

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 50 (1998)
Heft: 4

Artikel: Goldrausch mit Gefühl
Autor: Everschor, Franz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931598>

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: 18.04.2026

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

Goldrausch mit Gefühl

Was Hollywood aus aktuellen riesigen Kassenerfolgen lernen kann: Nicht nur hochbezahlte Stars lassen die Kassen klingeln, und geteiltes Risiko ist nur das halbe Risiko.

Franz Everschor

James Camerons unsinkbare «Titanic» hat alle ehernen Gesetze Hollywoods und alle Regeln des Erfolgs an amerikanischen Kinokassen über den Haufen geworfen. Es galt als ausgemacht, dass ein Film, der 235 Millionen Dollar gekostet hat, seinen Hersteller allenfalls mit einem blauen Auge davonkommen lassen könnte. Und es galt als allgemein anwendbarer Erfahrungssatz, dass selbst ein über die Massen attraktiver Film nach seinem Premieren-Wochenende 20 bis 30 Prozent der Einnahmen verlieren würde. «Titanic» läuft inzwischen schon über zehn Wochen ohne erkennbare Einbussen und hat inzwischen die Milliarden-Dollar-Grenze überschritten. Inzwischen macht keiner mehr eine skeptische Miene, wenn gemutmasst wird, Camerons einst so viel-geschmähter Film werde seinen Produzenten letztlich einen saftigen Gewinn bringen.

Es geht auch ohne Stars

Die Branche zeigt sich begeistert, aber auch verunsichert. Wo soll man denn noch seine Masstäbe hernehmen? Schliesslich ist es nicht das erste Mal, dass in den letzten Monaten ein Film alle Voraussagen wie eine Lokomotive überfahren hat. Da hatte Sony im übervollen Sommergeschäft einen Film herausgebracht, der nach einem völlig unbekanntem Comic-Buch gedreht worden war und nicht einmal eine Starbesetzung aufzuweisen vermochte. In wenigen Wochen schlug «Men in Black» alle Konkurrenten aus dem Feld, verwies weltweit sogar Steven Spielbergs zweites Dinosaurier-Epos auf hintere Plätze. Seitdem fühlt sich niemand mehr sicher in Hollywood. Und nun musste auch noch dieser Aufräumer «Titanic» daherkommen!

Doch Hollywood bleibt nie lange dabei, sich zu wundern oder sich selbst an die Brust zu schlagen. Keine Industrie der

Welt ist so anpassungs- und wandlungsfähig wie die amerikanische Filmindustrie. Kaum ist das erste Staunen vorbei, wollen es die executives «tief drinnen» längst gehaut haben und machen sich eifertig daran, aus Überraschungen neue Regeln zu schmieden. Wird es nun etwa in den nächsten Jahren lauter melodramatische Weltuntergangsfilm geben oder lauter aufgewärmte Comic-Buch-Adaptionen? Vielleicht mag das Ergebnis nicht ganz so drastisch ausfallen, aber die Richtung stimmt. Auf jeden Fall dürfte die Erkenntnis, dass «grösser» nicht unbedingt «riskanter» bedeutet, ihre Folgen haben. Doch bevor es um das Ausmass der Sujets und der Investitionen geht, werden zunächst einmal ein paar simplere Erkenntnisse Fuss fassen.

Eine davon wurde schon erwähnt: Es sind nicht notwendigerweise die Stars, die einen Film zum Erfolg machen. Schon andere Produktionen hatten das in den letzten Jahren bewiesen. Auch «Twister» und «Independence Day» (beide ZOOM 9/96) waren ohne zugkräftige Darstellernamen ausgekommen. Die Erkenntnis gefällt den Studios, denn die Gagen der Stars sind während der neunziger Jahre am stärksten aus dem Ruder gelaufen. Wenn sich Tom Cruise durch Leonardo DiCaprio ersetzen lässt und Demi Moore durch Kate Winslet, wenn Schauspieler aus der zweiten Garde wie Tommy Lee Jones und Will Smith einen Film genauso gut tragen können wie Bruce Willis und Nicolas Cage, dann ist das den Produzenten sehr recht. Die Frage ist nur, welches Thema sich als stark genug erweisen wird, um die Stars wirklich überflüssig zu machen.

«The Return of Schmaltz»

Die Antwort lässt sich ebenfalls bei den Kassenmagneten des Jahres finden. Nachdem sich die Kombination aus



Über eine Milliarde eingespielt: «Titanic»

Science-fiction und Satire bei «Men in Black» als attraktiv erwiesen hat, war davon höchstwahrscheinlich noch längst nicht die letzte Version zu sehen. Und seitdem die Verbindung von historischem Drama und Seifenoper die Massen zum Weinen gebracht hat, wird auch dieses Rezept sicher noch häufiger aufgekocht werden. «The Return of Schmaltz», wie es die Insider nennen, dürfte ganze Legionen von Autoren animieren, ihre Schreibtischschubladen nach angestaubten Manuskripten zu durchsuchen, die bislang als zu tränenselig angesehen wurden. Wo immer noch eine Story von «Eightball» oder «Spider Man» unverfilmt geblieben ist, da werden die Rechteinhaber inzwischen von den Studios hohe Summen verlangen. Vor allem aber könnte Hollywood seine in den letzten Jahrzehnten gepflegte Aversion gegen historische Stoffe oder «Kostümfilm» – wenn man einen alten Branchenbegriff aufgreifen will – angesichts des Erfolgs von «Titanic» vielleicht aufgeben. Was die diversen Jane-Austen-Verfilmungen wegen ihrer recht limitierten Verbreitung nicht fertigbringen konnten, das vermag nun möglicherweise das opulente Gesell-

schaftsprotät der «Titanic» zu leisten. Nicht umsonst nennen viele Amerikaner Camerons Film bereits den «Gone with the Wind» der neunziger Jahre.

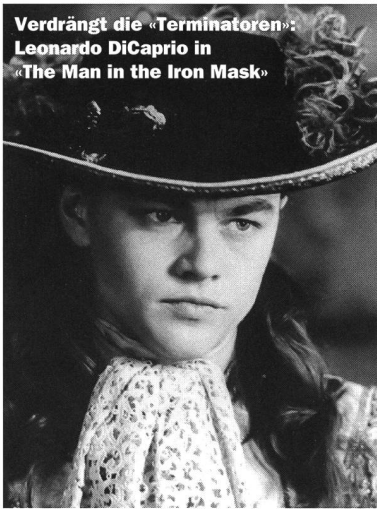
Die erstaunliche Erkenntnis, dass die meisten Actionhelden einem revidierten Heldenbild des Publikums Platz machen müssen, muss vermutlich erst noch ak-

Fernsehredaktionen eingetroffen sind, dann hatte die Mehrzahl der Zuschauer ihr Herz an die schicksalhafte Liebesgeschichte des frei erfundenen Paares auf der «Titanic» verloren, lange bevor der historisch akkurate Untergang des Luxusdampfers überhaupt begann.

Geteiltes Risiko

Doch machen wir uns nichts vor: Hollywood-Filme werden nicht billiger werden, weil sich die Ansprüche des zahlenden Publikums in eine andere Richtung bewegen. Im Gegenteil. Nun, da sich gezeigt hat, dass sogar eine selbstmörderisch anmutende Investition zu amortisieren ist, verschieben sich abermals die psychologischen Barrieren. Zwar dürfte wohl kaum eine Flutwelle von 200-Millionen-Dollar-Filmen die Folge sein, doch der Aufwand von 100 Millionen hat durch den Erfolg

der «Titanic» seine letzten Schrecken verloren. Haben sich dann erst einmal neue Stars etabliert, denen es gelingt, die Teenager von Los Angeles bis London und von Tokio bis Berlin aus dem Häuschen zu bringen, so werden auch die Star-Gagen wieder steigen. Und Autoren, deren Filmstoffe bisher als zu gefühlbetont achtlos beiseite geschoben wurden, machen vermutlich heute bereits Schulden in der Gewissheit ihrer unaufhaltsamen Entdeckung. Neue Trends und Überraschungen wie die von «Titanic» und «Men in Black» gehören in der Filmmanufaktur Hollywood morgen schon zum alltäglichen Bestand. Wo immer dann noch Zweifel an der Finanzierbarkeit eines Projekts bleiben, hat die «Titanic» endgültig für Abhilfe gesorgt. Die Kooperation zweier Studios, zuvor nur zaudernd praktiziert, hat ihre höchste Bestätigung gefunden. Was einst bei «The Towering» (1974, Fox und Warner), «Twister» (1996, Warner und Universal), «Starship Troopers» (1997, Sony und Disney) und «Face/Off» (1997, Disney und Paramount) die grosse Ausnahme war, ist in Zukunft wohl öfter antreffen. Geteiltes Risiko ist nur das halbe Risiko. ■



zeptiert werden. Es ist nicht leicht zu verkraften, dass die Rezepte der achtziger und der frühen neunziger Jahre keine neunstelligen Einspielergebnisse mehr garantieren. Vor allem deshalb, weil die Leonardo DiCaprios nicht zu Dutzenden in Hollywood herumlaufen. Doch es ist keine Frage: Schon bald dürften sie irgendwo entdeckt werden. Das jugendliche Publikum, hinter dem die Studios seit Jahren her sind, hat entschieden: Helden mit Gefühl müssen es sein. Das Zeitalter der «Terminators» geht zu Ende. Auch wenn es um Technik geht, reicht es allmählich nicht mehr, ganze Städte in die Luft fliegen zu lassen.

James Cameron ist auch in dieser Hinsicht ein helllichtiger Regisseur. Schon in «True Lies» (1994) hatte er es verstanden, die handelsübliche Zerstörungorgie mit dem Witz einer cleveren Ehegeschichte zu wattieren, die dem libertinen Standardprofil eines Actionhelden oft genug in die Quere lief. Cameron hat es nie aufgegeben, an der weiteren Perfektionierung der Technik zu arbeiten. Wenn man den Publikumsreaktionen vertrauen darf, die nach dem Start von «Titanic» zuhauf bei Zeitungs- und

«Titanic»-Umsatz

ev. Ergingen sich vor dem Start des superteuren Films «Titanic» die Analysten an New Yorks Wall Street in Mutmassungen über die zu erwartenden Verluste, beschäftigen sie sich inzwischen mit immer neuen Berechnungen des zu erwartenden Gewinns.

Die seriöseste dieser Analysen legte J. P. Morgan Securities vor. In ihr wird folgender Kostenaufwand ermittelt: 235 Mio Dollar für Produktion und Zinsen, 27 Mio für Kopien, 115 Mio für das weltweite Marketing, 242 Mio für Video-Marketing und Video-Produktion, 52 Mio für Rückstellungen, 105 Mio für Verleihkosten, insgesamt also 776 Mio Dollar.

Die Gegenseite, nämlich der Produzentenanteil an den Gesamteinnahmen, sieht so aus: 220 Mio aus amerikanischen Kinokassen, 220 Mio aus ausländischen, 360 Mio aus der amerikanischen Kassettenauswertung, 216 Mio aus der ausländischen, 60 Mio aus dem Verkauf einheimischer Fernsehrechte, 65 Mio aus dem Verkauf ausländischer. Nach dieser Schätzung stehen den 776 Mio Dollar Kosten also 1,141 Mrd Dollar an Einnahmen gegenüber, resultierend in einem Gewinn von 365 Mio Dollar.

Da die «Titanic»-Finanzierung von zwei Studios aufgebracht wurde (20th Century Fox und Paramount), verteilt sich der erzielte Gewinn nach einem komplizierten Schlüssel auf diese beiden Unternehmen. Paramount hatte seine Beteiligung auf 65 Mio Dollar limitiert; Fox musste den Rest aufbringen, auch als die Kosten in der letzten Produktionsphase aus dem Ruder liefen. Dem trägt der Verteilungsschlüssel Rechnung. Es wird 50:50 abgerechnet, bis Paramount seine Investition amortisiert hat. Danach erhält Fox zwei Drittel des Gewinns, bis jene 80 Mio Dollar abgedeckt sind, die Fox über das angesetzte Produktionsbudget hinaus aufbringen musste. Alsdann wird wieder zu gleichen Teilen abgerechnet, bis alle Marketing-Kosten gedeckt sind. Nach hundertprozentiger Kostenamortisation fallen 60 Prozent des Gewinns der Fox und 40 Prozent der Paramount zu.