

SPIEGEL-GESPRÄCH

„Das Starsein ist furchtbar“

Hollywood-Regisseur Roland Emmerich, 55, über die Planung sommerlicher Kino-Blockbuster und die fragile Ökonomie des globalen Filmgeschäfts

SPIEGEL: Herr Emmerich, Sie sind in Hollywood aufs ganz große Sommer-Popcorn-Kino abonniert. Zuletzt haben Sie aber „Anonymus“ gedreht, ein schönes, vergleichsweise billiges und kleines Kammerstück rund um William Shakespeare, das im Herbst in die Kinos kommen soll. Verabschieden Sie sich vom Bombast?

Emmerich: „Anonymus“ ist eine Zäsur. Aber ich liebe auch die großen Projekte, obwohl die in jeder Hinsicht erschöpfend sind. Man droht dabei, so verrückt es klingt, den Bezug zum Filmemachen zu verlieren. Dauern kochen und dampfen tausend andere Dinge und Fragen, der Druck ist so groß, dass ich mich dann manchmal nach dem Ursprung des Films zurücksehne. Ich möchte künftig öfter solche kleinen Projekte realisieren, auch um die Lust an den großen nicht zu verlieren.

SPIEGEL: Könnten Sie sich diese kleinen Abenteuer ohne die Blockbuster leisten?

Emmerich: Wahrscheinlich wäre „Anonymus“ nicht entstanden, wenn ich vorher nicht so etwas wie „2012“ gedreht hätte, stimmt schon.

SPIEGEL: Klingt, als würden Ihre Studio-bosse von Sony sagen: Der Emmerich bringt so viel Geld, lassen wir ihn mal in seinem Shakespeare-Sandkasten spielen!

Emmerich: So könnte es sein.

SPIEGEL: Und Sie spielen.

Emmerich: Ich nutze die Chance. Sony produziert ja noch andere kleine Filme, die für die Reputation durchaus gut sind und übrigens auch ein geringes finanzielles Risiko darstellen.

SPIEGEL: Wie viele der Helfer im Abspann Ihres Weltuntergangsfilms „2012“ kannten Sie persönlich?

Emmerich: Puh, wenige. Da stehen ja meist ein paar tausend, und selbst das sind noch nicht alle. Die Studios machen den Sub- und Sub-Subunternehmer genaue Vorgaben. So in der Art: Ihr dürft 50 Leute aus eurer Firma für den Abspann benennen! Da gibt's immer welche, die sich furchtbar aufregen, dass sie dann nicht ihre halbe Sekunde in Millimetergröße haben.

SPIEGEL: „Anonymus“ war mit 45 Millionen Dollar budgetiert, durfte am Ende aber nur 28 Millionen kosten. Wo spart ein Schwabe wie Sie dann noch?



Regie-Star Emmerich in „Anonymus“-Kulisse: „Zu billig, um ein echter Flop zu werden“

Das Gespräch führten die Redakteure Martin U. Müller und Thomas Tuma.

Emmerich: Visuelle Effekte helfen sehr, weil man dadurch viele Kulissen nicht bauen muss. Und die Effekte lassen sich immer noch ein bisschen billiger machen. Übrigens kann man an solchen kleinen Filmen durchaus lernen, wie man dann auch Blockbuster billiger macht.

SPIEGEL: Sie drehten „Anonymus“ in Potsdam-Babelsberg. Spart das auch?

Emmerich: Klar. Mein letzter echter Hollywood-Film war „Godzilla“. Seither drehe ich eher in Kanada, Afrika, Neuseeland. Dort sind die Kosten generell niedriger, vor allem gibt es hohe Steuervergünstigungen. In Deutschland fallen die allerdings deutlich niedriger aus, sonst würden in München oder Babelsberg längst richtig große Filme gedreht. Fachleute, Technik, Know-how – das wäre alles da.

SPIEGEL: In Hollywood würde „Anonymus“ das Doppelte kosten?

Emmerich: Mindestens.

SPIEGEL: Das heißt aber im Umkehrschluss auch, dass nicht patriotische Gründe Sie

Emmerich: Ich selbst versuche meine Etats möglichst nicht an die große Glocke zu hängen. Filmemachen bleibt aber auch eine seltsame Sache: Man kann ein Projekt für 200 Millionen Dollar machen und dennoch dauernd sparen müssen. Und das Verrückteste ist: In diesen Dimensionen werden immer mal 10 Millionen für Dinge ausgegeben, die man später nicht auf der Leinwand sieht.

SPIEGEL: Sie haben sich mit dem kleinen „Anonymus“-Budget nun freier gefühlt?

Emmerich: Absolut, ja. Schon weil an dem Film nicht Wohl und Wehe eines ganzen Unternehmens hängt. Wenn ich weiß, dass ich für ein Studio *den* Sommerhit produziere, erhöht das natürlich den Druck auf alle Beteiligten.

SPIEGEL: Ein Hit-Lieferant wie Sie dürfte große Freiheiten haben.

Emmerich: Die habe ich, weil ich meine Drehbücher selbst schreibe. Das hilft sehr.

SPIEGEL: Angeblich veranstalten Sie richtige Auktionen mit neuen Stoffen.

Emmerich: Sofort.

SPIEGEL: Vor dem Kinostart?

Emmerich: Bei den Blockbustern schon. Da werden ähnlich wie in der Politik vor großen Wahlen Telefonumfragen gestartet, wie groß das Interesse der Leute ist und ihre Neigung, ins Kino zu gehen. Das wird deshalb gemacht, weil auch die begleitende Werbung für einen Kinostart heute so teuer geworden ist, dass konstant überprüft werden muss: Kommt das Ding an? Drei Wochen vor dem Kinostart weiß man ungefähr Bescheid.

SPIEGEL: In der Wirtschaftskrise ist angeblich ein kompletter Marktteil weggebrochen: Filme mit mittleren Budgets zwischen 50 und 80 Millionen Dollar. Ist das eigentlich schlimm?

Emmerich: Wenn man mal von echten Untergrenzen absieht, lassen sich meiner Meinung nach für jedes Geld Filme drehen. Den Fragen der Rentabilität und Wirtschaftlichkeit kann sich auch ein Künstler ja nicht verschließen: Was X kostet, muss



„Pirates of the Caribbean“-Dreh: „Die ganze Art, wie wir Geld verdienen, wird sich ändern“

in Ihre deutsche Heimat zurückgelockt haben.

Emmerich: In meinem Geschäft kann man nicht sentimental sein. Umso mehr war ich wegen des Empfangs hier berührt. Die Monate in Berlin, die Gespräche, die Atmosphäre – das hat mir doch gezeigt, dass ich kein Amerikaner bin. Ich würde gern mal mit einem großen Film hierherkommen. Aber es muss sich rechnen.

SPIEGEL: Angeblich will Tom Tykwer mit den „Matrix“-Erfindern in Babelsberg für 140 Millionen Dollar David Mitchells Roman „Wolkenatlas“ verfilmen. Ein Riesensbudget als Marketinginstrument – ist das nicht recht armselig?

Emmerich: Damit bin ich zwar ziemlich allein, aber auch erfolgreich. Die Idee hatten mein Agent und ich bei „Independence Day“. Das Skript wurde an einem Mittwoch um zwölf Uhr rausgeschickt, damit die Studiobosse nicht noch ein Wochenende hatten, um sich gegenseitig zu kontaktieren. Der erste Anrufer bekam das erste Meeting. Es gibt immer ein paar Studios, die noch keinen großen Sommerfilm in Planung haben. Die fangen dann an zu bieten. Geht ganz schnell. Und dann wird nicht noch ewig um Fußnoten verhandelt.

SPIEGEL: „Independence Day“ brachte damals mit 50 Millionen Dollar den besten Kinostart des Jahres. Wann wissen Sie heute, was ein Film einspielen wird?

Die erfolgreichsten Filme aller Zeiten

US-START	TITEL	EINSPIELERGEBNIS IN MILLIARDEN DOLLAR
1. 2009	Avatar	2,78
2. 1997	Titanic	1,84
3. 2003	Herr der Ringe, Teil 3	1,12
4. 2006	Pirates of the Caribbean, Teil 2	1,07
5. 2010	Toy Story 3	1,06
6. 2011	Pirates of the Caribbean, Teil 4	1,03
7. 2010	Alice im Wunderland	1,02
8. 2011	Harry Potter und die Heiligtümer des Todes, Teil 2	1,01
9. 2008	The Dark Knight	1,00
EMMERICH-PRODUKTIONEN		
30. 1996	Independence Day	0,82
38. 2009	2012	0,77
75. 2004	The Day after Tomorrow	0,54

Y einspielen. Unserer Branche ist zuletzt ein Großteil der DVD-Einnahmen weggebrochen, die Downloads via Internet wiegen das noch nicht auf. Also rechnen sich viele Filme einfach nicht mehr. Das ist eine traurige Situation, aber nicht zu ändern.

SPIEGEL: Der Produzent Jerry Bruckheimer schwärmt von jenen Zeiten, als sein „Beverly Hills Cop“ noch das 40fache der Produktionskosten einspielte. Diese Zeiten sind vorbei?

Emmerich: Definitiv, auch wenn es immer mal Ausnahmen gibt: „The King’s Speech“ hat 15 Millionen Dollar gekostet und 415 Millionen gebracht.

SPIEGEL: Können Sie sich von anderen Regisseuren noch Erfolgsrezepte abgucken?



Hollywood-Traumpaar Jolie, Brad Pitt in Cannes, Kinobesucher mit 3-D-Brille in Hamburg: „Ich glaube weiterhin an die Magie des Kinos – auch

Emmerich: Ich hatte immer meine eigenen: dass man große, intensive Bilder braucht, dass man vier, fünf echte Wow-Effekte braucht. Und vor allem, dass der Zuschauer eine Verbindung finden muss zu den Akteuren und deren Geschichte. Bei mir war das oft der Einbruch des Ungewöhnlichen in den Alltag. Es müssen ganz einfache Dinge sein, die jeder Kinogänger auf der Welt sofort begreift und bei denen er mitfühlen kann, in Finnland, Brasilien oder Singapur. Und die großen Filme dürfen auch nicht mehr zu amerikanisch daherkommen ...

SPIEGEL: ... weil der US-Kinomarkt stagniert?

Emmerich: Die Zuschauerzahlen gehen sogar leicht zurück. Dafür wachsen andere Absatzmärkte – in Europa, Asien. Das macht die Filme auch internationaler. Die Studios haben das begriffen.

SPIEGEL: Deshalb tauchen jetzt wohl immer mehr Asiaten und Europäer in Nebenrollen auf.

Emmerich: Keine Ahnung, ob das wirklich so akribisch betrieben wird. In meinem „2012“ ist China das Land, in dem heimlich die großen Archen gebaut werden. Wir haben die Volksrepublik nicht aus Marketinggründen genommen, sondern weil wir uns einfach dachten: In diesem Riesenland kann man so ein Projekt am besten verstecken. Beim Dreh kamen dann Sony plötzlich Bedenken. Zum Beispiel, dass man die Tibeter nicht Tibeter nennen sollte. Da war das Argument schon, dass der Film auch in China laufen könnte. Am Ende gab's für den dortigen Markt einfach eine leicht veränderte Version, und alle waren glücklich.

SPIEGEL: Ist China als Absatzmarkt so bedeutsam?

Emmerich: Klar, nicht nur wegen der schieren Größe der Bevölkerung. Die US-Stu-

dios bekommen dort 20, 30 Prozent aller Einnahmen, müssen sich aber um viele Kosten wie Werbung oder Kinoabgaben gar nicht kümmern. Das lohnt sich.

SPIEGEL: Können Sie die neun Kinohits herbeten, die global über eine Milliarde Dollar eingespielt haben?

Emmerich: Vorneweg die beiden von James Cameron – „Avatar“ und „Titanic“. Was dahinter kommt, weiß ich nicht.

SPIEGEL: Johnny Depp ist mit „Alice im Wunderland“ und zwei „Pirates of the Caribbean“-Folgen in dem Milliardenzirkel. Kann man mit ihm alles verkaufen?

Emmerich: Glaube ich nicht, nein. Er ist supersmart in dem, was er auswählt. Aber er würde sich nicht verkaufen lassen, sondern gibt sich nur für Filme her, die er auch machen will.

SPIEGEL: Was hat die Wirtschaftskrise in der Filmbranche generell verändert?

Emmerich: Zunächst mal war sie gar nicht zu spüren. In jüngster Vergangenheit wachsen die Sorgen. Ökonomisch geht es den USA und ihren Bürgern schlecht. Aber das ist es nicht. Es hat mit dem zusammenbrechenden DVD-Geschäft zu tun. Die ganze Art, wie wir Geld verdienen, wird sich verändern. Ich glaube, dass die Filmwirtschaft jetzt mit zehn Jahren Verspätung erlebt, was das Musik-Business schon hinter sich hat.

SPIEGEL: Ihre Branche hätte daraus frühzeitig Lehren ziehen können.

Emmerich: Es gab eine Was-soll-man-machen-Stimmung. Den Filmbossen war schon schnell klar, dass Downloads das Geschäft der Zukunft werden. Aber es war ihnen nicht klar, dass die Leute dann nur noch kaufen, was sie wirklich anschauen. Zumindest die Blockbuster haben sich die Leute früher ja wenigstens noch auf DVD besorgt. Die wollten sie eben im Regal stehen haben. Aber ob sie

die jemals angeschaut haben, wussten wir schon nicht. Es wird künftig schlicht weniger Geld umgesetzt.

SPIEGEL: Waren Sie schon mal auf einem der zwielichtigen Server, die frischeste Kinoware von morgen heute schon online liefern – und sogar gratis?

Emmerich: Natürlich. Und natürlich gehen auch durch solche Entwicklungen die Zuschauerzahlen weiter zurück. Oder denken Sie an den Videospielebereich! Das Geschäft ist mittlerweile größer als die gesamte Filmbranche. Aber ich glaube dennoch weiterhin an die Magie des Kinos – auch als Geschäftsmodell.

SPIEGEL: Mit welchem Verkaufsargument?

Emmerich: So altmodisch das klingt: dem Gemeinschaftserlebnis. Zusammen lachen, Angst haben, weinen.

SPIEGEL: 3-D könnte die Rettung sein?

Emmerich: Nein. Nach „Avatar“ war ich ganz kurzfristig mal anderer Meinung. Das war ein tolles 3-D-Erlebnis. Aber wissen Sie, was dessen Geheimnis war? Dass James Cameron ein leidenschaftlicher Taucher ist.

SPIEGEL: Bitte?

Emmerich: Die Welt in „Avatar“ ist eigentlich eine Unterwasserwelt. Das passt auch zu der Brille, die man ja immer auf der Nase haben muss bei 3-D. Die Brille ist das Problem. Man hat komischerweise weniger Kontakt zu seinem Nachbarn im Kino. Deshalb glaube ich auch nicht, dass sich 3-D durchsetzen wird. Das Gute an der Technik ist, dass die Kinos nun digitale Projektoren haben, also bessere Qualität.

SPIEGEL: Sind Sie neidisch auf den unheimlichen Erfolg von Animationsfilmen wie „Shrek“ oder „Cars“, die mittlerweile rund ein Fünftel der 100 erfolgreichsten Filme aller Zeiten stellen?

Emmerich: Wieso sollte ich? An meinem kleinen Neffen sehe ich, wie da wenig-



als Geschäftsmodell“

tens noch das klassische Geschäftsmodell blüht. Es gibt vielleicht sechs oder acht große Animationsfilme pro Jahr. Der Junge schaut die sich alle schon im Kino an, manche zweimal. Dann wird die DVD gekauft und richtig oft geguckt. Und natürlich braucht man dann auch den Saftbecher oder die Bettwäsche. Besser geht's doch nicht, und die Filme bedienen das Erwachsenenpublikum gleich mit.

SPIEGEL: Sie waren einst mit „Stargate“ im Kino erfolgreich, aber das ganz große Geld wurde danach mit immer neuen Staffeln im Fernsehen verdient. Bekommen Sie von den Millionen etwas ab?

Emmerich: Keinen Cent. Ich hatte damals noch schlechtere Deals. Klar, die haben mir endlos Geld vorenthalten. Aber hey, das passiert überall, wenn du nicht die richtigen Verträge hast.

SPIEGEL: Sie waren auch mal vertraglich an die deutschen VIP Medienfonds gebunden, die krachend scheiterten. Der Chef musste sogar für mehrere Jahre wegen Steuerhinterziehung ins Gefängnis. Machen Sie sich da Vorwürfe?

Emmerich: Ein bisschen schon, auch wenn ich von denen kein Geld bekam, sondern eine Finanzierung. Aber das ist schon alles sehr schräg abgelaufen.

SPIEGEL: Gibt's das „dumme deutsche Geld“ noch, das in Hollywood nach Anlagemöglichkeiten sucht?

Emmerich: Nein, das Geschäft brach mit der Affäre um die VIP Fonds völlig ein, was übrigens wirklich verheerende Auswirkungen hatte. Da fehlten plötzlich viele Millionen.

SPIEGEL: Wer regiert Hollywood heute? Finanzinvestoren? Controller? Banken?

Emmerich: Noch immer die gleiche Riege von vielleicht 15 mächtigen Studiobossen. Daneben existiert ein Zirkel wichtiger Regisseure und Produzenten. Früher hatten

noch mehr Stars das Sagen. Das gibt's gar nicht mehr.

SPIEGEL: Der Produzent Joel Silver sagt, die Zeit der zweistelligen Millionengagen für die Stars sei vorbei. Hat er recht?

Emmerich: Ja. In der Top-Riege gibt es meiner Ansicht nach nur noch Depp und Will Smith, bei den Frauen vielleicht noch Angelina Jolie. Das war's.

SPIEGEL: Ein Problem mangelnder Starqualitäten oder des Marktes?

Emmerich: Des Marktes. Auch hier schlägt die Krise durch. Etliche Jahre lang haben bestimmte Schauspieler immer höhere Summen eingespielt. Umso mehr haben

Gern gesehen

Weltweite Einspielergebnisse aller Filme in Milliarden Dollar

2006

USA, Kanada 9,2

Europa, Naher Osten, Afrika 8,6

Asien, Pazifik 6,5

Südamerika 1,2

gesamt
25,5
Mrd. \$

2010

USA, Kanada 10,6

Europa, Naher Osten, Afrika 10,4

Asien, Pazifik 8,7

Südamerika 2,1

gesamt
31,8
Mrd. \$

Quelle: MPA

ihre Agenten verlangt. Nun geht es in die andere Richtung.

SPIEGEL: Sie selbst haben generell immer auf die zweite oder dritte Reihe von Schauspielern gesetzt.

Emmerich: Ich fand auch immer, dass man sich als Zuschauer mit denen besser identifizieren konnte als mit den ganz Großen. Ich besetzte nur einmal einen echten Top-Star: Mel Gibson in „Der Patriot“. Da hatte ich mich vorher aber auch bei anderen Regisseuren umgehört, wie der so ist.

SPIEGEL: Er gilt nicht gerade als einfach.

Emmerich: Am Set war er einer der pflegeleichtesten Schauspieler, die ich je erlebt habe.

SPIEGEL: Von John Updike stammt der Satz: „Berühmtheit ist eine Maske, die das Gesicht frisst.“ Tun Ihnen die Stars manchmal leid?

Emmerich: Das Starsein ist furchtbar. Gibsons Leben zum Beispiel wollte ich nicht haben. Meine Schwester und ich, wir sind während der Dreharbeiten mal mit ihm in ein verwaistes Lokal in South Carolina essen gegangen. Nach eineinhalb Stunden war es gerammelt voll. Auf dem Weg zum Dreh hatten alle Burger-Buden nach wenigen Tagen Schilder: „Mel, iss bei uns!“ Einer hatte auch schon: „Mel aß bei uns.“ Da kann man doch durchdrehen.

SPIEGEL: Hat Gibson ja mitunter getan.

Emmerich: Mel hat Dämonen. Er konnte in der einen Sekunde lachen und in der nächsten weinend zusammenbrechen.

SPIEGEL: Früher nannte man das Quartalsaufen.

Emmerich: Nein, nein, der Alkohol betäubt da nur einen viel tieferen Schmerz.

SPIEGEL: Bleibt Hollywood die Filmhauptstadt der Welt?

Emmerich: Glaube schon. Es ist ja so ziemlich das einzige Business, in dem die Amerikaner noch die Vorherrschaft besitzen. Das werden sie sich nicht nehmen lassen.

SPIEGEL: Und wie viele Flops darf sich ein Roland Emmerich leisten?

Emmerich: Hatte ich schon welche? Selbst die weniger gut gelaufenen Filme wie „Der Patriot“ haben nie Geld verloren. Ich warte noch auf den echten Flop. Irgendwann wird er kommen. Passiert jedem. „Anonymus“ ist allerdings zu billig, um ein echter Flop zu werden.

SPIEGEL: Was wird der Film einspielen?

Emmerich: Keine Ahnung. Die Telefonumfragen werden da nicht funktionieren. Der Film ist einfach zu klein für genaue Vorhersagen.

SPIEGEL: Was brächte ein Oscar?

Emmerich: Jemand wie ich wird keinen kriegen – außer für Spezialeffekte. Selbst Spielberg hat drei, vier oskarreife Filme gedreht, bevor er überhaupt von der Academy bemerkt wurde.

SPIEGEL: Herr Emmerich, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.