



Die drei Kinosäle der Programm kino Würzburg eG auf dem Bürgerbräu-Areal bieten Platz für insgesamt 318 Besucher.

Großes kleines Kino im Bierkeller

Die Programm kino Würzburg eG hat nach sieben Jahren ein festes Zuhause gefunden. Der Start verlief vielversprechend.

Als 2009 das letzte Programm kino in Würzburg schloss, ließen sich einige Cineasten auf ein Wagnis ein: Sie gründeten eine Genossenschaft, um ihr eigenes Filmtheater zu betreiben. Dazu richteten sie in der Aula eines ehemaligen Gymnasiums einen Kinosaal ein und organisierten ein umfangreiches Programm. Das lockte jährlich rund 45.000 Besucher an. Doch der Standort war von Anfang an ein Provisorium, da die Stadt das Gebäude mittelfristig an einen Investor verkaufen wollte. Nach längerer Suche entschloss sich die Programm kino Würzburg eG 2015, an einen festen Standort in den Würzburger Südwesten zu ziehen.

Ende Oktober 2016 lief der letzte Abspann über die Leinwand der Schulaula. Nur ein paar Tage später, Anfang November, öffnete das neue Kino. Bereits der Name „Central im Bürgerbräu“ verrät, dass es auf dem Produktionsgelände einer ehemaligen Brauerei angesiedelt ist; das Kino fand Platz in den früheren Bierkellern.

Umbau kostete 850.000 Euro

Der neue Mietvertrag läuft für zehn Jahre mit Option auf zwei Verlängerungen um jeweils fünf Jahre. Der Umbau war ein Großprojekt und dauerte gut ein Jahr. Die Baukosten beliefen sich auf 850.000 Euro, wovon die eG mit ihren rund 550 Mitgliedern mehr als 25 Prozent aus Eigenmitteln beisteuerte. Jeweils 35 Prozent wurden über Darlehen und Zuschüsse finanziert, der Rest mit Spenden.

Auf dem Bürgerbräu-Gelände gibt es nicht nur das Kino, sondern auch Büros, Geschäfte sowie ein Café. Bald eröffnet ein Restaurant, ein Hotel ist geplant.

„Hier entsteht ein modernes und kreatives Gelände, das für uns tolle Synergieeffekte schafft“, sagt die Vorstandsvorsitzende der Programm kino eG, Heidrun Podszus.

Die Genossenschaft nutzte den Umzug, um die Kapazitäten des Kinos zu erweitern. Gab es vorher nur einen Saal und ein kleines Studio, so bieten jetzt drei Vorführräume Platz für insgesamt 318 Besucher. Der Vorteil der Erweiterung liegt vor allem darin, dass nun pro Film mehr Vorstellungen angesetzt werden. Somit können die Menschen ihren Kinobesuch besser planen. Eine noch breitere Auswahl an Filmen plant die Genossenschaft aber nicht. „Schon in der Schulaula haben wir pro Jahr rund 350 verschiedene Filme gezeigt“, erklärt Podszus.

Zudem hat das Programm kino seine Organisation professionalisiert. Am alten Standort verkauften noch Mitglieder ehrenamtlich die Tickets, legten die Filme ein oder erteilten Auskünfte am Telefon. Mittlerweile beschäftigt die Genossenschaft 450-Euro-Kräfte, hauptsächlich Studenten, die alle Aufgaben übernehmen.

Der Exoten-Charakter soll erhalten bleiben. „Natürlich spielen wir ab und zu große Filme“, sagt Podszus. Im November lief beispielsweise der Disney-Blockbuster „Findet Dorie“, den Multiplex-Kinos ebenfalls zeigen. Der Fokus liegt aber auf anspruchsvollen Arthaus-Filmen und alternativen Veranstaltungsreihen. Ende November zeigte das Programm kino beispielsweise fünf Filmproduktionen aus Afrika. Anfang Dezember sieben Filme von Charlie Chaplin, da der Komiker angeblich vor 90 Jahren einen Gastauftritt in Würzburg absolvierte. Für

ihr Jahresprogramm 2015 wurde die Genossenschaft erneut von Medienministerin Ilse Aigner ausgezeichnet. Der Preis ist mit 6.000 Euro dotiert.

Die Auswahl des Programms übernimmt die Vorstandsvorsitzende Podszus, die früher einen Filmverleih leitete. Dazu fährt sie jährlich zu den Filmfestivals in Berlin und Leipzig, zudem verfolgt sie die Film-Berichterstattung. „Bei dem Überangebot von Filmen ist es unmöglich, alles anzuschauen. Jährlich kommen alleine in Deutschland rund 550 Stück in die Kinos“, erläutert Podszus. Sie schafft es, rund 30 Prozent der Filme vor Programmstart zu sehen.

Popcorn für die Jugend

Viel wichtiger ist jedoch, ob die Würzburger ihrem genossenschaftlichen Programm kino treu bleiben. „Nach den ersten Wochen bin ich optimistisch“, berichtet Podszus. Im Tagesdurchschnitt kommen bisher 220 Personen. 150 müssen es sein, um die Kosten einzuspielen. Damit der Aufwärtstrend anhält, sollen neue Zielgruppen erschlossen werden. So gibt es zahlreiche Kooperationen mit Kirchen oder Vereinen. Letztens zeigte das Kino zum Beispiel einen Film über eine Mountainbiketour für einen Fahrradverein.

Die wichtigste Aufgabe sei nun, auch junge Menschen für das Angebot zu begeistern, betont Podszus: „Wir sprechen bisher ein eher älteres Publikum an, das wie ich mit Programm kinos in den 1960er und 1970er Jahren aufgewachsen ist.“ Deswegen gibt es nun Popcorn im Angebot. Jugendliche können nicht ohne, klassische Programm kino-gänger lehnen es als Kommerzsymbol ab. Podszus: „Da müssen wir mit der Zeit gehen.“ cd ◀