

Notat om kinoenes situasjon

Innledning:

Kinoene i Norge har over tid vært et av de mest populære kulturtilbudene, men har i de siste årene vært preget av en nedgang i besøkstall. I 2024 ser vi at flere faktorer har påvirket kinoenes besøkstall. Dette notatet tar for seg kinoenes situasjon i 2024, med utgangspunkt i kjente fakta om besøkstall, økonomi og relevante undersøkelser, samt faktorer som har bidratt til den svake utviklingen i kinobesøkene.

Kinobesøk i 2024:

Ifølge flere uavhengige undersøkelser, blant annet SSB's Kulturbarometer for 2023, er kino fortsatt det mest benyttede kulturtilbudet i Norge, men besøkstallene har vært noe synkende de siste årene. I 2023 gikk 65 % av befolkningen på kino, en økning fra 2022, men fortsatt lavere enn nivåene før pandemien. I 1991 gikk omtrent 60 % av befolkningen på kino, mens andelen var oppe i 75 % i 2019, før den falt dramatisk under Covid-19-pandemien, og ikke helt har kommet tilbake til tidligere nivåer.

Antall kinobesøk per innbygger har også gått ned. På 1990-tallet var gjennomsnittet omtrent fire besøk per år, men dette tallet har falt til rundt 2,1 besøk per innbygger i 2023. Ungdom og unge voksne, som tradisjonelt har vært de mest ivrige kinogjengerne, har også redusert sitt kinobesøk betydelig. I aldersgruppen 16–24 år har antallet kinobesøk falt fra 12 per år i 1991 til 2,9 besøk i 2023.

Faktorer som påvirker kinobesøket:

1. Covid-19-pandemien og dens langvarige effekter:

Pandemien hadde en kraftig negativ innvirkning på kinoene på kort sikt. Mange kinoer måtte stenge, og når de åpnet igjen var de underlagt strenge smittevernrestriksjoner som begrenset antall besøkende. Selv om besøkene har økt betydelig igjen, har de ikke kommet tilbake til nivåene før pandemien. Selv etter pandemiens slutt ser vi at vanene rundt kinobesøk kan bli vanskeligere å gjenopprette, spesielt blant yngre målgrupper. Pandemien medførte i tillegg at en rekke filmproduksjoner og -lanseringer ble utsatt. Dette gjaldt både norske og utenlandske produksjoner.

2. Konkurransen fra digitale strømmetjenester:

En av faktorene bak det reduserte kinobesøket kan være konkurransen fra internasjonale strømmetjenester som Netflix, Max og Disney+. Med et stadig økende utvalg av filmer og serier tilgjengelig på digitale plattformer, har mange kinogjengere valgt å se flere filmer hjemme fremfor å gå på kino. Den digitale transformasjonen har endret folks medievaner, og flere enn tidligere har nok ventet på at filmer skal bli tilgjengelige online fremfor å betale for

kinobilletter. Samtidig viser det seg at de som konsumerer mest film gjør dette både på kino og på hjemmekino, så en kan ikke konkludere med at strømmetjenestene har erstattet kinoen som arena for å se film.

3. Endringer i filmtilbudet og markedsføring – storstreik i Hollywood:

Filmtilbudet har også endret seg de siste årene. Hollywoods store og dyre filmproduksjoner, spesielt i sjangeren superhelter og franchise-filmer, har dominert kinomarkedet, mens det har vært færre nye filmer med originalinnhold som tiltrekker et bredere publikum. Når vi i tillegg sommeren og høsten 2023 fikk historiens lengste og mest omfattende streiker i Hollywood, som lammet filmstudioene, har mangelen på innhold å vise for både norske og internasjonale kinoer vært betydelig. Dette har ført til at enkelte kinogjengere føler at filmutvalget er mindre variert og interessant, noe som har ført til at enkelte i større grad velger å ikke gå på kino.

4. Økonomiske utfordringer for kinoene:

Økonomisk har kinoene de siste årene slitt med høyere driftskostnader, som følge av økte strømpriser, vedlikehold av kinobygg og lønnsutgifter. Mange kinoer har vært avhengige av en stabil strøm av filmtilbud for å opprettholde økonomien, men med de omtalte streikene som har medført synkende besøkstall, har mange kinoer hatt problemer med å opprettholde lønnsomhet. Spesielt små kinoer i distriktene har hatt utfordringer med å tiltrekke et stort nok publikum for å dekke kostnadene, noe som har ført til at nedleggelse har blitt vurdert eller at reduserte åpningstider har blitt innført for flere kinoer.

5. Demografiske endringer:

En annen utfordring for kinoene er endringer i demografiske mønstre. Den norske befolkningen har blitt eldre, og kinoene har sett en økning i kinobesøk blant eldre grupper, men ungdom og unge voksne har redusert sitt kinobesøk. Ifølge Kulturbarometeret for 2023 har den største nedgangen i kinobesøk kommet blant aldersgruppen 16–24 år. Dette kan delvis forklares med endrede medievaner, hvor denne aldersgruppen i større grad konsumerer film og TV-serier via digitale plattformer.

Kinoenes økonomi i 2024:

Den økonomiske situasjonen for kinoene har vært spesielt utfordrende i 2024. For mange kinoer har inntektene fra kinodriften ikke vært tilstrekkelige til å dekke de økte driftskostnadene. Selv om billettprisene har økt, har dette ikke vært nok til å kompensere for det generelt lave besøkstallet. Flere kinoer har hatt problemer med å opprettholde rentabilitet, og spesielt de mindre kinoene i distriktene har hatt økonomiske vanskeligheter.

Større kinoer som tilhører kjeder som Nordisk Film Kino og ODEON Kino, men også større kommunalt eide kinoer, har klart å tilpasse seg endringene ved å tilby bedre fasiliteter som komfortable seter, premium-kinosalkonsepter og økt fokus på mat- og drikkevarer, for å tiltrekke seg et mer betalingsvillig publikum. Likevel er det en økende avhengighet av store Hollywood-produksjoner, noe som gjør kinoene sårbare for svingninger i filmmarkedet.

Fremtidige utsikter og muligheter:

Kinoenes situasjon i 2024 er utfordrende, men vi er heldigvis i en brytningstid til det bedre. Forventningene for 2025 er at kinobesøket vil øke med 25 % på landsbasis, særlig som følge av et økt filmtilbud fra Hollywood og flere større norske filmer det kommende året. Filmindustrien har startet å tilpasse seg endringene i mediemarkedet, med økt fokus på produksjon av innhold som appellerer til både det brede publikum og spesifikke målgrupper. I tillegg ser vi en strategisk endring fra de store filmstudioene med eksklusiv lansering av film på kino før de når hjemmemarkedet via strømmetjenestene. Dette vi bidra til å igjen tiltrekke flere kinogjengere i årene som kommer.

I tillegg er det potensiale for kinoene å finne nye forretningsmodeller, som for eksempel økt satsing på kino-opplevelsen, konferansemarkedet, events, live-forestillinger og sammensatte kulturopplevelser som kan tiltrekke et nytt publikum. Kinoene kan også spille en viktig rolle i å formidle film som en kollektiv opplevelse, i motsetning til den mer individualiserte strømmeopplevelsen hjemme.

Konklusjon:

Kinoene i Norge står i 2024 overfor en rekke utfordringer, både når det gjelder besøkstall og økonomi. Konkurransen fra digitale strømmetjenester, endringer i filmtilbudet, den langvarige effekten av Covid-19-pandemien og økonomiske press er alle faktorer som har påvirket kinobesøket negativt. Selv om besøkstallene er lavere enn før pandemien, er det fortsatt et stort potensial for kinoene, spesielt hvis de kan tilpasse seg endrede medievaner, tilby et bredt og variert filmtilbud, og finne nye forretningsmodeller. Det er derfor grunn til å tro at vi de kommende årene vil se en positiv utvikling i kinobesøket igjen, som vil bringe besøkstallene på landsbasis i Norge tilbake på nivået vi har vært på 2000-tallet.

Film & Kino

Espen L. Pedersen

Espen Lundberg Pedersen
Administrerende direktør