

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Band: 49 (1997)
Heft: 8

Artikel: Uhrwerk Leerlauf : Hollywood im Jahr des teuer erkauften Erfolgs
Autor: Everschor, Franz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932054>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

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

UHRWERK LEERLAUF

Hollywood im Jahr des teuer erkaufte Erfolgs

Die Budgets der Hollywoodfilme werden immer halsbrecherischer, der Marketingkampf gnadenloser. Die kreative Kraft der Studios scheint lahmgelegt. Trends werden zu Tode geritten, und schon bald kann sich der Leerlauf bitter rächen. Von der Multiplikation des Bewährten und der grossen Angst vor dem Wagnis.

Franz Everschor

Kaum läuft das diesjährige Sommergeschäft der Hollywood-Studios auf vollen Touren und bringt neben den erhofften Riesengewinnen für einige auch herbe Enttäuschungen mit sich, da tauchen unter den weitsichtigeren Geschäftsstrategen die ersten Skeptiker auf. Ihnen graust davor, die Erfolgstendenz der *event movies* könne sich bald umkehren, ohne dass die Industrie darauf ausreichend vorbereitet ist. Während nämlich die Filme immer aufwendiger und immer teurer werden, glauben sie, dass es nur eine Frage der Zeit sei, bis das Publikum dieser Art von Unterhaltung müde wird. Die amerikanische Kritik (im Gegensatz zur europäischen oft ein vorausschauendes Publikumsbarometer) ist schon so weit. Ein jüngstes Beispiel liefert Joe Morgenstern im Kulturteil des *Wall Street Journals*: «Spezialeffekte sind zum Vorwand dafür geworden, die Unlogik zum ästhetischen Prinzip zu befördern. Jede Woche dieses Sommers bringt neue digitale Phantasmagorien hervor, die alle ein und dieselbe Frage provozieren: Musste das Skript wirklich so geistlos sein?»

Zweifel am formelhaften Actionfilm

Regisseure wie Renny Harlin und Phillip Noyce haben schon öffentlich die Überzeugung geäussert, formelhafte Abenteuer- und Katastrophenfilme bedürften in Zukunft wieder der Stars und tragfähiger, interessanter Rollen. Noyce verweist dabei auf den Erfolg eines Films wie *«Ransom»* (1996). Den Grund für die gute Resonanz des Films sieht er in der differenzierten Anlage der Hauptfigur, die nicht allein der Sympathieträger vom Dienst gewesen sei, sondern die den Zuschauer gerade deshalb gefesselt habe, weil es um einen Helden mit menschlichen Schwächen ging. Auch *«The Rock»* (1996) ist ein Film, der in diesem Zusammenhang genannt wird. Der Sean Connery/Nicolas Cage-Film hatte alles an Action, was das Publikum heute erwartet, aber er besass auch zwei Handlungsträger, die so ungewöhnlich waren, dass sie zusätzliche Neugier entfachten und den Film auf der menschlichen Ebene interessant machten.

«Die Erfolgsaussichten im Action-Genre werden sich ändern», sagt Tom Rothman, Produktionsleiter bei 20th Century Fox. «Das blosses Explodierenlassen und Totschlagen wird in Zukunft nicht mehr funktionieren. Was hingegen ankommen wird, sind Filme mit einem emotionalen Inhalt, wenn dem Zuschauer die Helden nicht gleichgültig sind.» Es sind die Eindimensionalität und Austauschbarkeit der Figuren, denen Branchenkenner den zurückgehenden Erfolg der letzten Steven Seagal- und Jean-Claude van Damme-Filme zuschreiben. Selbst Stars wie Arnold Schwarzenegger und Bruce Willis brauchen mehrschichtige Charaktere, um das Publikum in Scharen ins Kino zu locken. Verlassen sich die Produzenten allein auf deren körperliche Kraft, so bewegen sich die Einspielresultate allenfalls im besseren Mittelfeld.

Gigantische Filme mit gigantischem Marketing

Das Problem ist immerhin von einigen erkannt worden. Doch es fällt den Hollywood-Studios schwer, entsprechende Konsequenzen zu ziehen. Das hängt mit vielen Dingen zusammen, unter anderem mit der gewandelten Struktur des Absatzmarktes, die sie selbst in den letzten zehn Jahren heraufbeschworen haben. Die Tendenz, immer aufwendigere, immer teurere Filme herzustellen, hat die Infrastruktur, in der auch sorgfältigere, kleine Filme Erfolg haben konnten, langsam aber sicher zerstört. Die Studios haben sich gegenseitig in immer grössere Produktionsvolumen und in einen Konkurrenzkampf gigantomaner Projekte hineingehetzt, dessen Rechnung sie jetzt bezahlen müssen. Nur noch völlig unaufwendige Filme und die Riesenproduktionen vom Schlage *«Twister»* (ZOOM 9/96), *«Independence Day»* (ZOOM 9/96) und *«The Lost World: Jurassic Park»* (Siehe Seite 30) lassen die Hoffnung auf eine rasche Amortisation des investierten Kapitals zu. Produktionen im Kostenbereich zwischen 10 und 50 Millionen Dollar sind zum Scheitern verurteilt. Erst unlängst hat das

der MCA-Veteran Sid Sheinberg zu fühlen bekommen, weil sein Distributionsvertrag mit Universal nur Budgets bis 50 Millionen Dollar zuließ und seine Filme im harten Kampf um die wenigen noch existierenden Marktlücken zwischen alle Stühle fielen. Die vorzeitige Auflösung des Vertrags hinterlässt Sheinbergs Bubble Factory ohne einen angesehenen Verleiher für ihre Produktionen.

Die Situation kommt nicht von ungefähr. Ins uferlose gestiegene Star-Honorare, Millionenbeträge für Bestsellerrechte und die Unsitte des mehrfachen *rewriting* eines jeden Manuskripts haben die Kostenexplosion beschleunigt. Schlimmer als das aber wirken sich die hektischen Konsequenzen aus, die alle Studios zur Verringerung ihres Risikos gezogen haben. Nie zuvor in der Geschichte des Films hat es einen

vergleichbar harten Marketing- und Merchandising-Kampf zur Anfachung des Publikumsinteresses

gegeben. In sämtlichen Medien, in den grossen Vergnügungsparks, selbst in Schnellimbis Ketten und Kaufhäusern bombardieren Ankündigungen und den Filmen entlehnte Kaufartikel die Aufmerksamkeit des Publikums. Ein solcher Marketing-Aufwand lässt sich wegen der auch damit wieder verbundenen Millionenkosten nur für Grossproduktionen betreiben, von denen sich die Studios hunderte Millionen Dollars an den Kinokassen erwarten. Filme unter 50 Millionen Dollar Herstellungskosten gehen meistens leer aus.

Je aufwendiger das Star-Marketing und je sensationeller der Plot eines Films ist, um so grösser ist die Chance,

gleich am Premierenwochenende ein Riesengeschäft zu machen. Deshalb werden Filme wie «The Lost World: Jurassic Park», «Batman & Robin» (1997) und «Con Air» (1997) auf mehr als 3000 Leinwänden gleichzeitig gestartet. Noch vor wenigen Jahren galten 2000 Kinos in den USA als Grosseinsatz. Im gegenwärtigen Sommer ist in den Vereinigten Staaten jedes Wochenende zwischen Mitte Mai und Anfang August mit dem Massenstart eines Multi-Millionen-Dollar-Films besetzt. Die Studios haben penibel darauf geachtet, nicht zwei Filme gleicher Grössenordnung zum selben Zeitpunkt herauszubringen. Der Staubsaugereffekt des Mammut-Marketings absorbiert nahezu das volle Potential an Zuschauern. Und da das den ganzen Sommer Woche für Woche andauert, bleibt für

«Das bloss Explodieren lassen und Totschlagen funktioniert nicht mehr»

andergestaltete oder bescheidenere Produktionen kein Raum. Unkonventionelle Filme und Filme der mittleren Grössenordnung sind also nicht nur durch das weniger sichtbare Marketing benachteiligt, sondern auch durch das Faktum, dass die Kapazitäten der meisten Kinos ausgebucht sind. Ein Multiplex mit zwölf Sälen, das «Batman & Robin» in vier Sälen, «Speed 2: Cruise Control» (1997) in dreien und «Con Air» und «The Lost World: Jurassic Park» in jeweils zwei weiteren spielt, hat nicht viel Platz übrig für die 109 Filme, die in diesem Sommer insgesamt auf den amerikanischen Markt kommen.



Lotteriespiele um die Gunst des Publikums

Auf die Qualität des Films kommt es zunächst gar nicht mehr an. Selbst bei einem mittelmässigen Film reicht die Publizität eines erfolgreichen Premiereneinsatzes meist aus, um den Film auch an den folgenden Wochenenden vor vollen Häusern zu spielen. Es ist der Lotteriemechanismus, der die Branche zur Zeit am Leben erhält: Die Nachricht von einem Millionengewinn animiert Abermillionen potentieller Kunden, den vergleichsweise geringen Einsatz zu riskieren. Die Frage, die inzwischen manchen weitsichtigen *executive* beunruhigt, ist die schon eingangs erwähnte, wie lange sich das Publikum auf solche Weise manipulieren lassen wird.

Solange stets zufriedene Zuschauer aus den Kinos kommen, lässt sich der Kreislauf von grossem Aufwand, grossem Marketing und noch grösserem Gewinn aufrechterhalten. Doch sobald das Publikum oft genug in seinen Erwartungen enttäuscht worden ist, wird sich das Blatt wenden.

Es ist der Druck, immer neue Blockbuster hervorbringen zu müssen, der die kreative Phantasie in Hollywoods Filmindustrie weitgehend lahmgelegt hat. Neue Konzepte sind meist mit neuen Risiken verbunden. Ein Risiko wagt aber keiner mehr auf sich zu nehmen, da die Köpfe von Produktionschefs heute schneller rollen als ein Film braucht, um seinen Weg durch alle verfügbaren Auswertungsmedien zu finden. Deshalb klammern sich die Studios an einmal Bewährtes und setzen jeden Trend so lange fort, bis er zu Tode geritten ist. Die Gleichförmigkeit der Sujets und der wenigen Superstars, die unaufhaltsam durch die Grossproduktionen der Studios rotieren, schafft eine Atmosphäre der Unsicherheit, die früher in der Filmindustrie nicht anzutreffen war. Schon immer ist jedes Projekt ein Glücksspiel mit den Neigungen und Sympathien des Publikums gewesen, doch die astronomischen Grössenordnungen, in denen sich heutige Filme bewegen, haben dazu geführt, dass dieses Glücksspiel den an der Herstellung Beteiligten entweder zum Aufstieg in den Götterhimmel oder zum persönlichen Harakiri verhilft. Wer zwei- oder gar dreimal einen Erfolgsfilm heutiger Dimensionierung hervorgebracht hat, besitzt *plein pouvoir* in der gesamten Hollywood-Industrie. Gleichgültig, ob er ein Star, ein Regisseur oder ein Produzent ist, er kann für seine nächsten Projekte bestimmen, was er tut und wieviel Geld er verdient. Jim Carrey, Jan De Bont und Jerry Bruckheimer sind Beispiele dafür. Aber die Zahl derer, die für die lange Reihe von

Misserfolgen bezahlen müssen, ist sehr viel grösser.

Weil es diese tiefverwurzelte Unsicherheit gibt, die jeder mit um so deutlicher zur Schau getragener Selbstbewusstsein zu überspielen versucht, ist der gesamte Kurationsprozess einem Wandel anheimgefallen. Im alten Studiosystem früherer Jahrzehnte war es der Stoff, der den Ausschlag gab für die Produktion eines Films. Obwohl Filmautoren damals sehr viel schlechter bezahlt wurden als heute, war es ihre Idee, die als Initialzündung für ein Projekt diente. Gegenwärtig werden zwar sechs- bis siebenstellige Dollarsummen für potentiell massenattraktive Stoffe ausgegeben, doch das bedeutet in den seltensten Fällen, dass das Manuskript eines hochdotierten Autors

Der Hang zum Recycling geht so weit, dass die Studios alte Misserfolge einem neuen Wagnis vorziehen.

auch den Weg auf die Leinwand findet. *Script doctors* nennt man in Hollywood die Leute, die sich über ein Drehbuch hermachen, um angeblich unkommerzielle Figuren und Handlungslinien auszumerzen, vielleicht fragwürdige Charaktere und *plot-twists* durch kleine chirurgische Eingriffe zu reparieren, oder um einer Story die berühmten Lichter aufzusetzen, die den Erfolg garantieren sollen. Sie sind hochgeschätzt bei den Studios, diese *script doctors*, die sich selbst als eine Art Superautor verstehen. Oft tauchen gleich drei oder vier von ihnen in den Credits eines Films auf. Sie verdienen inzwischen bis zu 150'000 Dollar pro Woche. Was sie aber in Wirklichkeit zustande bringen, ist die Uniformierung der ihrem Zugriff überlassenen Projekte, die zwar immense Routine, aber meist wenig Innovationsfreudigkeit erkennen lässt.

Routine ist auch, was man am wenigsten den heutigen Produzenten und Regisseuren absprechen kann. Hochbegabte Individualisten wie zum Beispiel der Regisseur Peter Weir («Witness», 1985, «Mosquito Coast», 1986, «Fearless», ZOOM 5/94) fristen wie bittstellernde Gelegenheitsarbeiter ihr Dasein in den Hollywood-Studios, während sich gedankenlose Modeschneider des Regie-Handwerks wie Joel Schumacher («Falling Down», ZOOM 6 – 7/93, «The Client», 1993, «Batman Forever», ZOOM 8/95) als Günstlinge der Stunde immer neuer Aufträge erfreuen. Wer wie James Cameron der Industrie mehrmals Glück gebracht hat, kann es sich leisten, von Film zu Film das Budget weiter zu erhöhen: «Terminator 2 – Judgment Day» (ZOOM 20/91) kostete 106 Millionen Dollar, «True Lies» (1994) 135 Millionen Dollar und sein neuestes Opus

«Titanic» schlägt nach der Verschiebung des Premieretermins in den Dezember inklusive Zinsleistungen mit mehr als 200 Millionen Dollar zu Buch. Die primitive Erfolgsideologie, der hier gehuldigt wird, setzt sich bei der Besetzung fort. Wer in der Gunst des Publikums steht, bekommt die Rolle, ob sie ihm nun auf den Leib geschrieben ist oder nicht. Bricht ein Star von sich aus einmal aus dem Schema aus, in das man ihn gepresst hat – wie Jim Carrey mit «Cable Guy» (1995), Bruce Willis mit «Nobody's Fool» (1994) oder Keanu Reeves mit seiner Weigerung, «Speed 2: Cruise Control» zu machen –, so stösst sein Verhalten bei den Studiobossen nur auf Unverständnis.

Recycling als Flucht vor dem Wagnis

Obwohl sie eine Vielzahl von «phantastischen» Filmen produzieren, ist es mit der Phantasie der Filmemacher im Hollywood der neunziger Jahre nicht weit her. Und weil das so ist, fallen ihnen auch keine phantasievollen Gegenmassnahmen ein, um dem Tag X, an dem das Publikum geistloser Destruktionsorgien satt sein wird, mit Vorsorge zu begegnen. Die Mehrzahl der Stoffe, die zur Zeit in den Studios die Runde machen, reicht zu nichts Besserem als zum nächsten formelhaften Actionfilm. Den einfachsten Ausweg aus dem Dilemma scheint man im Recycling alter Erfolge zu sehen. Hollywood war immer schon gross in der Wiederverfilmung einstiger Leinwanderfolge. Der Nimbus des alten Films hat oft auch der neuen Version an den Kinokassen geholfen. Bloss ein besserer Film ist selten dabei herausgekommen. Gute Erfahrungen haben die Studios in letzter Zeit mit dem Recycling alter Fernsehserien gemacht. «The Fugitive» (ZOOM 10/93), «Maverick»

(1994), «The Addams Family» (1995) und «Mission: Impossible» (ZOOM 8/96) waren nicht zuletzt deshalb ein Erfolg, weil sie in der Kinofassung prominenter besetzt waren und weil man sich die besten Elemente aus den langjährigen Serienvorlagen herausklauben konnte. Man erinnert sich wieder des Markenzeichens Alfred Hitchcock. Nicht nur werden einige seiner Filme durch Restauration vor dem Verfall bewahrt, sondern andere dienen gleichzeitig als willkommene Recycling-Objekte. Arnold Kopelson, der Produzent von «Seven» (ZOOM 1/96), arbeitet für Warner Brothers am Entwurf neuer Fassungen von «Dial M for Murder» (1954) und «Strangers on a Train» (1951). Autor Robert Towne («Chinatown», 1974) sitzt ebenfalls für Warner an einer modernen Version von «The 39 Steps» (1959), bei deren Verfilmung er möglichst auch Regie führen möchte. Sid Sheinberg bereitet – jetzt vermutlich ohne Universals Mitwirkung – eine Neuauflage von «Spellbound» (1945) vor. Und zwei unabhängige Produzenten wollen sich «Blackmail» (1929) vornehmen, nachdem das Projekt bei Fox abgeblitzt ist. Schliesslich – das wäre dann allerdings ein echter Erstling – hat Madonna die Rechte an einem bisher unverfilmten Hitchcock-Manuskript erworben, das «No Bail for the Judge» heisst.

Ein weiteres Ereignis der Rückversicherung der Studios bei früheren Erfolgen ist das Wiederaufleben des Kriegsfilms. Damit keine Wunden aufgerissen werden, wird als Schauplatz der neuen Filme ausnahmslos der lange genug zurückliegende Zweite Weltkrieg dienen. Der, denkt man wohl, ist für die meisten Amerikaner in so weite Ferne gerückt, dass er – wie ein mittelalterliches Schlachtgetümmel – den emotional wertfreien Hintergrund für



«The Lost World: Jurassic Park»

Kinder- und Jugendbuchverfilmungen

zum 90. Geburtstag von Astrid Lindgren am 14. November 1997

Zoom

VERLEIH FÜR FILM UND VIDEO

Erlachstrasse 21, 3000 Bern 9

Tel. 031/301 01 16

Fax 031/301 28 60

Ronja – Räubertochter

Regie: Tage Danielsson, Spielfilm, Schweden/Norwegen 1984, 126 Min., 16mm Fr. 150.–, Video VHS Fr. 50.–.

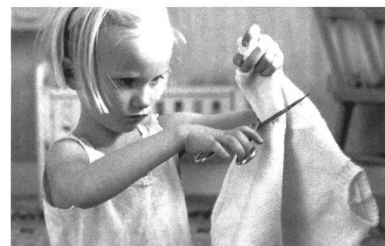
Ronja und Birk, Kinder von Anführern verfeindeter Räuberbanden, die auf einer alten Burg hoch auf einem steilen Fels hausen, schliessen Freundschaft. Die beiden Kinder stellen sich gegen ihre Väter und deren Wunsch, die andere Räuberbande so schnell wie möglich zu verjagen. Bei einem Ringkampf zwischen Mattis und Borka, den beiden Anführern, soll entschieden werden, wer Oberhaupt beider Banden wird. Borka siegt und ein grosses gemeinsames Fest findet statt. Ab 9 Jahren.



Lotta zieht um

Regie: Johanna Hald, Spielfilm, Schweden 1993, 73 Min., 16mm Fr. 120.–.

Lotta ist ein ganz besonderes Mädchen. Sie sagt immer: «Das ist merkwürdig mit mir. Ich kann so viel. Ich kann praktisch alles, was ich will.» Dies beweist sie ihren Eltern, wenn sie ganz allein im Estrich der netten Nachbarin wohnt, oder wenn sie den einzigen Weihnachtsbaum der ganzen Stadt nach Hause bringt. Ab 7 Jahren.



Lotta – ein Weihnachtsbaum muss her

Regie: Johanna Hald, Spielfilm, Schweden 1993, 24 Min., Video VHS Fr. 40.–.

Der Vater gibt bekannt, dass es ihm nicht gelungen ist, einen Weihnachtsbaum zu kaufen. Die Familie ist tief enttäuscht. Lotta macht sich auf den Weg zum Kiosk, um eine Illustrierte für Tante Berg zu holen. Völlig unerwartet steht dort bei der Tankstelle ein Lastwagen mit Christbäumen. Nachdem sich der Fahrer geweigert hat, einen Christbaum zu verkaufen, geschieht etwas Seltsames: Der LKW fährt ab und ein Baum fällt herunter... (Der Film ist ein Ausschnitt aus «Lotta zieht um», siehe oben). Ab 5 Jahren.



Gute Nacht, Herr Landstreicher

Regie: Daniel Bergman, Spielfilm, Norwegen 1988, 29 Min., 16mm Fr. 40.–, Video VHS Fr. 40.–.

Drei Kinder, die alleine zu Hause sind, bekommen kurz vor Weihnachten Besuch von einem Landstreicher. Zuerst verstecken sie sich vor Angst, doch als sich der Landstreicher an den Tisch setzt und Weihnachtsmänner aus Glanzpapier ausschneidet, verlieren sie ihre Scheu. Mit Spass und Begeisterung sehen sie seinen Theaterkunststücken zu. Ab 9 Jahren.



Polly hilft der Grossmutter

Regie: Daniel Bergman, Spielfilm, Schweden 1988, 29 Min., 16mm Fr. 40.–, Video VHS Fr. 40.–.

Bald ist Weihnachten, und Polly hilft der Grossmutter bei der Herstellung von Karamelstangen, die sie auf dem Markt verkaufen. Doch dann verunfallt die Grossmutter und muss ins Spital gebracht werden. Polly geht allein auf den Markt, wo sie als Verkäuferin grossen Erfolg hat. An Weihnachten kommt die Grossmutter wieder nach Hause und schenkt ihr eine lang ersehnte Puppe. Ab 8 Jahren.



Allerliebste Schwester

Regie: Göran Camback, Spielfilm, Schweden 1988, 24 Min., Video VHS Fr. 40.–.

Ein kleines Mädchen fühlt sich alleine und flieht in ihrer Phantasie in einen lichten Garten, in welchem eine «Zwillingschwester» wohnt. Diese eröffnet ihm, dass sie tot sein werde, wenn die Rosen im Garten verblüht sind. Am nächsten Morgen erwacht das kleine Mädchen durch die feuchte Schnauze eines jungen Hundes: das Geburtstagsgeschenk seiner Eltern. Die Rosen im Garten sind welk, doch es wird nie wieder allein sein... Ab 6 Jahren.



TITEL HOLLYWOOD GEHEN DIE IDEEN AUS

ruhmreiche Taten harter Männer abzugeben vermag. Es ist eine neue, jüngere Generation, die sich diesmal der Schlachtfelder bemächtigt. Die Coen-Brüder und Brad Pitt wollen das Fliegerabenteuer «To the White Sea» machen, der «Bravehart»-Autor Randall Wallace möchte mit Arnold Schwarzenegger als deutschem Offizier «With Wings as Eagles» auf die Leinwand bringen. Terence Malick, der seit seinen vielversprechenden Filmen «Badlands» (1973) und «Days of Heaven» (1978) nur noch als *script doctor* tätig gewesen ist, bereitet ein Comeback mit James Jones' «The Thin Red Line» vor, das 1963 schon von Andrew Morton verfilmt wurde. Und Tom Cruise erwarb kürzlich die Filmrechte an einem Buch des Historikers Bing Bingham über die legendären Flying Tigers. Titel: «Earth, Wind and Fire».

Der Hang zum Recycling geht sogar so weit, dass die Studios alte Misserfolge einem neuen Wagnis vorziehen. 1966 war «Doctor Dolittle» ein grosser Reifall für Fox. Dennoch plant das Studio ein Remake. Diesmal soll Eddie Murphy den Doktor spielen, der 498 Tiersprachen beherrscht und seinerzeit von Rex Harrison verkörpert wurde. Warner Brothers bereitet eine Neuverfilmung des Don-Knotts-Films «The Incredible Mr. Limpet» vor, die Story eines Mannes, dessen Wunsch erfüllt wird, zum Fisch zu werden, und der in seiner neuen Gestalt der US-Navy hilft, deutsche U-Boote aufzuspüren (so jedenfalls in der Vorlage von 1964). Warner hat auch schon einen Star für die Rolle im Sinn: Jim Carrey. Und Fox greift sich unter allen Stanley-Donen-Filmen ausgerechnet dessen fragwürdigsten Komödienversuch «Bedazzled» (1967) für ein Remake heraus, die Geschichte eines lebensmüden Kochs,

der seine Seele dem Teufel verkauft. Wenn anspruchsvollere Filme wie «Sabrina» (1954 und 1995), «Born Yesterday» (1950 und 1993) und «Diabolique» (1954 und 1996), die sie kürzlich zu verjüngen versucht haben, keinen Erfolg bringen, so hoffen die Studios nun offenbar darauf, wenigstens die Plots von vorgestern ausbeuten zu können. Selbst ein kümmerliches Sujet, das es schon einmal auf die Leinwand geschafft hat, scheint ihnen lieber zu sein als etwas ganz und gar Unbewährtes.

Ob ganze Genres, Fernsehserien oder Titel der Filmgeschichte – recycelt wird in jedem Fall. Was dabei günstigstenfalls herauskommen kann, demonstrierte in amerikanischen Kinos soeben der Film «Breakdown». Von einem jungen Regisseur (namens Jonathan Mostow) inszeniert und von einem alten Routinier (namens Dino De Laurentiis) produziert, beutet «Breakdown» gleich ein halbes Dutzend Vorbilder aus – von Sam Peckinpahs «Straw Dogs» (1971) über Spielbergs «Duel» (1971) bis zu George Sluizers «The Vanishing» (1992). Es ist die traditionelle Action-Story von einer spurlos verschwundenen Frau und dem verzweifelten Kampf ihres Mannes gegen ein Komplott anonymer Kidnapper. Riesige Überlandtransporter und die bizarre Einöde Arizonas geben den Hintergrund für die handwerklich akkurate Fleissarbeit des ehemaligen Harvard-Studenten Mostow ab. Sowohl das amerikanische Publikum als auch die Kritik haben den leidlich spannenden Film enthusiastisch umarmt, offenbar aus lauter Freude darüber, endlich einmal etwas anderes zu sehen als computergenerierte Effekte. In den siebziger Jahren gab es Ähnliches als TV-Movie, heute muss man im Kino dafür dankbar sein. ■

