

Filmmuseum Potsdam

Auszug aus dem Jahresbericht 2006

Das Filmmuseum 2006

- 1. Ausstellungen**
- 2. Sammlungen**
- 3. Kino und Veranstaltungen**
- 4. Kommunikation und Marketing**
- 5. Haushalt, Personal, Organisation**
- 6. Sachstand und Perspektiven**

Das Filmmuseum Potsdam 2006

Film verschafft der Landeshauptstadt Potsdam aus überregionaler Sicht ein Alleinstellungsmerkmal – ebenso wie die Schlösser und Gärten der Preußischen Könige. Das Museum gehört gemeinsam mit den Medienunternehmen in Babelsberg, der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ und dem Filmpark Babelsberg zur Filmstadt Potsdam, deren Historie es bewahrt, erforscht und öffentlich zugänglich macht. Die Veranstaltungsangebote des Filmmuseums und seine Sammlungen werden überregional genutzt und wahrgenommen und führen filminteressierte Gäste aus aller Welt ins Museum. Seit 1991 wird das Filmmuseum Potsdam als nachgeordnete Einrichtung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur vom Land Brandenburg getragen.

Im Zentrum der Museumsarbeit stehen Geschichte und Gegenwart der ältesten europäischen Filmproduktionsstätte, die seit 1912 in Babelsberg beheimatet ist. Die Sammlungen und die Dauerausstellung widmen sich der Firmen- und Zeitgeschichte sowie Filmen und Künstlern, die Babelsberg berühmt machten. Tägliche Kinovorstellungen und Wechsellausstellungen erweitern das Spektrum um die Film- und Mediengeschichte der Welt und verbindet sie mit aktuellen Diskussionen zu Kunst und Politik. Die Kulturinstitution setzt einen Kontrapunkt zur Kommerzialisierung, versteht sich als zivilisatorisches Forum und erfüllt einen Bildungsauftrag. Sie ist gastfreundlich und ohne Schließtag zugänglich.

1977 als „Filmmuseum der DDR“ gegründet, ist die Einrichtung das älteste Filmmuseum in Deutschland. Seit seiner Eröffnung 1981 nutzt sie den Marstall, das älteste erhaltene Gebäude Potsdams. Es gehört der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten (SPSG) und wurde 1977 – 1980 restauriert. Die Ausstellungsräume wurden 1993 modernisiert, das Kino 1995 und 2006/2007. Das Café im Marstall betreibt ein Pächter der SPSG. Archiv und Sammlung des Museums sind seit 1995 in der Pappelallee 20 untergebracht, zusätzlich werden in der Landesliegenschaft Schloßstraße 1 Depots genutzt.

2006 zeigte das Museum die Dauerausstellungen „Babelsberg – Gesichter einer Filmstadt“ und die Familienausstellung „Märchenland Babelsberg“. Von den drei Wechselausstellungen war eine ein regionales Ereignis, zwei, „Die fantastische Welt des Puppentrickfilms“ und „Gotts Hollywoodikonen: Degrees° – Porträtfotos von Andy Gotts“, waren deutschen und internationalen Filmen und Künstlern gewidmet. Wie in jedem Jahr gab es mehrere Foyerausstellungen. Filmreihen und Veranstaltungen ergänzten alle Ausstellungen.

1. Ausstellungen

2006 sahen **42 729 zahlende Besucher** die Ausstellungen, bei Events - wie den Ausstellungseröffnungen, Sonderführungen für Partner etc. - kommen noch mindestens 3000 Besucher dazu, die das Haus gratis besuchten. Dieses Ergebnis übertrifft das des Vorjahres um fast 20 Prozent. **Alle Ausstellungsbereiche** des Museums sind **in gutem Zustand**.

Dauerausstellung „Babelsberg – Gesichter einer Filmstadt“

Besucher der Dauerausstellung, die am 1.4.2004 eröffnet wurde, sehen seit 2006 im unteren Ausstellungsraum des Marstalls auch die Wechselausstellungen. Der ohnehin schmale Raum wurde nochmals längs geteilt. Der Grund für diese ungewöhnliche Entscheidung lag im großen Erfolg der Familienausstellung „Märchenland Babelsberg“ begründet, denn anders als ursprünglich geplant, wurde sie nicht 2005 abgebaut.

Das **Besucherecho** auf die seit 1.4.2004 laufende Ausstellung ist, wie Gästebücher und Besucherbetreuer bestätigen, weiterhin sehr positiv. Sie erfüllt eine zentrale Aufgabe des Museums und zeigt deutschen und internationalen Gästen mit einer Fülle von Exponaten und Informationen anschaulich die Filmtradition von Babelsberg.

Familienausstellung „Märchenland Babelsberg“

Der Aufwand für die Herstellung und Finanzierung dieser Ausstellung, die am 1.6.2005 eröffnet wurde, hat sich gelohnt, weil sie angenommen und **von Besuchern geliebt** wird. Zusätzlich erfreuen **Einnahmen**, die mit jedem Monat der Verlängerung weiter sprudeln.

Die **Kosten für Reparaturen** und die Betreuung medienpädagogischer Angebote betrugen 22.316,75 Euro. Sie wurden aus dem Ausstellungsetat des FMP und aus Fördergeldern des **Fördervereins**, der **DEFA-Stiftung** und der **MABB** bezahlt. Wenn die Märchenausstellung weiter verlängert wird, müssen diese Kosten Planungen zugrunde liegen, denn Einsparungen zögen unmittelbare Qualitätsverluste und sinkenden Zuspruch nach sich.

Wechselausstellungen

10 Tage SPERLFILM (Director's Cut)

STOP MOTION: Die fantastische Welt des Puppentricksfilms

GOTTS Hollywood-Ikonen. Degrees° – Porträtfotos von Andy Gotts

Foyerausstellungen

Die Foyerausstellungen sind vor allem ein geeignetes Mittel, um die Aktivitäten der Sammlungsabteilung ins Licht der öffentlichen Wahrnehmung zu rücken, zumal sie täglich von 10.00 Uhr bis nachts zum Kinosluss gratis besichtigt werden können.

Brigitte Tast: GESPIEGELTES – Fotografien aus Diageschichten

Die schönsten Plakate aus 25 Jahren Filmmuseum Potsdam

Die Geschichte der Kinder von Golzow:

Älteste Langzeitdokumentation der Welt – Ein DEFA-Projekt

Richard Groschopp – der Filmhandwerker

Liebling der Götter. Die Schauspielerin Renate Müller

Museums- und Medienpädagogik

Es gab in allen Ausstellungen zahlreiche **Führungen**, auch in englischer Sprache. Führungen werden **zielgruppengerecht** variiert. Ein **Fragenkatalog** zum Filmhandwerk und zur Filmgeschichte erleichtert **Schülergruppen** den Besuch der Dauerausstellung.

In der Familienausstellung gab es Workshops **für ca. 100 Gruppen**, die nicht nur aus Potsdam und Berlin, sondern mit Sonderbussen aus der Region anreisten. Das Feedback auf dieses liebevolle Angebot, war durchweg positiv. Ebenso beliebt war der **Filmworkshop**, in Zusammenarbeit mit der **Medienwerkstatt Potsdam**.

Begleitend zur Ausstellung „**Stop Motion – Die fantastische Welt des Puppentrickfilms**“ konnten Kinder in der **Puppentrickwerkstatt täglich** ihren eigenen kleinen Animationsfilm herstellen und als Daumenkino mit nach Hause nehmen.

Mit Schülern der Goetheschule Babelsberg, als Kooperationspartner des Museums im Bereich Ganztagschulen, wurde das **Projekt „Schüler führen Schüler“** entwickelt.

Zusammenfassung

Die Entscheidung für die **Verlängerung der Märchenausstellung** und die Schaffung eines Wechselausstellungsraumes im Raum der Dauerausstellung war richtig. Umbaumaßnahmen, die mit guten Ideen und großem Einsatz der Beteiligten gemeistert wurden, waren notwendig. Der anhaltende Erfolg der Familienausstellung trägt weniger besuchte Expositionen mit. Wechselausstellungen waren z.T. bereits vor Jahren mit Partnern verabredet. Außerdem sorgen neue Ausstellungen in jedem Falle für die Ansprache immer neuer Zielgruppen und für die Außenwirkung des Hauses, denn jede findet einen Nachhall in den Medien und die Werbung für den Wechsel kommt dem Museum insgesamt zugute.

Weil sich das Prinzip Familienausstellung neben Wechsel- und Dauerausstellung bewährt hat, wird es beibehalten. Wie immer suchen die Verantwortlichen für die **Planung**, nach Themen für Ausstellungen, die beim Publikum auf Gegenliebe treffen. Die staatlich

finanzierten Kultureinrichtungen vorbehalten. Kür bleibt, immer wieder neu das Kunststück zu versuchen, Interesse nicht nur zu bedienen, sondern zu entfachen.

2. Sammlungen

Sammlungen, Ankäufe, Schenkungen

Das Filmmuseum erweiterte und vervollständigte auch 2006 seine Bestände und folgte dabei seiner Sammlungskonzeption, die die Film- und Mediengeschichte von Babelsberg fokussiert.

- Die Nachlässe der Schauspielerinnen **Jenny Jugo, Renate Müller und Winnie Markus** sind für die Erweiterung des Bestandes besonders bedeutend, denn sie vervollständigen die Dokumentation der deutschen **Filmgeschichte vor 1945**. Vor allem die Sammlung von **Kostümen und Kleidern** der Ufa-Schauspielerin Jenny Jugo aus den 20er bis 40er Jahren des vergangenen Jahrhunderts ist einzigartig und von großem musealen und historischen Wert. Beim Nachlass der Schauspielerin **Renate Müller** handelt es sich um die einzigen Dokumente, die über das Leben des 1937 verstorbenen Ufa-Stars authentisch Auskunft geben, weil viele relevante Papiere von den Nationalsozialisten vernichtet wurden. Das Leben und die Filme der Schauspielerin **Winnie Markus**, deren Laufbahn 1937 bei der Ufa begann und bis in die 90er Jahre anhielt, sind durch Fotos, Manuskripte, Werbematerialien, zahlreiche Presseauschnitte und persönliche Gegenstände dokumentiert.
- Weitere Nachlässe bzw. Sammlungen haben die Bestände zur **Geschichte der DEFA** bereichert. Am wichtigsten war 2006 die Übernahme des Nachlasses von Spielfilmregisseur **Lothar Warneke**. Für die **Sammlung zum Dokumentarfilm** sind Materialien des Dokumentaristen **Günter Jordan** von großem Wert.

Die Bemühungen des Museums seine **Bestände bis in die Gegenwart** zu führen, haben im vergangenen Jahr drei Erfolge gezeitigt:

- **Spielfilmregisseur Andreas Dresen** stimmte dem Aufbau eines Andreas-Dresen-Archivs zu, verstreute Kopien seiner Filme werden zusammengetragen. Von seiner **Kostümbildnerin Sabine Greunig** erhielt das Museum Kostüme aus den letzten Produktionen.

- Die Geschäftsleitung von **Studio Babelsberg** sorgte dafür, dass ein handlungstragendes Kostüm aus dem **Hollywood-Film „V for Vendetta“** ins Museum kam: Es wird bereits in der Dauerausstellung gezeigt.
- Das Museum begann eine Sammlung des **Animationsfilm-Regisseurs Jan Koester**, in der sich Figurinen und Entwürfe zu dem preisgekrönten Film „Our Man in Nirwana“ aus den Jahren 2005/2006 befinden.

Weitere wichtige Neuerwerbungen (Auswahl)

- Schauspielerin Erika Dunkelmann (1913 - 2000)
- Schauspielers Karl Ludwig Diehl (1896 - 1958)
- Zwei Sammlungen zur Schauspielerin **Marika Röck** (1913 - 2004)
- Regisseur Michael Kann (1950)
- Autor Thomas Knauf (1951)
- Originalpartitur zum Film „Solo Sunny“ des Komponisten **Günther Fischer**
- **Marlene Dietrich-Puppen** (Werbung aus den 30er Jahren)
- 3 Projektoren 16mm: Eiki RT 2, Leitz G 1, Pantalux 16

Darüber hinaus erhielten die Sammlungen u. a. etwa **250 Drehbücher, Szenen- und Arbeitsfotos**, zahlreiche Künstler-Postkarten, **250 Plakate** aktueller Kinoproduktionen sowie **25 Originalzeichnungen** des Zeichners und Karikaturisten Harald Kretzschmar.

Archivierung

In allen Sammlungsbereichen wurden alte und neue Bestände archiviert. Unterstützt wurden diese Arbeiten durch **17 Praktikanten und insgesamt 4 MAE-Kräfte**.

Arbeiten im Bereich Filmkunstsammlung

- Arbeit an **Nachlässen und personenbezogenen Sammlungen**: Für **25 Neuzugänge gab es** eine erste Erfassung, die eine schnelle öffentliche Zugänglichkeit garantiert.
- Die **Digitalisierung von Szenenbildentwürfen** schreitet fort und ist für Materialien von **Dieter Adam** und **Wilhelm Depenau** abgeschlossen.
- Ein großes Konvolut von **Werbematerialien und Presseauschnitten** (PROGRESS-Überlieferung) wurde eingearbeitet.

- Die Erfassung der Presseauschnitte in ein **eigens entwickeltes Datenbank-Programm** wurde begonnen.
- Das „**Filmspiegel**“-Archiv und das **Günter-Linke-Archiv** wurden weiter aufgearbeitet, der Bestand der **Personalia-Fotos in einer Datenbank** erfasst.
- Wie in den Vorjahren wurden **Gespräche mit Zeitzeugen** geführt.

Arbeiten im Bereich Film- und Kinotechnik

- Die **Datenbankerfassung** von etwa **150 Geräten** wurde abgeschlossen.
- Eine **Internetdatenbank – Bereich Kamera** wurde mit der **Stiftung Deutsche Kinemathek** und weiteren Partnern wie dem **Technikmuseum Berlin** erarbeitet.
- Die **Datenbankerfassung** der **Patentsammlung** wurde abgeschlossen.

Arbeiten im Bereich Film und Video

Die wichtigste Leistung war die **Einrichtung eines Archivfilm-Verleihs**. Kooperationsvereinbarungen mit dem **Deutschen Historischen Museum Berlin** und dem **Neue Visionen Filmverleih Berlin** sichern die Einlagerung und/oder Nutzung.

Restaurierung

Die Restaurierungsarbeiten konzentrierten sich auf den Bereich **Fotografie**. Gegenstände aus dem Nachlass der Schauspielerin **Ilse Werner** und eine Holzkassette aus dem Kinderfilm „**Das Feuerzeug**“ wurden restauriert, ebenso Geräte aus der technischen Sammlung. Laufende Wartungs-, Reparatur- und Pflegearbeiten an der **Welte-Kino-Orgel im Museum** gehören zu den Daueraufgaben.

Dienstleistungen

Ausbildung

Seit 2006 gibt es eine **Kooperation mit der Fachhochschule Potsdam**, die festlegt, dass Studenten in ihren Erschließungsseminaren im Archiv des FMP betreut werden. 2006 sind **23 Praktikanten** tätig gewesen. Sie studieren überwiegend an der **Fachhochschule Potsdam**, an der **Humboldt-Universität** zu Berlin und der **Universität Potsdam**. 6

Praktikanten von der **FHTW Berlin** arbeiteten ausschließlich im Bereich Restaurierung. Die Fortschritte bei der Archivierung und Digitalisierung wurden nur durch den Einsatz von Praktikanten und **4 MAE-Kräften** erreicht.

Der sehr **geringe Ankaufsetat** für die **Handbibliothek**, die für die Arbeit der Sammlungsabteilung und ihrer Nutzer und für die Ausbildung unabdingbar ist, ermöglicht nicht einmal die Anschaffung der wichtigsten Neuerscheinungen zu den Themen unserer Sammlung. Die Haushaltslage verhindert auch die Anschaffung einer Bibliotheks-Software zur Erfassung der Bestände.

Nutzer

Die Sammlungen hatten 2006 etwa **130 öffentliche, kommerzielle und private Nutzer aus dem In- und Ausland**. Die Bestände wurden u. a. von Besuchern aus Schweden, USA, Schweiz, Österreich und Italien genutzt. **Wissenschaftlichen Nutzern** leistete das Archiv Unterstützung bei Diplom- und Doktorarbeiten sowie für wissenschaftliche Publikationen von **17 Universitäten und Hochschulen des Inlands und Auslands**.

Die Mitarbeiter der Abteilung waren für zahlreiche **kulturelle Einrichtungen** – Museen, Verlage, Archive, kommunale Kinos u. ä. – tätig. Für **filmportal.de**, die umfassendste deutsche Website für Film, wurden regelmäßig Informationen und Materialien zugeliefert. **Kommerzielle Nutzer** waren Einkaufszentren, Tageszeitungen, Werbeagenturen, Gestalter, Filmproduktions- und Verleihfirmen.

Neben Materialanfragen und -bearbeitungen wurden nach **Mail- und Telefonanfragen** (u.a. von anderen Museen, Institutionen, Journalisten, Sammlern) annähernd **3.000 Auskünfte** zu filmhistorischen, restauratorischen und technikgeschichtlichen Problemstellungen erteilt.

Die Sammlungen in der Öffentlichkeit

Internet und Medieninformation

Seit Ende 2005 hat das Museum seinen **Web-Auftritt erneuert**, wesentlich erweitert und qualifiziert. Damit entspricht das Museum internationalen Forderungen nach einer größtmöglichen Öffentlichkeit der Bestände. Mit der Beschreibung vorhandener Archivalien

und mit datenbankgestützten Übersichten gehört die Website des Filmmuseums **zu den besten Internetangeboten** von Museen und Archiven **in Deutschland**.

Die zweite Ausbaustufe, die **Einbindung ausgewählter Daten der Archiv-Datenbank**, wurde zu einem vorläufigen Abschluss gebracht. Anfang 2007 waren Informationen über Materialien zu annähernd **10.000 Filmen** und **3.300** Personen abfragbar. Die zeit- und kraftaufwändige Betreuung und der Ausbau der Internetseiten und Datenbanken bedeuten allerdings auch eine Arbeitsverlagerung zu Ungunsten andere Archivierungsarbeiten.

Aus Anlass von Künstler-Jubiläen (soweit sie den Sammlungsbestand betreffen) werden Websites erstellt und die Medien informiert. Die Resonanz dieser **offensiven Pressearbeit des Archivs** ist sehr positiv.

Führungen

Am 7. Mai 2006 beteiligte sich das Museum am „**Tag der Archive**“.

Es gab 2006 **20 Führungen** in den Räumen der Sammlungen. Der Bereich **Modelle und Requisiten** wurde komplett als **Schau-Depot** aufbereitet. Erstmals gab es auch **Führungen für Kinder und Senioren**.

Zusammenfassung

Trotz des anhaltend niedrigen Ankaufsetats konnten die Sammlungen **wiederum in wichtigen Bereichen ergänzt und gestärkt** werden, denn Verhandlungen mit Sammlungs- und Nachlassgebern führten in der Mehrheit zu Schenkungen oder Dauerleihgaben.

Die Mitarbeiter der Sammlungsabteilung betreuen **wissenschaftliche Nutzer** professionell und bilden **Praktikanten** aus. Von den **Kooperationen** sind die Mitwirkung des Archivs an der größten deutschen Filmwebsite filmportal.de und die gemeinsame Entwicklung der Internet-Kamera-Datenbank des Kinematheksverbundes besonders hervorzuheben.

Die Internetpräsenz und die rasche und unbürokratische Bearbeitung der Aufträge haben das Ansehen der Sammlungen als **Dienstleister** weiter gestärkt. Die **Zahl der Nutzer** hat sich im Verhältnis zu 2005 erhöht, ebenso **Einnahmen** für Dienstleistungen. Die neue

Website des Museums und **aktive Pressearbeit** haben zu einem **Quantensprung** bei der Außenwirkung der Sammlungen geführt.

Die Liegenschaften in der Pappelallee und in der Schloßstrasse sollen demnächst geräumt werden. Der Zuwachs an Archivalien verschärft die bereits in allen Vorjahren konstatierte **Raumnot** der Sammlungsabteilung weiter. Die Mitarbeiter haben durch die kontinuierliche **Kassation** von Dubletten und **Neuordnung** des Archivgutes Platzreserven erschlossen, dennoch bleibt die Raumfrage für die Sammlungsabteilung ungelöst, zumal das **Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur** und das **Ministerium für Finanzen** des Landes Brandenburg bislang trotz aller Bemühungen der Museumsleitung **nicht zielführend** handeln: Es gibt weder einen bestätigten Raumbedarf, noch eine Lösung für die Unterbringung des Sammlungsbereichs, die eines Landesmuseums würdig wäre.

Forschung

Wissenschaftliche Projekte sind ausschließlich an **Museumsvorhaben** wie an Ausstellungsvorbereitungs- oder Sammlungerschließungsarbeiten oder an **Kooperationen** gebunden, denn das Museum hat für darüber hinausgehende Forschungen **keine personellen und materiellen Kapazitäten**.

Publikationen

Zum 60. Geburtstag der DEFA erschien beim Links-Verlag ein **Buch**, das sich auf Zeitzeugengespräche stützt, die seit der Wende auch im FMP geführt wurden. Es kam nur zustande, weil sich die DEFA-Stiftung mit einem Stipendium und die Geschäftsleitung von Studio Babelsberg mit einem Sponsoring beteiligten. Das Museum stellte einen Mitarbeiter, Materialien sowie Fotos und Digitalisierungen gratis zur Verfügung. Das Buch ist von der Bundeszentrale für politische Bildung in sein Publikationsprogramm aufgenommen worden.

„Spur der Filme: Zeitzeugen über die DEFA“

Preis: 24,90 EUR, Seiten: ca. 600, Abbildungen: ca. 300, Einband: Broschur, Format: 16,5 x 23,5 cm, ISBN: 3-86153-401-0, 2006.

3. Kino und Veranstaltungen

Das Kino bietet mit seinem anspruchsvollen Film- und Veranstaltungsprogramm ein **herausragendes Kulturangebot in der Landeshauptstadt** Potsdam. Die künstlerische Qualität der Filme und die ausgewogene Mischung historischer und zeitgenössischer, deutscher und internationaler Programmschwerpunkte sind die Markenzeichen des Programms. Seine Adressaten sind vor allem Film- und Kulturinteressierte der Region Brandenburg-Berlin. Besondere Veranstaltungen ziehen zusätzlich überregionales Publikum an, auch internationale Gäste. Ausstellungsbesucher aus der Region nutzen auch das Kino-Angebot.

Im Jahre 2006 fanden **1.145 Filmveranstaltungen** (56 weniger als 2005; im Dezember blieb das Kino wegen Sanierungsarbeiten neun Tage geschlossen) mit 39.199 Besuchern (2.965 weniger als 2005). Es wurden **588 verschiedene Filme** gezeigt.

Kooperationen

Der **Etat für Filmbeschaffungen stagniert seit 1990**, obwohl die Preise steigen. Ohne die zahlreichen Kooperationen wäre die Programmvierfalt nicht zu halten. Immer mehr **Arbeitszeit** wird für die **Einwerbung von Kooperationspartnern und Drittmitteln** verwendet. Die Kinoabteilung konnte 2006 zusätzliche Mittel in Höhe von ca. **31 T€** akquirieren: Kofinanzierungen, Zuwendungen, geldwerte Leistungen. Dabei beschränkte sich die Unterstützung der Landeseinrichtung durch die Stadt Potsdam im Kinobereich auf die Bezuschussung der Ferienbespielung.

Partner

In der historischen Mitte von Potsdam gelegen, kooperiert das Museum kontinuierlich mit benachbarten **Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen**, so u. a. mit dem **Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte** und dem **Nikolaisaal**. Zu den verlässlichen Partnern des Filmmuseums Potsdam im Veranstaltungsbereich gehören u.a.:

- **Berlinale, Internationale Filmfestspiele, Berlin**
- Brandenburgische Landeszentrale für politische Bildung
- Bundesarchiv-Filmarchiv Berlin

- **DEFA-Stiftung**
- Fernsehzentrum Babelsberg
- Filmverband Brandenburg (Aktuelles Potsdamer Filmgespräch)
- Förderkreis Film Berlin Brandenburg e. V.
- Friedrich-Ebert-Stiftung
- Hans Otto Theater, Potsdam
- **FH Potsdam**
- **Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte (Freilichtkino u.a.)**
- **Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“**
- **Indische Botschaft**
- **Kulturland Brandenburg**
- Landesinstitut für Schule und Medien (Kinderfilmfest des Landes Brandenburg)
- Literatur-Kollegium Brandenburg e. V. (Literatur im Film)
- **Moses Mendelsohn Zentrum**
- **Polnisches Institut in Berlin**
- Stadtkirchenpfarramt Potsdam
- Rosa-Luxemburg-Stiftung Brandenburg
- Schul- und KITA-Einrichtungen in Potsdam und im Land Brandenburg (u. a. Ferienbespielung)
- Städtische Musikschule „Johann Sebastian Bach“, Potsdam (Film-Musik-Abende)
- **Tschechisches Zentrum Berlin**
- Amnesty International Potsdam
- **Universität Potsdam**

Prominente Akteure

Wie in jedem Jahr konnte die Programmabteilung wieder prominente Künstler, Manager und Wissenschaftler zur Mitwirkung gewinnen.

In der Reihenfolge ihres Auftretens (Auswahl):

Jürgen Vogel (Schauspieler und Produzent), **Kurt Maetzig** (Regisseur), **Erich Langjahr** (Regisseur, Schweiz), **Angelica Domröse** (Schauspielerin), **Andreas Dresen** (Regisseur), **Katrin Sass** (Schauspielerin), Bent Hamer (Regisseur, Norwegen), Kari Peljakka (Regisseur, Finnland), **Stefan Arndt** (Produzent), **Florian Henckel von Donnersmack** (Regisseur), **Hans-Christian Schmid** (Regisseur), Lea Rosh (Vorstand Freundeskreis Hans Otto Theater), **Angelika Schrobsdorff** (deutsch-jüdische Autorin), **Winfried Junge**

(Regisseur), **Nadja Uhl** (Schauspielerin), **Andy Gotts** (Fotograf, London), Dr. Mark Benecke (Kriminalbiologe), **Volker Schlöndorff** (Regisseur).

Projekte der Programmabteilung

Die DEFA prägte 46 Jahre lang das Gesicht der Filmstadt Babelsberg. Diesem zeitlich bisher längsten Teil der Babelsberger Filmgeschichte widmete das Filmmuseum zu **60 Jahre DEFA** über das gesamte Jahr eine Film- und Veranstaltungsreihe.

Dem Themenjahr „Horizonte. Kulturland Brandenburg 2006 I Baukultur“ widmete sich die Filmreihe **„Lebensräume als Spielräume – Architektur im Film“**. Die Zusammenarbeit mit der **FH Potsdam**, insbesondere dem **Fachbereich Architektur** erwies sich als ebenso fruchtbar wie die langjährig erprobte Zusammenarbeit mit **Kulturland Brandenburg**.

Auch 2006 fand das **Nachspiel** der gewichtigen **Berlinale-Sektion „Perspektive Deutsches Kino“** statt. Abseits der überfüllten Festivalvorführungen bestand nun im dritten Jahr die Möglichkeit, die Filme unmittelbar nach der Berlinale zu sehen.

Im April wurde der **25. Geburtstag** des Filmmuseums gefeiert. Das **Layout** des Filmprogramms wurde aufgefrischt und ist nun farbig. Am 7.4. gab es für alle Freunde und Besucher des Hauses eine große Party, u.a. mit dem Schlagerabend von **Katrin Sass**.

Das **Lola-Filmfestival** im Mai 2006 zeigte auf **Initiative der Deutschen Filmakademie** nun im zweiten Jahr die zum Filmpreis nominierten zehn besten deutschen Filme. Das Museumskino gehörte dabei **deutschlandweit zu den besucherstärksten Kinos**.

Mit **Cinéfête**, dem **französischen Jugendfilmfestival**, verwandelte sich das Kino abermals in einen Lernort. Dem jungen Publikum aus Potsdam und Umgebung, von der Grundschule bis zum Abitur, werden Filme in französischer Originalfassung zugänglich gemacht. 1.506 Schüler kamen, was zeigt, dass es zwischen Museum und Schulen beste Kontakte gibt.

2006 wurde dieses erfolgreiche Programm auch für Englisch-Lernende variiert. **„School of Life“**, heißt die Filmreihe für und über Jugendliche des bekannten **Britspotting-Festivals**. Auch dieses Programm war gut besucht.

Im Mai fand das von der Jüdischen Volkshochschule und den Freunden der Deutschen Kinemathek organisierte **12. Jewish Film Festival Berlin & Potsdam 2006** statt. Höhepunkt in Potsdam war eine **Lesung** der deutsch-jüdischen Autorin **Angelika Schrobsdorff**, die bei Medien und Publikum auf großes Echo stieß. Mitglieder **Jüdischen Gemeinde** besuchten diverse Vorführungen.

Auf dem Innenhof des **Kutschstalls am Neuen Markt** fanden **Freilichtkino-Veranstaltungen** statt. Das Programm mit Kultfilmen würdigte den Filmverleih Neue Visionen, der Filmklassiker wie „Easy Rider“ und „Casablanca“ wiederaufführte.

Im Februar fand die erste **Bollywood-Filmnacht** in **Kooperation mit der Indischen Botschaft** statt. Seitdem findet die Veranstaltung im Abstand von ca. 4 bis 6 Monaten statt.

Eine **Werkschau mit Filmen Volker Schlöndorffs** und „seinem“ **Gast Jean Claude Carrière** zu organisieren, stieß auch bei den Ko-Financiers auf Gegenliebe.

Kinder waren wieder die **größte Besuchergruppe**. Über die pro Woche je drei regulären Kinderfilmvorführungen hinaus, nutzten **17.423 Kinder und Schüler** die **Ferienbespielungen**, die Reihe „**Film-Ernst**“, die **Schulfilm-Wochen** und das **Brandenburgischen Kinderfilmfest**. Dazu kommen Sonderfilmvorführungen für Schulen.

Dienstleistungen

Zahlreiche **Anfragen zu Sonderveranstaltungen, Kooperationswünsche** und Wunschfilmvorstellungen sprechen für die Arbeit des Hauses. Zu den Serviceleistungen der Abteilung gehören zahlreiche **kostenlose Recherchen und Auskünfte**. Der steigende Umfang bindet Arbeitskraft, aber so erfüllen wir als staatlich geförderte Einrichtung auch einen **öffentlichen Auftrag**.

Öffentlichkeitsarbeit

Das **gedruckte monatliche Kino- und Ausstellungsprogramm** ist die wichtigste Informationsquelle für Besucher und Medien. Die Präsentation in Programmzeitschriften, Tageszeitungen, Fachzeitschriften, in Fernseh-Kulturnachrichten und im Internet verschafft potentiellen Nutzern die Möglichkeit langfristiger Planung. Die Programm-Verschickung an

Abonnenten, die Medien und den Freundeskreis wird (mit einigen Ausnahmen) seit 2006 per **E-Mail** abgewickelt.

Das umfassende Ausstellungs-, Film- und Veranstaltungsangebot wird von den **Medien** (Print, Rundfunk, Fernsehen) verlässlich und kritisch begleitet. **Marketing-Kooperationen, Vorankündigungen, Anzeigen, Verlosungen, Kritiken** und **Interviews** zeugen von der hohen Aufmerksamkeit, die der Arbeit des Museums entgegengebracht wird.

Zusammenfassung

Zu den **schönsten Ereignissen des Jahres 2006** gehört, dass im Dezember **das Kino** nach 11 Jahren (wo seit der letzten Erneuerung 1995 mindestens 350 000 Besucher zu Gast waren) mit neuen Stühlen, Teppichen und Lampen ausgestattet werden konnte: Die Investition war das generöse **Geschenk des Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur zum 25. Geburtstag** des Museums (Landes- und Bundesmittel). Mit einer gut besuchten Familienvorstellung wurde der frisch erstrahlende Kinosaal am 24.12. eingeweiht und erfreut nun Besucher und Mitarbeiter.

Anders als im Vorjahr war der **Kinobesuch** leicht rückläufig, obwohl der durchschnittliche Eintrittspreis für das Museumskino am unteren Ende der Preisskala liegt. Potsdamer Kinoanbieter kopieren Veranstaltungsformen, die im Filmmuseum entwickelt wurden und haben überdies den Vorteil bei neuen Arthouse-Filmen, die das Museum nicht bekommt, von der Werbung der Verleiher zu profitieren.

Im Herbst wurde das gesamte **Programm auf den Prüfstand** gestellt. Die Komplexität wird zugunsten einer erhöhten Klarheit der Angebote und damit der Publikumsfreundlichkeit reduziert. Einige Veranstaltungsreihen werden wegfallen, andere gestrafft.

4. Kommunikation und Marketing

Kommunikation

Eine Presseabteilung oder eine Pressesprecherin gibt es im Filmmuseum nicht. In der **Medienöffentlichkeit** wird das Museum von der Direktorin vertreten. Die **Pressearbeit**

koordiniert die Leiterin der Programmabteilung. Je nach Thema und Anforderung vertreten Fachleute aus den Abteilungen ihre Projekte selbst.

Das kostenlose **monatliche Veranstaltungsprogramm** ist das wichtigste Werbemittel des Museums. Die **Auflage** pendelt zwischen 6.000 und 8.000 (bei 82.000 Besuchern). Sie ist klein, verglichen mit den Auflagen anderer größerer Potsdamer Kulturanbieter. Sie wird über verschiedene Displaysysteme in Potsdam und Berlin verteilt.

Seit 2005 hat das Museum schrittweise sein **Kommunikations-Design** modernisiert, auf der Basis des in den 90er-Jahren entwickelten CI. Nach Foyer, Flyern und Webdesign folgten 2006 das Veranstaltungsprogramm und Ausstellungseintrittskarten.

Die zweisprachigen Informationen und die Bilder der **Website** werden ständig aktualisiert. Die öffentliche Wahrnehmung der seit Ende des Jahres 2005 erweiterten und erneuerten Internetangebote ist neben der Nutzerstatistik - zwischen März 2006 und Februar 2007 besuchten etwa **340 000 Interessenten** von **allen Kontinenten** aus die Website und informierten sich **1,2 Mio.** Mal - an **verstärkten Anfragen** ablesbar. Eine Vielzahl von Keywords und **Verlinkungen** mit verwandten Anbietern und Unternehmen erhöht die Präsenz des Filmmuseums im World Wide Web.

Das **Außenbild des Museums** wird auch von der **Kommunikation aller Mitarbeiter** bei Anfragen, Recherchewünschen und Bestellungen sowie bei der Gästebetreuung geprägt. Die **Kundenzufriedenheit** bei Museumsgästen und Archivnutzern, zu der es immer wieder positive Rückmeldungen gibt, ist ein Ergebnis dauerhafter Bemühungen.

Mehrsprachige Guides (engl., franz., span.) zur Ständigen Ausstellung ermöglichen Besuchern aus aller Welt den Zugriff auf die Inhalte.

Eine systematische, umfassende **Besucheranalyse** kann das Museum nicht bezahlen, angestrebte Kooperationen mit Hochschuleinrichtungen kamen trotz mehrfacher Anläufe nicht zustande. Eine **Besucherbefragung** unter Museumsgästen 2005 und 2006 erbrachte Tendenzen zum Informationsfluss: Sie werden über die verschiedensten Medien, am Zuverlässigsten über Mundpropaganda, auf das Museum aufmerksam. In der Rangfolge der am häufigsten wahrgenommenen Kommunikationsmittel generieren TV- und Radiotrailer, Presseberichte, Internetpräsentationen, Plakate und Anzeigen Aufmerksamkeit.

Marketing-Aktionen

Überregionales Tourismus- Marketing

Die Zusammenarbeit mit der Potsdam Tourismus Service GmbH (PTS) und der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB) wurde auch in diesem Jahr intensiviert. Das Museum verband sich mit Partnern der **Potsdamer Historischen Mitte** (Nikolaisaal Potsdam, Haus für Brandenburgisch-Preußische Geschichte) in diversen **Vertriebsmedien der PTS/TMB** und war am Stand der PTS auf etlichen **Messen** mit Werbematerial vertreten.

Regelmäßige **Mailing-Aktionen** vermittelten Reiseveranstaltern Höhepunkte im Veranstaltungskalender bzw. Buchungsmöglichkeiten. Vielfältige **Sonderangebote**, so **welcome-card, get2-card, 4students-card, Potsdam-Intensiv-Card** schaffen bei Besuchern von Potsdam und Berlin zusätzlich Aufmerksamkeit.

Sommer- und Herbstarrangements für Ausstellungs- und Kinobesuch wurden Gästen von **Potsdamer Hotels** und Herbergen angeboten. Das Museum präsentiert sich in einigen Hotels mit Museumsexponaten verteilt dort regelmäßig Werbematerialien.

Im Potsdamer Stadtbild war das Museum auf vielfältige Weise präsent, u.a. mit **Plakatwerbung**, einem **Überspannbanner** und einem **Brückentransparent**.

Projektmarketing

Das Museum warb mit diversen Sonderaktionen, Medienpartnerschaften, Mailings, Anzeigen etc., u.a. präsentierte es sich bei der Festveranstaltung zum 60. DEFA-Geburtstag und beim DEFA-Mitarbeiterfest im **Filmpark**, beim **Sommerfest der ILB** und in der Ausstellung „Museen haben Freunde“ im **Sterncenter Potsdam**. Film- und Ausstellungsangebote des Museums für Kinder finden sich im Potsdamer **Ferienpass**.

Das Budget im Bereich Marketing ist im Vergleich zu dem anderer größerer Potsdamer Kulturanbietern gering. Mit großem Engagement wurden deshalb Multiplikatoren gewonnen, die bei der Verbreitung der Informationen des Museums helfen.

5. Haushalt, Personal, Organisation

Das Filmmuseum hat das Geschäftsjahr 2006 analog zum Vorjahr mit einem leichten Haushaltsüberschuss abgeschlossen. Zu dem guten Jahresergebnis mit ausgeglichenem Haushalt trugen alle Abteilungen bei.

Einnahmen

Aus **Eintritt und Gebühren - 111 10** – wurden **Einnahmen** von 206.100 € zum Ansatz von 200.000 € erzielt, Mittel für Investitionen und eingeworbene Förderungen und Spenden verbesserten das Ergebnis.

Einnahmen (in 1.000 Euro)	Ansatz 2006	Ist 2006	mehr (+) weniger (-)	Ist 2005
Eintritt, Druckverkauf, Sonstige	240,0	242,9	2,9	240,4
Bundesmittel für Kinosanierung	0,0	25,0	25,0	300,0
Förderbeiträge Dritter	0,0	67,7	67,7	131,4
Gesamteinnahmen	240,0	335,6	95,6	671,8

Ausgaben

Die Ausgaben bewegten sich im Rahmen der Ansätze, die Sachmittel wurden sämtlich verausgabt, bei den Personalmitteln gab es eine leichte Unterschreitung des Ansatzes.

Ausgaben (in 1.000 Euro)	Ansatz	Ist	mehr (+) weniger (-)	Ist 2005
A. Personalausgaben	1.153,9	1.110,4	-43,5	1.130,3
B. Sächliche Verwaltungs- ausgaben	493,3	490,8	-2,5	495,2
C. Investitionen	25	25	0,0	0
Gesamtausgaben	1.672,2	1.626,2	-46,0	1.625,5

Personal

Die 27 Planstellen für Angestellte und Arbeiter waren voll besetzt.

Das Filmmuseum betreute **31 Hochschul- und Schülerpraktikanten** mit jeweils unterschiedlicher Ausbildungsdauer. Die Praktikanten lernten und arbeiteten gratis.

Von kaum zu überschätzender Bedeutung für das Museum war der zusätzliche und gemeinnützige Einsatz von Personal auf der Grundlage der **Hartz-IV-Gesetze**. **15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** wurden für Besucherbetreuung und in der Sammlungsabteilung eingesetzt. Insgesamt leisteten die Beschäftigten 5.100 (2005: 2.300) Arbeitsstunden, was vom Stundenumfang **3,3 Vollzeitstellen** entspricht.

Wertvolle Unterstützung zur Deckung des Personalbedarfs erhielt das Filmmuseum auch durch **ehrenamtliche Mitarbeiter**. Ohne ihren uneigennütigen Beistand wären die täglichen Öffnungszeiten und die museumspädagogischen Projekte nicht im geplanten Umfang möglich gewesen.

Dem Einsatz vieler Mitarbeiter des Filmmuseums ist es zu verdanken, dass Personalengpässe durch unbezahlte Mehrarbeit bewältigt werden konnten.

6. Sachstand und Perspektiven

Das Filmmuseum Potsdam hat sich zu einem **Haus für alle Generationen** entwickelt und unternimmt alles, um die Attraktivität der Angebote zu erhöhen und zu kommunizieren. Im Jahr 2006 kamen **81.928 zahlende Gäste**. Das Vorjahresergebnis (2005: 77.897) wurde wiederum gesteigert, diesmal um 5 %, und das Museum erreichte wieder ein **ausgeglichenes Haushaltsergebnis**.

Der Fokus des Museums auf **Film und Medien in Babelsberg** bleibt erhalten, auch wenn die Globalisierung und die Unternehmensstrategie des Studios die nationale Bedeutung des Standortes einschränken. Mittel- und langfristige Projektplanungen im Ausstellungs- und Veranstaltungsbereich, die mindestens ein bis zwei Jahre im voraus mit konkreten Projekten untersetzt werden, und die kontinuierliche Pflege von Kontakten im Sammlungsbereich sichern Aktivitäten für die kommenden Jahre.

Kulturangebote können dann als gelungen angesehen werden, wenn sie zu geglückter **Kommunikation** führen, zur themenadäquaten Übertragung von Erlebnissen und Erkenntnissen durch Kunst und Wissenschaft. Angebote für Minderheiten müssen möglich sein. Das Museum versucht in allen Bereichen diesem Anspruch zu genügen. Sammlungen, Ausstellung und Werbemittel sind optimal miteinander und mit dem zentralen Thema des Museums verzahnt.

Die **Dauerausstellung** „Babelsberg – Gesichter einer Filmstadt“ und die **Familienausstellung** „Märchenland Babelsberg“ waren an 335 bzw. 360 Tagen geöffnet. Die Erfahrungen der Betreuer und Gästebücher zeigen, dass sich besonders die Familienausstellung die Herzen der Besucher erobert hat, mehrfach besucht und weiterempfohlen wird.

Es gab 2006 **drei Wechselausstellungen** und **fünf Foyerausstellungen**. Die angestrebte Mischung – Babelsberger Filmgeschichte und Weltmediengeschichte – ist wiederum gelungen. Die langlebigen Ausstellungen zeigen ausschließlich Filmgeschichte aus Babelsberg, von den drei Wechselausstellungen war die erste ein Lokalereignis mit Objekten zur internationalen Filmgeschichte, die zweite Ausstellung war dem deutschen und internationalen Puppentrickfilm gewidmet, die dritte zeigte Fotos von Hollywoodstars, wobei sechs der Porträtierten bereits in Babelsberg gedreht haben und so wurde ein aktueller regionaler Akzent gesetzt. Bereits seit 2002 weisen wir in jedem Jahresbericht darauf hin, dass in der Bundesrepublik für **hochwertige kulturhistorische Ausstellungen** mindestens 500 €/m² aufgewendet werden. Der dem Museum zugestandenen Etat reicht nicht einmal für eine solche Ausstellung.

Die **Besucherbetreuung** wandte sich wieder besonders engagiert den jungen Gästen der Familienausstellungen zu. Wie immer gab es zielgruppenorientierte Führungen und neue medienpädagogische Angebote für Kinder- und Jugendgruppen, die sehr gut angenommen wurden.

Das **Marketing** war trotz geringen Budgets sehr aktiv. Das beinahe ausnahmslos positive und vielstimmige **Medienecho** auf die Angebote des Museums zog Gäste an und motivierte die Mitarbeiter.

Die **Erneuerung des Museumsauftritts**, seine Anpassung an die Anforderungen der Informationsgesellschaft mittels eines **erheblich erweiterten Webauftritts**, und die

Durchsetzung der Corporate Identity im Design aller Drucksachen, nun auch im Monatsprogramm, ist rundum gelungen.

Das hochwertige Veranstaltungsprogramm, die aktive Arbeit im Kinder- und Jugendbereich sowie die Kooperationsveranstaltungen machen das Kino einzigartig im Land Brandenburg. Der **Kinobesuch** ging leicht zurück, nachdem er zuvor drei Jahre in Folge gestiegen war. Um die Kinoarbeit noch besucherfreundlicher zu gestalten, wird es ab 2007 ein noch konzentrierteres Angebot geben. Auch 2006 strömten Besucher besonders zahlreich, sobald **prominente Gäste** zu Veranstaltungen im Museum erwartet wurden.

Zu den Vorzügen des Museums gehören geschmackvoll eingerichtete, gut **gepflegte Räume**. Sie sind ein kultureller Wert und heben sich von kommerziellen Massenvergnügungsorten optisch, akustisch und olfaktorisch wohltuend ab. Dafür, dass dies so bleibt, sorgte das Geschenk des MWFK zum 25. Geburtstag des Museums: Der Kinosaal wird in zwei Jahresschritten neu ausgestattet. Seit dem 24.12.2006 sitzen Kinobesucher auf nagelneuen Sitzen, die Beleuchtung ist schöner denn je.

Die **Sammlungen** sind wieder reicher geworden, im gesamten Bestand waren beachtliche Neuzugänge zu verzeichnen, die Erfassung ist auf gutem Weg. Die Quellen werden von Wissenschaftlern, Medienvertretern, Autoren und Filminteressierten aus aller Welt genutzt. Vor allem die Öffentlichkeitsarbeit via Internet führte zu einem Quantensprung in Zugänglichkeit und Nutzung. Die IT-Ausstattung konnte verbessert werden.

Zuwächse an Sammlungsgut verursachen akute Platzprobleme. Der Zustand der Archiv- und Depoträume ist mangelhaft und überdies stehen sämtliche Räume mittelfristig nicht mehr zur Verfügung. Bislang waren alle Bemühungen, gemeinsam mit dem MWFK und anderen Beteiligten eine Lösung für dieses drängende Problem zu finden, fruchtlos.

Die Nachbarschaft zu **Institutionen und Unternehmen mit verwandten Aufgaben** wie HFF, Studio Babelsberg, Filmpark Babelsberg, Filmmuseum Berlin, Berliner Programmkinos und Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen der Region wirkt stimulierend. Das Museum kooperiert mit vielen dieser Institutionen und Unternehmen, es gibt aber auch Konkurrenz um Aufmerksamkeit, Zeit und Geld interessierter Kunden und Sponsoren. Projektgebunden gibt es im Ausstellungs- und Programmbereich **bundesweite und internationale Kooperationen**.

Ehrenamtliche Mitarbeiter und 1-Euro-Kräfte sind z. B. in der Besucherbetreuung hilfreich, können aber hochspezialisierten Fachkräfte nicht ersetzen. **Die vom Ministerium der Finanzen angekündigten Personaleinsparungen können wir keinesfalls tragen, ohne die in diesem Jahresbericht ausgewiesenen Leistungen und Strukturen ernstlich zu beschädigen.**

Der Bewegungsspielraum für Ausstellungen, Kino und Veranstaltungen wird trotz **relativ stabiler Zuweisungen** durch Inflationsverluste und teilweise unverhältnismäßige Preissteigerungen geringer. Eintrittspreise können nur moderat erhöht werden, um ärmere Bevölkerungsschichten nicht auch noch von öffentlich finanzierten Kulturangeboten auszuschließen. Glücklicherweise machten es **Drittmittel und Förderungen**, wie die für die Kinosanierung oder die Kinoarbeit, sowie **Stifter und Sponsoren** möglich, dass das Museum dem Qualitätsstandard der deutschen Hauptstadtregion genügen kann. **Kürzungen oder Einnahmeerhöhungen kann das Museum nicht mehr verkraften.**

Der Staat spart und betrachtet zunehmend einseitig **Kulturinstitutionen** vor allem **als Kostenfaktoren**. Die daraus resultierenden Finanznöte führen im Museum zu einem Spagat zwischen ertragreichen Projekten und solchen, die aus künstlerischen, politischen oder sozialen Gründen geboten erscheinen. **Mittelknappheit bestimmt den Museumsalltag**, der finanzielle Druck wird an Dienstleister weitergegeben und Sponsoren werden zunehmend penetranter belagert. Interessen von Partnern beeinflussen die Programmgestaltung. Trotz der permanenten Bekundung seitens der Politik, dass die inhaltliche Gestaltung und die künstlerische und ökonomische Verantwortung für die Programme beim Museum liegen, wird das Haus mittels chronischer Unterfinanzierung in Richtung Kommerz gedrängt: Zivilisatorisch und ordnungspolitisch entsteht so eine gefährliche Schlagseite.

Das Filmmuseum Potsdam konzentriert Sammlungen und Dauerausstellung auf die Geschichte des Medienstandortes Babelsberg und ergänzt diesen Fokus mit einem vielfarbigen Programm zur deutschen und internationalen Film- und Mediengeschichte. Es wirkt als Forum für Filmkunst und öffentliche Angelegenheiten und als nutzerfreundliches Archiv. Gäste, Partner und Kunden werden sachkundig betreut. Die Museumsangebote sind Teil der Zivilgesellschaft, die mehr braucht als Konsumartikel. Das Haus ist gepflegt. Projektplanungen weisen in die Zukunft.

Das Museum ist ein angesehener Ort der Kultur, aber seine Substanz ist durch die finanziellen Rahmenbedingungen der öffentlichen Hand, vor allem durch geplante massive Personal- und Mittelkürzungen, akut gefährdet.

Dr. Bärbel Dalichow
- Direktorin -

Gabriel Maasberg
- Verwaltungsleiter -

Potsdam, den 27. März 2006

