

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 50 (1998)
Heft: 6-7

Artikel: "France" versus "Godzilla"
Autor: Lang, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931610>

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: 30.12.2025

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

«France» versus «Godzilla»

Amerikanische Marktstrategien äusserten Kritik an der Politik des Festivals.

Michael Lang

Der Luxusliner «France» wurde in der Bucht vor Cannes zum Blickfang für alle, die sich trotz der Filmflut einen Blick aufs Meer gönnten. Daneben nahm sich die «USS Laboon», ein Zerstörer der 6. US-Flotte, wie ein Spielzeugschiff aus. Das Bild hatte symbolischen Charakter: Cannes 1998 wurde vom europäischen Glanz geprägt, und die Kinoweltmacht USA hatte wenig zu bieten: Goldene Palme für Griechenland, Regiepreis für Italien, Schauspielerorden für Frankreich und Schottland.

Dafür rührte Hollywood gewaltig die Werbetrommel. Die Medien labten sich an den Werbeaktionen für die Filme «Blues Brothers 2000» und den US-Sommerhit «Godzilla», wobei ein raffiniertes Transparent an der prachtvollen Fassade des «Carlton»-Hotels wie ein Zeichen an der Wand wirkte: «He's longer than the Carlton Hotel – Godzilla». Gemeint war die Grösse des Monsters, doch unterschwellig hiess das: Seht her, Schönheit ist nicht alles, es kommt auf die (kommerzielle) Grösse an.

Abgerechnet wird auf dem Markt in Cannes schliesslich nicht mit fertigen, sondern vor allem mit geplanten Filmen. 2000 Filmhändler fanden sich zusammen und feilschten als Käufer oder Verkäufer. Doch im Gegensatz zu früher blieben Meldungen über attraktive Abschlüsse – die stimulierend auf den Marktzirkus wirkten – rar. Bloss das Projekt «American Psycho» mit dem Superstar Leonardo DiCaprio sorgte für Schlagzeilen.

Das Branchenblatt «Variety» bedauerte, es ginge in Cannes nicht mehr um

handfeste Filmprojekte, sondern vor allem um den Abschluss von Koproduktionsverträgen, die Formierung strategischer Allianzen, das Lesen von Drehbüchern. Verglichen mit dem American Film Market vom Februar im kalifornischen Santa Monica fielen die Umsätze um 20 Prozent, was in der Branche als Katastrophe bezeichnet wird. Als ein



Grund für das Malaise wurde vermutet, dass die Kluft zwischen dem, was die Festivalleitung etwa für den Wettbewerb aussuchte und dem, was das Publikum sehen wolle, grösser geworden ist. Der Sieger von 1994, «Pulp Fiction», brachte es in den USA noch auf einen Umsatz von 107 Millionen Dollar. Der Siegerfilm «Secrets & Lies» (1996) konnte bloss noch 8,2 Millionen und «Unagi» (1997) sogar nur 2,2 Millionen Dollar Umsatz verbuchen. Den monarchischen Cannes-Strategen Pierre Viot und Gilles Jacob wurde gar vorgeworfen, sie hätten bei der offiziellen Selektion der amerikanischen Beiträge versagt. Angesichts der vom künstlerischen Standpunkt aus gesehen unbegreiflichen Programmation von Terry Gilliams «Fear and Loathing in Las Ve-

gas» stimmt das wohl.

Was auch an Kritik anstehen mag, einer meldet sich immer zum Wort: Jack Valenti, Chefsprecher der US-Filmindustrie. Seit 30 Jahren richtet er – baurnschlau und grenzenlos den *american dream* predigend – Botschaften an die europäischen Gastgeber. Heuer zitierte er Regisseur Pedro Almodóvar, der gesagt haben soll, «die europäischen Filmemacher nähern sich endlich wieder dem Publikum». Valenti leitete daraus ab: «Filme drehen ist nicht das Vorrecht eines Landes, sondern das Recht einer weltweiten Kommunikationsgemeinschaft. Europäer behaupten immer, Amerika hätte allein das Geld. Dabei leben in der EU 100 Millionen mehr Menschen als in den USA. Europa hat viele Millionäre, die

fünf-grosse Studios aufbauen könnten, doch es fehlt der Mut. Wer Filme dreht, darf sich nie auf die Magie verlassen, muss wissen, dass Erfolg Risikobereitschaft verlangt.» Dabei weiss Valenti, dass der amerikanische Vorsprung niemals aufzuholen ist, zumal Hollywood wieder vermehrt auf Künstler aus Übersee baut: In «Godzilla» spinnen der deutsche Regisseur Roland Emmerich, der Schweizer Kameramann Ueli Steiger und

der Franzosenstar Jean Reno die Fäden.

1998 war der Cannes-Filmmarkt in der Krise, doch er bleibt für die US-Filmindustrie unersetzlich. Das aber sollte nicht dazu verführen, gegenüber den Dollarhengsten aus den USA hochnäsiger aufzutreten; Giganten finden unter Druck immer Wege, ihre Macht durchzusetzen. Doch das, so befürchten Branchenkenner, würde dem in Cannes meistens sehr gepflegten unabhängigen Filmschaffen weiter schaden. Nehmen wir noch einmal das Bild vom Anfang auf: Der schöne Ozeandampfer «France» stand Europa gut an. Aber Vorsicht: Gegen die feuerstarke «USS Laboon» hätte er im Duell keine Chance. Was für Schiffe gilt, muss – auf den Cannes-Filmmarkt bezogen – nicht falsch sein. ■