

Julia Kulbarsch-Wilke

Frauen, Politik und Action

Das Phänomen der James Bond Spielfilmreihe im Spiegel der Zeit

Eine Analyse der Filme
im Zeitraum von 1962 bis 2006

Julia Kulbarsch-Wilke

Frauen, Politik und Action - Das Phänomen der James Bond Spielfilmreihe im Spiegel der Zeit

Eine Analyse der Filme im Zeitraum von 1962 bis 2006

ISBN: 978-3-8366-2573-9

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2009

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
1. Einleitung	1
2. Das Phänomen James Bond	5
2.1 Die Geschichte Bonds - vom Roman zum Film	5
2.2 Das Erfolgsgeheimnis Bonds - ein „Rezept“	7
2.2.1 Gunbarrel- und Vortitelsequenz - Markenzeichen der Bond-Filme	8
2.2.2 Vorspann und Titelmusik	9
2.2.3 Frauen, Politik und Action - das Erfolgskonzept der Bond-Filme	11
2.2.4 Das Set Design der James Bond-Filme	15
2.3 Die Vermarktung Bonds - Merchandise und Product Placement	16
2.3.1 Product Placement in den Bond-Filmen	17
2.3.2 James Bond-Merchandise-Produkte	18
3. Einordnung der Filme in den zeithistorischen Kontext	20
3.1 Die James Bond-Filme im Fokus der 1960er Jahre	20
3.1.1 James Bond jagt Dr. No	22
3.1.2 Liebesgrüße aus Moskau, Goldfinger, Feuerball, Man lebt nur zweimal	24
3.1.3 Im Geheimdienst ihrer Majestät	29
3.2 Die James Bond-Filme im Fokus der 1970er Jahre	31
3.2.1 Diamantenfieber, Leben und sterben lassen, Der Mann mit dem goldenen Colt	33
3.2.2 Der Spion, der mich liebte, Moonraker	39
3.3 Die James Bond-Filme im Fokus der 1980er Jahre	42
3.3.1 In tödlicher Mission, Octopussy, Im Angesicht des Todes	44
3.3.2 Der Hauch des Todes, Lizenz zum Töten	50
3.4 Die James Bond-Filme im Fokus der 1990er Jahre bis 2006	54
3.4.1 GoldenEye, Der Morgen stirbt nie, Die Welt ist nicht genug	55
3.4.2 Stirb' an einem anderen Tag, Casino Royale (2006)	61

4. Die Frauen in den James Bond-Filmen	67
4.1 Grundüberlegungen zur Frauenrolle im Bondfilm	67
4.2 Die Frauen in den Nebenrollen	68
4.3 Die Frauen in den Hauptrollen	70
4.3.1 Honey Ryder	71
4.3.2 Pussy Galore und Octopussy	72
4.3.3 Tracy di Vicenco	76
4.3.4 Solitaire	78
4.3.5 Anya Amasova und Holly Goodhead	80
4.3.6 Pam Bouvier, Wai Lin und Jinx	82
4.3.7 Vesper Lynd	86
4.4 Die Gegenspielerinnen	88
4.5 Vom Chef zur Chefin: ‚M‘	96
4.6 Miss Moneypenny	99
5. Schlussbetrachtung und Ausblick	103
6. Literaturverzeichnis	106
Anhang	113

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gunbarrel-Logo	8
Abbildung 2: Atlantis	16
Abbildung 3: Daniel Craig	67
Abbildung 4: Honey Rider	71
Abbildung 5: Wai Lin Kämpft	85
Abbildung 6: Jinx	85
Abbildung 7: Jinx kämpft	86
Abbildung 8: Klebb u. Tatjana	90
Abbildung 9: May Day	91
Abbildung 10: Plakat	93
Abbildung 11: Xenia Onatopp	94
Abbildung 12: Moneypenny	100

1. Einleitung

„Ich glaube, es war genau der richtige Zeitpunkt. Bond betrat in dem Moment die Szene, als die Leute genug hatten vom Krieg, von Rationierungen, von grauen Zeiten und gebrauchten Klamotten. Und plötzlich taucht dieser Typ auf, mit guter Kleidung und schnellen Autos, der Wein trinkt und schöne Frauen um sich hat, der wie ein heißes Messer durch die Butter geht. Bond ist wie ein tägliches Überlebenspaket. Die Männer beneiden ihn um seinen Erfolg, und die Frauen möchten ihm nahe sein und von ihm verführt werden.“¹ (Sean Connery)

Sean Connery geht mit seinen Worten auf den Erfolg einer der langlebigsten Filmserien der Kinogeschichte überhaupt ein. Das Zitat verdeutlicht die Wichtigkeit und das Zeitgemäße an der fiktionalen Figur James Bond und gibt damit einen Erklärungsansatz für ihre große Popularität. In Bond subsumieren sich die Faktoren, die die Menschen zum Zeitpunkt seiner Entstehungsphase (1962) im Kino zu sehen wünschten. Dass die Bond-Filme jedoch nicht nur ein Phänomen der sechziger Jahre darstellten, sondern nach wie vor große Erfolge feiern können, resultiert aus der Wandlungsfähigkeit des Agenten bei konstantem Beibehalten eigener Markenzeichen, die einen hohen Wiedererkennungswert garantieren. Phrasen wie „Martini. Geschüttelt, nicht gerührt.“ oder „Mein Name ist Bond, James Bond.“, gehören zweifelsohne genauso dazu wie die James Bond-Titelmusik oder seine Leidenschaft für das weibliche Geschlecht. Die Bond-Filme verarbeiten aktuelle Trends und sichern sich so ihr Überleben in permanent im Umbruch begriffenen Zeiten.²

Das vorliegende Buch macht sich nun zur Aufgabe, die James Bond-Filme im Spiegel dieser Zeiten zu betrachten. Es werden hierzu alle Filme im Zeitraum von 1962 bis 2006 auf die Aspekte Frauen, Politik und Action hin untersucht werden, wobei letzterer Punkt nur marginal betrachtet werden wird. Das Erkenntnisinteresse liegt hierbei auf zwei Hauptthemen. Zum Einen stellt sich die Frage nach der Einordnung der Filme in ihren zeithistorischen Kontext. Wie viel Politisches steckt in ihnen und wie wurden sie von der Kritik aufgenommen? Diesen Fragen soll auch vor dem Hintergrund der Intention des ersten Produzenten Albert Broccoli nachgegangen werden, der den Filmen einen reinen Unterhaltungswert zuschrieb indem er sie als „good old fashioned entertainment“ und vor Allem als „not political“³ beschreibt. Zum Anderen thematisiert die Untersuchung die Rolle der Frauen in den James Bond-Filmen. Der Agent ist ebenso bekannt für seine Liebe zum weiblichen Geschlecht, wie für seinen Verschleiß desselben. Wie werden also die Bond-Girls in den Filmen repräsentiert? Sind sie tatsächlich nur die zu Dekorationszwecken dienenden Opfer männlicher Begierde oder steckt hinter ihrem Auftreten mehr als nur „die Frau als Lustobjekt“? Die Filme werden ausschließlich auf ihre für die Fragestellung relevanten Inhalte hin untersucht. Analysen von Einstellungsgrößen,

¹ Zitiert nach: Smoltczyk, Alexander: James Bond, Berlin, Hollywood. Die Welten des Ken Adam, Berlin 2002, S. 30.

² Krüger, Cord u.a.: Mythos 007. Die James-Bond-Filme im Fokus der Popkultur, Mainz 2007, S. 10.

³ Zitiert nach: Bennett, Tony/Woollacott, Janet: Bond and Beyond. The Political Career of a Popular Hero, Houndmills u.a. 1987, S. 191.

musikalischen Aspekten oder Lichteffekten hätten den Rahmen der dieser Untersuchung gesprengt und sind daher nicht enthalten.

Um der Bearbeitung der genannten Themen gerecht zu werden, müssen zunächst grundlegende Angaben zum Sujet James Bond gereicht werden. Diesen allgemeinen Einstieg in die Materie leistet Kapitel 2 der Studie. Es gibt zunächst Informationen zur Geschichte Bonds, zum Erfolgskonzept sowie zur Vermarktung der Serie. Daran schließt sich das erste Hauptkapitel an, in dem die einzelnen Filme in verschiedene politische Phasen des Kalten Krieges eingeordnet, inhaltlich beschrieben und ihrem historischen Kontext zugewiesen werden. Die Einteilung in die politischen Phasen richtet sich nach der 1993 erschienen Arbeit Lünнемanns⁴, der sämtliche bis 1989 erschienenen offiziellen⁵ James Bond-Filme in so genannte Entspannung-, Übergangs- und Konfrontationsphasen einsortiert.

Kapitel 4 beschäftigt sich dann mit der Darstellung der Frauenrolle in den Bond-Filmen. Hierzu wurden die Frauen in drei Kategorien eingeteilt. Zunächst findet sich ein Überblick über die Darstellerinnen in den Nebenrollen, anschließend sollen dann die eigentlichen Bond-Girls, also die Frauen, die bis zum Schluss mit dem Agenten zusammen sind, beschrieben werden. Es wurde in diesem Zusammenhang eine Auswahl einiger hervorstechender Charaktere getroffen, da die Analyse sämtlicher Haupt-Bond-Girls den Rahmen der Studie um ein Vielfaches sprengen würde. Im Folgenden wird dann ein Blick auf die als Gegenspielerinnen zu Bond fungierenden weiblichen Akteure geworfen. Den Abschluss des Kapitels bildet die Beschreibung der beiden Frauenfiguren, die in der Geschichte der Bond-Filme eine Sonderrolle einnehmen: die Geheimdienstchefin M (bis 1989 von einem Mann gespielt) und die Sekretärin Ms, Miss Moneypenny.

Zu allen 21 offiziellen Bond-Filmen finden sich im Anhang Sequenzprotokolle. Diese dienen dem Zweck, die Filme zitierfähig zu machen. Im Rahmen der Recherchen zu dieser Untersuchung fiel auf, dass es an einem Instrument, das diese Möglichkeit bietet, mangelt. Viele Studien zitieren die unterschiedlichsten Sequenzen bzw. Dialoge aus ihnen, geben jedoch keinen Hinweis auf die Stelle im Film, an der sich das Zitierte befindet. Durch die Erstellung der Protokolle sollte diesem Manko Abhilfe beschaffen werden. In den vorliegenden Ausführungen wird daher häufig auf den Anhang verwiesen, wenn entsprechende Zitate aus Filmszenen verwendet werden. Zu erwähnen ist hierbei, dass sich der zitierte Dialog selber nicht im Anhang befindet, sondern es sich um die Beschreibung der Sequenz, samt Minuten- und Sekundenangabe handelt, in der sich das Zitat findet.

⁴ Lünнемann, Ole: Vom Kalten Krieg bis Perestroika. James Bond - Ein Filmagent zwischen Entspannung und Konfrontation. Eine inhaltsanalytische Studie zur Reflex- und Kontrollhypothese (Beiträge zur Kommunikationstheorie Band 2), Münster 1993.

⁵ 1954 und 1966 erschienen Verfilmungen von *Casino Royale*, diese sind aber nicht von der „Bond-Produktionsfirma“ EON herausgegeben worden und zählen daher nicht zu den offiziellen James Bond-Filmen. Ebenso wie der 1983 produzierte Film *Sag niemals nie*. Diese inoffiziellen Bond-Filme werden aus diesem Grund nicht Gegenstand der Arbeit sein.

Da dieses Buch die James Bond-Spielfilmreihe als Grundlage hat, empfiehlt es sich, kurz auf den historischen und soziologischen Wert des Mediums Film, respektive des Spielfilms einzugehen. Wie bereits Kracauer in seinen (mittlerweile kontrovers diskutierten) Ausführungen zu den psychologischen Wirkungen von Spielfilmen postuliert, reflektierten populäre Filme die Mentalität einer Gesellschaft unvermittelter als andere Medien, da ihre Herstellung nicht von einem Individuum alleine abhinge, sondern da sie darüber hinaus die breite Masse ansprechen müssten. Es sei also anzunehmen, dass Spielfilme die Bedürfnisse dieser Masse zu befriedigen haben, wollten sie erfolgreich sein.⁶

Der Spielfilm dient laut Meyers als „Produkt und Faktor von Geschichtsbewusstsein“⁷ und besitzt somit „als Dokument seiner Entstehungszeit im geschichtswissenschaftlichen Sinne Quellencharakter“⁸. Filme können also dem Historiker oder Sozialwissenschaftler eine nützliche Plattform bieten, von der aus ein Blick auf die kulturellen und politischen Gegebenheiten einer Gesellschaft oder einer Zeitperiode geworfen werden kann. Die Bond-Filme ermöglichen diesen Blick auf über vierzig Jahre Zeitgeschichte und sind es daher Wert, ernst genommen zu werden. Fragte Chapman in seiner Studie zu James Bond eingangs: „Why should we take James Bond seriously?“⁹, gibt Lindner die Antwort: „[...] we can no longer afford *not* to take James Bond seriously.“¹⁰

Chapman und Lindner sind zwei Autoren, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, das Phänomen James Bond eingehender auf seine politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutungen hin zu untersuchen. Ihre empfehlenswerten Werke beziehen die Bond-Produktionen bis zu den Jahren 1999 (Chapman) bzw. 2002 (Lindner) mit in die vorliegenden Studien ein. Bei dem Werk des britischen Kulturwissenschaftlers Chapman handelt es sich um Analysen sämtlicher, bis dahin erschienener Filme, einschließlich einer Darstellung der zeitgenössischen Kritik. Der von Lindner herausgegebene Band setzt sich aus vielfältigen Aufsätzen zur Materie zusammen, die nahezu jeden Aspekt des Phänomens Bond behandeln, einschließlich der Bedeutung der Romane. Eine Arbeit, die sich ausschließlich mit den Bond-Girls und ihrer Einordnung in Zeitperioden beschäftigt, sowie Interviews mit den Darstellerinnen beinhaltet, ist das 2003 erschienene Buch „Bond girls are forever“¹¹. Verfasst wurde es von John Cork und der Darstellerin des ehemaligen Bond-Girls aus *Der Hauch des Todes*¹², Maryam d’Abo. Ebenfalls von Cork stammt die 2002 zum 40-jährigen

⁶ Kracauer, Siegfried: Von Caligari zu Hitler. Eine psychologische Studie des deutschen Films (suhrkamp taschenbuch, wissenschaft 479), Frankfurt a.M. 4. Aufl., 1999, S. 11.

⁷ Meyers, Peter: Film im Geschichtsunterricht. Realitätsprojektionen in deutschen Dokumentar- und Spielfilmen von der NS-Zeit bis zur Bundesrepublik. Geschichtsdidaktische und unterrichtspraktische Überlegungen (Geschichte lehren und lernen, Schriftenreihe für Forschung und Unterricht 7318), Frankfurt a.M. 1998, S. 39.

⁸ Ebd., S. 38.

⁹ Chapman, James: Licence to thrill. A Cultural History of the James Bond Films, New York 2000, S. 1.

¹⁰ Lindner, Christoph (Hrsg.): The James Bond phenomenon. A critical reader, Manchester und New York 2003, S. 9.

¹¹ Cork, John/d’Abo Maryam: Bond girls are forever. The women of James Bond, London 2003.

¹² The Living Daylights (Der Hauch des Todes), GB 1987, Regie: John Glen, 125 Min.

Jubiläum der Filmreihe erschienene, anzuratende, reich bebilderte Studie zur „Legende von 007“¹³.

Auch deutsche Autoren beschäftigen sich mit der Thematik. So der Bond-Experte Siegfried Tesche, der mit seinem 2006 herausgegebenem Werk „James Bond. Top Secrets“¹⁴ einen aktuellen Überblick über die Romane, die Filme, die Autos, die Darsteller und Anekdoten bietet. Der auf wissenschaftlichem Standard basierende Band „Mythos 007“, herausgegeben 2007 von Cord Krüger, Georg Mannsperger und Anderen, stellt eine ausführliche Aufsatzsammlung dar, die die „James Bond-Filme im Fokus der Popkultur“¹⁵ beleuchtet. Bereits 2003 beschäftigte sich Mannsperger im Rahmen seiner Dissertation mit dem seriellen Charakter der James Bond-Filme¹⁶. Auch diese Arbeit gibt einen Überblick über die verschiedenen Aspekte der Filmreihe, leider wirkt sie an einigen Stellen schlecht recherchiert. So deutet Mannsperger den Film *Liebesgrüße aus Moskau* völlig falsch¹⁷ und gibt darüber hinaus selten Belege für seine aufgestellten Behauptungen.

Die Literaturlage ist im Allgemeinen besser als zunächst erwartet, wobei es in der Natur der Sache liegt, dass die wissenschaftliche Forschung in diesem Bereich hauptsächlich (noch) im angelsächsischen Sprachraum angesiedelt ist, während das Thema im deutschsprachigen Raum hauptsächlich populärwissenschaftlich behandelt wird. Mehr und mehr nähert man sich in unserem Sprachraum nun auch auf wissenschaftlicher Ebene dem Phänomen Bond, dessen Themenbereich jedoch noch längst nicht ausgeschöpft ist. Diesem Mangel ein wenig abzuhelpen soll die vorliegende Studie dienen.

¹³ Cork, John/Scivally, Bruce: James Bond. Die Legende von 007, Bern München Wien 2002.

¹⁴ Tesche, Siegfried: James Bond - top secrets. Die Welt des 007, Leipzig 2006.

¹⁵ Krüger, u. a. (Hrsg): Mainz 2007.

¹⁶ Mannsperger, Georg: „James Bond will return“: Der serielle Charakter der James Bond-Filme. Wiederkehrende Elemente in 40 Jahren Action-Kino, Diss. Mainz 2003, <http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=96871501x&dok_ext=pdf&filename=96871501x.pdf>, Zugriff: 13.06.2007.

¹⁷ Den Hauptinhalt des Films sieht er in dem Versuch Blofelds, James Bond gesellschaftlich zu ruinieren (vgl. Mannsperger 2003, S. 231), tatsächlich sollen jedoch die Sowjetunion und Großbritannien gegeneinander ausgespielt werden (vgl. Anhang 2, Sq. 4.2).

2. Das Phänomen James Bond

2.1 Die Geschichte Bonds - vom Roman zum Film

Etwa zehn Jahre bevor die James Bond-Filme ihre großen Erfolge feierten, wurde der erste James Bond-Roman ‚Casino Royale‘ 1953 auf dem Buchmarkt veröffentlicht.¹⁸ Eher zufällig entstand die Figur des Agenten mit der Codenummer 007, wie ihr Erfinder und Autor Ian Fleming, bemerkte:

„Ich hatte mich dazu entschlossen zu heiraten. Aber die Idee mein Junggesellenleben aufzugeben, machte mich nervös. Um mich abzulenken, begann ich zu schreiben. So entstand James Bond.“¹⁹

Ursprünglich nicht von schriftstellerischen Ambitionen geleitet, sorgte Fleming mit seinen Romanen und den daraus resultierenden späteren Verfilmungen dafür, dass sich ein neuer Mythos der Popkultur etablieren konnte. Im Folgenden soll zunächst in wenigen Sätzen ein kurzer Einblick in das Leben des Mannes hinter der bekannten Filmfigur James Bond gegeben werden, um anschließend näher auf den Weg vom Buch zum Film einzugehen.

Der am 28. Mai 1908 als einer von vier Brüdern geborene Ian Lancaster Fleming, wollte nach einer strengen Ausbildung in Eton zunächst die Diplomatenlaufbahn einschlagen, studierte dann Psychologie und arbeitete von 1929 bis 1933 als Journalist für die Nachrichtenagentur Reuters. Bis 1939 verdiente er sein Geld bei verschiedenen Börsenmaklerfirmen um anschließend dem Marinenegeheimdienstchef John A. Godfrey als persönlicher Assistent unterstellt zu werden. Gemeinsam mit Godfrey baute Fleming einen eigenen Nachrichtendienst auf, bei dem er bis zum Commander befördert wurde. Hier organisierte er während des Zweiten Weltkriegs verschiedene Geheimaktionen, die darauf abzielten, Codes oder geheime Ausrüstungen hinter feindlichen Linien sicherzustellen. So kam Fleming zum ersten Mal in Kontakt mit der Geheimdienstarbeit, was sich auch in seinen späteren Romanen widerspiegeln sollte.²⁰

Am Ende des Zweiten Weltkriegs kehrte Fleming zurück zur journalistischen Arbeit und leitete bis 1959 das Auslandsressort des Kemsley-Zeitungskonzerns. Mit zunehmendem Erfolg als Schriftsteller schränkte er diese Arbeit jedoch ein. 1952 heiratete Ian Fleming und erlebte im gleichen Jahr die Geburt seines Sohnes Caspar. Neun Jahre später, 1961 erlitt Fleming seinen ersten Herzanfall, von dem er sich nie ganz erholen sollte. Er starb am 12. August 1964 nach einer weiteren Herzattacke im Alter von 56 Jahren.²¹

Wie bereits erwähnt erschien 1953 ‚Casino Royale‘ - mit zunächst mäßigem Erfolg. Laut Kocian war der Autor selber nicht mit seiner Leistung zufrieden und

¹⁸ Walter, Klaus-Peter: Das James-Bond-Buch. Von „Dr. No“ bis „GoldenEye“, Frankfurt a.M. - Berlin 1998, S. 11.

¹⁹ Ian Flemming, zitiert nach: Tesche 2006, S. 17.

²⁰ Walter 1998, S. 10f.

²¹ Tesche 2006, S. 14ff.

sehr erstaunt, dass sich sein Werk im ersten Jahr immerhin 7000 Mal verkaufte.²² Die Intention der Romane war weder belehrender noch zu Heldentaten auffordernder Natur. Fleming wollte einfache Unterhaltung schaffen, die sich weder an ideellen noch altruistischen Maßstäben orientieren sollte. Er selber schrieb dazu in einem Artikel von 1963:

*„My books are not ‚engaged‘. I have no message for suffering humanity [...]. My opuscula do not aim at changing people or making them go out and do something. [...] They are written for warm-blooded heterosexuals in railway trains, airplanes or beds.“*²³

Den Namen für seinen Titelhelden, der möglichst langweilig klingen sollte, entnahm Fleming dem Einband eines in seinem Regal stehenden Buch zum Thema Vogelkunde. Der Verfasser des Werkes ‚Birds of the West Indies‘ war ein gewisser James Bond und fungierte fortan als Namensgeber für den Agenten 007.²⁴ Weitere Bücher erschienen in den folgenden Jahren und bis zu seinem Tod sollte Fleming 12 Romane und neun Kurzgeschichtenbände veröffentlicht haben. Als Anfang der sechziger Jahre der amerikanische Präsident John F. Kennedys Flemings Roman ‚Liebesgrüße aus Moskau‘ als eines seiner Lieblingsbücher bezeichnete, kamen die Bond-Romane zu unverhofftem Ruhm.²⁵ Nach Flemings Ableben übernahmen andere Autoren, wie Kingsley Amis oder John Gardner, die mit seiner Arbeit vertraut waren, den Part des James-Bond-Autoren.²⁶

Betrachtet man die biografischen Aspekte Flemings, so fallen relativ schnell Charaktereigenschaften, aber auch lebensgeschichtliche Übereinstimmungen zu James Bond auf. Dennoch wäre es falsch zu behaupten, beide seien ein und dieselbe Person. So stimmt es zwar, dass Fleming einen Teil der Abenteuer, die Bond erlebt, teilweise aus eigenen Erfahrungen zusammensetzte, da ihm die Geheimdienstarbeit durch seine Tätigkeit gut bekannt war. Auch Frauen, Alkohol und Zigaretten schätzen sowohl Fleming als auch Bond. Ähnlich verhält es sich mit gutem Essen und Trinken sowie Luxusgütern, wie teuren Uhren oder schnellen Autos. Dennoch schrieb ein guter Freund Flemings im Jahre 1965 über etwaige Gemeinsamkeiten, dass zwar „etwas flemingartiges in Bond“ sein möge, er aber „nie viel Bond in Fleming“ gesehen habe, „der sehr viel beunruhigender war“.²⁷

Bereits in den 50er Jahren gab es Ansätze, die Romane um James Bond zu verfilmen. 1954 erschien dann die amerikanische Fernsehverfilmung von Flemings erstem Roman, ‚Casino Royale‘, rief jedoch nur ein mäßiges Echo beim Publikum hervor. Weitere Überlegungen, eine James Bond-Serie zu verwirklichen, wurden somit zunächst begraben. Erst Anfang der 60er Jahre, als sich die Bü-

²² Kocian, Erich: Die James Bond Filme (Heyne Filmbibliothek Nr. 32/44), München 6. Aufl. 1991, S. 10.

²³ Ian Fleming zitiert nach: Chapman 2000, S. 1.

²⁴ Helbig, Jörg: Geschichte des britischen Films, Stuttgart, Weimar 1999, S. 167.

²⁵ Ebd., S. 169.

²⁶ Eine Liste aller Romane und Kurzgeschichtenbände mit entsprechenden deutschen Titeln findet sich bei: Hobsch, Manfred/Morgenstern, Dany: James Bond XXL. Das weltweit umfangreichste 007-Nachschlagewerk. Band 2: L-Z, Berlin 2006, S. 380f.

²⁷ William Plomer zitiert nach: Tesche 2006, S.20.

cher auf einem stabilem Verkaufsniveau befanden, entstanden neue Pläne für eine Verfilmung. Die Produzenten Albert R. Broccoli und Harry Saltzman²⁸, der bereits sämtliche Filmrechte außer von ‚Casino Royale‘ und ‚Feuerball‘ erworben hatte, lernten sich 1961 kennen. Sie gründeten die Firma Eon-Productions, schlossen einen Vertrag mit der Verleih-Firma United Artists und starteten die Arbeit an der Verfilmung von Flemings sechstem Roman, ‚James Bond jagt Dr. No‘ mit dem damals noch unbekannten Sean Connery in der Hauptrolle.²⁹

Dieser erste James Bond-Film fand wesentlich besseren Anklang beim Publikum als der acht Jahre zuvor gedrehte *Casino Royale*, was dazu führte, dass alleine in den USA das Sechsfache der Produktionskosten wieder eingespielt wurde.³⁰ James Bond schien den Zeitgeist getroffen zu haben und entwickelte sich in den folgenden Jahren zu einer der erfolgreichsten Filmserien überhaupt. Warum die Filme eine so durchschlagende Erfolgsserie verbuchen können und was die Einzigartigkeit der Produktionen ausmacht, wird nachfolgend Gegenstand sein.

2.2 Das Erfolgsgeheimnis Bonds - ein „Rezept“

Möchte man den Erfolg der James Bond-Filme verstehen, reicht es nicht aus, eine spannende oder interessante Handlung, bekannte Schauspieler oder berühmte Regisseure als einzige Argumente anzuführen. Diese Vorzüge können sich viele Filmproduktionen auf ihre Fahnen schreiben die erfolgreich in den Kinos gelaufen sind, die aber dennoch nicht mit dem seriellen Charakter Bonds und vor allem dem kontinuierlichen Erfolg seit nun über 40 Jahren gleichziehen können.

Die Bond-Filme müssen darüberhinaus mit anderen Bestandteilen aufwarten können, die ihren Erfolg mitbegründen und unterstreichen. Diese in jedem Film enthaltenen Elemente sorgen mit der Zeit für einen hohen Wiedererkennungswert beim Publikum und setzen die Produktion in einen einheitlichen Rahmen. Auch viele TV-Serien arbeiten mit diesem Mittel der Wiedererkennung. In der Regel beschränkt es sich auf eine bestimmte Titelmelodie, die immer dieselbe ist. Manche Serien, wie z.B. *Star Trek* arbeiten zusätzlich mit einer vor dem Vorspann geschalteten ersten Sequenz um in die Filmhandlung einzuführen und den Fernsehzuschauer vom Programmwechsel abzuhalten.³¹

In den James Bond-Filmen sind gleich mehrere Methoden vereint, die über den Inhalt hinaus gehend, die Filme zu dem machen, was sie sind. Neben einem Logo mit immer gleicher musikalischer Untermalung, das in jeder der offiziell-

²⁸ 1975 verkaufte Saltzman seine Anteile an James Bond. Broccolis Co-Produzent wurde Michael G. Wilson. Seit 1986 ist als weitere Produzentin Broccolis Tochter Barbara für Bond zuständig.

²⁹ Faulstich, Werner/Strobel, Ricarda: Innovation und Schema. Medienästhetische Untersuchungen zu den Bestsellern „James Bond“, „Airport“, „Und Jimmy ging zum Regenbogen“, „Love Story“ und „Der Pate“ (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München Band 20), Wiesbaden 1987, S. 14ff.

³⁰ Tesche 2006, S. 117.

³¹ Mannsberger 2003, S. 198.

len Filmproduktionen auftaucht, finden sich in ihnen die erwähnten Sequenzen vor dem eigentlichen Beginn des Films sowie weitere Markenzeichen, an denen der Kinobesucher sofort einen James Bond Film erkennt. Letztlich sorgen ein in der Regel bei jedem Film gleicher Aufbau sowie wiederkehrende Bestandteile dafür, dass Verwechslungen mit anderen Produktionen nahezu ausgeschlossen sind. Ein „Rezept“ für einen James Bond-Film gibt es also, wie die folgenden Kapitel aufzeigen werden.

2.2.1 Gunbarrel- und Vortitelsequenz - Markenzeichen der Bond-Filme



Abbildung 1 Gunbarrel-Logo³²

Zwei Lichtpunkte wandern über die Leinwand und gehen allmählich in einen Pistolengang über. Der Zuschauer blickt durch diesen Lauf und sieht einen Mann durch das Bild gehen, der im letzten Augenblick plötzlich eine Waffe zieht und auf den Betrachter feuert. Blut rinnt von oben nach unten über die Leinwand (Abbildung 1). Dazu ertönt eine eingängige Melodie: Dies ist die sogenannte „Gunbarrelsequenz“³³, mit der bereits seit *James Bond jagt Dr. No*³⁴ aus dem Jahre 1962 jeder James Bond-Film eröffnet wird. Einzige Ausnahmen sind die beiden inoffiziellen Bond-Filme, *Casino Royale* von 1954 und 1966 sowie *Sag niemals nie* von 1983, also die, die nicht von Eon produziert wurden. Auch der aktuelle Film *Casino Royale* von 2006 beginnt nicht mit dieser Sequenz und beinhaltet sie stattdessen unmittelbar vor dem eigentlichen Vorspann.

Auf das Gunbarrel-Logo folgt, außer bei *James Bond jagt Dr. No* (bei dem auf das Logo direkt der Vorspann folgt) und *Casino Royale*³⁵ von 2006, seit *Liebesgrüße aus Moskau*³⁶ eine Sequenz, die der eigentlichen Filmhandlung vorgeschaltet ist. Bei insgesamt zehn aller bisher produzierten Filme hat diese sogenannte ‚Vortitelsequenz‘ nichts oder nur sehr wenig mit der eigentlichen Handlung gemein, was im Rückschluss bedeutet, dass der Zuschauer bei zehn Filmen bereits noch vor dem Titel mit dem Plot vertraut gemacht wird.³⁷ Eine mögliche Regelmäßigkeit ist hierbei nicht zu erkennen - in allen Jahrzehnten und bei allen Darstellern hat es Filme mit einer zur Handlung gehörenden Vortitelsequenz gegeben, genauso wie Vortitelsequenzen ohne inhaltlichen Bezug zum Film. Einzige Ausnahme bilden hier die Filme mit Pierce Brosnan - in zweien hat die Vortitel-

Auf das Gunbarrel-Logo folgt, außer bei *James Bond jagt Dr. No* (bei dem auf das Logo direkt der Vorspann folgt) und *Casino Royale*³⁵ von 2006, seit *Liebesgrüße aus Moskau*³⁶ eine Sequenz, die der eigentlichen Filmhandlung vorgeschaltet ist. Bei insgesamt zehn aller bisher produzierten Filme hat diese sogenannte ‚Vortitelsequenz‘ nichts oder nur sehr wenig mit der eigentlichen Handlung gemein, was im Rückschluss bedeutet, dass der Zuschauer bei zehn Filmen bereits noch vor dem Titel mit dem Plot vertraut gemacht wird.³⁷ Eine mögliche Regelmäßigkeit ist hierbei nicht zu erkennen - in allen Jahrzehnten und bei allen Darstellern hat es Filme mit einer zur Handlung gehörenden Vortitelsequenz gegeben, genauso wie Vortitelsequenzen ohne inhaltlichen Bezug zum Film. Einzige Ausnahme bilden hier die Filme mit Pierce Brosnan - in zweien hat die Vortitel-

³² aus: <<http://cinetext.philo.at/magazine/images/gunbarrel.png>> Zugriff: 20.01.2008

³³ Abgeleitet vom englischen Wort für Pistolengang (also Gunbarrel).

³⁴ Dr. No (James Bond jagt Dr. No), GB 1962, Regie: Terence Young, 105 Min.

³⁵ Casino Royale (Casino Royale), GB/CZ/D/USA 2006, Regie: Martin Campbell, 139 Min.

³⁶ From Russia With Love (Liebesgrüße aus Moskau), GB 1963, Regie: Terence Young, 110 Min.

³⁷ Die Filme, bei denen kein Zusammenhang zwischen Vortitelsequenz und Inhalt besteht, sind: Goldfinger, Feuerball, In tödlicher Mission, Octopussy und Casino Royale; Siehe hierzu auch die Sequenzprotokolle im Anhang (S. 123, S. 156, S. 160 und S. 193).

sequenz direkten Bezug zum Film³⁸, in den anderen beiden einen immerhin geringen³⁹.

Die Vortitelsequenzen folgen offensichtlich keinem durchgängigen dramaturgischen Muster. Mal dienen sie, wie bereits erwähnt, dem Einstieg in die Filmhandlung, ein anderes Mal erzählen sie den Abschluss eines Bond-Abenteuers, das nie auf der Leinwand zu sehen war. Dennoch verfolgen sie ein ganz bestimmtes Ziel: Der Zuschauer soll unmittelbar in den Film involviert werden. Er sieht zunächst das Gunbarrel-Logo um dann sofort in eine spannende Handlung einbezogen zu werden. Es ist sehr schnell klar: hierbei handelt es sich um einen James Bond-Film.⁴⁰

Länge und Machart der Vortitelsequenzen unterscheiden sich ebenfalls von Film zu Film, wobei sich die Dauer der Sequenzen mit dem Älterwerden der Serie verlängert. Ist die erste Vortitelszene in *Liebesgrüße aus Moskau* (von 1963) lediglich ca. 2 Minuten 40 lang⁴¹, dauert die von *Der Spion der mich liebte*⁴² (von 1976) etwa sieben Minuten⁴³. Die längste Vortitelsequenz findet sich in *Die Welt ist nicht genug*⁴⁴ aus dem Jahre 1999 und füllt fast eine viertel Stunde aus⁴⁵.

Waren die Vortitelsequenzen bis in die Mitte der 70er Jahre eher dadurch geprägt, dass weniger die Action-Elemente denn die Handlung im Vordergrund stand, wandelte sich die Machart der Sequenzen Ende der 70er Jahre um 180 Grad. Die action- und explosionsgeladene Vortitelsequenz von *Der Spion der mich liebte* (James Bond wird hier von russischen Agenten auf Skiern verfolgt, springt einen Abhang hinunter und öffnet einen Fallschirm, der den Union Jack trägt)⁴⁶ läutete einen Trend ein, der in *Stirb an einem anderen Tag*⁴⁷ seinen Höhepunkt erreichte. Die Stunts wurden gefährlicher, die Explosionen größer und der Einsatz von computergenerierten Szenen stieg. Die Gründe für diese Entwicklung sind zum Einen in den stetig verbesserten technischen Möglichkeiten der Filmemacher zu sehen, zum Anderen in dem mit der Zeit wachsenden Anspruch der Zuschauer, die eine gewisse Erwartung an die Filme haben, welche erfüllt werden will.⁴⁸

2.2.2 Vorspann und Titelmusik

Ein weiteres wichtiges Element, das spätestens seit dem zweiten Bond-Film *Liebesgrüße aus Moskau* die Serie unverwechselbar macht und im Zusammenspiel

³⁸ Die Welt ist nicht genug, *Stirb' an einem anderen Tag*. (Anhang: S. 185 und S. 189).

³⁹ *GoldenEye*, *Der Morgen stirbt nie* (Anhang: S. 177 und S. S. 181).

⁴⁰ Mannsberger 2003, S.198ff.

⁴¹ Anhang: S. 120, Sq. 2.

⁴² *The Spy Who Loved Me* (*Der Spion, der mich liebte*), GB 1977, Regie: Lewis Gilbert, 120 Min.

⁴³ Anhang 10, Sq. 2.

⁴⁴ *The World Is Not Enough* (*Die Welt ist nicht genug*), GB 1999, Regie: Michael Apted, 123 Min.

⁴⁵ Anhang 19, Sq. 2.

⁴⁶ Anhang 10, Sq. 2.6.

⁴⁷ *Die Another Day* (*Stirb' an einem anderen Tag*), GB 2002, Regie: Lee Tamahory, 127 Min.

⁴⁸ Mannsberger 2003, S. 201ff.

mit der Gunbarrel- und Vortitelsequenz ein weiteres Markenzeichen darstellt, ist der Vorspann, verbunden mit einer eigens hierfür komponierten Titelmusik, interpretiert in der Regel von weltweit bekannten Künstlern, wie etwa Tom Jones (*Feuerball*⁴⁹), Louis Armstrong (*Im Geheimdienst ihrer Majestät*⁵⁰), Paul McCartney (*Leben und sterben lassen*⁵¹), Duran Duran (*Im Angesicht des Todes*⁵²), A-HA (*Der Hauch des Todes*), Tina Turner (*GoldenEye*⁵³) oder Madonna (*Stirb an einem anderen Tag*).⁵⁴ Die einzige Ausnahme bildet hierbei *James Bond jagt Dr. No*, dessen Vorspann zunächst vom James Bond-Thema⁵⁵, dann von einem Zwischenarrangement und schließlich von einem dritten Song begleitet wird.⁵⁶

Verantwortlich für die Titelsequenzen bis einschließlich *Lizenz zum Töten*⁵⁷ zeichnet der 1925 geborene Maurice Binder, lediglich unterbrochen von zwei durch den Grafik-Designer Robert Brownjohn entworfenen Titelsequenzen zu *Liebesgrüße aus Moskau* und *Goldfinger*.⁵⁸ Seit *GoldenEye* ist Danny Kleinman für die Gestaltung der Titelsequenzen zuständig.

Charakteristisch ist die Verwendung von als Phallussymbolen fungierenden Waffen sowie der Einsatz von Frauenkörpern, die andeutungsweise nackt, erotisch anmutende Tanzbewegungen vollführen. Sowohl Binder, als auch Brownjohn und Kleinman arbeiten mit ästhetisch eingearbeiteten Farb- und Lichteffekten, so dass der Eindruck eines eigenständigen Kunstwerkes entsteht. Gleichzeitig wird die Handlung des Films in einigen Bereichen des Vorspanns aufgegriffen und durch den Einsatz entsprechender Symbole (Diamanten als Halskette einer Frau, die ein Netzwerk aus Satelliten symbolisieren sollen, in *Der Morgen stirbt nie*⁵⁹ oder Spielkarten in *Casino Royale*⁶⁰) verstärkt. Im letzten Brosnan Film, *Stirb an einem anderen Tag* ist ein Teil der Handlung, die sich zwischen der Vortitelsequenz und dem Hauptfilm abspielt (dazwischen liegen 14 Monate), geschickt in den Vorspann integriert. Der Zuschauer ist anschließend über die Tatsache informiert, dass James Bond schwer gefoltert wurde, ohne

⁴⁹ Thunderball (Feuerball), GB 1965, Regie: Terence Young, 125 Min.

⁵⁰ On Her Majesty's Secret Service (Im Geheimdienst ihrer Majestät, GB 1969, Regie: Peter Hunt, 136 Min.

⁵¹ Live And Let Die (Leben und sterben lassen), GB 1973, Regie: Guy Hamilton, 121 Min.

⁵² A View To A Kill (Im Angesicht des Todes), GB 1985, Regie: John Glen, 126 Min.

⁵³ GoldenEye (GoldenEye), GB 1995, Regie: Martin Campbell, 129 Min.

⁵⁴ Eine Liste der Filmmusik-Interpreten findet sich in: Tesche, Siegfried: „Mr. Kiss Kiss Bang Bang“. Die Geschichte der James-Bond-Filmmusiken, Mainz 2006.

⁵⁵ Das James Bond-Thema wurde komponiert von dem Briten Monty Norman und arrangiert von John Barry. Es taucht in allen offiziellen Bond-Filmen in den verschiedensten musikalischen Variationen auf und ist ähnlich wie das Indiana Jones-Thema, die Melodie von *Spiel mir das Lied vom Tod* oder die Titelmelodie der TV-Serie *Die Simpsons* im allgemeinen popkulturellen Gedächtnis verankert. Nähere Informationen, auch zur gesamten Filmmusik der James Bond-Filme finden sich in: Rauscher, Andreas: Sounds of 007. Scores und Songs der James Bond-Filme, in: Krüger, u. a. (Hrsg.) 2007, S. 181 - 197.

⁵⁶ Anhang 1, Sq. 1.

⁵⁷ Licence To Kill (Lizenz zum Töten), GB 1989, Regie: John Glen, 133 Min.

⁵⁸ Mannsperger, S. 207 und S. 213.

⁵⁹ Anhang 18, Sq. 3.

⁶⁰ Anhang 21, Sq. 2.

dass dieses am Beginn des Hauptteils vom Film noch einmal erwähnt werden muss.⁶¹

Erst wenn der kreativ gestaltete Vorspann beendet ist, beginnt das eigentliche Abenteuer Bonds. Spätestens hier zeigt sich, dass die Filmserie aus einem gut funktionierenden Cocktail aus Frauen, Politik und Action zusammengesetzt ist, der in den nächsten Ausführungen näher zur Sprache kommen soll.

2.2.3 Frauen, Politik und Action - das Erfolgskonzept der Bond-Filme

Die bereits in *James Bond jagt Dr. No* fest integrierten, in abgewandelter Reihenfolge und mit variierenden Häufigkeiten auftretenden Bestandteile eines jeden James Bond-Films lassen sich folgendermaßen beschreiben⁶²:

1. Bonds Auftrag

James Bond erhält von seinem Vorgesetzten M den Befehl, einen neuen Auftrag auszuführen. Dies geschieht in der Regel im Büro des Geheimdienstchefs, wobei Bond meistens unmittelbar bevor er Ms Büro betritt oder nachdem er seinen Auftrag erhalten hat, einen Flirt mit der Vorzimmerdame Moneypenny ableistet. Nicht in jedem Film kommt Bond jedoch in Ms Büro. In *Der Spion, der mich liebte* erhält er beispielsweise seinen Auftrag von M auf einem Schiff der britischen Marine⁶³ und in *Leben und sterben lassen* erscheinen M und Moneypenny sogar am frühen Morgen bei James Bond zu Hause und klingeln ihn (und eine hübsche Frau) aus dem Bett um Bond in einen dringenden Fall einzuweisen.⁶⁴

2. Neue Ausrüstung

Der Chef der Abteilung für neuartige technische Erfindungen Q, stattet 007 mit für die Mission hilfreichen Ausrüstungsgegenständen aus. In *James Bond jagt Dr. No* erhält Bond lediglich eine neue Waffe und die Bezeichnung ‚Q‘ für den Waffenmeister Major Bothroyd ist ebenfalls noch nicht geboren.⁶⁵ Am wohl bekanntesten sind die mit allen möglichen Raffinessen ausgestatteten Autos, wie der Aston Martin mit Schleudersitz (*Goldfinger*⁶⁶), ein als Amphibienfahrzeug umgebauter Lotus Esprit (*Der Spion, der mich liebte*) oder der Aston Martin mit der Fähigkeit, unsichtbar zu werden. (*Stirb an einem anderen Tag*). Offenbar wurden durch die Abteilung Qs auch reale Geheimdienste inspiriert, wie der

⁶¹ Anhang 20, Sq. 3.

⁶² Tesche spricht in diesem Zusammenhang von einer „Film-Formel“, die er in 14 Bestandteile zerlegt, wobei die Intention verfolgt wird, die Filme einem Schema, dem eine bestimmte Reihenfolge zu Grunde liegt, unterzuordnen. Hier sollen jedoch nur die Punkte dargelegt werden, die wiederkehrend in den Filmen auftauchen, ohne dass die Reihenfolge von Bedeutung ist. Siehe hierzu auch: Tesche 2006, S. 326f.

⁶³ Anhang 10, Sq. 4.

⁶⁴ Anhang 8, Sq. 4.

⁶⁵ Anhang 1, Sq. 4.1; im Film *Der Spion, der mich liebte* erfährt der Zuschauer in Sequenz 11.1, dass Qs wirklicher Name und Titel Major Bothroyd ist. Anhang 10, Sq. 11.1.

⁶⁶ *Goldfinger* (*Goldfinger*), GB 1964, Regie: Guy Hamilton, 105 Min.

ehemalige KGB Offizier Oleg Gordievsky einer englischen TV-Sendung mitteilte:

„[...]Da die Technologie im Westen [...] ihrer Meinung [gemeint sind KGB-Offiziere] nach schon soweit entwickelt war, entstand die Auffassung, dass man möglicherweise einige dieser Dinge tatsächlich produzieren kann. Dieser Impuls stimulierte die technische Abteilung des KGB in Moskau mehr und mehr intelligente Produkte zu konstruieren. [...]“⁶⁷

3. Handlungsorte

James Bond reist sehr viel. In jedem Film mindestens ein Mal, wobei der erste Reiseantritt in der Regel im Anschluss an das Erteilen Bonds neuer Aufgabe erfolgt. Hauptsächlich handelt es sich bei den Zielen um exotische Plätze und Länder. Oftmals sieht man ein Flugzeug mit Bond im Landeanflug, Bond an einer Landesgrenze, oder wie er sich in seinem Hotelzimmer einrichtet. In *James Bond jagt Dr. No* befindet sich Bonds Wirkungsstätte lediglich auf Jamaika⁶⁸, während er in *Moonraker*⁶⁹ zunächst in Kalifornien, Italien, dann Brasilien und schließlich im Weltraum ermittelt.⁷⁰

4. Frauen

Jeder James Bond-Film hält (mindestens) eine Frau für den Agenten bereit. Diese trifft er in der Regel am Ausgangsort seiner Ermittlungen, oftmals hat er aber auch schon vor seinem neuen Auftrag Kontakt zu weiblichen Personen, wie in *Goldfinger*, wo man Bond zunächst am Pool mit einer jungen Frau⁷¹ sieht und anschließend im Hotelzimmer, während er sich mit der Gespielin der Gegenseite vergnügt.⁷² Die Frau, die sich ca. in der Mitte des Films als Haupt-Bond-Girl herausstellt (also als die weibliche Person, mit der James Bond bis zum Schluss zusammenbleibt), weicht darüberhinaus in den meisten Filmen nicht von seiner Seite. Selbst in den gefährlichsten Situationen ist das Bond-Girl dabei und folgt entweder 007 nur oder beteiligt sich aktiv an seinen Ermittlungen. Dieses Verhalten ist je nach Frauen-Typ verschieden. Näher darauf eingegangen wird im Verlauf der Arbeit ab Kapitel 4.

5. Gegenspieler

In allen Filmen bekommt es James Bond mit gefährlichen Gegnern zu tun, deren Motive jedoch ganz unterschiedlicher Natur, jedoch so angelegt sind, dass sie in das aktuelle Zeitgeschehen einzuordnen sind und die politische Lage erkennbar wird. Mannsperger unterscheidet hier drei verschiedene Arten von

⁶⁷ Zitiert nach: Tesche 2006, S. 381.

⁶⁸ Anhang 1

⁶⁹ Moonraker (Moonraker - Streng geheim), GB/F 1979, Regie: Lewis Gilbert 122 Min.

⁷⁰ Anhang 11.

⁷¹ Anhang 3, Sq. 4.1.

⁷² Anhang 3, Sq. 4.3 .

Bösen. Diese teilt er ein in die „Weltbeherrscher“⁷³, „Monopolisten“⁷⁴ und schließlich die „Individual Verbrecher“⁷⁵ ein.

Der wohl bis heute klassischste Bond-Gegenspieler, der wie kein anderer den Gegner James Bonds verkörpert, ist Ernst Stavro Blofeld. In insgesamt fünf der ersten sieben Filme ist er direkter Gegenstand der Ermittlungen, im ersten 007-Abenteuer wird bereits die Verbrecherorganisation (SPECTRE, im der deutschen Übersetzung ‚Phantom‘) deren Vorstand er ist, genannt.⁷⁶ Erst 1981 mit *In tödlicher Mission*⁷⁷ verschwindet Blofeld aus der Welt des 007, als James Bond ihn endgültig tötet.⁷⁸ Seine primären Ziele bestehen darin, einen dritten Weltkrieg auszulösen (*Liebesgrüße aus Moskau, Man lebt nur zweimal*⁷⁹), die großen Regierungen zu erpressen (*Feuerball, Diamantenfieber*⁸⁰) oder die Welt mit einem Unfruchtbarkeitsvirus zu verseuchen (*Im Geheimdienst ihrer Majestät*). Auch die anderen „Weltbeherrscher“ verfolgen solche Intentionen. Largo ist in *Feuerball* der Handlanger Blofelds, Stromberg plant die Errichtung von unter-Wasser-Städten (*Der Spion, der mich liebte*), Orlov hofft, eine einseitige Abrüstung im Westen herbeiführen zu können damit Russland zur Weltmacht Nr. 1 mit ihm an der Spitze avancieren kann (*Octopussy*⁸¹) und Drax möchte die Menschheit vernichten um im All eine neue Rasse Mensch zu züchten (*Moonraker*).

Klassische „Monopolisten“ sind u.a. Max Zorin, der in *Im Angesicht des Todes* die Vernichtung Silicon Valleys plant, um seine eigenen Mikrochips auf dem internationalen Markt als Monopolist verkaufen zu können und Elliot Carver, der durch die Inszenierung eines Krieges zwischen Großbritannien und China ein Medienmonopol in China errichten möchte. In *Leben und sterben lassen* ist es Kananga, der einen Heroin-Massenmarkt durch kostenloses Verteilen von Drogen zu schaffen versucht.

Ähnlich wie die „Monopolisten“ sind auch die „Individual-Verbrecher“ bestrebt, ihren persönlichen Reichtum zu vergrößern, gefährden dabei jedoch nicht die Menschheit oder einen ganzen Wirtschaftszweig in solch einem Ausmaße. So plant der Drogenbaron Sanchez in *Lizenz zum Töten* den Verkauf einer großen Menge Kokain an japanische und chinesische Kollegen, während Alec Trevelyan in *GoldenEye* aus Rache an Großbritannien von sämtlichen Banken Geld abbuchen will, um seine ursprüngliche Heimat in ein Chaos zu stürzen.

6. Action, Stunts und Spezialeffekte

Was in *James Bond jagt Dr. No* mit einer für James Bond-Verhältnisse, harmlosen Auto-Verfolgungsjagd und dem zum Schluss explodierenden Hauptquartier

⁷³ Mannsperger 2003, S. 88.

⁷⁴ Ebd., S. 101.

⁷⁵ Ebd., S. 111.

⁷⁶ Ebd., S. 88f.

⁷⁷ *For Your Eyes Only* (*In tödlicher Mission*), GB 1981, Regie: John Glen, 122 Min.

⁷⁸ Anhang 12, Sq. 2.

⁷⁹ *You Only Live Twice* (*Man lebt nur zweimal*), GB 1967, Regie: Lewis Gilbert, 112 Min.

⁸⁰ *Diamonds Are Forever* (*Diamantenfieber*), GB 1971, Regie: Guy Hamilton, 115 Min.

⁸¹ *Octopussy* (*Octopussy*), GB 1983, Regie: John Glen, 125 Min.

Dr. Nos⁸² seinen Anfang nahm, sollte sich in den folgenden Bond-Abenteuern zu einem essentiell wichtigen Bestandteil entwickeln, durch den die Filme einen Großteil ihres Erfolgs verbuchen konnten. Ohne Verfolgungsjagden, ob zu Wasser, auf dem Land oder in der Luft, aufs Genaueste einstudierte Stunts und für die Illusion einer enormen Explosion sorgende Spezialeffekte wäre Bond nicht Bond.

Action-Szenen wie der bekannte Kampf im Orient-Express⁸³ (*Liebesgrüße aus Moskau*), auch von Kritikern als „eine der längsten und aufregendsten Kampfsequenzen, die je choreographiert wurde“⁸⁴ bezeichnet, oder der lebensgefährliche Versuch eines Stuntman, über die Köpfe von echten Krokodilen an das Ufer eines Sumpfes zu laufen (*Leben und sterben lassen*)⁸⁵, sorgen dafür, dass die Filme im Gedächtnis der Zuschauer als einmaliges Erlebnis haften bleiben. Auch Kreativität spielt hierbei eine wichtige Rolle. So gingen die Macher des Films *In tödlicher Mission* sehr einfallsreich vor, als sie James Bond auf Skiern in einen Bobkanal schickten, wo er hinter einem vierer-Bob herfahrend von einem Motorrad verfolgt wurde.⁸⁶

Einen Höhepunkt im Bereich der Spezialeffekte stellte erstmals der Film *Moonraker* aus dem Jahre 1979 dar. Mit Produktionskosten von über 25 Millionen Dollar war *Moonraker* der bis zu diesem Zeitpunkt teuerste James Bond-Film. Vor dem Hintergrund des großen Erfolgs der ersten *Star Wars*-Filme beschlossen die Produzenten, James Bond im All agieren zu lassen. Für die Spezialeffektabteilung bedeutete dies, sich an neuartigen Effekten wie George Lucas in *Star Wars* zu versuchen. Das Ergebnis waren von den Kinozuschauern bewunderte Action-Szenen mit Lasergewehren (Sq. 21), Kämpfen in der Schwerelosigkeit des Weltalls und startenden und landenden Raumshuttles. Für die Spezialeffekte erhielt der Film eine Oscar-Nominierung.⁸⁷ Seit *GoldenEye* von 1995 kamen immer mehr computeranimierte Sequenzen zum Einsatz, was in *Stirb an einem anderen Tag* seinen Höhepunkt erreichte, bevor *Casino Royale* 2006 wieder zu den Ursprüngen zurückkehrte.

7. Happy End

Nachdem James Bond verfolgt, vom Bösen gefangen genommen wurde, das Bond Girl befreien konnte, das Hauptquartier seines Gegenspielers zerstört und damit seine Mission erfüllt hat, neigt sich der Film dem Ende zu. In allen Filmen (bis auf die beiden Ausnahmen *Im Geheimdienst ihrer Majestät* und *Casino Royale*) findet man Bond und das Bond-Girl in eindeutiger Position an den unterschiedlichsten Orten vor, wobei in der Regel ein humoristischer Aspekt ebenfalls Bestandteil der Szene ist. Häufig befinden sich Bond und die Frau am Ende eines Abenteuers treibend im Wasser, in Rettungsbooten oder auf Schiffen, wo sie dann von Bonds Vorgesetzten und hochrangigen Politikern gefunden wer-

⁸² Anhang 1, S. Sq. 13.1 und 19.4.

⁸³ Anhang 2, Sq. 13.5.

⁸⁴ Zitiert nach Tesche 2006, S. 125.

⁸⁵ Anhang 8, Sq. 12.1.

⁸⁶ Anhang 12, Sq. 10.2.

⁸⁷ Kocian 1991, S. 256ff und Tesche 2006, S. 205f.

den. Beispiele hierfür sind u.a. in *Man lebt nur zweimal*⁸⁸, *Der Spion, der mich liebte*⁸⁹, oder in *Der Morgen stirbt nie*⁹⁰ zu finden.

2.2.4 Das Set Design der James Bond-Filme

Die oben beschriebene Mischung aus den klassischen Wiedererkennungsmerkmalen der Bond-Filme, wie Gunbarrel- und Vortitelsequenz, Filmmusik und Vorspann, sowie den dramaturgischen Bestandteilen ist maßgeblich für den Erfolg der Serie verantwortlich. Was die letzte Besonderheit darstellt, ist das von Ken Adam gestaltete Set-Design, an dem sich seine Nachfolger zu messen hatten, das durch seine zeitlose Modernität einerseits und durch überdimensional großangelegte Filmkulissen andererseits, besticht.

Ken Adam war in seiner Eigenschaft als Produktionsdesigner der James-Bond Filme für alles zuständig, was mit der Gestaltung von Räumlichkeiten, dem Aufbau der Sets und dem Aussehen sämtlicher im Film vorkommenden Gegenstände, besonders auch der ‚Gadgets‘ (also der technischen Spielereien, mit denen Bond von Q ausgerüstet wird), zusammenhing. Seine Sets sollten stets die Realität stilisieren, indem naturgetreue Darstellungen nicht gänzlich aufgegeben wurden, sondern das Gegebene abgeändert wurde. Adam konstruierte also keine völlig neuen Welten, sondern modifizierte bereits existierende, so dass diese der Realität entrückten.⁹¹ Die Intention, die hinter seinem Schaffen steht, beschreibt Adam folgendermaßen:

„Ich wollte eine Wirklichkeit erfinden, die für das Publikum realer sei als die Wirklichkeit. Die Bond-Filme waren dafür ideal. Es gab keinen Zwang durch das Drehbuch. Man konnte erfinden. Nur der Himmel war die Grenze.“⁹² Und an anderer Stelle bemerkt er: „[...] Realität langweilt mich. [...]“⁹³

Diese Haltung spiegelt sich in Adams Werken wider, die in ihrer Kombination aus „grenzenloser Übertreibung und futuristischem Design, [...] Größenwahn und dem Willen zur Macht oder zur Apokalypse geprägten Architekturen“⁹⁴ nahtlos in das Konzept der James Bond-Filme eingefügt werden konnten. Zwei Beispiele für klassische, überdimensionale von Adam entworfene Sets finden sich in den Filmen *Man lebt nur zweimal* und *Der Spion, der mich liebte*.

Von Mai bis Ende Oktober 1966 arbeiteten 250 Handwerker an dem Vulkankrater-Set von *Man lebt nur zweimal*. Im Inneren des Vulkans, dessen Krater von einer überdimensionalen Schiebetür auf- und zugedeckt wird, befindet sich das Hauptquartier Blofelds, der hier sowjetische und amerikanische Raumkapseln lagert, die er im Weltall entführt. Gleichzeitig dient er als Rakenabschussrampe, für Blofelds eigenes Raumgefährt. Das Set bietet überdies einen Hubschrauber-

⁸⁸ Anhang 5, Sq. 18.

⁸⁹ Anhang 10, Sq. 19.3.

⁹⁰ *Tomorrow Never Dies* (*Der Morgen stirbt nie*), GB 1997, Regie: Roger Spottiswoode, 114 Min.; siehe Anhang 18, Sq. 20.2.

⁹¹ Smoltczyk, S. 23.

⁹² Ebd., S. 27.

⁹³ Ebd., S. 129.

⁹⁴ Ebd., S. 130.

landeplatz und Platz für eine nach NASA-Standards konstruierte, 33 Meter hohe Rakete. Mit einer Größe von 135 Metern im Durchmesser, einer Höhe von 40 Metern und der 23 Meter breiten als See getarnten Schiebetür, war der Vulkan teurer und größer als alle Sets vor ihm. Insgesamt wurden 700 Tonnen Stahl verbaut - mehr als für den Bau des Londoner Hilton-Hotels.⁹⁵

Wie Abbildung 2 verdeutlicht, ähnelt Strombergs Unterwasserstation Atlantis in *Der Spion, der mich liebte* von der Form her einer riesigen Spinne, mit Hai-fisch-Pool, Hubschrauberlandeplatz und Dock-anlage. Im Film ist diese Station in der Lage, sich aus dem Wasser zu erheben und wieder darin versenkt zu werden. Da dieses mit einem enormen Kraft- und Energieaufwand einhergegangen wäre, wurde in diesem Fall darauf verzichtet, das komplette Set in Originalgröße aufzubauen. Stattdessen arbeitete Adam mit einem großen Modell, das bei solchen Szenen zum Einsatz kam.⁹⁷



Abbildung 2 Atlantis⁹⁶

Die Sets von Ken Adam wirken trotz ihrer überzo-genen Realität stets Wirklichkeitsgetreu und echt. Auch ihre Architektur und Mobiliar erscheinen auch nach vierzig Jahren Filmgeschichte aktuell. Ein ohne Kopfteil konstruiertes Bett, dass Adam beispielsweise für *James Bond jagt Dr. No* entwarf, galt Anfang der 60er Jahre als Avantgarde. Heute finden sich Betten dieser Art in jedem Möbelhaus und gelten als modern.⁹⁸ Gerade diese Zeitlo-sigkeit, verbunden mit abstraktem Futurismus, machen die Set Designs Adams zu einer Besonderheit, die letztlich einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Ja-mes Bond-Serie leistete.⁹⁹

2.3 Die Vermarktung Bonds - Merchandise und Product Placement

Eine erfolgreiche Fernseh-Serie oder ein bekannter Kinofilm lassen sich ebenso gut vermarkten, wie eine beliebte Musikgruppe und Stars im Allgemeinen. Die anschließenden Ausführungen sollen sich nun auf die Vermarktung der James Bond-Filme konzentrieren. Hierbei wird zunächst auf das Phänomen des Pro-duct Placements Bezug genommen, indem einige Beispiele aus Filmsituationen zur Veranschaulichung herangezogen werden. Nachfolgend rücken dann eini-gre Produkte, die als Fanartikel auf dem Markt zu finden sind bzw. zu finden waren, in den Fokus der vorliegenden Arbeit. Nicht eingegangen wird hingen-auf Fernseh- oder Printmedienwerbung, die mit Bond-Darstellern oder für Bond-Artikel werben, da dieses den Rahmen des Kapitels sprengen würde.

⁹⁵ Smoltczyk 2002, S. 135ff.

⁹⁶ aus: <<http://www.james-bond007.de/html/schiffe3.html>> Zugriff: 21.01.2008

⁹⁷ Ebd., S. 148f.

⁹⁸ Ebd., S. 149.

⁹⁹ Mannsperger, Georg: „Die Wirklichkeit finde ich ziemlich langweilig“. Ken Adam und das Set Design der Bond-Filme. in: Krüger, u. a. (Hrsg.) 2007, S. 150 - 159, S. 153.

2.3.1 Product Placement in den Bond-Filmen

Die Werbeform des Product Placement gilt gemeinhin als neuere Erscheinung in Film und Fernsehen. Tatsächlich verlieh bereits der Autohersteller Ford in den 20er Jahren Fahrzeuge an Filmstudios um seine Präsenz auf der Leinwand zu gewährleisten. Gegen Ende der 70er Jahre entwickelten sich dann spezielle Unternehmen, die sich auf Product Placement als offizielles Marketing-Instrument spezialisierten.¹⁰⁰ Um den Begriff Product Placement besser erfassen zu können soll nun folgende Definition herangezogen werden:

„Product Placement ist die gezielte und zielgerichtete Platzierung von Produkten, Unternehmen, Dienstleistungen oder Ähnlichem in einen Handlungsablauf (z.B. Spielfilme, Unterhaltungssendungen, Videoclips, Theateraufführungen) unter Einsatz von Geld, Sach- oder Dienstleistungen als Gegenleistung.“¹⁰¹

Die Literatur unterscheidet verschiedene Erscheinungsformen des Product Placements, wie das visuelle Placement (gilt im Filmwesen als dominierende Erscheinungsform) oder das verbale Placement (der Name eines Produktes wird lediglich genannt, nicht gezeigt). Darüberhinaus existieren etliche Differenzierungen, die von der Art des platzierten Objektes oder dem Grad der Integration in die Handlung abhängig sind, die hier jedoch nicht näher erläutert werden sollen, da diese Unterarten des Product Placement für die nachfolgenden Erläuterungen irrelevant sind.¹⁰²

In den James Bond-Filmen ist im Laufe der Jahre das Product Placement zu einem festen Bestandteil der Handlung geworden. Insbesondere Autofirmen oder Uhrenhersteller platzieren ihre Produkte an vielen Stellen der Filme. Als bekannte Beispiele sind hier Rolex oder Omega (Uhren) und Aston Martin oder BMW (Autos) zu nennen. Die gesamte Liste der Sponsoren der Bond-Filme ist jedoch erheblich länger. Die wichtigsten Kooperationspartner im Zeitraum von 1973 bis 1995 listen Hobsch und Morgenstern auf.¹⁰³

Drei einprägsame Szenen in den Bond-Filmen, in denen die Tatsache, dass Product Placement betrieben wird besonders hervorsticht, sollen nun kurz dargestellt werden. Zunächst sei eine eindeutige Form des reinen visuellen Placements erwähnt: Im Film *Moonraker* werden James Bond und Holly Goodhead in einem Krankenwagen entführt. Dieser fährt mit deutlich überhöhter Geschwindigkeit eine kurvenreiche Straße entlang. An jeder Biegung wird nun dem Zuschauer in aller Deutlichkeit ein anderes Werbeplakat präsentiert. Zunächst fährt der Wagen an einem Plakat des Getränkeherstellers 7up vorbei, um dar-

¹⁰⁰ Asche, Florian: Das Product Placement im Kinospießfilm (Europäische Hochschulschriften, Reihe II Rechtswissenschaft, Band 1958), Frankfurt a.M. u.a. 1996, S. 28.

¹⁰¹ Griesebner, Roland: Erweiterung des Kunstsporing im Theaterwesen um Product Placement, Wien 2002, S. 44
<http://griesebner.gmxhome.de/wissenschaftliches/griesebner_diplomarbeit.pdf>
Zugriff: 22.11.2007.

¹⁰² Fuchs, Christian: Leise schleicht's durch mein TV. Product Placement und Schleichwerbung um öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Eine Inhaltsanalyse am Beispiel von *Wetten Dass...?*, Berlin 2005, S. 35ff.

¹⁰³ Hobsch/Morgenstern 2006 (Band 2), S. 340f.

aufhin das des Uhrenfabrikanten Seiko zu passieren. Im Anschluss wird für Marlboro geworben und letztendlich gelangt die Fluggesellschaft British Airways in den Fokus der Sequenz, nachdem einer der Entführer Bonds mit dem Kopf voran in ihrem Werbeplakat stecken bleibt.¹⁰⁴ Ein Beispiel, in dem reines verbales Placement betrieben wird, findet sich sechs Jahre später 1985 in *Im Angesicht des Todes*. Hier wird während eines Dialoges zwischen Bond und Stacy Sutton für den Katzenfutterhersteller Whiskas geworben: Eine Katze miaut: Sutton: „Ich muss ihn noch füttern - er hat sicher Hunger.“ - „Was haben sie denn da? Whiskas?“ - „Selbstverständlich! [...]“¹⁰⁵ Die gleiche Form des Product Placements findet sich auch 2006 in *Casino Royale* wieder: Lynd mit Blick auf Bonds Arm: „Rolex?“ - „Omega.“ - „Wunderschön. [...]“¹⁰⁶

2.3.2 James Bond-Merchandise-Produkte

Mitte der 60er Jahre, nach dem Erscheinen von *Goldfinger* 1964 setzte weltweit ein nie zuvor dagewesener Bond-Boom ein, der mit dem Erfolg der Beatles vergleichbar war. Dieser Boom, auch „Bondomanie“ oder „Bonditis“¹⁰⁷ genannt, erreichte seine Höhepunkte im Zeitraum von 1964 bis 1967. So ermittelte beispielsweise ein amerikanisches Marktforschungsinstitut, dass auf neun von zehn Gabentischen zum Weihnachtsfest 1965 mindestens ein James Bond-Artikel zu finden war. In Frankreich boten etwa 6000 Geschäfte James Bond-Designer-Kleidung an.¹⁰⁸ Erst mit dem Darstellerwechsel von Sean Connery als James Bond zu George Lazenby 1969 in *Im Geheimdienst ihrer Majestät* verlor die „Bondomanie“ an Intensität, trat jedoch in den folgenden Jahrzehnten regelmäßig immer wieder auf.¹⁰⁹

Einhergehend mit der Begeisterung für James Bond, merkten die Produzenten sehr schnell, dass sich der Agent 007 auch auf anderem Wege als nur mit dem Filmgeschäft vermarkten lasse. Nach dem Erscheinen von *Liebesgrüße aus Moskau* 1963 gründeten Albert R. Broccoli und Harry Saltzman die Firma Danjaq S. A., die mit der Vergabe von Nebenrechten betraut war. Anfänglich meldeten sich etwa 20 Firmen, um Lizenzrechte für die Marke James Bond zu erwerben, 1965 gab es dann 600 verschiedene Produkte, die mit dem Namen James Bond warben.¹¹⁰ Angefangen mit 007-Taschentüchern, -Schlafanzügen, -Krawatten, -Jacken und -Brieftaschen, die in Frankreich „für harte Männer, die nicht wie Halbstarke aussehen wollen“¹¹¹ verkauft wurden, über James Bond-Parfüm des amerikanischen Konzerns Palmolive, bis hin zu 007-Drinks, Sport- und Badebe-

¹⁰⁴ Anhang 11, Sq. 13.4.

¹⁰⁵ Anhang 14, Sq. 13.3.

¹⁰⁶ Anhang 21, Sq. 12.

¹⁰⁷ Tesche, Siegfried: James Bond. Autos Action und Autoren. Berlin 1997, S. 134.

¹⁰⁸ Ebd., S. 135ff.

¹⁰⁹ Hobsch, Manfred/Morgenstern, Dany: James Bond XXL. Das weltweit umfangreichste 007-Nachschlagewerk. Band 1: A-K, Berlin 2006, S. 173.

¹¹⁰ Tesche 1997, S. 139.

¹¹¹ Verfasser unbekannt: „Laster: Trinkt, aber nicht exzessiv, und Frauen“. Spiegel-Report über James Bond, Bonditis und Bondomanie, in: Der Spiegel, Nr. 42/1965, 13.10.1965, S. 124 - 138, S. 137.

kleidung, Zinnfiguren, Barbiepuppen, Modellautos, Kinderspielzeug, Schuhen, Uhren, Dessous und schließlich Manschettenknöpfen, waren beinahe alle Möglichkeiten, Fanartikel zu produzieren und zu verkaufen ausgeschöpft.¹¹²

Auch in den 70er, 80er und von den 90er Jahren bis heute, hat es Merchandise gegeben, bzw. gibt es immer noch. Mitte der 80er Jahre kamen dann die ersten Computer-Spiele mit James Bond auf den Markt, die alljährlich verbessert und immer zahlreicher wurden.¹¹³ Eine derartige Vielfalt an 007-Fanartikeln wie in den 60er Jahren ist heute aber nicht mehr zu finden. Erst kürzlich (Anfang Januar 2008) erschien eine Zeitschrift, die in zwölf Ausgaben verschiedene James Bond-Modellautos anbietet und einzelne Aspekte der Entstehungsgeschichte von den Bond-Fahrzeugen erläutert.¹¹⁴ James Bond ist also nach wie vor auch im Bereich des Merchandise ein Produkt, das immer neue Verkaufswege findet.

¹¹² Ebd., S. 137f.

¹¹³ Nähere Erläuterungen zu den Computer-Spielen finden sich bei: Rauscher, Andreas: Play it again, James. Die 007-Videospiele, in: Krüger, u. a. (Hrsg.) 2007, S. 211 - 220.

¹¹⁴ James-Bond-Modellauto-Collection, Nr. 1, Januar 2008.