



# Filmens grå eminenser: distributørene

## The Grey Eminences of Film: the Distributors

Eva Bakøy

*Professor, Institutt for kunst og medievitenskap, NTNU*

[eva.bakoy@ntnu.no](mailto:eva.bakoy@ntnu.no)

Marius Øfsti

*Stipendiat, Fakultet for audiovisuelle medier og kreativ teknologi, Høgskolen i Innlandet*

[olav.marius.ofsti@inn.no](mailto:olav.marius.ofsti@inn.no)

### Sammendrag

Denne artikkelen handler om film distribusjon i Norge i et historiske perspektiv. Formålet er å svare på følgende forskningsspørsmål: Hvordan har film distribusjonsbransjen utviklet seg i Norge og hvilke utfordringer står den overfor i dag? En samlet framstilling av denne utviklingen i artikkelform er ennå ikke skrevet, og den økende interessen for film- og TV-distribusjon som eget forskningsfelt gir et slikt arbeid faglig relevans. Det historiske perspektivet bidrar også til en større forståelse av det krevende omstillingsarbeidet som dagens film distributører står overfor. I dag eksisterer det betydelig usikkerhet om hvordan film distribusjonsbransjen i Norge vil utvikle seg i de kommende årene. Artikkelen analytiske perspektiv er basert på Edgar Scheins organisasjonsteori og Andrew Spicers begrep «negotiated dependencies» som framhever hvordan organisasjoner må tilpasse seg og forhandle med omgivelsene for å overleve. Artikkelen konkluderer med at den norske film distribusjonsbransjen har utviklet seg fra å være en integrert del av kinovirksomheten til å bli en separat virksomhet som formes av krevende forhandlinger med kinoene om filmleien, innføring av nye statlige lover og reguleringer, utfordringer knyttet til ny teknologi samt økonomiske og politiske kriser.

### Nøkkelord

film distribusjon, norsk filmhistorie, filmbyråene

### Abstract

This article is about film distribution in Norway. It addresses the following research questions: How has the film-distribution industry developed in Norway and what challenges does it face today? To date an overall presentation of this development in the form of an article has not been written, and the growing interest in film/TV distribution as a separate research field lends such work academic relevance. The historical perspective also contributes to a greater understanding of the challenges faced by today's film distributors. The analytical perspective of the article is based on Edgar Schein's organization theory as well Andrew Spicer's concept of negotiated dependencies. Both emphasize how organizations have to adapt to the environment in order to survive. The main body of the article argues that the Norwegian film-distribution business has developed from being an integral part of cinema operations to becoming a separate industry mainly shaped by demanding negotiations with the cinemas about film rentals, changing state laws, regulations and challenges related to new technology, and economic and political crises.

### Keywords

film distribution, Norwegian film distribution, film history

## Innledning

«Medieforskerne har vært lite opptatt av filmdistribusjon. De fleste studiene har dreid seg om tekst, produksjon og publikum.» Slik åpner de fleste vitenskapelige studier om filmdistribusjon. I dag er dette en sannhet med modifikasjoner. De teknologiske mulighetene som digitaliseringen bringer med seg, har utfordret den tradisjonelle måten å distribuere film på. Kinoen, som lenge var det primære stedet for filmvisninger, har fått skarp konkurranse fra de mange TV-kanalene, strømmetjenestene og nettpiratene. De etablerte filmdistributørene er i villrede, og ordet krisetilstand har blitt brukt. Kriser er som kjent noe som skaper oppmerksomhet, og distribusjon har nå etablert seg som et eget forskningsfelt innen mediavitenskapen.

Filmdistribusjon defineres gjerne som mellomleddet mellom filmprodusent og visningsledd med ansvar for at filmene finner et publikum. Det innebærer innkjøp av visningsrettigheter, markedsføring, inngåelse av avtaler med forskjellige visningsplattformer, oppbygging og forvaltning av videokataloger samt å fordele visningsinntekter til ulike interessenter. Distributørene kan også bidra til finansieringen av en film, og være delaktige i utviklingen av filmprosjekter. Det har blitt påpekt at distributørenes innflytelse på et prosjekt kan være svært omfattende (Wasko, 2003, s. 84). I artikkelen «Rethinking distribution for the Future of Media Industry Studies» (Perren, 2013, s. 166–167) argumenteres det for å gjøre beskrivelse av forskningsfeltet bredere enn den tradisjonelle forståelsen av filmdistribusjon som er nevnt ovenfor. Hun ønsker blant annet å inkludere piratkopiering, fildeling, egendistribusjon samt distribusjon av film via arkiver, bibliotek, museum, ideelle organisasjoner etc. Perren framhever videre at filmdistribusjonsfeltet har blitt mer omtalt i forskningspublikasjoner enn det man umiddelbart skulle tro, idet emnet ofte drøftes som en del av større filmindustriprosjekter. Dette gjelder for eksempel en rekke studier av Hollywoodindustriens vei mot å bli et verdensomspennende distribusjonsnettverk (Balio, 2013; Miller et al., 2012; Wasko, 2003). Det er for øvrig Hollywood som har vært det dominerende feltet innen internasjonal filmdistribusjonsforskning, og studier av mindre uavhengige selskaper har følgelig blitt etterspurt (Crisp, 2015, s. 33–56).

Denne artikkelen handler om filmdistribusjon i Norge i et historiske perspektiv. Formålet er å svare på følgende spørsmål: Hvordan har filmdistribusjonsbransjen utviklet seg i Norge og hvilke utfordringer står de overfor i dag? En samlet framstilling av denne utviklingen i artikkelform er ennå ikke skrevet, og den økende interessen for film- og TV-distribusjon som eget forskningsfelt gir et slikt arbeid faglig relevans. Det historiske perspektivet bidrar også til en større forståelse for det krevende omstillingsarbeidet som dagens filmdistributører står overfor. I dag eksisterer det stor usikkerhet om hvordan filmdistribusjonsbransjen i Norge vil utvikle seg i de kommende årene.

Artikkelens første del redegjør for kildegrunnet for historien om norsk filmdistribusjon slik som den presenteres her. Disse kildenes egenart innbyr til en historiefortelling basert på et emisk perspektiv. Dette perspektivet bestreber seg på – så langt det lar seg gjøre – å gjengi en kulturell virkelighet slik den erfares og beskrives av medlemmene i et bestemt samfunn (Eriksen, 1991). Siden denne artikkelen handler om de lange linjene i distribusjonsbransjens utvikling, gis det store antallet distribusjonsselskaper som har eksistert opp igjennom tidene, begrenset omtale. Kun de som har spilt en særlig rolle i utviklingsprosessene har blitt viet oppmerksomhet. Søkelyst rettes i stedet mot sentrale utfordringer som bransjen til enhver tid måtte forholde seg til.

## Analytisk perspektiv

En av de viktigste bidragsyterne til organisasjonsteori, Edgar Schein, understreker at det er to hovedutfordringer ethvert selskap må håndtere for å fungere: Den ene utfordringen handler om tilpasning til omgivelsene for å sikre overlevelse og vekst. Den andre er å sikre intern integrering for å kunne fungere på en smidig måte fra dag til dag (Schein, 2004, s. 17). Å studere det indre liv i distribusjonsselskapene ligger som allerede antydning utenfor denne artikkelens nedslagsfelt. Det er med andre ord den norske distribusjonsbransjens forhandlinger og tilpasning til sentrale historiske aktører og samfunnshistoriske hendelser som vil bli diskutert. Dette innebærer et søkelys på det som har blitt kalt mediebransjens «negotiated dependencies» (Bakøy et al., 2017, s. 310) som omhandler de aktører som mediebransjen må forhandle med og hvor maktforholdet ofte kan være skjevt i medieselskaperes disfavør (Bakøy et al., 2017, s. 328). Innenfor denne analytiske rammen vil fem ulike spor bli fulgt opp: (1) Siden filmdistributørene i Norge med få unntak er og har vært rene kommersielle aktører, utgjør tvister og kriser av økonomisk art en stor del av erfaringene som formidles i kildematerialet. Her peker kinoene seg ut som kanskje den viktigste forhandlingspartneren for filmdistribusjonsbransjen. Stadige sammenstøt omkring nivået på filmleien går som en rød tråd gjennom kildematerialet. (2) Det andre sporet handler om statlige lover og forordninger som griper inn i distribusjonsbransjens virksomhet og styrer den i bestemte retninger. (3) I forlengelsen av de to foregående sporene ligger dannelsen av bransjeforeninger for å sikre distributørenes interesse. (4) Det fjerde sporet er opptatt av konkurransen på det norske distribusjonsmarkedet hvor konflikter mellom norske og amerikanske distribusjonsselskaper til tider har skapt gnisninger. (5) Spor nummer fem handler om det som her har blitt kalt den bredere samfunnshistoriske konteksten og hvordan denne påvirker filmdistribusjonen i Norge. Her spiller de økonomiske konjunktorene og de teknologiske nyvinningene en avgjørende rolle sammen med de store politiske omveltningene som i denne sammenheng i første rekke handler om den andre verdenskrig.

## Kildegrunnlaget

Denne artikkelen bygger både på primære og sekundære kilder. Siden artikkelens ambisjon er å dekke et tidsrom på vel 120 år, vil framstillingen fram til ca. 2015 i stor grad være basert på sekundærkilder. Som nevnt innledningsvis har norsk filmhistorisk forskning vært lite opptatt av distribusjonsbyråenes historie. De få sekundærkildene som finnes, er derfor journalistiske arbeider med den usikkerhet dette medfører når det gjelder den historiske etterretteligheten. Det dreier seg i hovedsak om to lite kjente utgivelser skrevet på oppdrag av *Norske Filmbyråers forening*, som ble omdøpt til *Filmdistributørforeningen* i 2015 (Berge, 2014). Begge bøkene påpeker innledningsvis at de i hovedsak er å betrakte som talerør for bransjen, herav det emiske perspektivet. Dette betyr i første rekke byrålederne som er de som har satt flest spor etter seg i kildematerialet. Ellers har publikasjonene ganske ulik karakter. Den første utgivelsen heter *Den store illusjonen: filmbyråenes historie* (Disen, 1997), og er uten tvil den mest interessant og ambisiøse publikasjonen som finnes om norsk filmdistribusjon. Den redegjør for den norske distribusjonsbransjens historie fra filmmediets spede begynnelse fram til det år boken ble tilgjengelig for publikum. Framstillingen bestreber seg på å sette distribusjonsselskaperne, eller som de lenge het, filmbyråenes<sup>1</sup> historie inn i en større samfunnsmessig kontekst. Den er rikt illustrert og bygger på et omfattende kildemateriale som inkluderer intervjuer, avisartikler, årsberetninger og tids-

1. Denne artikkelen vil bruke benevnelsene filmbyråene og distribusjonsselskaperne om hverandre.

skriftartikler med mere (Disen, 1997, s. 276–278.) Boken er på sitt beste når den omtaler bransjeforeningenes forhandlinger med sentrale interessenter. Den gir også et godt innblikk i hvilke enkeltaktører som har satt sitt særlige preg på bransjen. Omtalen av de ulike byråene derimot, er i hovedsak knapp og uten refleksjoner av mer prinsipiell art. Atten år senere, nærmere bestemt i 2015, kom oppfølgeren *Filmbyråenes historie: Fra film til fil* (Haddal & Hoenvoll, 2015). Studien innledes med fire relativt korte kapitler som tar for seg endringer i bransjen, som for eksempel digitaliseringen av kinoene, men den lar seg best beskrive som en intervjubok basert på relativt kortfattede samtaler med lederne av diverse filmbyråer. Noen intervjuguide presenteres ikke, og bokens innledning understreker da også at boken hverken er en historisk studie eller et journalistisk arbeid, «men en avspeiling av filmdistributørenes selvoppfatning. Et jubileumsskrift som ikke skyr unna problemene, men som heller ikke tar sikte på å grave dypt i de uunngåelige konflikter som all menneskelig virksomhet medfører» (s. 7). Til sammen utgjør de to bøkene et interessant, men begrenset kildemateriale. Dette innebærer at når det gjelder den videre forskningen på filmdistribusjonen i Norge gjennom tidene, finnes det et behov for å gjennomgå samtidige primærkilder.

Foruten disse to bøkene, finnes kun en håndfull publikasjoner som lar seg beskrive som forskningsarbeid knyttet til norsk filmdistribusjon. Disse omfatter en artikkel om filmpioneren Jens Christian Gundersen (Iversen, 2007), et bokkapittel om filmdistribusjon under krigen (Helseth, 2013) og en artikkel fra 1991 om filmdistribusjon etter krigen (Klevjer Aas, 1991). Enkelte arbeider som primært handler om kinodrift, inkluderer også betraktninger om filmdistribusjon (Asbjørnsen & Solum, 1998; Evensmo, 1992). I tråd med dagens interesse for distribusjon i kjølvannet av ny teknologi, har spørsmålet om digitaliseringen har ført til et mer mangfoldig filmtilbud blitt diskutert (Gaustad et al., 2018; Gaustad, 2017). I tillegg finnes en rekke masteroppgaver som studerer filmdistribusjon fra ulike vinkler: *Hollywood in Norway: Distribution and Repertoire* diskuterer Hollywoodfilmens dominans i Norge (Skei, 2010). En annen oppgave studerer reaksjoner i forbindelse med digital film- distribusjon på kino og video-on-demand (Osmundsen, 2010), mens masteroppgaven *Den nye kinoen: Digitaliseringen av norske kinoer 2010-2011* (Øfsti, 2011) omfatter en kort gjennomgang av norsk distribusjonshistorie samt et kapittel om filmdistributørenes reaksjoner på digitaliseringen av kinoene. Dertil finnes en populærvitenskapelig artikkel om filmleiens historie og utvikling (Kinomagasin, 2014).

Etter 2015 suppleres framstillingen med flere primærkilder i form av semi-strukturerte intervjuer med sentrale aktører i en rekke norske filmbyråene, tall fra Film & Kino og et utvalg offentlige utredninger. Tall fra 2014 angir at det er ca. 14 distribusjonsselskaper i Norge med til sammen ca. 100 ansatte (Ryssevik et al., 2014, s. 11). Disse selskapene lar seg dele i tre grupper: Datterselskap til store Hollywoodbaserte mediekonsern, datterselskap til store nordiske mediekonsern og uavhengige distribusjonsselskaper. Selskapene som ble valgt til å delta i undersøkelsen, tilhører de to sistnevnte gruppene. Dette gir en mulighet til å få øye på noen av variasjonene som finnes i bransjen. Det er nemlig betydelige forskjeller i utfordringene som de små uavhengige selskapene står overfor og de selskapene som kan dra økonomisk fordel av å være en del av et stort mediekonsern. I 2016 ble intervjuer gjennomført hos disse selskapene: *SF Norge*<sup>2</sup> som er eid av det svenske selskapet *Bonnier*, *Nordisk Film Distribusjon AS* som er en del av det danske mediekonsernet *Egmont*, de to norske aksjeselskapene *Norsk film distribusjon AS* og *Euforia AS*, samt *Cinenord/Sharing* som er et norsk filmproduksjonsselskap som har utviklet sin egen distribusjonsgren. *SF Norge* har i

2. *SF Norge* skiftet i 2016 navn til *SF Studios*.

det siste tiåret vært et av de største distribusjonsselskapene i Norge. I 2019 hadde selskapet en markedsandel på 23,5 %. Nordisk Film Distribusjon hadde samme år en markedsandel på 18,5 %, og var det tredje største byrået etter Hollywoodselskapet (*United International Pictures*). Nordisk var imidlertid klart størst på lokal film og hadde to tredjedeler av besøket på norske filmer. *Cinenord/Sharing* hadde en markedsandel på 1,2 % og *Euforias* andel dette året ble av Film & Kino bare regnet blant «andre» (Film & Kino, 2017).

## Den norske distribusjonsbransjens historie

### Pionertiden 1896–1910: åpent marked og vertikal integrasjon

I filmens tidligste fase i Norge fantes ikke filmvisning og filmdistribusjon som separate virksomheter med egne aktører. De første filmvisningene ble lagt inn som en del av revyteatrenes programmer, og filmene ble som oftest brakt til landet av utlendinger som reiste rundt med filmene de disponerte. Det var ikke uvanlig at disse omreisende aktørene også stod bak selve filmproduksjonen, og det hendte at de også hadde laget sitt eget framvisningsutstyr. Det var med andre ord flytende grenser mellom teknikkutvikling, produksjon, visning og distribusjon i filmens tidlige historie, og i enkelte tilfeller ble alle disse oppgavene utført av en og samme person. Et eksempel på dette er virksomheten til de to tyske brødrene Skladanowsky som var de første som viste film i Norge. Max Skladanowsky hadde begynt å ta opp film med sitt eget kamera allerede i 1892, og i 1895 hadde han greid å bygge en filmprojektor som han kalte Bioscop (Evensmo, 1992, s. 17). Den 6. april 1896 stod han og hans bror bak Norges første filmprogram. Det ble vist på den populære revyescenen Circus Varieté i Kristiania (Evensmo, 1992, s. 17; Disen, 1997, s. 16).

Med etableringen av egne kinolokaler – allerede i 1911 eksisterte det ca. 150 kinolokaler i Norge (Evensmo, 1992, s. 44) – ble det stadig viktigere å sørge for en stabil tilførsel av film. Kinoeierne kjøpte filmene sine direkte fra produksjonsselskapene i en rekke land eller fra salgsganter som kom til Norge som representanter for de ulike filmprodusentene. De fleste filmene som ble vist på de norske kinoene, ble formidlet gjennom agenter i København som f.eks. *Scandinavian Film Agency A/S* som hadde innkjøpskontorer i New York, London og Roma (Disen, 1997, s. 37). Betalingen for filmene var basert på meterpris. Norge var på denne tiden et åpent marked og agentene kunne fritt selge varene sine over hele landet. Det hendte riktignok at enkelte kinoeiere avtalte seg imellom om ikke å vise samme film i samme by til samme tidspunkt. Hvis filmen var svært ettertraktet, forekom det likevel at den ble vist på flere kinoer samtidig (Iversen, 2004, s. 3). Noen av de norske kinoeierne opptrådte selv som agenter. Et eksempel er Jens Christian Gundersen. Han etablerte seg i den norske filmbransjen i 1907 med tre selskaper som til sammen kombinerte kinodrift med import og utleie av film og filmproduksjon. Samtidig fungerte han som agent for flere utenlandske filmproduksjonsselskaper. Han var blant annet såkalt generalagent for det amerikanske selskapet *Vitagraph company* (Disen, 1997, s. 35). Disse selskapene ønsket gjerne å selge filmene sine usett, men dette ville ikke de norske kinoeierne godta. Gundersen arrangerte derfor jevnlige visninger i Kristiania for mulige kjøpere (Iversen, 2007, s. 133).

Konsolideringsfasen 1910–20: markedet reguleres og filmbyråene etableres  
Etter en periode med stor grad av overlapp mellom produksjons-, distribusjons- og visningsleddet, ble det etter hvert opprettet tydeligere grenser mellom disse funksjonene. Et eksempel på dette er *Kristiania Tivoli* som i 1907 opprettet et eget filmbyrå ved siden av kinodriften. Det fikk navnet *A/S Tivolis Filmbureau* og dansken Asger Richard Petersen fikk til oppgave å lede byrået (Disen, 1997, s. 30). Etter 1910 ble flere separate filmbyråer

etablert. Et av disse var *International Films Kompani A/S* som ble grunnlagt av Halfdan Nobel Roede i 1910. Johannes L. Nerlien hadde allerede i 1908 etablert seg som en av de største leverandørene av film i Norge, og i 1917 grunnla han sitt eget filmutleiebyrå *Nerliens Filmbureau A/S*. I denne perioden etablerte også skandinaviske utleieselskaper seg i Norge, nærmere bestemt *AB Svenske Biografsteateret* som åpnet en filial i 1910, og det danske selskapet Fotorama som åpnet sin virksomhet i 1911. Med unntak av Nerliens byrå ble samtlige distribusjonsselskaper medlem av *Filmbureauenes landsforening* som ble stiftet i 1915 etter initiativ av Hugo Hermansen. Foreningen skulle jobbe for kinoenes og distributørenes fellesinteresser og ivareta bransjens gode navn og rykte (Disen, 1997, s. 24).

Økende press fra grupper som mente at film og kino kunne virke moralsk nedbrytende, bidro til Kinoloven av 1913. Den innførte statlig sensur på filmvisninger og Filmkontrollen ble etablert som det statlige sensurorganet (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 21; Evensmo, 1992; Iversen, 2011; Solum 2013). Filmbyråene godtok filmsensuren uten særlige protester, selv om dette betydde økte utgifter da de selv måtte betale for sensureringen. Sensuravgiften ble fastsatt på grunnlag av filmens lengde. I begynnelsen ble filmene ikke vurdert i forhold til alder, men barn fikk ikke se filmer som sluttet senere enn kl. 20.00. For å sikre Filmkontrollens godkjenning begynte mange byråer selv å klippe bort scener som de antok var for vågede.<sup>3</sup>

Kinoloven innebar også at det ble krevd kommunal bevilgning for kinodrift som nok en forsikring mot umoral (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 21; Evensmo, 1992; Iversen, 2011; Solum, 2013). Dette vekket selvfølgelig protester blant kinoeierne som henvendte seg både til Justisdepartementet og til Stortingets kirkekomite med påpekning om at «Kommunaliseringen kom til å ødelegge enkelte skatteborgeres hittil lovlig, drevne forretninger» (Disen, 1997, s. 42). Disse henvendelsene viste seg å være nytteløse og kommunaliseringen gikk sin gang. De mindre byene var først ute, mens Bergen, Trondheim og Stavanger fulgte etter mellom årene 1918 og 1920. Oslo kommune overtok kinodriften først i 1925 (Grønnestad, 1996) selv om det forelå et vedtak om kommunalisering allerede i 1918. Mange kinoeierne var som tidligere nevnt, også filmdistributører. Disse viste sin motstand mot de nyetablerte kommunale kinoene ved å høyne filmleien fra de vanlige 25 % av billettinntektene til 30 %.<sup>4</sup> De kommunale kinoene svarte på økningen av leien med å etablere *De kommunale kinematografers landsforbund* (KKL) i 1917. Det nye forbundet ønsket å begrense filmleien til 20 %.

I tillegg ble det lagt planer for å etablere en egen filmsentral eller filmutleiebyrå for de kommunale kinoene. Dette førte til skarpe reaksjoner fra *Filmbureauenes landsforening*. Den truet med boikott av aktører som ville leie film fra eller tegne aksjer i det nye selskapet. Trusselen ble virkeliggjort overfor en rekke kommunale kinoer i Sør-Norge. Det ble gjort forsøk på mekling i samarbeid med KKL, men da dette ikke førte fram, grep handelsminister Birger Stuevold-Hansen inn, og formante byråforeningen om å gjenoppta forhandlingene. Boikotten opphørte en kort periode, men begynte igjen da *Kommunenes Filmcentral* (KF) ble konstituert i 6. mai 1919 (Evensmo, 1992, s. 108; Disen, 1997, s. 70).

*Kommunenes Filmcentral* ble grunnlagt på et oppkjøp av *Nerliens filmbyrå A/S*. Dette innebar at KF overtok et betydelig filmlager, et velutviklet laboratorium, samt byråets direktør, Gunnar Fossberg som ble regnet som en faglig kapasitet. Filmcentralens første oppgave

3. I 1921 fikk man 16 årsgrense på filmer. Dette betydde at flere filmer slapp igjennom nåloyet til *Filmkontrollen*. I 1953 ble sensuren tredelt med 7, 12 og 16 års grenser. I 1969 ble disse supplert med 5 og 18 års grenser i tillegg til at foresatte kunne ta med seg barn som var 3 år yngre enn de fastsatte grensene (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 23).

4. Filmleien er det beløpet som kinoene betaler til distributørene for å vise en film. Den utgjør en prosentandel av kinoenes billettinntekter. Denne betalingsmåten ble innført rundt 1915. Som tidligere nevnt, i filmbransjens første år betalte kinoene filmleie basert på meterpris (Haddal & Hoenvoll, 1915, s. 27).

var å forsyne kinoene som ble boikottet, med film. Det ble opprettet kontakt med store, amerikanske, franske og tyske selskaper. Denne strategien ble en suksess og bidro til at blokaden ikke ble effektiv, og i 1920 ble den opphevet (Disen, 1997, s. 98). Etter hvert som det ble klart at målet med KF ikke var å etablere et monopol på filmutleie, men operere i samarbeid med de private aktørene, roet gemyttene seg. I 1923 ble KF medlem av byråforeningen (Disen, 1997, s. 71).

Virksomheten til *Kommunenes Filmcentral* inkluderte både filminnkjøp og utleie, laboratoriefasiliteter samt filmproduksjon. KFs innkjøpspolitikk handlet på den ene siden om å ta hensyn til det brede publikum, og på den andre siden om å distribuere filmer av kunstnerisk og oppdragende verdi. På denne bakgrunn har det blitt spekulert i om KF førte med seg en større bredde i tilbudet på norske kinoer enn hva som hadde vært tilfelle dersom det kun var private, profittsøkende aktører på markedet (Nøkleby, 1980).

### 1920–1940: etablering av amerikanske selskaper, krisetider og lydfilm

Under første verdenskrig var det høykonjunktur i Norge og filmdistributørenes inntekter økte i takt med det stadig voksende kinobesøket. Helt fram til de første årene etter slutten av første verdenskrig i 1918, gikk filmdistribusjonen primært gjennom norske filmbyråer (Disen, 1997, s. 75). Denne situasjonen kom imidlertid ikke til å vare. Begynnelsen av 20-årene ble preget av bankkrise, synkende kroneverdi, et økende antall tvangsauksjoner og stor arbeidsløshet (Emblem et al., 1997). Antall kinobesøk raste nedover, og mange av byråene som var etablert i bransjens oppgangstid, forsvant. Inntektene sank ytterligere med innføringen av 10 % luksusskatt på kinobillettene i 1920. Den ble trukket før byråene fikk sin del av billettinntektene fra kinoeierne (Kinomagasinets, 2014). I denne perioden gikk det heller ikke så bra for *Kommunenes Filmcentral*. Til tross for at de fleste kinoene i landet nå var kommunalisert og stod for 90 % av billettinntektene, greide selskapet så vidt å unngå konkurs mot slutten av 20-årene (Disen, 1997, s. 76).

20-tallet kjennetegnes ellers av at amerikanerne gikk over fra å benytte agenter til å etablere seg i Norge med egne aksjeselskaper. Disse selskapene var distribusjonsarmer til de store filmstudioene i Hollywood. Først ute var *United Artists A/S* som etablerte seg i Kristiania i 1922 med svensken Gustav Waldemar Boo som bestyrer (Disen, 1997, s. 79). Dette kontoret ble imidlertid nedlagt allerede i 1933-34. I 1923 ble *A/S First National Pictures* grunnlagt. Selskapets direktør ble Svein Aas som tidligere hadde vært ansatt i Nerliens filmbyrå. Senere fulgte *Film A/S Liberty* som skulle distribuere filmene til *Paramount*; *Universal Pictures of Norway A/S*, *Metro-Goldwyn-Mayer A/S* med flere. I tilknytning til denne utviklingen ble den gamle byråforeningen erstattet av *Norske Filmbyråers Sammenslutning* i 1931. Disen beskriver den nye sammenslutningen som et lukket forum hvor kun amerikanske selskaper og andre som drev med amerikansk film, fikk innpass. Han uttrykker i tillegg en viss usikkerhet om nyetableringen faktisk innebar at den gamle foreningen ble nedlagt (Disen, 1997, s. 122).

Mot slutten av 20-årene hadde den verste økonomiske nøden begynt å gi seg, og da lydfilmen ble etablert i Norge i 1929 med egne lydfilmlokaler, fikk kinobesøket et oppsving (Helseth, 2011). 30-tallet bød på nok en økonomisk krise med stor arbeidsløshet. Det verste året var vinteren 1933. Da var 18 prosent av hele yrkesbefolkningen, som omfattet begge kjønn og både lønnstakere og selvstendige næringsdrivende, arbeidsledige (Kjeldstadli, 2015). Store deler av befolkningen hadde dermed ikke råd til å gå på kino. I denne vanskelige tiden oppstod det ikke overraskende konflikter rundt filmleien som etter 1912 hadde blitt utbetalt i prosent av billettinntektene (Kinomagasinets 2014). I 1930 formet de amerikanske byråene sin egen interesseorganisasjon, og kom med krav om at filmleien måtte for-

høyes fra 25 % til 35 %. Begrunnelsen var at det var dyrere å produsere lydfilm enn stumfilm. Etter en del forhandlinger med KKL ble det bestemt at inntil videre skulle filmleien av ny lydfilm ligge på 30 %, lydfilmrepriser på 25 % og stumfilm på 25 %. Denne ordningen skulle vise seg å vare fram til 1945 (Disen, 1997, s. 105).<sup>5</sup>

Lydfilmen kom med et behov for undertekster. Etter mange klager over både teknikk og oversettelse av lydfilmer, ble dette en av sakene *Norske Filmbyråers Sammenslutning* behandlet i 1939. Hittil hadde det vært to selskaper som drev med teksting, men da det ene selskapet opphørte, diskuterte man muligheten for å danne sin egen virksomhet. Dette kom ikke til å skje da det gjenværende selskapet, *Filmtekst A/S*, kom med et svært gunstig tilbud. Samme år sendte sammenslutningen et brev til KKL for å indeksregulere filmleien, men dette kravet ble ikke innfridd. Introduksjonen av lydfilm innebar økte utgifter på flere måter. I lydfilmens tidlige fase sendte distributørene egne lydplater til kinoene. For denne forsendelsen krevde de sju kroner i betaling per plate for hver dag platen ble tatt i bruk. Byr med mindre enn 20 000 innbyggere slapp unna med halv pris. Kinoeierne mente imidlertid at med økningen av filmleien, burde byråene ikke kreve betaling for lydplatene, og plateleien falt bort allerede i 1931 (Disen, 1997, s. 105; Hanche, 2019).

Dette var ikke den eneste konflikten mellom kinoene og filmutleiebyråene på 30-tallet. Tradisjonen var at kinoene selv bestemte hva kinobillettene skulle koste. I løpet av 30-tallet hadde imidlertid flere kinoer begynt å arrangere såkalte billige og familievennlige kinoforestillinger på grunn av de dårlige økonomiske tidene. Disse visningene skulle i utgangspunktet kun tilby reprisefilmer, men det hendte at kinoer som konkurrerte med hverandre også bød fram premiefilmer til redusert pris. Dette førte til protester fra byråene. I 1938 ble det sendt et rundskriv til kinoene om at en voksenbillett ikke burde koste mindre enn en krone. KKL mente også at kinobransjen ikke var tjent med den priskrigen som hadde begynt å utvikle seg mellom kinoene. Da Sarpsborg kommune begynte med visninger for arbeidsløse til 25 øre, svarte byråene med leveransestopp, og visningene ble avlyst (Disen, 1997, s. 107).

#### Krigen 1940–45: nazistene styrer gjennom lisens og importgodkjenning

Tyskernes invasjon i Norge 9. april 1940 innebar selvsagt betydelige endringer i filmdistribusjonsbyråenes virksomhet. Josef Terboven ble straks utnevnt som øverste sivile leder av landet, og i hans følge var Wilhelm Müller-Scheld som hadde fått til oppgave å veilede og overvåke den norske film- og kinobransjen. Han samarbeidet med den norske filmskaperen Leif Sinding om en plan for statlig styring. Dette førte til at *Statens Filmdirektorat* ble opprettet 1. januar 1941 med Sinding som leder. Kinoloven av 1913 ble med dette oppløst, og Filmkontrollen ble nedlagt og erstattet av en person som skulle sørge for at filmenes innhold var i overensstemmelse med tidens krav (Helseth, 2007). Utleiebyråene fikk beskjed om å sende inn en liste over alle filmer de hadde til utleie og økonomiske betingelser knyttet til disse, og 27. mai 1941 ble det varslet om at det måtte søkes om lisens for å få lov til å fungere som filmutleier. Dette handlet selvsagt om få kontroll over bransjen, men man ønsket også å redusere antallet filmbyråer. Av 21 søknader, ble sju selskaper innvilget full lisens – deriblant *Kommunenes Filmcentral A/S*. Det ble også gitt beskjed som at all filmimport bare kunne skje etter importtillatelse fra *Statens Filmdirektorat*. Leif Sinding og hans medarbeidere reiste på innkjøpsrunder og fordelte deretter filmene mellom de autoriserte byråene. Først skulle filmenes spilleinntekter fordeles halvt om halvt mellom direktoratet og byråene, men etter hvert fikk sistnevnte hele beløpet under forutsetning av at de skulle brukes til

5. Hoenvoll oppgir leien til 32 % i 30-årene i et intervju publisert i kinomagasin (Kinomagasin, 2014).



produksjon av ny film (Disen, 1997, s. 124–136; Evensmo, 1992, s. 223–253; Helseth 2007; Helseth, 2013; Smogeli, 2015, s. 55–58 ).

Da krigen brøt ut, stoppet all levering av film fra England, Frankrike og USA, men tilgangen på film var ikke kritisk. Det fantes lagre av film, og filmimporten fra Sverige, Danmark, Tyskland og Italia fortsatte. Til tross for dette, sank filmimporten jevnt og trutt under krigen. Den nådde sitt laveste nivå i 1943 med 74 filmer hvorav flertallet var av tysk opprinnelse. Til sammenligning ble det i 1939 importert 363 filmer. Disen skriver at i kontrast til den tydelige motstanden som lærere, prester, idretten og finkulturen viste overfor tyskernes invasjon, var filmbyråenes reaksjoner langt mer moderate. Det ble gjennomført en boikottaksjon av filmvisninger i 1941, men effekten av denne varierte og gjorde seg sterkest gjeldende i Oslo-kinoene. Disens konklusjon angående filmbyråenes virksomhet under krigen er: «Fra leverandørens side, dvs. kinoene og byråene, fulgte man oppfordringene fra de nye myndigheter om å holde næringslivets hjul i gang (...) Kundene, kinopublikum, så det på samme måten. De holdt seg bare motvillig borte, og i beskjeden grad. Noe moro og avspenning måtte man ha, når radioene var innlevert og avisene kun brakte makthaverens nyheter» (Disen, 1997, s. 136).

Da freden kom 8. mai 1945, ønsket man å gå tilbake til forholdene slik de var før krigen så raskt som mulig. *Kultur og Folkeopplysningsdepartementet*, som var opprettet for å spre nazipropaganda, ble øyeblikkelig nedlagt. *Statens filmdirektorat* ble også oppløst sammen med autorisasjonsordningen for filmbyråene og andre lover og påbud som nazistene hadde innført. I juni samme år gjenopptok *Filmbyråenes sammenslutning* sin virksomhet og *Statens filmkontroll* samlet seg med sin gamle stab. Det ble nedsatt en granskingskommisjon for å finne eventuelle landssvikere i bransjen. Denne oppdaget snart at det ble vanskelig å definere hvor grensen gikk for landssvik, men alle ansatte med medlemskap i nazi-partiet ble avsatt og fikk i mange tilfeller fengselsstraffer. Sinding ble i 1950 dømt til fire års tvangsarbeid og fradømt stemmerett og vernerett i 10 år. *Kommunenes Filmcentral* og de private byråene kom ut av krigen med god økonomisk gevinst. Reduksjonen i antallet filmbyråer og den lave importen hadde skapt et selgers marked (Disen, 1997, s. 151).

#### 1945–1960: amerikansk press på filmleien og teknologiske nyvinninger

Utover 50-tallet steg kinobesøket jevnlig sammen med antallet importerte filmer. Toppen ble nådd i 1958 med hele 414 filmer. Amerikanske filmer var fortsatt populære, men møtte konkurranse av engelske og svenske filmer. Flertallet av de byråene som hadde vært i drift i 1940 gjenopptok arbeidet sitt, mange med samme stab som tidligere. Bransjen hadde imidlertid lenge vært preget av overetablering. Kinoene, med KKLs leder Kristoffer Aamot i spissen, mente at det ble importert langt flere filmer enn hva som var ønskelig, og at staten måtte gripe inn for å redusere antallet byråer. Som tidligere nevnt, hadde nazistene innført en autorisasjonsordning som begrenset antallet distributører, men da *Prisdirektoratet* i 1945 ba byråforeningen om å uttale seg om det var hensiktsmessig å forby dannelsen av nye selskaper og innføre en godkjenningsprosedyre, viste foreningen lite begeistret for forslaget og gikk inn for å beholde den frie etableringsretten (Disen, 1997, s. 60).

De første årene etter krigen var det forbud mot å importere tysk film, men publikum kunne igjen få se amerikansk og engelsk film på de norske kinoene. Det viste seg at regjeringen Nygaardsvold som var forvist til London under krigen, hadde gått til innkjøp av 20 engelske og vel 40 amerikanske filmer i løpet av krigsårene. *Kommunenes Filmcentral* fikk til oppgave å distribuere disse filmene, men etter et par måneder overtok de amerikanske byråene ansvaret for egne filmer. Selv om de internasjonale filmmarkedene nå var åpne, ble importen noe begrenset på grunn av valutarestriksjoner. *Norges Bank* stilte i de første etter-

krigsårene en begrenset mengde valuta til disposisjon for byråene. For å forvalte den tilmålte valutaen på mest mulig rettferdig måte, opprettet filmbyråene et *Importutvalg* som skulle fordele denne mellom byråene basert på byråenes import i perioden 1937–1939. Valutasituasjonen bedret seg i løpet av få år, og *Importutvalget* ble nedlagt i 1951 (Disen, 1997, s. 159).

De første årene etter krigen var preget av krevende forhandlinger om filmleien mellom *Kommunale Kinematografers Landsforbund* og de amerikanske distribusjonsbyråene. De sistnevnte truet gjentatte ganger med boikott om kravene deres ikke ble hørt. I 1945 hadde de største amerikanske filmselskapene *MGM*, *Paramount*, *Warner*, *Fox United Artists*, *Universal*, *Columbia* og *RKO* dannet *Motion Picture Export Association* (MPEA). Til sammen utgjorde disse selskapene 90 % av amerikansk filmproduksjon på denne tiden. Siden stadig mer av inntektene til disse selskapene var basert på eksport, ønsket de å samle seg for å skaffe den amerikanske filmen best mulig vilkår utenlands. Amerikanerne oppfattet den norske filmleien som svært lav, og etter flere forhandlinger og en avtale som kun varte ett år, ble det i 1947 avgjort at alle filmer skulle ha en filmleie på 30 % med en minimumsgrense på 25 kroner per film.<sup>6</sup> Kinoene måtte betale for sensureringen av filmene med 2 % av inntekten, men maksimum seks kroner per film (Disen, 1997, s. 157; Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 27).

I 1948 fikk *Filmbyråenes sammenslutning* konkurranse fra et alternativt forbund kalt *Frie Norske Filmbyråers forening*. Som tidligere påpekt, bestod sammenslutningen med få unntak av de amerikanske byråene og de byråene som representerte de store amerikanske produsentene. Den nye foreningen tok opp i seg flertallet av de private byråene. De to organisasjonene kom til å eksistere side om side i 25 år og samarbeidet om forhandlinger om filmleien. Den var i mange år basert på muntlige avtaler. En skriftlig avtale mellom KKL og byråene ble først undertegnet i 1953. Her ble den generelle leien satt til 40 %, men byråene fikk anledning til å utpeke såkalte superfilmer til høyere leie. MPEA-byråene kunne øremerke fem filmer til 45 % leie (Disen, 1979, s. 180; Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 28). For filmviser og andre filmer av folkeopplysende karakter som var unndratt luksusskatt, ble leien fortsatt satt til 30 %. KKL sa opp denne første skriftlige avtalen allerede i 1954. Kinoene ønsket å kvitte seg med superfilmene og en ny avtale ble inngått. Den bestemte at to filmer fra hvert MPEA-selskap kunne bli gjenstand for frie forhandlinger med kinoene om filmleien. Konflikten var imidlertid ikke løst med dette. De amerikanske byråene valgte filmer som de mente ville få stor publikumstilstrømning, mens KKL på sin side, kun ville akseptere høyere leie for filmer med betydelig kunstnerisk kvalitet (Disen, 1997, s. 181). De amerikanske byråene godtok etter hvert at KKL ikke sa ja til alle forslagene de kom med og gemyttene roet seg (Disen, 1979, s. 179–181).

50-tallet preges også av en rekke tekniske nyvinninger som fikk betydning for filmdistributørene. Tidlig i ti-året ble den brannfarlige nitratformen erstattet av acetatfilm. Dette førte til at byråene ikke lenger trengte å lagre filmene sine i eksplosjonssikrede lokaler. Det ble også mulig for dem å overlate filmforsendelsene til postverket. Et endelig forbud mot nitratform ble imidlertid ikke innført før i 1969. Sett med publikums øyne var det andre tekniske nyvinninger som var langt mer interessante. Widescreen og cinemascope kom til landet på 50-tallet og gjorde filmvisningene til en stadig mer altoppslukende opplevelse. I tillegg kom 70 millimeter film i bruk med magnetlyd på seks kanaler. Disse amerikanske nyvinningene ble utviklet i takt med at fjernsynet ble stadig mer populært i USA, noe som førte til at filmbransjen måtte tenke nytt for å få folk til å besøke kinoene.

6. Minsteleie var innført i 1935 med 25 kroner for voksenfilm og 15 kroner for barneforestillinger (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 27).

Mot slutten av 50-tallet, nærmere bestemt i 1958, var det ca. 30 filmbyråer i Norge. Kommunenes Filmcentral A/S var Norges desidert største filmutleiebyrå og distribuerte sammen med Fotorama 25 % av filmene.<sup>7</sup> De seks amerikanske selskapene og de 22 private byråene stod for henholdsvis 40 og 35 %. Inntektene var lenge gode for KF, men i 1962 kom negative tall. Det ble utviklet en rasjonaliseringsplan for virksomheten, og i 1968 hadde selskapet kvittet seg med sine tekniske avdelinger for å konsentrere seg helt og holdent om filmutleien (Disen, 1997, s. 201).

### 1960–1990: TV, video og kritiske Stortingsmeldinger

Nedgangen i inntektene til Norges største filmdistribusjonsselskap var i stor grad knyttet til innføringen av fjernsynet 1. august 1960. Mellom 1960 og 1970 falt kinobesøket med 47 %. På 70-tallet stabiliserte antallet besøk seg på 17–18 millioner, omtrent halvparten av toppåret 1956 (Disen, 1997, s. 225). En annen årsak til det sviktende kinobesøket, var den betydelige velstandsøkningen som gjorde det mulig for befolkningen å oppsøke andre fritidsaktiviteter enn kinoen.

Året før fjernsynet kom, ble det satt ned et utvalg som skulle lage retningslinjer for fjernsynets bruk av spillefilm. Det ble bestemt at fjernsynet skulle sende sine filmer etter kl. 21 for ikke å kolliderere med kinoenes forestillingstider. Utvalget anbefalte videre at distribusjonsbyråene måtte skaffe seg TV-rettigheter. Videre skulle alle filmene som fjernsynet ønsket å vise, sendes til KKL til godkjenning og fortrinnsvis kjøpes gjennom byrået som hadde kinodistribusjonen. Ellers tok *Norsk Rikskringkasting* i flere år hensyn til kinoene ved å vise lite spillefilm. Regelen var en film i uken – den såkalte mandagsfilmen (Disen, 1997, s. 203).

Det store inntektstapet førte filmbyråene ut i en krise. Det var ikke nok at kinobillettprisene økte med hele 95 % utover på 60-tallet, for det samme gjorde utgiftene. Prisen på å lage filmkopier hadde steget og fargefilmen som nå gjorde seg gjeldende for alvor, kostet dobbelt så mye å kopiere som svart-hvittfilm. Kopier av 70mm filmruller innebar enda høyere kostnader, og teksting av fargefilm var nok en ekstraavgift. For å lette det økonomiske trykket på kino- og distribusjonsbransjen, besluttet Stortinget å gi flere reduksjoner i skattleggingen for til slutt å oppheve all luksusskatt på filmutleie og kinoframvisning fra 1. januar 1969. Filmutleie fikk også fritak fra moms. Avgiftsreduksjonen ble gitt under forutsetning av at bransjen skulle gi et bidrag til *Norsk kino og filmfond* som ble opprettet i 1970, for å sørge for en god utvikling i kino- og filmvirksomheten og stimulere interessen for verdifull film. Byråene ville imidlertid ikke bidra til finansieringen av fondet, og det ble kinoenes oppgave å ivareta denne forpliktelsen (Disen, 1997, s. 224–225).

Opphevingen av luksusskatten betydde nye forhandlinger om filmleien. Distributørene og kinoene ble enige om å fordele gevinsten med en tredel til førstnevnte og to tredeler til sistnevnte. På vanlig film økte filmleien med 4,4 %. Byråene fikk anledning til å peke ut tre filmer hver for høyere leie, og for Oslo, Trondheim og Bergen ble det innført en ordning hvor de utvalgte filmene kunne få opptil 50 % leie. I 1974 uttrykte de amerikanske selskapene misnøye med avtalen. De hadde begynt å levere film fra flere produsenter som alle krevde en andel av filmleien. De mente også at det var på tide at de selv fikk bestemme hvilke filmer som skulle få høyere leie. De ønsket ikke lenger å være avhengige av KKLs kvalitetssikring. To år senere gikk de amerikanske byråene til leveringsstopp. De private, norske byråene var heller ikke helt fornøyde med tingenes tilstand, og i 1976 ble en ny avtale om filmleie undertegnet. Vanlige filmer fikk en leie på 35 %, mens de minste kinoene slapp

7. KF overtok aksjene til det danskeide selskapet *Fotorama* i 1930 (Disen, 1997, s. 72). *Fotorama* ble stengt i 1973 og KF ble det eneste kommunale filmutleiebyrået i Norge (Disen, 1997, s. 169).

unna med 25 %. Superfilmene fikk nå en leie på opptil 50 % på Oslokinoene, opptil 37 % i Bergen og Trondheim og opptil 28 % på de små kinoene rundt i landet (Disen, 1997, s. 228–229).

Til tross for de store utfordringene som distribusjonsbransjen måtte håndtere i på 60-tallet, holdt antallet byråer seg overraskende stabilt på rundt 20 selskaper. De amerikanske selskapene gjennomgikk riktignok flere endringer på grunn av mange oppkjøp og fusjoner i den amerikanske filmbransjen. I 1978 rapporteres det om at det i alt finnes 15 utleiebyråer i kontinuerlig drift i Norge, og at disse stod for 90 % av markedet. Bak dette tallet skjulte det seg to store amerikanske selskaper – *Cinema International Corporation A/S* og *I/S Columbia Warner*. Disse tok seg av virksomheten til datterselskapene til de store amerikanske studioene som riktig nok var registret som selskaper i Norge, men deltok ikke aktivt i import og utleie. Når det gjaldt de private norske selskapene, hadde halvparten av dem vært i drift siden 30-tallet<sup>8</sup>, og KF var fortsatt det eneste kommunale selskapet (NOU 1978: 31).

I 1973 ble de to interesseorganisasjonene som hittil hadde representert filmbyråene – *Filmbyråenes sammenslutning* og *Frie Norske Filmbyråers forening* – slått sammen til én forening. Den 12. november ble *Norske Filmbyråers Forening* stiftet. Som kommunalt byrå ble KF stående utenfor foreningen. For å kompensere for dette, ble det etablert et *Filmbyråenes fellesutvalg* som skulle fungere som et forum hvor alle byråene kunne ivareta sine felles interesser (Disen, 1997, s. 226).

I løpet av 70-tallet ble det produsert en rekke kulturmeldinger og filmmeldinger. Stortingsmelding 52, *Ny kulturpolitikk* (Kirke- og undervisningsdepartementet, 1974, s. 37), kritiserte distributørene for å nedprioritere de små kinoene på grunn av lav inntjening, og anmodet *Norsk filmråd* (statens rådgivende organ på filmområdet mellom 1969 og 1985) om å vurdere byråenes virksomhet rettet mot de minste kinoene. Rådet ble også bedt om å vurdere distribusjonsbyråenes praksis når det gjaldt lanseringsarbeidet, samt å foreta en kvalitetsevaluering av de siste års import av spillefilm. Fire år senere, i 1978, kom rapporten *Import og distribusjon av spillefilm* (NOU 1978). Den slo fast at forestillingen om at den frie etableringsretten for filmdistribusjonsbyråene ville sikre en bred og variert filmimport, ikke hadde slått til. Flertallet av byråene opptrådte som passive viderefremidlere av de filmene som de til enhver tid ble tilbudt av de produsentene som de hadde avtale med. Rapporten påpekte også at importen i hovedsak var preget av økonomiske interesser heller enn kvalitetshensyn. Denne vurderingen var basert på en kvalitetsmessig gjennomgang av 484 sensurgodkjente filmer importert i 1974–1975. Disse ble evaluert i forhold til idéinnhold, fortellemåte og helhetlig funksjon. Det siste punktet omhandlet grad av harmonisk forhold mellom form og innhold og samfunnsmessige funksjon i relasjon til datidens situasjon. Det viste seg at 8 % av filmene ble vurdert som dårlige etter samtlige kriterier. 38 % ble karakterisert som spekulative, 52 % ble oppfattet som ordinære filmer uten spesielle fortrinn og delvis med noen svakheter. 17 % av filmene ble vurdert som bra, men ujevne. Kun 12–13 % av importen fikk benevnelsen toppkvalitet. Det ble videre slått fast at de amerikanske byråene i gjennomsnitt hadde importert mer kvalitetsfilm enn de øvrige private byråene. Det ble påpekt at kinoene bidro til disse forholdene ved å foretrekke sjangerfilmer som man var trygge på at folk ville se. Dette innebar at de få byråene som hadde en tydelig kvalitetsbevissthet og satset på smalere filmer, raskt gikk i oppløsning. Byråene fikk dessuten igjen på pukkelen for at de var lite interesserte i småkinoene utover landet. Disse fikk filmene aller

8. De tolv private selskapene var: *Europafilm* (grunnlagt 1933), *Filmco* (grunnlagt 1939), *Fox film* (grunnlagt 1929), *Fram Film* (grunnlagt 1929), *Kontinental film A/S* (grunnlagt 1945), *Merkur film A/S* (grunnlagt 1936), *Norena Film* (grunnlagt 1937), *Radio Films A/S* (grunnlagt 1958), *Royal Films A/S* (grunnlagt 1975), *Syncron Film A/S* (grunnlagt 1937), *T&O Film A/S* (grunnlagt 1970), *Triangel Film A/S* (grunnlagt 1934) (NOU 1978: 31, s. 30).

sist, og de fikk heller ikke se alle filmene som ble importert. Byråene var heller ikke særlig aktive med markedsføringen når det gjaldt de mindre kinoene. Dette var selvsagt fordi byråene i hovedsak fikk overskuddet sitt fra de større byene (NOU 1978: 65–67).

80-tallet kom ellers til å bli preget av videobransjens framvekst. De første videobutikkene dukket opp i Norge mot slutten av 70-tallet, kort tid etter at videoformatene Betamax og VHS ble lansert på det norske markedet. Allerede i 1983 var videobransjens omsetning større enn kinoenes. Det skulle imidlertid ta tid før videodistribusjon ble en del av de etablerte filmbyråenes virksomhet. Skandinaviske forlag hadde i flere år jobbet fram mot det kommende videomarkedet, men da det eksploderte, var det nye, uavhengige og til dels useriøse aktører som kjøpte videorettighetene. Først ved overgangen til 1990-tallet da de to store videodistributørene *Mayco* og *Esselte* ble kjøpt av henholdsvis SF og CIC<sup>9</sup>, kan man si at videobransjen ble en etablert del av filmbransjen (Valle, 2009, s. 83).

### 90-tallet og videre: filmavtalens endelikt og digitale utfordringer

På 90-tallet ble kinoene utfordret at det stadig økende antallet fjernsynskanaler, men kino-besøket holdt seg overraskende stabilt. Gjennom hele 90-tallet kunne ca. 60 % av nordmenn mellom 9 og 79 år rapportere at de hadde vært på kino siste måned. Dette besøkstallet fikk til og med et oppsving utover på 2000-tallet og endte opp på 75 % i 2019 (Medienorge, 2020). Dette var gunstig for filmdistributørene som fremdeles fikk mesteparten av inntektene sine fra kinobesøk. Men 90-tallet kom til by på andre økonomiske utfordringer. Konkurransetilsynet hadde gjentatte ganger påpekt at filmavtalen mellom *KKL* og *Filmbyråenes landsforening* brøt med det gjeldende regelverket, men av kulturpolitiske årsaker var det blitt gitt dispensasjon. Begrunnelsen var at avtalen bidro til å sikre småkinoenes inntektsgrunnlag og et mer mangfoldig og kvalitetsorientert repertoar (Asbjørnsen & Solum, 1998; Kulturdepartementet, 2001). Etter en rekke forhandlinger om filmleien i siste halvdel av 90-tallet som medførte et stadig mer komplisert avtaleverk,<sup>10</sup> opphørte avtalen 19. oktober 2003 etter at det ble klart at slike avtaler også stred mot konkurransereglene innenfor EØS-avtalen (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 33). I dag er det slik at hver enkelt distributør etablerer egne avtaler med de ulike kinoene.

I 2001 ble det vedtatt å legge ned *Kommunenes filmsentral*, det ledende norske distribusjonsselskapet siden det ble etablert i 1919 (Nøkleby, 1980). Økonomien sviktet da selskapet to år tidligere hadde mistet verdifulle avtaler med de amerikanske selskapene *Fox* og *Buena Vista*, som nå etablerte seg med egne norske avdelinger. *KF* hadde dessuten allerede tapt sin sterke posisjon som distributør av norsk film til *SF Norge* og det skandinaviske selskapet *Sandrew-Metronome*. Sistnevnte hadde etablert seg i Norge i 1990 i form av selskapet *Norsk Filmdistribusjon A/S*. Den opprinnelige planen var å gjøre dette selskapet til distributørarm for det statlige produksjonsselskapet *Norsk Film AS* som også skulle gå inn som medeier i byrået. Stortinget stilte seg imidlertid avvisende til det foreslåtte samarbeidet. I stedet bestemte norske Schibsted seg for å investere i selskapet, men valgte å selge seg ut allerede i 2010 (Disen, 1997, s. 264–265; Øfsti, 2011, s. 35–40). Utover 90-tallet ble også det danske selskapet *Nordisk film* en viktig aktør på det norske distribusjonsmarkedet. De begynte å operere i 1997 i et samarbeid med *Sony*, men ble et eget selskap i 2003 (Øfsti, 2011, s. 40).

9. *Cinema International Corporation* (CIC) var et selskap som distribuerte *Paramounts* og *Universals* filmer på hjemmemarkedet blant annet i Norge.

10. Kinoene ble etter hvert delt inn i A-, B- og C-kinoer hvorav A-kinoene var i Oslo, Bergen og Trondheim. Gruppene fikk sine egne leiebetingelser i tillegg til økt leie på særlig populære filmer og premierefilmer (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 26–35).

I 2005 vedtok landsmøtet i Film & Kino å iverksette forsøk med digitalisering av norske kinoer. Et par år senere bestemte Stortinget seg for å bidra til utviklingen med 100 millioner kroner. Motivasjonen var å sikre at også de minste kinoene hadde økonomiske midler til å investere i dyrt digitalt utstyr. Bidraget var videre knyttet til en forventning om at digitaliseringen skulle føre til at distriktene ble sikret tidligere premierer på de største filmene og et mer differensiert filmtilbud. En forutsetning for den statlige støtten var at distributørene måtte bidra med 40 % av totalkostnadene. Begrunnelsen var at digitaliseringen kom til å føre til store besparelser for bransjen som dermed ble kvitt betydelige utgifter til kopiering, forpakning og forsendelse av store og tunge 35mm-ruller med film. Distributørenes bidrag skulle innkreves i form av en såkalt VPF (Virtual Print Fee). Denne beslutningen ble i hovedsak forhandlet frem i møter mellom Film & Kino<sup>11</sup> og de amerikanske distribusjonsbyråene. Avtalen med amerikanerne inneholdt en klausul om at ingen andre byråer kunne forhandle fram andre vilkår, noe som førte til at de ikke-amerikanske byråene følte seg overkjørte og kom med innsigelser. Dette fikk imidlertid ingen konsekvenser. Sommeren 2016 ble ordningen avvirket da distributørenes andel av digitaliseringskostnadene var nedbetalt (Haddal & Hoenvoll, 2015, s. 13–15; Øfsti, 2011, s. 44–45; Osmundsen, 2010).

Utbyggingen av bredbånd gikk raskt i Norge. I 2004 hadde 29 % av befolkningen tilgang. Da 2011 var over, hadde antallet økt til 83 % (Statistisk sentralbyrå, 2012). I kjølvannet av denne utviklingen kom filmstrømmetjenestene til landet. Med dette åpent det seg nok et nytt visningsvindu for filmdistributørene, men det oppstod også et problem. Distribusjonsselskapene hadde tjent gode penger på salg av DVD og Blu-ray. Men etter hvert som strømnetjenester som *Netflix* og *HBO* ble stadig mer populære, opplevde filmbyråene betydelige inntektstap. Etter 2013 har salget av DVD og Blu-ray stupt, og så langt har ikke inntektene fra de digitale tjenestene kunnet erstatte dette tapet (Gaustad et. al., 2018). De norske, uavhengige distribusjonsselskapene ble også berørt av at de mektige, internasjonale abonnementsbaserte strømnetjenestene foretrakk å forhandle med de store distributørene som kan tilby et stort antall filmer i samme avtale (Kulturdepartementet, 2015, s. 27–28). Dette førte til nedbemanning i filmbyråene som allerede hadde blitt slanket ved at deres tekniske medarbeidere som stod for kopiering av filmrullene, var blitt overflødige da digitaliseringen av kinoene var gjennomført (Ryssevik et al., 2014, s. 67). Den utilfredsstillende inntjeningen på de nye visningsvinduene har ført til at distributørene har redusert sine investeringer i norsk film. De ble med dette mindre attraktive samarbeidspartnere for filmprodusentene, og enkelte produksjonsselskaper har valgt å etablere egne distribusjonsgrener. Dette er delvis for å sørge for at egne filmer faktisk blir distribuert, men også for å sikre høyere inntekter ved salg ved å beholde filmrettighetene selv (Kulturdepartementet, 2015, s. 27–28). Denne utviklingen har bidratt til større konkurranse mellom de ulike byråene. Film-distribusjonsbransjen har også blitt berørt av de mange nettstedene som driver med piratkopiering av film. I 2015 gikk *SF* og *Norsk Filmdistribusjon* sammen med en rekke internasjonale produksjonsselskaper til søksmål mot norske internettleverandører som *Telenor*, *Get*, *Altibox*, *NextGenTel* med flere med en anmodning om å stenge ned ulovlige strømnetjenester som f.eks. *Pirate Bay*. Dommen gikk i favør av saksøkerne og nedstengningen ble gjennomført (Lekanger, 2015).

I dag er kinodrift distributørenes viktigste inntektskilde, men flere av deltakerne i intervjuundersøkelsen som ble nevnt innledningsvis, stiller seg kritisk til kinodriften etter digitaliseringen. Det hevdes at den økende tilgangen på film har ført til at kinoene overbooker filmer som de ikke markedsfører ordentlig, og tar av plakaten etter få visninger. Dette

11. *Kommunale Kinematografs Landsforbund* (KKL) skiftet navn til Film & Kino i 1998.

bidrar selvsagt til å redusere distributørenes inntekter.<sup>12</sup> Når det gjelder strømmetjenestene klages det over lav inntjening og at de mange visningsvinduene gjør det vanskelig å lage klare avtaler med filmprodusentene. Det er også diskusjoner mellom distributørene og kinoene angående eksklusive visningsrettigheter. Dette er noe kinoene ønsker å holde på lengst mulig. Distributørene derimot, mener at kinoene ikke alltid betaler tilstrekkelig for de eksklusive rettighetene, og hevder at de kan øke sin inntjening ved å la filmene gå raskere ut på strømmetjenestene, eventuelt samtidig med kinovisningene. Det er også en krevende øvelse for distributørene å inngå kontrakter med alle de nye aktørene som de nå må forholde seg til. Markedet oppleves som fragmentert og uoversiktlig.<sup>13</sup> Intervjuundersøkelsen synliggjør for øvrig at de små uavhengige distribusjonsselskapene har det langt vanskeligere enn de store, skandinaviske selskapene selv om begge aktørene har sett seg nødt til å nedbetanne de senere år. *Euforia Film* har kun én ansatt, mens *Nordisk filmdistribusjon* har 10 ansatte hvorav to jobber kun med nettdistribusjon.<sup>14</sup> Den økende bruken av sosiale medier når det gjelder markedsføring av film, har videre medført at de små private byråene har saket akterut i forhold til de større internasjonale distribusjonsselskapene (Holmene, 2019). De sistnevnte har større økonomiske muskler til å ansette kompetanse som vet å utnytte mulighetene til publikumsproduksjon som ligger i de sosiale mediene. Disse har også bedre økonomi til å benytte seg av digitale tjenester som distribuerer tall og statistikk som bidrar til en bedre forståelse av kinomarkedet og dermed en mer målrettet markedsføring.

## Oppsummering

Denne artikkelen om utviklingen av filmdistribusjonsbransjen i Norge har vært basert på en ambisjon om å løfte fram norsk filmdistribusjon som et aktuelt forskningsfelt og i tillegg vise til litteraturen som hittil har beskjeftiget seg med dette feltet. Artikkelens analytiske grep i tilknytning til den historiske gjennomgangen har vært basert på Edgar Scheins understreking av bedrifters avhengighet av å tilpasse seg skiftende historiske kontekster for å kunne overleve, samt Andrew Spicers begrep «negotiated dependencies» som også framhever hvordan mindre bedrifter – i dette tilfelle mediebedrifter – kontinuerlig må forholde seg til og forhandle med sine omgivelser for å sikre sin eksistens. Den historiske gjennomgangen har med dette rettet søkelyset på filmdistribusjonsbransjens relasjon til fem faktorer: Kinoene, statlig inngripen, bransjeorganisering, amerikansk konkurranse og de bredere samfunnshistoriske endringene. Distribusjonsbransjens forhold til hver av disse faktorene kan danne bakgrunn for nye forskningsprosjekter angående norsk filmdistribusjon.

Distribusjonsbransjens kamp for å overleve har i første rekke handlet om krevende forhandlinger med kinoene om filmleien helt siden filmdistribusjon utviklet seg fra å være en integrert del av kinodriften til å bli en egen virksomhet mellom 1910 og 1920. I dag finnes ingen felles filmleie, men dette betyr ikke at forholdet mellom distributørene og kinoene har blitt mindre komplisert. Nye visningsvinduer har gitt distributørene noe større spillerom. Dette spillerommet innebærer imidlertid ikke bare nye muligheter, men også nye, krevende forhandlingsarenaer. Den historiske gjennomgangen har videre vist hvordan statlig inngripen har ført til nye oppgaver og utfordringer for bransjen. Her kommer i første rekke Kinoloven av 1913 inn i bildet. Den førte som kjent både til filmsensur og kommunalisering av kinoene. Sistnevnte grep innebar også at distributørselskapene fikk en betydelig konkurrent i *Kommunenes filmcentral* som skulle forsyne de kommunale kinoene med film.

12. Intervju med Frida Ohrvik, leder av *Norsk Filmdistribusjon AS*, 2016.

13. Intervju med Vibeke Skistad, leder av *Euforia*, 2016.

14. Intervju med Morten Christiansen, leder av kinoavdelingen i *Nordisk filmdistribusjon*, Norge, 2016.

Innføringen av en statlig luksusskatt på kinofilm i 1920 innebar nok en økonomisk utfordring for bransjen, og på 70-tallet kom bransjen i et statlig søkelys da en Stortingsmelding kritiserte den for å være lite opptatt av kvalitetsfilm og filmdistribusjon til distriktene. Det bør også nevnes at da kinoene skulle digitaliseres, var den statlige støtten betinget av at distributørene bidro økonomisk. Angående bransjeorganiseringsen, var filmbyråene relativt raskt ute med å organisere seg for å kunne stå sterkere både overfor kinoene og de statlige påleggene. Allerede i 1915 ble *Filmbureauenes Landsforening* etablert. Denne ble avløst av *Norske Filmbyråers Sammenslutning* i 1931 hvor de amerikanske byråene kom til å dominere sammen med norske byråer som distribuerte amerikansk film. I 1948 samlet de øvrige norske byråene seg i en alternativ forening, *Frie Norske Filmutleieres Forening*, men de to foreningene samarbeidet om felles interesser som f.eks. filmleien hvor *Kommunale Kinematografers Landsforening* var forhandlingspartneren. Først i 1973 samlet de to foreningene seg i *Norske Filmbyråers Forening* som endret navn til *Norske Filmdistributørers Forening* (NFF) i 2015. Eksistensen av de to foreningene gir en antydning om den sterke stillingen som de amerikanske byråene etter hvert fikk i Norge fra 20-tallet og videre framover (med unntak av andre verdenskrig). I våre dager, nærmere bestemt i tidsrommet 2015–2019, finnes de amerikanske selskapene *United International Pictures*, *The Walt Disney Company* og *Twentieth Century Fox* kontinuerlig blant distributørene med den høyeste omsetningen (Film & Kino, 2016, 2020). Sist, men ikke minst, har de brede samfunns-historiske endringene, som her inkluderer både teknologiske nyvinninger og økonomiske konjunkturer, naturlig nok også satt sitt preg på filmdistribusjonsbransjen. Den teknologiske utviklingen har kontinuerlig dratt distribusjonsselskapene ut av komfortsonen: både innføringen av lyd, fjernsynet, video, og ikke minst digitaliseringen har ført til store endringer i etablerte praksiser. De økonomiske krisetilstandene på 20- og 30-tallet satte bransjen tilbake da mange ikke lenger hadde råd til kinobilletter, og den andre verdenskrig med nazistenes overtakelse av bransjen førte til at mange av byråene måtte legge ned virksomheten sin. I dag står distributørene overfor en ny og uventet krise av samfunns-historisk karakter. På grunn av korona-epidemien stengte de norske kinoene den 12. mars 2020 kl. 18. Den øvrige filmbransjen ble også pålagt strenge restriksjoner. Dette har ført til inntektstap og spekulasjoner om hvordan man kan finne nye visningsmuligheter for film (*Rushprint* redaksjonen, 2020). I løpet av mai 2020 åpnet riktignok de fleste kinoene opp igjen, men uten muligheter til fulle hus på grunn av begrensninger på antall personer i hver sal. På bakgrunn av denne situasjonen, sier det seg nesten selv at filmbyråenes håndtering av koronakrisen vil være det neste spennende kapitlet i historien om norsk filmdistribusjon.

## Referanser

- Asbjørnsen, D. & Solum, O. (1998). Public service-kino? Legitimeringsstrategier i norsk kinopolitikk. *Norsk medietidsskrift*, 5(01), 121–138. Hentet fra [https://www.idunn.no/nmt/1998/01/public\\_service\\_kino\\_legitimeringsstrategier\\_i\\_norsk\\_kinopo](https://www.idunn.no/nmt/1998/01/public_service_kino_legitimeringsstrategier_i_norsk_kinopo)
- Bakøy, E., Puijk, R. & Spicer, A. (2017). *Building Successful and Sustainable Film and Television Businesses: A Cross-National Perspective*. Bristol: Intellect Books.
- Balio, T. (2013). *Hollywood in the New Millenium*. London: British Film Institute.
- Berge, J. (2014, 29. desember). *Norske filmbyråers forening skifter navn*. Hentet fra <https://www.kinomagasinet.no/artikkel/norske-filmbyraers-forening-skifter-navn/>
- Crisp, V. (2015). *Film Distribution in the Digital Age: Pirates and Professionals*. Houndsmill, Basingstoke, Hampshire UK: Palgrave Mc Millian.
- Disen, O. H. P. (1997). *Den store illusjonen: Filmbyråenes historie*. Norske filmbyråers forening. Hentet fra [http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2010032307029](http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2010032307029)



- Emblem, T., Libæk, I., Stenersen, Ø. & Syvertsen, T. (1997). *Norge. 2: Norgeshistorie etter 1850*. (4. utg.). Oslo: Cappelen.
- Eriksen, T. H. (1991). *Veien til et mer eksotisk Norge: En bok om nordmenn og andre underlige folkeslag*. Oslo: Ad Notam.
- Evensmo, S. (1992). *Det store tivoli: Film og kino i Norge*. Gyldendal. Hentet fra [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2010121406063](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2010121406063)
- Film & Kino. (2017). Årbok 2016. Ansvarlig redaktør Guttorm Petterson. Hentet fra <https://www.kino.no/incoming/article1312650.ece/BINARY/aarboek%202016%20Film%20og%20Kino%20140317.pdf>
- Film & Kino. (2020). *Årbøker*. Hentet fra <https://www.kino.no/incoming/article1294921.ece>
- Gaustad, T. (2017). Det smale mangfoldet: Kinomarkedet etter digitaliseringen. *Praktisk økonomi & finans*, 33(02), 203–219. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2871-2017-02-05>
- Gaustad, T., Theie, M. G., Eidsvold-Tøien, I., Torp, Ø., Gran, A.-B. & Espelien, A. (2018). Utredning av pengestrømmene i verdikjeden for norske filmer og serier, *Menon-publikasjon*, 5. Oslo: Handelshøyskolen BI.
- Grønnestad, D. (1996). *Filmdistribusjon i Norge: En analyse og drøfting av bransjens vilkår og utvikling*. Vol. nr. 24. Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Haddal, P. & Hoenvoll, B. (2015). *Fra film til fil: Filmbyråenes historie*. Oslo: Norske filmbyråers forening.
- Hanche, Ø. (2019). *Lydfilmen kommer til Oslo, 1929–1932*. [Masteroppgave] Høgskolen i Innlandet.
- Helseth, T. (2007) Norsk film i krig – en komparativ tilnærming til filmen under tysk okkupasjon. *Historisk tidsskrift*, 86(4), 599–617.
- Helseth, T. (2011, 16 februar). Og det ble lyd! Om overgangen til lydfilm i Norge. *Z Filmtidsskrift*, 1. <https://znett.com/2011/02/og-det-ble-lyd-om-overgangen-til-lydfilm-i-norge/>
- Helseth, T. (2013). Kinoloven under okkupasjon. I Ove Solum (red.). *Film til folket. Sensur og kinopolitikk i 100 år*. (s. 161–175). Oslo: Akademika.
- Holmene, I. (2019). Click Create Audience?: Uavhengige filmdistributører i sosial medier. *Norsk Medietidsskrift*, 26(4), 1–19. Hentet fra [https://www.idunn.no/nmt/2019/04/click\\_create\\_audience](https://www.idunn.no/nmt/2019/04/click_create_audience)
- Iversen, G. (2004, oktober). *Ikke send mer champagne – filmdistribusjon i Norge 1907–1922*. Upublisert paper fra Norsk Medieforskerlags 11. mediekonferanse i Trondheim.
- Iversen, G. (2007). Local distribution: The Case of Jens Christian Gundersen in Norway. I F. Kessler & Nanna Verhoeff (red.). *Networks of entertainment. Early Film Distribution 1895–19159*. Bloomington: Indiana University Press.
- Iversen, G. (2011). *Norsk filmhistorie. Spillefilmen 1911–2011*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kinomagasinet. (2014, 21. oktober). *Filmleiens historie og utvikling*. Kinomagasinet. Hentet fra <http://www.kinomagasinet.no/artikkel/filmleiens-historie-og-utvikling/>
- Kirke- og undervisningsdepartementet. (1974). *Ny kulturpolitikk*. (St. meld. nr. 52 (1973–74)). Hentet fra [https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1973-74&paid=3&wid=d&psid=DIVL884&pgid=d\\_090](https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1973-74&paid=3&wid=d&psid=DIVL884&pgid=d_090)
- Kjeldstadli, K. (2015). *Krisetid. De harde trettiåra? – Norgeshistorie*. Hentet fra <https://www.norgeshistorie.no/forste-verdenskrig-og-mellomkrigstiden/1604-Krisetid.-De-harde-trettiara.html>
- Klevjer Aas, N. (1991). Norsk filmdistribusjon etter krigen: Amerikansk dominans og tiltagende krise. I *Om filmimport, seerbrev, kilder og 60-åra*. Oslo: Norges allmennvitenskapelige forskningsråd.
- Kulturdepartementet. (2001). *Kino i en ny tid – kommers og kultur*. NOU (2001: 05). Hentet fra regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2001-05/id376887/>
- Kulturdepartementet. (2015). *En fremtidsrettet filmpolitikk*. (Meld. St. 30 (2014–2015)). Hentet fra Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-30-20142015/id2413867/>
- Lekanger, K. (2015, 2. september). The Pirate Bay blir blokkert i Norge. *Tek.no*. Hentet fra <https://www.tek.no/nyheter/nyhet/i/zGQLEO/the-pirate-bay-blir-blokkert-i-norge>
- Miller, T., Schiwy, F. & Hernandez, M. (2012). Distribution, the forgotten element in transnational cinema. *Transnational Cinemas*, 2(2), 197–215.

- Medienorge. (2020). *Kinobesøk siste 12 måneder*. Hentet fra <http://medienorge.uib.no?cat=statistikk&medium=kino&queryID=165>
- NOU 1978: 41. (1978). *Import og distribusjon av spillefilm*. Universitetsforlaget. Hentet fra [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2012082206002](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012082206002)
- Nøkleby, A. (1980). En beretning om Kommunenes filmcentral A.S fra starten i 1919 og litt om kinematografien og dens utvikling gjennom 60 år. I *Norbok. Filmcentralen*. Hentet fra [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2012092706077](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012092706077)
- Osmundsen, E. (2010). *Digital filmdistribusjon: En studie av den norske kinodigitaliseringen og video on demand*. [Masteroppgave] Universitetet i Bergen. Hentet fra <https://bora.uib.no/handle/1956/4389>
- Perren, A. (2013). Rethinking Distribution for the Future of Media Studies. *Cinema Journal*, 52(3), 165–171.
- Rushprint redaksjonen. (2020, 12 mars). Kinoen stenger — Må norsk film søke andre plattformer? *Rushprint*. <https://rushprint.no/2020/03/ma-kinofilmen-na-soke-seg-til-andre-plattformer/>
- Ryssevick, J., Dahle, M., Høgestøl, A. & Myhrvold-Hanssen, T. (2014). *Åpen framtid – en utredning om økonomien og pengestrømmene i filmbransjen*. Ideas2evidence rapport 7. Oslo: Ideas2evidence.
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Skei, C. S. (2010). *Hollywood in Norway: Distribution and repertoire*. [Masteroppgave]. Universitetet i Oslo. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/27299>
- Smogeli, S.O. (2015). *Leif Sinding – Fra filmpioner til landssviker. Statens Filmdirektorat og nyordning av norsk filmpolitikk under okkupasjonen sett i lys av filmregissør Leif Sinding, 1940–1945*. [Masteroppgave]. Universitetet i Oslo.
- Solum, O. (red.). (2013). *Film til folket*. Oslo: Akademika.
- Statistisk sentralbyrå. (2012). *Andel med tilgang til bredbånd*. Medienorge. <http://medienorge.uib.no?cat=statistikk&medium=ikt&queryID=348>
- Valle, R. (2009). *Spol tilbake: Et blick på den norske videobransjens historie 1970–1995*. [Masteroppgave]. Høgskolen i Innlandet. <https://brage.inn.no/inn-xmlui/handle/11250/145247>
- Wasko, J. (2003). *How Hollywood works*. London: Sage Publications.
- Øfsti, M. (2011). *Den nye kinoen. Digitaliseringen av norsk kinoer 2010–2011*. [Masteroppgave]. Trondheim: NTNU.