

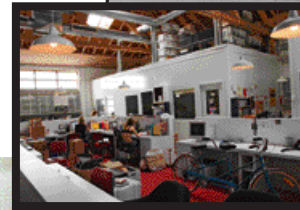


# POWERED BY COPPOLA

Wahre Kreativität macht vor gar nichts Halt. Lässt der Freiheit allen Raum und gibt der Kunst ein immer neues Gesicht. Der Beweis: Sofia und Roman Coppola

MADAME 3/2005

FOTOS: Gary Cotton (1), Stewart Ferguson (1) – beide Camera Press, Martin Mai (10)

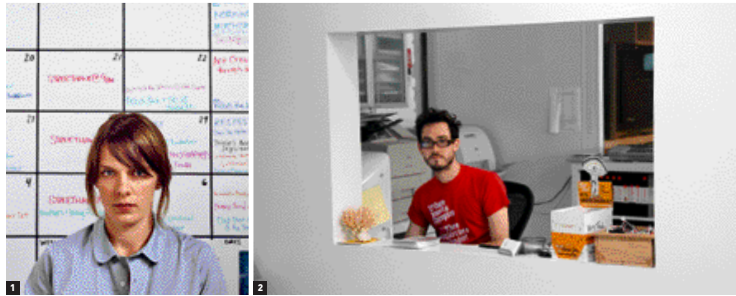


**BACKSTAGE** Sofia Coppola (linke Seite) und ihr Bruder Roman (unten) sind echte Multitalente. Mit dem „Directors Bureau“ haben sie eine Kulturfabrik und Talentschmiede geschaffen. **1–3** Blick in die Räume des Büros; Kreativität trifft klare Strukturen. **4** Roman Coppola liebt schnelle Autos. Der Mini-Ferrari ist eines seiner Kunstobjekte. **5** Post für mich? Ein Künstler checkt seine E-Mails



**TEAMWORKER** 1 Cayce Cole, Executive Manager, ist das Herz des „Directors Bureau“. Die 28-Jährige aus Kentucky kam vor vier Jahren nach Los Angeles. Aus einem Kurztrip wurde eine Karriere bei den Coppolas. Heute ist sie verantwortlich für den reibungslosen Ablauf des Büros und kümmert sich um Kostenvorschläge und Rechnungen. Aber auch um so etwas wie eine Überraschungsparty

für Roman Coppola. Im Umfeld ihres Jobs lernte Cayce auch ihren Mann kennen, einen Fotografen in L.A. 2 Eric Normington, 28, ist der kreative Knotenpunkt im Büro. Er hat den heißen Draht zu Roman, Sofia und den anderen Regisseuren, wenn sie produzieren. Der Production Manager stammt aus Los Angeles, ist seit vier Jahren bei den Coppolas und hat einen Abschluss in Musikwissenschaften



„HIER DARF JEDER IDEEN ENTWICKELN. EGAL OB PRAKTIKANT ODER REGISSEUR.“ ROMAN COPPOLA

Die zarte Frau ist ein Energiebündel ungeahnten Ausmaßes: Nicht nur, dass ihr künstlerisches Potenzial grenzenlos scheint, sie fördert fast nebenbei die nächste Generation der Kreativen. Mehr oder weniger unbemerkt von der Öffentlichkeit, aber umso stärker beachtet von der Szene, hat Sofia Coppola mit ihrem Bruder Roman in Los Angeles eine Kulturfabrik und eine Talentschmiede der besonderen Art etabliert: das „Directors Bureau“. In einer wohl überlegten Mischung aus Kunst und Kommerz entstehen hier Werke, die die Film- und Musikbranche aufhorchen lassen. Sofia und Roman Coppola sind die treibenden Kräfte und durch ihr Know-how, das von Mode bis Movie reicht, die stärksten Impulsgeber im springelbendigen Miteinander.

Lust am Teamwork hat denn auch einen Riesen-Stellenwert im Directors Bureau. Die Kreativen und Organisatoren, die ständig hier arbeiten, und die Künstler, die je nach Projekt mehr oder weniger häufig im Büro auftauchen, befruchten sich gegenseitig. Die Künstler, die das Directors Bureau unter Vertrag hat, produzieren Zeitschriften, Kurz-

Dokumentar- und Spielfilme, sind Fotografen oder drehen Musikvideos. Das Crossover der Disziplinen ist beachtlich, aber was die wahre Power des Unternehmens ausmacht, das ist die Chance, sich zu entfalten: „Hier darf – besser: soll – jeder Ideen entwickeln. Egal ob Praktikant oder Regisseur: Es kommt auf den Output an, nicht auf den Titel“, sagt Roman Coppola.

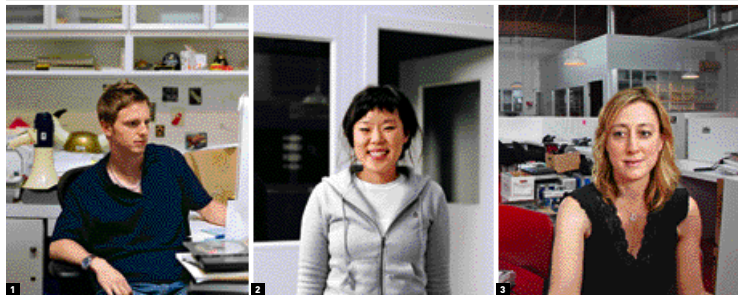
Das Lieblingskind aller Beteiligten ist die Musik. Genauer: Musik-Clips. Mit der perfekten Optik der Filmemacher und Fotografen werden Bands zu Stars. Und dass wir hier schon mitten im Thema Kunst sind, verdeutlicht die Tatsache, dass Roman Coppola mit dem Video-Clip „Praise You“, den er 1998 für „Fat Boy Slim“ gemacht hat, in der ständigen Sammlung des Museum of Modern Art vertreten ist. Überhaupt kam in den letzten Jahren aus dem Directors Bureau der schärfste Look zu den neuen Tönen. Strokes, White Stripes oder Phoenix – die Top-Stars der Independent-Szene haben ihr starkes Image auch dem Directors Bureau zu verdanken. Tipp: Derzeit sind die Strokes mit „12:51“ in einem Clip von Roman Coppola auf MTV zu sehen. Der

Song stammt übrigens von ihrer neuen CD „First Impressions on Earth“.

Auch für Sofia Coppola ist die Musikszene künstlerisch bekanntes Terrain: „Virgin Suicides“ ist nicht nur der Titel ihres ersten Films, sondern auch ein Song der französischen Gruppe Air – und ein Clip unter ihrer Regie. 2003 gelang ihr der internationale Durchbruch mit ihrem an die moderne Clip-Ästhetik angelehnten Film „Lost in Translation“. Und damit gewann sie nicht nur den Oscar für den besten Film – sondern trat auch aus dem Schatten ihres genialen Vaters Francis Ford Coppola. „Ich bin extrem diszipliniert“, sagt sie über sich selbst, „sonst könnte ich gar nicht all das tun, was mir Spaß macht.“ Womit sie auf ihre unbekannte Seite(n) anspielt. Zum Beispiel die Lancierung in den 90ern des Modelabels MilkFed in Tokio. Oder ihr großes Interesse an Fotografie und Kunst – was sie übrigens beides studiert hat. Ihre Lust an der Schauspielerei – sie stand schon oft vor der Kamera. Und natürlich ihre Leidenschaft fürs Schreiben – die Drehbücher ihrer Filme stammen von ihr. Aber ihr Engagement fürs Directors Bureau hat eine ganz besondere Qua- ➔

**STARKE TRUPPE** 1 Craig Steadman, der 22-jährige Filmstudent, macht gerade ein Praktikum im „Directors Bureau“ und ist begeistert, weil er überall mitarbeiten kann. Sein größtes Erlebnis: Er war beim Dreh für das Strokes-Video 2 Lana Kim, 24, trägt den Titel Music Video Rep. Die quirlige Amerikanerin mit vietnamesischen Wurzeln wollte eigentlich Journalistin werden und ist seit einem Jahr

bei den Coppolas. Ihr Job: Kontakt zu den Labels halten, den neuen Sound aufspüren und Konzepte für Videos entwickeln 3 Jennifer Krasinski, 31, ist seit sechs Monaten beim Team. Die studierte Kunsthistorikerin hat eine Sonderrolle und kümmert sich um Roman Coppolas Firma in der Firma, denn das Multitalent vermarktet vom selbst entworfenen Sportwagen bis zum eigenen Wein so ziemlich alles



„ICH BIN BEGEISTERT VOM TEAMGEIST UND VON DEM, WAS JEDER HIER EINBRINGT.“ **SOFIA COPPOLA**

lität: „Roman hat damit angefangen und ich wollte unbedingt dabei sein. Ich bin begeistert vom Teamgeist und von dem, was jeder hier einbringt“, erzählt sie. „Die Idee war, mit Menschen, die ich mag, zusammenzuarbeiten, ohne ihre Bereiche einzuschränken. Zurzeit vertreten wir fünf Künstler, aber es hängt noch ein Rattenschwanz an freien Mitarbeitern dran, die für uns aktiv sind. Wir entwickeln die Projekte, präsentieren sie dem jeweiligen Künstler und die Mitarbeiter im Büro kümmern sich dann um die praktische Umsetzung“, sagt Roman Coppola. Er hat in New York Film studiert, in Produktionen wie „Star Wars“ und „Apocalypse Now“ als Schauspieler mitgewirkt, als Regisseur preisgekrönte Dokumentationen gedreht und war bei den großen Filmen seiner Schwester dabei. „Bei ‚Virgin Suicides‘ und ‚Lost in Translation‘ war ich ihre rechte Hand, bei dem Film ‚Marie Antoinette‘, der dieses Jahr in die Kinos kommt, habe ich die Postproduktion gemacht“, erzählt er in den Räumen des Directors Bureau, unweit des Sunset Boulevard.

„Auf die Frage, wo man arbeitet, ist die Antwort ganz knapp: ‚in der Industry‘.

Das ist hier das Synonym für Hollywood“, erklärt Cayce Cole, die Executive Producerin des Büros und eine der fünf Angestellten hier. „Ich habe als Sekretärin angefangen, mit der Zeit bin ich aufgestiegen“, erzählt sie. „Ich bin nicht nur durch, sondern auch wegen Roman und Sofia da. Hier gibt es keine Hierarchien und jeder kann seine Fähigkeiten voll einbringen. Ich würde nirgendwo anders in Hollywood arbeiten.“ Auch Lana Kim, die Musikvideos produziert, liebt das familiäre Miteinander: „Wir sitzen oft abends zusammen, kochen und entwickeln neue Stoffe. Aber seit Sofia den Oscar hat, ist sie leider seltener da, sie hat zu viel zu tun.“ Fast vier Monate Abwesenheit gehen auf das Konto des letzten Drehs in Versaille, wo sie mit Kirsten Dunst an „Marie Antoinette“ arbeitete.

Das Directors Bureau als Sprungbrett für Künstlerkarrieren: „Mike Mills ist einer der besten Werbe- und Video-Regisseure“, erzählt Roman Coppola, „jetzt hat er mit Keanu Reeves den abendfüllenden und hochgelobten Spielfilm „Thumbsucker“ gedreht“ (deutscher Kinostart noch offen). Er hat hier angefangen, wie auch Nash Edgerton,

der vom Stuntman zum Filmemacher avancierte und dessen Kurzfilm „Lucky“ auf dem renommierten Sundance Filmfestival der Publikumsliebhaber war.

Da aber nicht immer gut verdienende Stars die Klientel sind und sich aus den Mini-Budgets der Plattenfirmen oft nicht das erwünschte Ergebnis zaubern lässt, arbeiten die Kreativen auch mal umsonst. „Wir wollen die Bands unterstützen, die wir mögen“, sagt Eric Nornington, rechte Hand von Cayce Cole. „Wir finanzieren uns durch Werbung. Entwickeln und drehen Spots für Nike, Playstation, den Modedesigner Marc Jacobs oder H&M.“ Ist die kommerzielle Arbeit nicht künstlerischer Verrat? „Überhaupt nicht. Man muss es nur gut machen“, sagt Sofia. Und Roman: „Wir klopfen die Firmen auf Integrität ab, wir würden nie mit Konzernen arbeiten, die unseren Moralvorstellungen nicht entsprechen.“ Aber der geniale Mix aus Kreativität und Lust an der Sache macht's. Wo der herkommt? Sofia Coppola: „Unser Vater ist ein Mann der ‚Renaissance‘, was Wiedergeburt bedeutet. Die Eigenschaft, immer wieder etwas Neues machen zu wollen, hat er uns vererbt.“ Wie gut.

**ANDREAS TÖLKE**

MADAME 3/2006