


Interview von **Fabio Lüdi**
Fotos von **Michael Isler**

„Ich bin ein dramatischer Typ.“

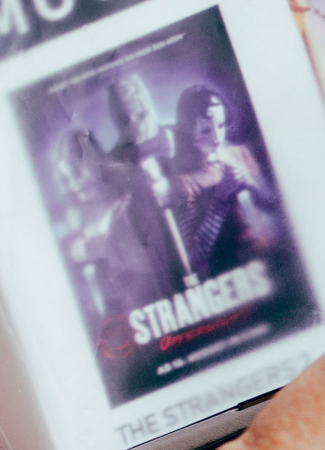


A man with a beard and long hair, wearing a white shirt and orange shorts, stands in the middle of a large outdoor cinema. He is holding a red folder. Behind him are rows of yellow chairs with black backs, each featuring the Locarno Festival logo and sponsors like UBS, la Mobiliare, MANOR, and swisscom. A large white screen is in the background, and a modern building is visible on the right.

Konrad Schibli ist in der Stadt auch bekannt als «Kino-Koni». Seine Familie ist seit knapp 100 Jahren im Kinogeschäft und bestimmt bis heute, was auf den Leinwände der Oltner Kinosäle zu sehen ist. KOLT traf den Unternehmer im sommerlichen Locarno am Filmfestival zum grossen Gespräch.



MOVIEBIZ FILMS 2018 | 2019



PLOEY
CHF 25.10.18 / CHF 32.10.18

078 855 95 00. jay@moviebiz.ch

Trade Show Locarno 2018

youcinema AG
Olten

Konrad J. Schibli



D



An Filmfestivals wie demjenigen in Locarno kommt die Filmbranche zusammen. Also ist auch Kino-Koni auf der Piazza Grande anzutreffen – auch wenn seine Kinoprogramme von Blockbustern dominiert ist.

Konrad Schibli, wir sind hier am Locarno Filmfestival. Die meisten Filme, die hier gezeigt werden, schaffen es allerdings nie in Ihre Kinos. Was machen Sie hier?

Ich komme nicht ans Festival, um mir Festival-Filme anzuschauen. Denn es stimmt, dass die meisten dieser Filme nie in meinen Kinos gezeigt werden. Ich besuche eine Tradeshow, die parallel zum Filmfestival läuft. Das ist ein Branchen Anlass, an dem Filme vor dem Kino-Release angeschaut werden können, um zu entscheiden, ob sie in unser Programm passen, ob in unserem Markt ein Zielpublikum vorhanden ist.

Sie finden es also schade, dass bei Ihnen vor allem «Popcorn»-Kino läuft?

Ich kann kein Kino führen, das nur Arthouse-Filme zeigt, das rechnet sich nicht. Im Capitol zeige ich bereits nur Originalfilme mit Untertiteln, aber sonst läuft Popcorn-Kino, ja. Natürlich gibt es Schattierungen, denn es existieren auch kommerzielle Arthouse-Filme oder anspruchsvolle Blockbuster. Ich werde demnächst eine Filmreihe lancieren, in der es um Nachhaltigkeit geht und um sinnstiftendes Unternehmertum, allenfalls mit Podiumsdiskussionen. Daran bin ich momentan auch persönlich sehr interessiert. Das ist aber nichts, womit man Geld verdienen könnte.

Das Capitol-Konzept wird also nicht auf andere Kinos ausgeweitet?

Nein. Im Capitol spreche ich ein Publikum an, das an Kino interessiert ist, aber auch ein Glas Wein zu schätzen weiss. Also Leute, die eher auf Gemütlichkeit aus sind und einen schönen Abend verbringen möchten.

«Das Kino ist eine Möglichkeit, sich ausserhalb der eigenen vier Wände unterhalten zu lassen. Daheim hat's ja auch eine Küche, und trotzdem geht man ins Restaurant.»

Mit dem Lichtspiele-Kino hätten Sie so etwas ja gehabt. Dieses Kino haben Sie aber verkauft.

Ich habe das Kino an einen Filmverein, den ich selber mitgegründet habe, abgegeben. Das Kino war für einen kommerziellen Betrieb nicht länger tragbar, da hätten grosse Investitionen getätigt werden müssen, ohne dass ich vom Vermieter Sicherheiten bezüglich der Mietdauer erhalten hätte.

Sie haben allerdings beim Capitol investiert und einiges geändert, etwa dessen Farbe von Grün zu Blau. Wie lange haben Sie mit sich gehadert, bis Sie sich zum Farbwechsel entschieden haben? Kinos sind immerhin Fixpunkte einer Stadt, da hängen Erinnerungen dran.

Ich habe länger mit der Frage gehadert, ob ich dort überhaupt noch ein Kino haben will. Da könnte man auch Büroräume draus machen. Aber das Capitol ist so ein markanter Ort, ich hätte es schade gefunden, hätte die Struktur nicht erhalten werden können. Das Kino wurde in einen multifunktionellen Raum für

Kino, Meetings, Events und kulturelle Anlässe umfunktioniert.

Und wie kam es zur Farbänderung?

Meine Partnerin ist Designerin, sie hat für das Innere und Äussere des ganzen Gebäudes ein Farbkonzept erstellt, und zwar unter Einbezug der Umgebungsfarben. Das war wirklich professionell, das hätten wir nicht in diesem Umfang tun müssen. Dieses Konzept haben wir schliesslich der Stadt vorgelegt, die erst ein wenig skeptisch war, weil Blau eine dunkle Farbe ist. Mittlerweile kommen aber alle auf mich zu und sagen: Wow, das ist genial geworden, besonders mit der Gold-Komponente des alten «Tonfilm»-Logos.

Sie haben eine mögliche Umnutzung eines Ihrer Kinos angesprochen. Kann das Geschäft mit dem Film heute nicht mehr gewinnbringend betrieben werden?

Ein Einzelkino in der Stadt ist nicht mehr rentabel. Für das Kino Palace etwa werde ich in den nächsten zwei Jahren eine andere Nutzung finden. Ich betreibe Kino heute auf drei Säulen: Kino, Gastronomie und Meeting/Events. In Bezug auf das Capitol-Konzept kann ich mit Letzterem mittlerweile höhere Umsätze erzielen als mit den Filmvorführungen.

Dann geht der Trend langfristig also weg vom Kinogeschäft?

Nein, aber ich will neue Schwerpunkte setzen, etwa durch eine bessere Einbindung des Food-Angebots und die Vermietung der Räumlichkeiten, welche tagsüber meistens leer sind. Ein Unterhaltungskomplex mit mehreren Kinosälen und Gastronomie, wie das youcinema in Oftrin-

gen, funktioniert. Auch das youcinema in Olten wird mit den nötigen Umbau-Massnahmen für mehr Gemütlichkeit und Gastronomie wieder funktionieren.

Ein bisschen mehr Food und der Laden läuft also?

Generell geht es darum, ein Wohlfühlambiente zu erzeugen, einen Ort zu schaffen, den man gerne besucht. Ich will, dass die Leute dort zwei, drei Stunden ausserhalb ihres Alltags verbringen können. Vielleicht fühlen sie sich sogar ein bisschen wie die Stars, wenn sie den Film verlassen, weil sie das Geschehen auf der Leinwand auf ihr Leben übertragen.

Sie träumen von der Zukunft. Ist das vielbesungene Kinosterben also offiziell vorbei, beginnt nun das grosse Fressen der Überlebenden?

Solange die Medien über das Kinosterben schreiben, wird es nie vorbei sein. Und die Medien schreiben wirklich gerne darüber. Jedes Jahr – zu Anfang, Mitte und Ende – werde ich angerufen und gefragt: Und, seid ihr schon tot? Ich weiss ehrlich nicht, woher das kommt. Klar, das Thema Netflix und Digitalisierung scheint sich aufzudrängen. Aber wir, die KinobetreiberInnen, sind im Offlinebereich tätig. Das Kino ist eine Möglichkeit, sich ausserhalb der eigenen vier Wände unterhalten zu lassen. Daheim hat's ja auch eine Küche, und trotzdem geht man ins Restaurant.

Restaurants wie Kinos können preislich schnell happig werden. Sie sind dreifacher Familienvater. Eine fünfköpfige Familie kommt mit Billetts und Popcorn auf gut über 100 Franken. Wie soll die sich das leisten können?

Wir haben Vergünstigungsprogramme, da können etwa Kinder schon für 10 Franken ins Kino. Aber es ist natürlich eine Ausgabe, klar. Auf der anderen Seite ist das Kino darauf angewiesen: 200 Quadratmeter Leinwand und gute Sessel und gutes Tonequipment haben ihren Preis – dafür ist es ein Erlebnis. Die Erwachsenen und Kinder sind fasziniert von der Grösse, den Geschichten und vom Popcorn, das es dazu gibt. Es ist ein bisschen wie Europapark, einfach viel kleiner.

Besitzen Sie eigentlich eine eigene, spezielle Eintrittskarte für Ihre Kinos?

(lacht) Ich bin noch nicht so gross und weit weg vom Geschäft, dass mich meine Mitarbeitenden nicht mehr erkennen würden. Wobei, das ist auch schon passiert. Eine Platzanweiserin am Eingang bestand darauf, mein Billet zu sehen. Da musste ich sagen: Ich bin eigentlich dein Chef, aber froh, dass du hier stehst. An dir kommt keiner vorbei.

Ich habe einst auch in einem Kino gearbeitet, wenn auch in keinem von Ihnen. Ich habe dort netto 16 Franken auf die Stunde verdient.

Damit hätte ich mir damals nicht mal eine Kinokarte leisten können. Wo geht das ganze eingenommene Geld der Kinos hin?

In eine Reserve, die irgendwann aufgebraucht sein kann. Beispielsweise, wenn ein Kinosommer so schlecht läuft wie der momentane. Seit Mitte Juni verzeichnen meine Kinos praktisch keine Einnahmen mehr, und ich habe Kosten von über 700'000 Franken im Monat. Dazu kommen immer wieder Investitionen in die Infrastruktur wie beispielsweise jetzt neue Sitzpolster im grössten Saal in Oftringen, die mit 120'000 Franken zu Buche schlagen. Die Hälfte des Eintrittspreises geht übrigens an den Filmverleiher. Bleiben am Ende des Jahres fünf bis sechs Prozent der Einnahmen liegen, ist das schön.

«Ich betreibe Kino heute auf drei Säulen: Kino, Gastronomie und Meeting/Events. In Bezug auf das Capitol-Konzept kann ich mit Letzterem mittlerweile höhere Umsätze erzielen als mit den Filmvorführungen.»

Genug der Zahlen: Sind Sie eigentlich nur ins Kinobusiness eingestiegen, weil «Kino-Koni» so toll klingt?

Nein, für mich war immer klar, dass ich entweder einmal das Familiengewerbe übernehmen oder aber Hotelier werde. Als meine Eltern Peter und Isabelle Schibli das Geschäft führten, konnte allerdings nur eine Familie davon leben, darum habe ich erst eine Lehre als Koch absolviert und bin anschliessend für drei Jahre in die USA, um Filmwirtschaft zu studieren. Danach habe ich drei Jahre in Deutschland Multiplex-Kinos geleitet. 1997 kam ich zurück nach Olten, mittlerweile konnten meine Eltern hier drei weitere Kinos übernehmen.

Das waren die Kinos Lichtspiel, Rex und Capitol, die dem Cousin Ihres Grossvaters gehörten. Ihrem

Grossvater Bruno Schibli gehörte das Kino Palace. Diese Übernahme klingt fast nach Familienfehde.

Das Verhältnis zwischen den zwei Familien war nicht gut, wie weit das ging, kann ich nicht sagen. Über einige Umwege gingen die Kinos fünf Jahre nach dem Tod der Ehefrau dieses Cousins an meine Eltern. Für uns war das gut, weil wir als einzige Kinokette auf dem Platz eine viel bessere Verhandlungsbasis gegenüber den Filmverleihern hatten - nicht in Bezug auf die Filmmiete, sondern auf die Auswahl und den Einsatz der Filme.

Wie kam es überhaupt dazu, dass gleich zwei Seiten Ihrer Familie ins Kinogeschäft eingestiegen sind?

Keine Ahnung, was genau dazu geführt hat. Mein Grossvater jedenfalls war passionierter Hobby-Filmer. Er hat das Palace 1926 erbaut. Damals war das natürlich ein lukratives Geschäft, Zehntausende gingen jährlich dort hin. Das Kino war damals vor dem TV eine richtige Medienmacht, wie heute das Internet.

Warum waren Sie immer so erpicht darauf, dieses Geschäft zu übernehmen?

Ich bin selbst wahnsinnig gerne in der Kinowelt, ich lasse mich gerne in eine Film-Geschichte hineinziehen, in einem Kinosaal mit anderen Menschen. Angst, Trauer, Freude, Erleichterung mit andern zu spüren ist magisch und vibrierend. Zudem ist das Filmgeschäft einfach unglaublich spannend. Mehr als die Produktion fasziniert mich aber die unternehmerische Seite im Unterhaltungsbereich und der Gastronomie. Ich will Menschen zum Träumen anregen.

Wie ist das in diesem wandlungsfreudigen Geschäft noch möglich?

Der Gang ins Kino hat sich eigentlich nicht gross verändert, seit ich im Geschäft bin. Die Erwartungen haben sich gewandelt. Das ist genau ist die Herausforderung eines Kinobetreibers.

Sie verlieren mich...

Das fängt im Kleinen an: Ist der Mensch wirklich noch bereit, eine Armlehne zu teilen? In meinem neuen Konzept etwa soll es Sofas geben, damit die BesucherInnen zwei Lehnen haben. Da sitzt man nicht mehr so aufeinander wie jetzt. Das Kino muss sich mehr in Richtung Wohnzimmeratmosphäre verändern, damit die Leute auch wirklich gerne kommen.

Sie sprechen in diesem Zusammenhang gerne davon, dass Kinobetreiber «innovativ» sein müssten. Ist das Ihre Auffassung davon?

Ja. Natürlich muss die Technik stimmen, keine Frage. Aber die Digitalisierung durchzieht unser tägliches Leben mehr und mehr. Das führt dazu, dass sich die Menschen wieder mehr unter Volk mischen wollen. Dieses Sehen und Gesehen werden, damit will ich spielen, ich will das ins

Zentrum rücken. Heutige Multiplex-Kinos sind bloss Durchlauferhitzer. Die Leute kommen an einem Ort rein, am anderen wieder raus und zwischendrin passiert der Konsum ohne Rücksicht auf die soziale Komponente, die ein Kinobesuch ausserhalb des Kinosaaes haben kann.

Und wie sieht die Zukunft aus?

Man muss die Menschen wieder mehr zusammenbringen und eine Plattform schaffen, auf der sie sich austauschen können. In Oftringen machen wir darum kein Multiplex-, sondern Cultureplex-Kino. Da hat man auch mal einen Ort, an welchem man einfach sein kann, ohne etwas konsumieren zu müssen. Trotzdem gibt's etwa Foodangebote oder eine Bar.

Spannend ist auch eine gute Filmauswahl. Für einige Zeit zeigten Ihre Kinos türkische Action-Komödien. Wo sind die hin?

Die Türkei produziert weniger Blockbuster, deswegen werden diese Filme vom Filmverleiher nicht mehr angeboten. Nur gerade drei bis fünf Kinos in der Schweiz haben diese Filme gezeigt, türkischstämmige Menschen aus der ganzen Schweiz kamen zu uns. Das war jeweils ein Fest, in diesen Momenten war ich gerne am Kinokiosk und habe Popcorn verkauft.

Wie war Ihr Film-Riecher bisher? Haben sich die Besucherzahlen gesund entwickelt?

Durch die Expansion nach Oftringen 2008 hat die Region insgesamt mehr Besucher. Allerdings sind die Besucherzahlen auf dem Platz Olten – unter anderem ebenfalls wegen Oftringen – um die Hälfte zurückgegangen. In der Stadt kamen vorher 170'000 Besucher im Jahr. Heute sind das noch 80'000. Im ersten Halbjahr 2018 haben wir zudem nochmals einen Rückgang von gut 30 Prozent verzeichnet – was auch der dürftigen Filmauswahl und dem schönen Wetter zuzuschreiben ist. Früher kamen zudem drei Viertel des Publikums in den Oltnen Kinos aus der Region Olten, heute kommt der gleiche Prozentsatz aus Olten selbst. Da das Kino in Oftringen aber 250'000 Besucher jährlich anlockt, konnte die Besucherzahl insgesamt verdoppelt werden.

Das klingt düster für Olten.

Der Platz Olten wird momentan quersubventioniert, das ist so. Das Capitol wird aber ab nächstem Jahr schwarze Zahlen schreiben, das youcinema wird einem Umbau unterzogen und das Palace wird einer neuen Nutzung zugeführt.

Was Lockeres für zwischendurch: Schauen Sie sich eigentlich noch Filme an, einfach so?

Ich schaue nicht mehr jeden Trash. (lacht) Dramen gefallen mir am besten, und Komödien. Ich bin ein dramatischer Typ.

Auch im Privatleben?

Ich bin sehr emotional, ja.

«Generell geht es darum, ein Wohlfühlambiente zu erzeugen, einen Ort zu schaffen, den man gerne besucht. Ich will, dass die Leute dort zwei, drei Stunden ausserhalb ihres Alltags verbringen können.»

Wie äussert sich das?

Ich bin sehr «gspürig», ich kann Menschen lesen, begreifen und mich in sie reinversetzen. Das hat wohl auch mit meiner Liebe zum Film zu tun.

Sie gelten auch als Macher-Typ.

Wie passt das zu Olten?

Olten ist meine Heimatstadt, ich konnte in Olten schon viel bewegen. In Oftringen spüre ich eine andere Dynamik, mehr Wohlwollen und Kooperation. In Olten ist manches zäher und komplizierter. Ich spreche hier in Bezug auf die Behörden, die natürlich auch nur ihren Job machen, viel Widerstand erleben und sich entsprechend rechtfertigen müssen.

Während Ihrer Zeit in Deutschland haben

Sie in grossen Städten gearbeitet. Was ist der Unterschied zwischen einer Kino-Grossstadt und einer –Kleinstadt?







Die Grösse der verschiedenen Zielgruppen. In einer Grossstadt hat man viel mehr Möglichkeiten, auf ein bestimmtes Zielpublikum einzugehen. Das ist in einer Kleinstadt schwierig, sei es in Bezug auf Nischenfilme oder Nischen-Kinokonzepte.

Wie wäre zielgruppenorientiertes Kino denn möglich?

Ein klares Profil des Publikums ist nötig. Ich muss wissen, wen ich ansprechen möchte. Um es überspitzt zu formulieren: Ältere Semester, die mehr auf Gemütlichkeit aus sind, möchten vielleicht nicht mit dem Teeniepublikum den neusten Horrorfilm anschauen gehen. Es wird je länger je mehr ein Thema werden, Kinokonzepte zu schaffen, welche spezifische Zielgruppen ansprechen. Das ist in einer Grossstadt natürlich umso interessanter, weil dort einfach mehr Leute sind. Mit dem bevorstehenden Umbau des youcinema in Olten werde ich versuchen, mich in diese Richtung zu bewegen. Aber ein solches zielgruppenorientiertes Konzept in einer grossen Stadt umzusetzen, das würde mich reizen.

Ein gutes Projekt für nach der Pensionierung.

(lacht) Ich werde nie pensioniert. Ich bin Unternehmer, und das wird so bleiben bis zum Ende meiner Tage.

«Ich bin sehr
gspürig, ich kann
Menschen lesen,
begreifen und mich
in sie reinversetzen.
Das hat wohl auch
mit meiner Liebe
zum Film zu tun.»

Konrad «Kino-Koni» Schibli wurde 1969 in Olten geboren. Nach einer Koch-Lehre ging er 1991 erst für drei Jahre in die USA, um an der University of California Filmwirtschaft und Marketing zu studieren. Anschliessend leitete er im Ruhrgebiet in Deutschland für weitere drei Jahre Multiplex-Kinos. 1997 kehrte er nach Olten zurück und übernahm 2008 die familieneigene Kinokette. 2012 erstand er bei einer Konkurs-Versteigerung den Oftringer Vergnügungstempel «Fun-Maxx» heute «you event center» für 15 Millionen Franken und baute diesen zu einem «Culture-Plex» mit Gastronomie- und Unterhaltungseinrichtungen aus. Schiblis youcinema AG betreibt heute fünf Kinos mit 13 Leinwänden in Olten, Brugg und Oftringen. Desweiteren betreibt er sechs Gastronomiebetriebe und beschäftigt insgesamt 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Schibli lebt mit seiner Partnerin Karin Wyser und der gemeinsamen Tochter Anaïs (11) im Capitol in Olten. Seine Töchter aus erster Ehe, Jana (21) und Jade (19), arbeiten neben ihrem Studium auch im Kino.