

Bio Mors - Findings og forslag

Rikke:

Findings om BM's historie:

- D. 2 november 1924 åbnede Sadelmager Kjeldsen en ny og mere moderne biograf, som erstatning for en mindre biograf på Havnegade. Biografen, vi i dag kender som Bio Mors, blev bygget ud af marmor og ædelt træ, sandstensøjler af samme slags som fra Københavns politigård, samt det bedste inventar og nyeste systemer.
- BM anerkendt for dens unikke arkitektur: Andreas Odbjerg brugte bygningen som baggrund for en musikvideo, da pladeselskabet researchede biografer og fandt at BM var "den smukkeste". Derudover blev BM også nævnt i Woman i en artikel over biografer i DK, man skal besøge.
- Da biografenbranchen tog et styrkdyk i starten af 90'erne valgte den daværende ejer at lukke BM, og den historiske bygning stod til at ende som varehus eller diskotek → derfor gik en gruppe lokale "ildsjæle" sammen om at foranstalte en redningsaktion. Ved at søge midler hos lokale private og virksomheder og sælge andele i biografen, fik de opkøbt og reddet biografen fra lukning, og stiftede samtidig den forening, der driver BM i dag.
- I dag drives biografen af en bestyrelse og over 100 frivillige, med kun to lukkedage om året: Juleaften og Nytårsaften.
- Under interviewet med Kim fandt vi ud af, at BM også kan bryste sig af at have stiftet Danmarks første biografleder-uddannelse i midt-90'erne. Et daværende bestyrelsesmedlem fik idéen om at starte en skole, for at tiltrække unge mennesker og lære dem at drive biograf. Her blev de også undervist i markedsføring og i at skabe forskellige biograf-relaterede arrangementer og events
- Skolen lukkede dog efter kun få år, da det ifølge Kim var svært at skaffe midler til en skole, "som lå så langt væk fra alting, helt oppe i det Nordvestjyske hjørne," og fordi at skolen ikke passede ind i noget eksisterende uddannelsesregi.
- Generelt kunne vi ud fra vores interviews forstå, at der er en høj gensidig respekt mellem BM og lokalmiljøet, hvilket understøttes af vores yderligere arbejde i felten og efterfølgende desk-research. Folk er stolte af biografen på Mors, og ser den ganske enkelt som uundværlig: Voxpoppen viste, at på trods af at 48,1% af de adspurgte kun benyttede BM ca. to gange om året, vurderede 51,9% at det var 10/10 vigtigt for dem, at der er en biograf på Mors. BM's værdi i lokalsamfundet, både for bosætningen og erhvervslivet, er målbar og uægtelig.

Forslag til markedsføring:

- Omkring BM's historie i samarbejde med Destination Limfjorden
 - Skabe en udstilling om biografens unikke historie i selve biografen - evt. i forbindelse med Kulturugen
- Lege "Den Gamle Biograf" et par uge om sommeren som events for at tiltrække turister
 - Medarbejdere/frivillige i gammeldags biografuniformer
 - Afspilning af gamle sort/hvid-film
- Destination Limfjorden kan hjælpe med at markedsføre de events, der allerede afholdes i biografen
 - Evt. på hjemmesiden, i foldere, på flyers, generelle markedsføringskanaler

Jasmin:

Findings om BM's indflydelse på lokallivet

- BM har en vigtig sociale rolle, hvor de hjælper tilflytter med at falde til gennem dens forening. En frivillig beskriver det som: "en oplagt chance for sådan en som mig, at komme ind og bliver involveret i noget lokalt kultur, og lære nogle andre mennesker at kende end bare lige dem, som boede i (...) sognet ude på øen." Dette peger på deltagelses i biografen skaber socialt netværk (den deltagelsesdimension kalder for krop- og socialitet, Kelty).
 - Krop og socialitet: Dette er en ud af syv deltagelsesdimensioner (Kelty, 2015: 476) og beskriver, hvordan deltagelse kan skabe en fællesskabsfølelse samt en affektiv kommunikation mellem de deltagende individer (ibid.: 483-4).
- Forening hjælper sociale udsatte og folk, der ikke har arbejdsliv med at komme på fode gennem dens foreningsliv. Det gør den ved, at biografen giver folk med et udfordret liv "et liv med noget god indhold" ved at tilbyde dem nye muligheder i form af et netværk og en grund til "at komme ud ad døren", samtidig med, at den lærer dem at håndtere ansvar samt at drive en biograf. Dette kan antages at hjælpe dem på vej til at blive en del af samfundet på lige fod med andre.
- Yderligere er biografen en vigtig kulturel aktør, der støtter op om lokal identitet, men det er dog ikke ensbetydende med, at den kun afspejler lokal kulturel identitet, da den også inddrager film udefra. Til gengæld bliver det at "drive biograf" en del af Morsøs unikke kulturliv.
- Bio Mors' vigtige sociale og kulturelle rolle gør, at den bidrager til lokaludvikling ved at opbygge Mors' humane og sociale kapital. Dette gør den gennem dens foreningsliv samt det kulturelle udbud, der medbestemmes af de frivillige. Herved er det især de foreningsdrevet elementer i Bio Mors organisationsstruktur, der får denne til at skabe lokaludvikling. Dette peger på, at andre foreningsdrevet biografer på samme måde har et potentiale til at bidrage til lokaludvikling socialt og humant i deres lokalsamfund. Derved taler disse også ind i 3. generation oplevelsesøkonomi og peger herved på, at foreninger kan spille en vigtige rolle i at mobilisere borgere og skabe lokale forandringer.

Ting, man skal være opmærksom på i samarbejde med biografen:

- Den Daglige Leder er velvillig til at udnytte biografens turismepotentiale - men har hidtil ikke vist interesse, da hun rent tidsmæssigt er ret presset. Hun står med et stort ansvar selv og derfor vil selve biografdriften altid optage mest af hendes tid. Alt det "ekstra" sker derfor ofte, hvis folk kommer til biografen eller, hvis hun pludselig får en "lys ide". Derfor er det i samarbejde med biografen yderst vigtigt, at Destination Limfjorden påtager sig en faciliterende rolle og skaber initiativet for at lette den Daglige Leders arbejdsbyrde så meget som muligt.
- Vigtigt at biografen er drevet af frivillige og er med til at knytte bånd på tværs af baggrunde, hvilket er med til at skabe social harmoni. Derfor kan det være gavnligt at lave nogle events for dem for at udfolde deres potentiale.

Johannes:

Findings omkring biografens atmosfære

Det er kombinationen af flere elementer, herunder både bygningens arkitektur, biografens højteknologiske udstyr, de frivillige som man møder i biografen, der tilsammen skaber den atmosfære som af flere af de adspurgte lokale borgere betragtes som unik. Samtidig bør det påpeges at biografen er præget af forskellige dualismer. Det gælder både balancen mellem ønsket om at drive en biograf som fremstår professionel vs. en foreningsdrevet biograf af frivillige, ønsket om at levere moderne højteknologiske biografoplevelser vs. den historiske og arkitektoniske bevaringsværdi, og ønsket om at drive en biograf som kan konkurrere på kommercielle vilkår vs. at være et bredt kulturelt tilbud, som også har plads til smalle film. Disse dualismer præger biografen på godt og ondt, og gør biografens atmosfære meget afhængig af hvordan disse dualismer balanceres i det daglige.

Biomors er i høj grad kendetegnet ved at balancere mellem umiddelbare modsætninger, som i teorien burde trække atmosfæren i hver sin retning, og måske også gør det i praksis. Alligevel forekommer det at de fleste af dem der vælger biografen til på grund af den moderne billed- og lyd kvalitet, ikke i nævneværdig grad lader sig gå på af den trange plads. På samme måde lader de til at de der vælger biografen for sin smukke arkitektur også accepterer at biografens sale er blevet moderniserede, så der nu ikke længere er en balkon, men i stedet moderne komfortable sæder og god benplads. I sidste ende er det summen af disse forskelligrettede enkeltdele som giver Biomors sin unikke atmosfære.

Forslag til markedsføring / samarbejde med DL

Der er mulighed for at dyrke det uudnyttede turismepotentiale, gerne i samarbejde med Destination Limfjorden, men også i samarbejde med det lokale turistkontor, som også administrerer sommerhududlejning i lokalområdet.

Det vil især være oplagt at fokusere på danske turister, for at undgå eventuelle sproglige barrierer i forhold til filmen, eller underteksternes, sprog. Børnefamilier udenfor sæsonen, som mangler aktiviteter når vejret er dårligt, og det ikke er de store naturoplevelser som er tillokkende. Giv eksempelvis vouchers til gratis popcorn i forbindelse med sommerhusudlejning. På den måde sikrer man sig også at der ikke er et tab i forbindelse med rabatten, da den så er betinget af at modtageren samtidig køber billetter til en forestilling.

Det kunne også være oplagt at sælge kombipakker (to billetter, og to gange popcorn) i såkaldte gaveæsker, som de store kommercielle biografer lader til at have stor succes med.