

Ein Bond ist nicht genug

Zum 20. mal kehrte James Bond mit *Die Another Day* im November in die Kinos zurück. Seinen ersten Leinwand-Auftritt hatte der britische Nobelagent vor 40 Jahren. Anlass genug, um auf die Ursprünge des erfolgreichsten Filmfranchises der Kinogeschichte zurückzublicken.

ROBERT BLANCHET

Dass es sich bei *Die Another Day* um den neuesten James-Bond-Film handelt, erkennt man schon am Titel: Leben und Tod, Luxus, Eros und Unendlichkeit - mindestens eines dieser Elemente kommt in fast allen Bondfilmtiteln vor. Gut gewählt ist er aber auch deshalb, weil er perfekt zum Jubiläum passt, das das älteste Filmfranchise des Gegenwartskinos vor kurzem feierte: Seit 40 Jahren steht 007 im Geheimdienst Ihrer Majestät; 50 Jahre wenn man die Bücher mit dazurechnet – und tatsächlich ist die Zeit für den Agenten mit der Lizenz zum Töten wohl noch lange nicht gekommen.

Seit Pierce Brosnan 1995 die Walther PPK von Timothy Dalton übernommen hat, spielen Bondsequels wieder fast doppelt so viel ein wie in den für das Spion-Genre eher mageren Achtzigerjahren. Mit Blockbusterserien wie *Mission: Impossible* (Paramount), *XXX* (Columbia TriStar), und *Austin Powers* (Warner Bros./New Line) hat mittlerweile fast jedes der Hollywoodstudios sein eigenes Bondderivat im Programm. Und wenn Madonna nach Austin Powers dieses Jahr endlich auch den echten Bond mit einem Titelsong beehrt, ist dies nur konsequent, wenn man bedenkt, wie viel die zeitgenössische Popkultur dem Retrochic der 20 offiziellen Bondfilme und ihren Soundtracks schuldet.

Begonnen hat alles 1952 in Goldeneye, dem jamaikanischen Winterrefugium von Ian Fleming. Umgeben von Palmen, illustren Gästen und dem zunehmend frostigeren politischen Klima des Kalten Krieges schuf der Journalist und Bonvivant hier eine Romanfigur, die wohl vieles von dem verkörperte, was er sich für sein eigenes Leben erträumte. Wie sein fiktives Idealbild hatte Fleming während des zweiten Weltkriegs für den britischen Geheimdienst gearbeitet und wie Bond war auch Fleming für seine Schwäche für gepflegte Drinks und kurze Liebesaffären bekannt. Bei den Kritikern kamen Bonds Sexismus, Brutalitätsausbrüche und snobistischer Lebensstil nicht immer ganz so gut an, dennoch entwickelten sich die jährlich erscheinenden Romane schnell zu einer beliebten Lektüre, der durchaus auch ein gewisser literarischer Wert zugestanden wurde.

Seinen ersten audiovisuellen Auftritt hatte Bond im Fernsehen: Streng genommen ist es nicht Sean Connery, der James Bond zum ersten mal Stimme und Körper verlieh, sondern der amerikanische Schauspieler Barry Nelson in einer von CBS produzierten Live-Adaption von Flemmings Debüt-Roman *Casino Royale*. Den Gegenpart Le Chiffre spielte damals Peter Lorre. Mit dem vertrauten Bild des Kino-Bonds, wie wir ihn heute kennen, hatte die Theatershow aus dem Jahr 1954 zwangsläufig nur sehr wenig gemein. Kreiert wurde dieses Bild erst einige Jahre später von den Filmproduzenten Albert „Cubby“ Broccoli und Harry Saltzman.

Eon Productions

Um unseriöse Angebote abzuschrecken, verlangte Fleming üblicherweise eine übertriebene Summe, wenn er auf die Verfilmung seiner Romane angesprochen wurde. Auch Harry Saltzman erging es nicht anders als er mit Fleming 1960 wegen der Bondrechte in Kontakt trat: 50 000 US\$ für eine sechsmonatige Option plus 100 000 US\$ pro Buch und eine Gewinnbeteiligung, sollte es dem kanadischen Produzenten in dieser Zeit tatsächlich gelingen, ein Film-Studio für die Finanzierung des Projekts zu gewinnen. Zu Flemmings Überraschung sagte Saltzman zu. Die Uhr begann zu ticken.

Auch der New Yorker Albert Broccoli hatte seit geraumer Zeit ein Auge auf die Fleming-Romane geworfen. Ein erster Versuch, an die Rechte zu kommen, scheiterte 1958 noch am Widerstand seines damaligen Partners, dem Regisseur und Oscarpreisträger Irving Allen. Als Broccoli im Frühjahr 1961 von der Saltzman-Option erfuhr, war dessen Frist schon fast abgelaufen. Innerhalb kürzester Zeit wurde ein Treffen arrangiert. Eigentlich wollte Broccoli Saltzman die Rechte komplett abkaufen. Am Ende einigte man sich auf eine 50/50-Partnerschaft. Die in der Schweiz gegründete Produktionsgesellschaft erhielt den Namen Danjaq (ein Amalgam aus den Vornamen von Broccolis und Saltzmans Ehefrauen Dana und Jacqueline). Der britische Ableger des Unternehmens wurde Eon getauft.

Im Juni 1961 flogen Broccoli und Saltzman nach New York, um bei United Artists vorzusprechen. Nach weniger als einer Stunde hatten sie einen Deal in der Tasche. Knapp unter einer Million US\$ war der Studioboss David Picker bereit für den ersten Film zur Verfügung zu stellen – bei Erfolg könnten fünf weitere Bond-Produktionen unter der Partnerschaft entstehen.

Ursprünglich wollte Eon den gerade erschienenen *Thunderball*-Band verfilmen. Ein drohender Prozess zwischen Fleming und dem britischen Filmemacher Kevin McClory um die Urheberrechte des Romans machte diese Pläne jedoch vorerst zunichte: Schon vor dem Treffen mit Saltzman hatte Fleming versucht, Bond auf die Leinwand zu bringen. In Zusammenarbeit mit McClory waren so unter anderem eine Reihe von Drehbuch-Entwürfen entstanden. Realisiert wurden diese Entwürfe zwar nie. Wie McClory behauptete, hatte Fleming einen Teil seiner Ideen später aber als Vorlage für den *Thunderball*-Roman verwendet. Die ungesicherte Rechtslage war den Filmemachern zu riskant. Statt *Thunderball* entschied man sich für *Dr. No*.

Die Bondformel entsteht

Die Hauptrolle ging an den damals noch weitgehend unbekanntem Sean Connery. Weniger wegen seines Aussehens, sondern vor allem, weil Broccoli die kraftvolle und entspannte Art gefiel, wie Connery sich vor der Kamera bewegte. Das Drehbuch wurde (wie später noch oft) von Richard Maibaum adaptiert. Terence Young, der für Broccoli schon einmal Regie geführt hatte und für seinen mondänen Lebensstil bekannt war, schien der Richtige zu sein, um die exotischen Schauplätze und Bonds elitäre, aber auch damals schon durchaus ironische Haltung ins rechte Licht zu rücken. Im Gegensatz zu amerikanischen Helden war Bond kein Underdog, der im Laufe des Films über sich hinauswächst, sondern ein vor Selbstbewusstsein strotzender Genießer mit schier unerschöpflichen geistigen und körperlichen Ressourcen. Schon früh entschieden sich die Filmemacher dafür, Bonds Qualitäten für die Leinwand noch einmal zuzuspitzen.

Connerys Garderobe stammte nicht aus dem Kostümdepartement, sondern wurde von Youngs persönlichen Ausstattern für ihn maßgeschneidert. Young war es auch der Connery in die Feinheiten der Upper-Class-Etikette einführte: Wie benimmt man sich an einem Bakkarat-Tisch? Wie bestellt man Champagner? Und wie kann man einen geschüttelten von einem gerührten Martini unterscheiden? (Der geschüttelte ist kälter, weil die Flüssigkeit stärker mit dem Eis in Berührung kommt. Die niedrige Temperatur ist deswegen wichtig, weil Bonds Martini nicht wie gewöhnlich mit Gin, sondern mit Gin und Wodka gemixt wird.)

Mit seinen Widersachern ging auch der literarische Bond nicht gerade zimperlich um. Die spitzfindigen Bonmots und die Lässigkeit, die Connerys Kino-Bond im Angesicht des Todes an den Tag legte, gab es in den Büchern aber noch nicht. Zumindest nicht so ausgeprägt.

Dasselbe gilt für die Erotik und Bonds scheinbar unwiderstehliche Anziehungskraft auf Frauen: „Dafür ist immer Zeit“, flüstert er Sylvia Trench in die Ohren, die sich in sein Appartement geschlichen hat, noch bevor sein Flugzeug nach Jamaika geht. Dass ihn Miss Taro dort angekommen nur in eine Falle locken will, wenn sie ihn zu einem Rendezvous in den Bergen einlädt, ahnt Bond natürlich längst. Bis der Killer kommt, wird es aber noch eine Weile dauern. Warum das Spiel also nicht einfach mitmachen. Beide wissen ja, worum es geht; auch wenn am Ende vermutlich nur einer den Flirt mit der Gegenseite überleben wird. Das gute Bondgirl darf 007 natürlich nicht betrügen. Schon in *Dr. No* muss Honey Ryder (Ursula Andress) daher wie üblich bis zur Schlusssequenz auf die Verführung warten. Es sei denn – auch sie wird schon vorher umgebracht und enthebt Bond so von

moralischen Bedenken, die ihn bei der Erfüllung seiner zwischen Pflicht und Vergnügen schwankenden Mission für das Königreich behindern könnten.

Die Vorspannsequenz fiel bei *Dr. No* noch eher prüde aus. Dennoch lassen die bunten Neon-Farben und tanzenden Körper den unverkennbaren Stil bereits deutlich erkennen, den der Designer Maurice Binder im Laufe der Jahre für die Bondfilme entwickelt hat. Die Teasersequenz, die mit ihren spektakulären Stunts Binders freizügigen Silhouettenballets normalerweise vorausgeht, wurde erst mit *From Russia With Love* eingeführt. Ebenso wie „Q“, der Bond seither regelmäßig mit seinen Gadgets versorgt. Dem Filmarchitekten Ken Adam, der viele dieser Gadgets entworfen hat, vor allem aber auch die megalomanischen Kommandozentralen der Bondbösewichter, war zum Jubiläum u.a. eine Ausstellung im Berliner Martin-Gropius-Bau gewidmet.

Bonds Chef „M“, Miss Moneypenny und die ebenfalls zum Markenzeichen gewordene „Gunbarrel-Sequenz“ mit den zwei über die Leinwand huschenden Kreisen und dem knarrenden Gitarrenriff aus Monty Normans und John Barrys Bondthema gab es schon von Anfang an. Auf Grund der personellen und technischer Änderungen musste die Sequenz im Laufe der Jahre immer wieder neu gedreht werden. Wie für die Rolle selbst hat jeder der fünf Bonddarsteller dabei seinen persönlichen Stil entwickelt.

Product Placement

Bereits in den Büchern benutzte 007 nicht einfach einen Füller, sondern einen Mont Blanc. Bonds bevorzugte Zigaretten waren Moorelands und zum Frühstück gab es „Cooper's Vintage Oxford Marmelade“ und „norwegischen Honig von Fortum's“. Dass Ian Flemming das Platzieren von Markennamen schon lange vor *American Psycho* zu einem literarischen Stilmittel machte, wird heute allgemein anerkannt. Dass sich die Hersteller solcher Luxusartikel später aber einmal darum reißen würden, ihre Produkte mit seinem Helden zu assoziieren, hätte sich Ian Flemming seinerzeit aber wohl kaum gedacht. Für die Ausstattung von *Dr. No* musste Cubby Broccoli noch seine eigene Rolex hergeben. Heute werden mit einem Bondfilm ganze Produktserien lanciert.

Die Bond-Jubiläumskollektion von Swatch gibt es bereits seit Oktober zu kaufen. Der Kosmetikhersteller Revlon hat im November seine limitierte Bondgirl-Edition auf den Markt gebracht. Den Lippenstift gibt es in Mission Mauve und Laser Lavender. Für die Herren fährt 007 dieses mal wieder den traditionellen Aston Martin. Halle Berry alias Jinx, den ebenfalls von Ford produzierten Thunderbird. Wie üblich wurden Eon die Fahrzeuge vom Hersteller kostenlos zur Verfügung gestellt. Weitere Zahlungen soll es laut Fordsprechern keine gegeben haben. Der eigentliche Beitrag, mit dem sich sogenannte *Tie-in*-Partner für die Platzierung ihrer Produkte in einem Film wie *Die Another Day* revanchieren, besteht nicht in einer direkten Beteiligung an den Filmkosten, sondern darin, dass sie der Produktion mit ihren eigenen Kampagnen wertvollen Werberaum zur Verfügung stellen: 120 Mio. US\$ wurden Ford, Visa, Philips, Omega und mindestens 16 weitere Sponsoren für ihre mit Bond verknüpften Aktionen ausgegeben. Das Werbebudget von MGM/United Artists für den Film selbst betrug dagegen nur etwa ein Viertel dieser Summe.

Viel mehr kann sich das Studio zur Zeit vermutlich auch gar nicht leisten. Anders als die anderen Hollywoodmajors, die mittlerweile alle von gigantischen Medienkonglomeraten wie AOL Time Warner, Viacom oder Sony kontrolliert werden, hat sich das traditionsreiche Unternehmen nie von der Krise der amerikanischen Filmindustrie in den Sechziger und frühen Siebziger Jahren erholt. Dass MGM/United Artists sein Kronjuwel Bond schon deshalb wie einen Gralskelch hütet, ist verständlich. Dass andere im Laufe der Jahre immer wieder versucht haben, sich eine Scheibe vom Bondkuchen abzuschneiden allerdings auch.

Bond vs. Bond

Als der McClory Fall im Oktober 1963 endlich vor Gericht kam, wussten alle Beteiligten was auf dem Spiel stand: Allein das britische Box-Office-Ergebnis hatte die Produktionskosten von *Dr. No* eingespielt. Die Verkaufszahlen der Bondromane hatten sich dank des Films verdreifacht und in den Londoner Premierekinos war *From Russia With Love* gerade dabei, sämtliche Eröffnungsrekorde zu

brechen. Um schlimmeres zu verhindern beschloss Fleming schon kurz nach Verhandlungsbeginn, McClory einen Vergleich anzubieten und ihm die Verfilmungsrechte für *Thunderball* zu überlassen.

McClorys Ankündigung, einen eigenen Bondfilm zu starten, ließ nicht lange auf sich warten. Zunächst fürchteten Broccoli und Saltzman schon bei *Goldfinger* gegen ihn antreten zu müssen. Ohne Connery, der bei Eon und United Artists noch für drei weitere Filme unter Vertrag stand, traute sich zu diesem Zeitpunkt aber noch niemand einen rivalisierenden 007 auf die Leinwand zu bringen. Für eine beträchtliche Gewinnbeteiligung gelang es den beiden, schließlich McClory dazu zu bewegen, *Thunderball* gemeinsam unter dem Eon-Banner zu produzieren. Ein lohnenswerter Kompromiss: Mit weltweiten Box-Office-Einnahmen von über 180 Mio. US\$ markierte *Thunderball* 1965 nicht nur den kulturellen Höhepunkt der nach *Goldfinger* weltweit grassierenden Spymania, sondern gilt auch finanziell als der mit Abstand erfolgreichste Bondfilm aller Zeiten. Zumindest dann, wenn man die Inflationsrate mitberücksichtigt. Ian Fleming war im Alter von 56 Jahren zu diesem Zeitpunkt bereits einem Herzinfarkt erlegen.

Ein Jahr später wurden Broccoli und Saltzman von Charles Feldman angesprochen, der über Umwege an die CBS-Rechte für *Casino Royale* gekommen war. Feldmans Forderungen waren den Eon-Produzenten zu hoch. Die Verhandlungen brachen zusammen. Wie McClory hätte Feldman bei seinem Film auf den „echten Bond“ verzichten müssen. Um das Problem zu umgehen, beschloss er *Casino* als eine gigantische Parodie auf das Genre herauszubringen. Außer dem Titel hatte das psychedelische All-Star-Spektakel, das 1967 gegen *You Only Live Twice (Man lebt nur zweimal)* ins Rennen ging, am Ende denn auch fast nichts mehr mit Flemmings Vorlage zu tun. Den schon etwas in Jahre gekommenen James Bond spielte David Niven. Peter Sellers den Glückspiel-Experten Evelyn Tremble, der Orson Welles alias Le Chiffre beim Bakkarat schlagen soll. Den eigentlichen Bösewicht Dr. Noah, der sich am Ende als Bonds neurotischer Neffe Jimmy entpuppt, verkörperte Woody Allen.

Bis zum nächsten Bond-Duell dauerte es 16 Jahre. Die Aufstellung hätte dafür kaum brisanter sein können: Auf der Eon-Seite Roger Moore in seinem sechsten Film *Octopussy*. Auf der anderen Sean Connery in Kevin McClorys *Thunderball*-Remake mit dem programmatischen Titel *Never Say Never Again (Sag niemals nie)*. Warum Connery die Rolle 1983 noch einmal übernommen hat, weiß bis heute niemand so genau. Die Tatsache, dass er sich mit Broccoli zerstritten und seit jeher um den gerechten Anteil am Bonderfolg betrogen gefühlt hatte, dürfte aber ebenso eine Rolle gespielt haben wie die 5-Millionen-Dollar-Gage und das kreative Mitspracherecht, das ihm McClory und der eigentliche Produzent des Films Jack Schwartzman eingeräumt hatten. An der Kinokasse wurde *Never Say Never* überraschend deutlich von *Octopussy* geschlagen. Ein deutliches Zeichen dafür, wie sehr sich das Publikum bereits an Moores komödiantische und von Fans eher verpönte Bondinterpretation gewöhnt hatte. Aber auch dafür, wie wichtig das scheinbar so fantasielose Festhalten an den Erkennungsmarken und Ritualen der Eon-Formel für den Erfolg des Franchises ist.

Nichtsdestotrotz wagte McClory Ende der Neunziger einen dritten Versuch. Diesmal mit einem mächtigen Verbündeten im Rücken: Die Ankündigung von Sonys Pictures (Columbia, TriStar) auf Basis von McClorys Rechten eine eigene Bondschiene aufbauen zu wollen, schlug im Oktober 1997 wie eine Bombe in der Fachpresse ein. Dass rivalisierende Studios durchaus dazu bereit sind, es auf eine Konfrontationen ankommen zu lassen, wenn sie zwei ähnliche Projekte in der Pipeline haben, ist in Hollywood nichts Ungewöhnliches. Einen derart aggressiven und potentiell selbstzerstörerischen Kidnapversuch hatte es in der amerikanischen Filmindustrie bis dahin aber kaum gegeben. Manch einer vermutete hinter der Attacke denn auch eine persönliche Vendetta des Columbia-Chefs John Calley, der gerade erst von MGM zu Sony gewechselt war. Ein Verdacht, der um so schwerer wog, als Sony die Nachricht genau einen Monat vor dem geplanten Börsengang von MGM publik werden ließ.

MGM und Danjaq reichten umgehend Klage ein. Wenig später zogen Sony und McClory mit ihrer Gegenklage nach. McClories Skripts hätten, wie es nun hieß, nicht nur als Vorlage für Flemmings *Thunderball*-Roman gedient, der cinematische Bond *per se* basiere maßgeblich auf den Ideen, die McClory in den Fünfzigerjahren für Fleming entwickelt habe. McClory besäße damit nicht nur das Recht, auch andere Bondfilme zu drehen. Eon und MGM müssten ihn nachträglich sogar für den Ausschluss vom 3-Milliarden-Dollar-Geschäft des 007-Franchises entschädigen. MGMs Anwälte verwiesen auf die Tatsache, dass *Dr. No* schon lange vor *Thunderball* in die Kinos gekommen war. McClory darauf, dass der Roman zu dieser Zeit den Filmemachern ja schon zur Verfügung stand.

Wer was von wem geklaut hatte, war für die Entscheidung der Richter am Ende aber egal: Selbst wenn McClory nachweisen könnte, dass der Kino-Bond von ihm miterschaffen worden ist, so das im Mai 2001 verkündete Urteil, hatte er einfach zu lange mit seinen Ansprüchen gewartet. Begründet wurde die Entscheidung mit dem Grundsatz des „fahrlässigen Verzugs“: Danach müssen Copyrighthalter, die ihre Ideen wissentlich von anderen ausgebeutet sehen, diesen Anspruch frühzeitig anmelden und nicht erst dann, wenn sich die Ausbeutung als Erfolg erwiesen hat. Jahrelanges Warten, wie im Falle McClorys, erlaube es dem Copyrighthalter auf Kosten derer zu spekulieren, die ihre Ressourcen für die Umsetzung des Materials auch tatsächlich einsetzen. Beide können gewinnen. Verlieren kann der wissentlich Ausgebeutete aber auf keinen Fall.

McClory hatte hoch gepokert. Am Ende stand MGM stärker da als jemals zuvor. Sony hatte sich bereits 1999 mit MGM geeinigt und aus dem Fall zurückgezogen. Für eine Abfindung von 10 Millionen Dollar erklärte sich das Studio bereit, niemals wieder einen Bondfilm zu produzieren – auch nicht ein Remake von *Thunderball*. Inkludiert in der Summe erhielt MGM außerdem die Verleihrechte für *Casino Royale*, der seinerzeit von Columbia finanziert worden war. Die Verleihrechte für *Never Say Never Again* hatte MGM schon 1997 im Zuge der ursprünglich Unterlassungsklage gegen Sony von Schwartzmans Produktionsgesellschaft Taliafilms erworben.

Bibliographie und Ressourcen

John Cork, Bruce Scivally: *The James Bond Legacy: Forty Years of 007 Movies*. London: Boxtree; New York: Abrams 2002.

James Chapman: *Licence to Thrill: A Cultural History of the James Bond Films*. New York, Oxford: Columbia University Press, 2000.

MGM, James Bond, < <http://www.jamesbond.com> >

Eon, Bond 007, < <http://www.007.com> >

James Bond, Agent 007 OMSS, < <http://www.klast.net/bond/index.html> >

The Art of James Bond, < <http://www.artofjamesbond.com> >

Universal Exports, < <http://www.universalexports.net> >

M16 Headquarters, < <http://www.mi6.co.uk> >

Her Majesty's Secret Servant, < <http://hmss.com> >

Club James Bond, < <http://jamesbond007.net/index.html> >

Make mine a 007, < http://home.earthlink.net/~atomic_rom/007/intro.htm >

Cubbybroccoli.org < <http://www.cubbybroccoli.org> >

© 2003 Robert Blanchet & cinetext < <http://cinetext.philo.at> >