

e-m@il from Hwood

Dr. Gerhard Puttner berichtet von einem 3-wöchigem Producers Workshop der Independent Film Producers / West in L. A. über Learnings und Livings in Hollywood.



Producers on Producing ...

So der Titel des Workshops, geleitet von Matthew Greenfield (StarMaps) und mit Kapazundern wie Sergio Aguero (The Blair Witch Projekt) und Gail Mutrux (Rain Man).

Dabei erstes Learning, dass heute vor allem die Kombination Writer/Director gefragt ist. Von Quentin Tarantino („Pulp Fiction“) bis Night Shyamalan („Sixth Sense“, „Signs“), wobei bei diesen Multi-Talenten noch dazu kommt, dass sie auch gleichzeitig als Actors agieren.

Weiteres Learning, dass es im immer härteren Wettbewerb auch bei den Independents nicht so sehr auf den „unabhängigen Regisseur“ ankommt, als vielmehr auf die Kunst der Finanzierung und Distribution, letztlich auch über die Major Studios. Viel mehr als die Pranke des Regisseurs zählen heute die Kraft der Story und, es wäre nicht Hwood, die Zugkraft der Stars. So profitiert selbst Steven Soderberghs „Erin Brockovich“ an der Kinokasse vor allem von der Starqualität von Julia Roberts und der starken Emanzipations-Story.

Story ist Nr. 1 und ...

Im amerikanischen Film-Business, in der „Industry“, gelten heute mehr denn je die Worte von René Clair „Was ein guter Film braucht, sind 3 Dinge: 1. Eine gute Story, 2. Eine gute Story und 3. Eine gute Story!“. Ein Bonmot übrigens, dass auch unser Billy Wilder gerne und oft in seine Interviews einstreut.

Kein Wunder also, dass Story-Gurus wie Syd Field und Robert McKee heute höher im Kurs sind als je zuvor. Und Kurse über die optimale Story-Formel, wie der von Lissa Sanders am UCLA, auch von Producern ausgiebig frequentiert werden.



Hwood-Producers on Producing



Lissa Sanders und die Story-Formel



Gewinner der Write-Movies-Award-Show

Dabei wurde die von Syd Field propagierte 3-Act-Struktur mit zentralem Helden/ Protagonisten und Gegner/Antagonisten inzwischen weiterentwickelt zu einer 7-Major-Steps-Struktur:

1. Problem, 2. Wunsch, 3. Gegner, 4. Plan, 5. Konflikt, 6. Lösung und 7. Neuem Gleichgewicht, wonach sich der Held sodann auf einem höherem oder niedrigerem Niveau befindet.

Immer wichtiger wird dabei die Erkenntnis, dass jeder Held nur so gut sein kann wie sein Gegner, siehe Hannibal Lektor im „Schweigen der Lämmer“.

Auf der Suche nach neuen Ideen ...

Auf der Suche nach Stories verlässt man sich heute in Hollywood nicht mehr (nur) auf das Deuten von Trends. Sondern investiert in die Entdeckung und Förderung von Original-Talenten aus aller Welt.

Vorbild ist hier der deutsche Producer Alexander Ross (www.writemovies.com) der unter anderem Andrew Niccol („Truman Show“) entdeckt hat, mit seinem Wettbewerb zur Findung der besten neuen Original Scripts. Bei der diesjährigen Award Show am Warner Bros. Lot wurden die Gewinner von U. S. bis Guadelupe vorgestellt. Den



Adam Hancock, Buena Vista/Walt Disney

Gewinnern winkte dabei nicht nur ein Preisgeld sondern vor allem die Chance der Vorstellung ihrer Arbeiten bei wichtigen Hwood-Produktionen und Agents.

Reinventing every day ...

Hwood erfindet sich jeden Tag neu. Das weiss man auch in den grossen Studios wie Walt Disney/Buena Vista. Angesichts der Disney-Aktie, deren Wert in den letzten beiden Jahren auf ein Drittel ihres Wertes geschrumpft ist, verlässt man sich nicht (nur) mehr auf die gute alte Maus, sondern fährt mehr denn je mit dem „Best of Both Worlds“-Konzept: Neben neuen Cartoon-Hits wie „Lilo und Stich“ auch verstärkt mit Real-Movies wie den „Dalmatians“ und Myth-Blockbustern á la „Signs“.

Gute Stories, gute Freunde ...

Mag die Story noch so gut sein, in Hwood zählen die sozialen Interaktionen, wenn es darum geht, Filme zu vermarkten. Kein Hwood-Producer, der nicht zu Lunch und Dinner seine Talents oder Finanziers trifft.

„All Business is Private“ und „My Home is my Business“ war auch die Devise, unter der MGM Boss Chris McGurk in sein privates Beverly Hills Home einlud. Zum Business-Talk und Schulter-Reiben mit den Schönen und Wichtigen und Hwood-Stars wie Pierce



Thomas Arndt, Red Bull-Lunch Adv. und Gerhard Puttner



Pierce Brosnan, Halle Berry und Chris McGurk, Bill Pullmann

Brosnan, Halle Berry und Bill Pullman, dem Präsidenten aus „Independence Day“.

Austria is doing well ...

Allen voran unser Evergreen Arnold Schwarzenegger, der sich in der Politik eine zusätzliche Mega-Aura baut. Stolz präsen-



Arnold goes to Politics

tiert er im vornehmen Beverly Hilton eine Charity-Wahlveranstaltung (1000,- Dollar pro Sponsor-Table) zu seinem Sozial-Programm „Proposition 49“ zur Förderung von Kindern aus minderprivilegierten Familien. Das alles, trotz vorläufiger Dementies, wohl ein Vorspiel auf Arnies Ambitionen zur Wahl als Gouverneur von Kalifornien 2006.

Gut unterwegs in Kalifornien auch die österreichische Paradedemarke Red Bull, in L. A. bestens beraten von Johann Kastner's Agentur L u n c h Advertising.



v. r. n. l.: Charles Randolph mit Freundin Millie, Sandra Prassel, Gerhard Puttner

Und in der Filmszene sehr gut unterwegs die Österreicherin Sandra Prassel, Business Director bei USA-Intertainment und der österreichische Webster-Star Charles „Chuck“ Randolph, dessen Story „The Life of David Gale“ in der Verfilmung mit Kevin Spacey gerade in Hwood anläuft.

Playin' it cool

Trotz allgemeiner Wirtschaftsflaute und totalen persönlichem Wettbewerbs-Stress ohne sozialem Sicherheitsnetz sagt man sich in Hwood trotzdem gerne: „Play it Cool“.

Humoriges Beispiel dafür ist Harrison Ford's Sohn Benny Ford, der in seinem Industry-Insider Restaurant „Chadwick“ in Beverly Hills seine Kunden wissen lässt, dass er sich bis Mitte Oktober auf seine Farm zum „Gardening“ vertuschusst. Only in L. A.: That's Cool, Man!

P. S.: Für Filminteressierte, die an Literatur und Workshop-Hinweisen interessiert sind, genügt ein e-mail an: g.puttner@aon.at.



„Play it Cool“.