

Humphrey Bogart, Warner Brothers, um 1939
Aufnahme von Scotty Welbourne

Hollywood Unseen

FILMSTARS HINTER DEN KULISSEN

Fotografien der John Kobal Foundation

Vorwort von Joan Collins
Herausgegeben von Gareth Abbott
Mit einem Essay von Robert Dance

PRESTEL
MÜNCHEN • LONDON • NEW YORK

Vorwort

Dieses wunderbare Buch weckt in mir Erinnerungen an zahllose Stunden im Studio, wo ich für die Fotografen in einer Vielzahl von aufreizenden Outfits Modell stand. Ich verbrachte zehn Jahre unter Vertrag in den Filmstudios – zuerst bei J. Arthur Rank in England und danach in Hollywood bei 20th Century Fox, bei Warner Brothers sowie bei MGM.

Die meisten wären heutzutage verblüfft zu hören, dass ich die Anweisung bekam, meine besten Klamotten mitzubringen, als ich kurz nach meiner Ankunft in L.A. für Publicity-Aufnahmen zu *Land der Pharaonen* von Warner Brothers zu Fotoaufnahmen gebeten wurde. Im Gegensatz zu später wurden Schauspielerinnen damals noch nicht von einer riesigen Entourage von Stylisten angezogen und hergerichtet. Zu jener Zeit war es für einen Star ganz normal, seine eigene Kleidung oder die Kostüme aus dem neuesten Film mitzubringen. Da ich nur wenige passende Stücke besaß, wählte ich ein bodenlanges, trägerloses Kleid aus pinkfarbenem Satin und mit Perlstickereien, das für meinen 21. Geburtstag kurz zuvor geschniedert worden war, sowie einen weißen Badeanzug. Die Bilder, die damals entstanden, sind noch heute im Umlauf.

Natürlich bekamen wir vom Studio auch Kleidung gestellt, vor allem für wichtige Feiertagsaufnahmen. Am Unabhängigkeitstag musste ich mich z.B. in die amerikanische Flagge hüllen und patriotisch dreinblicken. An Ostern wurde ich neben einem riesigen Ei abgelichtet und Küken aus Plüschtier spieltend zu meinen Füßen. Einmal trug ich auch ein häufig eingesetztes Hasenkostüm. Für Weihnachtsaufnahmen saß ich in Nerz gehüllt auf einem Schlitten, der von mehreren ›Elchen‹ gezogen wurde. Ein großer Sack hing mir über die Schulter, aus dem Geschenke purzelten. Oder ich warf fröhlich die Arme in die Höhe, während es um mich herum Päckchen regnete.

Die beliebtesten Fotos – vor allem bei jungen Soldaten, die sie in ihre Spinde klebten oder über ihre Betten hefteten – waren jedoch die Pin-ups, im klassischen Look mit Badeanzug oder im engen Pulli und Shorts. Es gibt zahlreiche Männer mittleren Alters, die mir erklärten, dass ihnen ein bestimmtes Foto von mir durch den Krieg geholfen habe (natürlich in Korea oder Vietnam!). Schon bald begriff ich was nötig war und kaufte mir einige schicke Badeanzüge. Ich war sogar eine der ersten, die in England und Frankreich in einem gewagten Bikini fotografiert wurde.

Die amerikanischen Studios missbilligten Bikinis ebenso wie einen tiefen Ausschnitt. Obwohl Aufnahmen von einer leicht bekleideten Brigitte Bardot schon bald kursierten, erlaubte die Zensur nicht, dass man diese eine hoch erotische Zone enthüllte: den Nabel! Das galt als obszön. Einige meiner frühen Bikinibilder gelangten in amerikanische Zeitschriften, waren aber zuvor so bearbeitet worden, dass dieser schockierende Körperteil von Extrastoff bedeckt wurde.

Schon damals war Publicity und das Interesse der Öffentlichkeit für aufstrebende Schauspieler so bedeutsam wie heute. Keiner wusste das besser als Jayne Mansfield. Als ich gemeinsam mit ihr für den Film *Wo alle Straßen enden* vor der Kamera stand, meldete sie sich eines Tages krank. Später begriffen wir, dass sie sich stattdessen auf dem Studiogelände für aufreizende Aufnahmen der Zeitschrift *Look* hatte fotografieren lassen.

Die Anfertigung von Standbildern gehörte damals zum Alltag eines Schauspielers. Nach jeder abgedrehten Szene mussten wir in der jeweiligen Pose innehalten, damit der Fotograf den Moment nicht nur für die Nachwelt einfangen konnte, sondern auch für die Medien, die Magazine und die Schaukästen der Kinos, die nach solchen Bildern verlangten.

Die meisten Aufnahmen in diesem faszinierenden Buch – einige wurden noch nie veröffentlicht – gehören zu jener unschuldigen Sorte, wie sie das Studiosystem hervorbrachte, das ab den sechziger Jahren nicht mehr existierte. Sobald es keine Verträge mehr gab, übernahmen die Schauspieler ihre Publicity selbst. Doch als ein paar Jahre später die Paparazzi auftauchten, konnte man auch das vergessen!

Joan Collins
Los Angeles, Juni 2012



Joan Collins
20th Century Fox, 1955



Greta Garbo, MGM, 1926

Joan Crawford, MGM, 1927

Jane Wyman, Warner Brothers, 1936

Einführung

Im Jahr 1926 verbrachte die 20-jährige Greta Garbo einen klaren Wintertag in Gesellschaft des Fotografen Don Gillum in Los Angeles. Als Darstellerin eines einzigen amerikanischen Films, der zudem noch nicht einmal erschienen war, sah sich die fast unbekannte Schwedin gezwungen, jene typischen Stationen zu durchlaufen, die die bereits etablierten Hollywood-Studios verlangten. Greta Garbo war zu jener Zeit noch nicht der strahlende Filmstar, der seine Filme und Partner frei wählen und bei den Publicity-Kampagnen mitreden konnte. Vermutlich war es Gillums Idee gewesen, die junge Garbo auf dem Campus der University of Southern California (USC) mit Sportstudenten vor der Kamera herumtollen zu lassen. Schließlich hatten die Produzenten von Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) – jenes Studios, das die exklusiven Rechte auf sie als Schauspielerin hatte – entschieden, dass die junge nordische Frau sportlich sein müsse, und eine dementsprechende Fotomappe gefordert. Diese Bilder sollten an Zeitungen und Fan-Magazine als Köder für jene Leser geschickt werden, die über den neuesten Import aus Europa informiert werden wollten. Gillum war Spezialist für »Action-Aufnahmen und arbeitete mit einer handlichen 4 x 5-Graflex-Kamera. Er war der Fotograf bei MGM, wenn es um Bilder von aufstrebenden Schauspielern am Strand in Badeanzügen, sportlich gekleidet beim Tennis, auf einem Pferd reitend oder bei einer ähnlichen Aktivität ging, die Jugendlichkeit und Lebensfreude dokumentieren sollte.

Wahrscheinlich erfuhr die aus Schweden stammende Greta Garbo eines späten Nachmittags von Pete Smith, dem Leiter der Werbeabteilung bei MGM, dass sie Gillum am nächsten Morgen treffen würde. Sie war vermutlich zuerst zum Studio geeilt, um dort Frisur und Make-up prüfen zu lassen, und dann mit einem Koffer voller Kosmetika für den Tag mit dem Fotografen aufgebrochen. Smiths Anweisungen an Gillum dürften minimal gewesen sein: Komm mit genügend belichteten Negativen wieder, auf denen man die körperlichen Vorzüge unserer attraktiven Hauptdarstellerin erkennen kann. Gillum wusste, dass die Leichtathleten beim Training draußen waren und Greta Garbo in einem geliehenen USC-Outfit eine gute Figur machen würde. In einer Aufnahme sieht man die Schauspielerin kurz vor einem fingierten Wettkampf. Sie lächelt entschlossen, während sie neben dem Leichtathletik-Coach Dean Cromwell kniet, der gleich den Startschuss gibt. Greta Garbo sieht großartig aus, sie scheint Spaß zu haben. Sie vermittelt auf dieser und den anderen Aufnahmen genau das, was die Studiobosse von ihr wollten: das Bild eines Mädchens, das am liebsten im Freien herumtolkt, ob nun auf dem Sportfeld oder beim Schwimmen.

Die Fantasie von Greta Garbo als sportlicher, nordisch-amerikanischer Frauentyp wird perfekt in Szene gesetzt. Letztlich erhielten Gillums Fotografien jedoch nie die Chance, die junge Schauspielerin auf dieses Erscheinungsbild festzulegen. Als ihr zweiter Film herauskam, hatte Greta Garbo auf der Leinwand eine völlig andere Rolle angenommen, die fast das Gegenteil zu dem verkörperte, was man von ihr erwartet hatte. Nicht im Freien kam das Geheimnis der Garbo zur vollen Blüte, sondern im Boudoir. Nach *Dämon Weib*, ihrem dritten Film, der im Januar 1927 unter großem Beifall Premiere feierte, nutzte die Schauspielerin ihre neue Position und erklärte, nicht länger für überflüssige Fotoaufnahmen zur Verfügung zu stehen. Nun war sie nur noch am Set und im Porträtfoto bereit, unter genau vorgegebenen und nicht-öffentlichen Bedingungen vor die Kamera zu treten. So etwas hatte es noch nie gegeben und würde auch bis in die späten Fünfziger ohnegleichen bleiben. Die Garbo war der einzige Filmstar, der sich weigerte, eine Stunde, einen Nachmittag oder einen Tag auf Anweisung des Studios mit den unverzichtbaren Publicity-Aufnahmen zu verbringen.

Es war egal, ob man neu in einem Studio war oder sich bereits einen Namen gemacht hatte, ob man sich gerne fotografieren ließ wie Joan Crawford oder es hasste wie Spencer Tracy – man war vertraglich verpflichtet, sich jederzeit ablichten zu lassen. Schon in den frühen zwanziger Jahren waren solche



Eleanor Powell, MGM, 1935

Bing Crosby, Columbia, 1936

Burt Lancaster, Paramount, um 1948

Carol Lombard, Paramount, um 1932

Leistungen genau festgelegt. So hieß es in Anita Pages Kontrakt mit MGM vom 13. Februar 1926:

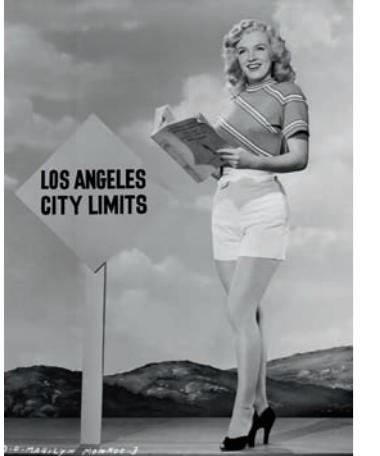
»Die Schauspielerin erklärt sich einverstanden, die gesamte Vertragslaufzeit ausschließlich und allein für die Produzenten und auf deren Anweisungen hin für Rollen und Fotoaufnahmen zur Verfügung zu stehen. Wenn erbaten, so muss sie persönlich auf der Bühne bei der Produktion von Photoplays erscheinen und prompt und gewissenhaft allen zumutbaren Anweisungen, Regeln und Vorschriften folgen, die von den Produzenten diesbezüglich vorgegeben werden. Unter diesen Bedingungen hat sie ihre Dienste jederzeit und überall nach bestem Wissen und Gewissen sowie nach bestem Können und im Sinne der Produzenten zu erbringen.«

Diese vertragliche Regelung wurde bis zum Ende des Studio-systems in den fünfziger Jahren beibehalten. Fast 40 Jahre lang bekam ein junger Anwärter, der das Glück hatte, einen Standard-Studiovertrag zu erhalten (dieser galt meist für fünf bis sieben Jahre), keine Möglichkeit der Mitbestimmung, wo er eingesetzt wurde. Zudem musste er sich einem strikten Moral-kodex unterwerfen und konnte alle sechs Monate entlassen werden, falls das die Produktionsfirma so wollte. Er konnte froh sein, wenn ihm nach dem ersten halben Jahr eine Möglichkeit geboten wurde, sein Talent unter Beweis zu stellen. Dann begann erst die harte Arbeit. In den besten Studios wie Paramount oder Warner Brothers wurden jene Filme, die wir jetzt als Klassiker kennen, normalerweise innerhalb von vier Wochen produziert. Vertragsschauspieler setzte man in bis zu acht Filmen im Jahr ein. Die große Garbo unterschrieb 1927 einen Fünf-Jahres-Vertrag mit MGM und verpflichtete sich zu 15 Filmen. Urlaub, Krankheitsfälle und ähnliches wurde in den Verträgen nicht erwähnt. Wenn ein Darsteller krank wurde und ausfiel, wurden am Ende der Vertragszeit Extratage ohne Bezahlung angehängt.

Hollywood produzierte vor allem Spielfilme – jährlich 50 an der Zahl von Paramount und MGM sowie einige wenige von den kleineren Studios. Daneben gab es die Standbildfotografie, die jährlich Millionen von Bildern für ein scheinbar unersättliches Publikum hervorbrachte. Es waren die Fans und Fan-Magazine, die diese Aufnahmen verschlangen. Seit den Zwanzigern wurden jedes Jahr Hunderttausende von Starfotos in Antwort auf Briefe an den jeweiligen Lieblingsstar versandt. Millionen von Fan-Magazinen mit Namen wie *Photoplay*, *Motion Picture* oder *Screenland* erschienen monatlich und stellten dynamische Chroniken des Filmlands in seiner Glanzzeit zwischen den späten Zehnern und dem Zweiten Weltkrieg dar. Seriöse Zeitschriften aus den dreißiger Jahren wie *Time* und *Life* konzentrierten sich zwar vor allem auf Nachrichten, berichteten aber auch über Hollywood und brachten regelmäßig die Bilder von Stars auf ihren Titelseiten. Bald einigten sich die Studios auf eine klare Aufteilung: Die offiziellen Starporträts bekamen die Fans und Fan-Magazine, während die sogenannten offenherzigen Publicity-Aufnahmen woanders hin versandt wurden. Von den Frühzeiten des Film bis zur neuesten Ausgabe von *Vanity Fair* berauschte sich das Publikum stets an Hollywoods Glamour.

Für Standfotografien hielten Fotografen jede wichtige Filmszene mit einer Aufnahme fest, sobald diese gedreht war. Die Schauspieler wussten bald, dass sie so lange in ihrer Position verharren mussten, bis das Blitzlicht des Fotografen das Set erhellt. Produktionsbilder sind auch heute noch wirksam, um sich an die schönsten Momente eines Films zu erinnern. Zwischen zwei Filmen wurde jeder Darsteller, der einen Langzeitvertrag hatte, in einem Fotostudio abgelichtet, z.B. in den heiligen Hallen solcher Männer wie George Hurrell, Clarence Sinclair Bull, Elmer Fryer oder Ernest Bachrach, den profiliertesten Vertretern ihrer Profession. Die einzige Frau, die ein Fotostudio leitete und in den späten zwanziger Jahren für MGM arbeitete, war Ruth Harriet Louise. Stars, vor allem Frauen, verbrachten oft einen ganzen Tag mit Aufnahmen, wobei sie häufig die Kostüme ihres gerade abgeschlossenen Films trugen. Weniger bedeutende Schauspieler kamen hingegen für einige wenige Porträtaufnahmen ins Fotoatelier, um den steten Hunger der Werbeabteilung nach neuesten Bildern zu stillen, die diese dann weltweit an die Medien weiterleiten konnten.

Hollywood Unseen zeigt die dritte Kategorie von Aufnahmen, die für die Vermarktung von Filmen und Stars wesentlich war. Es sind weder die Porträts, die stets Ergebnisse genauer Inszenierung



Gary Cooper, Paramount, 1931

Paul Newman, 20th Century Fox, um 1960

Marilyn Monroe, Columbia, 1948

waren, noch die Standbilder am Set, welche unsere nostalgisch verklärten Erinnerungen anregen sollen. Vielmehr werden jene Publicity-Bilder von den Stars vorgestellt, die entstanden, wenn diese nicht arbeiteten. Das stimmt allerdings nicht ganz. In Wahrheit mussten die Protagonisten zu jeder Zeit als Vertreter ihrer Studios auftreten und diese repräsentieren – und zwar gekonnt –, ob sie nun gerade drehten oder nicht. Überdies entstand jede Fotografie dieses Buchs unter dem Anschein von Ehrlichkeit, obwohl viele genauso inszeniert wurden wie ein offizielles Porträt. Friseure, Kostümbildner und Visagisten warteten oft in der Nähe, gerade außer Sichtweite der Kamera. Dennoch waren diese Werbeaufnahmen so konzipiert, dass sie locker, informell und wenn möglich natürlich wirken sollten. Zudem sollten sie sich von jenen unterscheiden, die im Studio entstanden, indem sie eine Bandbreite von Aufnahmeorten zeigten. Die Namen der meisten Männer (und wenigen Frauen), die Tag und Nacht schufteten, um das Leben von Hollywoods Größen festzuhalten, können den jeweiligen Bildern schon lange nicht mehr zugeordnet werden. Nur selten wurde eine Namensnennung verlangt. Die meisten Aufnahmen dienten dazu, den Star, manchmal einen Film und vielleicht das Studio zu identifizieren, selten aber denjenigen, der auf den Auslöser gedrückt hatte. Als Gary Cooper in den Zug in der Waterloo Station stieg und nach einem Aufenthalt in London die lange Reise zurück nach Amerika antrat, wurde seine Abreise von einer Kamera festgehalten. Souverän und elegant lächelt Cooper in Richtung des Fotografen – wahrscheinlich desselben Fotografen, der andere Stars und Filmhonoratioren begrüßte oder verabschiedete, wenn sie durch London kamen. Doch Cooper, der attraktive Herzensbrecher von Paramount, war ein Spezialfall. Wie viele seiner Geschlechtsgenossen wurde er nur ungern fotografiert, wusste aber, wie wichtig die Bilder für seine Karriere waren. Er verbrachte geduldig viele Stunden vor der Porträtkamera, wobei er es bevorzugte, mit Filmpartnerinnen zu posieren, damit diese vermutlich die Aufmerksamkeit der Kamera auf sich lenkten. Doch für die Mehrzahl der weiblichen Fans war Cooper das eigentliche Objekt der Begierde. Vielleicht erinnert sich Cooper an diese schlichte Tatsache seines Erfolgs, als er in die Kamera strahlt und als kleine Zugabe seinen Hut vor seinen Bewundern zieht.

Stars durften nie müde, übel gelaunt oder auch nur schlecht angezogen sein, wenn es die Möglichkeit gab, dass eine Kamera in der Nähe war. Cooper war für seine Reise makellos gekleidet, und die Aufnahmen zeigen auch pflichtbewusst die scharfen Bügelfalten der Hose seines winterlichen Pepita-Anzugs. Zweifelsohne erwartete er, beim Einsteigen fotografiert zu werden, und trat deshalb tipptopp vor die Presse. Cooper war auf dieses Bild vorbereitet, das wunderbar belichtet, mit einem enthusiastischen Protagonisten perfekt in Szene gesetzt ist und stark an ein typisches Porträtfoto erinnert. Gepäckträger, die gewöhnlich fern des Objektivs diskret die Koffer transportierten, liefern dem Star hier ein begeistertes Publikum.

Cooper und seine Kollegen lernten rasch, dass es egal war, wann, wo oder unter welchen Umständen man fotografiert wurde – man musste immer umwerfend sein. Wie die Filme sollten auch Publicity-Aufnahmen Hollywoods Illusion als Ort magischer Perfektion aufrecht erhalten. Die Studios wollten den Kinobesuchern – und das hieß beinahe jeden amerikanischen Jugendlichen und Erwachsenen sowie einen hohen Prozentsatz von Europäern – stets die klar definierte Vision einer Welt aus hübschen Gesichtern, schlanken Körpern, glamouröser Aufmachung und Happy End bieten. Wenn wir uns die Geschichte des Films ansehen, gibt es zahlreiche Namen, die uns dazu veranlassen, unser Geld für eine Kinokarte hinzulegen, mögen das nun Swanson, Valentino, Dietrich, Gable, Flynn, Davis, die beiden Hepburns oder Newman gewesen sein. Je größer der Star, desto mehr Leinwandpräsenz wurde ihm zugestanden und desto näher kam die Kamera, um uns Nahaufnahmen zu liefern – die ultimative Hommage an diese Schönheiten, die das Publikum in seinen Bann zogen.

Die schönen Menschen mit ihren wunderbaren Gesichtern waren stets bereit für die Kamera in ihrem Leben. Einige wie Joan Crawford oder Marilyn Monroe genossen es, sich für jede Aufnahme immer wieder neu in Szene zu setzen. Joan Crawford legte vermutlich die erfolgreichste Filmkarriere aller Hollywood-Kreationen hin – zuerst als Star der Stummfilmzeit, dann als noch größerer der Tonfilme, als Oscar-Gewinnerin der vierziger Jahre, als



Dorothy Sebastian und Joan Crawford, MGM, 1927

Joan Crawford, MGM, 1930

Ramon Novarro, MGM, 1930

George Bernard Shaw und Clark Gable, MGM, 1933

Cary Grant und Randolph Scott, Paramount, 1935

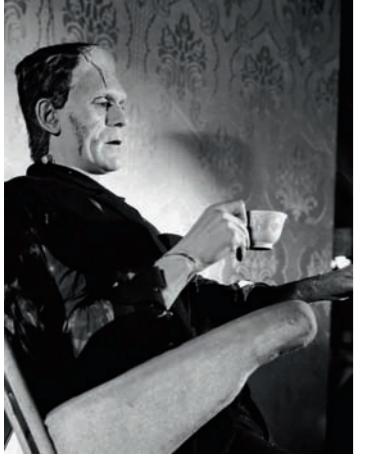
erstklassige Schauspielkünstlerin der fünfziger Jahre und schließlich als fantastische Hauptattraktion neben Bette Davis in *Was geschah wirklich mit Baby Jane* (1962). Als sie in den letzten Tagen des Jahres 1924 mit einem MGM-Vertrag von New York nach Los Angeles zog, war sie noch kaum als glamourös zu bezeichnen. Es sah nicht so aus, als ob sie länger als sechs Monate durchhalten würde. Sie war eines von einer riesigen Schar von Mädchen, die eine winzige Chance bekamen. Die meisten wurden wieder heimgeschickt, ohne eine Möglichkeit, ihr Talent zu beweisen oder nur einen einzigen Auftritt in einem Film.

Ohne Ausbildung, mit krausem Haar, schlechten Zähnen und nur einer gewissen Tanzbegabung ausgestattet fand Joan Crawford schnell heraus, was nötig war, um sich zum Star hochzuarbeiten. Sie war hübsch und ehrgeizig, doch was sie wirklich von den anderen unterschied, war ein Wissen um die Macht der Fotografie. Diese Einsicht veranlasste sie, ständig für die Fotografen des Studios bereit zu sein. An einem Tag tolle sie gemeinsam mit Don Gillum und dem MGM-Sternchen Dorothy Sebastian am Strand herum. Am nächsten führte sie vor der Kamera Mode vor. Durch solche Bilder gelang es der Crawford, sich langsam nach oben zu arbeiten. Porträts und Werbeaufnahmen begleiteten und dokumentierten ihre Verwandlung von einer hübschen Tänzerin in der hintersten Reihe eines New Yorker Revuetheaters bis zu Hurells atemberaubender Schönheit. Der Moment im Jahr 1930, als sie am Strand sitzend zur Kamera hochblickt, nur von natürlichem Licht beleuchtet, offenbart, dass ihre Verwandlung vollkommen ist. Wenige Jahre später hielt Clarence Bull in einem Bild, das damals nicht inszeniert gewirkt haben musste, die Crawford auf dem Höhepunkt ihres Ruhms fest. Die Schauspielerin liegt auf dem Rasen in ihrem Garten und signiert Fotos für ihre Fans. Bull unterrichtet sie, indem er sie bittet, zur Kamera hochzuschauen. Sie zeigt ein Gesicht, das genauso perfekt geschminkt ist, wie es das auch für Filmaufnahmen am Set gewesen wäre. Sie hält ihre Haare zurück und sieht offen lachend nach oben, das Werkzeug und die Ikonen ihres Ruhms um sie ausgetreten.

Fans genossen es, einen ›heimlichen‹ Blick ins Privatleben ihrer Favoriten zu werfen, und so lieferten die Studios beständig eine Fülle an Bildern ihrer Stars in deren Heimen. Manchmal war es tatsächlich das Zuhause des Schauspielers, doch genauso oft fanden solche Fotositzungen in einem Haus statt, das für den Nachmittag gemietet wurde. Pools waren beliebte Hintergründe für diese scheinbar spontanen Bilder im gleißenden Licht der südkalifornischen Sonne, ob nun für brave Muskelprotz-Aufnahmen von Ramon Novarro oder John Payne oder für Pin-up-Porträts so hübscher Frauen wie Myrna Loy, Joan Blondell oder Jane Russell. Die Posen wurden über die Jahrzehnte etwas gewagt, wobei sie stets züchtig blieben, und die Füße steckten gewöhnlich in Schuhen, auch wenn hohe Absätze auf einem Sprungbrett schon damals seltsam ausgesehen haben müssen.

Clark Gable, der weltweit beliebteste männliche Star der dreißiger Jahre, hieß die Kameras oft in seinem Haus willkommen – ebenso wie Marion Davies, die wohl überschwänglichste Gastgeberin der Traumfabrik. Davies lebte in einer Villa in Beverly Hills und bewirtete ihre Gäste oft in ihrem Haus am Strand von Santa Monica. In Davies' Strandhaus gab es angeblich Platz für hundert Übernachtungsgäste. Hier fanden zahllose Kostümbälle statt, und James Manatt, ihr bevorzugter MGM-Fotograf, stand stets parat, um die ausgefallen gekleideten Stars abzulichten. Doch es war *La Cuesta Encantada*, der Landsitz auf dem Gipfel eines Berges, den Davies mit dem Zeitungsmagnaten William Randolph Hearst in San Simeon bewohnte, wo die erinnerungswürdigsten Partys des Hollywood-Jetssets gefeiert wurden. Fotografen waren fast immer dazu eingeladen, wobei ein Schnapschuss von George Bernard Shaw, wie er den Tisch hinunter zu einigen Hollywood-Größen blickt, vermuten lässt, dass Intellektuelle und nicht Filmleute in Wahrheit Manatts bevorzugte Gesellschaft waren.

Am Rande sei im Zusammenhang von Stars und ihren Häusern eine Reihe von Fotografien erwähnt, die von Cary Grant und Randolph Scott in ihrem Strandhaus aufgenommen wurden, das sie in der ersten Hälfte der Dreißiger in Santa Monica miteinander teilten. Aufnahmen der beiden jungen, gut aussehenden und alleinstehenden Männer ohne weibliche Begleitung waren damals ebenso selten wie heute. Sie sind insoweit einzigartig, als sie eine häusliche Beziehung zeigen, die so intim wirkt wie die eines Ehepaars. Man sieht Grant und Scott



Marlene Dietrich und William Haines, Paramount, 1935

Boris Karloff, Universal, 1935

Judy Garland, MGM, 1937

James Dean, Warner Brothers, 1955

beim Vorbereiten des Abendessens in der Küche, am Esstisch (von einem Bediensteten umsorgt), bei Brettspielen und beim Entspannen in ihrem Wohnzimmer. Die Kamera folgt den beiden auch nach draußen, wo sie die Männer am Pool aufnimmt, im Wasser und beim Herumtollen am Strand. Diese Bilder wurden von der Werbeabteilung bei Paramount an jene Leser verschickt, die wissen wollten, wie es hinter den Mauern von ›Bachelor Halk aussah. Niemand weiß, wie die Beziehung der beiden mehrfach verheirateten Schauspieler zueinander tatsächlich aussah. Doch diese Fotos tauchen weiterhin in fast jedem Buch und Artikel über Grant oder Scott auf, was zeigt, welche Macht ein solch angeblich privates Bild über unsere Vorstellungen vom Leben eines Darstellers haben kann.

Filmstars wagten sich fast nie an öffentliche Plätze, wobei derartige Ausflüge in den zwanziger und dreißiger Jahren noch häufiger vorkamen als nach dem Krieg. An einem Sonntag-nachmittag – dem einzigen freien Tag der Schauspieler – im Juni 1935 gab Carole Lombard eine Party im Venice Amusement Pier, einem beliebten Jahrmarkt oberhalb des Pazifiks. Sie lud mehr als hundert Gäste ein (die meisten Paramount-Stars) und schien das Gruselkabinett exklusiv für ihre Leute gepachtet zu haben. Der Lieblingsfotograf der New Yorker Gesellschaft, Jerome Zerbe, war bei einem seiner regelmäßigen Besuche an die Westküste der einzige, der Aufnahmen machen durfte. Seine Bilder zeigen Marlene Dietrich, William Haines, Claudette Colbert, Errol Flynn oder Cary Grant und gehören zu den einflussreichsten Fotografien jener Zeit. Sie trugen dazu bei, dass Hollywood der dreißiger Jahre als Ort der Frivolitäten und des Vergnügens zu porträtieren, wie das die Studios auch beabsichtigten. Die Göttin des Glamours, Marlene Dietrich, erschien in einer kurzen Hose sowie knöchellangen Söckchen und machte fast überall mit. Das tat auch Cary Grant, dessen frühe Ausbildung zum Akrobaten ihm hier hilfreich gewesen sein dürfte. Alle scheinen sich zu amüsieren oder geben sich zumindest vor Zerbes Kamera den Anschein. Es gibt nicht die Andeutung einer Rivalität zwischen den Darstellern, sondern vielmehr verbringt die strahlende Jugend der Filmindustrie einen ausgelassenen, fröhlichen, von strahlenden Lächeln erhellten Nachmittag.

Kinobesucher erfreuten sich auch an ›heimlichen‹ Blicken auf ihre Lieblinge bei der Arbeit. Hollywood mochte zwar das Land der großen Illusionen in Schwarz-Weiß sein, aber ein Schnappschuss von Boris Karloff, wie er für seine Rolle als Frankensteins Monster geschminkt wird, konnte beinahe ebenso verführerisch sein. Universal Pictures wartete fast vier Jahre, um den Fans eine Fortsetzung des ersten *Frankenstein*-Films (1931) zu liefern. In *Frankensteins Braut* (1935) bekommt das Monster eine Angebetete, während Universal die Gelegenheit erhielt, an seinen Kassen den Blitz ein zweites Mal an derselben Stelle einschlagen zu lassen. Karloff war zurück und spielte wieder seine furchterregende Rolle. Auf dem Bild sitzt er auf einem Barbierstuhl, während ihn Jack Pierce, der beste Visagist bei Universal, in das wilde Monster verwandelt.

Man baute auf die Beliebtheit des ersten Films, als man die große Menge an Werbematerial vorbereitete und an die Magazine und Zeitungen schickte. Während der ›Großen Depression‹ brachten die wichtigsten Studios zusammen mehr als 200 Spielfilme pro Woche heraus. Im Gegensatz zu heutigen Filmproduktionen, wo die Werbekampagnen den Start jedes neuen Films begleiten, erhielten in den Dreißigern nur die bedeutendsten und teuersten Produktionen (wie *Vom Winde verweht*) vorab Publicity. Bei Fortsetzungen war das etwas anderes. Universal hatte sich einen Ruf als Spezialist für Horrorfilme erworben, weshalb es sinnvoll war, die Marke Frankenstein so stark wie möglich zu bewerben, um dann auf die eingespielten Einnahmen zu hoffen.

Aufnahmen hinter den Kulissen wurden nicht nur als Werbestrategie für einen bestimmten Film eingesetzt, sondern dienten auch als attraktive Füllsel. Katherine Hepburn, die sich bei den Dreharbeiten ausruht, zeigt dem Publikum, dass ihre geradlinige Yankee-Art keine Erfindung der PR-Leute ist. Die jugendliche Judy Garland, die singend auf einem Klavier sitzt, als sie gerade *Der Zauberer von Oz* drehte (1939), bestätigte damit ihren Ruf als Singtalent. Und eine Aufnahme von James Dean, konzentriert hinter einem Stacheldraht in einer kargen Landschaft sitzend, ist das perfekte Bild für die angebliche tiefe Seele des jungen Stars.

Im alten Hollywood herrschte trotz der Zugkraft von Frauen als Publikumsmagnete ein starker Chauvinismus. In den letzten Jahren beklagten sich Schauspielerinnen zu Recht immer wieder



Marilyn Monroe, Columbia, 1948

James Cagney, Warner Brothers, 1933

Buster Keaton, MGM, 1930

Stan Laurel und Oliver Hardy, MGM, 1932

über den Mangel an guten Rollen für ältere Frauen (von Meryl Streeps Karriere einmal abgesehen). In den zwanziger, dreißiger und vierziger Jahren bekamen Frauen unglaubliche Möglichkeiten geboten, was sich in den Laufbahnen von Garbo, Crawford, Hepburn, Davis und vielen anderen zeigte. Doch die Werbeabteilungen der Studios unterteilten die Geschlechter weiterhin nach konventionellen Vorstellungen. Bilder wie das von Marilyn Monroe, die sich mit einem Tuch um Kopf und Schultern schminkt, um auf eventuelle Schminkunfälle vorbereitet zu sein, sind typisch. Rita Hayworth hat ihre Glamournummer hinter sich und versprüht nun ihr Lieblingsparfum, während sich Elizabeth Taylors Konzentration auf das Schminken ihrer Lippen im Spiegelbild offenbart. Bei diesen Fotografien ist die Kamera gleichsam der wahre Spiegel und wir als Fans bewundern den Glanz dieser vollkommenen Schönheiten. Natürlich wäre es absolut unmännlich gewesen, einen der Kerle in einer solchen Pose zu zeigen, weshalb man nur so dramatische Verwandlungen wie die von Boris Karloff oder Lon Chaney dokumentierte.

Männer stand es wesentlich besser, sich in kurzen Hosen und T-Shirts – manchmal auch mit nackten Oberkörpern – im Fitnessstudio zu präsentieren. Fred MacMurray bewies, dass auch eine Garage ein passender Ort für eine rasche Trainingseinheit sein konnte, während andere wie James Cagney eine traditionellere Turnhalle bevorzugten. Cagney, einer von Hollywoods archetypischen harten Jungs, war ein ausgezeichneter Sänger und Tänzer. Warner Brothers wagte es, das typische Bild des Schauspielers zu durchbrechen und ihm zu erlauben, seine Fähigkeiten in *Parade im Rampenlicht* (1933) und *Yankee Doodle Dandy* (1942) zum Einsatz zu bringen. Seine elegante Figur ist auf dem Bild wunderbar zu erkennen, als er am Parallelbalken eine Nummer erarbeitet – vom ›öffentlichen Feind‹ ist hier weit und breit nichts zu sehen.

Bing Crosby hingegen scheint an seinem Rudergerät und mit dem Trainer im Hintergrund weniger entspannt zu sein, mag die Situation nun gestellt sein oder nicht. Mitunter wirkten solche Aufnahmen, die dazu dienen sollten, den weiblichen Fans zu versichern, dass – keine Sorge! – alle männlichen Stars tatsächlich höchst maskulin waren, fast parodistisch. Ob sich Crosby nun im Fitnessstudio geschickt anstelle oder nicht, er war jedenfalls ein bekannt guter Golfspieler, was Paramount aber offenbar als Demonstration seiner Männlichkeit nicht reichte. Also zog er sich aus und setzte sich an das Rudergerät. Bei Stars wie Johnny Weissmüller oder Lupe Vélez musste das Publikum nicht an ihre athletischen Fähigkeiten oder Geschlechtsspezifika erinnert werden. Bei der Aufnahme am Pool lächelt der Kino-Tarzan schelmisch, während er an die überraschte Vélez, auch bekannt als ›Mexican Spitfire‹, von hinten heranschleicht, um seine Ehefrau im wirklichen Leben vom Rand des Sprungbretts ins Wasser zu schubsen. Bedenkt man die stürmische Beziehung der beiden in ihrer fünf Jahre dauernden Ehe, musste diese Szene den Redakteuren der Klatschzeitschriften gefallen haben, illustrierte sie doch die neueste Entwicklung in der Chronik einer weiteren turbulenten Hollywood-Romanze.

Komiker gehörten zu den besten Motiven für scherhaft Aufnahmen, die gerne von den Werbeleuten angefordert wurden. Buster Keaton musste es genossen haben, sich ganz seinem Leinwandcharakter entsprechend zu präsentieren, denn es gibt viele Bilder des ausdruckslos wirkenden Schauspielers. Am besten kam er mit Requisiten zur Geltung, wenn er z. B. auf den Stufen vor seinem Haus neben einer Miniaturausgabe seiner selbst sitzt und beide Keatons wie versteinert in die Kamera blicken. Oder wenn man ihn im Garten seines Hauses zusammen mit seiner Bulldogge sieht, die ebenso viel Persönlichkeit ausstrahlt wie ihr Herrchen. Das Foto, das ihn an einem Ast hängend zeigt, während seine beiden kleinen Söhne auf seinen Füßen stehen und sich an ihn klammern, ist die charmante Darstellung eines idealisierten Familienlebens, wie sie für Keatons neuen Chef bei MGM, Louis B. Mayer, so wichtig war. Im September 1928 aufgenommen, als *Der Kameramann* in die Kinos kommen sollte, demonstriert das Bild sowohl Keatons berühmte Sportlichkeit als auch seine fantastischen Fähigkeiten als Vater (ob das nun stimmte oder nicht).

Andere Aufnahmen sollten einfach nur lustig sein – ohne didaktische Absicht. Groucho Marx, der in seinem typisch zerknitterten Anzug und mit seiner charakteristischen Zigarre im Mund bequem auf einem Hydranten sitzt, regt ebenso zum Schmunzeln an wie das Foto von Jimmy Durante am Klavier, der gemeinsam mit Laurel, Hardy und Keaton ein Lied anstimmt.



Shirley Temple und Baby LeRoy, Paramount, 1934

Olivia de Havilland für das Neue Jahr 1937
Warner Brothers, 1936

Gregory Peck und Ava Gardner, Columbia, 1959

Mickey Rooney und Ava Gardner, MGM, 1942

Durante war neu bei MGM, während Keatons Stern am Untergehen war, als dieses Bild aufgenommen wurde. Laurel und Hardy hingegen galten als beliebtes Komikerduo, das Dutzende von Kurzfilmen drehte. Wenn man sieht, dass Laurel und Hardy jedoch dabei fotografiert wurden, wie sie ihren jungen Fans Autogramme geben, fragt man sich, ob sich das tatsächlich so abgespielt hat. Wohl eher nicht. Vermutlich handelte es sich um einen Einfall der PR-Abteilung, die auch Kinder an der Nase herumführte.

Paramount Studios erlaubten sich eine gewisse Eigenwerbung auf Metaebene, als sie Shirley Temple und Baby LeRoy für eine Aufnahme posieren ließen und sie dabei zeigte, wie sie Karten für den unzüchtigen Mae-West-Streifen *It Ain't No Sin* (1934 umbenannt in *Belle of the Nineties*) kauften. Die erst sechsjährige Tempel hatte gerade den Film *Treffpunkt: Paris!* (1934) mit Carole Lombard und Gary Cooper gedreht. Paramount erneuerte ihren Vertrag nicht, doch Twentieth Century Fox nahm die Kleine unter seine Fittiche und machte sie zum größten Publikumsmagneten zwischen 1935 und 1938. Baby LeRoy hingegen zog sich kurze Zeit später im Alter von drei Jahren aus dem Filmgeschäft zurück.

Gelegentlich besaß ein Scherzfoto auch etwas Ungehöriges. Die hübschen jungen Sternchen der Studios waren meist die Sujets solcher Aufnahmen. Man sah sie in Situationen, in denen man ihre körperlichen Vorzüge bewundern konnte. Anita Page sitzt natürlich nicht wirklich auf einer kleinen Rakete, während um sie herum ein Feuerwerk explodiert. Das Bild zeigt ihre jugendliche Vitalität, ihre wohlgeformten Beine und ihr strahlendes Lächeln, was alles auf die Marke MGM abstrahlen sollte.

In den Jahren vor dem Zweiten Weltkrieg gab es fast so etwas wie eine Tradition in Hollywood, angehende Stars, meist attraktive junge Frauen, für Feiertage und Festivitäten in entsprechender Verkleidung abzulichten. So förderte u. a. der Jahreswechsel diese Art der Darstellung, und man fand im Januar regelmäßig in den Fan-Magazinen Bilder der Stars, die das neue Jahr einläuteten. Olivia de Havilland stand kurz vor ihrem Durchbruch, als sie gebeten wurde, sich auf den Rücken zu legen, als ob sie beim Skifahren gestürzt wäre, während die Jahreszahl 1937 über ihr aufging. In einem anderen Jahr steppete Eleanor Powell elegant auf einer riesigen Neujahrsmedaille. Weihnachten und Ostern waren die beliebtesten Feiertage überhaupt, und ab den zwanziger Jahren wurde es üblich für junge Anwärter, als Santa Claus, als einer seiner Wichtel oder als Osterhase fotografiert zu werden. MGM besaß ein Hasenoutfit, das alle zwei Jahre entstaubt und ein Jahrzehnt lang von einer Reihe hinreißender Mädchen getragen wurde.

Wer auf die glänzende Idee kam, Bing Crosby dazu zu bringen, eine Kuh zu melken, kann wahrscheinlich nicht mehr erürtet werden. Crosby macht gute Miene zum bösen Spiel – doch es ist die Kuh, die ihm die Show stiehlt, indem sie so konzentriert in die Kamera blickt, dass sie jedem Menschen Konkurrenz macht. Wahrscheinlich schien es eine ähnlich gute Idee zu sein, Gregory Peck zu bitten, sein Glück auf einem Springstock zu versuchen, und wie Crosby lächelt auch er entschlossen. Doch wenn man das Bild genauer betrachtet, ist es seine Filmpartnerin Ava Gardner aus *Das letzte Ufer* (1959), die am meisten Spaß zu haben scheint.

Gardner und Peck vergnügten sich vor der Kamera, doch der wirkliche Grund für dieses Bild und Tausende ähnlicher Aufnahmen war ein anderer. Solche Fotos sollten dem Publikum signalisieren, dass die Stars aus Hollywood einer privilegierten Gruppe schöner Menschen angehörten, die nie so waren wie du oder ich. Als der Fotograf einen entspannten Burt Lancaster bei einer Pause am Zaun entlang des Pazifik einfängt, wo er vermutlich gerade in einem Drehbuch liest, die Beine überkreuzt und nur mit einer kurzen, engen Hose bekleidet, dokumentiert das nichts anderes als körperliche Perfektion. In einer anderen Aufnahme sieht man Paul Newman, der lässig gekleidet in der gleichen Pose dasteht und nichts weniger als ein Filmgott zu sein scheint.

Bei den Frauen verschwimmen manchmal die Grenzen zwischen Werbeaufnahme und Porträt. Am Rand eines Pools sitzend und eine Zigarette rauchend wirkt Marlene Dietrich wie ein exquisites Hollywood-Idol, während das Sonnenlicht – vielleicht durch genau positionierte Reflektoren – ihr Gesicht wie gemäelt erscheinen lässt und die berühmten Beine betont. Die Komposition scheint auf den ersten Blick ein Schnappschuss zu sein, doch tatsächlich passt sie perfekt zu dem offiziellen Bild, das den Mythos der Dietrich begründete. Ähnlich wirken Carole Lombard mit einer schwarzen



Rita Hayworth, Columbia, 1943

Ida Lupino, Warner Brothers, 1944

Montgomery Clift und Elizabeth Taylor, Paramount, 1950

Katze oder Joan Collins beim Betrachten eines Vogelkäfigs wie ein heiteres Kontrastprogramm zur rigiden Hollywood-Maschinerie, aber tatsächlich stellen sie nur weitere Beispiele einer genau konzipierten Flut von Bildern dar, die für die Karrieren dieser Schauspielerinnen förderlich sein sollten. Im Gegensatz zu ihrer schwedischen Landsmännin Garbo nimmt man Ingrid Bergman ab, dass sie gerne draußen ist. Doch die Aufnahme von ihr in einer kurzen Hose und einem T-Shirt beim Angeln ist ebenso wenig echt wie die der ähnlich gekleideten Garbo kurz vor dem fingierten Wettkampf.

Selbst im Land des schönen Scheins gab es manchmal wahre Gefühle. Nur vier Monate nach ihrer Ankunft in Hollywood bei MGM im Herbst 1941 heiratete Ava Gardner Mickey Rooney, einen der damals größten Stars der Filmindustrie. Ihre stürmische Verliebtheit zog die Aufmerksamkeit des Studios auf sich, das sicherstellte, dass der Zauber ständig auf Zelluloid festgehalten wurde – einschließlich des Tages, an dem Mickey Ava das Golfspiel beibrachte. Obwohl ihre Ehe kaum länger als ein Jahr hielt, schienen die beiden für kurze Zeit auf der Unmenge von gemeinsamen Bildern das Musterbeispiel eines glücklichen jungen Paares zu sein.

War Amerikas und Hollywoods erste Reaktion auf den Ausbruch des Krieges 1939 in Europa noch die von Passivität, begann die Werbemaschinerie der Studios zu rollen, als Pearl Harbor bombardiert wurde. Ein stetiger Fluss von Bildern zeigte die Stars, wie sie für ihr Land einstanden. Die meisten Männer Hollywoods wurden eingezogen, wobei einige sogar im Europa oder auf dem Pazifik kämpften. Hollywood und seine Stars leisteten einen wichtigen Beitrag, als es um den Verkauf von Kriegsanleihen ging. Die Schauspielerinnen unterhielten die Soldaten von Los Angeles bis New York, wenn diese auf Heimurlaub waren, und die Werbekampagnen der Studios waren eindrucksvoll und ergriffend. Die Stars besuchten Krankenhäuser, die Dietrich zerstreute die Truppen in der Nähe der Front in Europa, während Carole Lombard durch einen tragischen Flugzeugabsturz bei einer Tournee, bei der u. a. Kriegsanleihen beworben wurden, ums Leben kam. Hollywood stärkte die Moral der Amerikaner und Alliierten in diesen schweren Jahren, und die Fotografien jener Zeit liefern ein eindrückliches Dokument dieser Bemühungen.

Die Fünziger hingegen waren Jahre des Glamours. Es wurden viele Filme mit einem aufsehenerregenden Ende gedreht, ehe die größten Studios ihre Pforten schlossen, es keine Langzeitverträge mehr gab und die Stars gezwungen waren, selbstständig die Werbetrommel zu rühen. Elizabeth Taylor und Montgomery Clift, zwei der in jenem Jahrzehnt meistfotografierten Gesichter, standen nicht nur drei Mal zusammen vor der Kamera – *Ein Platz an der Sonne* (1951), *Das Land des Regenbaums* (1957) und *Plötzlich im letzten Sommer* (1958) –, sondern waren auch enge Freunde. Ihr lockerer Umgang miteinander zeigt sich deutlich auf vielen Fotos der beiden, vor allem jenen vor dem Unfall 1956, der Clifts perfektes Filmgesicht für immer verändert sollte. Auf den Bildern des Life-Fotografen Peter Stackpole, die während der Dreharbeiten zu *Ein Platz an der Sonne* bei Paramount im Frühling 1951 entstanden, ist die Zukunft noch voller Hoffnung. Typische Porträts des strahlenden Paares machte man im Studio, doch wenn die beiden im Freien waren, wurden die Bilder einfallsreicher. Selten wurde jugendliche Lebensfreude besser eingefangen als in der Aufnahme von Clift, wie er eine lachende Taylor durch die Luft wirbelt. Kurz vor ihrem Durchbruch aufgenommen, wurden diese Fotos nie in Life veröffentlicht, obwohl Taylor dort später als häufigste Titelschönheit aller Zeiten abgebildet wurde – 14 Mal in 50 Jahren.

In *Hollywood Unseen* sind vierzig Jahre Publicity-Aufnahmen versammelt. Diese Bilder sind weder nach ihren Entstehungsdaten, den Stars, Studios oder der dargestellten Situation geordnet. Fotografien aus den zwanziger Jahren wurden solchen gegenübergestellt, die 30 Jahre später entstanden, wobei die Kameras stets das gleiche Ziel verfolgten: Die Männer und Frauen, die zu Filmstars erkoren wurden, sollten als Götter erscheinen. Erst um 1960 wurde dies anders, als plötzlich Paparazzi in das scharf kontrollierte Publicity-Unternehmen Hollywood eindrangen und unser Bild der Stars sich für immer veränderte. Humphrey Bogart Rad fahrend auf dem Studio-Gelände mag wie der Schnappschuss eines gierigen Paparazzo wirken, doch wir wissen, dass dem nicht so ist. Die Aufnahme von Bogart ist perfekt inszeniert und belichtet. Er sitzt gerade und würdevoll da, sein Gesicht lässt an Sam Spade oder an Rick aus *Casablanca* denken. Genau so wollen wir uns an unsere Helden der Leinwand erinnern: als an Menschen wie wir es sind – und doch ganz anders.



Rita Hayworth
Columbia, 1944
Aufnahme von Robert Coburn Sr.



Buster Keaton in den MGM Studios,
Los Angeles
MGM, um 1930
Aufnahme von George Hurrell



Myrna Loy
MGM, 1933
Aufnahme von Clarence Sinclair Bull

Ramon Novarro
MGM, 1930
Aufnahme von Russell Ball



Johnny Weissmüller und seine dritte Frau Lupe Vélez
MGM, 1933



Stan Laurel und Oliver Hardy am Set
MGM, 1931



Ginger Rogers
RKO, um 1936



Ann Sothern am Hafen von Long Beach,
Los Angeles, Kalifornien
Columbia, um 1936

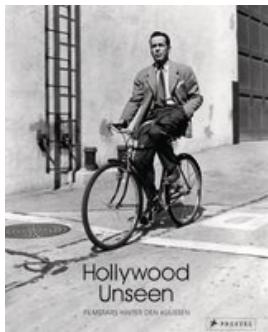


James Stewart, mit seinem Hund spielend
MGM, 1936
Aufnahme von Ted Allan



Norma Shearer
MGM, 1932
Aufnahme von George Hurrell

UNVERKÄUFLICHE LESEPROBE



Robert Dance

Hollywood Unseen

Filmstars hinter den Kulissen

Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 240 Seiten, 24x30

200 s/w Abbildungen

ISBN: 978-3-7913-4771-4

Prestel

Erscheinungstermin: Februar 2013

Hinter den Kulissen einer Traumfabrik

Das berühmte Kalender-Blatt von Marilyn Monroe auf rotem Samt, Marlene Dietrich lasiv mit Zigarette im Mundwinkel oder Audrey Hepburn mit Kaffeebecher und Croissant vor dem Schaufenster von Tiffany kennt jeder. Aber Aufnahmen von Humphrey Bogart auf dem Fahrrad, Henry Fonda und James Stewart beim Tischtennisspiel, Ronald Reagan im Swimmingpool oder Ingrid Bergman als Bogenschützin? Hollywood Unseen erlaubt uns mehr als einen Blick hinter die Kulissen der Traumfabrik, die ihre Stars nicht nur vor der Filmkamera, sondern auch im „Alltagsleben“ posieren ließ – ganz so, wie heute die „Schnappschüsse“ von Sharon Stone am Strand oder Angelina Jolie an Bürgerkriegsschauplätzen. Der inszenierte Blick auf das Leben von Stars und Sternchen gehörte schon immer zur Marketingstrategie der Filmindustrie dazu.

 **Der Titel im Katalog**