Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 28 (1986)
Heft: 151

Artikel: Lagebeschreibung eines Insiders : nichts gegen Hollywood!
Autor: Bach, Steven
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-866861

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Lagebeschreibung eines Insiders

Von Steven Bach

Nichts Gegen Hollywood!

«Dieses Unternehmen steht und fällt mit Filmen», sagt Barry Diller, Chef der 20th Century Fox, «und das sollten wir nicht vergessen.»
Manch einer hat es vergessen.
In Hollywood, wo Action alles ist, findet hinter den Kameras – in den Vorstandsetagen und den Chefzimmern – mehr Action statt als vor der Kamera. Wie eh und je werden pausenlos Deals ausgehandelt, aber heutzutage geht es bei diesen Deals nicht so sehr um Filme als um die aufgescheuchten Manager. Die Sterblichkeitsrate von Managern war in Hollywood schon immer besonders hoch, aber noch nie war es so schlimm wie heute.
In den letzten fünf Jahren sind die Führungsmannschaften aller grösseren Studios in Hollywood komplett ausgewechselt worden. Was einst unter Führungskräften ein vergnügliches Gesellschaftsspiel à la «Reise nach Jerusalem» war, ein fröhlicher Reigen in der zumeist geruhsamen Studiopolitik, ähnelt nunmehr einer ausser Rand und Band geratenen Roulettescheibe. Nirgends auf der Welt – ausgenommen allenfalls die italienische Regierung – herrscht solche Flatterhaftigkeit und Unbeständigkeit.
Man bedenke folgendes: Innerhalb von nur zwei Wochen im Sommer 1984 wurde der Spitzenmann der 20th Century Fox, der zuvor Spitzenmann bei Columbia gewesen war, gefeuert und durch den bisherigen Spitzenmann der Paramount ersetzt. Ein ehemaliger Spitzenmann der Universal übernahm den Job bei Paramount, deren restliche Belegschaft en masse zu Disney überlief, wobei ihnen ein früherer Spitzenmann der Warner Brothers kräftig nachhalf. Da nun der Chefsessel bei Universal frei war, setzte sich der Boss der Columbia hinein und war damit genau dort angelangt, wo das Spiel für ihn begonnen hatte, und der vakante Spitzenjob bei Columbia wurde – wie sollte es anders sein? – an einen Agenten vergeben.
Das klingt nicht nur konfus, es ist es auch – sogar für die Leute, die in Hollywood das Sagen haben. Aber gemach, es wird noch besser.
Nicht nur Manager pfeifen wie Querschläger durch die Gegend, nein, auch in den Studios geht es drunter und drüber. Das Szenario dieser Kamikaze-Wirtschaft begann 1981, und ein Ende ist nicht abzusehen: In jenem Jahr kaufte MGM die United Artists und nannte sich fortan MGM/UA; die Columbia verkaufte sich an Coca-Cola; die Fox verkaufte sich an einen Immobilien-Magnaten, der sie kurz darauf an einen Zeitungs-Tycoon weiterverkaufte; MGM/UA siechte dahin, trotz eines unablässigen Kommens und Gehens von Spitzenkräften (die vordem bei Columbia, Paramount, und 20th Century Fox gewirkt hatten). Im März dieses Jahres wurde die Firma an einen segelbegeisterten TV-Unternehmer verkauft, der seinerseits MGM und United Artists bis Juni getrennt weiterveräussert hatte.
Der bislang letzte Produktionschef bei United Artists hielt sich blosse fünf Monate, obwohl er das zweitgrösste Aktienpaket der Firma besass. Der Dienstälteste unter den Managern der grossen Filmgesellschaften in Hollywood hat seinen Job seit gerade zwei Jahren inne (Barry Diller bei Fox), der jüngste Neuzugang ist noch keine zwei Monate dabei (David Puttnam bei Columbia).

Kein Wunder, dass die Filme so grässlich sind: Alle sind viel zu beschäftigt damit, sich einen neuen Job zu suchen oder den alten zu verteidigen, um sich noch um Filme zu kümmern. Kein Wunder, dass man pausenlos das Klagelied zu hören bekommt: «Die Leute in Hollywood wissen nicht, was sie tun.» Wie könnten sie auch? Sie bleiben nie lange genug in einer Position, um sich in ihren Job einzuarbeiten, geschweige denn um herauszufinden, wem die Firma gerade gehört. Kein Wunder, dass zwei israelische Überflieger von fragwürdigem Geschmack auf der Titelseite von «Newsweek» landen und schadenfroh verkünden, dass sie 1986 mehr Filme machen werden als ganz Hollywood zusammen. Und das werden sie! All diese Filme mögen fürchterlich sein (oder auch nicht), aber sie kommen zustande – und das ist mehr, als aus Hollywood zu vermelden ist.
Die niederschmetternde Folge all dieser Unbeständigkeit ist Lähmung. Das Branchenblatt «The Hollywood Reporter» prophezeit für 1986 ein «alltime low» von allenfalls zwei Dutzend Filmen. Noch vor fünf Jahren könnte das durchaus der Ausstoss eines einzigen Studios gewesen sein. Vor fünfzig Jahren hätten, sagen wir einmal, MGM oder Warners oder Paramount so viele Filme in drei Monaten herausgebracht, oder alle drei zusammen in einem Monat. Ganz offenkundig läuft etwas völlig schief, und da das, woran Hollywood krankt, über kurz oder lang auf die weltweite Filmwirtschaft übergreifen wird, bedarf es einer schnellen und radikalen Operation. Andernfalls wird aus einem örtlich begrenzten Krankheitsherd eine weltumspannende, tödliche Epidemie.
Die Lösung ist so eindeutig, so simpel, so offensichtlich, dass sie den Ölgesellschaften (in New York), den Casinobetreibern (in Nevada), den Softdrink-Herstellern (in Atlanta), den Zeitungsmoguln (in Australien) und den Immobilienfritzen (überall), die Hollywood besitzen und zumeist durch Abwesenheit glänzen, wohl kaum gefallen wird. Es geht nämlich darum, laut und deutlich «Schnitt!» zu rufen, all dem Geschiebe und Geschacher in den Chefetagen Einhalt zu gebieten, all die Leute in den Chefzimmern unter Quarantäne zu stellen. Sie alle – *the good, the bad and the ugly* – müssen hieb- und stichfeste Verträge erhalten mit einer Laufzeit von, sagen wir, fünf Jahren. Lasst sie da, wo sie sind, nein, zwingt sie zum Bleiben und gebt ihnen die Gelegenheit, das zu tun, wozu sie angeheuert wurden: Filme zu machen oder wenigstens den Weg freizugeben für Filmemacher.
Mag sein, dass dieser Vorschlag nach einem Scherz klingt, aber er ist todernst gemeint. Mag sein, dass er wie ein Allheilmittel erscheint, doch dies soll nur ein Anfang sein. Mag sein, dass dies nach einer Sache klingt, die nur eine kleine Gruppe überehrgeiziger und überbezahlter Leute in Südkalifornien angeht, doch sie ist von grosser Tragweite. Hollywood – wie gelähmt auch immer es derzeit ist oder scheint – beherrscht noch immer direkt oder indirekt 85 Prozent des Entertainment auf den Kinoleinwänden und Fernsehschirmen der Welt.
Das ist gut so, denn es ermöglicht Filme, die andernfalls nicht gemacht worden wären; es schafft Arbeitsplätze für Künstler und Techniker, ja, ab und an trägt es sogar zur Unterhaltung bei. DIE BLECHTROMMEL aus Deutschland, L'ULTIMO TANGO A PARIGI aus Frankreich/Italien, C'ERA UNA VOLTA IN AMERICA aus Italien, GANDHI aus England und RAN aus Japan sind samt und sonders Filme, die ohne eine Geldspritze aus Hollywood – und sei es nur in Form von Verleihgarantien – wohl kaum zustande gekommen wären. Das wird so weitergehen, weil die grossen amerikanischen Filmunternehmen nicht davon leben können, lediglich die kümmerlichen zwei Dutzend Filme, die Hollywood jährlich produziert, herauszubringen. Doch die Sache hat einen Haken.

Das «internationale» Filmgeschäft verkommt mehr und mehr zu einem Abklatsch von Hollywood, denn nur so glaubt man den amerikanischen Markt knacken zu können, um zu rechtfertigen, dass all das amerikanische Geld in Mark, Franc, Lire oder Yen ausgegeben wird. Hollywood an der Themse, am Tiber, an der Seine, an der Isar oder am Jangtse (auch das kommt früher oder später auf uns zu) ist und bleibt Hollywood, und es ist kein Zufall, dass die beiden grössten europä-

Nirgends auf der Welt herrscht solche Flatterhaftigkeit und Unbeständigkeit ...

Der Produzent und sein Star: Kirk Douglas, Lana Turner in THE BAD AN THE BEAUTIFUL

ischen Produktionen der letzten Zeit, nämlich DIE UNENDLICHE GESCHICHTE und DER NAME DER ROSE, beide in englischer Sprache gedreht wurden, um an Amerikas Geld, Verleih und Kinopublikum heranzukommen.
Diese recht niederschmetternde Amerikanisierung – oder MacDonaldisierung – des internationalen Entertainment gehen auch am Fernsehen nicht spurlos vorüber. «Dallas» und «Denver-Clan» ziehen Kitsch wie «Die Schwarzwaldklinik» nach sich. Wenn «J.R.» und «Krystle» auf den Wogen der Zuschauergunst reiten – kann man da lange vor Gloria von Thurn und Taxis die Augen verschliessen? Wann kommt «Der Donau-Clan»?
So wird es wohl weitergehen, zumindest bis die ersten dieser Hollywood-Investitionen auf dem amerikanischen Markt so bös einbrechen wie viele Filme aus Hollywood. Oder: bis Hollywood – allem Anschein nach zu ängstlich, um auf eigenem Gelände Filme zu drehen – zu dem Schluss kommt, dass die Aussichten auch nicht beser sind, wenn man Geld in die Bavaria, nach Pinewood oder Cinecittà pumpt. Das ist ja so weit weg. Und so fremd.
Es ist daher für Filmemacher aus aller Welt von Vorteil – ganz zu schweigen von den Kinobesuchern, die mehr und Besseres verdient hätten, als man ihnen derzeit bietet –, wenn Hollywood seine gegenwärtige *crise de coeur* überwindet und wenn es die Leute, die Filme machen sollten, dazu bringt, auch wieder Filme zu machen.

Der Vorschlag, fünf Jahre lang niemand mehr zu feuern, ist nicht etwa als Belohnung für jene Manager gedacht, die so flink und mit so geringer Loyalität von Studio zu Studio eilen und die Jobs wechseln, wobei sie bei jedem Frontwechsel à la Quisling einen fetteren Vertrag für sich heraushole. Tatsächlich ist ein solch fetter Vertrag oft genug der einzige Anreiz für eine Veränderung. Kürzlich gestand ein Studio-Boss ein, er habe immer schon am ersten Arbeitstag in einem neuen Job begonnen, nach dem nächsten Job Ausschau zu halten und entsprechend auf sich aufmerksam zu machen. Andere tun nichts anderes, als sich vor Meuchelmördern in ihrer eigenen Firma zu schützen, die sie aus ihren Gucci-Schuhen kippen könnten, oder – andersherum – sie versuchen, in einer anderen Firma jemanden abzumurksen, in dessen Guccis sie gern schlüpfen würden. Räumen wir doch auf mit dieser Angst vor Meuchelmord oder Arbeitslosigkeit, dem Streben nach möglicherweise bequemerem Schuhwerk.

Der erwähnte Fünf-Jahres-Vertrag müsste eine Zweibahnstrasse sein: Niemand wird gefeuert, aber dafür darf sich auch niemand aus dem Staub machen. Leistung muss zum *quid pro quo* für die Sicherheit des Arbeitsplatzes werden. Jetzt wird nicht mehr nur fünf Jahre lang der firmeneigene Rolls auf dem Rodeo Drive spazierengefahren, werden nicht mehr nur mittags Spesen bei Spago verbraten – nein, jetzt wird fünf Jahre lang das gemacht, wofür man angestellt wurde: Entscheidungen treffen, Fehler machen ohne Angst vor augenblicklicher Entlassung, sich genau überlegen, was man tut, und es auch *tun*.

Ausbildung fand in Hollywood schon immer am Arbeitsplatz statt, denn kein Film gleicht dem anderen, und jeder Film stellt eine neue und einzigartige Herausforderung dar. Regisseure müssen davon ausgehen können, dass der Studiomanager, dem sie verantwortlich sind oder auf dessen Hilfe sie angewiesen sein könnten, auch morgen noch dasein wird. Ein besonders aufsehenerregender Film der jüngsten Vergangenheit, HEAVEN'S GATE von United Artists, wurde begonnen unter einem für die Produktion zuständigen Manager (der dann zu Warners ging); während der Produktion wurde der Film von einem zweiten Manager überwacht (der dann zur Fox ging); um die Fertigstellung kümmerte sich ein dritter (der auf Wunsch der Firma ging); und bei dem vielleicht unvermeidlich katastrophalen Kinostart zeichnete ein vierter Manager verantwortlich (von dem seither nichts mehr gesehen und gehört ward). Übrigens ging die Firma dann über diesen Film kaputt.
Wenn niemand von Anfang bis zum Ende bei einem Film bleiben kann, dann hilft das weder dem Manager noch dem Regisseur, ganz zu schweigen vom Film. Mehr Beständigkeit an den Schreibtischen der leitenden Herren käme dem Gewerbe zugute – und der Kunst: Für Projekte würde man sich aufgrund ihrer Qualitäten entscheiden und nicht, weil ein Manager sich mit einem Deal vor seinem eigenen Vorstand aufblasen will – oder vor anderen Vorständen in der Stadt, die ihm dann tief beeindruckt den schon erwähnten fetteren Vertrag anbieten würden.
RHINESTONE mit Silvester Stallone und Dolly Parton hat sicherlich der Geschäftsleitung eine Menge Freude bereitet. Bis sich herausstellte, dass der Film ein Reinfall war, weil die Dolly-Parton-Fans keinen Stallone-Film sehen wollten und den Stallone-Fans

Zwangsgemeinschaft: Gloria Swanson, Eric von Stroheim, William Holden in SUNSET BOULEVARD

Wenn niemand von Anfang bis zum Ende bei einem Film bleiben kann ...

Dolly Parton herzlich egal war. *Aber der Deal sah gut aus.*
Nach den Riesenerfolgen von RAMBO und ROCKY IV gab United Artists einen in der Geschichte beispiellosen Vertragsabschluss mit Stallone über zehn Filme bekannt. Die Regelung garantierte ihm mehr Geld und Einfluss, als einem Star jemals zugestanden wurde. *Weil der Deal gut aussah.*
Ungefähr eine Viertelstunde später lief Stallones bislang letzter Film COBRA *(dessen Deal gut ausgesehen hatte)* an und wurde gleich wieder abgesetzt – ein nicht zu überhörender Warnschuss. Solche Deals werden abgeschlossen, weil sich die Presse darauf stürzt, weil sie auf dem Papier gut aussehen (*auf dem Papier* kann auch der Zweite Weltkrieg gut aussehen) und weil der Boss sich über sie freut – nicht etwa, weil vernünftige Filme dabei herauskommen. Wer weiss, wie Stallones zehn Streifen sein werden? Wen interessiert das schon? Die Kinogänger, die bestimmt.
Einer der Gründe dafür, warum Hollywood so ratlos ist, wenn es ans Filmemachen geht, liegt darin, dass Hollywood nicht weiss, wer diese Kinogänger sind. Abgesehen davon, dass man die meisten Leute mit schlechten Filmen aus den Kinos und dem Fernsehen in die Arme getrieben hat – die machen auch Schrott, aber umsonst – haben Hollywoods Manager stets bloss versucht, den Trends hinterherzulaufen, statt sie vorzugeben. Das Übermass an Filmserien wirft ein Schlaglicht auf diese Phantasielosigkeit und Borniertheit, genau wie die Fixiertheit auf Stars und Statistik. Falls Robert Redford jemals die Lady Macbeth zu spielen wünschte – irgendwo würde ihn irgend jemand gewähren lassen.

In den Statistiken hiess es immer, das Publikum sei zwischen vierzehn und zwanzig oder so. Also waren Filme für Kids angesagt, ob die Manager nun PORKY und PORKY'S REVENGE herzhaft hassten oder nicht. Dann, als Filme wie CHARIOTS OF FIRE, AMADEUS» und KISS OF THE SPIDERWOMAN daherkamen (keiner dieser Filme entstand in Hollywood), Oscars gewannen und die Leute in die Kinos lockten, sass Hollywood in einer echten Klemme: Laut Statistik konnte es mit diesen Filmen überhaupt nicht klappen, aber es klappte. Und als dann die Filme für Kids bachab gingen, wie seit Sommer 1985 geschehen, fängt Hollywood an, «selektiv» zu sein, wie man sich schönfärberisch ausdrückt. Weil man nämlich keine Ahnung hat, was zu tun ist und wer da draussen eigentlich für eine Eintrittskarte ansteht.
Dies erklärt, warum in Hollywood seit einiger Zeit die Marketing-Leute herrschen. Verkäufer glauben eben immer mehr zu wissen als die Leute, für die sie arbeiten. Aber Marketing-Leute haben noch nie etwas gewusst, höchstens, welcher Film letzten Samstagabend gute Kasse gemacht hat. Auf keinen Fall könnten sie vorhersagen, was in anderthalb Jahren Kasse machen wird – so lange dauert es nämlich, bis ein Film fertig ist, selbst wenn man morgen früh anfängt und nichts dazwischenkommt.
Die Filmschaffenden haben es zugelassen, dass sich die Marketing-Leute wie Propheten aufführen, und die trostlosen Folgen erleben wir jetzt: Stillstand in Hollywood... und diese beiden flotten Israelis, die uns damit drohen, dass Norman Mailer für Jean-Luc Godard den Shakespeare umschreibt. Oder mit einer neuen Ausgabe der «Dreigroschenoper»: oder mit Frank Sinatra in der Musical-Version von LA CAGE AUX FOLLES. (Solche Deals, das versichere ich, würden alle gut aussehen.)
Nun mag man einwenden, dass niemand voraussagen kann, was in anderthalb Jahren wünschenswert sein wird oder Anklang findet, und im weitesten Sinne trifft das auch zu. Doch die Filmschaffenden in Hollywood waren schon immer ein Stück voraus, weil sie Romane, Theaterstücke, Drehbücher, Entwürfe, Kurzgeschichten oder alle Arten von Manuskripten entweder zu lesen bekommen oder von ihnen hören, noch bevor sie zu Papier gebracht werden – jedenfalls lange bevor die Öffentlichkeit von ihnen Kenntnis nimmt. Es ist längst nicht so schwierig, wie gemeinhin angenommen wird, einen zukünftigen Trend auszumachen, wenn ein Manager dem Publikum um zwei Jahre oder mehr voraus ist. Jetzt, in diesem Augenblick, liest irgend jemand in Hollywood das Manuskript des Knüllers von 1988 – Roman, Theaterstück oder Film. Oder den von 1989. Oder gar den von 1990.
Nervös werden Menschen naturgemäss erst, wenn etwas Neues geschieht. Falls der Bestseller von 1990 so aussieht wie der von 1986, schön und gut. Falls nicht, setzt das grosse Bibbern ein. Im umgekehrten Fall wird es langweilig. Vielleicht hat das Publikum Rocky noch nicht satt, aber jede Wette, dass jemandem in Beverly Hills, der gerade «Rocky XV» liest, dieses blöde Thema zum Halse raushängt. Gewiss ist er intelligent genug, um sich zu sagen, dass zu dem Zeitpunkt, wo aus dem Drehbuch ein Film geworden ist, auch das Publikum angeödet sein wird.
Wenn all diese Manager, die heute noch verbissen um ihre Jobs kämpfen oder wahllos nach neuen Ausschau halten, daheim sässen und ihre Hausaufgaben machten, wenn sie für Filme geeignetes Material läsen, sich unvoreingenommen neue Ideen anhörten und ihre beträchtliche Intuition und Intelligenz spielen liessen, dann würden sie unverzagter ja zu einem Projekt sagen. Sich trauen, etwas anderes zu machen als das Remake eines grossen Hits von gestern oder irgendeine Idiotie, bloss weil der Name eines Stars im Vorspann steht. Gerechterweise soll hier darauf hingewiesen werden, dass Hollywood mindestens ein halbes Dutzend Jahre lang der Versuchung getrotzt hat, Silvester Stal-

lone Regie führen zu lassen, in einem Film mit ihm selbst als Hauptdarsteller nach einem von ihm verfassten Drehbuch in Anlehnung an das Leben von Edgar Allan Poe. Es gibt eben doch noch einen Rest von Vernunft in Hollywood... aber vielleicht haben die beiden israelischen Senkrechtstarter nur noch nichts davon gehört.
Hier tut sich natürlich eine hübsche kleine Falle auf, wie bei jedem menschlichen Unterfangen: Wie soll man die Guten von den Bösen unterscheiden, die Genies von den Irren? Dies fällt nie leicht, erst recht nicht in einer Manege, in der «Kreativität» blühen soll.

In Hollywood ist eines der Lieblingsklischees das, was man dort «gut instinct» nennt. Damit spielt man an auf die Tage der Moguln in der guten alten Zeit. Die meisten von ihnen waren zwar ungebildet, wussten jedoch, was sie wollten. Der Ausdruck bedeutet ungefähr: «Ich weiss nicht, was dies soll und warum ich es mag, aber ich *mag* es, und damit basta.» Mit Logik ist diesem Instinkt üblicherweise nicht beizukommen, denn er beruft sich nur auf mysteriöse Eingebungen. Stallones Wunsch, Edgar Allan Rambo zu spielen, mag solch ein «gut instinct» sein, und nach allem, was man weiss, ist er vielleicht sogar begabt und/oder ideal für den Part. Kann aber auch sein, dass er nur schlicht und einfach plemplem ist. Doch in Zeiten der Ungewissheit – wie diesen – wird «gut instinct» sehr bewundert und geniesst eine ebenso ungeteilte Aufmerksamkeit, wie sie die Altvordern den Wahrsagern zollten, die Potentaten wie Julius Cäsar die Zukunft aus Gedärm lasen (siehe auch Shakespeare). Vielleicht leitet sich tatsächlich so der Ausdruck «gut instinct» her, denn «guts» sind nicht mehr und nicht weniger als Gedärm, wenngleich in Hollywood wohl jeder in seinem eigenen liest. «Guts» heisst jedoch auch «Mumm», und in Zeiten lähmender Panik sieht fast jede Art von Aktivität besser aus als gar keine. Deshalb nimmt man die EIS AM STIEL-Brüder aus Israel so ernst: Sie mögen laut und geschmacklos sein, aber sie haben «guts».
Angenommen, Hollywood stützt sich fünf Jahre lang auf die Intuitionen und Eingebungen von Managern unterschiedlicher Qualität und Begabung. Dann wird es einige gute Entscheidungen geben und einige schlechte, genau wie heutzutage. Allmählich jedoch werden sich die Beweise häufen, die gestatten, die Rechtschaffenen von den Schurken zu scheiden, die Genies von den Dummköpfen. Dergleichen ist gegenwärtig so gut wie unmöglich.

Da ist diese alte und berühmte und wahre Geschichte, die fast jeder in Hollywood kennt, die aber selten erzählt wird, so beklemmend ist ihre Aussage. Sie handelt von einem Agenten, der seine Kunden im Stich liess, um Chef zu werden bei einer reichen, wenngleich neuen und vorerst noch kleineren, unabhängigen Gesellschaft, der man eine grosse Zukunft prophezeite. Da dieser Agent nur von einem etwas verstand, nämlich Deals zu machen – fette Deals natürlich, das zwangsläufige Erbe seiner Vergangenheit als Agent –, machte er also Deals, *gutaussehende*. Überall in der Stadt verpflichtete er bedeutende Talente zu bedeutenden Preisen für Filme, die das Gewerbe umkrempeln und die alteingesessenen Studios das Fürchten lehren sollten. In den alten Studios war man so beeindruckt, dass man der unabhängigen Gesellschaft den ehemaligen Agenten ausspannte, noch bevor einer seiner phantastischen und bedeutenden Filme auf den Markt kam. Als diese Filme dann allesamt, wie es vorherzusehen gewesen war, katastrophale Einspielergebnisse hatten, kam es darauf schon nicht mehr an, denn der einstige Agent hatte inzwischen einen ganzen Schwung neuer Deals mit bedeutenden Talenten zu bedeutenden Preisen für das bedeutende Studio abgeschlossen, für das er jetzt arbeitete. All diese Deals *sahen ebenfalls gut aus*, und wie es vorauszusehen war, lockte ihn eine andere grosse Filmgesellschaft weg, noch bevor die neue Garnitur seiner Filme eine derartige Bauchlandung machte, dass die rote Tinte nur so spritzte. Egal. Durch seine fortgesetzte Dealerei gelang es diesem Manager – inzwischen war er, weil er ja als Führungskraft tätig war, hoch angesehen als ein Mann mit ausserordentlichen Führungsqualitäten (etwa in der Art von: *sum ergo sum*) –, immer grössere Fehlschläge in eine immer steilere Karriere umzumünzen, ohne je bei den Verbrechen ertappt zu werden, die er bei der Hälfte der ortsansässigen Studios begangen hatte. Eines Tages fiel irgend jemandem irgendwo ein Muster auf in der langen Spur der Zerstörung, die er hinter sich herzog. Man legte ihm nahe, sich als Produzent unabhängig zu machen. Erst da kam ans Tageslicht, und zwar durch den einzigen Film, an dessen Entstehen er jemals tatkräftig mitgewirkt hatte, dass er von nichts auch nur den blassesten Schimmer hatte, ausser von Deals. Der Film war ein Reinfall, und er selbst arbeitet seither wieder als Agent. Er dreht jüngeren (und vielleicht auch nicht helleren) Managern all das an, was er gerade zu verkaufen hat. Gewöhnlich sehen seine Deals gut aus.
Diese Story ist ebensowenig an den Haaren herbeigezogen wie einmalig. In Hollywood wimmelt es von Künstlern, die nach dem Motto handeln: zuschlagen und abhauen. Sie haben schon den nächsten Job, bevor der Trümmerhaufen, den sie hinterlassen haben, entdeckt wird. Womit wir beim letzten und vielleicht wichtigsten Nutzen eines hieb- und stichfesten Fünf-Jahres-Vertrag angelangt wären: Verantwortlichkeit. Wenn die Entscheidungen von Managern Hits oder sogar Kunst hervorbringen, schön und gut: an Lob soll nicht gespart werden. Doch ist die Bilanz wiederholt vernichtend, sind die Schuldigen noch immer an ihrem Platz, um die Verantwortung zu übernehmen und – vielleicht – aus den Fehlern ihrer Stümperei zu lernen, statt vor ihnen davonzulaufen.
Auf jeden Fall ist es nur schwer vorstellbar, dass die Filme, die man uns in den nächsten fünf Jahren bieten würde, schlechter wären als das, was man uns heute vorsetzt. Wer weiss? Vielleicht wären sie sogar besser.
Barry Diller hat recht: «Wir sollten nicht vergessen», dass seine Firma und das gesamte Unterhaltungsbusiness von Filmen leben. Wir laufen nicht nur Gefahr zu vergessen, Filme zu machen, sondern auch, *wie* man sie macht.
Sollte dies überspitzt oder allzu schwarzseherisch klingen, gebe ich folgendes zu bedenken: In diesem Augenblick sitzt irgendwo der Boss einer grossen Filmgesellschaft – die er der Presse zufolge durch eine radikale Operation «gerettet» hat – und schreibt an einem Buch (für das er bereits einen Verleger hat) mit dem Titel *Aufstieg und Fall...* (es folgt der Name seiner Firma). Das Buch soll rechtzeitig erscheinen und ein Bestseller werden, wenn seine Firma zusammenbricht, wovon er offensichtlich überzeugt ist. Was für ein Chirurg! Ein richtiger Wunderheiler.
Wenn die Ärzte Gräber ausheben, haben die Patienten ein Recht darauf, nervös zu werden. ■

Wenn Ärzte Gräber ausheben, haben die Patienten ein Recht ...

Alternder Regisseur: Edward G. Robinson in TWO WEEKS IN ANOTHER TOWN

© by Steven Bach
and TRANSATLANTIK

Steven Bach leitete als Senior Vice-President bei United Artists die Abteilung Weltweite Produktion. Er ist Autor des Buches «Final Cut – Dream and Disaster in the Making of Heaven's Gate».