

## CINEMATOKRATIE

Von Pauline Kael

n den letzten Jahren waren die amerikanischen Filme so miserabel, daß mir manchmal, wenn ich die Schlangen vor den Kinos sah, der Gedanke kam: All diegeerbt. Die Leute wollen einfach ins Kino gehen. Sie werden zwar andauernd an der Nase herumgeführt, aber ihr Wunsch nach einem guten Film - nach irgendeinem Film gott geben. Wie ließe sich sonst erklären, daß es immer noch Filme gibt?« Jedesmal, wenn ein wichtiger Film anläuft, breitet sich eine hoffnungsfrohe Stimmung aus, und noch nachdem einem die Freunde erzählt haben, wie schlecht er die Leute ins Kino gehen, nicht aber, daß es ihnen dort auch

die Leute an der Spitze anscheinend kaum klar, in was für in den Einnahmen einen Beweis dafür, daß die Menschen mit dem, was ihnen vorgesetzt wird, zufrieden sind, so wie wollen, während die sich eben nur damit zufriedengeben. ins Kino gehen sie nur selten. Wenn es in den letzten Jahren so aussah, als würde Hollywood nichts mehr wirklich gelingen, dann war das nicht einfach eine Pechsträhne - es ist Branche. Und wahrscheinlich wird es eher schlimmer als

In jüngster Zeit gab es kaum Filme, für die das Schlangeder Leitung von Francis Ford Coppola, der zweite wurde von George Lucas finanziert, der sich wegen seiner Gewinne mit »Star Wars« (Krieg der Sterne) Bankkredite beschaffen konnte. Man darf wohl behaupten, daß weder »The Black Stallion« noch »The Empire Strikes Back« mit einer solchen Sorgfalt, was den Reichtum und die Phantasie der Bilder angeht, hätten gedreht werden können, wenn sie unter der Kontrolle eines Studios entstanden wären. Selbst kleinere Filme über hergebrachte Themen lassen sich über den Apparat eines Studios nur schwer finanzieren, wenn sie keine Rollen für Stars enthalten. Peter Yates, der Regisseur Uns schafft keiner), einer anmutigen Komödie voller Über-

Wenn ein Konzern eine Filmgesellschaft übernimmt, so war für die Konzernchefs zunächst wohl das damit verbundene Prestige: die Möglichkeit, sich mit weltbekannten Stars zu umgeben. Andere Konzernchefs wurden vielleicht durch ihnen ein neues Leben, und kaum haben sie sich darauf einrückt. Berühmte Stars und Produzenten, Autoren und Re-Filmideen, und bei den Konzernchefs wächst der Unmut wunderschönen Projekten nicht vorkommen. Am nächsten

cher Konzernchefs? Sehr schlecht! Sie sind nicht im Milieu den Hintergrund, das Gespür, das Wissen derer, die sich Die Konzernchefs mögen geschäftliche Genies sein, aber Position gekommen, wo sie Künstlern sagen können, was sie tun sollen? Keiner ist da, der einmal laut und deutlich Nein sagt, und innerhalb ganz kurzer Zeit leiten sie - zwar und nicht für ihre Überzeugung oder für ihren Geschmack, den die Konzernchefs unter Rechtsanwälten und Bankleu-

tor ihnen auseinanderzusetzen versucht, was für einen Film ren Film anstellt, starren sie ihn womöglich fassungslos an. Sie haben normalerweise eine Law School oder eine Busiaus, daß sie von Filmen nichts verstehen. Aus ihrem Blicksetzten vorhersehen zu können. Bei Konferenzen entwikkeln sie einen sechsten Sinn dafür, was die mächtigste Figur daß es auffällt. Am Ende werden die Filmgesellschaften von

delt, als würden sie vor Kreativität strotzen. Wenn ein Studio 80 Projekte prüft und schließlich 20 davon (die mit dem geringsten Risiko) in Produktion gehen, und wenn dann zwei von ihnen (oder gar nur eines) ein Kassenerfolg wird, dann gilt der Studioboß in den Augen seiner Gesellschaft und bei den Medien als Held; er wird in der Los Angeles Times und der New York Times zitiert, wenn er über das Geheimnis seines guten Riechers spricht, über sein auf frühe Kindheitserfahrungen zurückgehendes intuitives Verständnis dafür, daß die Leute eine handfeste, optimistische Story fordern, daß sie den Helden zujubeln und die Bösen auspfeifen wollen. Als »Alien« (Alien – Das unheimliche Wesen aus einer fremden Welt) groß herauskam, galt Alan Ladd Jr., der Präsident der Filmabteilung von Twentieth Century-Fox, als Halbgott; Fred Silverman ist es genauso ergangen. Das hat nichts mit Qualität zu tun, sondern nur etwas mit den Zahlen. (Für ihre kleineren Filme, bei denen sie etwas riskierten, und dafür, daß sie an bestimmten Schauspielern festhielten, fanden Ladd und sein Team keine Bewunderung.) Die Medien haben diese Denkweise inzwischen übernommen und verbreiten sie immer mehr. Die Filmkritiker im Fernsehen diskutieren die jeweiligen Einnahmen der neu angelaufenen Filme, vergleichen sie mit denen früherer Kassenerfolge, fragen sich, welcher Film die anderen in ein paar Wochen »abhängen« wird: wie bei den Olympischen Spielen – wer wird Sieger?

**L**s gibt eine Reihe von Gründen dafür, Jahren so schlecht waren und werden. Ein wichtiger Grund weiter wollen, als Geld mafährden. Ursprünglich wurter-Ketten kontrolliert, die ketten wurden 1948 auf Andurch die Kinos, die im voraus verpflichtet waren, ihre Studios eine neue Form der Absicherung entdeckt. Sie haben herausgefunden, daß sich aus dem Verkauf von Filmen ans Fernsehen viel mehr erlösen läßt, als bisher geschehen, und daß sie mit den großen Fernsehstationen Vorabsprachen über Garantiezahlungen treffen können, ehe sie sich auf eine Produktion einlassen. Die Lizenzgebühren für die großen Fernsehstationen betragen heute bei einem durchschnittlichen Film zwischen 3 und 4 Mill. Dollar. Aber die Studios treffen nicht nur feste Vorabsprachen für die einfache Fernsehausstrahlung, die spätere Herstellung von Fernsehserien (etwa 1,5 Mill. Dollar) und das anspruchsvolle nichtkommerzielle »pay television«, sondern auch für das Kabelfernsehen, die Fluggesellschaften, Videokassetten und die Ausstrahlung in Übersee. Natürlich verkaufen sie die Filme außerdem noch an die ausländischen Filmverleihe und schließlich auch an die Kinos im Inland – und selbst hier gibt es feste Absprachen über Garantiesummen und manchmal sogar Vorauszahlungen.

Wenn also ein Produktionsbudget eines Films mit 8,5 Mill. Dollar angesetzt ist, so kann es sein, daß das Studio über Vorabgarantien von 14 Mill. Dollar verfügt und – zumindest auf dem Papier – schon vor Beginn der Dreharbeiten einen Profit erwirtschaftet hat, selbst wenn man 4 Mill. Dollar für Marketing und Werbung veranschlagt. Und dann besteht immer noch die Möglichkeit, daß der Film ein Kassenschlager wird und das wirklich große Geld bringt. Bei ei-

nem Film mit einer groß aufgemachten Abenteuerstory oder mit Superstars betragen die Lizenzgebühren allein der großen Fernsehstationen zwischen 15 und 25 Mill. Dollar, und die Garantiesummen können insgesamt das Doppelte des Produktionsbudgets erreichen. Bei einer solchen Planung besteht, finanziell gesehen, die einzige Gefahr für das Studio darin, daß der Film das Budget erheblich übersteigt. Deshalb gibt es eine ständige Nachfrage nach Regisseuren, die in dem Ruf stehen, immer im vorgesehenen Rahmen zu bleiben, selbst wenn sie schon lange keine Kassenerfolge mehr zu verzeichnen hatten und ihre Arbeit durchweg mittelmäßig ist. Deshalb auch werden perfektionistische Regisseure wie die Pest gemieden – es sei denn, sie haben, wie Hal Ashby, in jüngster Zeit einige Erfolgsfilme gedreht.

Die Studios machen nicht mehr Filme, die in erster Linie die Kinobesucher anlocken und unterhalten. Die Filme werden vielmehr so angelegt, daß sich aus den vorab getätigten und voraussehbaren Abschlüssen so viel wie möglich herausholen läßt. Jeder Film (mit ganz wenigen Ausnahmen) wird im Hinblick auf solche Geschäfte geplant und besetzt. Das Studio freut sich



zwar über einen Kassenerfolg, doch über die Leute, die dann knurrend aus dem Kino herauskommen, zerbricht es sich nicht weiter den Kopf. Die Leute knurren ohnehin viel zu erwarten, und wegen der neuartigen Vorausgeschäfte wird ihnen auch nicht viel geboten. Wenn ein Film im voraus groß ans Fernsehen und an die Kinos verkauft werden soll, muß er entweder auf einem dicken, blöden Bestseller figes Thema haben - möglichst eines, dem man mit einem Satz gerecht wird und das an frühere Erfolge anknüpft. Wie könnte man sonst Käufer locken? Sicherlich nicht mit etwas Ungewöhnlichem, Originellem. Sie haben ein gutes Gefühl die in aller Welt bekannt sind, wie Sophia Loren, Richard Burton, Candice Bergen, Roger Moore, Clint Eastwood, Burt Reynolds, Alain Delon, Charles Bronson, Steve wicklungen: Ein großer Teil des neuen Publikums in Übersein: Er sollte sich weder durch starke Worte noch durch eben Stars vorkommen, wenn auch nicht unbedingt Film-

Amerikaner an Fernsehstars mehr interessiert sind als an wenn in einem Film John Denver oder John Ritter auftreten. In Ländern, in denen amerikanische Fernsehserien populär sind, kennt man unsere Fernsehstars womöglich besser als unsere Filmstars (vor allem, wenn diese nicht regelmäßig auftreten). »Running«, ein kanadischer Film aus dem Jahre 1979, mit Michael Douglas in der Hauptrolle, der in einer Fernsehserie aufgetreten war und eine Hauptrolle in te, kostete 4,2 Mill. Dollar. Bei seiner Fertigstellung waren die verschiedenen Lizenzen für über 6 Mill. Dollar verkauft. Der Anwalt und Finanzierer, der die Produktion von »Foolin' Around« mit Gary Busey auf die Beine brachte, sagte, er der Tony Randall, Cloris Leachman und Eddie Albert standen. Niemand muß von diesen willkürlich zusammengeund wenn man nicht vertraglich verpflichtet wäre, den Film auch im Kino zu zeigen, um ihn als Film zu legitimieren,

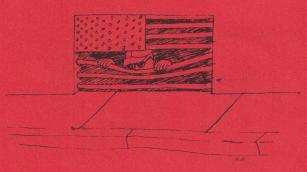
wäre es in manchen Fällen billiger, darauf zu verzichten, denn die Kosten für Marketing und Werbung könnten die Kasseneinnahmen übertreffen (es sei denn, auch sie wären garantiert). Bei solchen Produktionen spüren die Geldgeber nichts mehr von der Angst des Spielers, die in den 50er und 60er und noch in den frühen 70er Jahren zum Filmgeschäft gehörte. Aber

natürlich erleben sie auch nicht mehr den Rausch des Spielers, wenn er gewonnen hat. Die Fernsehmanager studieren heute die Umfrageergebnisse, die den Bekanntheitsgrad der verschiedenen Schauspieler messen, und einem Schauspieler mit hohem Bekanntheitsgrad (den er erreicht, wenn er in einer lange laufenden Serie oder in einer regelmäßigen Quizsendung mitwirkt) werden die besten Filmrollen angeboten, auch wenn seiner blassen Persönlichkeit oder seiner beschränkten Möglichkeiten wegen das Drehbuch völlig umgeschrieben werden muß.

dieser ganzen Angelegenheit: Weil die Studios entdeckt haben, wie man das Risiko beim Filmemachen ausschalten kann, wollen sie nun keine Filme mehr machen, die sie nicht selbst absichern können. Produktions- und Werbekosten sind so in die Höhe geschnellt, daß bei riskanten Projekten echte Nervosität ausbricht. Wenn ein Filmmanager einen anscheinend vollkommen risikolosen, abgedroschenen Streifen finanziert und mit Stars vollpackt, und trotzdem schießen die Produktionskosten über die Garantiesummen weit hinaus und der Film macht viele Millionen Verlust, dann wird ihm daraus kein Vorwurf gemacht – er hat ein Spiel gespielt nach den gleichen Regeln wie alle anderen. Wenn er aber einmal auf ein kleines Projekt setzt, das sich nicht vorab verkaufen läßt, eine Sache, die ein begabter Regisseur wirklich machen will, mit einem subtilen Thema, das sich nicht in einem Satz zusammenfassen läßt, und ohne große Schauspielernamen, und es macht nur geringe Verluste, dann wird er abgeschossen. Für die Manager ist ein gutes Drehbuch also ein Drehbuch, das einen Star interessiert, und sie machen ihre Geschäfte, setzen die ganze Maschinerie einer Großproduktion in Gang, legen das Datum der Erstaufführung fest, obwohl die Probleme des Drehbuchs nie gelöst worden sind und jeder (sogar der Regisseur) insgeheim weiß, daß nichts als ein wirres, ärgerliches Durcheinander herauskommen wird.

Ein weiterer Faktor macht ein riskantes Projekt noch riskanter: Wenn ein Film kein griffiges Thema und keine großen Stars hat, läßt er sich schwer mit einem Dreißig-Sekunden-Werbespot im Fernsehen verkaufen. (Die Fernsehstationen bezahlen eine Menge Geld für die Filme, aber viel davon bekommen sie von der Filmindustrie direkt wieder zurück, die immer mehr auf Fernsehwerbung setzt, um ihre Filme an die Leute zu bringen.) Sogar den Werbeabteilungen der Studios fällt es schwer, eine Werbekampagne für die Zeitungen und Zeitschriften zu entwickeln. Wenn ihm etwas Ungewöhnliches oder Originelles begegnet, sagt der Studiochef daher meistens: »Ich weiß nicht, wie ich es verkaufen soll, und wenn ich nicht weiß, wie ich es verkaufen soll, macht es Verluste.« Ein Studiochef der neuen Generation wird kaum einmal sagen: »Ich meine, wir sollten der Sache eine Chance geben. Mal sehen, ob wir jemanden finden, der eine Idee hat, wie wir sie verkaufen können. « Wohl

der einzige Film im letzten Jahr, bei dem die Manager ein finanzielles Risiko eingegangen sind, war »Breaking Away«. Und obwohl dieser Film die heutzutage bescheidene Summe von nur 2,4 Mill. Dollar kostete und für einen Oscar als bester amerikanischer Film nominiert wurde, ließ Twentieth Century-Fox ihn nicht mit großer Aufmachung in den Kinos neu anlau-



TRANS ATLANTIK 97

fen (was bei preisgekrönten Filmen sonst üblich ist), sondern verkaufte ihn zur sofortigen Ausstrahlung für 5 Mill. Dollar an die Fernsehgesellschaft NBC. So kam es, daß ein paar Wochen nach der Preisverleihung, als die Leute endlich wach geworden waren und vielleicht ins Kino gegangen wären, um sich den Film anzusehen, »Breaking Away« im Fernsehen gesendet wurde, wie üblich zurechtgestutzt. Das Studio hatte keine Gewißheit über die weiteren Kasseneinnahmen und griff deshalb bei einer sicheren Sache zu. Um das NBC-Angebot annehmen zu können, überging es sogar das »pay television«, wo man den Film ungekürzt hätte sehen können. Es schien fast, als sollte »Breaking Away« dafür bestraft werden, daß in ihm keine Stars mitwirkten und daß es keine Vorabgeschäfte mit dem Fernsehen gegeben hatte. Und der Preis von 5 Millionen war fast eine Beleidigung: Im letzten Jahr verkaufte Fox »The Sound of Music« (Meine Lieder – Meine Träume) für 21,5 Mill. Dollar an NBC und »Alien« für 12 Mill. Dollar an ABC, mit Gleitklauseln bis zu einem Betrag von 15 Millionen. Columbia verkaufte »Kramer vs. Kramer« (Kramer gegen Kramer) für fast 20 Millionen an ABC, und für »Rocky II« bekam United Artists ebenfalls 20 Millionen von CBS. Aber wie soll man auch mit einem Satz den Reiz eines ruhigen, unparteischen Films über Väter und Söhne, über Stadtjungen und College-boys und über das Heranwachsen umschreiben – eines zurückhaltenden Werks, das seine Probleme nie herausposaunt, das nur auf Umwegen, durch geringfügige Aktionen und sparsame Dialoge, Wirkungen erzeugt?

Venn ein Autor-Regisseur ein Drehbuch für einen temperamentvollen jungen Schauspieler namens K. entwirft – einen Mann, der das Zeug zum Star hat, aber noch nicht die Rolle geboten bekam, die ihn ins Bewußtsein des Publikums gebracht hätte –, wenn er die Hauptfigur so gestaltet, daß K.s Vitalität und sein Feuer wirklich deutlich werden könnten, so wird er vom Studiochef vermutlich zu hören bekommen: »K. – das sagt mir gar nichts.« Damit ist K. erledigt, auch wenn der Studiochef ihn nie hat spielen sehen (und wenn er ihn doch gesehen hat, kann es passieren, daß er sich nicht mehr erinnert). Dem Studiochef ist es egal, ob K. in dieser Rolle zum Star werden könnte; er will R., weil er mit dem teilnahmslosen, plumpen R., einem Typ wie Robert Wagner, der die Hauptrolle in einer Fernsehserie gespielt hat, einen 4-Millionen-Abschluß mit dem Fernsehen machen kann. Wenn der Regisseur aber hartnäckig bleibt, schneidet der Studiochef die Diskussion einfach

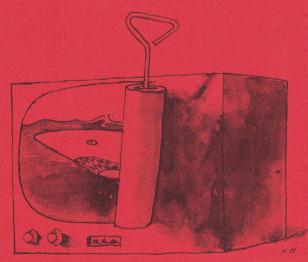
ab, indem er z.B. sagt: »Ich muß schließlich wissen, was ich tue, sonst wäre ich nie zu diesem Job gekommen.« Und wenn er gut aufgelegt ist, fügt er vielleicht noch hinzu: »Ich will nicht sagen, daß Sie mit K. keinen guten Film drehen könnten, und einigen Leuten – ein paar Kritikern und Ihren Freunden – würde er auch gefallen. Aber für mich ist ein guter Film ein erfolgreicher Film – einer, der Geld bringt.« Beharrt der Regisseur weiter auf seinem Plan, dann wird das als Anzeichen von Dummheit gewertet. Ein Manager mit mehr Zartgefühl, einer von den wenigen, die Filme gern haben, sagt es vielleicht folgenderma-

ßen: »Ich mag K., ich mag Sie, ich mag das Drehbuch. Aber ich kann es nicht befürworten. Der Film wird teuer, bei diesem Thema werden die Dreharbeiten lang dauern. Und wenn ich zu viele aufwendige Filme unterstütze, die's nicht wieder einbringen, kriege ich einen Tritt in den Arsch.« Das ist die Quintessenz der Managerangst, und vielleicht ist es besser, man bekommt so etwas von einem Grobian gesagt: den kann man wenigstens hassen und muß nicht noch Verständnis für seine Notlage aufbringen. Weil alle großen Studios nach den gleichen Spielregeln verfahren, wird der Regisseur am Ende einen völlig fehlbesetzten Film duchen, der um ein Vakuum kreist. Wenn dieser Film dann anläuft und durchfällt, und wenn der Regisseur in der Öffentlichkeit heruntergemacht wird, dann hat K. vor lauter Ärger darüber, daß er die Rolle nicht bekommen hat, inzwischen vielleicht eine stumpfsinnige Rolle in einer Fernsehserie übernommen und ist zu einer prominenten Fernsehpersönlichkeit geworden, um die sich alle Filmgesellschaften reißen.

Selbst wenn der Regisseur die Möglichkeit bekäme, K. die Rolle zu geben, könnte es passieren, daß er zu dem Zeitpunkt, da die Dreharbeiten losgehen sollen, zutiefst verärgert und mit den Nerven völlig herunter ist, denn die Verhandlungen haben sich vielleicht über Jahre hingezogen, und jeder, der einen Film drehen will, wird wie ein Hausierer und ein Gegner behandelt. »Studios!« sagte Billy Wilder einmal in Anspielung auf ein altes Klagelied über die Frau: »Mit ihnen kannst du keine Filme machen, und ohne sie kannst du's auch nicht.« Im Filmgeschäft hat jeder die Macht, Nein zu sagen, und die unsichersten Manager schirmen sich dadurch ab, daß sie zu fast allem, was ihnen über den Weg läuft, Nein sagen. Nur die Leute ganz oben an der Spitze können Ja sagen, aber auch sie schirmen sich ab. Sie zögern Entscheidungen hinaus, weil sie ängstlich sind, und auch, weil es ihnen nichts ausmacht, jemanden zappeln zu lassen, bis dessen kreative Spannung nachläßt und sein Projekt alle Schubkraft verliert. Es macht ihnen nichts aus, Leute warten zu lassen, denn dadurch kommen sie sich selbst sehr mächtig vor.

Ich beschreibe hier Trends. Natürlich gibt es auch Ausnahmen, Leute, die für ihre schnellen Entscheidungen bekannt (und manchmal auch geehrt) wurden: David Picker während seiner Zeit bei United Artists, Daniel Melnick während seiner kurzen Gastspiele bei M-G-M und Columbia und David Begelman bei Columbia und jetzt bei M-G-M. Aber die meisten, die Ja sagen könnten, tun es nicht. Sie überlegen sich die Sache und vertrösten einen. (Hollywood ist der einzige Ort, wo man an lauter Ermutigung sterben

kann.) Der Bittsteller muß Wochen, Monate, Jahre auf einen Termin warten, bei dem er um die Erlaubnis nachsuchen darf, das zu tun, worauf er am Anfang so versessen war. Und wenn er dann einen Termin bekommen hat, muß er versuchen, die Aufmerksamkeit des Managers zu wekken und wachzuhalten. Im allgemeinen gilt: Je höher der Manager, desto kürzer seine Aufmerksamkeitsspanne. (Es sind Fernsehbabys – dreißig Sekunden sind für sie eine lange Zeit.) In dieser Atmosphäre bürokratischer Gleichgültigkeit und Geringschätzung werden die Dinge nicht wirklich entschieden – sie passieren



einfach, und zwar innerhalb bürokratischer Bahnen. (Nur wenn ein Film Erfolg hat, sprechen die Manager davon, daß sie ihm grünes Licht gegeben haben. Sie alle fischen nach Ansehen in den Medien.) Während der langen Wartezeit hat der Regisseur den Kameramann, den er wollte, und die Hälfte seiner Darsteller verloren. Um die erforderliche Zustimmung zu finden, hat er sich auf Schauspieler eingelassen, von denen er weiß, daß sie nicht wirklich passen, und er hat das Drehbuch gestutzt, um Kosten zu sparen. Er hat die Szenen rausgeschmissen, die ihm einmal am wichtigsten waren, die er aber in der knappen, zehnwöchigen Drehzeit, die ihm diktiert wurde, nicht hinbekommen kann. Und in letzter Minute, ein paar Tage, bevor die Dreharbeiten losgehen sollen, kürzt ihm die Gesellschaft das Budget noch einmal, so daß er jetzt bei einer Drehzeit von neun Wochen angelangt ist. Nun muß er auch noch die Kamerafahrten wegschneiden, die am Anfang für ihn den halben Film bedeuteten. Ist es da ein Wunder, wenn das fertige Produkt einen säuerlichen Geschmack hat?

Aber vielleicht gelangt der Film überhaupt nur mit knapper Not ins Kino. Wenn es während der Produktion oder nach Abschluß der Dreharbeiten zu einem Wechsel im Management kommt (und solche Veränderungen gibt es alle paar Monate), hat der neue Studiochef nichts zu gewinnen, wenn der Film erfolgreich wird (die Anerkennung dafür, ihn angeregt zu haben, fällt nicht ihm zu). Vielleicht sieht er sogar einen strategischen Vorteil für sich, wenn der Film durchfällt. Die Manager – rastlose Geister, die es nirgendwo lange aushalten – entwickeln dem Studio gegenüber keine besondere Loyalität, und auch die untere Management-Etage sorgt nicht für Stabilität, indem sie etwa die unter dem alten Regime begonnenen Filme mit der gleichen Sorgfalt zu Ende bringen würde wie die unter dem neuen Regime entstehenden. Alles hängt davon ab, was für ein Wink von oben kommt.

Venn ein berühmter Star und ein berühmter Regisseur Interesse an einem Projekt zeigen, bieten die Manager gleich ein Budget von 14 oder 15 Mill. Dollar an, auch dann, wenn dem Film von seinem Material her weniger Aufwand besser täte. Und so wird das, was Millionen von Menschen in der ganzen Welt Vergnügen und Unterhaltung bringen könnte, aufgebläht und umgeschrieben, um den Part des Stars auszuweiten – alles wird völlig überzogen. Das bringt Geld im voraus, aber die Leute, die dann aus dem Kino kommen, murren und sind enttäuscht. Oft sind die Kinobesucher heute irritiert von dem ängstlichen, nervösen Aufbau der Filme, die den Eindruck machen, als seien sie aus Teilen zusammengestückelt, die nicht zueinander passen. Der Film ist auf den Hund gekommen – und auf den Amateur. Ein Drittel der Filme, die in diesem Jahr in Hollywood gemacht werden, liegt in den Händen von Regieanfängern, die so gut wie keine Hilfe und Anleitung bekommen. Sie müssen funktionieren wie die Schnellkochtöpfe, denn jeder Zeitverlust kostet Geld. Vielleicht kommen sie von dem Fortsetzungsfilmchen im Fernsehen her, und ihre Dialoge klingen steif, als wären sie in einer großen leeren Höhle aufgenommen; vielleicht kommen sie aus dem Nichts und haben vorher nie mit Schauspielern gearbeitet. Auch sehr erfahrene Regisseure haben meistens bestimmte Schwächen: Der eine neigt dazu, den Faden der Handlung zu verlieren, der andere kommt mit Frauenrollen nicht zurecht. Sie brauchen jemanden, der ihnen zusieht. Aber wer brächte soviel Wissen und Engagement mit, um sie bei ihrer Arbeit zu unterstützen? Die Manager haben den Regisseur angeheuert, nachdem sie sich »angeschaut haben, was er macht«, d. h. sie haben vielleicht jede zweite Spule eines sei-

ner Filme laufen lassen. Es sind vielbeschäftigte Leute. Fernsehmanager, denen ein fertiger Film angeboten wird, sparen dadurch Zeit, daß sie sich einen Viertelstunden-Extrakt daraus ansehen, eine Zusammenfassung der Höhepunkte, die eigens für sie hergestellt worden ist. Gott verhüte, daß sie sich das Ganze antun müßten!

Man übersieht meistens, wieviel Talent und harte Arbeit dabei vergeudet wird – vielleicht so viel, wie nötig wäre, um die Welt mit wirklicher Unterhaltung zu versorgen. Ein Schriftsteller wird mit der Bearbeitung eines Buches beauftragt. Er liefert ein erstklassiges Drehbuch ab und wird von den Managern der Filmgesellschaft als Genie gefeiert. Aber dann muß er zusehen, wie das Studio sein Script der rituellen Riege von Stars und Regisseuren, die für die höchsten Garantiezahlungen stehen, unterbreitet. Wenn nun diese Stars und Regisseure, die zu dem Projekt ohnehin nicht taugen, einer nach dem anderen Monate brauchen, um es zu lesen und schließlich abzulehnen, so schwindet das Vertrauen der Manager in das Drehbuch zusehends. Äußert ein Star zögerndes Interesse, aber unter der Bedingung, daß alles umgeschrieben wird, so legen sie das gelungene Drehbuch beiseite und lassen von einem strohtrockenen Langweiler, der gerade einen Zufallserfolg verbuchen konnte, ein neues anfertigen. Und wenn sich der Star dann trotzdem entschließt, etwas anderes zu tun, dann lassen sie für einen anderen Star nochmals ein Drehbuch schreiben, und noch eins, und noch eins – bis kein Mensch mehr weiß, was an dem Projekt mal interessant war. Dann bleibt es erst einmal liegen. Aber inzwischen steckt so viel Geld darin, daß ein gewissenhafter Produzent nach ein paar Jahren auf den Gedanken kommt, es wieder zum Leben zu erwecken und für einen heißen neuen Teenager vom Fernsehen umzuarbeiten, der sich am Ende entschließt, es nicht zu machen; und so weiter.

Mit einfachen Worten: Ein gutes Drehbuch ist ein Drehbuch, auf das sich Robert Redford einläßt. Ein schlechtes Drehbuch ist ein Drehbuch, das Robert Redford abgelehnt hat. »Noch gearbeitet werden« muß an einem Drehbuch, bei dem sich Robert Redford noch nicht entschieden hat. Mit dieser Formel kann man ein Studio leiten. Man kann es mit ihr sogar profitabel leiten. Aber eine derartige Realpolitik hat mit Filmemachen nichts mehr zu tun. Nicht bloß, daß die Entscheidungen, die die Manager treffen, von jedem Dahergelaufenen auch getroffen werden könnten – die Filme selbst sehen so aus, als seien sie von irgendeinem Dahergelaufenen gemacht.

Die Manager engagieren sich nicht wirklich für das Studio. Sie haben es nicht aufgebaut, es ist nicht Teil ihrer selbst, und sie »verändern sich« – nehmen eine bessere Stelle in einem anderen Studio oder bei einer unabhängigen Produktion an (wo mehr Geld zu holen ist), oder sie gründen ihre eigene Gesellschaft. In der kurzen Zeit, in der sie da sind, versuchen diese Leute, die Dinge einfach so weiterlaufen zu lassen wie bisher; sie kümmern sich nicht einmal darum, die Talente bei der Stange zu halten. Und wie in jeder chaotischen Bürokratie geben die Personen an der Spitze und ihre Zielvorstellungen den Ton für all die kleinen Alltagsentscheidungen an: Das Desinteresse der Spitzenmanager an der Qualität der Filme infiziert das ganze Studio von oben bis unten. Die jüngeren Leute wollen ihre Zeit nicht mit dem Lesen von Drehbüchern vertun, die für einen Star vielleicht nicht interessant sind. Auch für sie ist ein guter Film ein Film, der Geld bringt. Nachdem »The China Syndrome« die Kassen gefüllt hatte, konnte man sie reden hören, was für ein Könner James Bridges, der Regisseur, sei, und als »The Amityville Horror« mit seinem unglaublich trostlosen Drehbuch von Sandor Stern große Einnahmen brachte, waren sie darauf aus, Stern als Drehbuchautor und

Regisseur zu verpflichten. Die Manager wollen Punkte sammeln, in den unteren Etagen genauso wie ganz oben, sie wollen Hits – weniger wegen des Geldes als aus Lust am eigenen Erfolg.

letzten zehn Jahre durcheinandergeraten sind, hängt teilweise auch mit den Veränderungen bei den Buchverlagen, im Zeitschriften- und Zeitungswesen und beim Film zusammen. Diese Bereiche sind dem Finfluß jener, deren Leben darin aufging, entzogen worden und unter die Kontrolle von Konzernen, Geldleuten und Managern geraten, die die entstehenden Produkte wie normale Waren behandeln. Dieser Prozoß läßt sich nicht rückgängig machen. Der Oberste Gerichtshof könnte die Ablösung einiger dieser Tochtergesellschaften von den Konzernen anordnen, aber auch dadurch ließen sich die innerhalb der einzelnen Branchen gewachsenen Traditionen nicht wieder beleben. Die Kontinuität ist dahin. Wenn früher der Autor mit dem Verleger einen Vertrag über ein Buch abschloß, dann ging er davon aus, daß er mit denen, die unterzeichnet hatten, auch zusammenarbeiten würde. Heute werden diese Leute vielleicht aufgekauft und in die Unterabteilung eines Fachbuchverlags oder eines Unternehmens der Freizeitindustrie verwandelt. Die neuen Leute kommen gar nicht auf den Gedanken, einen Schriftsteller langsam aufzubauen; an sein nächstes Buch denken sie nicht. Sie wollen Bestseller. Es ist ihr Job, sie zu finden oder zu fabrizieren. Und so wie die Studios schon seit langem Schriftsteller anheuern, um Drehbücher auszuarbeiten, beginnt man heute, Schriftsteller anzuheuern, um Romane auszuarbeiten, die die Verleger dann mit Hilfe von Studiogeldern zu Bestsellern aufzubauen versuchen, während sie gleichzeitig verfilmt werden. Der Schriftsteller Avery Corman hat auf die erschreckende Aussicht hingewiesen, daß eines Tages "ein Romanautor über der Arbeit an seinem eigenen Buch entlassen werden könnte«. Die Leute, die diese neuartigen Bücher in Auftrag geben, würde das überhaupt nicht schrecken – Romane als Filmvorschau

Es gibt Branchen, die in der Öffentlichkeit auf größeres Interesse stoßen als die Krawattenindustrie. Verlage, Zeitschriften und Zeitungen, Film, Fernsehen und Theater – die Leute, die in diesen Branchen arbeiten, fühlten sich schon immer irgendwie privilegiert (durch Geburt, Geschick, Begabung, Glück oder eine Kombination aus allem). Das galt nicht nur für die Schauspieler und Journalisten, sondern auch für die Unternehmer und Manager. In diesen Sparten gab es immer ein paar Geschäftsleute mit der Sensibilität von Künstlern (aber ohne die Begabung oder den Drang zum Künstlerdasein). Wenn sie kritisches Gespür besaßen und

großzügig waren, dann förderten sie die Künstler, statt ihnen ihre Fähigkeiten übelzunehmen. Auf diese Weise wurden sie zu bedeutenden Theater- oder Filmproduzenten oder zu großen Buch- und Zeitschriftenverlegern. Vergleichbare Leute von heute wollen unbedingt selbst prominente Künstler sein, und gerade jetzt schreiben sie anscheinend allesamt Drehbücher und machen Filmregie.

Das Verhältnis zwischen Kunst und Geschäft war beim Film schon immer problematisch. Die Geschäfte hatten das Übergewicht, aber sie lagen zumindest in den Händen von Leuten, die den Film liebten. Als populäre Unterhaltung braucht der Film etwas von dem, was die plebejischen Mogule besaßen – Begeisterung, den Glauben an die eigene Nase, sentimentale Hingabe an die Produktion von Filmen, die das ganze Land stolz machen würden, Qualitätsbewußtsein und als wichtigstes von allem: Risikobereitschaft. Die kalten Managerhaie von heute haben nichts von alldem, und das gleiche gilt für die Akademiker. Auch die Plebejer haben mehr als genug Unheil angerichtet, aber mit ihnen ist es ohnehin für immer vorbei. Sie gehörten zu einem anderen Amerika. Meist waren es Männer, die nur Lippenbekenntnisse ablegten, wenn es um hohe Ideale ging, und ansonsten jeden für ihren Profit übers Ohr hauten. Der große Wandel in unserem Land spiegelte sich darin, daß die Leute in der Filmbranche es heute überhaupt nicht mehr für nötig halten, von Grundsätzen zu sprechen. Sie gehen von den gleichen Voraussetzungen aus wie die Zeitungen, die Manager mit einem Erfolgsfilm zu Helden machen, ohne jemals nach Qualität zu fragen.

die Zahlen teilnimmt, verlieren Künstler, die in einem populären Medium wie dem Film arbeiten, leicht ihr Ziel aus dem Auge. Beim Film gibt es eine Hackordnung, und in ihr steht der Regisseur an der Spitze – er ist die Autoritätsperson. Ein Mann, der nie besonders anziehend auf Frauen gewirkt hat, stellt auf einmal fest, daß er der Patron ist: Alle folgen ihm aufs Wort, ein Wink genügt, damit ihm die Frauen zufliegen. Die allgegenwärtigen unbeschränkten Gelegenheiten zum Sex können sich hinterrücks böse auswirken, genauso wie die bodenlosen Schmeicheleien von College-Studenten, die aus den Regisseuren Gurus machen. Regisseure lassen sich leicht verführen. Sie schlürfen gern Bewunderung. Vor kurzem sprach ein Drehbuchautor, der zum ersten Mal die Regie in einem Film übernommen hatte, darüber, wie schwer es ihm falle, einen Produzenten zu finden, der ihn etwas entlaste. Er meinte, er brauche jemanden für die Routine, der wisse, was ihm, dem Regisseur, durch den Kopf geht, und der in der Lage sei, die zahllosen anfallenden Kleinigkeiten für ihn zu erledigen. Aber jedem, der diesem Mann zugesehen hätte, wäre klar geworden, daß er einen wirklichen Produzenten brauchte, und zwar aus einem viel gewichtigeren Grund: um jenes Urteilsvermögen beizusteuern, das jener schon verloren hatte. Eine Produktion wird heute von niemandem mehr wirklich kontrolliert. Der Regisseur steht ganz allein, auch wenn er unsicher und nachlässig ist oder einfach spinnt. Ein Moment von Größenwahn hat es in der Filmbranche immer gegeben, und in der neuen

Ara des allgegenwärtigen Stumpfsinns, da alle Wertmaßstäbe so sehr ausgehöhlt sind, daß selbst die mit dem größten Können und der größten Freiheit nicht mehr sicher sind, was sie eigentlich wollen, haben die Regisseure oft etwas Verbohrtes und Exaltiertes an sich – wie wahnsinnig gewordene Könige. Andauernd unzufrieden mit den Filmmetern, die sie wie besessen abdrehen, filmen sie weiter und weiter – immer neue Zimmer für den Palast. Größenwahn und Kunst werden für sie eins Aber die



100 TRANS ATLANTIK

Unordnung herrscht eigentlich nicht in ihren Köpfen, es gibt nämlich eine Menge Leute in ihrer Umgebung, die sich durch Größenwahn tief beeindrucken lassen.

Was unsere Regisseure wohl am dringendsten brauchen, sind Entschlußkraft und ein Thema, mit dem sie etwas anfangen können. Filmemacher wollen große Themen, aber welche Themen können sie bei den Studios durchsetzen? Kein Zufall, daß die beiden besten amerikanischen Filme aus jüngster Zeit Märchen sind – kindlich im tiefsten, umfassendsten Sinne. Von innen her mit einer magischen Struktur beschäftigt, brauchten sich Carroll Ballard in »The Black Stallion« und Irvin Kershner in »The Empire Strikes Back« nicht um die Welt von heute zu kümmern. Sie hatten die Freiheit, das Medium mit allem Überschwang und ohne schlechtes Gewissen zu nutzen. Man spürt die Lust am Kino in ihren Filmen genauso wie in »The Long Riders« von Walter Hill, trotz seiner erzählerischen Schwäche und einer gewissen Unentschlossenheit.

Aber wir gehen nicht nur ins Kino, um große Märchen oder Mythen aus dem Wilden Westen zu sehen; wir erwarten auch etwas, das mit unserer heutigen Situation zu tun hat. Die großen Hoffnungen, mit denen man »Apocalypse Now« entgegensah, gründeten, wie ich glaube, teilweise auf unserem Wunsch nach einem visionären Film, der die Dinge auf die Spitze treibt und eine Summe zieht. Wir spürten, daß es mit der immer wieder aufgewärmten Pop-Kultur so nicht weitergehen konnte, nicht weitergehen durfte – daß etwas Neues vonnöten war.

Auch Coppola muß das gespürt haben, aber er konnte es nicht liefern. Von seinem Film erwartete man große, zu Ende gedachte Gedanken – Konfrontation und Offenbarung. Und als sie nicht kamen, schlichen die Leute enttäuscht aus den Kinos oder versuchten, sich mit allerlei Geschwätz über die psychedelische Bildwelt des Films zu trösten. Coppola hatte versucht, etwas Bedeutendes zu sagen, aber dabei verwickelte er sich in einen Knäuel aus amerikanischem Selbsthaß und schlechtem Gewissen, und am Ende war die einzige Aussage seines Films: Weißer Mann, der sein große Teufel. Ich glaube, seither erwarten die Leute weniger vom Kino und sind bereit, sich mit weniger abzufinden. Einige waren bereit, sich mit »Kramer vs. Kramer« und anderen Streifen abzufinden, die den Eindruck erwecken, als seien sie für ein

Publikum alt gewordener Blumenkinder gemacht. Aus diesen Filmen tritt uns die Annoch etwas anderes wolle, als zu Hause bei den Kindern zu sein, sei durch und durch verworfen. Daß er seine Vater-Hoffman und macht ihn in jerem, während wir in »The Seduction of Joe Tynan« (Die Verführung des Joe Tynan) sehen können, daß Alan Alda ein schwacher, leicht korrumpierbarer Kerl ist, weil er lieber Präsident der Vereinigten Staaten werden will, als zu deren Jungmädchenprobleme zu plaudern. Filme dieser Art und Kinder daheim zusammen vor dem Fernseher sitzen.

Die großen Studios haben

die zeitweilige Endlösung für den Film gefunden: Nach Machart und Verwertung sind ihre Filme Fernsehen. Und es besteht keine Aussicht auf einen großen Durchbruch beim Film – auf eine neue Kraftanstrengung wie die französische Nouvelle Vague, die ein Land nach dem anderen erfaßte und international zu einer wechselseitigen Befruchtung führte –, solange Filme nur finanziert werden, wenn sie sich in die starren Raster früherer Erfolge fügen. Aber eines Tages werden die Gruppen, die heute hinter den Filmen der Studios stehen, es satt haben, TV-Shows zu bekommen, wo sie Filme erwartet hatten, und dann könnte sich eine neue Chance für das echte Kino ergeben. Und wenn sich die Drehbuchautoren und Regisseure ihrer Sache wirklich sicher sind, aber keine Unterstützung bei den Studios finden, dann sollten sie eigentlich in der Lage sein, außerhalb der Branche Geldgeber zu finden, die den Einsatz wagen und auf das Geld spekulieren, das ein guter Film bringen kann, wenn er erst einmal fertiggestellt ist. Mit Filmen Geld zu verdienen ist heute leichter als früher: Es gibt mehr Märkte, und wir wissen heute, daß Filme, kommerziell gesehen, viel langlebiger sind, als die Filmleute früher glaubten. Eines Tages werden die Studios vielleicht feststellen, daß sie die großen Filmemacher mehr brauchen, als umgekehrt die Filmemacher sie. Billy Wilder mag recht damit haben, daß man mit ihnen keine Filme drehen kann, aber er hat natürlich unrecht, wenn er sagt, ohne sie ginge es auch nicht. In beiden Fällen treten Probleme auf, aber ohne Studios dürfte es weniger Probleme geben – und weniger Ärger.

Die These klingt überzeugend: Für den Film besteht keine Hoffnung mehr, die Kinobesucher sind vom Fernsehen so verdorben und abgestumpft, daß sie sich nichts weiter wünschen als lärmende Aufregung, dumme Witze und anspruchslose Bilder, die einfach vorüberlaufen, so daß sie nur dazusitzen und auf der untersten motorischen Ebene zu reagieren brauchen. Dafür gibt es zahlreiche Anzeichen, etwa den Erfolg von »Alien«, einem Gespensterfilm, den man in den Weltraum verlegt hat. Das langte einfach hin und drückte auf den Magen. Dieser Film brachte eher Bauchschmerzen als Unterhaltung, aber vielen Leuten war das egal. Sie fanden ihn »gewaltig«, weil sie überhaupt etwas gespürt hatten: Er hatte ihnen Gewalt angetan. Eine Unterhaltung wie im »Fühlkino« aus Aldous Huxleys Schöner neuer

Welt. Doch es gab auch andere Stimmen zu »Alien«. Viele Leute waren empört darüber, wie mechanisch dieser Film mit ihnen umgesprungen war. Und als ich an einem Samstagnachmittag »The Black Stallion« sah, war das für mich ein Beweis dafür, daß selbst Kinder, die mit dem Fernsehen groß geworden sind und nie einen ordentlichen Film zu sehen bekonmen haben, sich auf eine gute Sache einlassen können, wenn man sie ihnen zeigt. Still und aufmerksam war dieses Publikum – kein Hin- und Herrennen zwischen den Sitzreihen und zur Popeorn-Theke, und selbst beim Abspann saßen die Kinder noch ruhig da und schauten die Bilder hinter den Namen an. Vielleicht gibt es für den Film zu scheinen Erstellen.



TRANS ATLANTIK 101



Telefon (030) 30 36- 246

Liebe Absolventinnen, liebe Absolventen,

die Fortschreibung unserer Absolventen-Chronik ist wieder einmal fällig. Zwei Jahre sind keine lange Zeit, trotzdem ist seit der Veröffentlichung der letzten Umfrage (Oktober 1978) doch einiges Wasser den Bach heruntergelaufen - nicht zuletzt auch in Sachen Film.

Die Veröffentlichung vor zwei Jahren fand - unter dem verschiedentlich mißverstandenen Titel HOFFNUNG ALS PRINZIP - bei einer Auflage von 500 Stück die erwartete Verbreitung und öffentliche Resonanz. Ob sie auch die erwünschte Wirkung hatte, ist unbekannt, vielleicht hat sie ein wenig zur vermehrten Aufmerksamkeit, die in der letzten Zeit dem sogenannten Filmnachwuchs zuteil wird, beigetragen.

Nach der Veröffentlichung der letzten Broschüre wurde von Seiten der Betroffenen Kritik geübt, wir hätten nicht deutlich genug gemacht, daß wir die Antworten auf unsere Fragen an die Öffentlichkeit zu geben gewillt waren. Deshalb wollen wir hier nachdrücklich noch einmal darauf hinweisen, daß der Sinn dieses Unternehmens gerade darin liegt, öffentlich zu werden, wenn nicht gar, Öffentlichkeit zu schaffen. Es handelt sich um eine Art Erweiterung des akademieinternen infos aus der Edition Prinzler (der inzwischen in der Stiftung Deutsche Kinemathek arbeitet), in dem Wir über Uns schreiben, aber nicht nur für uns, sondern auch für die Geldgeber der Akademie und andere interessierte Stellen, sowie für die, die später einmal zu den Absolventen zählen werden.

Wenn wir Dir Fragen stellen und Du uns Antworten gibst, mußt Du Dir also gegenwärtig sein, daß diese auch "gegen Dich verwendet" werden können. Andererseits: wo sonst hat man schon Gelegenheit, sich zu äußern, wie es einem paßt und dennoch damit an die Öffentlichkeit zu gelangen.

Diesesmal haben wir zweierlei Fragen, die einen (A) mehr für die Statistik, die anderen mehr zur Person (B). Die Antworten auf die einen (A) werden von uns ausgewertet, die anderen (B) werden abgedruckt.

Zum Schluß nochmal vielen Dank für das Mitmachen beim letzten mal. Es hat uns die Arbeit an der Veröffentlichung erleichtert und uns auch manchesmal dabei befeuert.

Mit freundlichen Grüßen

(Malte Ludin) (Helene Schwarz)

PS

Bei der Fortschreibung Deiner Filmografie gieb bitte die genaue Adresse Deines Arbeitgebers, bzw. Produzenten an. Wir wollen einen Anhang zusammenstellen, um den Informationsaustausch über mögliche Arbeitgeber zu verbessern.