

Udo Schenk spielt im Dinslaken-Film

Wer sich für Dinslaken interessiert - ob als Urlaubsgast am Niederrhein, Unternehmerin oder Bauherr - soll die Reize der Stadt durch einen Imagefilm erleben. Schauspieler Udo Schenk bekommt es darin mit dem Nachtwächter zu tun.

VON SINA ZEHRFELD

DINSLAKEN Dinslaken habe praktisch alles. Stadtteile wie Hiesfeld mit seinen malerischen Ecken oder Lohberg mit dem Bergpark. „Industriekulissen, die Geschichten erzählen“, sagt Regisseur Adnan Köse. Arbeiterschaft und Bildungsbürgertum. Kultur hier und Natur dort, „ob an Rheinaue oder Rotbachtal“, so Produzent Thorsten Ippendorf, „aber man ist in fünf Minuten in der Innenstadt, wo ein Festival läuft“.

Die beiden Dinslakener Filmemacher haben den Zuschlag bekommen für den Auftrag, einen Imagefilm für und über Dinslaken zu drehen. Einen Film, an dessen Ende die Zuschauer sich denken sollen: „Hey, wow! Das ist Provinz am Niederrhein? Da will ich auch mal hin“, beschreibt Adnan Köse das gesetzte Ziel. Als Protagonist habe Schauspieler Udo Schenk zugesagt. Das Video wird eine kleine Geschichte erzählen. „Es wird eine Begegnung geben zwischen ihm und dem Nachtwächter der Stadt“, beschreibt Köse. Eingefasst durch diese Rahmenhandlung soll der Film Dinslakens Vielseitigkeit und Reize vor Augen führen.

„Dieses Angebot hat uns durch seinen narrativen Ansatz überzeugt“, sagt Bürgermeister Michael Heidinger. Das betont auch Stadt-Sprecher Marcel Sturm: Es gehe darum, Gefühle zu vermitteln. „Die Dia-Show, die mit Musik hinterlegt ist – das bleibt nicht im Kopf“, sagt er. Und Bürgermeister Heidinger ergänzt: „Eine Geschichte, Emotionen – das ist es, was die Menschen berührt.“ Somit habe sich das Konzept von Thorsten Ippendorfs Unternehmen „Ippi Film“ gegen fünf weitere Bewerber in der engeren Auswahl durchgesetzt.

Ippendorf erklärt, er fühle sich „geehrt“ durch die Entscheidung. „Wir haben den Vorteil, dass wir die Stadt in- und auswendig kennen“, sagt er. Die Recherche- und Dreharbeiten starten jetzt sofort. Derzeit sei man auf der Suche nach neuen Blickwinkeln, erläutert Adnan Köse. „Wir fahren überall hin, sehen uns Perspektiven und Einstellungsmöglichkeiten an – das wird Wochen dauern.“ Übrigens gebe es heute viel mehr zu zeigen als noch vor ein paar Jahren. „Die Stadt hat sich



Produzent Thorsten Ippendorf und Regisseur Adnan Köse (v.r.) sind bereit, loszulegen. Links: Bürgermeister Michael Heidinger.

RP-FOTO: ZEHRFELD

unglaublich entwickelt.“ Ein bisschen gedreht wird in der nächsten Zeit schon, das meiste werde sich aber im Sommer abspielen, blickt Thorsten Ippendorf voraus. Auf jeden Fall werde man das Fantastival „mitnehmen“, wenn möglich auch die Din-Tage.

Als Kameramann wurde James Jacobs angeheuert, in der Branche ist das ein bekannter Name. Bei den Menschen aus Dinslaken, die vor die Kamera treten werden, achte man auf eine ausgewogene Mischung, erzählen die Filmemacher weiter: Männer und Frauen, jüngere und ältere.

Das Werk soll es am Ende in zwei Fassungen geben. Eine soll drei bis fünf Minuten lang sein, eine Lang-Version von etwa einer Vier-

INFO

Jury bestand aus Köpfen der Stadtverwaltung

Die Jury Die Entscheidungsträger, die „Ippi Film“ den Zuschlag für den Auftrag gaben, waren Bürgermeister Michael Heidinger, sein Referent Thomas Pieperhoff, Stadt-Sprecher Marcel Sturm, die Beigeordnete Christa Jahnke-Horstmann und die Leiter der Verwaltungsbereiche Kultur und Wirtschaftsförderung.

Der Entscheidungsprozess Die Jury bewertete die sechs formal qualifizierten Angebote im Laufe von zwei Sitzungen im Sommer.

telstunde ist ebenfalls geplant. Abgabetermin für das fertige Werk ist Ende November. Einen Termin für die öffentliche Präsentation durch die Stadt Dinslaken gibt es noch nicht, womöglich ist es noch in der Vorweihnachtszeit 2020 so weit.

Der Imagefilm soll nicht nur mögliche Urlaubsgäste oder zukünftige Einwohner einladen, erklärt Bürgermeister Michael Heidinger. Er könne vielfältig wirken, „auch in den gewerblichen Bereich hinein“. Unternehmen zum Beispiel, die über einen neuen Standort nachdenken, könnten sich über die nackten Zahlen und Statistiken einer Gemeinde auf anderem Wege informieren. Aber jede Firma brauche Leute. Und potenzielle Mitarbeiter wiederum würden sich bei der Wahl

eines Arbeits- und Wohnortes über eine Stadt kundig machen und sie nach ihrer Lebensqualität bewerten, deshalb spiele das auch für die Firmen eine Rolle.

Dass Dinslaken einen Imagefilm bekommen soll, hat die Politik Anfang 2018 beschlossen. Ende 2018 wiederum wurde der Kostenrahmen dafür auf 24.000 Euro festgelegt. Es habe zwölf Kandidaten aus ganz Deutschland gegeben, die ihren Hut mit unterschiedlichen Konzepten in den Ring warfen, erklärt die Stadt. Sechs davon hätten die formalen Anforderungen erfüllt. Die Entscheidung für Ippi Film fiel dann innerhalb der Stadtverwaltung. Thorsten Ippendorf sei mit seinem Vorschlag „klarer Sieger“ gewesen, so Bürgermeister Heidinger.