ENTERTAINMENT

Sonys Superstar

Jahrelang feilschten Hollywood-Studios um die Rechte an Spider-Man. Jetzt kann der Kult-Comic verfilmt werden – ein Milliardengeschäft.

Stan Lee war ein kleiner, ziemlich unglücklicher Comic-Autor, als er 1962 einen Sohn bekam – auf seinem Zeichenpapier zumindest. Er hieß Peter Parker, kam als Teenager zur Welt und entwickelte sich wie jeder anständige Superheld: prächtig.

Kunstfigur Parker wurde von einer radioaktiven Spinne gebissen, gewann übermenschliche Kräfte und kämpfte fortan als Spinnenmensch gegen das Böse – zunächst in New York, wo Lees Comic-Firma Marvel Enterprises ihren Sitz hat, bald auch im Rest der Welt. Nur nach Hollywood wollte es der Kult-Comic partout nicht schaffen – im Gegensatz zu seinen Kollegen Batman und Superman, die dort längst Karriere machten.

Doch nun hat sich das Schicksal für den letzten großen Comic-Helden, dessen Story noch nicht verfilmt wurde, endlich gewendet. Nach sieben Jahren Rechtsstreit einigten sich kürzlich die Unterhaltungskonzerne Sony, MGM, Viacom und Marvel über die Zukunft des Spider-Man.

Schon bald soll der Retter der Bedrohten und Unterdrückten auf der Leinwand im großen Stil Wände erklimmen und Netze spinnen. Den Zuschlag für das vermutlich bis zu 200 Millionen Dollar teure Projekt bekam Sony, als Regisseur soll der „Titanic"-Kapitän James Cameron verpflichtet werden.

Das Abkommen ist das Ende einer der skurrilsten Auseinandersetzungen in der kalifornischen Filmmetropole. Über die Zukunft des Spider-Man stritten sich jahrelang Regisseure, Konzerne und Entertainment-Abenteurer wie der italienische Hochstapler Giancarlo Parretti, der fluchtartig das Land verlassen mußte, weil ihm eine Verurteilung drohte. Drei Filmstudios gingen im Zuge der Auseinandersetzungen bankrott, und selbst der Comic-Verlag Marvel, ursprünglicher Eigentümer des Spinnenmenschen, mußte mittlerweile Konkurs anmelden.

Wie bei der Vermarktung der Spider-Man-Mitstreiter Batman und Superman locken die Industrie nicht nur die Millioneneinnahmen an der Kinokasse. Die Filme sind lediglich monumentale Werbestreifen für eine milliardenschwere Umsatzmaschine, die mit der Premiere in Gang kommen soll: das Geschäft mit Spielzeugfiguren, Videos und Tausenden von Accessoires – Spider-Hamburger, Spinnennetz-Unterwäsche, bedrucktes Toilettenpapier.

Comic-Held Spider-Man: *„Ein noch größeres Potential als Batman"*

„Unser Superheld hat ein noch größeres Potential als Batman", glaubt Marvel-Chef Eric Ellenbogen. Davon will besonders Sony Pictures Entertainment profitieren. Der Hollywood-Ableger des japanischen Elektronik-Multis braucht dringend einen Kinohit, nachdem er mit Filmen wie „Godzilla" in letzter Zeit mehrere Flops gelandet hatte.

M. ASMIN / SABA

Regisseur Cameron

Allein 15 Millionen Dollar zahlte Sony an den Marvel-Verlag, der sich nach seinem Bankrott 1997 wieder aufgerappelt hatte. Marvel hat darüber hinaus Anspruch auf die Hälfte der Merchandising-Einnahmen und den vollen Umsatz aus Comics oder Fernsehshows.

Die Marvel-Manager verpflichteten die Sony-Produzenten, rasch mit den Aufnahmearbeiten zu beginnen. Wenige Monate nach der Uraufführung sollen sie eine weitere Folge in Angriff nehmen – damit das Spinnenfieber weiter steigt. „Wenn die nicht spuren", droht Ellenbogen dem mächtigen Partner, „dann verlieren sie die Rechte wieder."

Die Japaner mußten auch die MGM-Studios abfinden, die Rechte am Spider-Man reklamierten. Im Gegenzug übergaben die Studios den Sony-Leuten einen bereits 1991 von Cameron angefertigten Drehbuch-Entwurf für den Spider-Man. „Ich habe Jims Entwurf gelesen", sagt Stan Lee, 75, der vor 36 Jahren gegen den Rat seines Verlegers das Spinnenwesen zum erstenmal in einem Comic auftreten ließ, „es wird ein phantastischer Film."

Noch ist allerdings nicht klar, ob Cameron, der mit „Titanic" den größten kommerziellen Filmerfolg der Geschichte schaffte, seinen Entwurf auch realisiert. Juristen müssen zunächst klären, ob er für andere Studios arbeiten darf. Denn das „Titanic"-Studio 20th Century Fox pocht auf einen Exklusivvertrag. Bevor mit Spider-Man die erste Mark beim Publikum verdient wird, profitiert eine andere Gruppe: Amerikas Top-Anwälte. ◆