

Inhaltsverzeichnis

Dank	8
Einleitung	9
1 Das Festival als Förderstätte der Nationalkulturen, 1939–1968	23
1.1 Mit Hollywood gegen Hollywood	23
1.2 Das Festival als Definitionskontext von Nationalkino	33
1.3 Hollywoods Handicap auf dem diplomatischen Parkett	37
1.4 Der Kunst-versus-Kommerz-Konflikt	47
1.4.1 Der falsche Anreiz der Gratis-Visa	49
1.5 Die Interessen der US-Regierung im Kalten Krieg	51
2 Der Star als Symbiose zwischen Hollywood und Cannes	61
2.1 Stars als Mittel der Marktkontrolle	61
2.2 Cannes legitimiert sich mit Hollywoodstars	65
2.3 Der Aufstieg von Brigitte Bardot	70
2.4 Angst vor dem Skandal: Hollywood geizt mit den Stars	80
2.4.1 Das Desinteresse von Warner Bros. an Cannes: What Ever Happened to Bette Davis?	86
3 Der Auteur im kommerziellen Hollywood	92
3.1 Die Entstehung der <i>politique des auteurs</i> in den <i>Cahiers du Cinéma</i>	92
3.2 Die <i>politique</i> am Festival	98
3.2.1 Die <i>Nouvelle Vague</i> brandet in Cannes	107
3.2.2 Alfred Hitchcock: der «Vater der <i>Nouvelle Vague</i> » als Publicity-Genie	110
3.3 Kritik der Rezeptionsinstanzen	121
3.3.1 Hollywoods Hegemonialanspruch	121
3.3.2 Die amerikanische Crux mit der Jury	123
3.3.3 Filmkritiker als Spielverderber	132
3.3.4 Bevormundung durch die Programmgestalter	139

4 Die neue Eintracht dank New Hollywood, 1969–1981	148
4.1 Reform des Selektionsprozesses	148
4.1.2 Entnationalisierung durch Koproduktionen	148
4.2.2 Das Ende einer Ära: Abbruch des Festivals 1968	151
4.4 Cannes als Erfolgsstätte für Hollywood in der Krise	162
4.4.1 Der Filmmarkt	164
4.4.2 Columbias Erfolg mit <i>EASY RIDER</i>	167
4.4.3 Fox gewinnt mit <i>M*A*S*H</i> als erster Major die Goldene Palme	175
4.4.4 Warner Bros. feiert sein 50-Jahr-Jubiläum in Cannes	182
4.4.5 Künstlerische Gründe für den Erfolg	185
4.5 Was können Filme fürs Festival tun?	189
4.5.1 US-Kritiker entdecken Cannes	193
4.5.2 Hollywoods Branchenpresse	198
4.5.3 Cannes im US-Fernsehen: Träume zum Frühstück	201
4.6 Ende der transatlantischen Eintracht	206
4.6.1 Coppola reüssiert mit <i>APOCALYPSE NOW</i>	206
4.6.2 Cimino scheitert mit <i>HEAVEN'S GATE</i>	213
5 Risiken und Chancen für Blockbuster, 1975–1997	218
5.1 Cannes als vermeidbares Risiko	218
5.1.1 <i>High-concept</i> -Blockbuster verdrängen Autorenfilme, Marketing neutralisiert Kritiker	218
5.1.2 Multiplex- und MTV-Revolution	227
5.1.3 «Pictures that people in Kansas City want to see» von Paramount	232
5.1.4 Die Goldene Palme als Kunstfilm-Stigma für <i>THE MISSION</i>	236
5.2 Hollywoods Strategien zur Nutzung der Medienkonzentration	244
5.2.1 Ausser Konkurrenz, ausser Kritik	244
5.2.1.1 <i>E.T.</i> fühlt sich in Cannes zu Hause	252
5.2.2 Die <i>politique des acteurs</i>	257
5.2.2.1 Muskulöse Actionhelden	257
5.2.2.2 Arnold Schwarzenegger baut sich am Strand eine Filmkarriere auf	259
5.2.2.3 Schwarzeneggers Flop mit <i>LAST ACTION HERO</i>	263
5.2.2.4 Konsequenzen der «mit Cannes gegen Cannes»-Strategie	274
5.3 Die <i>politique des acteurs</i> des Festivals	278
5.3.1 Die <i>Montée des Marches</i>	278
5.3.2 Sharon Stone wird über Nacht zum Star	283
5.4 Die Independents erobern Cannes	293

6 Kulturelle Ausnahme versus Monokultur, 1994–2008	300
6.1 Die neue Eiszeit, 1994–2000	300
6.1.1 Hollywood schafft Hollyworld	300
6.1.2 Die Gatt-Verhandlungen	302
6.1.3 Cannes als Förderstätte kultureller Vielfalt	306
6.1.4. Keine US-Blockbuster im Wettbewerb	314
6.2 Das Festival als Startrampe, 2001–2008	318
6.2.1 Globale Massenstarts	318
6.2.2 Cannes als Einfallstor zum Weltmarkt	327
6.2.3 Veni, Vidi, «Vinci»: THE DA VINCI CODE knackt die Kritik	332
Schlusswort	343
Literatur	349
Appendix	365
Register	373