

# EKSPORTUNDERSØKINGA 2011

*Eksportverdien av norske kinofilmar 2011*

# INNHALD

Samandrag .....	3
Om undersøkinga .....	4
Bakgrunn .....	4
Formål .....	4
Omfang og metode .....	4
Sentrale funn – presentasjon og kontekst .....	6
Barnefilmens posisjon i eksportmarknaden .....	8
Europa – den viktigaste marknaden .....	8
Nærare om eksportverdien til 2011-filmane .....	11

## SAMANDRAG

- Undersøkinga omfattar 32 norske kinofilmar med premiere mellom 1. januar og 31. desember 2011. Av desse var det fire dokumentarfilmar, fem barnefilmar og tre ungdomsfilmar.
- 22 av filmene er selde til utlandet.
- Den samla verdien av den norske filmeksporten i 2011 er berekna til 45 millionar kroner. Av dette utgjer 13,6 millionar kroner (30 prosent) førehandssal i ulike former, mens etterhandssalet utgjorde 31,4 millionar kroner (70 prosent).
- Utanlandssalet i 2011 ligg 15,6 prosent lågare enn i 2010. Likevel
  - ligg eksportverdien til 2011-filmene 40,6 prosent høgare enn det filmpolitiske målet om 32 millionar kroner innan 2010
  - har veksten i utanlandssalet vore på 508,1 prosent sidan 2002
- Akkumulert vekstrate for utanlandssalet i perioden 2002–2011 er på 19,7 prosent. Det betyr at salet av norske filmar til utlandet i snitt har auka med i underkant av ein femtedel kvart år i perioden.
- Til saman er det selt norske kinofilmar for 237 millionar kroner i perioden 2002–2011.
- Gjennomsnittleg eksportverdi for 2011-filmene var 1,4 millionar kroner. Dette er ein nedgang på 0,7 millionar kroner sidan 2010.
- Få av kinofilmene med premiere i 2011 hadde høg eksportverdi dersom vi samanliknar med filmene frå 2008 og 2010.
- Ni av 2011-filmene oppnådde ein eksportverdi på over éin million kroner, og to av dei hadde ein eksportverdi på meir enn tre millionar kroner.
- I 2011 hadde fem norske barnefilmar premiere på kino, og alle vart selde til utlandet. Men barnefilmene sin del av transaksjonsvolumet har gått tilbake samanlikna med 2010. Filmene har også gitt mindre avkastning enn barnefilmene frå 2010.
- Marknaden for sal av film på den internasjonale marknaden er ustabil og prega av store svingingar. Publikumspotensiålet til dei enkelte filmene har mykje å seie for den samla eksportverdien til norsk film det enkelte året.

# OM UNDERSØKINGA

## BAKGRUNN

Norsk filminstitutt (NFI) har sidan 2005 gjennomført undersøkingar av eksporten av norske kinofilmar. Den første undersøkings omfatar åra 2002 til og med 2004. Sidan har undersøkingane vorte gjennomførte kvart år. Undersøkingane dannar dermed ein historisk serie frå og med kalenderåret 2002.

Fram til og med 2007 utførte konsulentfirmaet PriceWaterhouseCoopers kartlegginga av norsk films eksportverdi. Frå 2008 har NFI sjølv stått for datainnsamlinga og analysane. Eksportundersøkinga 2011 er gjennomført i perioden september–november 2013.

## FORMÅL

I St.meld. nr. 22 (2006–2007) *Veiviseren. For det norske filmloftet* (Filmmeldinga) blir hovudmåla for norsk filmpolitikk skissert. Eitt av dei er målet om "solid publikumsoppslutning". Dette målet blir blant anna presisert slik: "eksport av norsk film og tv-drama [skal være] doblet innen 2010" (KUD 2007:45). Utgangspunktet for å måle veksten i norsk filmeksport er salsvolumet i 2005, som var på ca. 16 millionar kroner.

Vidare går det fram av Kulturdepartementets budsjettproposisjon for 2011 at det er eit mål å få "økt eksport av norske audiovisuelle produksjoner" (KUD 2011: 157).

Formålet med eksportundersøkingane er å følgje utviklinga i utanlandssalet av norsk kinofilm<sup>1</sup> og undersøke om denne utviklinga samsvarer med dei filmpolitiske målsetjingane.

## OMFANG OG METODE

Det var til saman 33 norske kinofilmar med premiere i kalenderåret 2011. Eksportundersøkinga 2011 omfatar alle desse filmene, med unntak av éin. Denne filmen er ikkje med, ettersom produsenten ikkje ønskte å delta i undersøkingsa.<sup>2</sup> Årets undersøking omfatar derfor 32 filmar. Blant desse er det fire dokumentarfilmar, fem barnefilmar og tre ungdomsfilmar.

Opplysningar om dei enkelte filmene er henta inn frå dei respektive produsentane. Vi har bedt produsenten gi oss følgjande opplysningar om dei enkelte filmene:

---

<sup>1</sup> Det har hittil ikkje vorte gjort undersøkingar av eksportverdien til norsk tv-drama.

<sup>2</sup> Tittel: *Rødt hjerte*, Produksjonsselskap: Filmhuset Produksjoner AS.

- Verdien av sal til utanlandske marknader, dvs. brutto kontraktbeløp (før frådrag av MG<sup>3</sup>, salskommisjon og kostnader) for alle utnyttingsvindauger.
- Korleis salet fordeler seg på førehandssal og etterhandssal.
- Oversikt over kva for nokre rettar som er selde til dei ulike territoria.

Opplysningane er i hovudsak baserte på salsoppgåver som produsentane har fått frå salsagentane sine. Etter avtale med Norske film- og TV-produsenters forening held eksportundersøkinga for 2011 fast på konfidensialiteten knytt til sals- og inntektsforholda til dei enkelte produsentane. Eksportinntektene er derfor, som i dei tidlegare undersøkingane, berre rapporterte akkumulert, det vil seie som ein samla sum for alle filmene i undersøkinga, og ikkje spesifisert på den enkelte filmen.

Formålet med undersøkinga er å vise eksportverdien til norsk filmproduksjon. Den akkumulerte salsverdien som blir oppgitt, er derfor kalkulert som eit bruttobeløp – altså før kommisjon/MG til salsagentane er trekt frå. Verdiberekninga er såleis ikkje identisk med dei faktiske inntektene til produsentane frå sal til utlandet. Det kan finnast feilkjelder i det innsamla datamaterialet. I den grad det er tilfellet, er det mest sannsynleg underrapportering på bakgrunn av utelate/gløymd MG.

Eksportundersøkinga er gjord to år etter at filmene hadde premiere. Filmene har dermed hatt tid til å nå ut til store delar av marknaden. Samtidig er det filmar som enno ikkje har nådd sitt fulle potensial. Undersøkinga gir derfor ikkje eit endeleg bilete av den samla eksportverdien til filmene.

På bakgrunn av desse forholda blir det presisert at eksportundersøkingane berre gir eit overslag over verdien av salet av norsk film til utlandet. Undersøkingane gir seg ikkje ut for å vere eksakte, men søker å presentere eit så godt bilete av situasjonen som mogleg. Metoden som ligg til grunn, gir eit moderat estimat. Det er med andre ord grunn til å tru at tala som kjem fram, er underrapporterte heller enn overrapporterte.

Sal av rettar skjer som regel i euro (EUR) eller amerikanske dollar (USD), men òg i annan valuta. I undersøkinga er desse beløpa rekna om til norske kroner etter Noregs Banks gjennomsnittlege vekslingskurs for 2011.

Territorium er den nemninga som blir brukt for land, eller grupper land og geografiske område, som rettar er selde til. Praksis varierer noko frå den eine salsagenten til den andre med omsyn til korleis dei oppgir territorium. For eksempel bruker nokre salsagentar nemninga "Norden", mens andre bruker "Skandinavia". Det er òg varierende presisjonsnivå for kva for nokre rettar som er selde til dei ulike territoria. Med ein transaksjon meiner vi eit sal av rettar til eit land eller territorium (gruppe av land). Vi har talt talet på transaksjonar for kvar film, det vil seie talet på land/territorium kvar enkelt film er seld til, og kva for nokre rettar som er selde (kino, video/dvd, tv, VoD, SVoD og tilknytte tenester<sup>4</sup>). På grunn av den varierende praksisen i rapporteringa av territorium og rettar er vår oversikt ikkje å sjå på som fullt dekkjande, og materialet kan vere litt usikkert.

---

<sup>3</sup> MG (minimumsgaranti) er ein garanti salsagenten betaler produsenten når kontrakten blir inngått. Sidan minimumsgarantiar inneber ein risiko, blir dei i hovudsak brukte berre i tilfelle der salsagenten ønskjer å sikre seg ein antatt lukrativ film.

<sup>4</sup> Tilknytte tenester (ancillary) omfattar ulike, mindre utbreidde former for utnytting: betalt tenester i hotell, visingar på fly, institusjonar som militærforlegningar eller fengsel osv.

Det er òg viktig å gjere merksam på at sjølv om ein film er ført opp med sal av "alle rettar", er det ikkje sikkert at filmen er vist på kino i dei aktuelle landa. Årsaka er at rettar ofte blir selde en bloc, og det er opp til kjøparen å avgjere korleis retten best mogleg skal nyttast. Ein kan derfor finne eksempel på at ein film er seld med alle rettar, men at kjøparen berre har vist interesse for å lansere han på video eller som klikkefilm.

For ein meir detaljert gjennomgang av metode, sjå Eksportundersøkinga 2008.

## SENTRALE FUNN – PRESENTASJON OG KONTEKST

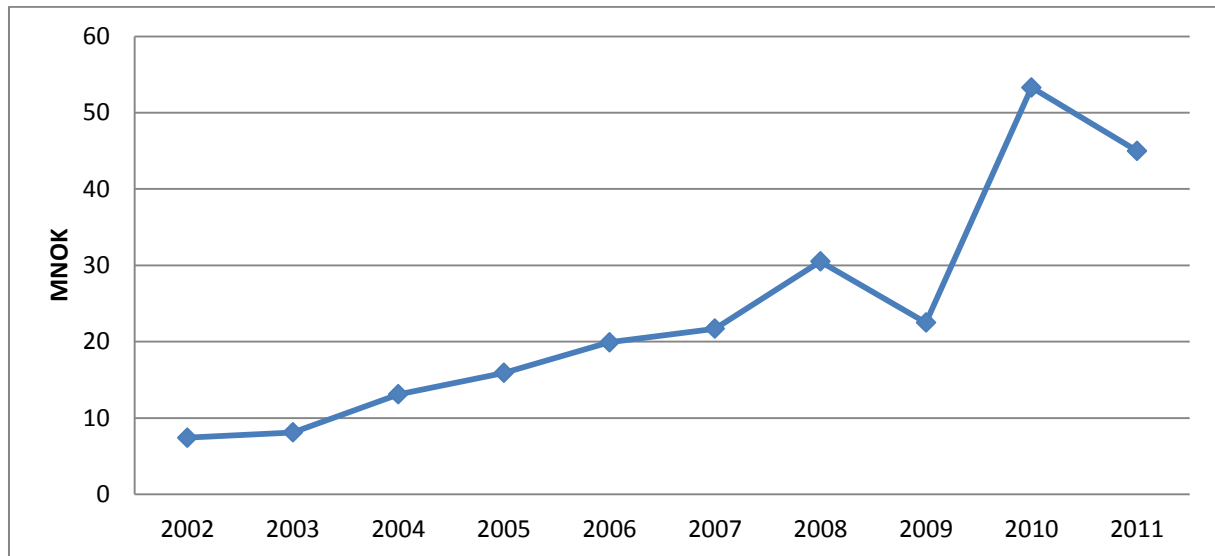
### HISTORISK OVERSIKT OVER UTVIKLINGA I UTANLANDSSAL

Den historiske oversikta nedanfor viser at det var ein jamn auke i utanlandssalet av norsk film frå 2002 til 2008. I 2009 viste salet ein nedgang. Dette hadde truleg samband med den internasjonale finanskrisa, som gjorde at filmkjøparane vart meir forsiktige. I 2010 snur dette, og vi ser ein auke i utanlandssalet av norske kinofilmar. Oppgangen i eksportverdi frå 2009 til 2010 var på 30,8 millionar kroner, tilsvarande 136,8 prosent. 2010 står så langt fram som eit toppår for eksport av norsk film, og den filmpolitiske målsetjinga om ei dobling av norsk films eksportverdi frå 2005 til 2010 vart innfridd med ein margin på 21,3 millionar kroner.

I 2011 har det på ny vore ein nedgang i eksportverdien til norsk film. Den samla eksportverdien til filmane frå 2011 er berekna å vere 45 millionar kroner. Dette er ein nedgang på ca. 8 millionar kroner, eller 15,6 prosent, samanlikna med eksportverdien i 2010. Den samla eksportverdien til 2011-filmane er likevel, med unntak av 2010, den høgaste målte eksportverdien for norsk film. Med 45 millionar kroner i 2011 ligg eksportverdien 13 millionar kroner – eller 40,6 prosent – høgare enn målet om ei dobling av eksportverdien innan 2010. Sidan registreringa av utanlandssalet starta i 2002, og til og med 2011 har veksten vore på 508,1 prosent, og sidan "merkestein-året" 2005 på 183 prosent. Sidan 2008 har veksten vore på 47,5 prosent.

Eksporthverdien av norske kinofilmar 2002–2011.  
Beløp i millionar kroner (MNOK)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Samla eksportverdi</b>	7,4	8,1	13,1	15,9	19,9	21,7	30,5	22,5	53,3	45
<b>Etterhandssal</b>	6,4	6,6	6	4,6	9,8	8,3	17,9	17,9	36,9	31,4
<b>Førehndssal</b>	1	1,5	7,1	11,3	10,1	13,4	12,5	4,6	16,4	13,6
<b>Snitt per film</b>	0,46	0,48	0,73	0,84	0,99	0,99	1,69	1,02	2,1	1,4

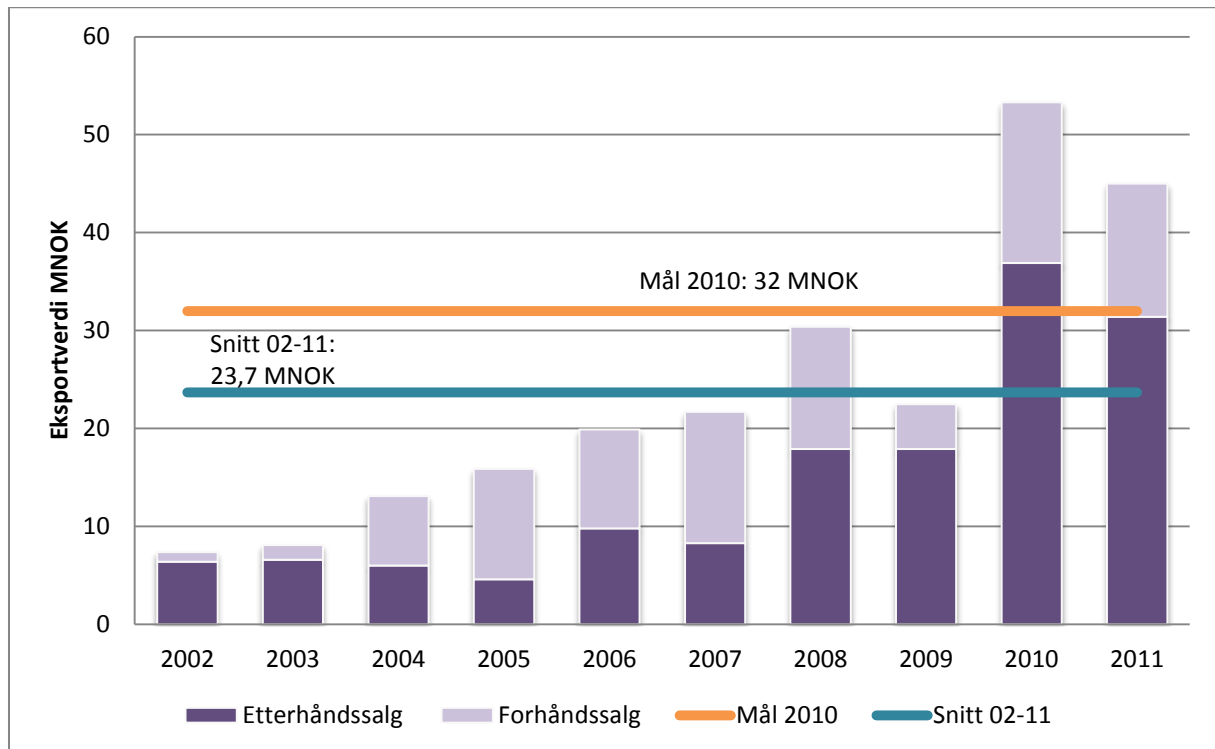


Akkumulert vekstrate (CAGR)<sup>5</sup> for perioden 2002 til 2010 var den historisk høgaste vekstraten ein har målt for norsk filmeksport med 24,5 prosent. Nedgangen i eksportverdi for 2011-filmane påverkar dette biletet noko. Vekstraten for perioden 2002 til 2011 var på 19,7 prosent. Dette betyr at salet av norske filmar til utlandet i snitt har auka med i underkant av ein femtedel kvart år i perioden 2002 til 2011.

Snittverdien av det samla utanlandssalet auka frå 21,4 millionar kroner for perioden 2002 til 2010 til 23,7 prosent for perioden 2002 til 2011. Til saman er det selt norske filmar for 237 millionar kroner i heile perioden.

<sup>5</sup> CAGR-målinga spreier frem- og tilbakegang over heile perioden, slik at vekst (eller svekking) står fram som jamn og lineær. Ved at CAGR-raten eliminerer svingingar frå eitt år til eit anna, gir han eit bilete på tendensen og kor sterk han er gjennom heile perioden. Jo høgare rate, jo sterkare vekst/svekking gjennom perioden.

## Utviklinga i eksportverdi av norske kinofilmar 2002–2011.



### BARNEFILMENS POSISJON I EKSPORTMARKNADEN

I 2011 hadde fem barnefilmer premiere på kino: *Jørgen + Anne = Sant*, *Knerten i knipe*, *Blåfjell 2*, *Gråtass får en ny venn* og *Til siste hinder*. Alle disse filmene vart selde til utlandet. Barnefilmene stod for 49 av dei registrerte transaksjonane, eller 22 prosent av det samla transaksjonsvolumet. Dette er ein tilbakegang frå 2010 og 2009, da barnefilmene stod for respektive 33 og 56,4 prosent av transaksjonsvolumet. Men dette talet vil variere frå år til år og blant anna vere avhengig av kor mange barnefilmer som hadde premiere det enkelte året, og kva for nokre andre filmar som er med i utvalet.

Underlagsmaterialet tyder òg på at posisjonen til barnefilmene i utanlandsmarknaden er svekt. Med dette meiner vi at barnefilmene frå 2011 har gitt mindre avkastning enn barnefilmene i 2010.<sup>6</sup> I 2010 var det ni barnefilmer, og av dei vart åtte selde til utlandet. I 2009 vart fire barnefilmer selde til utlandet. Sjølv om barnefilmene stod for 56,4 prosent av transaksjonsvolumet i 2009, ser salet av desse filmene ut til å ha kasta relativt lite av seg. Når barnefilmene i 2010 likevel stod for ein lågare del av transaksjonsvolumet enn barnefilmene i 2009, har det samanheng med at den samla filmeksporten vart kraftig styrkt dette året.

### EUROPA – DEN VIKTIGASTE MARKNADEN

Samtidig som den samla eksportverdien til 2011-filmene var lågare enn for 2010-filmene, auka talet på transaksjonar frå 2010 til 2011. Mens det vart registrert 194 individuelle sal i 2010, vart det registrert 221 transaksjonar i 2011. Med ein transaksjon meiner vi eit sal av rettar til eit land eller territorium (gruppe av land). Talet på transaksjonar er med andre ord ikkje det same som

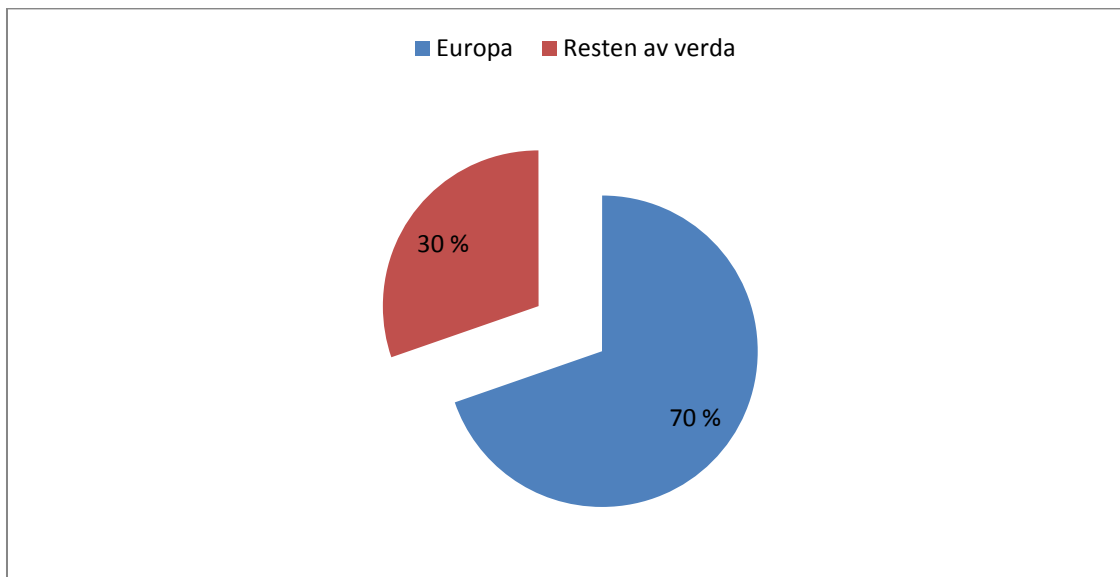
<sup>6</sup> Av omsyn til konfidensialitet kan vi ikkje skilje ut enkelte filmsjangrar, ettersom dette kan føre til at salsresultata til enkeltfilmene blir lettare å identifisere.



talet på land ein film er seld til, men eit uttrykk for kor mange individuelle sal som er gjorde. Men dette talet er nokså usikkert, noko som blir forklart nærare i avsnittet om metode (s. 5).

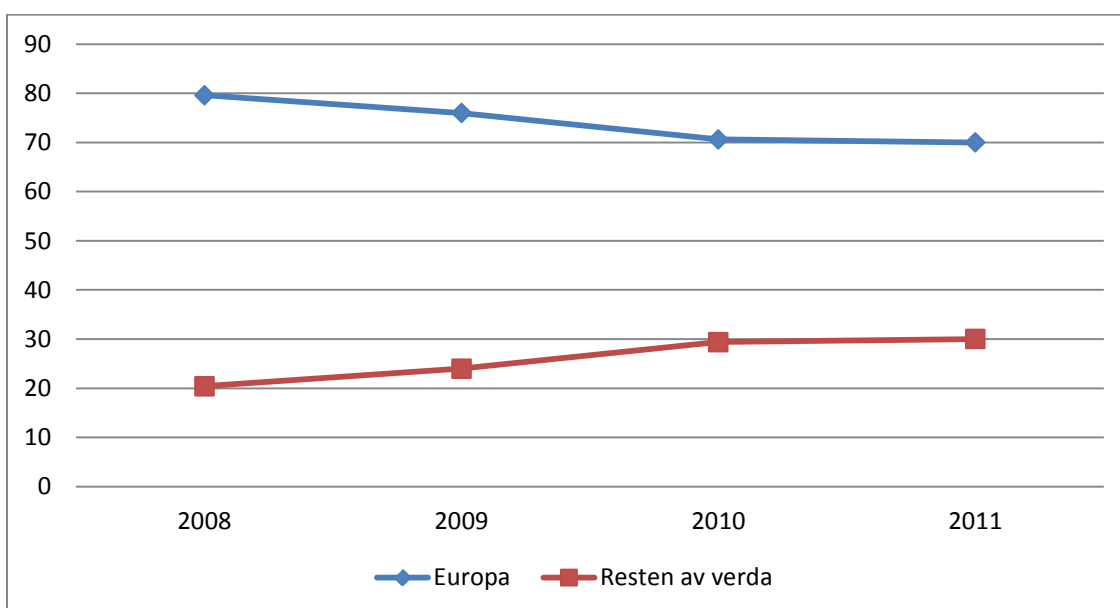
Som tidlegare år ser vi at Europa er den viktigaste marknaden for sal av norsk film. Av 221 registrerte transaksjonar var 154 i Europa. 70 prosent av sala var dermed gjorde på den europeiske marknaden.

Fordelinga av sal til territorium i Europa/resten av verda i 2011.



Sjølv om Europa framleis utgjer den største marknaden for norsk film, har det skjedd ei forskyving av fordelinga av sal mellom Europa og resten av verda sidan 2008. I 2008 utgjorde sal til territorium i Europa 79,6 prosent av alle transaksjonar, mens denne delen av salet var på 76 prosent i 2009.

Fordelinga av sal til territorium i Europa/resten av verda 2008–2011.



Tabellen nedanfor viser alle dei 32 filmene i utvalet. Av kolonnen "Utnyttingsvindaug/selde rettar" går det fram om dei enkelte filmene er selde til utlandet, og i så fall kva for nokre rettar som er selde (kino, video/dvd, tv, VoD m.m.). Dersom minst eitt av sala som er gjorde, er eit sal som inkluderer alle rettar, er "alle rettar" oppgitt i kolonnen. Dette betyr at fleire av transaksjonane til ein film kan innebære sal av færre rettar, sjølv om "alle rettar" er oppgitt. I kolonnen "Europa" har vi oppgitt talet på transaksjonar i Europa, og i kolonnen "RoW" (Rest of the World) har vi oppgitt talet på transaksjonar i resten av verda. Som nemnt er talet på transaksjonar ikkje identisk med talet på land filmene er selde til, og seier heller ikkje noko om verdien av sala som er gjorde.

Filmtittel	Produksjonsselskap	Salsagent	Utnyttingsvindaug/selde rettar	
			de rettar	Europa RoW
Amors Baller	SF NORGE	SF International	Pay-TV, VoD	1 0
Arme riddere	Fantefilm AS	TrustNordisk	Alle rettar	17 5
Babycall	4 1/2 AS	Match Factory	Alle rettar	18 8
Bambieffekten	Feil Film		Ikkje sold i utlandet	0 0
Blåfjell 2	Storm Rosenberg AS	Nonstop sales	Alle rettar	8 8
Det akutte menneske	Nordkappfilm		Ikkje sold i utlandet	0 0
Exteriors	Fredrik Fiction		Ikkje sold i utlandet	0 0
Fjellet	4 1/2 AS		Ikkje sold i utlandet	0 0
Folk ved fjorden	Øy-Film		Ikkje sold i utlandet	0 0
Få meg på for faen	Motlys AS	Celsius Entertainment	Alle rettar	3 4
Gråtass får en ny venn	Fantasi-Fabrikken AS	Nonstop sales	TV, DVD	1 2
Gunnar goes God	Agitator AS	Kudos Family AS	Exclusive Free-TV	1 0
Hjelp, vi er i filmbransjen	Tappeluft Pictures		Ikkje sold i utlandet	0 0
Hjelp, vi er russ	Tappeluft Productions		Ikkje sold i utlandet	0 0
Hodejegerne	Friland/Yellow Bird	Trust Nordisk, Collection Agency	Alle rettar	19 15
Jeg reiser alene	Motlys AS	Nonstop sales	Alle rettar	3 1
Jørgen + Anne = Sant	Cinenord Kidstory AS	SF International	Alle rettar	9 2
Knerten i Knipe	Paradox AS	Sola Media	Alle rettar	4 2
Kong Curling	4 1/2 AS	Films Boutique	Alle rettar	6 1
Konger av Oslo	Alert film		Ikkje sold i utlandet	0 0
Mennesker i Solen	Maipo AS	TrustNordisk	VoD, Pay-TV	1 0
Mørke sjeler	Addict films	DC Medias	Alle rettar	6 2
Oslo 31. August	Motlys AS	Match Factory	Alle rettar	15 8
Pax	Paradox Rettigheter		Ikkje sold i utlandet	0 0
Pushwagner	Indie Film AS	Rise & Shine sales, Berlin	Free-TV, VoD, SVoD	2 1
Sønner av Norge	Friland AS	Films Distribution/Nosugarn omilk, Collection Agency	Pay-TV, TV	8 2
Til siste hinder	Filimo film/Atomfilm	LevelK	Alle rettar	13 0
Tomme Tønner 2 - det brune gullet	Tappeluft Pictures		Ikkje sold i utlandet	0 0
Umeå4ever	SNURR FILM AS		Pay-TV	1 0
Varg Veum - I mørket er alle ulver grå	Miso Film	TrustNordisk/SF International sales/Miso Film	Alle	6 2
Varg Veum- Dødens drabanter	Miso Film	TrustNordisk/SF International sales/Miso Film	Alle	6 2
Varg Veum- Svarte får	Miso Film	TrustNordisk/SF International sales/Miso Film	Alle rettar	6 2

## NÆRARE OM EKSPORTVERDIEN TIL 2011-FILMANE

2011 har på fleire måtar vorte sett på som eit rekordår for norsk film med 33 premierefilm, 2,9 millionar besøkjande på norske filmar på kino og ein norsk marknadsdel på 24,5 prosent. Med dette utgangspunktet kunne ein kanskje òg ha forventa ny rekord når det galdt den samla eksportverdien til 2011-filmene. I gjennomgangen nedanfor ser vi nærare på korleis filmene frå 2011 skil seg frå filmar frå tidlegare år, og søker å identifisere årsaker til at eksportverdien til norsk film ikkje har halde fram med å vekse også i 2011.

Trass i nedgangen i salsresultat frå 2010 til 2011 representerer den samla eksportverdien til 2011-filmene – i eit lengre tidsperspektiv – ein vekst i utanlandssalet av norsk film. Som vist tidlegare (s. 6) ligg ein samla eksportverdi på 45 millionar kroner vel 40 prosent høgare enn den filmpolitiske målsetjinga om ein samla eksportverdi på 32 millionar kroner. Når verdien av utanlandssalet har gått ned frå 2010 til 2011, handlar dette kanskje først og fremst om den kraftige ekspansjonen i utanlandssal som filmene frå 2010 representerte. Med ein så stor auke frå eitt år til eit anna er det ikkje å forvente at veksten held fram påfølgjande år.

Samtidig er det fleire forhold ved 2011-filmene det er verdt å kikke nærare på. 2011 skil seg ut med heile 33 premierefilm.<sup>7</sup> Med eit så stort volum av kinofilm er det naturleg at dette også påverkar eksporttala. 10 av filmene frå 2011, eller 31 prosent, vart ikkje selde til utlandet. Likevel aukar talet på norske filmar som faktisk vart selde til utlandet. Mens 22 av filmene i 2011-utvalet vart selde til utlandet, galdt dette 21 av dei 25 filmene med premiere i 2010. Det høge talet på kinofilm i 2011 gir seg òg utslag i snittverdien til filmene. 2011-filmene hadde i snitt ein eksportverdi på 1,4 millionar kroner, noko som er lågare enn i både 2008 og 2010. Dersom ein ser bort frå filmene som ikkje hadde utanlandssal, ligg snittet på 2 millionar kroner.

Éi av årsakene til det høge talet på premierefilm i 2011 var omlegginga av billettstøtta/etterhandstilskotet i 2010<sup>8</sup> som gjorde at fleire var villige til å produsere kinofilm utan førehandsstøtte frå Norsk filminstitutt. Såleis er nesten halvparten av kinofilmene med premiere i 2011 filmar utan førehandsstøtte. Dersom vi deler filmene i utvalet inn i to grupper, filmar med og utan førehandsstøtte, ser vi at det ikkje overraskande er filmene med førehandsstøtte som gjer det best i form av utanlandssal. Dei 17 filmene med førehandsstøtte frå NFI stod for 76 prosent av utanlandssalet. Mens tre av filmene med førehandsstøtte ikkje vart selde til utlandet, galdt dette sju av filmene utan slik støtte.

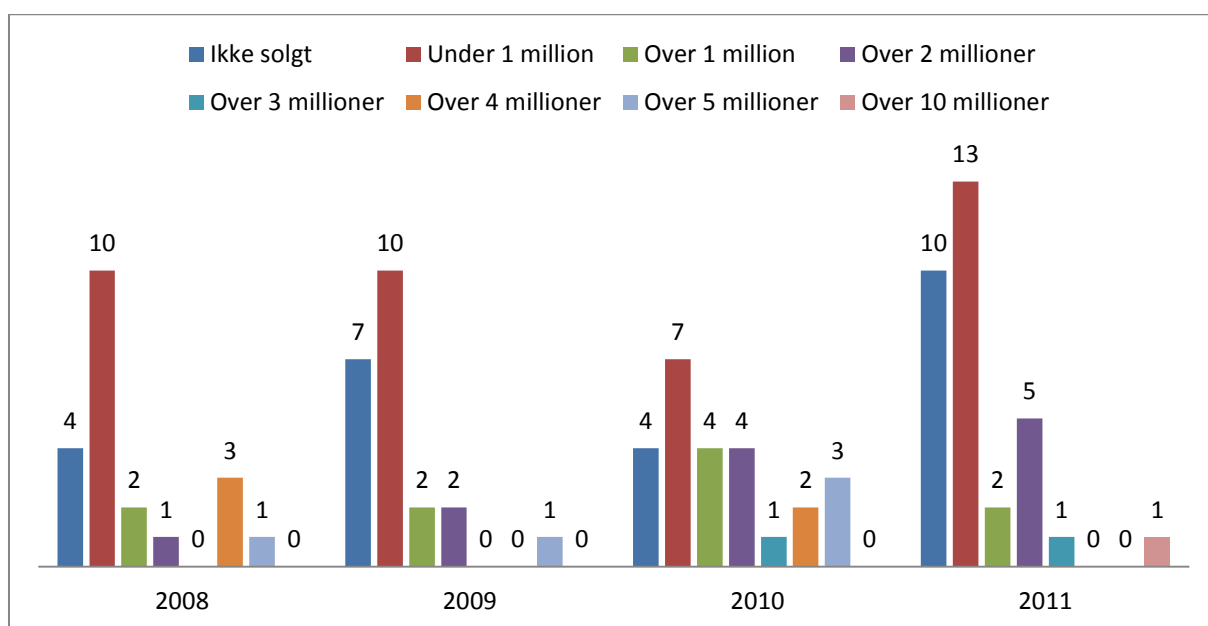
2011-filmene skil seg òg ut på ein annan måte. Det er få filmar i dette utvalet med høg eksportverdi samanlikna med 2008 og 2010. Når den samla eksportverdien i 2011 likevel representerer ein vekst på 47,5 prosent sidan 2008, har dette samanheng med at éin film frå 2011 – *Hodejegerne* – selde svært godt og sette salsrekord for norsk film i utlandet. Ser vi bort frå denne eine filmen, er eksportverdien i snitt per film nede i 0,74 millionar kroner, noko som er på nivå med gjennomsnittet for filmene frå 2004. Men dersom ein òg ser bort frå dei ti filmene som ikkje hadde utanlandssal, ligg den gjennomsnittlege eksportverdien på éin million kroner.

Figuren nedanfor viser talet på norske filmar med premiere i åra 2008 til 2011 som ikkje vart selde til utlandet, som hadde eit utanlandssal på under éin million kroner og over éin, to, tre, fire, fem og ti millionar kroner.

---

<sup>7</sup> Som nemnt i avsnittet om omfang og metode (s. 4) omfattar undersøkinga 32 av filmene med premiere i 2011, ettersom produsenten til ein av filmene ikkje ønskte å delta i undersøkinga.

<sup>8</sup> Ordninga med etterhandstilskot (som erstatta billettstøtta) tok til å gjelde 1. januar 2010.



Underlagsmaterialet til 2011-filmene pekar i to retningar. For det første ser vi ein – i historisk samanheng – høg samla eksportverdi. Vi ser òg at enkeltfilm har selt godt – og at ein film er i særklasse når det gjeld utanlandssal. For det andre ser vi at det store fleirtalet av filmene i utvalet anten ikkje er selde til utlandet eller har selt for under éin million kroner. Medianfilmen hadde ein eksportverdi på om lag 360 000 kroner.

Mens eksportverdien til norsk film auka jamt fram til og med 2008, har marknaden vore meir ustabil dei siste åra. Det har vore stor semje i filmbransjen og akademiske miljø om at finanskrisa markerte eit tilbakeslag i omsetjinga av film på den internasjonale marknaden. Dette er truleg òg ei medverkande årsak til nedgangen i utanlandssalet av norsk film frå 2008 til 2009. Men dette viste seg ikkje å vere ein varig trend, og filmene med premiere i 2010 sette ein solid rekord i samla eksportverdi. Det kan vere grunn til å spørje kva det var som gjorde at filmene frå 2010 selde så godt i utlandet. Var det eit betre økonomisk klima for kjøp og sal av film i 2010 enn i 2009 og 2011, eller spelte salbarheita av dei spesifikke filmene inn? Truleg har begge forholda hatt sitt å seie. Med ein økonomisk ustabil situasjon i Europa og ein bransje som er kjend for til dels kraftige svingingar, er det neppe kontroversielt å peike på at appellen som dei enkelte filmene har til den internasjonale marknaden, har mykje å seie for den samla eksportverdien til norsk film det enkelte året.