

**Arbeidsnotat nr. 13/00**

**Kinolokalisering i Bergen**

**av**

**Stig-Erik Jakobsen**

SNF- prosjekt nr.: 4280 "Kinolokalisering i Bergen"

Prosjektet er finansiert av Film & Kino v/Kinoprojektet "Fra monopol til konkurranse" i samarbeid med Bergen Kino

STIFTELSEN FOR SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNING  
BERGEN, APRIL 2000  
ISSN 0803-4028

© Dette eksemplar er fremstilt etter avtale med KOPINOR, Stenergate 1, 0050 Oslo. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og i strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

## **FORORD**

Dette arbeidsnotatet diskuterer trekk ved kinolokalisering i Bergen. Notatet er skrevet som en del av et forprosjekt som er utført på oppdrag av Bergen Kino og Film & Kino ved prosjektet "Fra monopol til konkurranse".

Notatet gir innledningsvis en kort gjennomgang av karakteristika ved kino som produkt, hvordan produksjonen av kinotjenester er organisert og hvilke politiske rammebetingelser aktiviteten er underlagt. Deretter tar det for seg lokaliseringen av kinovirksomhet i Bergen og drøfter hvilke faktorer som kan bidra til å forklare lokaliseringsmønsteret. Notatet retter avslutningsvis søkelyset mot kinoens plass i bybilde.

# INNHOLD

<b>1. Tema og problemstillinger</b> .....	01
<b>2. Kinoproduktet og de gjeldende rammebetingelsene</b> .....	02
2.1. Kinoproduktet.....	02
2.2. De politiske rammebetingelsene.....	05
<b>3. Lokaliseringen av kino i Bergen</b> .....	07
3.1. Fra konsentrasjon via spredning til ny konsentrasjon.....	07
3.2. ”Alt på ett sted”.....	12
<b>4. Kinoen og byen</b> .....	16
4.1. Romlig funksjonsdeling.....	16
4.2. Romlig restrukturering.....	17
<b>5. Sammendrag</b> .....	21
<b>Litteraturliste</b> .....	23

## **Kapittel 1. Tema og problemstillinger**

Dette arbeidsnotatet skal drøfte trekk ved kinolokalisering i Bergen. Notatet består av tre deler:

### *1) Kino som produkt og politiske rammebetingelser*

Innledningsvis vil vi gi en gjennomgang av karakteristika ved kino som produkt, hvordan produksjonen av kinotjenester er organisert og hvilke politiske rammebetingelser aktiviteten er underlagt (kap.2).

### *II) Lokaliseringen av kino i Bergen*

Den andre delen av notatet tar for seg lokaliseringen av kinovirksomhet i Bergen og drøfter hvilke faktorer som kan bidra til å forklare lokaliseringsmønsteret. Diskusjonen tar både for seg historiske utviklingstrekk og det nåværende lokaliserings-mønsteret (kap.3).

### *II) Kinoens plass i bybildet*

I notatets tredje del kommer vi inn på kinoens plass i bybildet. Her ser vi både på hvordan kinolokaliseringen passer inn i bystrukturen og på hvordan endringer i denne bystrukturen vil kunne påvirke lokaliseringen av kinovirksomhet (kap.4).

## **Kapittel 2. Kinoproduktet og de gjeldende rammebetingelsene**

### **2.1. Kinoproduktet**

Bergen Kinos produkt er offentlig visning av filmer. For individer utgjør dette produktet et gode som kan tilfredsstillende visse behov. McQuail (1987) hevder at det kan skilles mellom fire ulike behov hos brukeren som massemedier kan tilfredsstillende; behovet for informasjon og kunnskap, behovet for underholdning, behovet for å utvikle ens personlige identitet og behovet for sosialt fellesskap. Ønske om å få tilfredsstilt disse behovene er bakgrunnen for at folk går på kino. Ulike filmer vil dekke ulike behov hos forbrukerne. I tillegg vil det også være variasjon mellom individer. Folks preferansestrukturer, som blant annet er knyttet til alder, utdanning og livsstil, varierer og folk kan i tillegg oppfatte samme type film ulikt (Strømme Svendsen 1994).

Det finnes ulike typer goder. Vi kan skille mellom konsumgoder og kulturgoder. Konsumgoder dekker nødvendige og mer umiddelbare behov hos individet, mens kulturgoder ofte vil være mer langsiktige og ha karakter av investering i humankapital. Å tilegne seg kulturgoder påvirker i større grad individets kunnskap, identitet og gruppetilhørighet enn hva forbruksgoder gjør, selv om naturligvis også visse typer forbruk, f.eks. kjøp av cola, kan være knyttet opp mot identitet og livstilsproduksjon. Strømme Svendsen (1994:167) beskriver kino som et industrialisert kulturtilbud. Det dreier seg altså om et kulturgode som produseres og gjøres tilgjengelig for et stort publikum. I tillegg gjør den breie tilgjengeligheten, sammen med det faktumet at en filmframvisning er en tidsavgrenset hendelse, kino til et produkt som har i seg klare elementer som er forbundet med konsumgoder. I hvor stor grad dette vil være tilfelle vil naturligvis være avhengig av type film. Lettfattelige underholdningsfilmer dekker ofte et umiddelbart og kortsiktig behov for underholdning og adspredelse hos individet og vil derfor være den type filmopplevelse som vi i sterkest grad kan forbindes med konsum. Samtidig skal man imidlertid ikke undervurdere at nettopp denne type filmer er viktig for f.eks. ungdommen i deres søken etter personlig identitet og gruppetilhørighet.

Hvordan organiseres så kinoens produksjon av goder? Innenfor foretakslitteraturen snakker man gjerne om produsentens eller bedriftens verdikjede. Enhver bedrift består av en samling aktiviteter som utføres for å produsere og

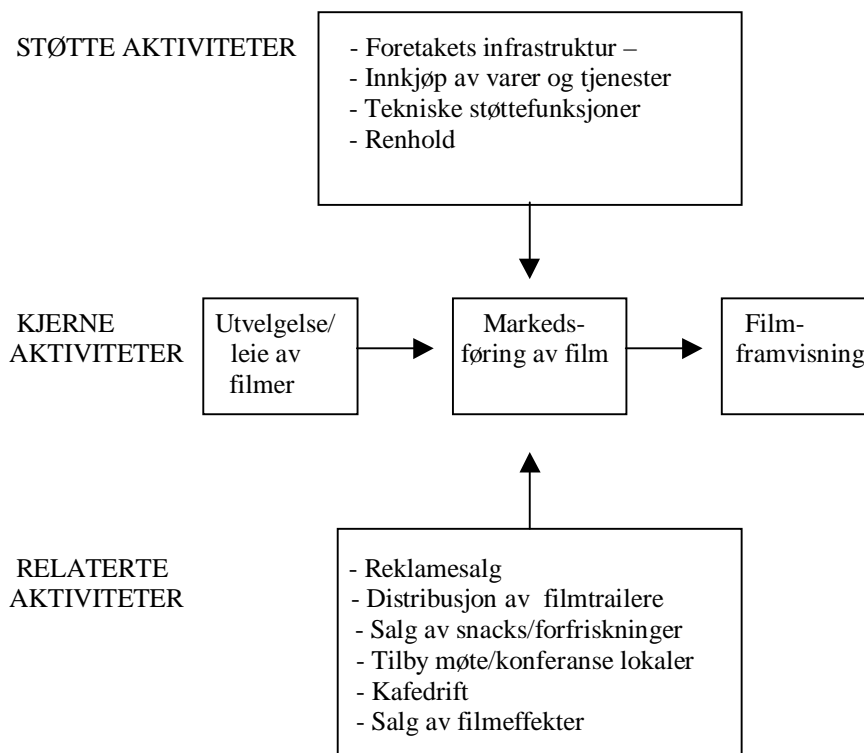
levere et produkt eller et gode (Porter 1985, Langlois og Robertson 1995). For å etablere en forståelse av hva kinoproduktet består av kan det være hensiktsmessig å søke å identifisere og systematisere disse ulike aktivitetene. For det første kan vi skille mellom kjerneaktiviteter og støtteaktiviteter (fig1.). Kjerneaktiviteter er basisvirksomhetene til en bedrift. For en kino dreier det seg om tre sentrale kjerneaktiviteter; utvelgelse og leie av film, markedsføring av filmframvisning og til slutt selve filmframvisningen. Den første aktiviteten, utvelgelse og leie av film, innebærer at kinoene må gjøre valg både med hensyn til hvilke repertoar de skal satse på og hvordan de på en mest mulig effektiv måte skal få tilgang til eller kjøpe inn de ønskede filmene. Den neste aktiviteten handler om å markedsføre filmen ovenfor publikum ved å velge ulike markedsføringskanaler og markedsføringsstrategier. Også organisering og gjennomføring av billettsalget er knyttet til denne aktiviteten. Når det gjelder filmframvisning må produsenten (kinoen) gjøre valg med hensyn til salstørrelse, spilletid og teknologi (lyd- og billedkvalitet). Det er disse tre primæraktivitetene som tradisjonelt har utgjort kinobedriftens strategiske kjerne. Mye av ressursene som bedriften forvalter, både fysiske, økonomiske og menneskelige, er relatert til utføring av disse aktivitetene. Det er også i første rekke på disse områdene organisasjonen har opparbeidet seg kunnskap og spisskompetanse.

Støtteaktiviteter er, som betegnelsen tilsier, virksomheter som støtter oppunder kjerneaktivitetene. Her inngår foretakets infrastruktur (administrasjon, planlegging, regnskapsføring o.l.), innkjøp av ulike varer og tjenester (f.eks. lydutstyr, kinomaskiner, konsulenttjenester) og tekniske støttefunksjoner (vedlikehold og videreutvikling av teknologien). For Bergen Kino sin del kan vi også inkludere renhold som en støttefunksjon (Bergen Kino 1999).

En tredje type virksomheter er det som kan betegnes som relaterte aktiviteter. Dette er virksomheter som på ulike måter er knyttet til eller avledet av bedriftens produksjon. Disse aktivitetene utgjør potensielle kilder for økt inntjening. I noen tilfeller vil disse aktivitetene være internalisert i den eksisterende bedriften eller organisasjonen, i andre tilfeller kan de være eksternalisert og bli utført av andre aktører. Relaterte aktiviteter kan også være urealiserte. I forhold til kinodrift er det ulike typer relaterte aktiviteter som er aktuelle. Viktigste er reklamesalg. For Bergen Kino sin del er dette organisert gjennom CAPA, som er det ledende kinoreklameselskapet i Norge. Bergen Kino eier 49% av aksjene i dette selskapet. En annen relatert aktivitet er digitalisering og tilrettelegging av filmtrailere. Bergen Kino kjøper her tjenester fra Unique Promotion, som er et

selskap man har et indirekte eierskap i ved at CAPA eier 60% av aksjene i Unique Promotion. En tredje relatert aktivitet er salg av snacks og forfriskninger. Bergen Kino har overlatt denne virksomhetene til Freia, mot provisjon. En fjerde relatert aktivitet er ”alternativ bruk av kinolokalene”. Kinosaler kan brukes som møte/konferanserom i perioder av døgnet hvor det er begrenset filmframvisning. Bergen Kino driver med dette idag og har en årlig inntekt på ca.700 000 kr. på utleie av lokaler. En annen relatert aktivitet er kafedrift. For tiden drives dette bare i begrenset utstrekning i Bergens Kinos lokaler. Videre har vi salg av filmeffekter, som f.eks. t-skjorter og filmmusikk. Bergen Kino har foreløpig ikke startet opp slik virksomhet eller latt andre drive det og inntekspotensiale er foreløpig urealisert.

Figur 1. Aktiviteter ved Bergen Kino



## 2.2. De politiske rammebetingelsene

I Norge er offentlig filmframvisning eller kinodrift regulert gjennom Lov om film og videogram av 15 mai 1987. Denne erstattet den første Kinoloven fra 1913. I lovteksten til den opprinnelige loven ble det fastslått at offentlig framvisning av kinomatografiske bilder ikke kunne skje uten tillatelse fra kommunestyret eller formannskapet. Bakgrunnen for lovbestemmelsen var et ønske om kontroll og styring med offentlig filmframvisning. I praksis innebar dette at de fleste kommunestyrene kun ga tillatelse til seg selv. Kommune- politikerne begrunnet dette med at kommunal drift ville sikre et godt filmtilbud og at aktiviteten skjedde i skikkelige lokaler (Ersland 1995:32). I Bergen var det en rekke mindre private kinoer fram til 1920 da Bergen Kommunale Kinomatografer ble dannet. Selskapet som nå går under betegnelsen Bergen Kino overtok da ansvaret for all kinodrift i Bergen. Selv om kommunaliseringen kunne begrunnes med hensynet til kvalitet var også utsiktene til gode kommunale inntekter en viktig faktor for beslutningen. I tillegg var det en generell samfunnstrend på denne tiden at det offentlige i økende grad engasjerte seg i næringsdrift.

Loven av 1987 videreførte de grunnleggende prinsippene fra den første Kinoloven, d.v.s. konsesjonskravet for kinodrift og at kommunestyrene skulle ha ansvaret for tildelingen av disse konsesjonene<sup>1</sup>. Lovformuleringene ble i stor grad gitt en kulturpolitisk begrunnelse. Saksordfører for lovforslaget uttalte følgende under behandlingen i Stortinget: ”Lova har med andre ord eit kulturpolitisk siktemål, der ein vil ta omsyn til kinotilbodet i Utkant-Norge og ein vil leggje vekt på tiltak som kan betre tilhøva for dei utsatte kinoane i utkantstroka. Den generelle kulturpolitiske målsetjinga i denne sammenhengen er å auke film- og videokvaliteten.” (St.forhandlinger. 1986-87 (193)). Det dreier seg altså om å sikre en god regional fordeling og høy kvalitet på kinotilbudet gjennom et kommunalt kinosystem. Siden Bergen Kino har en monopolposisjon i et område med høyt publikumspotensiale er det argumentet om høy kvalitet som i første rekke kan anvendes for å legitimere kommunal kinodrift i Bergen. I hvilke grad en situasjon med en privat aktør i tilsvarende monopolsituasjon ville betydd et mindre variant tilbud og et mer begrenset innslag av ”kvalitetsfilmer” skal vi ikke gå inn på her. En slik diskusjon er

---

<sup>1</sup> I lovens §2 heter det: ”Framsying og omsetning av film eller videogram i næring må ikke skje uten løyve fra kommunestyret eller den kommunestyret gir fullmakt.” Filmklubbene er fritatt fra konsesjonskravet siden deres aktivitet ikke defineres som næringsaktivitet.



utenfor temaet for denne rapporten <sup>2</sup>. I tillegg til dette kulturpolitiske argumentet kan det også anlegges et økonomisk argument for kommunal kinodrift. På det meste av 1990-tallet har Bergen Kino hatt gode økonomiske resultater og dermed bidratt med netto-overføringer til Bergen kommune.

I tillegg til at selve ”produksjonen” eller filmframvisningen er regulert er også tilgangen på den mest kritiske innsatsfaktoren regulert gjennom et avtaleverk. Distribusjon av film for framvisning er underlagt den såkalte Filmleieavtalen. Denne ble første gang underskrevet i 1953. Gjennom avtalen forplikter Kommunale Kinomatografers Landsforbund (KKL) sine medlemmer til å ikke leie film til andre leiesatser enn de som framgår i avtalen og distributørene, representert ved Norske Filmbyråers Forening (NFF), forplikter samtidig sine medlemmer til ikke å leie ut film til andre enn de oppgitte leiesatsene. Avtalen fungerer slik at de største kinoene betaler høyest leie, samtidig som disse kinoene også får fortrinn når det gjelder tilgang på nye filmer. Avtalen gjelder også for ikke-part ved at f.eks. private kinoer som ikke er medlem av KKL er bundet av prisbestemmelsene når de leier film fra distributører i NFF.

I realiteten dreier denne distribusjonsavtalen seg om et prissamarbeid som hindrer reel konkurranse i spredning av film for visning på kino. Avtalen er i strid med konkurranselovens bestemmelser og en tidligere gitt dispensasjon fra loven ble opphevet i 1997. Disse konkurransepolitiske prinsippene måtte imidlertid vike for de kulturpolitiske vurderingene som Kulturdepartementet gjorde. Kulturdepartementet mente at avtalen sikret norske kinoer lav filmleie, noe som gjorde det mulig å opprettholde den regionale fordelingen av kinotilbudet og et bredt og variert filmtilbud. Dermed tilsidesatte de vedtaket i konkurransetilsynet og opprettholdt den gjeldende dispensasjonen (Willbergh og Asbjørnsen 1998).

---

<sup>2</sup> Her kan det blant annet vises til rapporten ”Kino – privat eller kommunal?” (Cantardo og Mortensen 1996) som diskuterer ulike eierformer for kinoen i Bergen.

## **Kapittel 3. Lokaliseringen av kino i Bergen**

I dette kapitlet skal vi ta for oss lokaliseringen av kino i Bergen og drøfte hvilke faktorer som kan bidra til å forklare lokaliseringsmønsteret. Vi vil både se på historiske utviklingstrekk (3.1.) og på det gjeldende lokaliseringsmønsteret (3.2.). I diskusjonen vil vi anvende innspill fra lokaliseringsteori for å belyse ulike forklaringsfaktorer. Lokaliseringsteorien er utviklet innenfor økonomiske fagområder og det er således økonomiske forklaringsfaktorer som vektlegges (Hayter 1997).

### **3.1. Fra konsentrasjon via spredning til ny konsentrasjon.**

Da kinoene i Bergen ble kommunalisert i 1920 bestod næringen av 8 kinoer<sup>3</sup>. Alle var lokalisert innenfor et område som strakk seg fra Engen via Håkongsgaten og til Ole Bulls plass. Kinodriften var altså konsentrert til et avgrenset territorium i de indre delene av sentrum. Innenfor tradisjonell lokaliseringsteori skiller man gjerne mellom foretak som fokuserer på kostnadssiden og foretak som fokuserer på inntektsiden ved valg av lokalitet (Chapman og Walker 1992). Fokus på kostnadssiden innebærer at bedriftene er opptatt av å finne en lokalitet som innebærer lave arealkostnader og lave transportkostnader for viktige innsatsfaktorer. Dette kan f.eks. være industribedrifter som lokaliseres i nærheten av råvarekilden. På den annen side har man så bedrifter som vektlegger inntektsiden og velger det som gjerne omtales som en markedsbasert lokalisering. Slike bedrifter søker følgelig en lokalisering i nærheten av kundene, dette gjelder blant annet for mange av bedriftene i tjenesteytende næringer. I utgangspunktet kan det hevdes at den historiske lokaliseringen av kinodrift i Bergen faller inn i denne siste kategorien. Kinoene i Bergen ble lokalisering i sentrum siden det var i sentrum folk eller kundene holdt til. Skal man følge et slikt argument om kundenærhet fullt ut burde imidlertid kinolokalene ideelt sett vært fordelt på de ulike delene av Bergen sentrum på bakgrunn av fordelingen av innbyggerne. Dette var ikke tilfelle og følgelig må vi trekke inn andre supplerende faktorer for å få en mer uttømmende forklaring på den romlige fordelingen av kinovirksomhet i Bergen.

---

<sup>3</sup> Dette var følgende kinoer: Konsertpaleet, som ble åpnet i 1918, Eldorado, Logen, Tivoli, Det gamle teateret, Boulevard, Verdensspeilet og Turnhallen (Ermland 1995).

Lokaliseringsteorien omtaler også såkalte agglomerasjonsfordeler, d.v.s. gevinster bedrifter oppnår ved samlokalisering (Hayter 1997). I analysen av slike gevinster har man i stor grad sett på hvordan samlokalisering muliggjør realisering av skalafordeler. Det skilles her gjerne mellom intern og eksterne skalafordeler. De første er knyttet til de kostnadsbesparelsene en enkelt bedrift oppnår ved å konsentrere store deler av aktiviteten på et gitt geografisk punkt, mens de andre er relatert til de skalafordeler som kan realiseres når flere bedrifter er lokalisert i samme geografiske område. Dette dreier seg blant annet om lokal tilgang på avanserte eller spesialiserte innsatsfaktorer (d.v.s. varer og tjenester) og lokal tilgang på arbeidskraft med den spesielle kompetansen som de tilstedeværende bransjene etterspør (Krugman 1991). Det er imidlertid lite trolig at disse forholdene forklarer ”kinoklyngen” i Bergen. Innsatsfaktorer ble kjøpt fra leverandører både i og utenfor kommunen og arbeidskraften ble sannsynligvis rekruttert fra et større geografisk område enn det avgrensede territoriumet hvor kinoene var lokalisering. Følgelig må vi trekke inn andre såkalte positive eksternaliteter <sup>4</sup> for å forklare klyngedannelsen. Flere tilbydere på et begrenset geografisk område virker positivt på kunden ved at denne får større valgmuligheter. Det vil være attraktivt for kunden å oppsøke et område hvor det er mange tilbydere slik at kunden kan gjøre sine vurderinger av hvilke behov man søker tilfredsstilt. Særlig i tilfeller hvor det er en klar produkt-differensiering mellom de ulike tilbyderne vil kunden kunne stå ovenfor reelle valgmuligheter (Porter 1990). En slik differensiering av kinomarkedet hadde funnet sted i Bergen allerede i 1920. I følge Ersland hadde de ulike kinoene ”opparbeidet seg en viss individuell programprofil” (1995:46).

I tillegg til at klyngedannelser gir slike breddefordeler kan det også gi en bedre samlet kapasitetsutnyttelse i næringen. I tilfeller hvor en kino er utsolgt til en forestilling gjør fysisk samlokalisering det enkelt for kundene å oppsøke en av de omkringliggende kinoene som fortsatt har ledig kapasitet. Ved spredt lokalisering kunne en slik situasjon resultere i at kundene hadde valgt å ikke realisere ønske om å gå på kino. Fysisk nærhet gjør det også enklere for bedriftene å samarbeid, både på innkjøpssiden og i forhold til markedsføring (Jakobsen 1999a). Det er ikke usannsynlig at potensielle muligheter for å hente ut samarbeidsgevinster var en av årsakene til at kinobedriftene klynget seg sammen i et avgrenset område. Etter 1920, da disse bedriftene fikk samme eier, kan det antas at dette samordningspotensiale i økende grad ble utnyttet.

---

<sup>4</sup> I faglitteraturen blir positive eksternaliteter definert som gratisfordeler som tilflyter en bedrift fra en annen bedrift uten at den som oppnår fordelene betaler for dette i markedet (Lommerud 1992).

I løpet av 1920 årene ble antall kinoer i Bergen redusert fra åtte til fire og man stod igjen med Konsertpaleet, Eldorado, Logen og Det gamle teateret. Kommunens arbeid med å skaffe nye og bedre kinolokaler for byens befolkning hadde i liten grad lyktes, men i 1937 ble Ole Bull kino åpnet. Kinoen ble lokalisert i den historiske "kinoklyngen" i byen. På denne tiden vokste Bergen kommune også utover sine tradisjonelle grenser og blant annet ble det satt i gang en storstilt utbygging av Kronstad. I reguleringsplanene for dette området inngikk også et nytt kinobygg, Forum kino som stod ferdig i 1946. Denne kinoen var et "brudd" i forhold til den geografiske konsentrasjon som hittil hadde preget lokaliseringen. På den annen side dreide også dette seg om markedsbasert lokalisering. Kinoen skulle være lokalisert der kundene fantes og når folk flyttet til Kronstad så måtte kinotilbudet flytte etter. Fortsatt var det behov for nye og bedre kinolokaler i sentrum, blant annet ble Det gamle teateret ødelagt under krigen, og i 1961 stod Engen kino ferdig. På samme måte som Ole Bull bidro også Engen til å opprettholde "kinoklyngen" som strakk seg nettopp fra Engen, via Håkonsgate og til Ole Bulls Plass. Samtidig med åpningen av Engen ble Logen nedlagt (Ersland 1995).

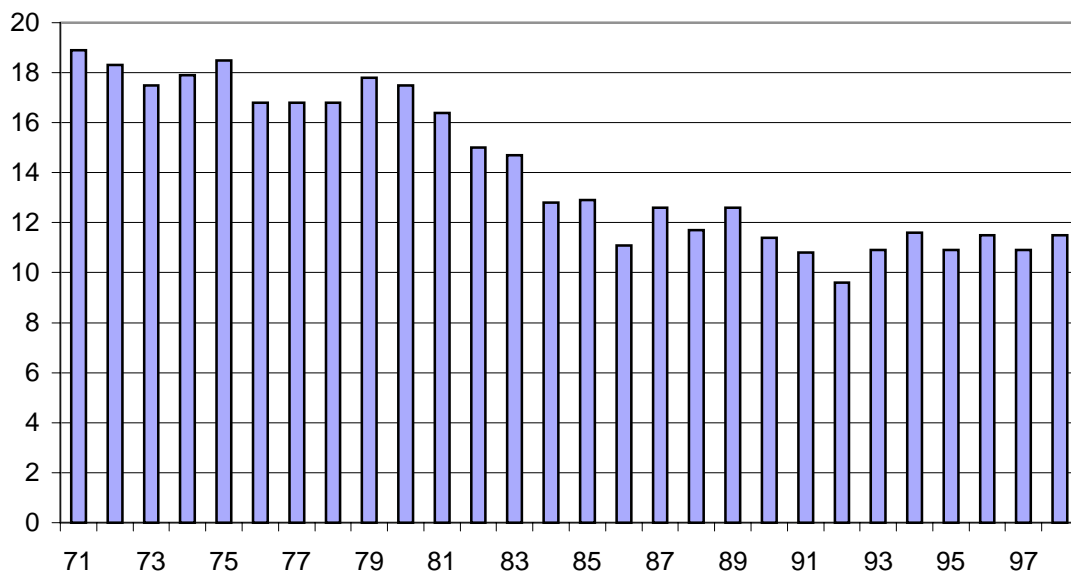
På 1970-tallet bestod kinoklyngen i Bergen av Konsertpaleet, Engen, Ole Bull og Eldorado. "Utkantkinoene" var Forum og Fanahallen. Sistnevnte ble en del av Bergen Kino da Fana kommune ble innlemmet i Bergen kommune i 1972. Fanahallen ble etablert på Minde i 1935, d.v.s. så nært bygrensen som mulig for å ha et størst mulig kundegrunnlag.

I det meste av etterkrigstiden har Bergen kommune jobbet for å få en ytterligere spredning av kinotilbudet. Man ønsket å etablere kinoer i de nye boligområdene utenfor bykjernen for å komme så nært kunden som mulig. På 1950-tallet sikret Bergen Kino seg tomt på Landås, men byggingen ble aldri iverksatt. Heller ikke i Fyllingsdalen, der planene for kino forelå på 1960-tallet, realiserte man tanken. Først i 1981 ble det åpnet en ny bydelskino i Bergen. Helan og Halvan ble opprettet i Åsane i tilknytning til Åsane senter.

Tidskifter og veivalg innenfor kinodriften må i stor grad forstås som en konsekvens av de utfordringene næringen står ovenfor. Trusler mot eksisterende virksomheter møtes av mottiltak og nye strategier. Trusler kan blant annet være relatert til teknologiske nyvinninger som endrer maktbalansen og konkurranseforholdene i næringen (Grabher 1993). Eksempler på slike trusler mot kino-

næringen er fjernsynet. Da det ble mulig å masseproduserer TV og gjøre det til allemansgjode utover på 1960-tallet stod kinoen ovenfor en ny situasjon. Bergen Kino møtte altså denne utfordringen blant annet ved å forsøke å desentralisere lokaliseringsmønsteret for å komme "nærmere" kunden. Både i Bergen og i landet for øvrig resulterte introduksjonen av TV i en kraftig tilbakegang for kinobesøket. På landsbasis ble antall kinobesøk redusert fra ca. 35 millioner i 1960 til ca. 19 millioner i 1971. Utover på 1970-tallet holdt imidlertid kinobesøket seg relativt stabilt (fig.2). Følgelig klarte ikke TV å utradere kinoen, og noe av forklaringen på dette er nok at filmtilbudet på TV var begrenset og at det tok relativt lang tid før nye filmer ble vist på TV.

Figur 2. Antall kinobesøk i Norge 1971-1998 (i millioner)



Kilde: Film & Kino 1999:3a, s.34

Rundt 1980 stod kinonæringen ovenfor en ny trussel, nemlig introduksjonen av videospilleren. Utover på 1980-tallet var det en sterk økning i omsetningen av videospillere og videokassetter<sup>5</sup>. Nå kunne folk selv leie de filmene de ønsket å se og i løpet av første halvdel av 1980-tallet fikk man en kraftig nedgang i det norske kinobesøket (fig.2). Bergens Kinos strategiske tilpasning for å møte denne utfordringen var å satse på en sterkere konsentrasjon av kinotilbudet. Kundene etterspør et variert og mangfoldig kinotilbud og ønsker valgmuligheter.

<sup>5</sup> Bare fra utgangen av 1982 til utgangen av 1986 økte antall videospillere i Norge fra 150 000 til 500 000 (Ot.prp.nr.20 (1986-87)).

Dette kan man ikke oppnå bare gjennom å satse på markedsnærhet. Det må derimot i økende grad utvikles klynger hvor det er et differensiert kinotilbud som tilfredsstillende kinopublikummets ønske om å "enkelt" kunne velge fra et variert tilbud.

Nå kunne Bergen Kino i denne situasjonen valgt å rendyrke profilen til de forskjellige kinoene i kinoklyngen i sentrum. Men dette ville sannsynligvis ikke i tilstrekkelig grad tilfredsstilt det økende kravet om valgmuligheter. Man trengte derfor flere og mindre kinosaler. Internasjonalt var det også en trend at større kinoer ble omgjort til flerkinoer eller såkalte "multiplex", d.v.s. at man har flere kinosaler i hvert enkelt bygg. Ved å samle alle kinosalene på et begrenset geografisk område er det også mulig å rendyrke de potensielle klyngeeffektene som finnes, blant annet bredde i tilbudet, økt samlet kapasitetsutnyttelse og mer effektiv drift. Videre måtte også Bergen Kino tilpasse kapasiteten til en situasjon hvor etterspørselen etter kinoproduktet var redusert. Det handlet altså om å beholde det kinopublikummet som fortsatt fantes.

For å differensiere tilbudet ble det i 1981 satt i gang en ombygging av Konsertpaleet. En stor kinosal ble omgjort til fire små. Ombyggingen fortsatte på siste halvdel av 1980-tallet og Engen og Konsertpaleet ble bygget sammen til ett kinobygg, som fikk navnet Konsertpaleet. Den nye flerkinoen, som ble åpnet i 1989, fikk tilsammen 13 kinosaler. For å oppnå en tilpasning av kapasiteten ble Eldorado og Ole Bull Kino stengt i 1981, Fanahallen i 1985, mens Helan og Halvan i Åsane stengte dørene i 1988.

Da omstruktureringen var gjennomført satt man altså igjen med et svært konsentrert lokaliseringsmønster hvor det aller meste av kinotilbudet fantes i multiplexet Konsertpaleet. Mens det i 1981 var ca. 4800 kinoplasser i Bergen fordelt på åtte saler, hadde man nå ca. 2300 kinoplasser fordelt på fjorten saler. I tillegg til Konsertpaleet har Bergen Kino på 1990-tallet valgt å opprettholde aktiviteten i Forum. Bakgrunnen var ikke et godt "nærmarked" på Kronstad/Landås/Danmarks plass. Derimot gjorde salstørrelsen det hensiktsmessig å bruke kinoen til visning av de store publikumstrefferne. "Bydelskinoen" Forum ble etterhvert en kino for hele Bergen.

### 3.2. "Alt på et sted"

Bergen Kino har planer om å gjennomføre en ytterligere konsentrasjon av kinotilbudet. I løpet av perioden 2000/2001 vil Forum bli nedlagt og sannsynligvis bli erstattet av et nytt kinobygg som vil ha tre saler med til sammen ca.800 publikumsplasser. Følgelig opprettholdes det totale antall kinoplasser i byen. Det nye kinobygget skal etter planen lokaliseres ca.50 meter fra Konsertpaleet (på hjørnet av Magnus Barfotgate og Neumannsgate). Dermed blir hele kinotilbudet i Bergen kommune konsentrert til et begrenset område av den gamle "kinoklyngen" i sentrum <sup>6</sup>.

Hvilke fortrinn er det for Bergen Kino å ha "alt på et sted"? Som tidligere nevnt gir dette gode muligheter til å realisere agglomerasjonsfordeler. Slike agglomerasjonsfordeler, eller gevinster ved samlokalisering, kan for det første knyttes til økte muligheter for å oppnå kundetilfredshet som igjen kan resultere i økt etterspørsel etter kinotilbud. Ved å konsentrere kinotilbudet til et begrenset geografisk område blir det enkelt for kunden å velge mellom en rekke filmtitler uten å måtte forflytte seg over større avstander. Dette forholdet ble også vektlagt av Bergen Kino da de gjorde sine vurderinger i forhold til lokalisering av det nye kinobygget. De uttaler følgende om sitt lokaliseringsvalg: "Etter en lengre leteaksjon og nøye undersøkelser valgte Bergen Kino å legge nybygget i nærheten av Konsertpaleet. Det skal ikke være vanskelig for publikum å finne spennende filmperler innenfor et lite område" ([www.filmweb.no/bergenkino/fakta/](http://www.filmweb.no/bergenkino/fakta/)). Konsentrasjon av tilbudet kan også bidra til en bedre kapasitetsutnyttelse i næringen. Om kunden ikke får oppfylt sitt førstevalg i forhold til filmtittel er det enkelt å velge en alternativ filmtittel som vises i det samme multiplexet eller i et annet kinobygg i samme område.

Videre er også ulike skalafordeler knyttet til samlokalisering. Dette er for det første relatert til salg av snacks og til salg av billetter. Ved å konsentrere kinotilbudet til et sted kan man redusere antall billettutsalg og antall utsalgssteder for snacks.

Forsterket konsentrasjon gir også Bergen Kino muligheter til å satse sterkere på relaterte aktiviteter som krever et betydelig kundegrunnlag, blant annet kafedrift og salg av filmeffekter. Det kan også gi økt potensiale for utleie av lokaler i perioder av døgnet hvor det er begrenset publikumstilstrømning.

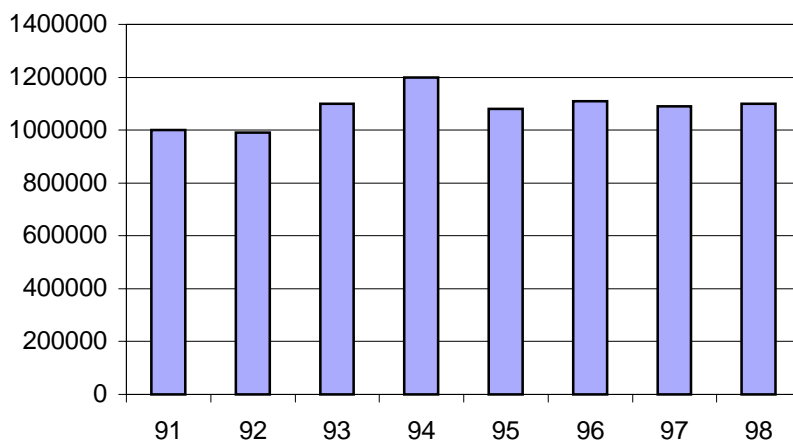
---

<sup>6</sup> Vi ser her bort fra aktiviteten som Bergen Filmklubb driver, som pr. definisjon ikke er kino i næringsøyemed.

”Alt på et sted” gir også positive eksterne effekter for annen næringsvirksomhet i området hvor kinoen er lokalisert. Publikumstilstrømningen til kinokomplekset i sentrum skaper et betydelig marked for kiosker og snackbarer. I de tilgrensende kvartalene til Konsertpaleet er det lokalisert 9 kiosker/snackbarer. Det finnes også 2 kafeer/restauranter som har spesialisert seg på småretter som kinobesøkende kan innta like før eller etter filmframvisning.

Opphopning av økonomisk virksomhet kan imidlertid også resultere i negative eksterne effekter. Dette er til en viss grad også tilfelle for Bergen Kino. En del av de kinobesøkende ankommer området med bil og bidrar derved til økt trafikk i de sentrale byområdene. Det er også en viss knapphet på parkeringsplasser i området, noe som forsterker problemene ved at bilførerne må kjøre rundt på jakt etter en parkeringsplass. Denne ”billettheten” i de tilgrensende kvartalene kan også svekke publikums kvalitative opplevelse av selve kinobesøket. Mangel på parkeringsplasser utgjør også en flaskehalsen i Bergens Kinos arbeid for en ytterligere styrking av kinoklyngen i sentrum. Blir parkeringsproblemene for omfattende kan dette oppfattes som negativt av publikum og dermed redusere etterspørselen etter filmframvisninger.

Figur 3. Antall kinobesøk ved kinonene i Bergen 1991-1998



Note: Inkluderer ikke besøk ved Filmklubbens framvisninger.

Kilde: Bergen Kino 1998

Oppsummert kan man imidlertid si at Bergen Kinos strategi med en geografisk konsentrasjon av tilbudet og flere men mindre saler hittil har vært rimelig suksessfullt. Besøktallet har holdt seg noenlunde stabilt på hele 1990-tallet og



har vært på rundt 1 million besøk i året (fig.3). I tillegg kan nedleggelsen av Forum og tre nye kinosaler i kinoklyngen i sentrum muligens bidra til økte besøkstall. Bergen Kino har blant annet erfart at det blir stadig vanskeligere å fylle opp Forum. Kinopublikummet er blitt en mer differensiert kundegruppe som etterspør ulike typer filmer. Det er blitt lengre mellom de store publikumstrefferne som "alle må se". For Bergen Kino har det også vært et problem at de har måtte avvise filmer som de egentlig ønsker å vise av mangel på ledig tid. Med flere saler kan de nå vise flere titler i løpet av året. De kan også, om de ønsker det, vente lengre med å ta filmer av plakaten.

Et annet spørsmål i tilknytning til publikumstilstrømningen er om Bergen Kino utnytter de mulighetene som finnes i markedet godt nok. Tilfredsstillende Bergen Kino den reelle etterspørselen eller bidrar blant annet monopolsituasjonen til at det finnes et uutnyttet potensiale i markedet? Faglitteraturen viser at monopolsituasjoner ofte resulterer i en ikke-optimal bruk og allokering av tilgjengelige ressurser (Sandmo og Hagen 1992). For Bergen Kinøs vedkommende kan vi få en indikasjon på om de utnytter markedspotensiale ved å sammenligne kinobesøket i Bergen med kinobesøket i andre byer. Tall for perioden 1992-1996 viser at antall årlige kinobesøk pr. innbygger i Bergen kommune var på 4,93<sup>7</sup>. I byer det er naturlig å sammenligne seg med er tallet høyere. Oslo har 5,91, Stavanger har 5,65 og Trondheim 5,63 besøk pr. innbygger pr. år. Det kan også nevnes at det gjennomsnittlige besøkstallet i Haugesund er på 6,44 (Bergen Kino 1996). Om man forutsetter at innbyggernes preferanser for kinobesøk er like i de fire store byene så er det altså Bergen som dårligst har utnyttet det markedspotensiale som finnes. Økt publikumstilstrømning kan både oppnås ved å unytte eksisterende kapasitet bedre eller ved å øke kinokapasiteten. For Bergens vedkommende er det sannsynligvis det siste som vil ha størst effekt. Sammenlignet med andre store byer har Bergen Kino en relativt godt utnyttelse av eksisterende kapasitet. I løpet av 1998 hadde Bergen Kino i gjennomsnitt 480 besøk pr. kinosete, mens tallene for Oslo var 336, for Stavanger 434 og for Trondheim 341 (Film & Kino 1999:3a, s.43)<sup>8</sup>. De tidligere nevnte endringene av kinotilbudet med nedleggelsen av Forum og opprettelsen av en ny kino i

<sup>7</sup> Tallet er framkommet ved at kinobesøket ved Bergen Kino er delt på antall innbyggere i Bergen kommune. Forutsetningen for at tallet skal vise det eksakte kinobesøket pr. innbygger i Bergen er at vi opererer med lukkede markeder, hvor det ikke forekommer lekkasje til eller fra andre områder. Dette innebærer at innbyggerne i Bergen kun oppsøker Bergen Kino når de skal dekke sitt kinobehov og at "utenforstående", d.v.s. folk som ikke er registrert som innbyggere i Bergen kommune, ikke går på kino i Bergen. Dette er naturligvis ikke tilfelle, men tallene gir likevel en indikasjon på i hvilke grad markedspotensiale er utnyttet.

<sup>8</sup> Antall besøk ved Bergen Kino var i 1998 1102 552. Kapasiteten målt i antall seter var 2 293. Tallene for de andre storbyene var som følger: Oslo: 2 764 041 besøk og 8 221 seter, Stavanger: 600 968 besøk og 1 384 seter, Trondheim 793 402 besøk og 2 324 seter (Film & Kino 1999:3a, s.43).

sentrum vil kunne medføre en viss økning i publikumstilstrømning. Men sannsynligvis må Bergen Kino gjennomføre ytterligere investeringer i nybygg og øke antall kinoseter for å komme opp på samme markedsutnyttelse som i de andre storbyene.

## **Kapittel 4. Kinoen og byen**

Kinoen påvirker og blir påvirket av sine omgivelser. Som vist ovenfor vil lokalisering av kinovirksomhet generere eksterne effekter, og da både positive, i form av at den skaper et betydelig marked for annen detaljhandel, og negative, ved at den kan bidra til økt trafikk og forurensning. I dette kapitlet skal vi utvide perspektivet og diskutere kinoen som en del av det totale bybildet. På hvilken måte ”passer” kinoen inn i gjeldende og framtidig bystruktur?

### **4.1. Romlig funksjonsdeling.**

Byer er agglomerasjoner av mennesker og virksomheter. Her finner vi et fysisk landskap bestående av bygninger og infrastruktur, som veier, strømmnett o.l. I tillegg har vi sosiale og økonomiske systemer som mennesker har utviklet gjennom en historisk prosess. Det er også etablert et politisk/institusjonelt system som setter grenser for og regulerer aktiviteten i dette bymiljøet. Byen og dens sosiale, økonomiske og politiske systemer inngår videre i en samhandling med omkringliggende områder. Byen er ”deltaker” både i regionale, nasjonale og internasjonale nettverk. Innenfor disse nettverkene er det etablert en territoriell arbeidsdeling og byer ivaretar ofte en rekke sentralstedsfunksjoner for omkringliggende områder (Knox 1995).

Når det så gjelder den interne strukturen i byer så er det her ofte etablert et spesifikt romlig mønster og en romlig funksjonsdeling. I vestlige byer har det tradisjonelt vært slik at spesialiserte former for økonomisk aktivitet er konsentrert til de sentrale delene av byen. Dette har blant annet vært hovedkontorer, finansvirksomhet, annen type forretningsmessig tjenesteyting og mer spesialiserte detaljvareforhandlere. Disse delene av byen har gjerne vært omtalt som ”Central Business Districts” (CBD) og har vært det området hvor bygningsmassen har hatt høyest verdi. I områdene rundt, hvor areal og leiekostnadene var lavere, lokaliserte den arealkrevende næringsvirksomheten seg, blant annet industri og grossistvirksomhet. Boligbyggingen ble i økende grad konsentrert til byenes utkantområder, eller de sub-urbane områdene (Knox 1995). Når det gjelder ulike typer kulturaktivitet, som f.eks. kino og teater, har det også vært tradisjon for at disse er blitt lokalisert i de sentrale delene av byen (Osland 1995). Dette har gitt god tilgjengelighet i forhold til brukerne eller

kundene i de omkringliggende områdene. Også det politiske forvaltningssystemet har det vært hensiktsmessig å lokalisere i sentrum utfra samme tankegang om god tilgjengelighet for innbyggerne.

Ser vi på den romlige struktureringen av Bergen, så passer den i stor grad inn i dette generelle mønsteret. Mye av den forretningsmessige tjenesteytingen har holdt til i sentrum, blant annet har det lenge vært en opphopning av finansiell virksomhet i området rundt Småstrandgaten og Kaigaten. Teater, museum, gallerier og, som tidligere nevnt kinovirksomhet, har også i stor grad vært lokalisert til de indre delene av sentrum. Her fant man også den kommunale politiske forvaltningen. Den arealkrevende næringsvirksomheten har i stor grad vært henvist til de ytre sentrumsområdene. Eksempelvis har mye av industrivirksomheten tradisjonelt hatt tilholdssted i Sandviken, i Solheimsviken, langs Puddefjorden og på Minde. I forhold til boliglokalisering resulterte det økende boligbehovet i etterkrigstiden til at det ble etablert sub-urbane områder, blant annet i Fyllingsdalen, Loddefjord og Åsane. Den første tiden fungerte disse bydelene i stor grad som "sovebyer", mens folk hadde arbeidsplassene sine i mer sentrale strøk. Etterhvert er dette bildet blitt noe mer balansert. Også byens næringsvirksomhet fikk med tiden økte arealbehov og dette bidro til at det i større grad ble anlagt nye næringsområder utenfor sentrum. Viktigst her var utbyggingen av næringsområdene på Kokstad og Sandsli. I tillegg har det funnet sted en betydelig ekspansjon blant annet på Midttun, på Nyborg og etterhvert også i Drotningvik (Jakobsen 1999b).

Bergen har altså etablert en romlig funksjonsdeling som er i tråd med det man finner i mange tilsvarende vestlige byer (Knox 1995). De indre sentrumsområdene er i stor grad forbeholdt spesialisert næringsvirksomhet og ulike kulturaktiviteter, mens øvrig næringsvirksomhet og det meste av bosettingen er lokalisert til områdene utenfor denne bykjernen. Lokaliseringen av et kino-klyster til indre deler av sentrum inngår følgelig som en naturlig del av den romlige strukturen i det som kan omtales som den moderne byen.

## **4.2. Romlig restrukturering**

Endringer i byens romlige struktur genereres både av interne og eksterne prosesser. De siste årene har faglitteraturen i sterk grad fokusert på i hvilke grad de såkalte globaliseringsprosessene vil bidra til å endre de eksisterende urbane

systemene. Globalisering dreier seg om en ”krymping” av geografiske rom<sup>9</sup>. Man får en økende og stadig raskere sirkulering av mennesker, varer, kapital og kulturer. Globaliseringen har vært drevet fram av teknologiske innovasjoner som radikalt har bedret de økonomiske aktørenes muligheter for å operere over større geografiske avstander, samtidig som en politiske liberalisering har fjernet handels- og etableringshindringer og åpnet for økt konkurranse i stadig flere næringer (Lash og Urry 1994). Nye teknologier, en ny konkurransesituasjon og økt konsentrasjon av økonomisk makt vil kunne resultere i at de økonomiske aktørene baserer seg på nye lokaliseringssprinsipper og velger nye former for territoriell arbeidsdeling (Brenner 1999).

Globalisering handler imidlertid ikke bare om at økonomiske virksomheter finner nye måter å organisere og lokalisere aktiviteten på for å generere økt avkastning. Som en motsats til denne ensidige fokuseringen på marked og konkurransevne finner man også tendenser som går i retning av mer ”bærekraftige” tilpasninger. Denne alternative utviklingsveien er det i stor grad de politiske myndighetene som har forfektet. Som en viktig del av en bærekraftig bypolitikk har en rekke vestlige byer gjennomført en desentralisering av byfunksjoner på 1990-tallet (Paddison 1999). Ansvar for mange av de kommunale tjenestene overføres til lokale enheter og man søker å få større grad av nærhet mellom beslutningstakerne og innbyggerne. Dette igjen håper man skal styrke det lokale demokratiet og det lokale engasjementet. En bærekraftig byutvikling innebærer også at innbyggerne i større grad jobber i nærheten av der de bor (Guy og Marvin 1999).

Også i Bergen har man kunne registrere en slik utvikling. Allerede i 1989 fant det sted en begynnende desentralisering av den kommunale forvaltningen ved at de ulike bydelene fikk myndighet til å ivareta helse- og sosialtjenester. Etter diverse forsøk med økt lokalt selvstyre på slutten av 1990-tallet ble det med virkning fra 1.1. 2000 gjennomført en omfattende bydelsreform. De åtte bydelene fikk nå ansvaret for de aller fleste kommunale tjenestene i sine bydeler, i tillegg til helse og sosial, blant annet grunnskole, barnehage og lokale kultur- og fritidstilbud. Fra Bergen kommune uttales det at målsetningen med reformen er å ”styrke lokaldemokratiet, det lokale engasjementet og kontakten mellom politikerne og innbyggerne” (Bergenseren 1999:2). Reformen inngår følgelig i arbeidet med å fremme en miljøvennlig og bærekraftig byutvikling (Bergen kommune 1996).

---

<sup>9</sup> I faglitteraturen anvendes begrepet ”time-space compression” (Harvey 1990).

I tillegg til at en ny bystruktur innebærer en desentralisering av de kommunale tjenestene tilstreber de politiske myndighetene også å utvikle såkalte bydels-sentre i de forskjellige bydelene. Dette vil man oppnå gjennom fortetting av bolig og næringsvirksomhet, i tillegg til at offentlige funksjoner lokaliseres til disse sentrene. Samlet er målsetningene for Bergen kommune å utvikle ”likeverdige bydeler med hvert sitt godt fungerende bydelssenter” (Bergen kommune 1999:15).

Den romlige funksjonsfordelingen i den ”nye” byen er altså at det tradisjonelle sentrums dominerende posisjon reduseres og at det utviklet egne sentre i de omkringliggende områdene som kan ivareta flere av de funksjonene som tradisjonelt har blitt utført i de sentrale delene av byen <sup>10</sup>. Som ”et hinder” for disse planene om en miljøvennlig og bærekraftig utvikling står blant annet de betydelige kreftene som er knyttet til en økonomiske globaliseringen hvor både lokale, nasjonale og internasjonale aktører i størst mulig grad ønsker å stå fritt med hensyn til lokaliseringsvalg.

Forutsetter vi imidlertid at de kommunale myndighetene et stykke på vei lykkes i sine forsøk på å etablere godt fungerende bydelssentre, samtidig som sentrums tradisjonelt sterke posisjon til en viss grad reduseres, så er det sentrale spørsmålet for vår diskusjon hvordan det gjeldende lokaliseringsmønsteret for kinoen i Bergen passer inn i en slik ny bystruktur.

Bergen kommune er opptatt av at det etableres en hensiktsmessig sammen-setning av ulike funksjoner i de nye bydelssentrene, d.v.s. at det både finnes bolig, næringsvirksomhet og offentlig servicetilbud. De er også opptatt av at sentrene fungerer godt som sosiale arenaer (Bergen kommune 1999:16). Dette kan blant annet oppnås ved at det etableres nye møte- eller samlingsteder for bydelens innbyggere.

Et eksempel på en virksomhet som vil bidra til å gi en slik bredde i funksjons-sammensetningen og som i tillegg kan fungere som et nytt møtested er såkalte opplevelsessentre. I Loddefjord, som er utpekt som det nye bydelssenteret i Laksevåg bydel, er private aktører allerede godt i gang med å etablere et slikt senter. I nærheten av handlesenteret Vestkanten etableres nå ”Vannkanten”.

---

<sup>10</sup> I tillegg til å ivareta sentrumsfunksjoner for hele kommunen vil Bergen sentrum også fungere som bydels-senter for de sentrumsnære bydelene (Bergenhuis og Årstad) (Bergen Kommune 1999:15).

Dette er et rekreasjons- og opplevelsessenter som blant annet vil inneholde badeland, bowlinganlegg, treningssenter og revysal. Anlegget er planlagt ferdig i november 2000 og de samlede investeringene beløper seg til rundt 140 millioner kroner. Senterets funksjon som et samlingssted for byens innbyggere illustreres med den daglige lederens omtale av senteret som "byens nye grendahus" ([www.bergens-tidende.no/vis.html?id=48839](http://www.bergens-tidende.no/vis.html?id=48839)).

Internasjonalt er det flere eksempler på at kinoanlegg kan inngå som en del av slike større opplevelsessentre (se f.eks. Film & Kino 1996:2). Disse er imidlertid som oftest knyttet til vesentlig større handlesentre/opplevelsessentre enn hva Vestkanten/Vannkanten er. Dermed er også kundegrunnlaget bedre. Til tross for at en mer desentralisert bystruktur gir føringer i retning av økt spredning av service- og fritidstilbudet i Bergen er det følgelig mer tvilsomt om det også vil kunne bidra til økt spredning av kinotilbudet i byen. Gjeldende trender innenfor kinonæringen tilsier store enheter og multiplexer for å oppnå lønnsom drift. Større grad av spredning av tilbudet og mindre enheter forutsetter sannsynligvis en annen og rimeligere teknologi. Det er også et vesentlig spørsmål om kunden ønsker slik spredning av kinotilbudet siden det blant annet vil innebære at man får et mindre variert filmtilbud å velge fra på den enkelte lokalitet. Også tidligere har det vist seg vanskelig å oppnå lønnsomhet i drift av kinoanlegg utenfor sentrum. I Bergen har man det mislykkede forsøket med drift av kino i Åsane, mens man i Oslo har tilsvarende erfaring fra drabantby-kinoer (Hillestad 1991). I tillegg vil også større spredning av kinotilbudet kunne svekke den viktige posisjonen kinoen tradisjonelt har hatt for utviklingen av nærings- og kulturlivet i bykjernen.

## Kapittel 5. Sammendrag

Første del av notatet tok for seg karakteristika ved kino som produkt. Kino kan beskrives som et kulturgode som produseres og gjøres tilgjengelig for et stort publikum. Denne breie tilgjengeligheten, sammen med det faktumet at en filmframvisning er en tidsavgrenset hendelse, gjør at kino som produkt også har i seg klare elementer som er forbundet med konsumgoder.

Når det gjelder hvordan kinoens produksjon av dette gode organiseres så kan vi her skille mellom kjerneaktiviteter og støtteaktiviteter. Kjerneaktiviteter er basisvirksomhetene til en bedrift. For en kino dreier det seg om tre sentrale kjerneaktiviteter; utvelgelse og leie av film, markedsføring av filmframvisning og til slutt selve filmframvisningen. Støtteaktiviteter er, som betegnelsen tilsier, virksomheter som støtter oppunder kjerneaktivitetene. Her inngår foretakets infrastruktur, innkjøp av ulike varer og tjenester og diverse tekniske funksjoner. En tredje type virksomheter er det som kan betegnes som relaterte aktiviteter. Dette er virksomheter som på ulike måter er knyttet til eller avledet av bedriftens produksjon. Eksempler på relaterte aktiviteter i forbindelse med kinovirksomhet er reklamesalg, digitalisering og tilrettelegging av filmtrailere, salg av snacks og forfriskninger, kafedrift, utleie av kinolokaler til alternativ bruk og salg av filmeffekter.

Kinovirksomhet er underlagt et politisk rammeverk. I Norge er offentlig filmframvisning eller kinodrift regulert gjennom Lov om film og videogram av 15 mai 1987. Loven hjemler konsesjonskrav for kinodrift og at kommunestyret i den enkelte kommune skal ha ansvaret for tildelingen av disse konsesjonene. I tillegg til at filmframvisningen er regulert er også tilgangen på den mest kritiske innsatsfaktoren regulert gjennom et avtaleverk. Distribusjon av film for framvisning er underlagt den såkalte Filmleieavtalen.

Andre del av notatet tok for seg kinolokalisering i Bergen og drøftet faktorer som kan bidra til å forklare lokaliseringsmønsteret. Allerede på 1920-tallet var kinodriften i Bergen konsentrert til et avgrenset område i de indre delene av sentrum. Etter enkelte tendenser til en spredning av kinotilbudet har man det siste ti-året fått en ny og forsterket konsentrasjon av kinotilbudet i byen. Det aller meste av kinotilbudet finnes i nå multiplexet Konsertpaaleet i Bergen sentrum. Lokalisering av kino i sentrum gir god tilgjengelighet for kundene. I



tillegg er det også enkelte agglomerasjonsfordeler forbundet med det å konsentrere "alt på et sted". Agglomerasjonsfordeler, eller gevinster ved samlokalisering, kan for det første knyttes til økte muligheter for å oppnå kundetilfredshet som igjen kan resultere i økt etterspørsel etter kinotilbud. Ved å konsentrere kinotilbudet til et begrenset geografisk område blir det enkelt for kunden å velge mellom en rekke filmtitler uten å måtte forflytte seg over større avstander. Konsentrasjon av tilbudet kan også bidra til en bedre kapasitetsutnyttelse. Om kunden ikke får oppfylt sitt førstevalg i forhold til filmtittel er det enkelte å velge en alternativ filmtittel som vises i det samme bygget eller i andre kinobygg i området. Videre er også ulike skalafordeler knyttet til samlokalisering. Dette er for det første relatert til salg av snacks og til salg av billetter. Ved å konsentrere kinotilbudet til et sted kan man redusere antall billettutsalg og antall utsalgssteder for snacks. Forsterket konsentrasjon gir også Bergen Kino muligheter til å satse sterkere på relaterte aktiviteter som krever et betydelig kundegrunnlag,

Avslutningsvis i notatet ble kinoens plass i bybildet diskutert. I Bergen, som i mange andre vestlige byer, er det etablert en romlig funksjonsdeling hvor de indre sentrumsområdene i stor grad er forbeholdt spesialisert næringsvirksomhet og ulike kulturaktiviteter, mens øvrig næringsvirksomhet og det meste av bosettingen er lokalisert til områdene utenfor denne bykjernen. Lokaliseringen av et kinokluster til indre deler av sentrum inngår følgelig som en naturlig del av den romlige strukturen i det som kan omtales som den moderne byen. Det er imidlertid tendenser til økt desentralisering. Dette gjelder også for Bergen, hvor både arbeidsplasser og offentlige funksjoner flyttes ut til de nye bydelssentrene. Her etableres det også opplevelses- og rekreasjonssentre. I hvilke grad dette også kan bidra til en større grad av spredning av kinotilbudet er imidlertid mer tvilsomt. Gjeldende trender innenfor kinovirksomhet tilsier store enheter og multiplexer for å oppnå lønnsom drift og sannsynligvis vil ikke kundegrunnlaget for slik virksomhet være godt nok i bydelene. Økt spredning vil også kunne svekke den viktige posisjonen kinoen tradisjonelt har hatt for utviklingen av nærings- og kulturlivet i bykjernen.

## Litteraturliste

- Bergen Kino (1996): Kino i Nonneseterkvartalet? Upublisert
- Bergen Kino (1999): Strateginotat for Bergen Kino. Upublisert
- Bergen kommune (1996): Kommuneplan 1996-2007.
- Bergen kommune (1999): Program for rullering av kommuneplanens arealdel 2000-2011.
- Bergenseren (1999:2): Informasjonsavis fra Bergen kommune.
- Brenner, N. (1999): Globalisation as reterritorialisation: The re-scaling of urban governance in the European Union. *Urban Studies*, vol.36 (431-451).
- Chapman, K. og Walker, D.F. (1992): *Industrial location*. Second edition. Blackwell, Oxford.
- Contardo, I. og Mortensen, T. (1996): Kino – privat eller kommunal? Utredning i særområdet Økonomisk Styring. NHH.
- Ersland, G.A. (1995): *Kino*. Eide forlag, Bergen.
- Film & Kino (1996:2): Kino på kjøpesenteret (s.42-43)
- Film & Kino (1999:3a): Besøksutvikling 1971-1998 (s.34)
- Film & Kino (1999:3a): Driftsresultater ved kommunale og ikke-kommunale kinoer 1998 (s.43)
- Guy, S. og Marvin, S. (1999): Understanding sustainable cities: competing urban futures. *European Urban and Regional Studies*, vol.6 (268-275).
- Grabher, G. (1993): *The embedded firm. On the socioeconomics of industrial networks*. Routledge, London.
- Harvey, D. (1990): *The condition of postmodernity*. Blackwell, Cambridge.
- Hayter, R. (1997): *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*. John Wiley & Sons, New York.
- Hillestad, A. (1991): *Kino i Norge. I dag – i morgen*. Norsk kino og Filmfond
- Knox, P. (1995): *Urban social geography*. Longman.
- Krugman, P.R. (1991): *Geography and trade*. MIT Press, Cambridge
- Jakobsen, S-E. (1999a): Development of local capitalism in Norwegian fish farming. *Marine Policy*, vol.23 (117-130).

Jakobsen, S-E. (1999b): Lokaliseringen av næringslivet i Bergen. *SNF-rapport 21/99*, Bergen.

Langlois, R.N. og Robertson, P.L. (1995): *Firms, markets and economic change. A dynamic theory of business institutions*. Routledge, London.

Lash, S. og Urry, J. (1994): *Economies of signs and space*. Sage Publications, London.

Lommerud, K.E. (1992): Endogen vekstteori og Porter-konseptet: Motsetningsforhold eller to sider av samme sak ? *SNF- arbeidsnotat 87/92*, Bergen.

McQuail, D. (1987): *Mass Communication Theory*. Second edition. Sage, London.

Odelstingsproposisjon nr.20 (1986-87): Instilling fra kyrkje- og undervisningsnemda om lov om film og videogram.

Osland, O. (1995): Kulturfeltet i storbyene. *SNF-rapport 34/95*, Bergen.

Paddison, R. (1999): Decoding decentralisation: The marketing og urban local power? *Urban Studies*, vol.36 (107-119).

Porter, M.E. (1985): *Competitive advantage*. Free Press, New York.

Porter, M.E. (1990): *The competitive advantage of nations*. Macmillan Press, London.

Sandmo, A. og Hagen K.P. (red) (1992): *Offentlig politikk og private incitamenten*. Tano, Bergen.

Stortingsforhandlinger (1986-87): Forhandlinger i Odelstinger nr.15 (s.193-232)

Strømme Svendsen, A. (1994): *Kulturøkonomi*. Rogaland Mediesenter,

Willbergh, I. og Asbjørnsen, D. (1998): Én kino – flere biografier. Struktur og repertoar hos de skandinaviske hovedstadskinoene. Insitutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

#### **Web-referanser:**

[www.filmweb.no/bergenkino/fakta/](http://www.filmweb.no/bergenkino/fakta/)

[www.bergens-tidende.no/vis.html?id=48839](http://www.bergens-tidende.no/vis.html?id=48839)