

FILM

Berührte Herzen

Bill Mechanic, Chef des Hollywood-Studios Twentieth Century Fox, über den weltweiten Erfolg von „Titanic“

SPIEGEL: Das von Ihrem Studio produzierte Katastrophenepos füllt die Kinos. Haben Sie die Kosten schon eingespielt?

Mechanic: Es war eine kaum lösbare Aufgabe. Wir mußten über 400 Millionen

Dollar einspielen – mehr als der bisher erfolgreichste Drei-Stunden-Film „Der mit dem Wolf tanzt“. Das aber ist seit einigen Wochen geschafft. Auch das Buch und der Soundtrack zum Film machen in den USA bereits Rekordumsätze.

SPIEGEL: „Titanic“ steht sogar davor, „Jurassic Park“, mit 914 Millionen Dollar umsatzstärkster Film aller Zeiten, zu überholen.

Mechanic: Es ist noch zu früh für solche Hochrechnungen.

Mechanic

Aber der Film hat eine wundervolle Performance ...

SPIEGEL: ... von der Sie aber nur zum Teil profitieren. Ihr Unternehmen hat aufgrund ungeplanter Zusatzkosten den Rivalen Paramount mit ins Boot nehmen müssen.



„Titanic“-Stars Leonardo DiCaprio, Kate Winslet

Mechanic: Diese Konstruktion hat alles nur noch komplizierter gemacht. Während der Entstehung von „Titanic“ bin ich mindestens dreimal bei Paramount vorstellig geworden und wollte die Rechte zurückkaufen.

SPIEGEL: Zwischendurch sah es nach einem Untergang des Mega-Projekts aus. Der Film wurde nicht fertig und verschlang immer mehr Geld.

Mechanic: Meine Einstellung war von Anfang an klar: Wir wollen den bestmöglichen Film machen, und wir wollen uns wegen des Geldes keine grauen Haare wachsen lassen. Mit einem derartigen Budget befin-

det man sich sowieso in einer ganz anderen Dimension.

SPIEGEL: Stand Ihr Job bei dem riskanten Projekt auf dem Spiel?

Mechanic: Als die Zuschauer auch Wochen nach dem Start immer noch „Titanic“ sehen wollten, wußte ich: Der Film ist die Ausnahme von der Regel. Er berührt die Herzen der Menschen, und das weltweit. Rupert Murdoch, der Eigentümer von Twentieth Century Fox, hat mich nie gezwungen, die Produktion zu beschneiden, was alle anderen Studiobosse getan hätten. Er ist der Mensch, der bei der ganzen Sache nicht genügend gewürdigt wird.

FUSSBALL-ÜBERTRAGUNGEN

Strafstoß gegen den DFB

Seit 1965 verkauft der Deutsche Fußball-Bund (DFB) für die Bundesligacups die Rechte an Fernsehübertragungen. Diese zentrale TV-Vermarktung ist nach Ansicht des Bundeskartellamts unzulässig: Es gehe dem DFB als alleinigem Anbieter nur darum, „mehr Geld herauszuholen und das Angebot zu steuern“, sagt Horst Nölkensmeier, der beim Kartellamt die für diesen Bereich zuständige 6. Beschlusabteilung leitet. Er verweist auf ein Urteil des Bundesgerichtshofs vom Dezember vergangenen Jahres, das dem DFB den exklusiven Verkauf von TV-Rechten bei Europacup-Heimspielen untersagte. Auch bei Bundesliga-Spielen, so die Wettbewerbsbehörde, habe der DFB ein unzulässiges Kartell gebildet; um die Übertragungsrechte solle sich jeder Verein selbst kümmern.

Falls DFB-Präsident Egidius Braun nicht einlenke, droht Nölkensmeier, werde sein Amt die zentrale Vermarktung untersagen.



DFB-Chef Braun

Allerdings hat der Fußballverband einen mächtigen Verbündeten: Das Bundeskanzleramt, aber auch der Bundesrat – für Mediengesetze sind die Länder zuständig – wollen den Sport noch vor der Bundestagswahl als Ausnahmeregelung aus dem Kartellrecht herausnehmen.

Die Berliner hoffen daher auf Hilfe aus Brüssel. EU-Kommissar Karel van Miert, Chef der Brüsseler Wettbewerbsbehörde, erklärt, daß er einen deutschen Alleingang nicht hinnehmen werde:

Eine Ausnahmeregelung nach deutschem Recht habe „keine Bindungswirkung für die Anwendung des EU-Wettbewerbsrechts“. DFB-Freund Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und Chef der Rundfunkkommission – sie koordiniert die Medienpolitik der Länder – bleibt bei seiner Linie: Die deutsche Bundesliga sei eine nationale Angelegenheit, um die sich die EU nur kümmern dürfe, wenn der europäische Wettbewerb betroffen sei.



Testdief in „Perechwat“

FERNSEHEN

Reality-TV in Moskau

Die Stadt Moskau sucht dem professionellen Autoklau durch Propaganda für das US-Ortungssystem Lo/Jack Herr zu werden. Seit kurzem hilft dabei der Privatsender NTW mit seiner Samstagssendung „Perechwat“ (Verfolgungsjagd): Jeweils zwei verumumte Testdiebe dürfen, von Fernsehkameras begleitet, einen mit Lo/Jack ausgerüsteten Wagen „stehlen“ und müssen versuchen, 20 Verfolgern der Polizei zu entkommen. Die Gejagten müssen möglichst länger als 35 Minuten unterwegs sein, denn dann gehört das Auto ihnen. Bislang schafften das nur drei Teams. Die Autojagd findet begeisterte Zuschauer, stößt aber auch auf Kritik: Nachwuchsdiebe könnten dabei eine Menge lernen.