

>> Filmpark Babelsberg macht Filmgeschichte und – zukunfts erlebbar

# „Wir vollziehen die Entwicklungen der Medien nach“

Interview mit Friedhelm Schatz, Geschäftsführer des Filmparks Babelsberg

Kurz nach der Wiedervereinigung wurde auf dem Babelsberger Studiogelände im Rahmen einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme begonnen, einen „Film- und TV-Erlebnispark“ zu errichten, der am 15. August 1991 seine Pforten öffnete. Wenig später wurde auf dem Gelände die Babelsberg Studiotour gestartet, die in Anlehnung an Themenparks wie den Universal Studios Hollywood ausgebaut werden sollte. Nach und nach entstanden zum Teil aus Original-Filmkulissen und -bauten weitere Showbereiche. Seit 1999 ragt ein Vulkan für Live-Stunt-Shows in den Babelsberger Himmel, der 2.500 Gästen Platz bietet. 2009 wurde die „Metropolis-Halle“, die größte Veranstaltungshalle Potsdams eingeweiht. Im Jubiläumsjahr 2011 erweiterte der „Dome of Babelsberg“ mit integriertem 3D Erlebnistheater das Repertoire des Filmparks. Innerhalb kürzester Zeit zog die Blaue Kugel vom Berliner Breitscheidplatz in den Filmpark.



## >> Friedhelm Schatz

1975 – 1987 Aufnahmeleiter, Produktionsleiter und Head of Production in den Bavaria Filmstudios  
 1987 – 1992 Geschäftsführer Circle Vision GmbH  
 1992 – 1993 Friedhelm Schatz Entertainment  
 1993 – 1999 Geschäftsführer Babelsberg Studiotour  
 2000 - 2003 Adviser for International Affairs CGISD/Vivendi Deutschland  
 Seit März 2003 Geschäftsführender Gesellschafter des Filmparks Babelsberg

**promedia: Herr Schatz, wie entstand die Idee für den Filmpark?**

**Schatz:** Am 15. August 1991 - wir feiern dieses Jahr 20-jähriges Bestehen- wurde der Filmpark geöffnet. Der Filmpark war ursprünglich als ABM-Maßnahme geplant, als Übergang. Das Risiko, das man damals eingegangen ist, war überschaubar. Man nutzte vorhandene Strukturen, hat wenig investiert und vorhandene

Mitarbeiter eingesetzt. Zu der Idee hat sicher beigetragen, dass die Bavaria 10 Jahre zuvor eine Studio- Tour gestartet hatte, und dass es bei den ehemaligen DDR-Bürgern ein großes Interesse gab, das ehemalige DEFA-Studio zu besichtigen. Man hat sich also entschlossen, einen Film- und TV-Erlebnispark zu gründen. Sicher, auch, um Beschäftigung für die Mitarbeiter der DEFA zu sichern. Man

hat eine Tour mit einfachen Mitteln organisiert, die dann relativ erfolgreich gestartet ist.

**promedia: Wie groß war das Risiko für Sie, als Sie 1993 den Park übernommen hatten?**

**Schatz:** Volker Schlöndorff hatte mich damals aus München geholt. Nach einer Besichtigung habe ich zugesagt, weil nach meiner Auffassung dieser Standort in Babelsberg, mit seiner damals 80-jährigen Geschichte, in der Substanz und in der Qualität so unglaublich gut für Aktivitäten wie einen Filmpark geeignet schien. Mein Risiko war daher sehr überschaubar, ich brauchte nur Zeit und Vertrauen.

**promedia: Wann sind Sie als Gesellschafter eingestiegen?**

**Schatz:** 2003 zusammen mit meinen Partnern Ekkehard Streletzki und Guido Fronert. In den Anfangsjahren 1993 bis 1999 war ich angestellter Geschäftsführer und hatte sehr viel Spielraum, weil der Filmpark sich gleich wunderbar entwickelte.

Natürlich hat mir geholfen, dass sich die Pläne der Franzosen insgesamt für diesen Standort nicht umsetzen ließen. Ich bin dann in jede Nische eingedrungen und habe die für den Filmpark besetzt.

**promedia: Welche Bedeutung hat die Geschichte des Filmstandortes heute noch für den Filmpark?**

**Schatz:** Wir bilden hier als Filmpark die Plattform der Medienstadt, die Plattform für Film, Fernsehen, Radio und alle Medien zusammen. Da wir uns mitten in einem der ältesten Mediengelände der Welt befinden ist gerade die Authentizität von ungeheurer Wichtigkeit. Das Konzept eines Filmparks auf der grünen Wiese würde so nicht funktionieren wie diese Anlage vor dem Hintergrund dieses Standortes. Die 100jährige Geschichte ist für den Erfolg des Filmparks von grundsätzlicher Bedeutung.

**promedia: Sie sind in den letzten Jahren auch Schritte in die Zukunft gegangen. Sie stellen nicht nur die Vergangenheit dar sondern berücksichtigen auch moderne Inhalte der heutigen Filmentwicklung...**

**Schatz:** Ja, das ist ein Teil unseres Konzeptes. So dramatisch, wie sich die Medienlandschaft in den letzten 20 Jahren auch technisch weiter entwickelt hat, müssen wir das mit unseren Attraktionen nachvollziehen. Wir sind auch im Filmpark in der digitalen Welt angekommen. Vor 15, 20 Jahren hatten wir noch an einen Schneidetisch, gezeigt, wie man Filmschnitt mit separater Tonspur bearbeitet. Heute zeigen wir natürlich auch die digitale Bearbeitung. Wir vollziehen die Entwicklungen der Medien in unserem Programm nach. Letztendlich ist alles, wenn wir es präsentieren, schon Vergangenheit. Wir nutzen Filme und Fernsehsendungen nach. Das einzige, was vielleicht brandaktuell ist, ist die Darstellung der Dekoration für „Gute Zeiten, Schlech-

te Zeiten“, denn was dort gedreht wird, wird erst in ein paar Monaten gesendet werden. Es ist unser Ziel, künftig noch stärker auch neue Techniken zu präsentieren.

**promedia: Welches sind heute die wichtigsten Elemente des Filmparks?**

**Schatz:** Die wichtigsten Elemente des Filmparks sind unsere Shows, allen voran die „Vulkan-Show“ – unsere große Stuntshow. Dazu zählen auch unsere interaktiven Theater und Kinos, aber natürlich auch solche Figuren wie der Sandmann, der hier ein Zuhause gefunden hat – ob nun der klassische Sandmann oder der Kino-Sandmann. Die Mischung, die wir präsentieren, macht es aus. Wir sind kein Museum und auch kein Freizeitpark der klassischen Prägung. Wir bewegen uns dazwischen und werden auch dementsprechend wahrgenommen.

**promedia: Zu den großen Investitionen der letzten Jahre gehört die Metropolis-Halle. Wie ist die denn inzwischen angenommen worden?**

**Schatz:** Bereits seit 1994 organisieren wir im Filmpark Veranstaltungen und haben dafür damals die Caligari-Halle gebaut. Diese Halle, veranstaltungserprobt, ist in die Jahre gekommen und deshalb entstand für fast 10 Millionen Euro die Metropolis Halle. 2008 eröffnet, agieren wir mit ihr nach zweieinhalb Jahren schon sehr erfolgreich. Wirtschaftlich sind wir in den schwarzen Zahlen. Inhaltlich ist das Konzept einer leeren Halle, ähnlich einem Studio, aufgegangen. In der Halle finden heute vielfältige Veranstaltungen von Bundesparteitagen bis hin zu großen Produktpäsentationen, Messen und dergleichen mehr statt. Mit der Metropolis Halle wurde ein Standortnachteil

» FÜR DEN FILMPARK IST DIE AUTHENTIZITÄT VON UNGEHEURER WICHTIGKEIT.

Potsdams geschlossen. Endlich verfügt die Landeshauptstadt über eine Mehrzweckhalle für unterschiedlichste große Veranstaltungen.

**promedia: Wie wird sich der Filmpark in den nächsten Jahren weiterentwickeln? Was planen Sie an weiteren Investitionen?**

**Schatz:** Wir haben in diesem Jahr mit dem „Dome-of-Babelsberg“, die ehemalige „Blauen Kugel“, eine sehr innovative und teure neue Attraktion platziert. Sie kommt beim Publikum sehr gut an. Natürlich wird sich der Filmpark weiter entwickeln. Wir haben noch Platz und können uns noch gen Westen ausweiten, auch nach Süden, haben wir noch Potential. Das Schöne am Filmpark Babelsberg ist, dass er vor dem Hintergrund der Medienstadt operieren kann und die Themen, die diese Medienstadt wie ein Vulkan ausspuckt, gehen uns nicht aus. Deshalb ist mir inhaltlich nicht bange. Unsere Erfahrung zeigt, dass die Mischung aus Entertainment, Show-Programm und Action, funktioniert.

**promedia: Was sind das zum Beispiel für Inhalte und Themen die die Medienstadt „ausspuckt“?**

**Schatz:** Die Medienstadt präsentiert heute eine große Mischung sehr unterschiedlicher Unternehmen. Wir haben die Wissenschaft mit der HFF an Bord, und Fernsehen mit dem rbb vor Ort. Es gibt das Studio Babelsberg mit dem Thema Film und die UFA ist der größte deutsche TV-Produzent. Hier haben inzwischen auch zahlreiche Firmen für neue Medien ihren Sitz aber auch Radiosender. Damit sind wir hier in die Medienstadt mit allen Facetten der Medienlandschaft gesegnet. Zu allen Unternehmen haben wir gute Kontakte und tauschen uns auch darüber aus, was im Filmpark noch

gezeigt werden kann. Es bestehen inzwischen aber auch Beziehungen zu Filmunternehmen außerhalb des Standortes wie der Constantin-Film aus München.

**promedia: Heißt dass, Sie wollen auch die Zusammenarbeit mit Produktionsunternehmen weiter ausbauen, die nicht in Babelsberg ansässig sind?**

**Schatz:** Unbedingt. Es gibt wirklich gute Kontakte zu den großen Produzenten in Deutschland. Ich versuche sie davon zu überzeugen, dass ein Joint Venture auch bei einem 100-Millionen-Euro-Filmprojekt für beide Seiten von Vorteil ist. Wir bieten eine Nachnutzung für ihre Requisiten und sonstigen Inhalte. Die daraus eventuell entstehenden Ausstellungen können den Kinostart oder eine DVD-Auswertung begleiten und unterstützen.

**promedia: Was kann der Besucher zukünftig erwarten?**

**Schatz:** Wir wollen uns darauf konzentrieren, den Besucher – und da ist die Technik beherrschbarer geworden, gerade in der digitalen Welt – noch mehr einbinden, dass wir also noch

interaktiver werden. In den Shows haben wir das schon gut gelöst. Es gibt Programme, bei denen die Besucher gecastet werden und mitspielen können. Zu den künftigen Plänen gehören auch eigene Produktionen, die wir hier auf dem Gelände den Besuchern bieten wollen. Aber letztlich kommt der Besucher hierher um in diese Medienlandschaft einzusteigen und nicht nur mit dem erhobenen Zeigefinger konfrontiert zu sein, sondern auch um unterhalten zu werden. Er zahlt dafür Eintritt und dem werden wir gerecht werden.

**promedia: Wie sehen Sie die Stellung des Parks in Deutschlands? Sie sprachen bereits den Park der Bavaria an...**

**Schatz:** Zu den Themen Medien oder Film existieren nur drei Parks: Der Park der Bavaria, der in Bottrop-Kirchellen und in Babelsberg. Wir arbeiten freundschaftlich untereinander und kommen uns nicht ins Gehege sondern befruchten uns, weil Leute, die in München waren, zu uns kommen und umgekehrt. Wir sind bei den vielen

Freizeitparks die Exoten, die besonderen Leute in der Unterhaltung.

**promedia: Wie profitiert die Medienstadt vom Filmpark?**

**Schatz:** Wir verstehen uns als Plattform und Bühne der gesamten Medienstadt. Natürlich wird dadurch ein gewisser Druck von den Firmen genommen, ständig Besuchergruppen betreuen zu müssen. Unsere Branche hat eine große Faszination und die Medienkonsumenten wollen mehr über Medien wissen beziehungsweise in diesem Umfeld unterhalten werden. Zum anderen profitieren die Unternehmen von dieser unterhaltsamen

Art des Standortmarketings. Es gelingt uns schon sehr gut, die Ersthaftigkeit der Medien mit Begriffen wie Freizeit und Spaß zu verbinden.

» MIT DER METROPOLIS-HALLE WURDE EIN STANDORT-NACHTEIL POTSDAMS BESEITIGT.

**promedia: Wie sehen Sie die Perspektive der Medienstadt – die Entwicklung in den nächsten Jahren?**

**Schatz:** In den letzten 18 Jahren hat sich der Standort sehr deutlich gewandelt. Aus einem reinen Filmstandort ist ein moderner Medienstandort geworden. Der Film ist in der Außenwahrnehmung immer noch sehr prägend, wirtschaftlich aber nur ein Teil der Erfolgsgeschichte.

Wir, und hier ist der Filmpark Babelsberg als Inhaber der meisten noch entwicklungsfähigen Flächen, zusammen mit Partnern gefordert, haben klare Ziele: Verbesserung des Angebotes für Mitarbeiter und Gäste im Bereich Gastronomie, Service und Betreuung; einen Kindergarten gibt es ja schon, Ausbau des Entertainmentkomplexes, Erweiterung der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ und Angebote an alle Unternehmen der Medienbranche, diesem einmaligen Ensemble beizutreten. (J)



Foto: FILMPARK/Mathw

Zur Medienstadt gehört auch ein moderner Kindergarten, der auf Initiative des Filmparks 2010 entstanden ist.