – på ovanstående frågor uppgick den till ca 9,5 % 2020 och 6 % 2021. På frågan om antalet genomförda affärer på Nordic Film Market framgår att merparten deltog av andra anledningar, men det är också en tydlig skillnad mellan den fysiska festivalen 2020 och den digitala versionen som ägde rum 2021. Svarsfrekvensen uppgick här till 8,5 % 2020 och 3,5 % 2021.



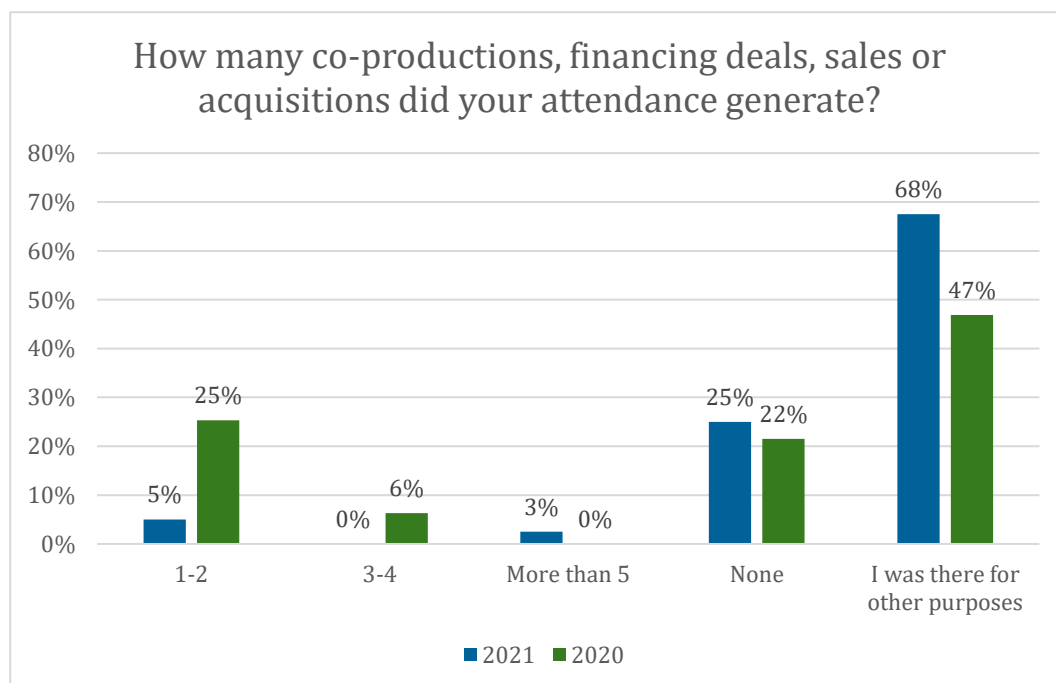
Figur 1: Genomförda affärer under Nordic Film Market 2020 och 2021

## TV Drama Vision (TVDV)

*TV Drama Vision* etablerades 2007 och är en tvådagars konferens där nordiska dramaserier står i fokus varvat med europeiska utblickar. Varje år presenteras 45-50 nya och kommande dramaserier. Programmet innehåller även föreläsningar, panelsamtal och festivalens manuspris för bästa nordiska dramaserie – *Nordisk Film & TV Fond Prize*. Priset lanserades 2017 som en led i en ökad satsning på manusutveckling inom TV-drama. Evenemanget har kontinuerligt haft ett ökat antal deltagare – från 125 personer 2013, 310 personer 2017 till 466 personer 2020 – vilket beskrivs som maxkapaciteten för den lokal som används – Stora Teatern. Antal presenterade projekt har ökat från 12 (2014) till 20 (2017) och 51 (2020). Under 2017 erhöll *TV Drama Vision* stöd från Kreativa Europa<sup>1</sup> för att ytterligare kunna utveckla konceptet under nästkommande år. Enligt ansvarig projektägare har *TV Drama Vision* utvecklats till festivalens snabbast växande internationella varumärke och den främsta plattformen för nya nordiska serier i Skandinavien.

En liknande aktivitet som nämns i de tidigare projektrapporterna är *Meeting Point Television* – en mötesplats kring nordisk TV-dramaproduktion i syfte att nå ut bredare till branschaktörer, skapa utökade kontaktytor och en bättre bas för affärsutveckling.

I 2020 års deltagarundersökning framgår att 89 % var mycket nöjda eller nöjda med programmet på TV Drama Vision. Motsvarande andel 2021 var 97,5 %. Som tidigare nämnts har dessa undersökningar en mycket låg svarsfrekvens, i synnerhet avseende årets digitala version av festivalen. Ovanstående fråga besvarades av 17 % 2020 och 7 % 2021. I likhet med Nordic Film Market angav de flesta respondenterna att de närvarade av andra anledningar än att göra affärer samt att fler genomfördes under 2020 jämfört med 2021.



Figur 2: Genomförda affärer under TV Drama Vision 2020 och 2021

<sup>1</sup> Kreativa Europa är EU:s program för de kulturella och kreativa sektorerna.

## Discovery

*Discovery* etablerades 2013 och är en samfinansieringsplattform för att främja nya nordiska filmprojekt i utveckling. Tidigare benämndes plattformen *Nordic Film Lab Discovery* och var då en del av *Nordic Film Lab*. *Discovery* beskrivs i projektrapporterna ge möjlighet för deltagande internationell filmbransch att komma i kontakt med nya nordiska talanger och filmprojekt i ett tidigt stadium. Ansvarig projektägare noterar att *Discovery* har blivit en alltmer viktig del av programmet i stort, i och med att intresset för projekt i sin tidiga utveckling har ökat bland samproducenter, säljagenter och distributörer. I den senaste slutrapporten (2017-2020) beskrivs att *Discovery* fått allt mer uppmärksamhet genom ett ökat antal besökare och större utrymme i branschpress.

Ett angränsande arrangemang beskrivs i tidigare projektrapporter (2014-2017) och benämns *Matchmaking forum*. Där gavs möjlighet för filmskapare och finansiärer att finna varandra och bidra till förverkligandet av filmidéer. Initiativet utgjorde ett första steg i att utveckla en arena där kreatörer och producenter i ett tidigt skede kan finna finansiering och samarbetspartners för att utveckla sina projekt.

## Talangutveckling, kompetensutveckling och fortbildning

Göteborg Film Festival utgör, enligt projektägaren, Sveriges viktigaste arena för nyetablerade filmare och framtidens professionella filmbransch. Genom att tillhandahålla ett omfattande kortfilmsprogram och mötesplatser skapar filmfestivalen goda möjligheter för nya talanger att få kontakt med etablerad filmbransch och nå en större publik. Utöver den plattform som erbjuds via festivalen i sig, drivs ett årligt talangprogram vid namn *Nordic Film Lab*.

### Nordic Film Lab

*Nordic Film Lab* är sedan 2010 festivalens talangutvecklingsprogram och mötesplats för framtida filmskapare från de nordiska länderna. Programmet syftar till att ge producenter, regissörer och manusförfattare möjlighet till konstnärlig fördjupning och nätverksbyggande. *Nordic Film Lab* innefattar en ettårig utbildning där deltagarna träffas vid tre tillfällen och utbyter erfarenheter via master classes och workshops. Deltagarna handplockas i samråd med de skandinaviska filminstituten och Film i Väst och uppgick det senaste året till 17 personer. Enligt de utvärderingar som filmfestivalen själva genomfört anser deltagarna att utbildningen haft positiv inverkan på deras fortsatta karriärer, bland annat genom nyetablerade kontakter i branschen som lett vidare till professionella samarbeten. Sedan insatsen etablerades under 2010 har den utvecklats genom att inkludera fler länder: Danmark 2011 och Finland 2014-2017. I senaste slutrapporten för perioden 2017-2020 framgår att deltagarna har fått ta del av ett förbättrat och fördjupat program.

### Filmskolor i Norden

Göteborg Film Festival besöks årligen av elever, rektorer och lärare från de högre filmutbildningarna i Norden, såsom Akademi Valand, Stockholms Dramatiska Högskola, Den Norska Filmskolan och Alto University (Finland). I tidigare projektrapporter nämns även Den Danska filmskolan, School of Arts, Design and Architecture (Helsingfors) samt Turku Polytechnic (Åbo). Genom ett specifikt anpassat program på akademi Valand kan

ovan nämnda besökare (sedan 2014) ta del av festivalens programutbud, branscutvecklande insatser och föreläsningar. Därtill ingår visning av examensfilmer i festivalens ordinarie program, vilket möjliggör en ökad spridning av studenternas arbete.

## Filmforum Sverige

*Filmforum Sverige* är en arena för svensk filmbransch som erbjuder en oberoende plattform för inspiration, kompetensutveckling och dialog. Forumet inrättades under 2020 som en del av filmfestivalen för att stärka utvecklingen inom den regionala filmbranschen. Mot bakgrund av den rad aktiviteter som under en längre period arrangerats för svensk filmbransch under festivalen har de ansvariga uppfattningen att den fyller en viktig funktion som mötesplats för bransch och kulturpolitiker. Detta utmynnade i lanseringen av *Filmforum Sverige*, vars första upplaga ägde rum i januari 2020 och var tillgänglig för alla med en ackreditering till filmfestivalen. Målsättningen med mötesplatsen beskrivs vara att stärka kompetensen och fördjupa samtalet om filmpolitiska och branschrelaterade frågor. De snabba förändringarna inom filmbranschen innebär utmaningar för många aktörer, vars förmåga att möta dessa stärks genom lösningsinriktade samtal och tematiska seminarier.

Ett liknande initiativ benämns i tidigare projekthandlingar (2017-2020) som *The Swedish Film Conference* och beskrivs som en mötesplats för den svenska filmbranschen med möjlighet att diskutera branschfrågor, innovation, filmpolitik och filmkultur. Initiativet grundar sig på behovet av en nationell plattform med en bredare och mer intensiv närvaro. Det sågs som ett naturligt komplement till festivalens internationella plattformar och ett sätt att tydligare samla alla nationella branschaktiviteter under ett varumärke.

Ytterligare en aktivitet som redogörs för i de än tidigare rapporterna (2011-2014) är *Open Set i samarbete med Gothenburg Film Studios*. Innehållet bestod i att regissörer och fotografer gavs möjlighet att tolka kortfilmsmanus och beskriva sitt arbete för deltagarna – från manus till färdig film. Samarbetet med Gothenburg Film Studios innebar tillgång till nödvändig utrustning samtidigt som regionens teknikleverantörer inom området kunde visa upp sin samlade filmkompetens.

## Branschspecifika seminarier och föreläsningar

Filmfestivalens seminarieprogram är tillgängligt för alla besökare och konstrueras utifrån festivalens program som helhet, specialinbjudna gäster, teman och aktuella branschfrågor. Seminarieprogrammet består av ca 40 programpunkter, varav flera även sänds digitalt under och efter festivalen.

I tidigare rapporter om projektets aktiviteter (2011-2014) nämns en branschmessa förlagd till Gothenburg Film Studios på Hisingen. Där gavs möjlighet för tillverkare, teknikleverantörer och tjänsteföretag att visa upp sina produkter. Programmet bestod av teknikföreläsningar, paneldiskussioner, presentationer av pågående projekt, seminarier och workshops. Genom att utveckla en branschmessa inom projektet var tanken att knyta samman samtliga delar av hela processen, från idé till färdig produkt.

## Trendspaning, framtidsblickande och analys av film- och TV-branschen

### Nostradamus

*Nostradamus* startade 2013 och handlar om att bevaka och analysera förändringar i omvärlden inom rörliga medier. Sedan starten har *Nostradamus* gett ut en årlig rapport, som bland annat kommuniceras via ett seminarium under *Nordic Film Market*. Konceptet skapades för att möta de snabba förändringarna i film- och TV-bransch vad gäller publikbeteende och nya affärsmodeller. Sammanlagt har sju Nostradamusrapporter getts ut med olika teman som anses särskilt relevanta. Rapporterna baseras på efterforskningar och djupintervjuer med företrädare för film- och TV-branschen, inriktat på bedömningar om utvecklingen i ett treårsperspektiv. Rapporten väcker, enligt ansvarig projektägare, ett stort intresse och presenteras på ett tiotal filmfestivaler eller branschevent i Europa, bland annat under filmfestivalen i Cannes. I år fick Nostradamusrapporten större uppmärksamhet än någonsin tidigare. Projektledaren berättar i intervjun att de frekvent blivit inbjudna att (digitalt) presentera rapporten på andra filmfestivaler runt om i världen, vilket synliggjort behovet av kunskapsproduktion och även översättningar.

Arbetet med kommande Nostradamusrapport har startat i samarbete med Film i Väst och kommer att beröra kreatörernas situation och pandemins påverkan. I augusti 2020 startade *Nostradamus Academy*<sup>2</sup>, en fortbildning för film och TV-bransch i Västsverige. Syftet är att skapa ett fortbildande forum för att implementera forskning, spaningar och kunskaper om filmbranschens förändringar i praktisk handling och konkreta affärsmodeller med direkt påverkan på hur deltagarna driver sina verksamheter. Utbildningen fokuserar på framtida trender och utgår ifrån scenarierna i Nostradamusrapporten. Årets andra utbildningstillfälle av tre har i skrivande stund precis ägt rum online via Airmeet. Enligt projektledaren finns ett stort intresse att utveckla detta koncept, då de märker av ett påtagligt behov av att veta vad som händer i branschen och samhället framöver.

*”Nostradamus tar del av den omvärldsbevakning enskilda aktörer inte har tid med, analyserar rapporter och data, samlar branschen till samtal om utmaningar och lösningar.”*



<sup>2</sup> Regionutvecklingsnämnden har 2020-05-10 beviljat medfinansiering på 500 000 kr till ”Nostradamus Academy” för perioden 2020-08-01 – 2021-06-30.

## Nationell och internationell synlighet

I projekthandlingarna ges exempel på festivalens synlighet i ett internationellt perspektiv, liksom samarbeten med andra festivaler. Under projektets gång har flera internationella samarbeten utvecklats och branschavdelningen reser årligen till flera festivaler bland annat i Cannes, Berlin, Sarajevo, Lille, London, Fontainebleau, Haugesund, Tallinn, Rom, och Köpenhamn. Under 2020/2021 har evenemangen varit inställda till följd av Covid-19, men i vissa fall har medverkan kunnat ske digitalt.

I ansökan för perioden 2017-2020 beskrivs att Göteborg Film Festival och Industry Scenes internationella samarbeten ökat kraftigt de senaste åren och att verksamheten nu är synlig året om på olika plattformar runt om i världen. Stor vikt har lagts på ett brett regionalt och nationellt nätverk i form av referensgrupper för arbetets utveckling samt i form av samarbeten kring specifikt programinnehåll. Därutöver har arbetet haft ett stort fokus på synlighet för att nå en internationell målgrupp. Mycket resurser har lagts på att utveckla kommunikation via nyhetsbrev, närvaro på andra festivaler samt på sociala medier och branschsidan på goteborgsfilmfestival.se – framtagen 2014. Den ökade satsningen på kommunikation har enligt slutrapporten för perioden 2017-2020 resulterat i ett ökat intresse från media och därmed en större spridning av festivalen. Under 2019 nämndes Göteborg Film Festival i 1 422 artiklar i internationell media, jämfört med tidigare 725 (2018), 676 (2017) och 466 (2016). Därtill skrev svenska medier om festivalen i sammanlagt 1 793 artiklar – att jämföra med tidigare 1 701 (2018), 2 270 (2017) och 1 880 (2016). Även i tidigare projekthandlingar beskrivs att kommunikationen nationellt och internationellt har utvecklats samt att de ökat sitt engagemang på internationella arenor. I intervjun förklarar VD:n att de värderar internationell synlighet genom att mäta det mediala genomslaget, antal inresande deltagare samt deras intresse av att återvända.

## Arbetet med de horisontella kriterierna

Projektets arbete för en ökad jämställdhet handlar till stor del om att skapa en jämn könsfördelning såväl inom den egna organisationen som i festivalprogrammet. Den helårsanställda personalen uppgick i april 2020 till 45 % kvinnor och 55 % män – en förändring sedan 2014 då de anställda uppgick till 67 % kvinnor och 33 % män. I projekthandlingarna framgår att det finns en ojämställdhet inom film- och TV-bransch sett till kreatörer och upphovsmän. Under 2020 lanserades initiativet 50/50 Vision, som en jämställd programpunkt där hälften av de visade filmerna regisserats av kvinnor och hälften av män. En satsning som bedöms fortsätta de kommande åren.

*”Industry Scenes mål är att skapa nya nätverk som bas för nya affärsmöjligheter i det som länge varit en manligt dominerad bransch. Det börjar förändras och vi ser att festivalens arbete bidrar positivt till denna utveckling.”*

Integration beskrivs som en självklar bas i festivalens arbete, utbud och aktiviteter. En del av arbetet är den geografiska bredden, mängden ursprungsländer hos de visade filmerna. Under 2020 visades 357 filmer från 89 länder och deltagarna i Industry Scenes evenemang kom i sin tur från ett 30-tal olika länder – en ökning jämfört med 2011, då det visades 443 filmer från 76 länder. Nätverkandet och kontaktskapandet mellan personer från olika länder och kulturer lyfts fram som en viktig del av projektet – en mångfald som också avspeglas i de serier och filmer som företagen producerar. Även personalens bakgrund lyfts fram som väsentlig för att kunna skapa ett brett och aktuellt programinnehåll. Inom



den egna organisationen finns en medvetenhet i att rekrytera personal och volontärer med olika kulturella bakgrunder samt att inhämta kunskap från andra länders festivaler för att skapa en bred och kompetent projektorganisation.

I miljö- och klimatarbetet hänvisas i projektrapporteringen till Göteborg Film Festivals miljöpolicy samt att de strävar efter att minimera sin negativa påverkan på miljön. Den största miljömässiga belastningen består i transporter av filmer och tillresande gäster. En del av det systematiska hållbarhetsarbetet handlar om att främja resor med tåg inom Skandinavien och till viss del även inom Europa, att välja klimatkompenserade flygbiljetter samt tillhandahålla vegetarisk och ekologisk mat. Genom digitalisering har de fysiska transporterna av filmkopior kunnat minska kraftigt, liksom behovet av trycksaker. Ett miljövänligt alternativ som lyfts fram i rapporterna är möjligheten att se filmerna och följa seminarierna på nätet.

Internationalisering beskrivs utgöra en grundbult i projektet, då Industry Scene dels är en mötesplats för såväl lokala som internationella branschaktörer, dels utgör det ett marknadsföringsfönster för den västsvenska filmbranschen. Internationella samarbeten och samproduktioner ses som en nödvändig del av en films utveckling, affärsuppbyggnader som kan ta sin början vid en av de plattformar som erbjuds inom ramen för projektet.

Projektet arbetar med tillgänglighetsperspektivet genom att endast nyttja anpassade lokaler samt att utbilda personalen kring de olika platsernas fysiska miljö och hur de vid behov kan vara till hjälp. Filmfestivalen har därtill upparbetat kontakter med organisationer som utför syntolkning av de filmer som visas.

## Övergripande måluppfyllelse

I projektrapporterna beskriver de ansvariga att "Industry Scene på ett kvalificerat och framgångsrikt sätt" bidragit till målen. Projektet har lett till att Västra Götaland är det främsta navet för nordisk film, branschutveckling, diskussion av framtidsfrågor samt kompetensutveckling. Alla plattformar inom Industry Scene uppges ha stärkts inom projektperioden, fått en ökad synlighet och kvalitetsutvecklat innehåll – särskilt TV Drama Vision och Nostradamus lyfts fram som framgångsrika koncept. Antalet nordiska filmer och dramaserier som visats upp för nordisk och internationell bransch ökade till 293 under 2018-2020, att jämföra med 183 perioden 2015-2017. Även antalet branschprofessionella besökare har successivt ökat, liksom mängden affärstransaktioner. År 2020 var 2 044 ackrediterade till event inom Industry Scene, därav 768 internationella. Att jämföra med 1 800 ackrediterade besökare 2014. De ansvariga redogör vidare för ett omfattande kvalitetsarbete där samverkan sker med branschaktörer lokalt och internationellt för att säkerställa ett relevant innehåll för kommande arrangemang.

Antal företag inom film- och TV-bransch i Västra Götaland har mellan åren 2014-2018 ökat med sammanlagt 14 %. Främst gäller det en ökning av produktionsbolag och efterproduktion. Antal företag inom reproduktion av inspelningar samt distribution har under motsvarande period istället minskat.

Källa: SCB, förvärvsarbetande 16+ år efter bransch (5-siffrig SNI2007) efter region, tid och bransch.

Antal anställda inom produktionsbolag har i Västra Götaland ökat med 17 % åren 2010-2018, medan antal anställda inom distributionsbolag har minskat med hela 88 %.

Källa: Västra Götalandsregionens företagsdatabas (Bisnode)



I det kulturstrategiska uppdraget återfinns ett mål som handlar om att filmfestivalen ska vara en av Europas främsta branschplattformar för distribution och finansiering av nordisk film och kompetensutveckling för internationell filmbransch. I redovisningen av uppdraget för perioden 2018-2020 bedömer de ansvariga måluppfyllelsen som mycket god och märker av ett kontinuerligt ökat intresse att delta samtidigt som affärstransaktionerna blir fler.

Det finns, enligt de ansvariga för festivalen och projektet, en svårighet att mäta måluppfyllelse när det handlar om långsiktiga processer. Eventuellt hade de medverkande filmerna fått en spridning oavsett, men festivalen ger dem hjälp på traven och besparar dem arbete och resurser som de annars skulle ha behövt lägga för att nå ut med sin produktion eller idé. Jämförelsevis är Norden en särskilt framgångsrik filmregion, vilket de ansvariga menar delvis kan förklaras av att Göteborg Film Festival har ett tydligt nordiskt fokus som ger ett försprång inför den efterföljande filmfestivalen i Berlin. Ett sätt att mäta måluppfyllelsen görs genom att följa de projekt som presenterats på festivalen/Industry Scene, hur de säljs och i vilka sammanhang de syns. VD:n förklarar att de genom sina internationella samarbetspartners kan få bekräftat vilken spridning projekten fått.

*”Vi är en viktig del i en näringskedja. Ibland vet vi inte...när hände det, när skedde genomslaget för en idé? Det kan börjat när vi fortsatte prata, tog en kaffe, men det är svårt att försöka hitta hur man ska mäta det på ett tydligt sätt. Det finns en massa stories från varje år, men svårare att visa med siffror.”*

Ansvariga projektägare menar att Industry Scene har utvecklats mycket under vägens gång. De poängterar att utvecklingen är en reaktion på befintlig efterfrågan och inget självändamål. Branschens behov kräver att upplägget hela tiden uppdateras till att vara så aktuellt och relevant som möjligt. Exempelvis skapades *Discovery* med anledning av att det behövdes ett specifikt event för filmprojekt i tidiga skeden.

*”Det finns inget som vi gör som inte är efterfrågat. Den sekunden du inte är relevant, så är de här aktörerna någon annanstans.”*

Av projektrapporteringen framgår att de ansvariga årligen utvärderar evenemanget, arbetssätt och resultat. Efter varje delprojekt genomförs enkätutskick till alla deltagare där de bland annat får möjlighet att bedöma programinnehållet, nyttan av besöket och om närvaron genererat affärstransaktioner. Resultatet av deltagarundersökningarna och de behov som lyfts däri tas omhand och bidrar till att utforma kommande programinnehåll.

### Projektets indikatorer – förväntade värden och faktiska utfall

I nedanstående tabell listas de indikatorer som använts som en del i att mäta resultatet av projektet. Förväntade värden är hämtade från besluten och utfallen består av de siffror som redovisats i projektets slutrapporter.

Indikator	Förväntat utfall				Utfall		
	År	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Antal nya företag som utvecklat sin marknad	2010-2011			32			52

	2011-2014			52			10
<b>Antal nya arbetstillfällen i privata företag</b>	2014-2017	3	2	5	9	4	13
<b>Antal företag som samverkar med andra företag och/eller akademi, offentlig verksamhet, forskning eller liknande</b>	2010-2011			215			248
	2011-2014			215			300
	2014-2017			300			703
<b>Antal företag och organisationer som deltar i att utveckla nya eller befintliga varor och tjänster eller processer</b>	2010-2011			32			52
	2011-2014			32			35
<b>Antal nya företag som deltar i marknadsutveckling/internationalisering</b>	2010-2011			212			248
	2011-2014			212			200
	2014-2017	60	60	120			249
<b>Antal nya nätverk</b>	2010-2011			1			1
	2011-2014			1			3
<b>Antal individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter</b>	2014-2017	500	500	1000	823	823	1646
	2017-2020	900	900	1800	912	911	1823
	2020-2023	1000	1000	2000			
<b>Antal individer som får rådgivning</b>	2014-2017	75	75	150	86	86	172
	2017-2020	225	225	450	340	340	680

	2020-2023	250	250	500			
Antal individer i kompetensutvecklingsinsats	2017-2020	150	150	300	322	321	643
	2020-2023	300	300	600			
Antal evenemang	2017-2020			77			86
	2020-2023			80			
<b>Egna projektindikatorer</b>	År	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Antal ackrediterade branschbesökare år 3	2014-2017	2250	2250	4500	973	973	1946
Antal ackrediterade studentbesökare år 3	2014-2017	75	75	150	66	67	135
Antal ej ackrediterade besökare seminarieprogram år 3 (antal besök)	2014-2017	4000	4000	8000	4253	4254	8507
Antal nylanserade projekt	2017-2020			60			98
	2020-2023			100			
Antal gästnätter direkt genom Filmfestivalen/Industry Scene	2017-2020			1300			1220
	2020-2023			1800			

Tabell 2: Projektindikatorer 2010-2023

Då indikatorerna skiftat under de olika projektperioderna är det i vissa fall svårt att se en utveckling över tid. Genomgående har antalet deltagare ökat, vilket gjort att även måltalen skrivits upp. Ett exempel är ”Antal individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter” där målet för perioden 2014-2017 var 1 000 personer och som för perioden 2020-2023 är fördubblat.

## En annorlunda festival 2021

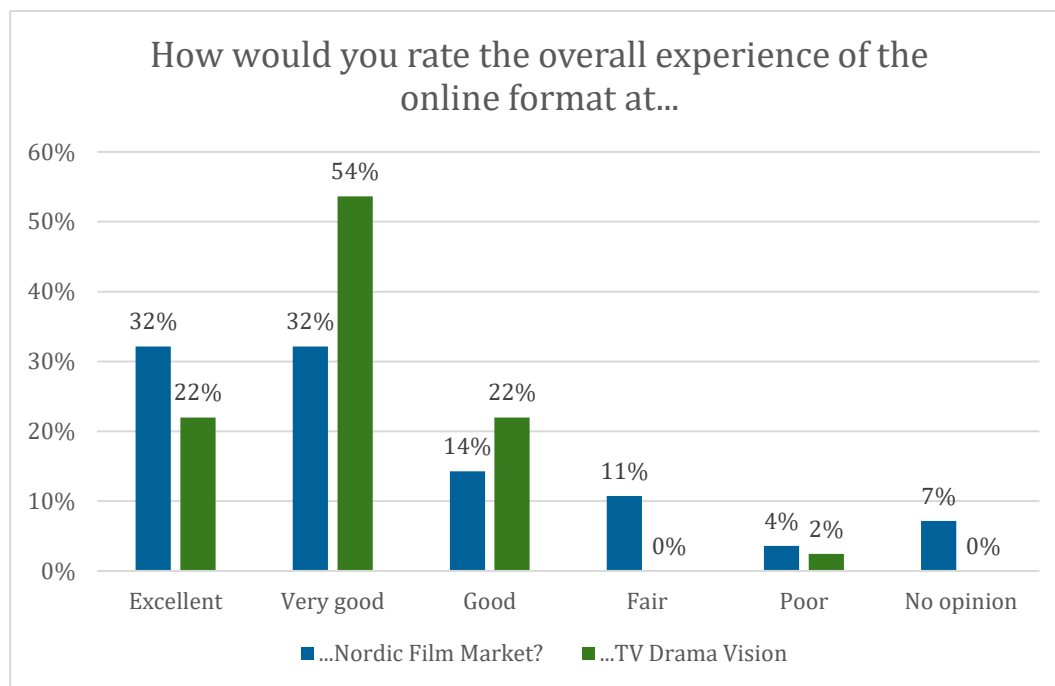
Coronapandemin medförde att festivalen behövde arrangeras på ett annorlunda sätt. Enligt VD:n för Göteborg Film Festival planerade de länge för att festivalen skulle gå att genomföra helt eller delvis fysiskt. Det osäkra läget gjorde att de planerade för flera olika scenarier. I november 2020, när beskedet om maxantal på åtta personer kom, startade arbetet med att arrangera en helt och hållet digital filmfestival. Filmvisningarna kopplades

till en fysisk plats, men sändes digitalt. För att förbättra deltagarnas upplevelse gjordes programstarter och presentationer inför varje film, introduktioner från filmskapare och reportage bakom kulisserna. En ny affärsmodell lanserades, som innebar ett festivalpass med obegränsad tillgång till hela filmutbudet. De ansvariga lyfter fram att det inledningsvis var en del utmaningar som hade att göra med avtalen. Upplägget kunde dock realiserats och medförde att publiksiffrorna blev högre än någonsin tidigare – dock med ett snävare urval av filmer än vanligt. Konceptet ”the isolated cinema” som innebar filmvisning för en ensam person på Pater Noster, i Scandinavium och på Bio Draken fick oväntat stor uppmärksamhet i media. Det digitala formatet gjorde också att festivalens räckvidd ökade geografiskt och exempelvis nådde ut till invånare i kommuner som saknar biografier.

*”Vi fick en god respons av publiken och det finns en förväntan att fortsätta med en digital variant.”*

En nackdel med det digitala eventet var att köpkraften blev avsevärt svagare än tidigare. Filmfestivalen ses vanligtvis som ett fönster för att lansera nya idéer och när det gäller affärsuppbyggnader får det digitala mötet svårt att ersätta det fysiska. Projektledaren lyfter att det finns en stor osäkerhet i branschen och att avsaknaden av fysiska mötesplatser hämmar initiering och finansiering av nya filmprojekt. Även för Industry Scene blev det i höstas uppenbart att upplägget skulle behöva bli helt annorlunda. De ansvariga genomförde intervjuer och enkäter för att ta reda på behoven inom branschen och hur innehållet kunde optimeras utifrån de nya förutsättningarna. Liksom för filmfestivalen i stort visades filmerna och de pågående filmprojekten digitalt. Filmfestivalens branschinhåll, inklusive Nordic Film Market, TV Drama Vision, Nostradamus och Filmforum Sverige, presenterades online på festivalens Industry Platform. För TV Drama Vision byggdes exempelvis en TV-studio upp, där liveprogram varvades med förinspelade pitchar under två dagar. Projektledaren berättar i intervjun att de tog in erfarenheter från andra digitala filmfestivaler och testade nya virtuella plattformar för visningar, möten och mingel. Upplägget fick bra respons av deltagarna som nära fördubblades jämfört med tidigare år.

Merparten av de som medverkat i deltagarundersökningarna anser att det digitala formatet fungerat väl. Gällande Nordic Film Market är det sammanlagt 79 % som anser att det fungerat *utmärkt, mycket bra* eller *bra* och för TV Drama Vision är motsvarande siffra 98 %. Dock är det endast ett fåtal – 3,8 % respektive 7,2 % – av deltagarna som valt att svara på enkäten.



Figur 3: Hur tycker du att det digitala formatet fungerat?

I kommentarerna syns skilda åsikter från deltagarna avseende det digitala eventet. Flera nämner att de är nöjda med att delta online, att det fungerat smidigt och möjliggjort att de kunnat medverka på fler events än i vanliga fall. Dock lyfts flertalet synpunkter om en försämrad upplevelse jämfört med tidigare festivaler, att en digital version på intet sätt kan ersätta det fysiska mötet människor emellan och att det i år varit betydligt svårare att knyta nya kontakter.

*"The digital presence of the markets has given me the opportunity to attend more markets than I would in normal times."*

*"It's been harder to connect with partners we don't already know."*

*"Given the challenges this year I think it was a great achievement."*

## Framtid

I projektets senaste ansökan om medel (fr.o.m. juli 2020) framgår att filmindustrin står inför många utmaningar relaterat till stundande pandemi. Utbrottet av Covid-19 har lett till inställda eller framskjutna produktioner, filmfestivaler, biopremiärer, såväl som en utbredd arbetslöshet bland filmarbetare. De långsiktiga effekterna av krisen beskrivs vara svåra att förutspå, men ett högst troligt scenario är att branschen kommer att behöva anpassa sig till nya förutsättningar. Projektägarna bedömer att Göteborg Film Festival och Industry Scene kan spela en än viktigare roll som kompetenshöjande plattform för branschen.

Industry Scene och de tillhörande delprojekten beskrivs som långsiktiga satsningar som även fortsättningsvis har en viktig funktion att fylla i och med branschens konstanta behov av kompetensutveckling och mötesplatser. Projektledaren bedömer att Industry Scene även nästa år kommer att arrangeras på ett något annorlunda sätt jämfört med innan pandemin. De digitala redskapen och kompetensen har utvecklats och kommer troligen delvis att behållas framgent. De ansvariga bedömer att långväga resor och fysiska träffar kommer att

återupptas de kommande åren, men i mindre omfattning än tidigare – då digitala möten har visat sig fungera väl i vissa sammanhang.

*”Även om alla vill komma tillbaka så har vi sett att det går att jobba på ett annat sätt, därför måste vi kunna erbjuda båda delarna.”*

# Sammanfattande kommentarer och rekommendationer

## Aktivitetserna bidrar till projektets mål

Industry Scene har utvecklats ur behoven av förnyelse och fortbildning skapat av ständigt föränderliga konsumtionsmönster och affärsmodeller. Arrangemanget präglas av ett holistiskt perspektiv, där filmbranschen beskrivs vara beroende av flertalet aktörer och finansörer för att fungera och utvecklas. Det ses som en styrka att kunna samla företrädare från olika yrkesgrupper för att åstadkomma synergier.

Målen med Industry Scene speglar till stor del den verksamhet och de aktiviteter som äger rum. Under projektets tidiga år (2011-2014) handlade målsättningarna om att ”skapa ökad uppmärksamhet”, ”bygga upp” och ”bilda en självklar mötesplats”. Utvärderingen visar att Industry Scene i mångt och mycket har utvecklats i enlighet med de ursprungliga målen. Därigenom kom målen från och med 2014 och framåt att handla mer om vidareutveckling av insatserna. De nuvarande målen med projektet är mer av karaktären inriktningsmål med låg mätbarhet och så pass vaga formuleringar att det svårligen går att bedöma huruvida de är uppnådda eller inte. Det handlar om att ”öka spridningen”, ”lyfta fram och stärka”, ”vara en kompetensutvecklande plattform” att ”skapa möjligheter” etc. Via rapporteringen och dialog med projektägare blir det dock tydligt att projektets aktiviteter ligger i linje med och bidrar till de uppsatta målen.

En föränderlig omvärld, konkurrens från andra större festivaler och förväntningar från branschen medför ett kontinuerligt kvalitetsarbete avseende upplägg och program. För detta finns inarbetade metoder där en omfattande inventering och omvärldsanalys ingår i planeringen inför varje års upplaga av Industry Scene. I studier av projektets utveckling över tid blir det tydligt att de olika aktiviteterna underveis har anpassats och specificerats för att möta de behov som finns i branschen. Antal koncept har vuxit och liknande aktiviteter har under årens lopp benämnts på något olika sätt – ett tecken på att innehållet har utvecklats och justerats utifrån givna behov och förutsättningar.

## Industry Scene – en del av verksamheten

Industry Scene och de olika delprojekten har, enligt rapporter och intervju, vuxit fram till efterfrågade forum för film- och TV-bransch. Exempelvis syns detta genom ett ökat antal presenterade objekt samt deltagare på *Nordic Film Market* och *TV Drama Vision*. Även Nostradamusrapporten och de efterföljande spridningsaktiviteterna har haft en ökande efterfrågan. Industry Scene har sedan flera år tillbaka varit integrerat som en del i Göteborg Film Festival. Inte minst syns det i rapporteringen av verksamheten 2018-2020 riktad till kulturnämnden, där ett av målen var att Göteborg Film Festival år 2020 är: ”en av Europas främsta branschplattformar för distribution och finansiering av nordisk film och kompetensutveckling för internationell filmbransch”. ***Om projektet ska fortsätta vara ett projekt skulle värderingen av uppnådda resultat underlättas av mer mätbara mål med fokus på aktuell projektperiod samt en översyn av projektets indikatorer. Vilken sorts förflyttning vill vi se från år till år?*** Är antal deltagare en indikation på framgång, eller finns andra, mer intressanta sätt att mäta resultatet av insatserna?

En relevant indikator som framgår av kulturnämndens uppdrag till Göteborg Film Festival 2021-2024 är: ”Redovisa resultatet av affärsuppgörelser (distribution, finansiering) med

Nordic Film Market som grund”. **Aktuellt att diskutera i sammanhanget är hur vi internt på VGR ska förhålla oss till stöd till projekt som inte längre är projekt, utan en etablerad del av en verksamhet. Vad innebär det nämndöverskridande stödet för projektägare och handläggare?** Stödets uppdelning på två nämnder kan förvisso innebära merarbete, men även om Industry Scene är en integrerad del av filmfestivalens ordinarie verksamhet finns en gränsdragning – projektet innefattar insatser specifikt riktade mot branschen och den professionella delen av festivalens besökare. Genom RUN:s separata satsning på Industry Scene ges därmed ett tydligt fokus på filmfestivalens utvecklingsarbete mot näringslivet och regional tillväxt.

### En ensidig bild

Bilden av Industry Scene och dess olika delprojekt har i utvärderingen dessvärre blivit mer ensidig än planerat. Projektägarna genomför kontinuerliga deltagarundersökningar i anslutning till eventen *Nordic Film Market* och *TV Drama Vision*. Svarefrekvensen är, även innan pandemin, alltför låg för att det ska gå att dra slutsatser av materialet. Då endast ett fåtal procent av de tillfrågade väljer att svara ges ingen bild av hur deltagarna upplevt evenemanget utan snarare synliggörande av enstaka synpunkter. Ett exempel: När det i projektrapporteringen för 2020 framgår att sammanlagt 49 % av deltagarna i undersökningen anger att de gjort affärstransaktioner under eller efter *Nordic Film Market*, är det värt att notera att dessa 49 % består av 31 personer som utgör 4 % av totalt 750 deltagare. För 2021 uppger 3 av 734 deltagare att de gjort affärstransaktioner, vilket motsvarar 0,4 %. De redovisade resultaten från undersökningarna riskerar, på grund av det låga deltagandet, att ge en missvisande bild av verksamheten. **Om projektets resultat och effekter ska kunna utvärderas på ett korrekt sätt krävs en mer genomgående och kvalitetssäkrad undersökning av målgruppens erfarenheter.**

### Det nya normala?

Kopplat till deltagarantal som en indikation på framgång är frågan om hur event såsom filmfestivalen och Industry Scene kan komma att arrangeras i framtiden. Enligt projektägarnas bedömning kan vi inte helt och hållet räkna med en återgång till upplägget innan pandemin. Det internationella resandet tros återupptas, men i avsevärt minskad omfattning. **Bör vi specifikt se antal inresta besökare från utlandet som en indikator på synlighet och spridning? Eller därutöver lyfta fram den utvecklade kunskapen inom digitala verktyg för att tillhandahålla andra typer av koncept för visning, medverkande och interaktion?** Pandemins andra våg med tillhörande restriktioner tvingade fram en snabb omställning av 2021 års festival till ett digitalt format. Även om röster i deltagarundersökningarna vittnade om ”ett förlorat år” syntes flera positiva reaktioner och resultat. Trots ett begränsat utbud jämfört med tidigare, uppmättes högre deltagarsiffror än någonsin tidigare samt ett betydligt bredare deltagande geografiskt sett. Ett tecken på att de fysiska lokalernas storlek och möjligheten till resa och boende kan ha varit begränsande faktorer – och hur den digitala festivalen bidrog till ett av kulturstrategins fem strategiska områden: Vidga deltagandet.



## Referenser

*Projektrapporter inskickade till VGR samt beslutsunderlag i ärendena:*

*RUN 2020-00307, Medel till projektet Industry Scene, Göteborgs filmfestival*

*RUN 2017-00676, Industry Scene/Göteborg Film Festival*

*RUN 612-0546-14, Medel till "Industry Scene/Göteborg International Film Festival*

*RUN 612-0217-11, Medel till "GIFF Industry Scene"*

*RUN 612-0764-10, Medel till "GIFF Industry Scene"*

*Göteborgs filmfestivals redovisning av det kulturstrategiska uppdraget 2018-2020*

*Intervju med projektägare: Mirja Wester (VD) och Cia Edström (projektledare) 2021-04-23*

*Deltagarundersökningar tillhandahållna av projektägare*

2021-05-24

Dokumentnamn: Industry Scene – Utvärdering av branschplattformen under Göteborgs filmfestival

Diarienummer: RUN 2021-00119

Kontaktperson: Åsa Rydin Svenberg, enhet samhällsanalys

Telefon: 070-394 09 20

E-post: [asa.rydin@vgregion.se](mailto:asa.rydin@vgregion.se)

