

ARB1402 - Kultur- og kunnskapsbransjer: Forretningsmodeller og økonomiforståelse

Hjemmeeksamen, vår 2018

Utlevering mandag 26. februar kl. 11.00. Innleveringsfristen er torsdag 1. mars **innen kl. 11.00.**

Besvarelsen skal leveres som PDF-fil i Inspira (mer om dette under).

Les hele oppgavesettet nøye. Eksamen består av to oppgaver, som tar utgangspunkt i en casetekst. Hver av oppgavene teller 50% av karakteren. Begge skal besvares. Oppgavesettet (eksamensoppgaver og casetekst) er på til sammen fem (5) sider.

Før du begynner å skrive besvarelsen, må du sørge for at du har lest og forstått UiOs informasjon om fusk: <http://www.uio.no/studier/admin/eksamen/fusk/>

Du må bruke en sitat- og referansestil (for eksempel MLA, Chicago eller APA) gjennom hele besvarelsen, og i litteraturlisten til slutt. Du må derfor også sette deg inn i korrekt bruk av kilder og referanser: <http://www.uio.no/studier/admin/eksamen/kildebruk/>

Begge oppgavene skal besvares, og hver av oppgavene teller 50 % av karakteren. Du disponerer selv hvor mye plass som brukes på hver av oppgavene innenfor rammene til hjemmeeksamen (10 normalsider).

Oppgave 1

Beskriv vindusmodellen for film ved hjelp av begrepet prisdiskriminering («price discrimination») som beskrevet i pensumlitteraturen. Forklar på hvilke måter strømmetjenester for film kan sies å utfordre vindusmodellen.

Oppgave 2

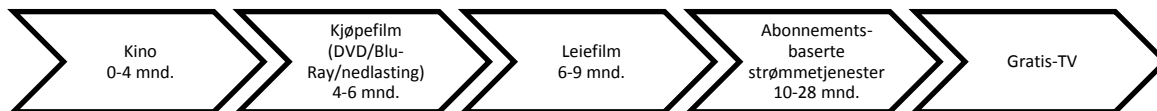
Gi en strategisk analyse av Nettkino som konsept og forretningsmodell med utgangspunkt i caseteksten under, samt begreper og modeller fra pensum. Også annen tilgjengelig kunnskap og forskning kan trekkes inn der det er relevant.

Casetekst:

Når en film skal distribueres kan det gjøres gjennom ulike kanaler: kino, tv, strømming etc. Vanligvis skjer dette ved at kinoene gis distribusjonsrett før de øvrige kanalene. Denne modellen for filmdistribusjon kalles gjerne «release window», på norsk «vindusmodellen». Figur 1 under angir en normalrekkefølge på distribusjonskanalene med tidsangivelse for når visningsrettighetene frigis til neste «vindu».

Figur 1: Utnyttelseshierarkiet for visningsrettigheten til kinofilm

Figur etter Norsk filminstitutt (2017): «Hvordan ivareta norsk og europeisk innhold i fremtiden? En analyse av Norges handlingsrom innenfor gjeldende og fremtidig AMT-direktiv», s. 5



Kinoens førsterett på distribusjon har tradisjonelt vært en viktig forutsetning for kinodrift og spillefilmproduksjon i Norge. Ved å ta relativt godt betalt for kinobilletter har filmbransjen vært sikret inntekter før mindre innbringende visningsrettigheter for kjøpefilm, leiefilm, strømming og kringkasting trer inn.

Fremveksten av strømmetjenester kan sies å ha satt vindusmodellen under press. I en rapport fra Norsk filminstitutt beskrives situasjonen slik:

Flere aktører mener nå at det er på tide å endre vindusmodellen for utnytting av visningsrettigheter for film som gir kino som distribusjonskanal et stort konkurransefortrinn ved å ha førsterett og eksklusivitet i en lengre periode – og at kinoene bruker sin markedsrett til å begrense andre distribusjonskanalers posisjon. Publikum forventer i økende grad tilgang til kvalitetsinnhold «når de vil» og «hvor de vil», og med den store fremveksten av kvalitetsserier for tv og VOD-plattformer – kombinert med det faktum at yngre generasjoner (sic) går mindre på kino enn før – kan vi vente økt konkurranse, både for spillefilmen som format og kino som distribusjonskanal, i tiden fremover.

Kilde: Norsk filminstitutt, «Hvordan ivareta norsk og europeisk innhold i fremtiden? En analyse av Norges handlingsrom innenfor gjeldende og fremtidig AMT-direktiv», <http://bit.ly/2ofr6pO>

En aktør som ønsker å endre vindusmodellen er Nettkino, et samarbeid mellom Grimstad kulturhus, Kolben Kino, Kolvereid Kino og Verdensteateret i Tromsø. Slik presenterer Nettkino seg via PR-byrået Kulturmeaglerne:

Rett før påsken 2016 etterlyste kulturministeren en norsk Netflix-løsning. Virke Produsentforeningen støttet forslaget og hevdet at dagens strømmetjenester er en dumpingplass for norsk film. Samtidig bekymrer filmkritikerne seg over at prisvinnende og samfunnsaktuelle filmer forsvinner fra kinolerretet før man får sukk for seg. Finnes det en løsning som kan ivareta alle ønsker på én gang? Ja, og det er kinoene selv som har nøkkelen: Kulturmeaglerne har tatt initiativ, sammen med Film & Kino, til prøveprosjektet *Nettkino*, en virtuell kinosal der publikum får tilbud om å se de beste filmene mens de fortsatt er høyaktuelle.

Sette inn nytt vindu

I Norge er kinovinduet (holdback før VOD/DVD) i snitt 4,5 måneder. I gjennomsnitt har norske filmer nådd 90 prosent av besøket etter 1,5 måned. Tallene er neppe veldig annerledes for utenlandske filmer. Vi har med andre ord et «svart hull» der publikum ikke kan få sett filmen før den kommer på strømmetjenester eller DVD flere måneder senere. Betydelige beløp blir brukt på å nå publikum gjennom markedsføring av filmen i forkant av kinopremieren, men synergieffekten forsvinner når filmen blir liggende utilgjengelig så lenge. Vi ønsker derfor å finne ut om det er mulig å sette inn et nytt nettkinovindu som erstatter det svarte hullet i perioden frem til kinovinduet stenges.

Film er ferskvare

Alle undersøkelser viser at folk ønsker å se film på kino. At de ønsker opplevelsen av å se filmen fersk. På et stort lerret. I en sal sammen med andre mennesker som deler den samme filminteressen. Utfordringen for kinoen er bare å få folk til å sette av tid til filmbesøk i en travel hverdag. Vi tror at det store publikummet for kvalitetsfilmer slett ikke er forsvinnende, men at en stor del av filmelskerne har flyttet over til nettbaserte tjenester.

Vi ønsker at alle skal få mulighet til å se de aktuelle kvalitetsfilmene, så hvorfor ikke tenke seg en eksklusiv virtuell kino – en «nettkino» – levert av kinoene selv? Er det ikke logisk at publikum henvender seg til kinoen for å finne den mest aktuelle og ferske filmen?

Undersøkelser utført av Film & Kino viser at seks prosent av publikum ikke fikk sett filmen de ønsket å se fordi de ikke hadde barnepass. Ti prosent hadde ingen å gå sammen med. Andre rakk ikke se den fordi den var utsolgt, eller tatt av plakaten. Disse smågruppene alene utgjør til sammen 49 prosent, mens bare 16 prosent sier at det var dørstokkmila som stoppet dem.

Den norske filmen *Hevn* – som hadde premiere 6. november 2015 – er et godt eksempel: Filmen ble sett av 13.500 publikummere på kino før jul. 6 uker etter premieren ble den lansert som leiefilm hos Altibox, Get og Canal Digital, og den ble leid hele 7000 ganger på bare to uker. Altså over 50% av oppnådd kinobesøk på en tredjedel av tiden. Dette skjedde selv om filmen bare ble tilbudt de som er kunder hos bredbåndleverandørene.

Pilotprosjektet Nettkino

Gjennom et felles løft var Norge det første landet i verden som digitaliserte kinoene sine. Nå mener vi tiden er inne for en digitalisering 2.0. Bransjeorganisasjonen Film & Kino og lanseringshuset Kulturmeglerne har derfor tatt initiativ til et toårig pilotprosjekt der vi skal skaffe oss erfaringer og finne ut hvordan et slikt tilbud vil slå ut for det faktiske publikumsbesøket i kinosalen. Målet er at Nettkino skal være et supplement til kinoen og på ingen måte en erstatning.

Å eksperimentere med alternative distribusjonsmodeller vil naturlig nok bli møtt med skepsis og motstand fra enkelte aktører i bransjen. Vi tror likevel at eksperimentering er en nødvendig og konstruktiv måte å imøtekomme kravene til omstilling og nytenkning – både fra publikum og politikere.

Hvis filmene man bruker årevis på å lage kan bli sett av flere mennesker dersom vi oppdager ulike måter å kombinere gamle og nye distribusjonsformer, er ikke det en god ting for hele film- og kinobransjen?

Med pilotprosjektet Nettkino tar vi initiativ til en løsning som kommer både filmskaperne, kinoene og publikum til gode. Film er best på kino, men Nettkino kan fort bli et knakende godt alternativ nummer to!

Hvorfor endre på det som fungerer?

Analyseselskapet IHS Technology spår at kinoene vil stå for 63 prosent av inntektene til en europeisk produsent i 2018. For norske filmprodusenter er dette en kjensgjerning allerede, og en suksess på kino smitter over på andre vinduer i verdikjeden. Derfor tror vi at et nettkinovindu kan bidra til økte inntekter for alle, også for dem som tilbyr filmen lengre ut i livsløpet.

Ved å gi publikum mulighet til å se den aktuelle filmen i kinoens virtuelle kinosal, til omtrent samme pris som en ordinær kinobillett, trenger man ikke engang rokke ved eksisterende prinsipper i filmleieavtalen, som inntil videre er den mest innbringende løsningen for alle involverte parter.

Kilde: <https://kulturmeglerne.no/nettkino/>

-
- Du kan skrive eksamensbesvarelsen på norsk, svensk, dansk eller engelsk.
 - Besvarelsen skal leveres i Inspira. Når du laster opp besvarelsen må du passe på at det er en PDF-fil (.pdf). Andre filformater vil ikke godtas av systemet. Filen skal kalles for kandidatnummeret ditt, slik: 1234.pdf. Inspira stenger presis og automatisk kl. 11:00, så siste mulighet til å laste opp besvarelsen er kl. 10:59.
 - På forsiden av besvarelsen skriver du ditt **kandidatnummer** som du finner i Studentweb (**IKKE NAVN**), emnekode og emnenavn, samt semester og år.
 - Emner med ti studiepoeng tilsvarer normalt en ti siders besvarelse (en side tilsvarer ca. 2300 tegn, uten mellomrom). Forsiden og litteraturlisten er ikke inkludert i disse sidene.

Informasjon om eksamen ved IMK: <http://www.hf.uio.no/imk/studier/ressurser/oppgave/>

Terje Colbjørnsen vil svare på spørsmål om oppgaveteksten som blir sendt på e-post til terje.colbjornsen@media.uio.no innen kl. 13.00, mandag 26. februar. Spørsmålene vil bli besvart i løpet av dagen.

Eksamensresultat vil bli publisert i Studentweb 22. mars 2018. Resultater gis ikke over e-post eller telefon.