



DEN NYA VÅREN

— Det grönskar på den svenska filmtundran —

TEXT: JONAS HOLMBERG
FOTO: MANDI GAVOIS & SARA SHAHBAZI

► Den bästa svenska filmen görs inte i filmbranschen. Jonas Holmberg har varit på besök hos filmproduktionsbolagen Plattform, Silverosa och St Paul och letat efter vårtecken.

»Jag vet visserligen inte riktigt vad filmbranschen är«, säger Erik Hemmendorff. Han är producent på det lilla produktionsbolaget Plattform. »Om branschen är att man tar en känd bok och ringer en känd fotograf, tar kända skådespelare och en regissör som man tror inte kommer att bryta ihop på inspelningen, så är jag i direkt opposition mot den. Men jag har aldrig jobbat i branschen, så jag vet inte riktigt.«

För några år sedan gick *Gitarrmongot* upp på svenska biografer. Det var Plattforms första produktion. I den första scenen går en pojke i tolvårsåldern runt på ett hyreshustak i Göteborg. På taket har ett tiotal parabolantennor monterats. Metodiskt vrider han alla åt fel håll, så att de boende inte längre kan titta på sina tv-apparater. Det känns som en slagkraftig kulturterroristisk programförklaring.

Plattformens kontor ligger i centrala Göteborg. Man går in via en bakgård. Grannarna är hemtjänsten och det feministiska konstkollektivet ÖFA. På filmfestivalen i Cannes, som ju är Europas mest prestigefulla, tävlade Plattformens nyaste och hittills dyraste film *De ofrivilliga* i Un certain regard-sektionen. Erik Hemmendorff, regissören Ruben Östlund, och ett tjugotal filmarbetare drack drinkar på rivieraterasserna. »Det var roligt för alla att få träffa varandra. *De ofrivilliga* spelades in vid fem separata tillfällen, så många hade aldrig stött på varandra tidigare«, säger han.

Det kan tyckas märkligt att Erik menar att Plattform inte är en del av filmbranschen när han just kommit

hem från solstänkt branschmingel på skandinaviska terrassen, men han beskriver hur Plattform föddes ur en tanke om det annorlunda och det utanförstående. »Idén till Plattform kom när jag och Ruben gick på Filmhögskolan i Göteborg. Vi ville göra filmer man inte gjorde någon annanstans, filmer som inte ljuger. På den tiden sågs inte Filmhögskolan som en riktig skola, ingen i branschen brydde sig om oss. Det skapade en känsla av opposition, vi var inte som traditionella DI.« Och mycket riktigt är bildspråket i Eriks examensarbete *Looking for Tsai*, en stapplande självreflexiv DV-noja om två nervösa filmstudenter som börjar spela in en dokumentär om sin taiwanesiska regiförebild utan hans medgivande, väldigt långt från den kompetenta novellfilmska som blivit Dramatiska Institutets typlingo. Man får se lite av Tsai Ming-liang i den 55 minuter långa filmen, men mest när Erik efter idolmötet ältar sociala felsteg - »Gav vi visitkortet för tidigt?« - med medregissören Patrik Eriksson (som i somras fortsatte på det självreflexiva spåret i Plattformproduktionen *En enastående studie i mänsklig förnedring*). »I slutet av sista året kom massa branschfolk på besök till skolan så att vi kunde presentera oss. De sa att det var svårt att göra film, att det inte går att göra något för tre miljoner eller fem miljoner. Det var en attityd som jag hade svårt att gå med på. Människor kom och sa till oss hur vi borde göra, men när vi tittade på vad de själva hade gjort så var det ju inte alls bra. Varför skulle de då tala om för oss vad vi skulle göra?«





FREDRIK HEINIG

»Vi kommer ju inte från filmvärlden, så vi är inte alls insyltade i branschen. Det är jävligt skönt.«

Fredrik Heinig är glad eftersom han precis har hittat en inspelningsplats. »Vår nya film *Trust me* utspelas på en teater, men det har tagit lång tid att hitta en som passar. De flesta teatrar är tyvärr sönderrenoverade. Men till slut hittade vi en i Nyköping med bedagad guldstuckatur och röda sammetssoffor.« Produktionsbolaget St Pauls kontor på Södermalm i Stockholm går däremot i vitt. Det är högt i tak och på en av väggarna finns en gammal muralmålning med ett stockholmspanorama där det åker omkring spårvagnar och ångbåtar. St Paul har sex heltidsanställda producenter. Fredrik Heinig är en av tre som jobbar med långfilm. På hans bord ligger tre ex av pocketutgåvan av Alexander Ahndorils Bergmanroman *Regissören*. Kontoret är ganska stort, men vi är ensamma. Ingen sitter i receptionen och alla kontorsplatser är tomma. Sommarledigheten strålar in genom stora fönster, men Fredriks semester är slut. Han har två långfilmer att göra. Den ena handlar om en kvinna som blir besatt av en seriemördare. Den andra handlar om en teater med röda sammetssoffor.

Förutom i Nyköping ska cinemascopekomedin *Trust me* (regissören Johan Kling har liknat filmen vid Sommarnattens leende) spelas in i Stockholm och på Gotland. Filmens teater ligger i Stockholm, men eftersom snart sagt varenda svensk film måste ha med sig en regional filmfond (som ställer krav på lokala arbetstillfällen) för att finansieringen ska gå ihop, ska de bygga

kulisser till bakom kulisserna-scenerna i en ombyggd militärbas i Färösund. Fredrik Heinig är lite hemlighetsfull. Han berättar att de har gjort färdigt castingen men att han inte kan säga så mycket, förutom att de »har tillåtit sig lite kända skådespelare den här gången.« Både Michelle Meadows och Michael Segerström tar de med sig från den eleganta klassanalysen *Darling*, och Gustaf Skarsgård spelar ljus tekniker.

Men även om Fredrik Heinig ljar sig med Skarsgårdsdynastin och precis som Erik Hemmendorff minglade i Cannes i våras, utvald till Sveriges »Producer on the move« av Svenska filminstitutet efter framgångarna med just *Darling*, känner inte heller han sig som en del av den svenska filmbranschen. »Vi kommer ju inte från filmvärlden, så vi är inte alls insyltade i branschen. Det är jävligt skönt«, säger han. *Darling* var bolagets och Fredriks första långfilm. I samband med premiären förra vintern läste jag en intervju med regissören Johan Kling, där han droppade nästan exakt samma modernistkanon som inspiration som alla de mest menlösa filmarna alltid gör. »Jag är inspirerad av Godard, Visconti, Pasolini och Fellini«, sa gamla popstjärnan Madonna när hon regidebuterade i våras, och hennes *Filth and wisdom* var ett fiasko. Gamle popstjärnan Johan Kling sade sig vara inspirerad av bland andra Bergman, Buñuel, Antonioni och Fellini (om han sa detsamma till filmkonsulenten Marianne

Ahrne förstår jag att hon vägrade filmstödet). Men *Darling* var inte ett fiasko. Den kanske kändes mer Chabrol än Antonioni, men det är inte alla som vågar estetisera kaffebubblor i en 7-elevenmugg och dessutom lyckas göra det så fantastiskt. Och nu nöjer sig Fredrik Heinig med att karaktärisera filmen som »lite fransk«. Innan *Darling* hade de mest gjort format-tv, men namnbytet från Spader Knekt till St Paul skulle markera en nystart. Nu gör de filmdrama med internationella ambitioner, och Spader Knekt låter inte så bra på engelska.



Silverosa Films kontor ligger i en tegelbyggnad vid en kaj i Göteborg, ett hundratal meter från den mörkblå koloss där SVT producerade *Filmkrönikan* fram tills nyligen. Eftersom Anna Byvald driver det dokumentärfokuserade produktionsbolaget Silverosa själv så behövs det bara ett rum. Hon har precis flyttat in, tidigare jobbade hon hemifrån. Det känns också nyinflyttat, med möbler som ser kvarglömda ut och inglasade fotografier med märkliga havsmotiv. Jag misstänker att alla sakerna inte är hennes, men vågar inte fråga. Hon hämtar kaffe från köket som hon delar med andra regissörer, producenter och journalister. »Det är bra att det sitter lite annat folk här«, säger hon. »Det kan vara jäkligt tufft att vara själv annars, när det inte finns någon annan som kan bära upp dig när du krisar över något finansieringsproblem.«

Anna Byvald gör inte lika stor poäng av utanförskapet som Erik Hemmendorff och Fredrik Heinig, men säger att hon som liten och fristående producent oftast inte känner sig som en del av filmbranschen. »Jag är väldigt tydlig med vad jag gillar och inte, och eftersom jag inte har massa anställda eller kontorskostnader som flyger iväg kan mitt bolag ta större risker och satsa på smalare projekt än de stora bolagen.« Annas bakgrund som popsångerska och undervattensfilmande videokonstnär har lett till att hon samarbetar mycket med musiker och konstnärer hon känner därifrån. »Jag jobbar ganska gränsöverskridande, med film, teater, musikvideor, konst och animation. Jag tycker om film som ligger i gränslandet mellan olika genrer«, säger hon och spelar upp konstnären Andreas Nilssons *I love the rain* på sin laptop. Det är en färgglad animation som Silverosa producerar för barnkanalen Nickelodeon. Vi skattar åt paraplyerna och de roliga djuren.

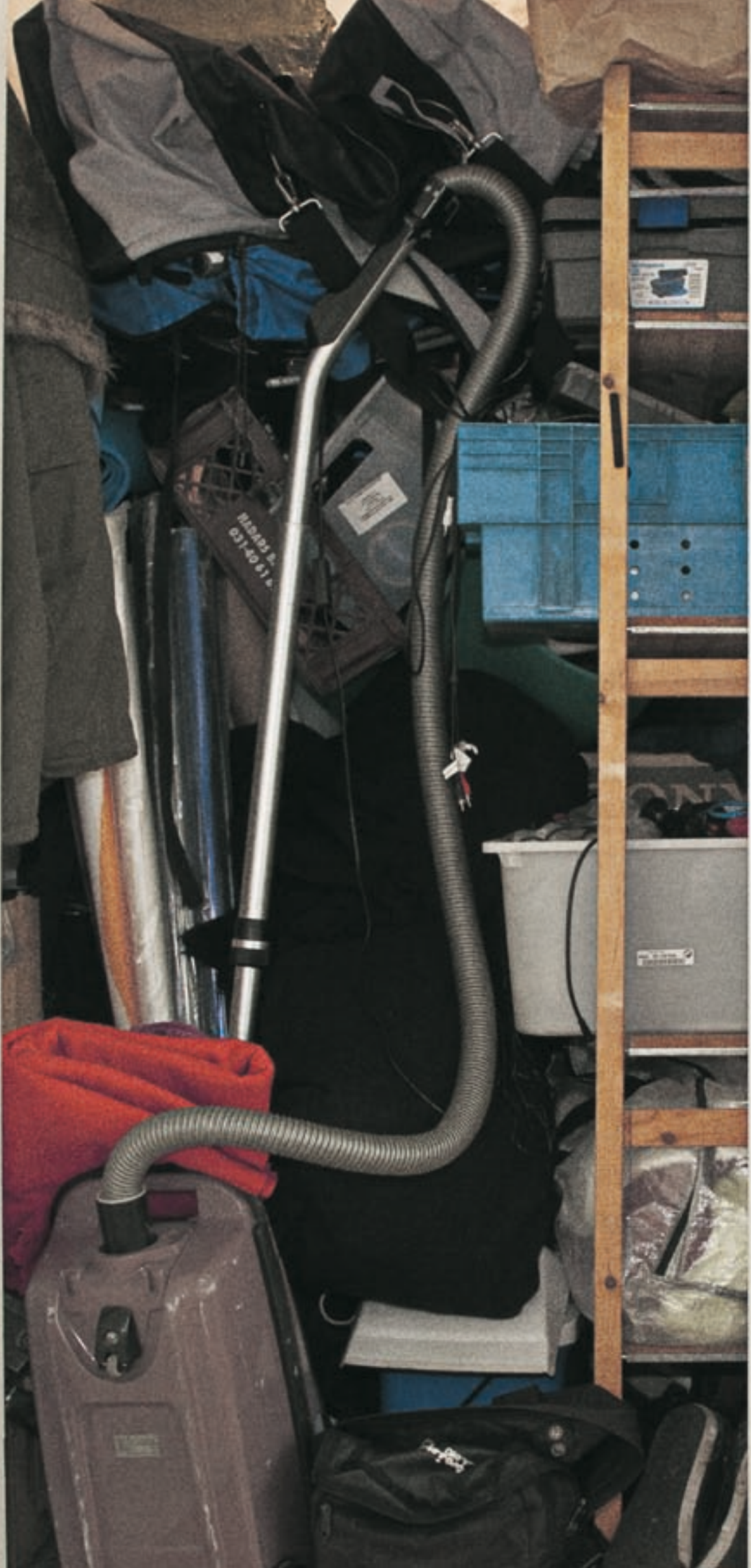
Silverosas första långfilm, den finstämt obehagliga Malmöskildringen *Maggie vaknar på balkongen*, i regi av Ester Martin Bergsmark och Mark Hammarberg, befinner sig i många gränsländer. Det är svårt att skilja roligt från sorgligt, subjekt från objekt och dokumentär från fiktion. Jag var helt säker på att den dräpli-

ga scenen där en hemvärnsman gästföreläser om »att man bara trycker på knappar i det moderna samhället« på Svenska för invandrare, och föreslår för filmens huvudperson Maggie att hon kan skicka radioapparater »till hela sin by nere i Afrika«, var alltför skolbokskolonial för att vara sann, men Anna bekräftar motsatsen. »En del scener är riggade, men den föreläsningen var på riktigt.« *Maggie vaknar på balkongen* är en ganska billig film, utan stor marknadsföringsbudget, men Anna Byvald skapade en hype på Facebook och Myspace, och berättar att mycket lossnade efter att filmjournalisten Roger Wilson skrev att »det här är en jävligt bra dokumentär« på sin blogg. »En vecka låg den sjua på biotoppen, mellan *Lilla spöket Laban* och *Morgan Pålsson - Världsreporter*.«

I Birgitta Kristofferssons nyutkomna biografi om filmproducenten Katinka Faragó tecknas en bild av ett liv som skär rakt igenom svensk filmhistoria. Faragó började som scripta, blev produktionsledare för Bergman och Tarkovskij och sedan producent på Svenska Filminstitutet och Sandrews. Det är en fascinerande berättelse om de stora namnen och om den stora filmbranschen. Faragó försäkrar pirar på Barbados och diskuterar valutakurser med ungerska ekonomidirektörer. Hon förfasas över att Sven Nykvists kamera går sönder just när de eldar upp ett 500 000-kronorshus för Tarkovskijs *Offret* och förklarar vad *Höstsonaten* egentligen handlar om för huvudrollsinnehavaren Ingrid Bergman. Den svenska filmbranschen framstår som en mytologisk koloss full av konkurrerande egon. »I filmbranschen är man bara vänner när man är till nytta för någon«, säger hon i boken, och berättar att »det ofta uppstår spänningar mellan regissör och producent, eftersom regissören många gånger misstänker att producenten ibland tar beslut bara för att spara pengar.«

Kanske är det för att de ännu är ganska unga, eller för att deras filmer är relativt billiga, men kontrasten är stark mellan Faragós berättelse







ERIK HEMMENDORFF

»Det var en av de första sakerna vi bestämde med Plattform. Det här är vårt rum och inget kommer härifrån om vi inte gillar det.«

om hur man gör film och det jag får höra om Plattform, St Paul och Silverosa. Om Faragó höll i spakarna i en frustande filmmaskin, framställer Erik Hemmendorff Plattforms produktionsmetoder som en förindustriell filmverkstad. »Vi vill göra film som man gjorde film för hundra år sedan«, säger Erik. »Då gick man ut och filmade på dagen och tittade på materialet på kvällen. Så jobbar vi också.« Han betonar att han hatar all nostalgi, men att den digitala tekniken möjliggör ett friare produktionsätt, utan stora filmstudios eller traditionella manus. »Om vi sen när vi tittar på bilderna här inne tycker att något är dåligt är det bara att göra om. Vi släpper inte ifrån oss något från det här rummet som vi inte tycker är bra. Det var en av de första sakerna vi bestämde med Plattform. Det här är vårt rum och inget kommer härifrån om vi inte gillar det.«

Det är inte bara produktionsättet som Plattform har lånat från förra sekelskiftet utan även scenlösningarna. På den tiden satte man upp kameran, vevade igång scenen och när rullen var slut var filmen färdiginspelad. En kamerainställning per scen alltså. Det är ett basalt berättande som efter decennierna av exil på art-housefestivaler åter fått bred popularitet genom onlinevideooxpllosionen. »Mina största filmupplevelser har jag inte fått på bio, utan det har varit framför Youtube«, säger Erik Hemmendorff. »Där finns autenticiteten, de äkta ögonblicken. Finns det en bra situation behövs varken

backstory eller psykologi. Vi förstår ändå.« *De ofrivilliga* består av en rad sådana tablåer. Ett fortisfyllleslag urartar, en förnärmat busschaffis singelstrejkar. Kameran rullar, och så händer det något mellan människorna framför. De estetiska idealen är desamma som i *Gitarromgot*, men där Ruben Östlunds långfilmsdebut lite ojämnt blandade det träffsäkra med det lite tillkämpade, karaktäriseras *De ofrivilliga* av en lugn stilsäkerhet.

I en komplex och fascinerande scen poserar två högstadietjejer framför datorns inbyggda kamera. Vi ser dem med datorkamerans blick och när de tar en bild fryser de till i några sekunder. Kompissessionen i passfotoautomaten måste vara ett av filmens mest utslitna motiv, men när den uppdateras med digitalkamera i flickrummet slipper man irriterande teknikkostnader. De stirrar och söker bekräftelse i stelnad snyggast.nu-poser när kameran klickar. Sedan utvärderas resultatet. »Du ser ut som en docka!« »Du eller jag?« »Du.«

Ett genomgående tema i *De ofrivilliga* är hur svårt det är att göra som man vill när alla andra förväntar sig något annat. För egen del löste Erik Hemmendorff och Ruben Östlund problemet genom att ta avstånd från filmbranschens förväntningar och starta Plattform. »Det kändes självklart att starta eget«, säger Erik. »I filmbranschen finns det ett maskineri som inte gagnar någon. Man stoppar in folk som har bra idéer, men filmerna som kommer

ut ser likadana ut allihop. Det är så många som ska säga sitt. Manusläsare, dramaturger och klippare kommer med goda råd och då krymper utrymmet för det egensinniga och intressanta. Då måste man ändra produktionsättet. Och eftersom ingen var intresserad av att ändra produktionsättet fick vi börja producera själva.«

I *De ofrivilliga* känner sig huvudpersonerna tvungna att vara på ett annat sätt än de verkligen vill. För sex år sedan kom en rapport om ett annat slags osjälvvalt tillstånd. *Den ofrivilliga företagaren* handlade om svenska kulturutövare. David Karlssons och Lotta Lekvalls »studie av kultur, ekonomi och företagande« tycks lika aktuell idag när såväl Kulturrådet som Svenska filminstitutet fått i uppdrag av regeringen att i samverkan med Nutek, Verket för näringslivsutveckling, ge förslag på utvecklandet av entreprenörskap i kultursektorn. Kulturutövare ska lyftas ur det passiva bidragsberoendets utanförskap och förvandlas till initiativkraftiga förnyare som samarbetar med näringslivet. Ett problem med förnyelseretoriken är att det redan finns mycket entreprenörskap i kultursektorn. Kulturrekonomen Emma Stenström har påpekat att det till exempel är fler utexaminerade studenter från Konstfack än från Handelshögskolan som har sin huvudsakliga inkomst från egna företag. I filmsverige finns det också, framför allt i dokumentärfilmsektorn, en tradition av att filmare producerar

sina egna filmer under det egna bolaget.

»Många regissörer som producerar själva skulle egentligen behöva ett bollplank«, säger Anna Byvald. Hon berättar att när hon gjorde *Maggie vaknar på balkongen* kritiserade flera äldre filmare beslutet att ta in en utomstående klippare. De tyckte att regissörerna skulle göra allt själva. Att de regissörsdrivna enpersonsbolagen är många i filmsverige beror såklart på mer eller mindre frivilliga branschstrategier och en längtan efter att få styra sitt arbete själv, men kritiken av extern expertis ekar också av den klassiska konstnärsmymten om geniet som trollar med knäna och svettas fram sina verk i ensamhet. Anna tror inte på sådana van Gogh-bävrar. »Allt är svårare nuförtiden, det går inte att bara gå till SVT och få sin film finansierad. Och när man måste samproducera med andra krävs det en annan kompetens. Så jag tror varken på helt regissörsdrivna eller helt producentdrivna projekt. Ett tätt samarbete är det bästa.« Anna Byvald menar att Silverosa sysslar med talangutveckling på lång sikt, och även om *Maggie vaknar på balkongen* har varit hennes fokus det senaste året, jonglerar hon med massa olika projekt samtidigt.

Det heter att efterfrågan är oförutsägbar under senmoderniteten. Just-in-time-print-on-demand-ekonomin tvingar fram flexibel specialisering och snabb anpassning. Men för Silverosas del handlar kanske inte småskaligheten främst om att smidigt kunna tackla

marknadskrafternas plötsliga behov av poetiska dokumentärer eller söta animationer, utan snarare kulturpolitikens skönt blandekonomiska nyckfullhet - med allt vad det innebär av regleringsbrev och EU-pengar. Och Anna Byvald verkar vant zickzacka bland alla internationella bidragsansökningar. Just nu utvecklar hon ett hemligt långfilmsprojekt med hjälp av ett ettårigt EU-stipendium för »entreprenörer i den audiovisuella industrin«. Hon kommer såklart in på SFI då och då när hon berättar om sin verksamhet, men pratar mer om EAVE och EBU, om IDFA och EDN. Det är pitchforum, producentworkshops, konstnärskollektiv, vidareutbildningar och europeiska nätverk. »Det är viktigt för oss indiebolag att hitta rätt partners där ute.«

Trots att digitaliseringen har dumpat teknikerpriserna kostar det ändå relativt mycket pengar att göra en film. Inspelningskostnaderna för grabbgång från Falkenberg och Helsingborg är visserligen små, och en filmare som Johan Melin kunde göra långfilmen *Preludium* utan några pengar alls med sina gratisarbetande vänner - och sparade in klippkostnader genom att göra den i en enda lång tagning. Men det kostar en och en halv miljon att göra en analog filmkopia för biografdistribution när den digitala filmen väl är klar. Och det är producentens jobb att fixa pengarna.

Men framtiden finns såklart på internet, och många filmproducenter börjar ifrågasätta

behovet av inte bara kostsam analogisering utan även traditionella distributörer. Efter att *Ballast* tog hem stora priset på Sundancefestivalen i vintras bestämde sig regissören och producenten Lance Hammer för att också distribuera filmen själv. »Det är uppenbart att distributionen kommer flytta till nätet«, säger Fredrik Heinig. »Kanske kommer vi producera distribuera själva online. Jag vet att många sitter och räknar på ifall det skulle gå att räkna hem såna projekt, men hittills har vi koncentrerat oss på att göra bra film.« Inte heller Plattform har tagit steget ut på nätet och hemsidan är sparsmakad. »Redan förra året hade vi planer på att starta Plattform Distribution på internet. Där ska man kunna få tag på alla våra filmer i alla möjliga format, man ska kunna köpa den eller beställa den eller streama den eller vad som helst. Men vi har inte träffat de personerna som skulle kunna realisera idén. Vi har inte hunnit«, säger Erik.

Men oavsett om distributionen sker via egna kanaler eller inte i framtiden så måste pengarna fortfarande in. Nidbilderna av producenten är den girige kapitallakejen som brinner för publiktestade slutscener men avskyr konstnärliga nycklar. Men för långfilmsproducenter med högre ambitioner än Loffe Carlsson i flytväst är det alltså svårt att helt förlita sig på privata investerare. Det är inte ens lätt att fixa spons. Erik Hemmendorff misslyckades med att få pengar från Sony Ericsson till Patrik Erikssons mobilkamerafilmen.





FOTO: MANDI GAVOIS

ANNA BYVALD

och Anna Byvald har visserligen fixat en gratis skäpbil i två månader, men då var det Mikael Persbrandt som spelade huvudrollen. Lättare då att göra regelrätt reklamfilm vid sidan av.

På St Pauls hemsida görs ingen skillnad mellan reklam och spelfilm i regissörernas filmografier. Tomas Alfredson har gjort *ICA, SEB* och *Fyra nyanser av brunt*. Kristian Petri har gjort *Vodafone, Alvedon* och *Detaljer*. Johan Kling har gjort *Telia, McDonalds* och *Darling*. Eftersom det är svårt att tjäna pengar på drama, gör de reklamfilm för att få ihop till sina löner. Och reklamfilm är ett vanligt extraknäck för svenska filmarbetare. Roy Andersson finansierar sina kapitalismkritiska djupfokustabläer med likadana djupfokustabläer plus ketchup, men också Jörn Donner gjorde reklam för finnbekämpande ACO-tvål, och så Ingmar Bergman då, som försökte sälja Bris-tvål med märkliga associationsmontage. St Paul omsätter 40 miljoner på reklamsidan. »Reklamfilmerna ger oss frihet«, säger Fredrik. Efter tio år hade han tröttnat på att göra format-tv. »Det tog väldigt mycket kraft och jag fick inte ut tillräckligt mycket av det.«

Allt började med att Fredrik Heinig sålde 70-talskläder på Torsgatan i början på 90-talet, och marknadsförde butiken med coola fester. SVT hade precis släppt tv-monopolet och ZTV varden unga och heta kanalen. I tv-historieboken *Sex, såpor och svenska körsbär* skriver Leif Furhammar att kanalen »markerade sin särställning mot vuxenvärlden med psykedelisk grafik« och

»levde på att exploatera [en] billig internationell rockvideorepertoar.« ZTV-pionjärerna gick på Fredriks fester, köpte kläder av honom och efter ett tag började han jobba för tv-kanalen tillsammans med konfektionskollegan Jocke Åhlund. De startade bolaget Spader Knekt ihop, stängde klädbutiken och satsade på televisionen. De gjorde ungdomsprogrammet *Wimans* för ZTV, datingprogrammet *Singel* för TV4 och *Spacer*, en dokusåpainspirerad dramaserie med Peter Siepens pappa för SVT. »Jag har gjort mycket skit, men både dokusåpan *Nalles show* och *Stockholm-mare*, som var vårt första dramaprojekt, var bra tv som jag fortfarande är stolt över. De hade attack och värme«, säger Fredrik.

Men när 90-talet var över ville Spader Knekt satsa enbart på drama. Fredrik har samarbetat med Johan Kling i tio år. Kling regisserade såväl *Spacer* som kortfilmen *Jag*, en kortare förstudie till den underfinansierade långfilmsdebuten *Darling*, som Fredrik beskriver som en jobbig resa. »Vi skulle bara göra den till varje pris. Det var ingen lustfylld produktion. Vi spelade in under kvällar och helger, och det är jobbigt och tråkigt att hålla på och hustla med folk och be folk jobba gratis för att man inte kan betala.« St Pauls nya dramaprojekt har en stabilare ekonomisk grund. »Både Johans *Trust me* och Kristian Petris *Ond tro* har tjugomiljonersbudgetar. Det är skönt.« Fredrik Heinig beskriver *Ond tro* som en mörk film som handlar om en kvinna som blir besatt av en seriemördare.

Även om det inte görs reklamfilmer med Plattformlogga, jobbar också Ruben Östlund extra med reklam. Och *Gitarrmongot* klipptes på en IMac (den billigaste) som han vunnit i en reklamfilmstävling på nätet. Filmerna om fruktdricka saknar dock fiktionfilmernas stramhet och autenticitetsanspråk. Jag tänker att jag ska fråga något om det sanningsbegrepp som Erik Hemmendorff hela tiden återkommer till, men då kommer Axel Danielsson in för att fortsätta klippa sin familjedokumentär *Pangpang-bröder*. Jag och Erik får flytta oss från det kombinerade köket, redigeringsstudion och visningssalongen till själva kontoret. Erik beskriver *Pangpang-bröder* som »bombastisk«.

Parallellt med *De ofrivilliga, Pangpang-bröder* och dokumentären *Hälsningar från skogen* i regi av Mikel Cee Karlsson, är Plattform verksamhet indragen i en östutvidgningsprocess. Den ryske regissören Ilja Chrzjanovskij har castat 28 000 statister till en torgscen i Kharkov i Ukraina, och Plattform är samproducent. »Torget i Kharkov är världens största torg«, berättar Erik. »*Dau* är en jättedyr film.« Den ska handla om nobelprisade fysikern Lev Landau som först var favorit hos Stalin men sedan hamnade i fängelse. »Enda sättet för honom att komma ut ur fängelset var att påstå att han hade en idé som skulle ge honom Nobelpriset en gång till. Han bad Einstein intyga att han hade rätt, så att Stalin skulle släppa ut honom. Men han fick inget intyg.« Delar av filmen ska spelas in i Göte-

»Målet är ju ändå inte bara att tjäna pengar, utan att försöka utmana och utveckla den traditionella berättarkonsten«

borgstrakten. »I helgen kommer Ilja hit. Vi ska vi leta efter något som ska föreställa Niels Bohr-institutet i Danmark. Kanske ett slott eller ett sjukhus kan fungera,« säger Erik Hemmendorff och suckar lite över att de bara kan leta i Göteborgstrakten eftersom den regionala filmfonden Film i väst ställer krav på lokala arbetstillfällen.

Även om de delar en viss skepsis mot filmbranschens produktionsmaskineri och påtvingade regionalpolitiska hänsynstaganden, så är det slående hur olika arbetet ser ut i det lilla hörn av filmbranschen som stavas Plattform, St Paul och Silverosa. Om Erik Hemmendorff ser framtiden i en digital enkelhet som sneglar åt 1800-talets pionjärsanda och Fredrik Heinig är en tidigare ZTV-medarbetare som nu pratar om »kvalitet och klassiskt berättande«, framstår Anna Byvald som ett slags 2.0-producent som marknadsför sina filmer på Facebook och networkar sig mellan Köpenhamn och Toronto. Medan Erik Hemmendorff ständigt betonar hur viktigt det egna, isolerade rummet är för Plattform, kallar sig Anna för en »producent i en resväska«.

Det finns gott om kulturentreprenörer, även om de ibland är ofrivilliga. Och även om många inte gillar ordet. »Jag är självklart en entreprenör även om jag har lite svårt att ta det ordet i min mun«, säger Anna Byvald. »Målet är ju ändå inte bara att tjäna pengar, utan att försöka utmana och utveckla den traditionella

berättarkonsten, och att hitta lekfulla lösningar och roliga samarbeten med olika konstnärer.«

Det kanske har gått inflation i entreprenörsbegreppet, och det råder kanske förvirring kring vad det verkligen betyder. I den ursprungliga betydelse som ekonomen Joseph Schumpeter formulerade under tidigt 1900-tal, var entreprenören en oförskräckt innovatör som trotsade etablerade mönster och industriellt gruppträck, för att skapa helt nya affärsmodeller eller bara förhöjd produktivitet. Schumpeter beskrev då processen som ett slags kreativ förstörelse - in med det nya, ut med det gamla.

Berättelsen om entreprenören är en gammal hjältesaga, men kanske har den ändå viss bäring på de svenska filmproducenter som inte känner sig som en del av filmbranschen. »För mig handlar det om att man har en idé och sen kan genomföra idén. Och då måste man vara entreprenör, annars går det liksom inte. Man måste ha en idé som man tänkt på väldigt mycket, men sen består allt av rent konkreta saker för att göra det möjligt«, säger Erik Hemmendorff.

Den kreativa förstörelse som dessa innovatörer åsamkar den svenska filmbranschen är kanske försumbar, och det finns inget manifest, ingen enhetlig ny väg. Men kanske en ny värld grönskar på tundran.

■ Jonas Holmberg

