

Žiga Brdnik

Kinodvor na prelomnici

Ob desetletnici ustanovitve javnega zavoda Kinodvor in petnajstletnici njegovega ponovnega odprtja pod okriljem Slovenske kinoteke se ljubljanski mestni kino spogleduje z odprtjem minipleksa. Ta se je letos začel hitreje pomikati h končni realizaciji in naj bi se odprl do leta 2022, kar bo eno leto pred stoletnico odprtja kinodvorane na Kolodvorski.

Leto 2002 je bilo v bogati zgodovini kinematografa Ljubljanski dvor, kasneje imenovanega Sloga, Dvor in Kinodvor, edino, ko je platno v njem samevalo. Leto dni prej je svoja vrata po odprtju multipleksa Kolosej zaprl reprizni kino Dvor, ki je obratoval v okviru Ljubljanskih kinematografov. A ekipa filmskih entuziastov in poznavalcev pod vodstvom Jurija Medena, Špele Šmid in Urške Aljančič iz vrst Slovenske kinoteke, ki jo je takrat vodil Silvan Furlan, enostavno ni mogla sprejeti dejstva, da bo slovenska prestolnica ostala brez mestnega kina in rednega, kakovostnega filmskega programa. Za ohranitev tega nekoč prestižnega in priljubljenega kina so začeli z akcijo, ki je pozivala k združitvi moči ključnih akterjev: Slovenske kinoteke, Ministrstva za kulturo in Mestne občine Ljubljana.

Rojstvo iz hrepenenja

»André Bazin, eden najvplivnejših filmskih teoretikov in mož, čigar ukvarjanje s filmom je zaznamovala predvsem ljubezen do gibljive podobe, je nekoč zapisal: 'Film nadomešča našim pogledom svet, ki se ujema z našimi hrepenenji!' Tudi Kinodvor se rojeva iz hrepenenja; iz hrepenenja po filmih, katerih avtorjev ne motivirajo tržni imperativi, temveč potreba po ustvarjanju in želja po izpovedi; iz hrepenenja občinstva po filmih, ki se nadaljujejo tudi potem, ko so luči v dvorani že prižgane,« so zapisali v prvi predstavitvi koncepta mestnega art kinematografa. In dodali dve gesli, ki naj bi povzemali njegovo poslanstvo: »centralna filmska postaja« in »kamor gre film v kino«. Cilj je bil, da se do osemdesetletnice dvorane oktobra 2003 odpre novi Kinodvor.

Da se pri tako ambicioznem projektu ne nameravajo in ne morejo naslanjati samo na javna sredstva in odločevalce, so dokazali z obsežno in uspešno akcijo Na svojem stolu, v okviru katere so podporniki ideje v zameno za donacijo dobili svoj stol v dvorani Žarka Lužnika. »Eno ključnih vlog pri prenovi in vzpostavitvi Kinodvora je odigrala uspešno

Otvoritveni teden, oktober 2018; foto Nada Žgank



izvedena akcija darovanja stolov. Slabo stanje objekta, v katerem je nastajal Kinodvor, je zahtevalo več sredstev za nujno potrebno sanacijo, ki so šla v prvi vrsti na račun celovite ureditve avditorija. Ker novega kina nismo želeli začeti na starih, neudobnih, predvsem pa nekinematografskih stolih, smo zastavili akcijo *Na svojem stolu*, s katero smo povabili prijatelje filmske umetnosti, da kupijo oziroma podarijo nov stol za avditorij Kinodvora, « lahko preberemo v predstavitvi akcije, ki nam jo je poslal **Jurij Meden**, prvi programski vodja Kinodvora.

Vsak darovalec stola je za ceno 39.000 tolarjev lahko izbral mesto svojega stola v dvorani in si po želji na stolu omislil ploščico z odtisom svojega imena ali poljubnega napisa. Akcijo je 19. oktobra leta 2002 uradno odprl dogodek, ki so ga poimenovali Kinodvorjenje, celodnevno filmsko rajanje za Kinodvor. »Prvi zmenek v nastajajočem Kinodvoru, ki so ga sestavljali tiskovna konferenca, tekmovanja v filmskem kvizu in namiznem nogometu ter številne glasbene točke, je skrival dva namena: prvič, predstaviti skico bodočega Kinodvora tistim, ki ga bodisi najbolj nestrno čakajo ali pa bi o tem radi obvestili javnost, in drugič, s predstavitvijo akcije *Na svojem stolu* nagovoriti za pomoč pri ureditvi novega avditorija tiste, ki želijo in zmorejo pomagati. Našemu povabilu se je do pomladi leta 2003 prijazno odzvalo dovolj darovalcev in darovalk, za svojo podporo pa so bili nagrajeni s posebno izkaznico, ki jim je omogočala brezplačen ogled vsakega filma s programa redne distribucije v prvem letu, in posebno slovesnostjo.«

Akcija je bila uspešna in Mestna občina Ljubljana je na podlagi dogovora z Ministrstvom za kulturo Republike Slovenije s pogodbo oddala kino Dvor v brezplačni najem Slovenski kinoteki, financirala večja vzdrževalna dela ter nujno potrebno obnovo in preureditev, Ministrstvo za kulturo pa je prispevalo sredstva za nakup nove tehnološke in kino opreme. Od 15. oktobra 2003 je Kinoteka skrbela za redni filmski program, ki je potekal štiri- do petkrat dnevno vseh 365 dni v letu. Svoje mesto v Kinodvoru je našel evropski

film, »karkršnega je bilo do takrat na domačih platnih prerediti videti«; svetovni film iz oddaljenih geografskih področij, »ki trenutno veljajo za žarišča sodobne avtorske kinematografije«; ameriški neodvisni film; filmski kultni in klasike v ponovni distribuciji; pa tudi tista slovenska filmska produkcija, ki zaradi izrazito nekomercialne naravnosti ali za distribucijo netipičnih žanrov in zvrsti v domačem kinematografskem prostoru do takrat ni prišla do izraza. »Druži jih skupni imenovalac, nalepka 'art film', ki naj jo preprosto opredelimo kot tisto, kar bi film mogel biti in kar lahko je,« je zapisala ekipa prvega Kinodvora.

Od boja za preživetje do javnega zavoda

Vedno bolj je Kinodvor začel postajati tudi shajališče in središče filmske misli, a ta razvoj so začasno presekale politične spremembe v državi in posledično kadrovske spremembe v Slovenski kinoteki. Po zamenjavi vodstva konec leta 2005 je bil Kinodvor vedno bolj potisnjen na stran, lahko razberemo iz pisma, ki sta ga leta 2007 na Uroša Grilca, načelnika oddelka za kulturo ljubljanske občine, naslovila Jurij Meden in Igor Prassel:

»Posledica malomarnega upravljanja je v oči bijoče propadanje kinematografa na področju infrastrukture in kadrovanja, ne nazadnje pa tudi programa. Tehnična oprema kinematografa ni vzdrževana, načeluje mu nekompetentna

ekipa, opustošena sta tako program kot dvorana, ki zadnje mesece pretežno sameva. Kot tak, še pred kratkim žlahten kinematograf nikakor ne more biti v ponos urbanemu središču in kulturnemu centru Slovenije, zato ugotavljamo, da so spremembe nujne /.../ Tako kot je bil Kinodvor pred leti porojen iz hrepenenja po filmih, katerih avtorjev ne motivirajo tržni imperativi, temveč potreba po ustvarjanju in želja po izpovedi, tako danes pišemo iz istega hrepenenja, podčrtanega z jezo nad stanjem stvari in čvrsto voljo, da taiste stvari – z vašo pomočjo – spremenimo na bolje!«

Občina je prisluhnila argumentom in hkrati z obujanjem Kina Šiška, poleg Kinodvora edinega kinematografa v javni lasti, začela s projektom mestnega kina, ki je v prihajajočih mesecih postal samostojni javni zavod. »Filmska civilna družba se je povezala in nagovorila mesto, da bi v Ljubljani še naprej obstal kino, namenjen kakovostnemu programu. Preostala mestna kinematografa Vič in Komuna sta namreč obratovala pod Kolosejem in s tem je bil bolj ali manj pogojen tudi njun program. V zgodbo sem se vključila, ko sem z občine prejela klic v zvezi s prevzemom direktorskega mesta. Opraviti smo morali vse korake od registracije zavoda naprej, saj sem dobila samo ključe in hišo. Ključno je bilo, da so bile odločitve sprejete zelo hitro. 1. aprila 2008 je Kinoteka zaprla Kinodvor, konec maja sem bila imenovana za vršilko dolžnosti direktorice zavoda s pomočnikom za

Klič M za umor A. Hitchcocka, oktober 2013; foto Domen Pal



program, a brez ekipe, 1. oktobra pa smo že odprli mestni kino, saj je župan postavil takšen rok. Včasih je tako hitro težko delati, a mislim, da je bilo v tem primeru to dobro, saj smo tako ujeli tudi kinematografsko sezono,« se spominja **Nina Peče Grilc**, prva in doslej edina direktorica javnega zavoda Kinodvor.

»V obdobju, ko smo odpirali mestni kino, se je marsikdo spraševal, ali je to smiselno in pametno. Marsikdo ni verjel, da lahko kino v prihodnosti še beleži obisk in da bi se ob investicijah za svoje delovanje še lahko izplačal. Takšno vzdušje ni vladalo samo v Sloveniji, ampak tudi v mednarodnem prostoru. Specifičnost Ljubljane in Slovenije je bila v tem, da so bile že navade obiskovanja kina in širša filmska kultura takrat, ob koncu devetdesetih, po zaprtju mestnih kinodvoran in odprtju multipleksov slabo razvite. Multipleksi v trgovskih centrih so nagovarjali zelo ozek krog občinstva, za del preostalih pa je kino postal že zgodovina,« je takratno vzdušje orisala sogovornica.

Odločilni sta bili široka podpora in povezanost filmske scene, dodaja. »Večina ljudi je bila, tako z javnega kot poslovnega vidika, tej ideji naklonjena, šlo pa je tudi za moment, ko je bilo vloženo veliko entuziazma, pozitivne energije in pričakovanj.« Po njenih izkušnjah in izkušnjah direktoričinega pomočnika za program **Koena Van Daeleja** pa brez podpore mestnih oblasti tak projekt ne more zaživeti, kar so nekatera druga mesta v Sloveniji že občutila. »Politična volja in podpora občine kot ustanovitelja je ključna. Tisti, ki imajo mesto, sposobno takšne odločitve in organiziranja, lahko imajo pogoje za dobro delovanje.« Navsezadnje pri tem ne gre zgolj za vprašanje odpiranja kinematografa, ampak za karseda široko in raznoliko razvijanje filmske kulture, ki ni utemeljena na ekonomskih kazalcih in merjena v dobičku, temveč v dobrobiti, razgledanosti, povezanosti in izobraženosti določenega okolja. »Kinodvor mora kot javni zavod poleg vloge kinematografa opravljati tudi druge naloge, povezane s filmsko kulturo v mestu: od filmske vzgoje in drugih izobraževalnih dejavnosti do tega, da je ključna mestna institucija na področju filma in kot takšna pomaga tudi drugim partnerskim organizacijam, zato da se v mestu povezujejo in kontinuirano razvijajo.«

Nina Peče Grilc: Ena dvorana je že nekaj časa premalo

Od takrat je Kinodvor pokazal zavirljive rezultate, ki jih najbolj povzemajo podatki o več kot milijonu obiskovalcev v zadnjem desetletju in preostale številke, ki jih predstavljamo v priloženem okvirčku. A novi tehnološki in prostorski izzivi so se hitro vrstili ter kulminirali v debati okrog ustanovitve minipleksa pod Trgom Ajdovščina v središču Ljubljane. Projekt, ki se je z nakupi prostorov in uvrstitvami v razvojne dokumente občine v zadnjem letu

Nina Peče Grilc; foto Nebojša Tejić/STA



začel od mrtve črke na papirju hitreje pomikati k realizaciji, naj bi s štirimi kinodvoranami zaživel leta 2022. »Že na začetku smo v tem, da vsegeneracijski kino odpremo v eni dvorani, slutili velik izziv. Potrebne je bilo veliko programskega manevriranja. Ta cilj je bil v zadnjih letih dosežen, ker so se navade obiskovanja kina začele vračati. Starejši del občinstva, ki je bil prej vaju Kino Paradiža, se je vrnil, zelo dobro obiskan pa je tudi mladinski in otroški program, ki je imel rezultate že v razvoju filmske vzgoje širše – v Artkino mreži.«

Leta 2012 se je zgodil velik skok v obisku, ko je Kinodvor presegel 120.000 obiskovalcev na leto. »S tem smo dosegli tudi vrhunec naših kapacitet z eno kinodvorano. Prostor se je zasičil, ne le po obisku in programu, ampak tudi iz poslovnega in tehničnega vidika, v smislu vzdrževanja in jasnih omejitev, česa smo v njem še zmožni. Od takrat naprej je za nas izziv, kako to rešiti.« Dodaten izziv predstavlja tudi zaradi dela Kinodvora povečano zanimanje za kino, s tem pa tudi večja konkurenca za gledalce v mestu z odprtjem Kina Bežigrad in novih letnih prizorišč. »Na to konkurenčnost in razširitev ponudbe moramo gledati pozitivno, čeprav predstavljata za nas tudi določene izzive. Odgovoriti moramo na vprašanja, zakaj in kako smo lahko drugačni, zakaj bi nekdo izbral Kinodvor. Razmišljati moramo o raznolikih občinstvih, enako kot smo doslej o raznolikih programih. Občinstva, s katerimi delamo že 10 let, so čedalje bolj zahtevna, nagovarjati pa moramo tudi tista, ki jih še nismo dosegli. Ni več samo stvar starostnih skupin, saj ne moreš reči, da vsi najstniki uporabljajo facebook in da imajo vsi enake filmske interese. Ti so postali tako večplastni in raznoliki, da je treba na tem ves čas delati. Zaradi vsega naštetega je nujno potrebna prostorska razširitev, brez katere teh ciljev po mojem ne bo mogoče doseči. Izhajati moramo iz tega, da je 120.000 obiskovalcev v eni kinodvorani absolutno preveč, tako za dvorano kot za filme. To se sicer sliši blasfemično, vendar v tujini veljamo za fenomen tudi zaradi tega, ker z eno dvorano nihče ne dosega takšnih števil.«

Vprašanje je, kaj se bo v luči tovrstne konkurence zgodilo, ko bo namesto ene treba napolniti pet dvoran, saj bodo poleg minipleksa ohranili tudi kinodvorano na Kolodvorski. Kako jim bo to uspelo? »Zaradi petih dvoran ne bomo imeli 500.000 ali 600.000 gledalcev, ampak bo to pomenilo razširitev, ki bo najboljša za film in gledalce. Ogromno vsebin v tem trenutku nima prostora ali pa ga vsaj nima dovolj. V tej poplavi informacij ni naš glavni cilj, da bodo vsi vedeli vse o vsem in prišli na vse projekcije, ampak moramo ciljno nagovarjati posamezne segmente občinstva. V novih prostorih bi se lahko to spremenilo na bolje, saj izkušnje kolegov iz tujine kažejo, da prostor sam in njegova arhitektura, dvorane, opremljenost in program vsi skupaj vplivajo na to, da nekoga prepričaš za obisk kina.«

A direktorica je previdna pri napovedih, kako bodo dvorane v minipleksu razdeljene; ali bo to urejeno tudi po programskih nišah in različnih občinstvih. »O tem je še prezgodaj govoriti. Vsekakor bodo opremljene z vsem in na način, da bo obratovanje čim bolj racionalno. V naslednjih dveh letih, ko bodo v pripravi programske in projektne dokumentacije, nas skupaj z ustanoviteljem čaka razmislek o teh stvareh.« Primere in zglede, kako to izvajajo drugod, je Kinodvor poiskal na terenskih ogledih po Evropi in kot član sveta mreže kinematografov Europa Cinemas. »Ves čas smo v stiku s kolegi v mreži Europa Cinemas. Treba pa se je zavedati, da okolje močno vpliva na to, kakšne so navade obiskovanja kina, zato rešitev ni mogoče kar prekopirati. Že v Sloveniji se vidi, da je treba razmišljati lokalno, saj ne moreš enostavno vzeti za model nečesa, kar si videl v drugem kraju. Nismo edini pri vprašanju arhitekture in prostorske problematike enoplatenskih kin, ki živijo v zgodovinskih stavbah, saj se to dogaja po vsej Evropi. Ta tema ima zato za seboj že kar nekaj okroglih miz ter študij, ki nam lahko dajo določene odgovore.«

Ali več dvoran prinaša tudi več zaposlitev in filmskih programov?

Zagon minipleksa in povečanje števila projekcij bosta prinesla tudi določene kadrovske zahteve, ki jih bo moral Kinodvor delno pokriti z lastnimi sredstvi. V prvi vrsti gre za tehnični kader, kot so kinooperaterji in serviserji, direktorica pa je prepričana, da zavod v razširjeni obliki potrebuje tudi primerno okrepljen programski in promocijski segment. »Raznolikost programa je gotovo eden glavnih argumentov, zakaj odpirati nove kinodvorane in nove termine. S tem lahko določenim filmom pustimo, da dobijo svoje občinstvo, saj kažemo večinoma takšne, ki prvi vikend še ne služijo kot največje uspešnice, temveč se glas o njih širi od ust do ust. Korak dlje v ponudbi svetovne kinematografije lahko naredimo tudi tako, da razširimo raznolikost glede na državo izvora, avtorja, tematiko. Več dvoran pa omogoča tudi večje število

šolskih projekcij, ki so pri nas že več let izziv in jih izvajamo skupaj s Slovensko kinoteko, saj je ena dvorana premalo.«

Nezanemarljiv akter, ki prav tako zagotavlja raznolikost programa, so tudi festivali, od katerih so številni (Liffe, Festival dokumentarnega filma, FeKK, Kurja polt, Kinotrip, Festival LGBT filma, Festival migrantskega filma ...) na tak ali drugačen način našli domovanje tudi v Kinodvoru. »Novih že nekaj let ne moremo sprejemati ali delati, čeprav tedensko, včasih dnevno prejemamo povpraševanja po tem. Film je zelo hvaležna in privlačna materija za osvetlitev zelo različnih stvari in veliko ljudi iz tega vidika posega po njem. Filmska produkcija je ogromna in glede na razvoj tehnologije se bo, kot kaže, še povečevala.«

Bo temu sledila tudi filmska ponudba, mogoče z več filmi iz Azije, Afrike in Južne Amerike?

»Filmska distribucija v Sloveniji je gotovo pod vplivom tega, koliko ima priložnosti, da ekonomija filma zdrži. Vsi distributerji absolutno podpirajo odprtje novih dvoran in zagotavljajo, da program zanje bo. Je pa nabor filmov, ki jih pripeljejo v Slovenijo, vzročno-posledično povezan s tipom filmske kulture, kakršna je pri nas. Zato je na različnih koncih in ravneh treba delati na tem, da bo za takšne filme prostor in zanimanje na strani distributerjev in gledalcev, saj je to povezano. Če je zanimanje ozko, moramo takrat, ko je priložnost, narediti vse, da tiste, ki želijo film videti, spravimo v kino. Sicer pa v Sloveniji glede ponudbe in raznolikosti filmskega programa nismo preveč omejeni. Pravzaprav je teh priložnosti kar veliko – ne samo v distribuciji, ampak tudi po zaslugi festivalov. V filmski distribuciji so se po letu 2004, ko smo začeli s festivalom Kino Otok, ki je namenjen svetovnim kinematografijam, stvari spremenile. Pa ne zaradi Slovenije, ampak na splošno, saj so pridobile svoj položaj. Posledično pa je tudi komercialna produkcija postala zahtevnejša. Tem spremembam je treba slediti in delati na tem, da bodo zanimanje, povpraševanje in radovednost za različne filmske vsebine rasli. Zelo pomembno vlogo pri tem igra tudi filmska vzgoja. Njen ključni cilj je, da film razumeš, in ne, da ti je všeč. Da si ga lahko razlagaš in vanj vstopaš z zanimanjem, kaj bo prinesel. In to se razvija prek filmske kulture na dolgi rok, z delom z otroki, ki so še naravno zelo radovedni, in motivacijskim 'feedbackom', ki jih lahko naredi suverene pred vstopom v kinodvorano. Na ta način upamo, da bomo razvili še več zanimanja za kinematografije, ki jih omenjate. A to ni odvisno samo od nas, ampak od celotne verige dejavnikov.«

Primer Wes Anderson

V Wesu Andersonu je Kinodvor odkril specifičen primer avtorja, ki ponazarja, kaj je pri nas na tem področju trenutno mogoče in kaj ni. Za **Grand Budapest Hotel** (2014,



Wes Anderson) si je moral izboriti možnost prikazovanja, nato pa je postal celo eden najuspešnejših filmov Kinodvorovega programa – in zgodba z njegovim novim filmom *Otok psov* se ponavlja. »Wes Anderson je primer odličnega avtorja, ki je lahko dovolj dober za zahtevnejše, umetniško usmerjene gledalce in hkrati zanimiv tudi za širše občinstvo. V Sloveniji ima celo oboževalce, kar je za film že samo po sebi dosežek. Pri *Grand Budapest Hotelu* smo bili šokirani, ko smo začeli spoznavati odnos največjih studiev in distributerjev, saj jih enostavno ni zanimalo, da bi film prikazali v Sloveniji. Vseeno smo distributerja prepričali v omejeno distribucijo in na koncu s konceptom za premiero v Grand hotelu Union pristali celo na Foxovem referenčnem seznamu za primere najboljših promocijskih kampanj. A zgodba se je ne glede na izkušnjo ponovila z **Otokom psov** (*Isle of Dogs*, 2018, Wes Anderson), saj nismo prišli dlje od nekaj omejenih projekcij filma. To pa kaže na problem, ki ga ne glede na vse imamo zaradi razmer in majhnosti trga: da ne moremo dobiti vseh filmov, ki bi si jih želeli. Za nekatere smo se trudili tudi po pol leta, pa na koncu nismo bili uspešni, pri drugih nam je uspelo. Sprašujejo nas tudi, zakaj jih potem sami ne kupimo in pripeljemo v Slovenijo. A vstopiti na trg kot distributer pripelje za seboj ogromno dodatnih stroškov, vprašanj in sprememb pozicije v odnosu do drugih, zato smo že od začetka zavzeli stališče, da javni zavod tega ne more početi.«

Zakaj *mainstream* poleg *artfilma*?

V zadnjih letih se pojavljajo očitki, da Kinodvor na programu kaže preveč *mainstream* filmov, na primer **Hotel Transilvanija 3: Vsi na morje** (*Hotel Transylvania 3: A Monster Vacation*, 2018, Genndy Tartakovsky) v času intervjuja z Nino Peče Grilc. Direktorico smo zato vprašali, kako upravičuje dejstvo, da izpostavljajo pomanjkanje prostora in terminov, po drugi strani pa prikazujejo tudi filme, ki jih je možno videti v multipleksih. »Načeloma je *mainstream* lahko enako kakovosten program kot katerikoli drugi, zato do takšnih filmov nimamo zadržkov in jih nikoli nismo imeli. O programu se odločamo na podlagi kakovosti in avtonomne programske selekcije. Pri Kinobalonu gre za bolj specifičen primer, saj je občinstvo našega programa za otroke in mlade zelo zavezano Kinodvoru. Ljudje z otroki, ki obiskujejo nas, po navadi ne hodijo v multipleks in obratno. Razen v primerih velikih uspešnic, ki jih otroci morajo in želijo videti. Predvsem v počitniškem času pridejo na naš program tovrstni filmi za občinstvo, ki ne zahaja v Kolosej, kar do neke mere velja tudi za redni program. S Kolosejem se nismo mogli dogovoriti, da ne bi vrteli istih filmov, posledično nikoli ne vemo, kateri se bo na njihovem programu znašel naslednji teden. Zato se odločamo na podlagi tega, kar mislimo, da bi bilo dobro ponuditi našemu občinstvu, in za kar vemo, da si v Kinodvoru želi videti.«

Tehnična opremljenost enako pomembna kot programska kakovost

Za mestni kino je Kinodvor zelo dobro opremljen, saj ima tudi 3D, 16-milimetrski in 35-milimetrski projektor. Se to izplača? Zakaj takšna usmeritev v tehnologijo? »Za strokovno institucijo na področju filma je po mojem mnenju to skoraj nujno, saj že po ustanovitvenem aktu nismo le kino, temveč zagotavljamo tudi druge naloge v javnem interesu. Podobno kot v primeru Slovenske kinoteke sta tehnična kakovost in opremljenost enako pomembni kot kakovost programa. 35-milimetrski projektor smo na primer ohranili, ker imamo še vedno priložnosti, ko lahko na njem vrtimo filmske trakove. Nakup 3D in 16-milimetrskega

projektorja pa sta bili v bistvu super priložnosti, saj smo ju dobili po izjemno ugodnih cenah. Takšne priložnosti ves čas tudi iščemo in jih, če se le da, izkoristimo. Glede na to, da se bliža minipleks, verjamem, da jih bomo tudi v prihodnje. Program ponujamo takrat, ko je priložnost; 3D na primer ni vedno na sporedu kot v multipleksih, saj je tehnična priprava nanj specifična. Te opreme nismo kupili, da bi konkurirali Koloseju, ampak zato, da bi jo imeli na voljo, ko se ponudi posebna priložnost vrteti filme, ki jo zahtevajo in potrebujejo, saj ponujajo neko novo kino izkušnjo. V 3D tehniki smo na primer prikazali Hitchcocka in Godarda, ne vrtimo pa akcijskih uspešnic,« je sklenila sogovornica. **E**

KINODVOROVO DESETLETJE V ŠTEVILKAH

2010

- za najboljši program za otroke in mlade Kinobalon prejel nagrado Europa Cinemas, za izvirnost programa in projektov pa medijsko nagrado gong ustvarjalnosti.

2011

- kot prvi slovenski art kinematograf izpeljal prehod na digitalno prikazovanje.

2013/2014

- praznoval 90. obletnico in jo v sodelovanju s Slovensko kinoteko pospremil z 8 strokovnimi publikacijami ter dvema mednarodnima konferencama.

2014

- naštel 120.119 gledalcev na 1892 javnih projekcijah. Število projekcij se je od leta 2009 dvignilo za 40 odstotkov, število gledalcev pa za 44 odstotkov. Obisk Kinobalona se je v istem obdobju dvignil za 253 odstotkov: s 13.180 na 33.351 gledalcev na 277 rednih in 171 šolskih projekcijah.

2015

- se je opremil tudi s tehniko za predvajanje 3D stereoskopskih filmov.

2016

- organiziral prvi mednarodni filmski festival mladih za mlade.
- 10 novih in starih kino lokacij je obudil v okviru projekta Mobilni kino.

- do leta 2015 skupno prikazal 1624 celovečernih in kratkih filmov
- 50-odstotno sofinanciranje Kinodvora zagotavlja ljubljanska občina, a vsota variira glede na lastna sredstva, ki jih pridela javni zavod. MOL je ob zagonu zaradi investicije v novo opremo zagotavljala 80 odstotkov financiranja, v letih 2009 in 2010 so ta sredstva predstavljala 51 odstotkov, 48 odstotkov v letu 2011, 46 odstotkov v 2012, v letih 2013 in 2014 pa 45 odstotkov. Od 55 odstotkov lastnih sredstev je Kinodvor s prodajo vstopnic zagotovil 58 odstotkov, pridobil pa je tudi 18 odstotkov tržnih sredstev.
- od 14 zaposlenih javni zavod Kinodvor financira 8 zaposlenih z lastnimi sredstvi, 6 plač pa financira ljubljanska občina.
- 2 abonmaja sooblikuje od leta 2011: Najstniški abonma za najstnike od 11. do 15. leta in KUL abonma za mlade od 15. do 25. leta. Vsebujeta 10 filmskih abonmajskih dogodkov letno.

2017

- na 1973 projekcijah gostil 119.432 obiskovalcev, od tega 14.979 na Filmu pod zvezdami in približno 5400 na Letnem kinu na Kongresnem trgu. Kinobalon je obiskalo 37.309 obiskovalcev.
- v letu 2017 je zaslužil 422.556 evrov bruto prihodka od prodanih vstopnic, kar je bilo 7 odstotkov manj kot leta 2016.
- 1.177.963 evrov so znašali prihodki zavoda v letu 2017. Od tega je ljubljanska občina zagotovila 49,5 odstotka ali 583.441 evrov. 8000 evrov je prispevalo ministrstvo za kulturo, 48.450 Slovenski filmski center, 10.289 proračun Evropske unije, 14.396 pa mreža Europa Cinemas. Lastni prihodki zavoda za javno službo so znašali 407.909 evrov, lastni prihodki za tržno dejavnost pa 130.163 evrov.