

## **Bollywood hat seine eigenen Regeln**

**Indiens Filmindustrie ist die größte der Welt. Ihr Zentrum ist Bombay, das deswegen auch Bollywood genannt wird. Hier ist nicht alles erlaubt, was gefällt. Doch was allein zählt, ist der Erfolg an der Kinokasse.**

Von Jörn Klare

Erste Einstellung: Gate Way of India, ein konventioneller, von den Engländern errichteter Triumphbogen, das Wahrzeichen Bombays.

Jetzt, ein langer Schwenk entlang der Seeseite. Vom Zentrum der Stadt, auf der Spitze der Halbinsel, Richtung Norden. Immer weiter. Bombay heißt seit 2 Jahren offiziell Mumbai, woran sich aber kaum jemand stört. Schätzungsweise 15 Millionen Menschen leben hier. Eine Skyline, die an Manhattan erinnert und Slums, die in Ihrer Armut unvergleichlich sind. Die Stadt ist ein Chaos. Dennoch Bombay ist Indiens wirtschaftliches Kraftwerk, besitzt den geschäftigsten Flughafen des Subkontinents und einen Hafen, über den ca. 50% des gesamten Außenhandels abgewickelt werden. Bombay ist die Hochburg freien Unternehmertums und Bombay hat den Beinamen 'Bollywood'. In Indien werden weltweit die meisten Kinofilme produziert und der größte Teil davon in dieser Stadt.

Der Schwenk endet im Stadtteil Versova auf einem sechsstöckigen Appartementhochhaus, direkt an der trägen Arabischen See.

Schnitt. Die Wohnung im obersten Geschoß.

Mr. Butha Singh Shaad sitzt auf dem Sofa seines Büros und Wohnzimmers und telefoniert. Der stattliche Mann in den Fünfzigern trägt einen einfachen dünnen Baumwollanzug. Mr. Shaad ist ein 'Mister Filmbusiness', wie sie in dieser Stadt typisch sind. Preise, Auszeichnungen und Erinnerungsfotos an den Wänden künden von seinen Erfolgen. Momentan bereitet er seinen nächsten Film vor. Drehbeginn ist der kommende Januar. Mr. B. S. Shaad wird diesen Film produzieren.

Er kennt das Geschäft, seine Höhen und Tiefen, seine 'grünen und trockenen Seiten', wie er es sagt. Seit über 20 Jahren ist er im Geschäft, hat als Schauspieler,

Drehbuchautor und Regisseur gearbeitet. Der gläubige Sikh ist ein sehr höflicher, ruhiger Mann. Er stammt aus dem Punjab, einem an Pakistan grenzenden Bundesstaat Indiens. Auch das ist typisch, denn 70-80% der Filmschaffenden Bombays sind Punjabis, die in ganz Indien für ihren Fleiß und ihren Mut geachtet werden.

Während der große Deckenventilator durch die drückend heiße Luft schneidet, erzählt er von seinem neuen Projekt. Ein Hausangestellter bringt Tee. Vor einem Jahr hat er den Vertrag mit dem 'heroe', dem männlichen Hauptdarsteller unterzeichnet. Eine Geschichte für den Film gibt es noch nicht. Doch soll es eine Art Komödie werden. Das kommerzielle indische Kino ist absolut abhängig von seinen populären Schauspielern. 'Starsystem' nennt man das. Dazu gehört, daß ein Produzent, erst einen Helden engagiert, bevor er einen Regisseur sucht, sich dann um ein Drehbuch kümmert, um schließlich die restliche Besetzung festzulegen. Viele der Leinwandhelden nutzen diese Position rücksichtslos aus. Dagegen gibt es eine streng kontrollierte Verordnung, nach der ein männlicher Held nicht mehr als zwölf, eine weibliche Hauptdarstellerin nicht mehr als fünfzehn und ein sogenannter Charakterdarsteller nicht mehr als zwanzig Filme im gleichen Zeitraum drehen darf. In diesen Tagen ist Mr. Shaad dabei, sich um die Musik für seinen Film zu kümmern.

Schnitt. Anand Raj Anand in seinem klimatisierten Empfangszimmer.

Er ist einer der zur Zeit gefragtesten Filmkomponisten. Das ist eine wichtige Aufgabe, denn ein klassischer indischer Film ist eine Art Musical, in dem mindestens sechs Lieder vorkommen müssen. In Jeans und T-Shirt sitzt der jugendlich wirkende Eddreißiger auf den Bodenkissen und trinkt aus seinem Teeglas. Hinter ihm ein Computer, eine mächtige HIFI-Anlage und eine große Menge wohlgeordneter CD's und Musikkassetten. Gern erzählt er seine Bollywood- Erfolgsstory. Wie er als ein Niemand nach Bombay kam und die großen Bosse auf Anhieb überzeugte. Dann ging alles sehr schnell und der Rest der Geschichte sei ja schon Legende, wie er betont. Innerhalb der nächsten sechs Monate werden achtzehn Filme mit seiner Musik auf den Markt kommen. Das gibt Selbstbewußtsein. Für ihn gibt es ohnehin nur zwei Sorten von Filmmusik: solche, bei der die Leute das Kino verlassen und solche, bei der sie bleiben. Bei seiner Musik bleiben sie natürlich, sagt er und zwinkert vergnügt. Immer wieder unterbricht er seine Erzählung, um seine eingängigen Melodien vorzusummen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie eine Musik in einen Film gelangt. Das Motto lautet:

'It's a hit, let it fit!' Eine erfolgsversprechende Musik ist unabhängig von einem Film entstanden? Kein Problem. Dann wird kurzfristig eine Traumszene in den Film geschrieben. Hauptsache der Song ist dabei. Am liebsten ist es Mr. Anand, aber wenn er den Schauspieler und die Situation kennt, für die er komponiert. Dabei bewegen die Helden der Leinwand lediglich dem Text entsprechend ihre Lippen. Die Sänger und Sängerinnen, die ihre Stimme hergeben, sind selbst Berühmtheiten und es ist üblich, daß ein Star pro Film bis zu drei unterschiedliche Stimmen ausborgt, wenn es die Situation erfordert.

Das alles ist ein großes - nicht nur erfolgreiches- Geschäft. Jede Filmmusik wird auch als Tonträger verkauft und mit dem entsprechenden Filmausschnitt als Video vermarktet. Deswegen werden Filmproduktionen zu einem beträchtlichen Anteil von der Musikindustrie mitfinanziert. Diese Beteiligung richtet sich nun wieder nach dem Marktwert des verpflichteten Stars. Und so entscheiden die Musikmanager und nicht der Filmproduzent, wer für welchen Film die Musik schreibt. Der Komponist, der den größten Erfolg verspricht, wird einfach mitgeliefert.

Im Kino.

Einer der großen Filmpaläste Bombays. Annähernd eintausendfünfhundert Plätze. Keine Klimaanlage. Weit weg, an der Decke ein paar einsame Ventilatoren. Nach fünf Minuten hängt das Hemd schweißnaß am Körper. Es läuft Werbung, westliche Konsumartikel, die für das Publikum weder bezahlbar noch interessant sind. Das Kino ist ausverkauft. "Dewana Mastana", was soviel wie 'Glücklich verliebt' bedeutet, ist der neueste Film um Gowinda, der momentan die Nr. Eins unter den 'Helden' ist. Ihn hat Mr. Shaad für seinen nächsten Film engagiert. Eintrittskarten für diese Vorstellung werden auf dem Schwarzmarkt mit 100% Aufschlag angeboten. Dennoch ist das Kino erst zur Hälfte gefüllt. Und auch als der Hauptfilm schon längst begonnen hat, strömen unablässig nachfolgende Zuschauer zu ihren Sitzen. Dabei kommt es zu Kollisionen mit jenen Besuchern, die es schon zu dem Getränkestand im Foyer zieht. Die zahlreichen Platzanweiser mit ihren Taschenlampen sind überfordert. Es ist nicht leicht, sich auf den Film zu konzentrieren. Doch das ist eigentlich auch nicht nötig. Der Film ist zwar grundsätzlich eine Komödie, beinhaltet aber auch die anderen obligatorischen Zutaten eines potentiellen Kassenknüllers wie reißerische Actionszenen und romantische Einlagen. Ein einfacher Plot um zwei gegensätzliche Männer, die dieselbe Frau lieben,

gibt den Schauspielern viel Raum, ihre Schokoladenseiten zu präsentieren. Auf subtile Kameraeinstellungen oder überraschende Schnitte wird komplett verzichtet. Es dominiert die Halbtotale mit dem Helden im Mittelpunkt. Das Publikum amüsiert sich prächtig, pfeift, jöhlt, klatscht und wenn der unsympathische Nebenbuhler des Helden allzu sehr auftrumpft, kann es auch passieren, dass Münzen gegen die Leinwand fliegen. Das ganze Vergnügen dauert ca. drei Stunden und wird von einer Pause unterbrochen. Aber auch längere Dialogpassagen, werden zur Versorgung mit Getränken oder einer ausführlichen Diskussion mit dem Nachbarn genutzt. Kaum jemand geht allein ins Kino. Bevorzugt wird die ganze Familie von der Großmutter bis zum Säugling mitgebracht. Im Film chargiert die vollständige Besetzung mittlerweile in der Schweiz weiter, was an dem Ortsschild Zweisimmen unschwer zu erkennen ist. Leibhaftige Schweizer sind aber nicht zu entdecken. Auch die gesamte Statisterie ist durchgehend indisch. Das Berner Oberland als assoziierter indischer Bundesstaat. Mitte der achtziger Jahre begannen die ersten Produktionen, einzelne Szenen außerhalb des Landes zu drehen. Jetzt ist es ein Muß für jeden potentiellen Kinohit. Besonders die saubere, grüne Schweiz dient dabei gern als Metapher für ein mögliches oder erreichtes Glück. Die wunderschönen Strände Indiens können diese Rolle nicht übernehmen. Die westliche Vorstellung von entspanntem und ausgelassenem Strandvergnügen ist der eher prüden indischen Gesellschaft fremd. Etwa fünfzig Filme wurden im letzten Jahr teilweise im Ausland gedreht. Ausschlaggebend für diesen Trend waren die politischen Unruhen im nordindischen Kaschmir, die es unmöglich machen, in der dortigen Berglandschaft zu arbeiten. Doch die Produzenten haben noch andere Motive. Nur im Ausland können sie ungestört mit ihren teuren Stars arbeiten. Da gibt es keine ausschweifenden Partys mit verspäteten, angeschlagenen Hauptdarstellern am nächsten Morgen. Keine privaten Verabredungen am Set, welche die Dreharbeiten aufhalten. Und auch keine unkontrollierbaren Fanhorden, die plötzlich durchs Bild laufen. Zudem erübrigen sich im Ausland die Schmiergeldzahlungen, die bei einem Außendreh nötig sind, wobei die Liste verschiedene Behörden, die Polizei und lokale kriminelle Organisationen umfaßt. Unter diesen Bedingungen werden die Drehtage in der Schweiz rentabel. Kurz bevor auf der Leinwand alles dem unweigerlichen Happy-End entgegensteuert, gibt es noch den letzten Song. Leidenschaftliche Küsse sind genauso tabu, wie eine Frau im Bikini. Schon wenn der Held nur in einer bis zu den Knien reichenden

Badehose erscheint, führt das zu heftigen Reaktionen beim Publikum. Alle Filme im indischen Kino durchlaufen eine aufmerksame Zensur. Erotik wird über die aufwendig choreographierten Tanzszenen transportiert. Da Held und Heldin zu den Liedern lediglich ihre Lippen bewegen müssen, bleibt ihnen viel Luft für ihr ausdruckstarkes Beckenkreisen. Dies geschieht in einem unnatürlichen Tempo, denn an dieser Stelle laufen die Bilder einfach schneller. Das Publikum versteht die Botschaft und geht begeistert mit. Musik ist wichtig für einen indischen Film. Mit verblüffender Geschicklichkeit werden verschiedene musikalische Einflüsse wie Rock, Techno und Hip-Hop aufgenommen und in traditionelle indische Schlager transformiert.

Das Personal dieser durch und durch kommerziell kalkulierten Filme setzt sich aus festgelegten Typen zusammen: Held und Heldin, Bösewichter, Komiker im Stile eines 'dummen Augusts' und andere Nebenfiguren wie 'Vater und Mutter', die irritierenderweise als Charakterdarsteller bezeichnet werden. Die vermeintliche Aufgabe eines jeden Schauspielers scheint es zu sein, das Klischee seiner Figur nach allen Kräften zu bedienen. Bei möglichen Irritationen sorgt ein lautgesprochener Monolog für endgültige Klarheit.

In einem Sessel seines luxuriösen Wohn- und Empfangszimmers sitzt Amrish Puri und trinkt Tee. Obwohl Mr. Puri nie das Heldenfach bediente, ist er ein Star mit allem drum und dran: souveränes Auftreten, beeindruckende Stimme, seit über 25 Jahren im Geschäft, über hundert Filme, in denen er mitspielte, und moderne Kunst an den Wänden seines Hauses. Ende fünfzig ist er. Stechende Augen, kahler Kopf. Er spricht sehr ruhig und ist sich seiner Wirkung bewusst. Beiläufig erwähnt er seine Rollen in Filmen von Richard Attenborough und Steven Spielberg, sowie diverse Preise und Auszeichnungen. Er kennt das Geschäft. Wichtig ist es ihm, auf den Unterschied zwischen den kommerziellen Filmen und den sogenannten Art- oder Off-Beat Produktionen hinzuweisen. Ca. 850 Filme in etwa zehn verschiedenen Sprachen werden jährlich in Indien gedreht. Der weitaus größte Teil davon aber in Hindi, denn nur in dieser Sprache werden die Massen für einen kommerziellen Hit, einen 'Blockbuster', erreicht. Mit diesen Filmen verdient Mr. Puri sein Geld. Vom schauspielerischen Anspruch sind sie für ihn uninteressant. "Freundlich gesprochen, keine Herausforderung", wie er es ausdrückt. Diese findet er in den Off-Beat Projekten, in denen er regelmäßig mitspielt. Diese Filme, die auf strahlende Helden und die

willkürliche Beimischung von Tanz und Musik verzichten, gelangen hin und wieder auch in unsere Kinos. Die intellektuelle Schicht Indiens, so beklagt Mr. Puri, ist sehr klein und deswegen rechnen sich die anspruchsvollen Filme nicht. Das Bildungsniveau der mehr als 900 Millionen Menschen zählenden Bevölkerung Indiens ist nicht sehr hoch und Analphabetismus weit verbreitet. Für diese Masse werden die kommerziellen Filme produziert. Doch er ist zuversichtlich, daß sich die indische Gesellschaft weiterentwickelt und mit ihr auch die Themen und Inhalte der großen kommerziellen Filme. Auf keinen Fall möchte er falsch verstanden werden. Der indische Film sei insgesamt nicht schlechter, als der irgendeiner anderen Nation. Die indische Filmindustrie produziert nahezu ausschließlich für den heimischen Markt und tatsächlich ist dieser fest in nationaler Hand. Zwar kommen auch die aufwendigen amerikanischen Produktionen in die Kinos -zumindest in den großen Städten wie Bombay-, doch sie machen im Gesamtgeschäft nur einen geringen Prozentsatz aus. Zurück in Mr. Shaads Wohnzimmerbüro. Das Telefon steht nicht still. Ein ständiges Kommen und Gehen von Kameramännern, Co-Produzenten, Stuntkoordinatoren usw.. In der Mitte, ruhig und gelassen, der Filmproduzent selbst. Einige der Besucher wollen nach alter Sitte die Füße ihres Gastgebers berühren, was dieser lachend abwehrt. Alle trinken Tee. Dazwischen auch die bezaubernde Ravinder Mann, eine Schauspielerin. Im Punjab ist sie schon die Nummer Eins, und jetzt gilt es das restliche Indien zu erobern. Zweiundzwanzig Jahre ist sie alt, kam mit siebzehn von der Schule direkt zum Film und spielte seitdem in zwei dutzend Produktionen. Auch in Mr. Shaads nächstem großem Film wird sie dabei sein. Das Privileg eine gefragte Schauspielerin zu sein, begründet sie schlicht mit ihrem Talent und ihrer Schönheit.

Mr. Shaad ist auch ein offizielles Mitglied der Zensurbehörde. Eine Einrichtung, die von fast allen seinen Kollegen befürwortet wird, wenn auch die überholten Kriterien bemängelt werden. Auch hier ist das Hauptargument das niedrige Bildungsniveau der großen Masse der indischen Bevölkerung. Dazu kommt die äußerst komplexe Gesellschaftsstruktur auf dem Subkontinent: die großen Religionen mit ihren verschiedenen Konflikten, das weitverbreitete Kastenwesen, die vielen verschiedenen Volksstämme mit ihren eigenen Sprachen, Traditionen und Sitten. Ein kompliziertes Gemisch, das viele Rücksichten von einem Massenmedium erfordert. Die Zensur richtet sich vor allem gegen religiöse und ethnische Diskriminierungen, Gewaltverherrlichung

und sexuelle Freizügigkeit. Korrupte Polizisten hingegen sind in den Filmen so alltäglich wie auf den Straßen Indiens. Jeder fertige Film ist der Behörde zur Begutachtung vorzulegen, die dann etwaige weitere Schnitte verfügt. Dagegen kann dann der Produzent über verschiedene Instanzen hinweg Widerspruch einlegen, wobei festgelegt ist, daß der Zensurausschuß zu sechzig Prozent aus Frauen besteht.

Großer Schwenk über 'Filmcity', einen großen Studiokomplex im Norden der Stadt. Ein hoher Zaun mit strengen Wachposten an der Einfahrt umgibt die gesamte Anlage. Verschiedene Freiluftkulissen und ganze 'Filmstädte' sind zu erkennen. Etwa in der Mitte des Geländes befindet sich ein Gebäudekomplex, der noch einmal besonders bewacht wird. Hier sind die großen Hallen für Innenaufnahmen, sowie ein großes Gebäude mit verschiedenen technischen Einrichtungen.

Im Tonstudio machen Mr. Brahmanand Sharma und seine Mitarbeiter gerade eine kurze Pause. Mr. Sharma ist Toningenieur, preisgekrönt und einer der besten seines Faches. Zwölf Stunden verbringt er hier täglich mit seinen Assistenten bei der Nachvertonung von Filmen. Ein mittelgroßer, leergeräumter Kinosaal mit einem langen Tisch am Ende, auf dem allerlei technische Geräte stehen. Das ist sein Arbeitsplatz. Mr. Brahmanand Sharma ist Mitte fünfzig. Ein bedächtiger freundlicher Mann, der die leisen Töne bevorzugt und in der Lage ist, kritisch über sein Fachgebiet hinauszuschauen. Ja, hinsichtlich der produzierten Filmmeter ist die indische Filmindustrie weltweit die Nummer eins. Doch das sage noch lange nichts über die Qualität aus, wobei er die technischen Aspekte vor Augen und im Ohr hat. Diese sind ihm wichtig. Denn nur über diese Qualität ist das Kino in der Lage, sich gegenüber dem Fernsehen zu behaupten. Und das Satellitenfernsehen, das sich seit etwa vier Jahren in Indien ausbreitet, ist die größte Gefahr für das indische Kino. Auf einer Vielzahl von Kanälen werden Spielfilme in großen Mengen auf den Markt geworfen, für die der Zuschauer keine Rupie zu bezahlen hat.

Besonders brisant ist die völlige Rechtsunsicherheit, die nicht nur die Zensur ausschließt. Die vorwiegend in arabischen Ländern sitzenden Anbieter senden auch brandneue indische Filme, die sie sich als Raubkopien beschafft haben, ohne dafür belangt werden zu können. Das ruiniert das Geschäft der indischen Filmproduzenten. Überhaupt: der Markt ist überhitzt. Die Kosten explodieren. Nur drei bis vier Filme im Jahr sind wirklich kommerzielle Superhits. Noch schätzungsweise zehn weitere machen

einen akzeptablen Gewinn und noch einmal die gleiche Anzahl von Produktionen spielt die Herstellungskosten wieder ein. Der Rest landet mehr oder weniger tief im Minus. Um aber wirklich auf der Sonnenseite zu stehen, wird mehr und mehr Geld in die Produktionen gepumpt, um teure Stars, aufwendige Effekte und imposante Choreographien zu ermöglichen. Finanziert wird eine solche Produktion durch eigene Rücklagen des Produzenten, beträchtliche Vorschüssen der späteren Filmverleiher und über Anleihen am 'Finanzmarkt'. Doch die Banken lassen sich auf diese heißen Geschäfte nicht ein. So kommen 'Schwarzgelder' aus zweifelhaften Kanälen oder direkt aus den Kassen der Mafia ins Geschäft. Deren hohen Zinssätze wiederum drücken auf die Produzenten, die ihr Produkt dann möglichst schnell auf den Markt bringen müssen. Verzögerungen hierbei können sehr, sehr teuer werden. Vom Drehbeginn bis zum Kinofilmstart mit mehreren hundert Kopien vergehen bestenfalls acht Monate. Wird es dann entgegen aller Hoffnungen kein Super-Superhit, kein Blockbuster, von dem jeder in der Branche träumt, ist der Bankrott meist nah. Und Schulden bei der Mafia sind riskant. Zwei Produzenten wurden im letzten Jahr ermordet. Das verschreckt auch die letzten seriösen Geldgeber. Mit dieser Bandbreite von Problemen ist die Filmindustrie Indiens zurzeit konfrontiert, wenn die Lage auch von offiziellen Stellen heruntergespielt wird. Gern verweist man auf andere Filmländer mit ähnlichen Schwierigkeiten. Mr. Brahmanand Sharma, der hier im klimatisierten Studio seinen Tee schlürft, deutet die Situation nur sehr vorsichtig an und verweist auf weitere Probleme, die das Starsystem mit sich bringt. Wenn es nur mit einem dieser Helden Probleme gibt, so geraten gleich bis zu zwanzig Produktionen ins Straucheln. All diese momentanen Widrigkeiten machen auch ihm Sorgen, doch von Resignation ist nichts zu spüren. Zu lang ist auch er im Geschäft, hat schon zu viele Auf's und Ab's erlebt, um sich entmutigen zu lassen. Er ist zuversichtlich, daß das Kino in Indien auch noch dem Fernsehen Paroli bieten wird.

Auf dem Freigelände wird gerade an einer Szene für eine historische TV-Serie gedreht. Die Sonne steht weit oben. Das Thermometer zeigt sechsunddreißig Grad im Schatten. Der Hauptdarsteller und ein Heer von Komparsen in mittelalterlichen Kriegerkostümen stehen in der prallen Sonne. Dekoriert werden sie von zwei frisch lackierten Streitwagen mit zwei müden Gäulen. Der Held, dick geschminkt und mit prächtigem, schweren

Helm, bekommt seinen Text direkt vorgesagt. Doch irgendwas scheint nicht zu klappen. Immer wieder bellt ein offensichtlich gereizter Regisseur sein 'Action'-Kommando über die scheppernden Lautsprecher. Seit fast einer Stunde hängt man an derselben Szene. Dem Schauspieler ist die Verzweiflung ins Gesicht geschrieben. Hin und wieder bittet er um ein Glas Wasser. Doch auch das scheint ihm nicht weiterzuhelfen. Der Rest des großen Teams dämmert, von der Hitze gezeichnet, vor sich hin und beobachtet gequält das Geschehen. Beide, Regisseur und Hauptdarsteller, haben auch schon für das Kino gedreht. Doch ihr letzter Film war ein großer Flop. So etwas verzeiht die Branche nicht. Das hier ist ihre letzte Chance.

© Jörn Klare