



ZU DEN PERSONEN
Paul Schär (vorne) ist CEO und Inhaber der Hector Egger Holzbau AG und mit seiner Firma der Veranstalter des Winterkinos. Sein Sohn Michael studiert an der Fachhochschule in Biel Holzbauingenieur und ist für die Organisation des Winterkinos zuständig.

HANSPETER BÄRTSCH

Abenteuer in der Altjahreswoche

Winterkino In der grossen Fabrikhalle der Hector Egger Holzbau AG laufen sechs Filme

Das Sommerkino bekommt sein winterliches Pendant: Am 27. Dezember öffnet das Winterkino wortwörtlich seine Tore, denn dieses findet in der riesigen High-Tech-Holzhalle der Hector Egger Holzbau AG statt. Diese organisiert den Anlass im Alleingang.

QUENTIN SCHLAPBACH

Die Dimensionen sind gewaltig für ein Kino: 15 Meter hoch, 82 Meter lang und 32 Meter breit – das sind die Eckdaten der High-Tech-Holzhalle, zu deren Herstellung zirka tausend Bäume verarbeitet wurden. In der Altjahreswoche wird nun diese Halle, wo sonst durchs Jahr gearbeitet und fabriziert wird, in ein Kino umfunktioniert. Die eine Hälfte der Halle wird mit 600 Sitzplätzen und einer riesigen Leinwand gefüllt sein. Die andere Hälfte beherbergt das kulinarische Angebot, wo es neben der typischen Kinoverpflegung wie Popcorn und Glace auch Sandwiches, Feines vom Grill und eine Bar geben wird.

Das «Gschtürm» des Sohnes

Der Austragungsort ist für die Veranstalter denn auch das Besondere oder gar Einmalige im Vergleich mit

VIER TAGE LANG KINO

27. Dezember	
16 Uhr:	G-Force
20.15 Uhr:	The Ugly Truth
28. Dezember	
20.15 Uhr:	2012
29. Dezember	
20.15 Uhr:	Männerherzen
30. Dezember	
16 Uhr:	Up
20.15 Uhr:	Away We Go
	Eintritt: 16 Franken

anderen, gewöhnlichen Kinos. Dementsprechend heisst das Motto des Anlasses: Abenteuer in der Traumfabrik.

Die Idee, in der fabrikeigenen Halle Filme für ein breites Publikum zu zeigen, hatte Paul Schär schon vor fünf Jahren, als das Gebäude erst einjährig war. In den folgenden Jahren wurde das Projekt aber immer wieder hinausgeschoben, weil der Zeitaufwand zur Realisation für Paul Schär schlicht zu gross war, wie er selbst sagt. Dass es nun doch zustande kommt, ist vor allem Schärs filmbegeistertem Sohn Michael zu verdanken. Nach dem diesjährigen Sommer-

kino leistete er bei seinem Vater wiederholte Überzeugungsarbeit für dessen Idee. «Gschtürm» habe er, gibt er lächelnd zu, bis schliesslich ein Kompromiss gefunden wurde. Das Projekt wird realisiert, aber unter der Bedingung, dass Michael Schär die organisatorische Arbeit übernimmt. Ein weiteres Anliegen von Paul Schär war, dass es ein rein firmeneigener Anlass werden sollte, das heisst ohne sonstige Mitveranstalter und ohne Sponsorenwerbung.

Das Durchführungsdatum lag sofort auf der Hand, denn: Zwischen Weihnachten und Neujahr liegt der einzige Zeitraum während des Winters, an dem in der Halle nicht gearbeitet wird. «Das Datum ist ideal, gerade weil in dieser Zeit in der Stadt sonst nichts läuft», sagt Paul Schär. Auch in den kommenden Jahren soll der Event in dieser Zeitspanne stattfinden. Das bedeutet zwar, dass es in Zukunft wenig bis gar keinen Spielraum gibt für eine zeitliche Verlängerung des Events, da er an beiden Enden an Feiertage grenzt. Ein solcher Ausbau sei jedoch gar nicht gewollt, so Paul Schär.

Bei der Organisation konnte Michael Schär auf die Mithilfe von Rita Soom und Marcel Marti, den Besitzern des «La Piazzetta» und Organisatoren des Sommerkinos, zählen. Hauptbera-

tungspunkt war natürlich die Filmauswahl. Das Ziel sei gewesen, ein möglichst breites Publikum anzusprechen, sagt Michael Schär. Altersklasse, Genre, und Aktualität spielten dabei eine zentrale Rolle. Bei den beiden Kinderfilmen sei zudem wichtig gewesen, dass sie auch für Erwachsene unterhaltsam sind. Auch weniger kommerzielle Filme fanden Platz im Programm, wie etwa «Away We Go», der am Mittwochabend gezeigt wird. Die Zusammenarbeit mit dem Sommerkino war aber auch in anderen Bereichen hilfreich. «Ich konnte jederzeit nachhaken, wenn organisatorische Fragen auftauchten», sagt Michael Schär. So werden viele Abläufe ähnlich gestaltet sein wie beim Sommerkino.

Moderne Kommunikationsmittel

Trotzdem musste vieles von null auf erarbeitet werden: Ausarbeiten des Konzepts, Aufschaltung der Homepage, das Koordinieren des Verkehrs und die Beschaffung der Technik hätten in den vergangenen Wochen viel Freizeitverlust verursacht, sagt er. Bei der Vermarktung setzte er auch auf moderne Kommunikationsmittel wie Facebook oder Twitter. «Für die Ausgabe im nächsten Jahr werde ich sicher nicht mehr so viel Zeit investieren müssen», sagt Michael Schär.