



**RAPPORT**

# **Marknadsföring av Biografmuseet**

*av Anders Thuresson, Film i Dalarna - ansvarig  
för marknadsföringen av Biografmuseet maj 2005  
- dec 2006*

**Oktober 2007**

# Innehåll

<u>Innehåll.....</u>	<u>2</u>
<u>Bakgrund.....</u>	<u>3</u>
<u>Start.....</u>	<u>3</u>
<u>Om Erik Wester.....</u>	<u>3</u>
<u>Fortsättning.....</u>	<u>4</u>
<u>Byggnad - Läge.....</u>	<u>5</u>
<u>Museet.....</u>	<u>5</u>
<u>Framtid - Vision.....</u>	<u>6</u>
<u>Öppethållande - visning.....</u>	<u>6</u>
<u>Undervisning.....</u>	<u>6</u>
<u>Filmmuseer.....</u>	<u>7</u>
<u>Film i Dalarna - ansvariga för marknadsföringen av Biografmuseet 2004 - 2006.....</u>	<u>8</u>
<u>Bakgrund .....</u>	<u>8</u>
<u>Utdrag ur marknadsföringsplanen.....</u>	<u>8</u>
<u>Genomförda marknadsföringsinsatser.....</u>	<u>9</u>
<u>Bearbetning av målgrupper.....</u>	<u>13</u>
<u>Resultat av målgruppsrelaterade insatser.....</u>	<u>14</u>
<u>Inträdesavgift.....</u>	<u>16</u>
<u>Utvärdering.....</u>	<u>17</u>
<u>Tankar om Biografmuseet och framtiden.....</u>	<u>18</u>
<u>Jeanette Gossas, turismsamordnare på Turistbyrån Sätters kommun. ....</u>	<u>18</u>
<u>Anders Thuresson, Film i Dalarna .....</u>	<u>18</u>
<u>Malin Lagergren, Verksamhetschef på Film i Dalarna.....</u>	<u>21</u>

## Bakgrund

Åren 2001 – 2002 kämpade Biografmuseet för sin överlevnad. År 2003 beslöt Sätters kommun att ge stöd med 485 tkr per år under åren 2004 – 2006. Den då nytilträdde landshövdingen Ingrid Dahlberg engagerade sig för museet. Det ledde till att Film i Dalarna fick 100 tkr i utvecklingsmedel per år i tre år. Pengarna var avsedda till marknadsföring av Biografmuseet. Utöver dessa 300 tkr har Film i Dalarna investerat 186 tkr av egna medel under dessa år. Film i Dalarnas insats täcker kostnaderna för personalen som arbetat med marknadsföringen.

## Historien om Sätters Film- och Biografmuseum

av Lennart Götesson, styrelseledamot i Folkets Hus Säter, som driver biografmuseet samt journalist på Dala Demokraten

### *Start*

Den 22 november 1985 kom ett TV-team till Sätters Folkets hus för att göra ett inslag, med anledning av att en elev, Melinda Zettermark, på högstadiet ”vunnit” biosalongen för en filmvisning och bjudit cirka 250 kompisar på bio. Teamets fotograf dröjde sig kvar efter inspelningen och det blev samtal om film och biografier. Fotografen var Erik Wester, vilken hemma hos sig hade samlat på sig en mängd biografhistoria. Han berättade att han hade en dröm – att det någonstans skulle bli ett museum, som visade film- och biografhistoria. I Säter var det några som tänkte på hans idé och arbetet startade för att skapa ett museum. Frågan väcktes i kulturnämnden och vann där gehör och så småningom kunde kommunfullmäktige fatta beslut om att ett museum skulle startas. Erik Wester fanns med under hela uppbyggnaden och skötte museet några somrar. 1989 stod museet klart och kunde invigas den 11 januari samma år.

### *Om Erik Wester*

Erik Wester växte upp på Svedens gård utanför Falun. Han arbetade som ung på Sven Nilssons fotoaffär i Falun och fick där lära sig grunderna i filmfotografering. Den kunskapen kom till nytta när Erik arbetade som film- och TV-fotograf på Sveriges Television. Arbetet förde honom till Stockholm där han arbetade som TV-fotograf, utbildare och hade en egen firma: EW-film. Under denna tid bodde Erik Wester i Tyresö. Han började tidigt samla hårdvaror kring film och TV, då han inte såg att något museum tog detta ansvar. På ålderns höst återvände han till Dalarna. Först flyttade Erik Wester till Djupdalen i Stora Skedvi, inte långt från Säter. Han vikarierade vid några tillfällen som fotograf på SVT i Falun. Sista flytten för Erik gick till Svedens gård och föräldrahemmet.

## **Fortsättning**

Museet hade byggts upp som ett trekombinationsmuseum, det vill säga att museet sönderföll i tre delar, tre olika områden. Bland annat fanns en del som berättade om arkitekten Magnus Dahlander. Efter en tid stod det klart att detta var opraktiskt och att film- och biografhistorien behövde hela utrymmet, varför övriga delar togs bort.

Erik Wester hade donerat sin samling till Sätters kommun och den samlingen utgjorde då den grund som museet behövde. Föremål kom också från andra samlare, som donationer eller för att deponeras i museet. En del saker har också kunnat köpas in. Numera utgör den ursprungliga donationen bara en mindre del av samlingarna.

Museet är uppbyggt i rum med olika miljöer där man kan se utvecklingen från stumfilmens tid och över till ljudfilmens första stapplande steg till det enorma bildflöde som idag kommer till oss via satelliter.

En liten del TV-historia fann med redan från början. När TV på 2000-talet sedan började digitalisera kom ännu mer TV-material till museet. Det var saker som räddats från att skrotas. Så finns till exempel Trafikmagasinets dekor, inklusive rattmuff, bevarad i Säter. Museet har i dag ett avtal med SVT om att bevara och förvalta TV-historien.

Här måste Bo Olsson vid SVT i Göteborg nämnas. Han har räddat mycket TV-materiel från att gå till soptippen, väl medveten om att dagens skrot är morgondagens historia, och har till museet kört upp flera laster med TV-materiel. Bland annat har han sett till att dekoren från Filmkrönikan hamnat i Säter. Han har också räddat flera TV-kameror till historien, till exempel den första kameran för färg-TV i Sverige.

I museet finns också ett litet bibliotek med en samling böcker om film och biografier.

För ett antal år sedan överlät Sätters kommun Erik Westers donation och hela museet till Sätters Folkets Hus förening, vilken hela tiden drivit och driver museet med ett kommunalt anslag. Det har även kommit medel från annat håll, bland annat länsstyrelsen i Dalarna, Svensk Filmindustri och Film i Dalarna som satsat på att marknadsföra museet på ett professionellt sätt.

Vid Svenska Filminstitutets Filmgala 1995 fick museet en Guldbagge med motivering: "1994 års Guldbagge har av filminstitutet tilldelats Sätters Film och Biografmuseum för dess fina presentation av den rörliga bildens historia". Guldbaggen finns nu att beskåda i museet. Erik Wester är nämnd, som den som lade grunden till museet. Stefan Lindfors, som vid museets uppbyggnad och start var föreståndare för Folkets Hus i Säter är den som sedan svarat för museet och dess skötsel under nästan alla år som museet funnits.

Mats Andersson och Peter Andrén är två i kinematografisamlarkretsar välkända personer som varit till stor hjälp för museet alltsedan dess tillkomst. Men det finns fler, ingen nämnd och ingen glömd, som genom att bidra med föremål och kunskaper och inte minst frivilligt arbete bidragit till museets uppbyggnad.

Museet är i dag Sveriges enda i sitt slag och ett av de få i världen. I de nordiska länderna finns ingen motsvarighet.

## **Byggnad - Läge**

Säters Film- och Biografmuseum finns i den före detta Yxfabriken. Byggnaden är i sig också historisk och ägs av Säters kommun genom kommunens fastighetsbolag. Museet har ett utmärkt skyltläge invid den tätt trafikerade riksväg 70. Där är strömmen av turister stor, såväl sommar som vintertid. Det är ungefär 1,5 timmars bilresa från Arlanda och ungefär två timmars resa från Stockholm. Museet har ett geografiskt läge som gör att museet lätt nås från Gästrikland, Västmanland och hela mälarenregionen. Det finns med andra ord ett stort befolkningsunderlag.

Museet förfogar över en mindre del av den stora byggnaden och möjligheterna att bygga ut museet i framtiden är därför mycket goda. Parkeringsmöjligheter finns på Folkets hus parkering strax intill. Till byggnaden hör en stor gård där det finns möjligheter att till exempel anordna en uteservering eller filmvisning utomhus. I Säters finns goda möjligheter till boende för besökande.

## **Museet**

Museet vill på ett pedagogiskt och för den vanlige besökaren intressant sätt gestalta den rörliga bildens historia och de metoder som människorna använt sig av för att skapa en illusion av att bilder rör sig. Det började för cirka 25 000 år sedan med grottmålningar. Idag möts vi av ett enormt flöde av bilder i tidningar, TV, dator och så vidare.

Museet har i sitt centrum en biografialong med drygt 50 sittplatser. Där finns allt från de hårda träbänkarna till de modernaste fåtöljer. Där kan besökarna sitta i och känna på biografstolar från olika tidsepoker och från klassiska biografer. Salongen är uppbyggd för att visa hur det kunde se ut i en biografialong på landsorten eller i en mindre stad förr i tiden. Där finns lampetter på väggarna. Där finns piano och fiol för musik till stumfilmerna och där finns en vedkamin för att få värme. Biografen i museet är registrerad under namnet Rio och kan alltså även visa film kommersiellt, vilket också görs ibland. Det finns ett maskinrum dit besökarna är välkomna. Där kan man se biografprojektorer av olika slag och från olika epoker. Flera biografprojektorer finns i andra rum, där det också finns annan utrustning. Museet har en mycket fin samling projektorer för olika bildformat, allt ifrån stumfilmens tid till 1960-talets utrustning.

I dagens läge förfogar museet över väsentliga och betydande samlingar, samlingar som torde vara svårt att få ihop på annat håll.

En liten del av museet tillägnas Sven Nilsson. Sven Nilsson var på sin tid Dalarnas bygdefilmare nummer ett och det var hos Sven Nilsson som Erik Wester började sin bana som filmare. Sven Nilsson-avdelningen visar lite av en dåtida bygdefilmares utrustning.

Museet har i sina samlingar en hel del film. Det är allt från spelfilmer och journalfilmer till reklamfilmer av olika slag. Föremål av olika slag fortsätter fortfarande att

komma in. Film- och biografintresserade i hela landet känner till museet och när en biograf skall rivas eller när det städas i källare och på vindar så hör folk av sig och undrar om det som hittats inte kan vara något för museet.

TV-historien börjar nu ta allt mer plats och det är också den som ska visas i de nya utrymmen som ska tas i anspråk. Museet har en omfattande utrustning som ännu inte kunnat visas i de utrymmen man haft till sitt förfogande.

En del av museets charm är den 50-talsmiljö som visas. Här får besökarna kliva in i ett tidstypiskt vardagsrum med TV, radiogrammofon, golvlampa och ett bord med en TV-kanna.

## ***Framtid - Vision***

Säters Film- och Biografmuseum behöver en långsiktig finansiell lösning för att överleva och för att utvecklas till Sveriges museum över den rörliga bildens historia.

Museet som då innefattar film- biograf- och TV-historia. Ett namnbyte kan därför på sikt bli aktuellt: Sveriges Film och TV-museum, Biografmuseet i Säter. Museet ska stå berett att ta över privata museer och samlingar, som har anknytning till museets inriktning. Man kan inte räkna med att alla privata entusiaster i längden förmår att fortsätta att utveckla och bevara sina samlingar. Biografmuseet vill även ha möjlighet att ta emot och bevara utställningar som visats färdigt. Man har ambitionen att bli ledande museum och en nationell angelägenhet när det gäller den rörliga bildens historia. Man har tankar om att en vänförening ska startas.

Dalariksdagsmännen Kenneth Johansson (c) och Ulrik Lindgren (kd) har i riksdagen var för sig motionerat om att museet skulle få ett så kallat nationellt uppdrag (2005). Motionerna har dock hittills fått avslag. Det ska framhållas att många fler önskar att biografmuseet ska bli en angelägenhet för hela Sverige.

## ***Öppethållande - visning***

Museet hålls öppet för allmänheten under sommarens turistsäsong. Övriga tider under året är museet öppet för grupper efter förhandsbokning. Tekniska Högskolan och Högskolan i Dalarna är trogna besökare, liksom högstadie- och gymnasieskolor. Andra grupper är filmklubbar, motorklubbar, pensionärsföreningar med fler. Ett gruppbesök tar ett par timmar, men då har också besökarna fått se ett filmprogram speciellt avpassat för gruppens intressen. Även för sommarens besökare visas film, men då ett mer generellt anpassat program. För grupper kan också anordnas servering av mat och/eller kaffe i det intilliggande Folkets hus, eller också får gruppen tips om något annat ställe.

## ***Undervisning***

Allt sedan starten har utbildning funnits med. Biografmuseets inspirerande miljö är lämpligt för kurser av olika slag, speciellt inom medieutbildningen. Det har bland annat använts som bas för en högskolekurs om 10 poäng. Den kursen riktade sig till

lärare som ville få kunskaper om film- och biografhistoria. Kursen anordnades av Film i Dalarna i samarbete med Högskolan Dalarna. Museet används även när det anordnas biografmaskinistkurser i Säter. I framtiden finns möjligheter att utveckla det pedagogiska arbetet på museet med högskole- och andra kurser inte minst inom folkbildningen. Man kan till exempel arrangera föreläsningsserier och workshops samt ordna lägerskolor under sommaren.

## **Filmmuseer**

Det finns några större eller mindre film- och biografmuseer i Sverige och i världen.

### **Sverige**

*Katthammarsviks biografmuseum på Gotland* visar framför allt Katthammarsviks biografhistoria.

*Filmmuseet i Kristianstad* invigdes 1972 och behandlar den tid då Kristianstad var Sveriges filmstad nummer ett. Det var där de första svenska filmerna spelades in. Ateljén är från 1909 och är helt intakt. Det är världens äldsta bevarade filmateljé. Dessutom finns möjligen någon eller några mindre privata samlingar som visas.

*I Tomelilla planeras för ett museum* som ska visa Hasse & Tages produktion av filmer, böcker, revyer med mera.

*I Nybro finns världens första James Bond-museum.* Det är Gunnar Schäfer som fått ihop en unik samling.

*I Högsby finns ett Greta Garbo-museum.*

*Biografmuseet i Östergarn*

I Sverige är *Säters Film och Biografmuseum* det enda i sitt slag som har en allmänbildande och pedagogisk ambition kring den rörliga bildens historia i allmänhet. Övriga museer är mer specialiserade.

### **Världen**

Nedan en lista över museer för film, TV och biografhistoria, med reservation för att alla kanske inte längre existerar.

*American Museum of the Moving Image - New York*

*The American Wide Screen Museum - Internetmuseum*

*Das Kinematographische Museum - Wuppertal*

*Deutsches Filmmuseum – Frankfurt am Main*

*Eastman - International Museum of Photography and Film - Rochester*

*Eumig-Museum*

*Filmmuseet i Oslo, på Norges Filminstitut*

*Filmmuseum Berlin*

*Filmmuseum Düsseldorf*

*Filmmuseum Potsdam*

*Museum of Cinema - Milano*

*Musei kino Filmmuseet i Moskva*

*The National Museum of Photography, Film & Television - Bradford*

*Nederlands Filmmuseum - Amsterdam*

*Virtuelles Filmmuseum*

*Österrikes filmmuseum – Wien*

# Film i Dalarna - ansvariga för marknadsföringen av Biografmuseet 2004 - 2006

## Bakgrund

År 2003 beslöt länsstyrelsen under ledning av landshövding Ingrid Dahlberg att bevilja medel för marknadsföring av Biografmuseet med 100 tkr/år under åren 2004 – 2006. Film i Dalarna fick länsstyrelsens uppdrag att genomföra marknadsföringen av Biografmuseet. På Lindell Marknadsstrategi arbetade ett team: Annika Lindell projektledare, Magdalena Nord Omne copywriter och Erik Kilström formgivare, med marknadsföringen. I mars 2004 träffades Stefan Lindfors museiföreståndare, Inge G Jonsson, dåvarande chef på Film i Dalarna och Annika Lindell för att diskutera förutsättningar, målgrupper insatser etc. Dessa diskussioner och det inledande planeringsarbetet samlades i *Plan för marknadsföring av Biografmuseet i Säter 2004 – 2006*. I huvudsak har arbetet bedrivits enligt ovan nämnda plan.

## Utdrag ur marknadsföringsplanen

### Syfte

Marknadsföringen har till syfte att öka kännedomen om museet och antalet besökare. Det primära syftet är att förvissa sig om museets fortlevnad genom att öka antalet besökare. Det finns också en önskan att visa att museet bidrar till kommunens näringslivsutveckling och har en positiv inverkan på besöksnäringen.

### Mål

#### Kännedom

Information saknas om hur stor kännedomen var om museets existens innan marknadsföringen startade. Målet sattes till att kännedomen i valda målgrupper ska vara minst 50 % vid utgången av 2006.

Antal besökare per år.

Målet var att öka antalet besökare från ca 2000 besökare per år till:

2500 besökare under år 2004

3000 besökare under år 2005

3500 besökare under år 2006

### Målgrupper

1. Boende i Säter
2. Invånarna i Dalarna
3. Kulturintresserade i hela landet
4. Gymnasieelever inom medieprogrammet i hela landet
5. Högskolestuderande inom film, media, ljud- och bildproduktion i hela landet
6. Branschfolk (som arbetar inom film, TV etc.)
7. Biografer, filmklubbar
8. Konferensarrangörer i hela landet



## 9. Turistbyråer i Dalarna

### Marknadsföring

I Plan för marknadsföring av Biografmuseumet finns en sammanställning över de insatser som då bedömdes som aktuella gentemot valda målgrupper.

### Genomförda marknadsföringsinsatser

#### År 2004

På Film i Dalarna var det främst Inge Jonsson som arbetade praktiskt med marknadsföringen av Biografmuseumet under 2004. På Lindell Marknadsstrategi arbetade ett team: Annika Lindell projektledare, Magdalena Nord Omne copywriter och Erik Kilström formgivare, med marknadsföringen.

#### Översikt över insatser gjorda 2004

- Inledande planeringsmöte hölls och Annika Lindell tog fram ”Plan för marknadsföring av Biografmuseumet i Säter 2004 – 2006”.
- Jonas Palm tog fotografier till affisch, annonser, folder och andra ändamål.
- Marknadsföringsteamet utformade en logotyp och designade affisch, annonser, folder, T-skirts, vykort och en skyltpelare till museets tak.
- Hammars Tryckeri AB tryckte 2000 ex av Affisch 320 x 700 mm, 4 x 6500 ex av 4 olika vykort i A5. En frysiddig folder 148 x 180 trycktes i 7000 ex.
- IR skylt AB tillverkade skyltpelare, den och spotlights monterades på Yxfabrikens tak.
- Utskick gjordes till filmfestivaler i Sverige och till alla regionala resurscentra för film.
- En första hemsida utformades och publicerades på internet.
- En filmkväll med ”Armbryterskan från ensamheten” arrangerades. I arrangementet ingick ett besök på Biografmuseumet.
- Roland Lundin, Ciné videofilmade på museet för den planerade reklamfilmen.

#### År 2005

2005-01-01 tillträdde Malin Lagergren som verksamhetschef på Film i Dalarna, då Inge Jonsson gick i pension.

2005-05-23 anställdes Anders Thuresson vid Film i Dalarna på halvtid. En arbetsdag per vecka avsattes till marknadsföring av Biografmuseumet. Han fick omgående starta arbetet med marknadsföringen inför sommarsäsongen 2005. Annika Lindell och Erik Kilström fortsatte som marknadsföringsteam men nu på Tensing.

#### Översikt över insatser gjorda 2005

- Alexander Lindblad skrev musik till reklamfilmen.

- Ingvar Grau, Film i Dalarna, redigerade reklamfilmen. Det producerades fyra olika varianter om 10 sekunder vardera.
- Två roll-ups formgavs av Erik Kilström och Annika Lindell. Dessa är av typen QuickScreen 3 och levererades från Bemi Reklam i Borlänge i slutet av våren.
- Under tiden 14 juni – 14 augusti visas de fyra reklamfilmerna i TV4 Gävle/Dalaregionen. De visades vid flera tillfällen per dygn i början och färre mot slutet. Tillsammans visades filmerna 240 gånger under perioden.
- Ett pressmeddelande om att Biografmuseet öppnar för säsongen skickades ut i början av juni.
- En förhandsvisning av långfilmen ”Den bästa av mödrar” arrangerades för ca 300 inbjudna gäster på Folkets hus i Säter. I arrangemanget ingick ett besök på Biografmuseet.
- Turistbyråerna i Dalarna (19 kontor) bearbetades med tre olika utskick: I maj med två paket vardera innehållande följebrev, fem foldrar och fyra ex av de fyra vykortet. I början av juni skickades en inbjudan till förhandsvisning av museet tillsammans med två affischer. Turistbyråerna i Falun, Borlänge, Säter, Hedemora och Avesta besöktes personligen i slutet av maj eller början av juni.
- Konsumentföreningen Svea hade Biografmuseet i Säter som en av sina aktuella medlemsförmåner i Mersmak 6/7 2005. Entrépriset på museet var satt till 20 kronor per person. Max fyra personer eller en familj. Ordinarie pris var 30 kronor.
- Silhuett tryckte logotyp på 100 T-skirts. Tanken var dels att dela ut dem som PR och dels sälja till besökare på museet.
- Adresser togs fram till 193 hotell m m i Dalarna och reklam skickades till dem. Ett utskick innehöll följebrev, fem foldrar och fyra ex vardera av de fyra vykortet.
- Adresser togs fram till 55 caféer i Dalarna och reklam skickades. De fick först ett utskick som ovan och någon vecka senare två affischer med följebrev.
- Adresser togs fram till 68 bibliotek och filialer i Dalarna och DR-reklam skickades. De fick först ett utskick som ovan och därefter två affischer med följebrev.
- Adresser togs fram till 64 museer i Dalarna och DR-reklam skickades. Även detta utskick innehöll följebrev, fem foldrar och fyra ex vardera av de fyra vykortet.
- Protex i Falun AB producerade 100 st Jojo i trä med biografmuseets logotyp.
- Besökarna på Biografmuseet erbjöds att fylla i en enkät med frågan: ”Hur fick du information om Biografmuseets existens?” De som svarade fick en Jojo som tack.
- En filmsoaré med visning av regionalt producerade filmer arrangerades för ca 30 inbjudna gäster på Folkets hus i Säter, där ett besök på Biografmuseet var en del av arrangemanget.

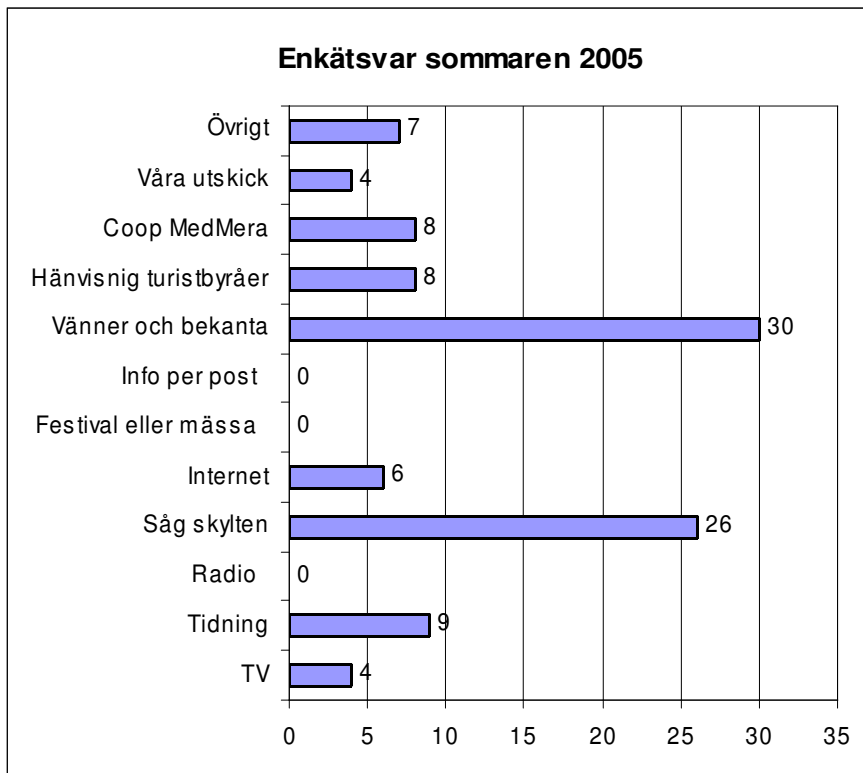
- Ingvar Grau, Film i Dalarna, redigerade reklamfilmen i en 60 sekunders version för DVD. Omslag och dvd-tryck till denna utformades av marknadsföringsteamet. AV-Media Dalarna tryckte 250 exemplar av filmen.
- Biografmuseet deltog på en branschmessa på Högskolan Dalarna arrangerad i samband med Dalarnas dokumentärfilmfestival Nitra.
- Reklamfilmen skickades till 32 e-biografer i Sverige.

### Enkät sommaren 2005

Under Biografmuseets öppethållande under sommaren 2005 erbjöds besökarna att svara på en enkät. 95 personer svarade på den. Det är 10 % av de 950 besökare under sommaren.

Frågan som ställdes i enkäten var:

#### **Hur fick du kännedom om Biografmuseets existens?**



Enligt enkäten är tips från vänner och bekanta den viktigaste informationskällan. Alltså är nöjda besökare de bästa ambassadörer museet kan få. Skyltpelaren på Biografmuseets tak är viktig för att visa att här finns Biografmuseet. Det leder till spontanbesök.

### År 2006

Anders Thuresson anställdes på heltid vid Film i Dalarna från 2006-01-01. I och med det kunde arbetet med marknadsföringen fortsätta en dag per vecka. Marknadsföringsteamet är fortfarande Annika Lindell projektledare och Erik Kilström formgivare. Företaget de arbetar på byter namn från Tensing till Norkay under våren.

## Översikt över insatser gjorda 2006

- Reklamfilmen skickades till 22 nyblivna e-biografer. Filmen har därmed skickats till 54 e-biografer.
- Erik Kilström utformade Biografmuseets nya hemsida.
- Inför sommarsäsongen utvidgades målgruppen till att omfatta 108 turistbyråer och 653 hotell mm totalt 761 adresser i 7 län runt Säter. Efter ett planeringsmöte med Malin Lagergren, Annika Lindell och Anders Thuresson beslöts att utskicken i år skulle innehålla följebrev, 2 foldrar, och de fyra vykortet, samt ett portofritt beställningskort. 21 beställningar inkom, vilket utgör nära 3% svarsfrekvens. Sammanlagt beställdes 1425 foldrar och 340 vykort. Utskick enligt tabellen nedan.

Antal adresser turistbyråer och hotell mm 2006			
län	Landskap	Turist	Hotell
C	Uppland	19	73
D	Södermanland	14	82
S	Värmland	26	107
T	Örebro län	6	45
U	Västmanland	16	70
W	Dalarna	19	203
X	Gävleborg	7	69
	Museer		4
	Övriga (Lagnö Studio)	1	
	Summa	108	653

- Kontakt togs med Stockholm Visitors Board (tidigare kallat Sverigehuset) och Dalarnas Hus i Stockholm. Till båda skickades stora mängder material.
- Turistbyråerna i Falun, Borlänge, Säter, Hedemora, Avesta, Sala, Enköping samt Stockholm Visitors Board besöktes också personligen, byråerna i Falun, Säter och Hedemora vid flera tillfällen. Material placerades även ut vid Dalahästens turistinformation i Avesta.
- Samarbete med Janssons café, Rådhusorget i Säter och Jonssons Fik & Butik i Enviken etablerades. Båda har inredning i nostalgisk 1950-talsanda och materialet om Biografmuseet passar in i deras miljö.
- Samarbetet med turistbyrån i Säter utvidgades, de försågs med material och en roll-up placerades hos dem.
- Annika Lindell tog fram 41 adresser till konferensarrangörer i sju län som marknadsföringsgruppen beslutat att bearbeta. Det var C, D, S, T, U, W och X-län. Till dessa lades Rese-Konsulterna Grupp o konferens AB i Göteborg. Sammanlagt 42 konferensarrangörer bearbetades med utskick. De fick ett utskick bestående av följebrev, 2 foldrar, och de fyra vykortet.

- Inför arbetet med bussresearrangörer togs kontakt med Forsbergs buss i Habo. Forsbergs arrangerar gruppresor med besök på Biografmuseet. Förutom goda råd tipsade de om ytterligare 3 företag (i Norrbotten och på Åland) som kunde bearbetas. Vidare fann vi 4 olika företag som ger service åt bussresearrangörer, ett slags grossister i gruppresor. I de sju länen fann vi 166 stycken bussresearrangörer. Totalt 173 bussresearrangörer fick samma utskick som gått till konferensarrangörerna.
- Reklamfilmen skickades till alla 110 filmstudios (filmklubbar) i landet, den skickades även till de 18 regionala resurscentra för film som finns i Sverige. Dessutom skickades reklamfilmen i flera exemplar till följande åtta nyckelpersoner:
  - Mats Kullander SF Bio AB*
  - Tommy Lundgren SF Bio AB*
  - Anna Johansson SFI, Biograferna*
  - Lars Gillegård Våra Gårdar*
  - Anna Magnusdotter Folkets Bio/FilmCentrum*
  - Astrid Friberg Sveriges förenade filmstudios*
  - Lars Gillegård Våra Gårdar*
  - Peter Törnblom Folkets hus & Parker*

Totalt har Biografmuseets reklamfilm på DVD skickats till 190 olika mottagare, varav några fått flera exemplar. Stefan Lindfors har haft ett antal DVD-skivor att dela ut till sina kontakter. Den har också delats ut som PR vid olika evenemang. Filmen har sammanlagt spridits i 250 exemplar.

- Kontakt togs med museer som till en del har utställningar om biografier, biografmaskiner, film, radio eller TV. Dessa är: *Filmmuseet i Kristianstad*, *Radiomuseum i Mariannelund*, *Sveriges Rundradiomuseum i Motala* och *Biografmuseet i Östergarn*. Dessa försågs med Biografmuseets material. Till denna kategori kan man också räkna *Lagnö Studio* som till en del är levande filmstudio och till en del museum, samt vandrarhem.
- I slutet av juli spreds information på Nostalgimarknaden tillsammans med Dalarnas museum. Marknaden hölls på Dalregementet och arrangerades i samband med den årliga cruisingen i Falun.
- Anders Thuresson var utlånad från Film i Dalarna till Biografmuseet under två sommarmånader. Tanken var att avlasta Stefan Lindfors då museet höll öppet sex dagar i veckan under sommaren.

### ***Bearbetning av målgrupper***

Strategin var att välja och bearbeta målgrupper med direktreklam. I den mån de gick att identifiera skulle nyckelpersoner inom målgrupperna kontaktas. Tanken var att nå dem som i sin verksamhet naturligt sprider kännedom om museet vidare och i bästa fall själva organiserar (grupp-) besök. Genom TV-reklam och distribution av reklamfilmen skulle vi också nå många. Som komplement var PR till målgrupperna via redaktionellt utrymme i medier, nyhetsbrev, kreativa events samt genom webben.

## Resultat av målgruppsrelaterade insatser

### Boende i Säter

Ur marknadsföringsplanen:

*Varje tisdag anordnas filmkvällar på Bio Kontrast i Folkets Hus. Dessa annonseras i lokalbladet. Här bör tillfället utnyttjas att göra reklam för Biografmuseet. Förslagsvis kan filmkvällarna inledas med en kort "reklamfilm" som presenterar Biografmuseet. Eventuellt kan också temakvällar anordnas i anslutning till filmen som visats. Undersök möjligheterna att göra Södra Dalarnes Tidningar till samarbetspartner så att filmkvällarna kan presenteras där (annons, på gång, etc). Se till att museet marknadsförs i samband med andra större händelser i Säter, t.ex. under Triathlon första helgen i juli. Arrangera Temakvällar (t. ex "pilsnerfilm- visning" ihop med Fors Bryggerier).*

### Resultat:

Den sommarbio som körts på Biografmuseet har lockat en del publik från Säter. Skyltpelaren på taket och den pressdebatt monteringen av den förorsakade väckte intresse lokalt. Detta intresse förvaltades inte genom insatser från Biografmuseet. I marknadsplanen klargörs inte om marknadsföringen till boende i Säter ska göras från Biografmuseet eller från Film i Dalarna. Det beslöts dock att detta skulle skötas från museet. Beslutet togs på möte mellan marknadsföringsgruppen och Biografmuseet. Det visade sig sedan att tid och kraft att göra detta saknades på Biografmuseet. Något samarbete med lokala aktörer, som Fors Bryggerier, har inte kommit igång. Det har inte gjorts några marknadsföringsinsatser vid större händelser som Triathlon.

### Invånarna i Dalarna

Ur marknadsföringsplanen:

*Redaktionella reportage i Dalapressen och andra lokala medier i samband med celebra besök eller annorlunda händelser på museet. Det kan handla om annorlunda företagskickoff, del i företag/organisationers friskvårdssatsningar etc. Målet med marknadsföringen mot Dalafolket är att få dem att stanna till på museet när de passerar Säter och eventuellt få dem att välja vägen förbi Säter nästa gång de har vägarna förbi. Här handlar det om att öka kännedomen om att museet finns.*

Resultat:

Bearbetningen av bibliotek, caféer, museer och turistbyråer i Dalarna har lagt en grund tillsammans med reklamen i TV4 regionalt. Skyltpelaren på taket och den goda press museet fått i omgångar gör att bearbetningen av Dalarna är lyckad. Det har kommit fler besökare från Dalarna.

### Kulturintresserade (hela landet)

Ur marknadsföringsplanen:

*Utnyttja andra kulturmål i Dalarna och passa på att informera att museet finns, naturligtvis på plats men eventuell även i deras marknadsföringsmaterial. Här är det viktigt att de som tar emot vykort och eventuellt folder också får sitt material presenterat på Biografmuseet "Passa på och upplev Dalarna" eller något liknande kan vara budskapet på det här broschyrstället.*

### **Resultat:**

Reklamfilmen har visats på minst 190 visningsplatser spridda över hela landet (se punkt 7 nedan). Material har också skickats till utvalda museer ute i landet: Film-museet i Kristianstad, Radiomuseum i Mariannelund, Sveriges Rundradiomuseum i Motala, Biografmuseet i Östergarn och Lagnö Studio.

Dock har inget utbyte marknadsföringsmaterial erbjudits.

### **Gymnasieelever och högskolestuderande (inom film, media, ljud- och bildproduktion i hela landet)**

Ur marknadsföringsplanen:

*Det finns 5 medieprogram bara i Dalarna. Dessa ska naturligtvis bjudas in till en studiedag, som kan skraddarsys utifrån elevernas inriktning. Det vore önskvärt att eleverna fick göra något handgripligt på museet, t ex arbeta med en animationsverkstad.*

*Högskolan Dalarna har redan inplanerade besök på museet. Högskolan Gävle och Örebro Universitet ska också bearbetas liksom övriga universitet och högskolor som har utbildningar inom film och media.*

### **Resultat:**

Via de 19 regionala resurscentrum för film och video som finns i landet och som har ett länsuppdrag när det gäller mediepedagogik, har information gått ut. I länet har Film i Dalarna alltid marknadsfört museet gentemot skolor och utbildningar. Många skolklasser, främst i grannkommunerna kommer på årliga besök till museet, likaså Högskolan Dalarnas mediestudenter. För att kunna erbjuda "handgripliga" aktiviteter på museet krävs ytterligare resurser.

### **Branschfolk (som arbetar inom film, TV, biograf)**

Ur marknadsföringsplanen:

*Ta utgångspunkt från Filmarbetarkatalogen. Bearbeta Svenska Filminstitutet, som i dagsläget är ganska kyliga. Se till att Åse Kleveland gör ett besök. Information om museet bör också finnas hos Grängesbergs Filmvårdsarkiv.*

### **Resultat:**

Regionalt har branschfolket nåtts genom att Film i Dalarna bjudit in till filmkväll, förhandsvisning och filmsoaré på Folkets Hus i Säter och de inbjudna samtidigt erbjudits besök på Biografmuseet. 18 regionala resurscentrum för film i varje län har fått information i ett par omgångar. Många upprepade kontakter tagits med de åtta nyckelpersonerna (se ovan) som också fått flera exemplar av reklamfilmen. Under arbetet har kontakt också hållits med flera personer på Svenska Filminstitutet. I branschen är museet väl känt och många återkommer på besök. Biografpersonal från Stockholm med omnejd gör årligen en resa till museet.

### **Biografer, filmklubbar**

Ur marknadsföringsplanen:

*Här kan vi nå ambassadörer för museet. De bör få möjlighet att beställa en bunt vykort som de kan ha att dela ut. Målet är att få dessa att visa en kortversion av filmen på bioduken innan filmen startar.*

### **Resultat:**

Reklamfilmen är skickad till 54 e-biografer och till 110 filmstudios (filmklubbar). De fick samtidigt foldrar, vykort och ett foljebrev. De vi därefter haft kontakt med har faktiskt visat filmen. Slutsatsen är att reklamfilmen visats på många platser. Några filmklubbar har därefter ordnat gruppresor till Biografmuseet.

### **Konferensarrangörer i hela landet**

Ur marknadsföringsplanen:

*Sätt ihop gruppresor och vänd er till landets bussbolag som arrangerar bussresor för pensionärer och skolresor. Lista bussbolag, gör lämpliga urval.*

*Lista konferensarrangörer, gör lämpliga urval. Bjud in dem till en visning av museet och Folkets Hus kombinerat med middag och filmkväll. Visa på olika former av upplägg så att arrangörerna kan skraddarsy upplägg utifrån målgrupp.*

### **Resultat:**

Här valde vi att bearbeta konferensarrangörer och bussresearrangörer i sju län runt Säter; Uppland, Södermanland, Värmland, Örebro län, Västmanland, Dalarna och Gävleborg. Det gjordes utskick till sammanlagt 215 företag. Dessa företag drunknar i information så det krävs mycket för att få igång ett samarbete.

Kommentar:

Marknadsföringsteamet har kommit fram till att det bästa vore att gå ut med ett gemensamt material från flera besöksmål i Säter med omnejd. I samarbetet bör även restauranger ingå.

### **Turistbyråer i Dalarna**

Ur marknadsföringsplanen:

*Målet är att finnas med i flera turistbroschyrer från Dalarna. Lista turistbyråerna och bjud in dem till en visning. På samtliga turistbyråer och de större hotellen ska det finnas information om museet (folder, vykort el dyl ). Samarbeta med samtliga turistbyråer i Dalarna och gör ett urval av hotell ni vill samarbeta med.*

### **Resultat:**

Under åren 2005 och 2006 har Dalarnas 19 turistbyråer bearbetats. Gensvaret har varit positivt. Ett hinder är att turistbyråerna har ett uppdrag att marknadsföra sin kommun och besöksmålen inom denna. I kommunerna närmast Säter har det inte upplevts så starkt. Men längre från Säter är det mer märkbart. Utanför Dalarna har man ibland påpekat att information om ett museum i Säter inte ingår i uppdraget. Trots detta har reklamaterialet välkomnats på alla håll.

### **Inträdesavgift**

2005 kostade ett besök på Biografmuseet 30 kronor för vuxna. Inför sommaren 2006 höjdes entréavgiften till 40 kr för vuxna, 20 kr för barn/ungdom 7 till 15 år och barn under 7 år gratis. Inträdesavgiften har diskuterats hela den tid marknadsföringsprojektet varat. Marknadsföringsgruppen har förordat ett högre pris och Stefan Lindfors har önskat hålla ner priset.



Kommentar:

Inträdesavgiften ska inte vara betungande på Biografmuseet. Samtidigt kräver museets ekonomi att besökarna betalar för sig. Ett orimligt lågt pris gör att museet tappar i respekt, något som är alltför billigt saknar värde. För högt men även ett alltför lågt pris kan stöta bort besökare. Möjligen skulle ett besök på museet kunna kosta som en biobiljett. Flertalet besökare ser en bioföreställning på museet. Det är också självklart att erbjuda familjer någon form av rabatt.

## Utvärdering

Dessa mål sattes upp i ”Plan för marknadsföring av Biografmuseet i Säter 2004 – 2006”.

- Kännedom

Målet sattes till att kännedomen i valda målgrupper ska vara minst 50 % vid utgången av 2006. Det finns inte resurser att undersöka om detta uppnåts.

- Antal besökare per år.

Målet var att öka antalet besökare från ca 2000 besökare per år till:

2500 besökare under år 2004

3000 besökare under år 2005

3500 besökare under år 2006

I tabellen nedan finns statistik över antalet besökare åren 2002 – 2006.

ÅR	ALLA	VARAV I GRUPP	SOMMAR DROP IN	VARAV BARN
2002	2015	1735	280	35
2003	2060	1835	325	25
2004	2035	1735	300	30
2005	2695	1760	935	110
2006	2790	1980	810	75

Det kan konstateras att målen för antalet besökare inte uppnåts. Från och med slutet av maj 2005 arbetade Anders Thuresson med marknadsföringen på Film i Dalarna. Det gav utslag den säsongen med fler besök under sommaren. Antalet besök gick ner sommaren 2006 som var extremt varm. Antalet besökare i grupp ökade under år 2006 vilket är ett direkt resultat av marknadsföringen. Enligt uppgift från Stefan Lindfors, den 8 maj 2007, har antalet gruppbesök fortsatt att öka under våren 2007.

Kommentar: Den marknadsföring som gjorts har lett till att antalet besökare på museet har ökat. Över tid kommer effekten att klinga av om inte fortsatta och kontinuerliga insatser görs. För biografmuseets fortsatta existens krävs därför särskilda resurser till marknadsföring.

## **Tankar om Biografmuseet och framtiden**

### ***Jeanette Gossas, turismsamordnare på Turistbyrån Sätters kommun.***

År 1989 startade Sätters film och biografmuseum (Biografmuseet) och det har kommit att bli ett av Sätters intressantaste besöksmål. Biografmuseet inrymmer en skatt där privatpersoner, organisationer, filmbranschen och Sveriges Television AB har donerat stora samlingar. Biografmuseet inrymmer också en biografialong där ett 50-tal personer kan se film och prova biografstolar från olika epoker.

Eftersom Biografmuseet är ensamt i sitt slag i norra Europa kommer det besökare långväga ifrån med ett genuint intresse för den rörliga bildens ca 25 000 år gamla historia. Något som naturligtvis inte bara är positivt för Biografmuseet utan också för många andra aktörer inom besöksnäringen i Sätters Kommun.

Viktigt är också att Biografmuseets intressanta utbud lockar många fler målgrupper än den genuint intresserade. För här kan du, förutom att få kunskap om historien, exempelvis prova på att regissera din egen film eller vara filmstjärna. Det breda utbudet bidrar till att besökare i alla åldrar, från barn till pensionärer, hittar till Sätters Kommun vilket är positivt för Turistbyråns arbete med att utveckla Säter som besöksmål.

Sammanfattningsvis anser vi på Turistbyrån att Biografmuseet är en viktig pelare för besöksnäringen i Säter och vi hoppas att verksamheten ska fortsätta utvecklas positivt. Vi tror att Biografmuseet har stor utvecklingspotential och fortsätter den påbörjade trenden, att fler bussarrangörer lägger in Biografmuseet i sina paketresor, så kan vi se fram emot ett ökat antal besökare i Sätters Kommun.

### ***Anders Thuresson, Film i Dalarna***

**Anders Thuresson ansvarade för marknadsföringen av museet 2005-2006 samt "praktiserade" på museet sommaren 2006.**

#### **Framtid**

Biografmuseet har potential att bli en riksangelägenhet med statligt uppdrag. Det krävs självklart mer resurser än vad Folkets Hus i Säter eller Sätters kommun kan bidra med. Det är därför glädjande att Håkan Öster från SVT numera är adjungerad ledamot i styrelsen för museets huvudman Folkets hus i Säter. SVT har inget eget museum, utan material skickas till Säter där det väntar på att visas när museets lokaler utökas. SVT har idag en utställning i foajén på TV-huset i Stockholm. "Utan teknik ingen television" heter den. I utställningen visas bland annat hur det såg ut när folk började titta på TV på 50-talet. Då var bilden svartvit och sågs i en apparat som var långt ifrån så stor som dagens. Utställningen kommer att flyttas från TV-huset till Biografmuseet under år 2008. Där kommer utställningen att bevaras för framtiden. Det vore bra om även filmbranschen och kulturdepartementet engagerade sig så tydligt i museet.

Stefan Lindfors, föreståndare är idag den ende som arbetar på Biografmuseet. Så länge det är så bör museet främst marknadsföras för att locka grupper. I längden är det orimligt att en person ensam ska sköta kassa, guida och samtidigt köra film. Det blir mycket tydligt under sommarens öppethållande 6 dagar i veckan. För att hålla öppet på detta sätt, och för att utveckla museet vidare behöver fler personer engageras i arbete på museet. Det skulle behövas en biografmaskinist, en museitekniker, en mediepedagog, och en marknadsförare. De anställda kan givetvis ha flera arbetsområden. Alla skulle delta i arbetet som krävs för att hålla öppet under sommaren.

Förslag:

Under sommaren då Biografmuseet har öppet kan ett kafé ha servering på gården. Sätters Turistbyrå skulle kunna flytta till gamla Yxfabriken.

### **Skyltning**

Skyltning är kostnadseffektivt och ger effekt lång tid. Se *Enkät sommaren 2005*. Den skyltpelare med belysning som finns på museets tak kostade knappt 40 tkr. Av dem som svarade på enkäten angav drygt 27 % (26 av 95) att skylten gett dem kännedom om museet. Förslag till skyltning som kan genomföras omgående:

1. Vid riksväg 70 och vid museets grindar mot Järnvägsgatan finns skylthållare som använts av tidigare verksamheter i gamla Yxfabriken. Dessa bör användas till skyltning för att förstärka effekten av skyltpelaren på taket.
2. Vid riksvägens rondell intill Biografmuseet bör hänvisningsskyltar med texten "Biografmuseet" placeras. Vid uppfart mot och infart till Folkets hus/museets parkering bör skyltar med texten "P Biografmuseet" komplettera de nuvarande skyltarna med "P Folkets hus".
3. Sträckan Salutorget, Vasagatan och Engelbrektskatan bör förses med skyltar visande mot Biografmuseet. Detsamma gäller sträckan Salutorget, Järnvägsgatan fram till Biografmuseet.

### **Hemsida**

Museet har en hemsida från våren 2006 som inte underhålls. I längden ger det bara dåliga signaler. Att hålla hemsidan aktuell är viktigt, enkelt och billigt.

### **Konferenser och Gruppresor**

För att Biografmuseet ska kunna marknadsföras hos konferens- och bussresearrangörer måste ett gemensamt material för flera besöksmål i Säter med omnejd tas fram. Södra Dalarna Turism har gjort sådana satsningar förr men då har Biografmuseet valt att inte vara med. Om Biografmuseet ska presenteras i kommande material så krävs det att personal från museet samarbetar med Södra Dalarnas Turism och Turistbyrån i Säter.

### **Mediepedagogiskt centrum**

I samarbete mellan Dalarna, Gävleborg, Uppland och Västmanland skulle ett mediepedagogiskt centrum kunna etableras i Yxfabriken. En eller flera mediepedagoger arbetar där. Biografmuseets samlingar utgör en viktig inspirationskälla för en sådan verksamhet. Förutom en fungerande Film/TV-studio att arbeta i kan lektionssalar skapas. Där kan lärare fortbildas i samarbete med högskolan. Där kan hållas utbildningar för elever och studenter från grundskola, gymnasier och universitet. I

Biografmuseets lägerskola skulle ungdomar få skapa filmer under trivsamma former på sommaren.

### **Föreläsningsserie**

Föreläsningar kan hållas i samarbete med Film i Dalarna, Högskolan Dalarna, SVT, studieförbund med flera. Här är exempel på möjliga föreläsningar:

1. Leif Furuhammar om den rörliga bildens århundrade.
2. Arild Jägerskog om Filmens och Televisionens tekniska historia.
3. Jan Bergman om Dokumentärfilmerna vi ärvt.
4. Juris Rozkalns om TV:s utveckling.

### **Konsertserie**

Biografmuseets salong är utmärkt för mindre ensembler att spela filmmusik på. Programmet kan innehålla bildvisning, filmvisning, levande musik och skapas i samarbete med dem som ska spela. Programexempel:

- Pianist spelar till stumfilm, någon berättar om stumfilmsepoken till stillbilder.
- En ensemble spelar filmmusik och utdrag ur filmerna visas.
- Chaplinfilm visas, Clownorkestern spelar.
- Countrygrupp spelar, WildWest-filmer visas.
- Tradjazzgrupp spelar, dito film
- Någon som arbetar med filmljud och filmmusik berättar om sin verksamhet och visar filmexempel.

Tanken är att göra inspirerande temakvällar där levande musik ingår. Film visas varje temakväll och till det kan kåserier eller föreläsningar kopplas.

### **Veteranbioförening**

Den första filmvisningen ägde rum den 28 december 1895. Bröderna Auguste och Louis Lumières kombinerade filmkamera och projektor le Cinématographe kom till användning för att inför en betalande publik visa en kort komedi. Visningen skedde i en biljardsalong med plats för 120 gäster, som vardera fick betala en franc. Den första biografvisningen i Sverige skedde 1896 vid en mäsas i Pilstorp i Malmö. Under den första tiden användes tillfälliga lokaler för filmvisning, men 1905 började man bygga speciella biografteater. I Sverige finns många biografteater, både lokaler och verksamheter som är gamla nog att kallas veteraner. Biografen Saga i Kalmar öppnades 1906 och är idag Sveriges äldsta biograf i drift. I Leksand finns biografen Visir som firade 50-årsjubileum år 2006. Biografteatern Svea, också i Leksand lär vara 100 år. Biografen Tellus i Midsommarkransen, Stockholm hade 85-årsjubileum december 2005. Detta är exempel. Det finns många fler anrika biografteater som fungerar idag eller förvaras i malpåse.

Tanken är att bilda en förening där veteranbiografteater kan bli medlemmar. I veteranbioföreningen kan även de olika filmarkiven, samlingslokal-organisationerna, biografteater och SFI vara medlemmar. Föreningen kan också välkomna äldre biografpersonal. Föreningen ska verka för att veteranbiografteater bevaras för framtiden och att de används aktivt. I bästa fall kan de ha kvar sina 35 mm projektorer och samtidigt använda den senaste digitala tekniken. Kulturrådet bör anslå medel till att starta och driva en veteranbioförening som beskrivits här. Eftersom biografteater och film har stort kulturhistoriskt värde är det angeläget.

## **En marknadsidé**

Det gamla talesättet ”nöjd kund kommer åter” gäller i hög grad för Biografmuseet, enligt enkäten som gjordes sommaren 2005. Därför kan man göra såhär: Erbjud besökarna att svara på en enkät liknande den som gjordes 2005. Som tack för hjälpen får de som svarar ett presentkort gällande för två andra personer. På presentkortet skrivs namnet på personen som lämnat in enkäten som inbjudare.

## ***Malin Lagergren, Verksamhetschef på Film i Dalarna***

Alltsedan jag första gången besökte Film & Biografmuseet i Säter har jag varit helt såld. Biografmuseet har allt; charm, tidsatmosfär, personligt bemötande och sist men inte minst, en unik samling föremål och filmer som täcker såväl biografhistoria som TV-historia.

Jag såg genast möjligheterna när det gällde verksamheter för unga. Säter skulle kunna bli det nya mediepedagogiska centrat i Dalarna. Här skulle museet med sin attraktiva och inspirerande miljö kunna bidra till ökad kunskap om film och filmhistoria både i teorin och praktiken, under ledning av anställda mediepedagoger och Stefan Lindfors med sina unika kunskaper.

Under ett år var jag ansvarig för en högskolekurs i film och mediepedagogik, som var förlagd till museet. 27 lärare träffades ett veckoslut i månaden för att vidareutbilda sig. Att nästan alla (25) fullföljde kursen berodde till stor del på trivselfaktorn; Stefan Lindfors som alltid fanns på plats och den alltid lika inspirerande miljön. Själv trivdes jag också som fisken i vattnet.

Biografmuseet är verkligen unikt i sitt slag och borde naturligtvis få status som nationellt film & biografmuseum. Alla nationella museer måste inte ligga i Stockholm och Säter ligger ändå på ett rimligt avstånd, mitt emellan Svenska Filminstitutet och Grängesbergs Filmvårdsarkiv (som också tillhör SFI).

Samlare från hela landet har genom åren med förtroende lånat ut eller skänkt föremål till museet och det har varit naturligt för SVT att transportera utrangerad teknik, TV-scenografi mm till museet. Biografmuseet räknas så att säga redan som ett nationellt museum, det är bara rent formellt det inte är det. Därför har museet inte heller de finansiella och personella resurser som skulle behövas för att kunna växa och utvecklas ytterligare.

Film i Dalarnas uppdrag, att marknadsföra Biografmuseet, har varit en lyckad satsning, vilket framgår av denna rapport. Vi lämnar nu över stafettpinnen till styrelsen för Folkets Hus Säter/Biografmuseet. De får ta vid och fortsätta arbetet med att marknadsföra, utveckla och synliggöra Biografmuseet och verka för att det får den nationella status det så väl förtjänar.