



Nach der **Vorführung** des firmeneigenen Werbevideos stellte sich Siemens-Projektleiter Carsten-Sünneke Berendsen (l.) den Fragen der Zuschauer. Filmemacher Günther Ennulat (hier mit UVC-Geschäftsführer Markus Heinig) fand im Kino-Foyer Interessenten für seine jüngste Dokumentation. Fotos: Koppe

Sonnenseiten auf der Leinwand

Beim Kinoabend im „Bali“ präsentierte der UVC neue Image-Filme zum Thema Wirtschaft und Tourismus

Von Kai Koppe

CUXHAVEN. Die Stadt in ihrer Rolle als Wirtschaftsstandort und Tourismusdestination ins richtige Licht zu rücken – das ist Ziel der sogenannten Werbefilme, wie sie Verwaltung und Wirtschaftsförderung von Zeit zu Zeit produzieren. Den jüngsten Clip gab es am Montag beim mittlerweile schon traditionellen Filmabend des Unternehmensverband Cuxhaven (UVC) zu sehen.

Oscars gab es selbstredend nicht zu gewinnen, auf einen roten Teppich hatte der UVC (trotz Anwesenheit eines Staatssekretärs, eines Landtagsabgeordneten und eines Siemens-Managers) ebenfalls verzichtet. Ein gewisses cineastisches Flair, das sich bei Betreten des „Bali Kino Centers“ einstellt, ließen sich Veranstalter wie

Gäste am Montagabend jedoch gerne gefallen. Bevor „Bali“-Chef Ralf Kaspar jedoch im Vorführsaal das Licht herunterdimmte und den eingangs erwähnten Film über Cuxhavens Sonnenseiten auf die Großleinwand projizierte, kam UVC-Geschäftsführer Markus Heinig kurz auf die Tagespolitik zu sprechen: „Es ist völlig klar, dass die Gewerbesteuer-Erhöpfung für uns als Wirtschaftsvertreter ein großes Thema ist“, sagte Heinig auf die Vorgaben des Entschuldungshilfevertrages zu sprechen kommend, die auf Rats-Ebene aktuell Schritt für Schritt umgesetzt werden.

Neue Perspektiven

Mittelbar hatten die im Verlauf des UVC-Filmabends vorgeführten Streifen (drei an der Zahl) übrigens mit der Steuerentwicklung innerhalb der Stadt zu tun: Der

Neun-Minuten-Clip „Cuxhaven – Maritime Stadt mit Zukunft“ der Wirtschaftsförderung richtete sich an potenzielle Neubürger, die Cuxhaven im Zuge der Gewerbeneuansiedlungen im Offshore-Windkraft-Bereich zu gewinnen hofft. An Zuliefer-Unternehmen wendete sich Siemens Wind Power-Chef Markus Tacke in einem ebenfalls am Montagabend gezeigten Werbefilm mit eindeutiger Intention: Mögliche Partner für die Entwicklungen an der Elbmündung zu interessieren, um nichts anderes ging es in diesem vorrangig auf ein Fachpublikum abzielenden Film. Auf Cuxhaven-Fans aller Couleur zugeschnitten ist dagegen das jüngste Werk des Filmemachers Günther Ennulat. „Maritime Welten in Cuxhaven“ heißt diese Dokumentation, die beinahe Spielfilmlänge erreicht und (dank der von Hartmut Mes-

ter beigesteuerten Drohnen-Aufnahmen) selbst Kenner begeistern kann – mit ganz neuen Perspektiven, aus denen die maritime, die wirtschaftliche und nicht zuletzt auch die kulturelle Entwicklung der letzten Jahre illustriert wird.

Ein ungewöhnliches „Seh-Erlebnis“ garantiert nicht zuletzt die 3D-Technologie „made in Hollywood“: Bei den beschriebenen Image-Filmen kam sie (noch) nicht zum Einsatz; wohl aber bei einigen Kinofilmen, die in Zukunft im „Bali“ laufen. Einen Ausblick gewährte Kino-Betreiber Ralf Kaspar zum krönenden Abschluss – verbunden mit dem Hinweis auf die kulturelle Bedeutung, die seinem Filmtheater („an 365 Tagen geöffnet“) in dieser Stadt zukommt. Das, findet Kaspar, hätte in dem ein oder anderen Cuxhaven-Film ruhig einmal gesagt werden können.