

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 45 (2003)
Heft: 246

Artikel: Der kleine Mogul
Autor: Schnelle, Josef
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-865374>

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: 06.02.2026

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

Der kleine Mogul

Exemplare (7) - die wir nicht missen mögen

Der kleine Mogul ist gar nicht so reich, wie es auf den ersten Augenblick aussieht, er strahlt nur Reichtum aus und hat immer einen Anwalt dabei. Die wirklich guten Filme würden auch ohne ihn gemacht, vielleicht sogar besser sein, als sie nach all den Ein- und Übergriffen aussehen.

Einmal ging ein Mann über die Uferpromenade von Cannes, gefolgt von vier auffällig unauffällig gekleideten Herren mit dunklen Sonnenbrillen. Jeder von ihnen hatte einen Handyknopf am Ohr, und sie hielten Abstand von dem Mann, der ihr Chef zu sein schien und auch voneinander. Fast im Dreivierteltakt zirpten die Handys. Die Gespräche, die dann folgten, dauerten nie sehr lange. Manchmal gab sich einer einen Ruck, beschleunigte seine Schritte und schloss auf zu seinem Chef, flüsterte dem kurz etwas zu und präsentierte ihm das Handy. Meist lehnte der es schon in diesem Moment brusk und laut schimpfend ab, gelegentlich brüllte er aber auch noch etwas in das Telefon, bevor er es wieder zurückgab. Der Telefonträger liess sich dann wieder zurückfallen an seinen angestammten Platz in der Prozession. Kurze Zeit später war sein Kollege an der Reihe, nach vorne zu eilen. Von Ferne betrachtet wirkte das Ganze wie ein Tanz und, weil es auf einem roten Teppich passierte, irgendwie wichtig. Das ist sein Lieblingsauftritt, der Auftritt des Medienmoguls. Alle wollen seine Telefonnummer haben, und sie endlich zu ergattern, das fühlt sich an, wie einen direkten Draht zu Gott zu haben. Doch dann landet man nur bei einem der Leibwächter und bestenfalls wird man angebrüllt. So ergeht es jedenfalls den vielen kleinen Filmemachern, die mit «ihm» reden wollen, denn wenn er einmal «ja» sagen würde zu irgendeinem Projekt,

dann wäre – so glauben sie – ihre Zukunft gesichert. So wie er müssen sich Renaissance-Fürsten gefühlt haben. Der Mann ist Grossproduzent, kann einen Film aus der Westentasche finanzieren, und irgendwie wirkt er wie jemand aus einer anderen Zeit. Natürlich ist seine Westentasche leer, er hat ja nicht einmal ein Mobiltelefon dabei. Diese Promenaden geniesst er ebenso wie die abendliche Hofhaltung an seinem Stammtisch im Luxusrestaurant des Luxushotels. Der Tisch ist gross. Er umgibt sich stets mit nicht weniger als einem guten Dutzend Personen. Die sind fast alle bei ihm angestellt und umschwirren ihn wie eine Friseurbrigade einen neuen Kunden. Drei Plätze sind immer für Gäste vorgesehen, für berühmte (meist weibliche und gut aussehende) Stars oder für berühmte (meist schlecht gekleidete und mürrische) Filmregisseure, mit denen der Mogul (übrigens ist er klein) seinen nächsten Film machen möchte. Champagner fliest in Strömen und manch-

mal wird ein Vertrag gleich auf der Tischdecke gemacht und unterzeichnet. Erst dann bemerkt man, dass an den Tischen ringsum lauter Fotografen sitzen. Die springen in so einem Moment nämlich plötzlich auf und aktivieren ihre Blitzlichter, denn was immer der kleine Mogul macht, das ist eine Nachricht. Alle tun so, als würden sie ihn lieben,

und alle Welt ist «gut befreundet» mit ihm. Dabei mag ihn in Wahrheit niemand. Er gilt als choleric und tyrannisch, versucht also seine Vorbilder, die Filmycoons aus der Goldenen Ära Hollywoods, nachzuahmen. Dadurch wirkt er ein bisschen wie aus «zweiter Hand», denn natürlich ist er so abhängig von Filmerfolg und Bankbürgschaft wie heutzutage alle anderen. Er redet seinen Regisseuren in alle Be lange hinein, zwingt sie oft zu Nachdrehen, weil er den Film nicht versteht, und schneidet auf seinem nagelneuen Supercomputer eine eigene Version des Films, die er stets für besser hält als die des Regisseurs, mit dem er sich, wenn er berühmt und angesehen ist, dann doch wieder irgendwann vertragen muss, damit der Film nicht von vorneherein als misslungen gilt. Diese «Producers-Cuts» wird er irgendwann einmal herausbringen und es aller Welt beweisen. Wir sind gespannt, sie zu sehen. Der kleine Mogul ist gar nicht so reich, wie es auf den ersten Augenblick aussieht, er strahlt nur Reichtum aus und hat immer einen Anwalt dabei. Die wirklich guten Filme würden auch ohne ihn gemacht, vielleicht sogar besser sein, als sie nach all den Ein- und Übergriffen aussehen. Die Frau an seiner Seite ist meist eine berühmte Schauspielerin. Als die beiden sich kennen lernten und die Presse darüber schrieb, wurde sie dadurch noch berühmter, und die Schlagzeilen hießen: «Der Macher und seine Muse». Inzwischen tritt sie nur noch in seinen eigenen Produktionen auf, und ihr Image ist arg ramponiert. «Im Schatten der Macht», schreiben jetzt manche, habe sie all ihr Talent verloren, vielleicht habe sie aber auch nie eines besessen. Wenn er so etwas liest, wird der Grossproduzent immer unangenehm bis zur Handgreiflichkeit. Ein grosses Kommunikationstalent ist er ohnehin nicht. Er ist es schliesslich gewohnt, dass einfach getan wird, was er sagt. Auf seiner Yacht prangt ein grosses Messingschild mit der Aufschrift: «The Word of the Captain is Law». Genau besehen, ist der Mann eigentlich gar keiner, der Filme macht oder auch nur möglich macht, vielmehr ist er selbst ein Film, einer von der pompösen Sorte mit vielen Spezialeffekten, jede Menge Stars und allen nur denkbaren Superlativen. Erst diese grandiose Selbstinszenierung macht ihn zum nützlichen Mitglied der Filmbranche. Er hält den Traum aufrecht, dass Filmproduzenten wie Ölbarone sind: unabhängig, masslos und verrückt. Und wenn er nicht gestorben ist, saust er immer noch mit seiner schicken Motorjacht nach Cannes und Venedig, düst im Privatjet zu Dreharbeiten überall auf der Welt und schaut bei den Oscars vorbei, um sich jedes Jahr wieder mindestens eine der begehrten Trophäen abzuholen. Dann lächelt er feist und zündet sich eine dicke Zigarette an, wie ein Millionär in der Karikatur. Wir lieben ihn nicht, aber ohne ihn würden die kleinen schmutzigen Filme, die ohne ihn zu Stande gekommen sind, viel weniger Spass machen.

Josef Schnelle

