

Engagement und Zuversicht

Dieter Borck über die Filmpalette und das Cinenova im Juli 2012

In den 1970er- und 1980er-Jahren war der Eigelstein ein Kölner Stadtviertel mit unverwechselbarem originärem Charme. Ein bunter Mix aus alteingesessenen Handwerksbetrieben, Geschäften und Kneipen, italienischen und türkischen Läden, Stundenhotels und Straßenstrich prägten das Bild. Inmitten dieser bunt gemischten Szene existiert seit 1958 die *Filmpalette*, die infolge der Kinokrise in den siebziger Jahren zu einem Kiez-Kino mit Sex- und Pornofilmen wurde. Es ist ein Glücksfall, dass dank der Initiative von Martina und Dieter Borck aus der *Filmpalette* kein Gemüseladen oder Secondhandshop wurde, sondern ein Treffpunkt für Cineasten. Die leidenschaftlichen Kinobetreiber gingen noch einen Schritt weiter und eröffneten 1996 im Kölner Stadtteil Ehrenfeld ein neues Kino: Das *Cinenova*, Kölns größtes Arthouse-Kino. Dieter Borck erzählte im Gespräch mit Irene Schoor von seiner mehr als 30jährigen Kinoerfahrung.

Ein großer Schritt: das erste Kino

Martina und Dieter Borck waren schon immer leidenschaftliche Kinogänger. Regelmäßig besuchten sie das *Kino im Uni-Center*, die *Lupe*, das *Broadway-Kino* und die *Cinemathek*. Martina Borck studierte an der Fachhochschule Sprachen; Dieter Borck war Verkaufsleiter in einem Industrie-Betrieb. Nichts lag ihnen ferner, als einmal in eigener Regie ein Kino zu übernehmen. Das änderte sich 1989. Die Besitzerin der *Filmpalette* und des *Cafe Schmitz* gehörte zu ihrem Bekanntenkreis. Als sie das Kino aufgeben wollte, machte sie Martina und Dieter Borck das Angebot, den Betrieb zu übernehmen. Dieter Borck: „Wir haben eine Nacht lang überlegt und am nächsten Morgen bereits um acht Uhr angerufen und zugesagt.“

Vom Kiez-Kino zum Arthouse-Kino

Gemeinsam suchten sie dem alten Image des Kiez-Kinos ein Programm entgegenzusetzen, das ihrem eigenen künstlerischen Anspruch entsprach. Anregungen holten sie sich auf Festivals in Hof, San Sebastian, Cannes, Berlin und bei den Französischen Filmtagen in Tübingen. Es formte sich ein Programmangebot

mit Filmen, für die es damals in Köln noch keinen Markt gab: Filme von Pedro Almodovar, Jim Jarmusch und Aki und Mika Kaurismäki waren fortan in der *Filmpalette* zu sehen.

Besonders intensiv und innovativ war neben den Kontakten zu Mitarbeitern des Verleihs „Kinowelt“ die Zusammenarbeit mit Manfred Salzgeber, dessen Firma sich auf den Verleih von „Schwulenfilmen“ spezialisiert hatte, für die es seinerzeit in Deutschland weder einen Markt noch einen Vertrieb gab. Salzgeber war oft in Köln und Dieter Borck erinnert sich gerne an die langen gemeinsamen Abende und Nächte im Kino und im *Cafe Schmitz*.

Es waren nicht nur angenehme und anregende, sondern auch arbeitsintensive Anfangsjahre. Das Kino schrieb zwar schon nach kurzer Zeit schwarze Zahlen, was war aber nur mit großem persönlichen Engagement der Borcks zu erreichen war. So klebten sie nach dem täglichen Kinobetrieb noch selbst die Plakate für die laufenden Filme. Und auch die häufig anfallenden Reparatur- und Renovierungsarbeiten in dem Kinoaltbau wurden in eigener Regie durchgeführt. Dazu Dieter Borck: „Das Kino war uns eine Herzensangelegenheit.“ Beruf und Freizeit gingen ineinander über. Zu einigen Mitarbeitern aus dem Team dieser Zeit gibt es bis heute freundschaftliche oder kollegiale Beziehungen.

Kino und Cafe

Eine weitere Eigenart der *Filmpalette*: sie hat nur einen Saal und der gehört mit 80 Plätzen zu den kleinen Kinos der Stadt. Die Kombination von Kino und Cafe war ideal für das Programm- und Kommunikationskonzept der *Filmpalette*. Mit den Einnahmen des Cafes konnten Defizite der Kinokasse ausgeglichen werden, denn bei den damals noch konservativ besetzten Vergabe-Gremien der Filmtheaterpreise hatte die *Filmpalette* wegen des „schwulenlastigen Programms“ keine Chancen. Die Kinomacher ließen sich dadurch nicht beeinflussen. Erst mit dem später einsetzenden differenzierten System der Filmtheaterförderung des Bundes und der Filmstiftung NRW änderte sich die Situation und die *Filmpalette* wurde mehrmals ausgezeichnet und mit Programmprämien bedacht.

Die Suche nach dem eigenen Publikum

In der Nordstadt gab es in diesen Jahren noch keine „Szene“; die Südstadt war angesagt. Es galt daher, ein neues Publikum zu erreichen und langfristig an die *Filmpalette* zu binden. Hinzu kam die Konkurrenz der anderen Kölner Kinos, die das Monopol kommerzieller Filme für sich beanspruchten.

Vorteilhaft war, dass sich die *Filmpalette* gegenüber der Freien Szene – der *Feminale* beispielsweise oder Initiativen, wie sie vom *Jugendfilmclub Köln* ausgingen – offen zeigte. Das führte zu einer Resonanz und Akzeptanz bei bis dahin nicht erschlossenen Besucherkreisen. Dieter Borck erinnert sich in diesem Zusammenhang gerne auch an die unerwartet großen Publikumserfolge von Filmen wie „Das Piano“ (OmU) oder die „Raumschiff Orion“- Nächte.

Von der Filmpalette zum Cinenova

Mit ihrem dezidierten Programm hatte sich die *Filmpalette* beim Publikum einen guten Ruf erworben. Mit dem Start des *Cinedom* 1991 wurden jedoch neue Standards gesetzt, die sich bei der Publikumsresonanz spürbar bemerkbar machten. Mit der Ablösung der Schachtelkinos durch komfortable Multiplexe wuchsen auch die Ansprüche des Publikums. Den *Filmpalette*-Besuchern waren die Sitze nicht mehr bequem genug und die Leinwand zu klein. Da sich das Kino nicht vergrößern ließ, suchten Martina und Dieter Borck nach neuen Möglichkeiten.

Der zweite große Schritt: Vom Eigelstein nach Ehrenfeld

Ehrenfeld ist heute ein attraktives Kölner „Veedel“ mit einem bunten Multikulti-Mix, einer angesagten Design- und Modeszene und einem vielschichtigen Angebot an Läden, Geschäften, Restaurants und Kneipen. Das war nicht immer so. Über viele Jahre hinweg galt das traditionsreiche Arbeiterviertel infolge des Strukturwandels als sozialer Brennpunkt. Die Industriebetriebe wurden in die freien Räume an den Stadtgrenzen verlagert; viele Gebäude in Ehrenfeld standen leer und Arbeitslosigkeit breitete sich aus. Von den einstmaligen 15 Kinos blieb keines übrig.

Die freigewordenen Gebäude wurden nach und nach von einer kreativ-alternativen Szene entdeckt. Hier fanden Studenten billige Wohnungen und Künstler Ateliers.

Ehrenfeld wurde wieder zu einer interessanten Adresse. Mit dem Umbau des ehemaligen Paketentrums an den Eisenbahngleisen zu einem Kino erhielt der Stadtteil eine weitere Attraktion: Das *Cinenova*, Kölns größtes Arthouse-Kino.

Dazu Dieter Borck: „Man musste schon eine sehr große Vorstellungskraft haben, um sich in dem leerstehenden Paketzentrum ein Kino vorzustellen.“ Es gehörte viel Mut, Zuversicht und Tatkraft dazu, diesen Schritt zu gehen, aber die Resonanz bestätigte den Entschluss. Was Außenstehenden als ein großes Risiko erschien, war zwei Jahre lang sorgfältig kaufmännisch vorbereitet worden.

Ein Kino mit Profil: Das Cinenova

Vom Start an im Jahre 1996 wurde das *Cinenova* vom Publikum angenommen. Es liefen die Filme „Mikrokosmos“, ein in Cannes preisgekrönter Dokumentarfilm über Insekten, Fauna und Flora einer Bergwiese, und Sherry Hormanns Gegenwartskomödie „Irren ist männlich“, bei der sich auch die Regisseurin und Darsteller präsentierten und das Gespräch mit den Zuschauern suchten.

Gespräche mit den Filmschaffenden, Angebote für das Publikum, die das Filmprogramm ergänzen, Sonderveranstaltungen, Premieren und die regelmäßige Zusammenarbeit mit den Filmhochschulen in Köln sind Teil eines Konzeptes, das das Publikum anzieht. In erster Linie aber war und ist es die Absicht, Filmkunst in einem komfortablen und anspruchsvollen Ambiente anzubieten. Die stetig steigenden Besucherzahlen bestätigen das Konzept.

Das Publikum

Das *Cinenova* ist ein Stadtteil-Kino mit sorgfältiger Pflege nachbarschaftlicher Beziehungen, was sich besonders in der Besucherstruktur unter der Woche bemerkbar macht. An den Wochenenden erweitert sich der Einzugsbereich. Dann kommt der überwiegende Teil der Besucher aus dem Umland - aus dem Kreis Euskirchen, dem Rheinisch-Bergischen Kreis und dem Erftkreis. Das Einzugsgebiet erstreckt sich bis nach Düsseldorf. Den Kinobesuchern kommen die guten Verkehrsverbindungen mit U-Bahn und S-Bahn entgegen sowie das

gegenüberliegende Parkhaus mit 350 Plätzen, die im Herbst und Winter immer belegt sind.

Zielgruppe Kinder

Zu einem festen Bestandteil des Programms gehören auch Filme für Kinder sowie Schulfilmveranstaltungen. Dieter Borck: "Es ist wichtig, dass die mit dem Fernsehen heranwachsenden Kinder an den Film herangeführt werden. Viele können sich nur schwer konzentrieren. Aber es gibt immer wieder engagierte Lehrer, die ihre Klassen auf ein Kinoerlebnis vorbereiten."

Kinderfilm-Programme sind arbeitsintensiv. Für Martina und Dieter Borck ist dieses Segment des Angebotes jedoch sehr wichtig, da es das Kino belebt und ein Teil des Publikums anspricht, das sich keine hohen Eintrittspreise leisten kann. Zu den Leistungen, die zum Selbstkostenpreis kalkuliert und berechnet werden, gehören beispielsweise auch die Programme in Zusammenarbeit mit Bürgerinitiativen und die Angebote für Filmstudenten, dort ihre Arbeiten der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit

In den Zeiten der *Filmpalette* war der direkte Kontakt zwischen den Kinomachern und ihrem Publikum stärker im Fokus als heute. Die Besucher im 80-Platz-Kino der *Filmpalette* konnten direkt angesprochen werden. Heute ist die Öffentlichkeitsarbeit durch das Internet strukturiert und aufwändiger geworden. Die Webseiten müssen gepflegt und die Informationen regelmäßig aktualisiert werden. Der Ticket-Online-Verkauf ist hinzugekommen, und viele Besucher bitten telefonisch um individuelle Beratung und Auskünfte. Der Kontakt zu den Printmedien ist ebenso wichtig wie zu den Filmhochschulen und zur Filmstiftung.

In diesem Sinne ist das *Cinenova* ein Dienstleistungsbetrieb geworden. Dazu trägt auch das gastronomische Konzept des Restaurants und Biergartens bei. Es hat sich im Laufe der Jahre mehrfach verändert und ist seit einigen Jahren mit Erfolg auf die Bio-Küche umgestellt worden.

Neue technische Herausforderungen

Das *Cinenova* erfreut sich heute wachsender Besucherzahlen und ist als Ort für besondere Anlässe wie Filmpremieren oder vergleichbare Events beliebt. Um diesen Status zu halten, stellt sich das Kino den neuen technischen Entwicklungen ebenso wie den Ansprüchen des Publikums. Neue Verfahren der Filmproduktion, des Vertriebs und des Abspiels setzen neue Maßstäbe und Standards. Filme werden nicht mehr als Zelluloid- oder Polyester-Kopien auf Rollen, sondern auf Festplatte geliefert. Die Filmvorführer sind nicht mehr Techniker, sondern Programmierer. Alle drei Säle wurden digital nach DCI-Standard umgerüstet, in einem davon konnte die 35mm-Technik beibehalten werden. Das erlaubt eine Programmvielfalt, die Retrospektiven und filmhistorische Veranstaltungen nicht ausschließt. Für die Kinobesucher ist die optimale Projektion ebenso wichtig wie die Bequemlichkeit. Mit der Umstellung auf die Digitalisierung wurde auch die Bestuhlung erneuert.

Zukunftsfähiges Kino / Leben mit Kino

Die Digitalisierung bedeutet für Martina und Dieter Borck auch eine Herausforderung für die Zukunft ihres Kinos. Ihr persönliches Engagement begann vor beinahe 25 Jahren mit einem Saal für gut 80 Zuschauer. Heute sind es drei Säle mit insgesamt 720 Sitzplätzen. Im Vergleich zu dem überschaubaren Team der *Filmpalette* ist das *Cinenova* ein Betrieb mit 30 Mitarbeitern. Dem freundschaftlich-kollegialen Zusammenwirken von früher steht heute ein Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis gegenüber. Das Kinomanagement erlaubt nicht viel Freizeit oder längere Abwesenheitszeiten. Entlastet werden sie durch eine zusätzliche Fachkraft für die Kinoleitung, und ihre beiden Töchter, die – soweit es geht - im Kinobetrieb mitwirken. Beide sind leidenschaftliche Kinogängerinnen. Die älteste Tochter studiert Event- und Business-Management, was den Anforderungen an den Kinobetrieb von morgen sehr entgegenkommt.

Perspektiven

Die Arthouse-Kinos traditioneller Prägung haben nach Einschätzung von Dieter Borck in der Kinolandschaft von morgen wenig Chancen. Demgegenüber sind durch

die Möglichkeiten der Digitalisierung spezielle, auf verschiedene Publikumskreise zugeschnittene Angebote im Bereich des Family-Entertainments interessanter und innovativer geworden. So hat das *Cinenova* einen Vertrag mit der Pariser Oper abgeschlossen und bietet deren Live-Übertragungen an. Denkbar sind weitere Angebote wie beispielsweise Theateraufführungen oder Konzerte. Das alles hat mit dem eigentlichen Begriff von „Kino“ wenig zu tun. Aber – so Dieter Borck – „Das Kino geht weiter – für das *Cinenova* auch nach fünfzehn Jahren.“

Irene Schoor