

INTERVIEW

«Es braucht das gewisse Etwas, das aus der Masse hervortritt»

STEVEN HIRSCH Der Ex-Journalist ist der Gründer der grössten Porno-Produktionsfirma der USA und eigentlich ein schweigsamer Geselle. In CASH redet der Chef der Vivid Entertainment Group dennoch über die Vorzüge seiner Pornostars und den Stellungskrieg bei den neuen DVD-Formaten.

DER FORMATKRIEG

Für die DVD sitzen bereits zwei Nachfolgetechnologien in den Startlöchern. Doch die derzeitige Situation auf dem Markt ist denkbar unbefriedigend. Statt einem Nachfolgeformat für die DVD sind zwei Träger mit hochauflösender Bildqualität (High Definition) an den Start gegangen: **HD DVD** und **Blu-ray-Disc**.

Während HD DVD vom japanischen Unterhaltungselektronikkonzern **Toshiba** und der amerikanischen **Microsoft** unterstützt wird, scharf **Sony** mit der Blu-ray-Technik einen Grossteil der Hollywood-Studios sowie **Apple** hinter sich. Das High-Definition-Format bringt eine rund fünfmal höhere Bildauflösung als bisher und damit eine noch nie da gewesene Brillanz und Qualität mit sich. Die Bilder erscheinen wahrlich zum Greifen nah, vorausgesetzt, dass man über einen entsprechend hochauflösenden Bildschirm (Full-HD) verfügt. In der Vergangenheit spielte in diesen Situationen die Position der Pornoindustrie die **entscheidende Rolle**. So verlor Sony in den Siebzigerjahren den Videokassetten-Krieg, weil sie ihre technisch wohl überlegenen **Betamax-Kassetten** schmutzfrei halten wollte. Das VHS-Format von JVC gab sich bei der Lizenzvergabe jedoch freizügig – und setzte sich durch. Auch die von Philips entwickelte **Laserdisc-Technologie**, die bereits vor Jahrzehnten eine DVD-ähnliche Bildqualität präsentierte, anerbot sich der Sexbranche zu spät und konnte auf dem Markt nie richtig Fuss fassen. Nun scheint sich die Geschichte zu wiederholen, denn Sony und Disney wollen gemäss verschiedenen Vertretern der Erwachsenenunterhaltungsbranche auf Blu-ray-Discs **keine Pornos** sehen.



Keine Lust: Sony will keine Pornos auf Blue-ray-Discs.

VON MARC BODMER

CASH: Herr Hirsch, dieses Interview wird in CASH veröffentlicht, der meistverkauften Wirtschaftszeitung der Schweiz.

STEVEN HIRSCH: CASH? Sehr guter Name.

Danke, Herr Hirsch, Sie haben einen sehr deutsch tönenden Namen. Kommt Ihre Familie ursprünglich aus Deutschland oder gar aus der Schweiz?

Nein, die Wurzeln der Familie liegen in Litauen.

Wie kommt es, dass die Pornoindustrie immer an vorderster Front ist, wenn es um technologische Innovationen geht?

Unsere Industrie veröffentlicht sehr viele Filme, da kann man schon einmal ein Risiko eingehen. Hollywood dagegen hat viel die grösseren Investitionen pro Film. Das macht sie vorsichtiger. Hinzu kommen Bürokratie und Papierkrieg, die einer schnellen Entscheidung im Weg stehen.

Vivid ist auch keine kleine Firma...

Wir haben etwas mehr als 100 Angestellte, aber nur eine Person entscheidet – ich.

Seit vergangem April bietet Vivid als erste Firma Filme zum Herunterladen an, die einmal auf DVD gebrannt werden dürfen. Wie wird diese Möglichkeit genutzt?

Wie bei jeder Technologie müssen sich die User zuerst daran gewöhnen. Es gibt aber bereits vergleichbare Mainstream-Angebote. Das Modell macht also Schule.

Zurzeit beschäftigt eine Frage die gesamte Unterhaltungselektronikbranche: Welches High-Definition-Format wird die Nachfolge der DVD antreten, Blu-ray (BD) oder HD DVD?

Das lässt sich so nicht beantworten.

Stimmt es, dass Sony den Kopierbetrieben verbietet, Sexfilme auf BD zu brennen?

Ja, Sony will keine Pornos auf BD. Wer BD-Scheiben vervielfältigen will, verpflichtet sich, keine Erwachsenenunterhaltung zu produzieren.

Nachdem Sony bereits in den Siebzigerjahren den Videokassettenformat-Krieg verlor, weil sie keine Pornofilme auf ihren Betamax-Kassetten wollten, hätte man erwartet, dass sie etwas dazugelernt haben.

Es ist nicht nur Sony. Auch Disney steht hinter BD und will in keiner Weise mit unserer Industrie in Verbindung gebracht werden. Wenn sie uns ins HD-DVD-Lager abschieben wollen, gehen wir halt dorthin.

Sind nicht auch die hohen Kosten der High-Definition-Reproduktion ein Grund für die zögerliche Haltung der Pornobranche, sich für ein HD-Format zu entscheiden?

Nicht so sehr der Kostenpunkt, sondern die Distribution spielt eine Rol-

le. Doch sobald mehr Abspielgeräte auf dem Markt sind, werden die Preise fallen, denn die Kunden sind scharf auf hochauflösende Inhalte, ob Porno oder nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sony die Anti-Porno-Klausel im Vervielfältigungsvertrag aufheben wird?

Letztendlich geht es doch um das Geschäft. Derzeit gibt es nur wenige BD-Vervielfältiger, und diese lassen sich darum gut kontrollieren. Wenn es aber mehr Hersteller hat, dann dürf-

Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf den PC zu laden und dort oder via TV zu konsumieren, wird sich am Ende durchsetzen. So wird die (Erwachsenen-)Unterhaltung konsumiert werden. Aber es wird noch gewaltige Veränderungen in unserer Branche geben.

Wie meinen Sie das?

Ein Anbieter einer VOD-Plattform kann unmöglich jedes Jahr 13000 neue Titel schlucken. Es gilt, die Spreu vom Weizen zu trennen.

«Wir haben keinerlei Interesse, dass Jugendliche Zugriff auf unsere Inhalte haben.»

te sich auch unsere Branche auf BD finden lassen.

In den letzten Jahren scheint sich das Tempo, in dem neue Technologien auf den Markt kommen, gesteigert zu haben: DVD, Internet, Handys, Video-on-Demand (VOD), Kabelfernsehen usw. Wie entscheiden Sie, in welches Medium Sie investieren?

Wir sind sehr wählerisch und setzen auf die Technologie, die uns am sinnvollsten erscheint. VOD, also die

Wird es zur Konsolidierung in der Branche kommen?

Man muss sich richtig positionieren. Gewisse VOD-Anbieter führen schon heute 50000 Titel. Was schaut für mich heraus, wenn mein Film auf dem 50001. Platz liegt? Wir arbeiten mit einer VOD-Firma zusammen und sind nun selbst Anbieter. So haben wir direkten Einfluss auf die Auswahl.

In der Schweiz haben Porno-Inhalte auf Handys von Jugendlichen für eine

heftige Debatte gesorgt. Wie geht Vivid das Problem an?

Wir haben keinerlei Interesse, dass Jugendliche Zugriff auf unsere Inhalte haben. Es gibt genug Erwachsene, die bereit sind, zu zahlen. Es ergibt keinen Sinn, Kids anzusprechen.

Welche Möglichkeiten gibt es, um Jugendschutz konkret umzusetzen?

Es bestehen verschiedene Modelle für die Telefongesellschaften, das jeweilige Alter zu bestimmen, bevor ein Download erfolgt. Eine in den USA bewährte Methode ist die Bezahlung mittels Kreditkarte. Man darf annehmen, dass nur Volljährige eine solche besitzen. Sobald die Telecomanbieter diese und weitere Schutzvorkehrungen im Griff haben, steht einem guten Geschäft nichts mehr im Weg, und alle können damit leben.

Gemäss «New York Times» stagniert der Pornomarkt und ist im letzten Jahr bloss um 2,4 Prozent gewachsen. Stimmt das?

Ich habe keine Ahnung, woher die ihre Zahlen haben, und darum kommentiere ich sie auch nicht.

Es trifft aber zu, dass der Markt übersättigt ist.

Ja. Es gibt einfach zu viele Filme, die jedes Jahr herauskommen. Das treibt die Preise nach unten. Auch die DVD-

DER GRÖSSTE NAME

Nach einem Journalismusstudium an der University of California, Los Angeles, stieg Steven Hirsch, 45, ins väterliche Sex-Handelsgeschäft ein. 1984 gründete er zusammen mit David James die Firma Vivid Video. Hirsch, James und Bill Asher als Dritter im Bunde leiten heute die Geschicke der **Vivid Entertainment Group**. Gemäss «Wall Street Journal» ist Vivid **«der grösste Name im Pornogeschäft»**. Zahlen veröffentlicht die Firma, die 100 Mitarbeiter beschäftigt, keine. Der Gewinn wird auf jährlich 100 Millionen Dollar geschätzt. Rund 60 Filme pro Jahr werden veröffentlicht, die von aufwendigen Marketing- und Promotionskampagnen begleitet werden. Die **Produktionskosten** für einen Vivid-Film betragen zwischen 40000 und 200000 Dollar. Vivid hat mehr als 1500 Filme im Katalog, die auch über drei Pay-per-View-Kanäle in über 40 Millionen US-Haushalte abgerufen werden können. Vivid führte das altbekannte **Hollywood-Starsystem** in der Pornoindustrie ein und hat ein gutes Dutzend junge Damen exklusiv unter Vertrag, darunter Branchengrössen wie **Savanna Samson**, **Briana Banks** oder **Sunny Leone**. Mit den Pornoköniginnen Jenna Jameson und Tera Patrick, die ihre eigenen Firmen betreiben, bestehen Vertriebsabkommen. Laut dem Wirtschaftsmagazin «Business 2.0» «hat Vivid massgebend zur Akzeptanz von Pornografie beigetragen und daraus ein Multi-Millionen-Dollar-Mainstream-Geschäft gemacht».



Verkaufte früher mal Versicherungspolice: Briana Bany alias Briana Banks, 29.

Führt den «grössten Namen im Pornogeschäft»: Steven Hirsch, Gründer der Vivid Entertainment, mit Savanna Samson, einem seiner Pornostars.



Verkäufe waren mit rund 15 Prozent rückläufig. Es wird also kaum noch Geld verdient, womit man neue Filme machen könnte.

Wie kommt die Branche aus diesem Tal wieder heraus?

Man muss in neue Technologien, die sich etablieren werden, investieren. Mit diesen lässt sich nach wie vor Geld verdienen.

Ein grosses Problem ist die Piraterie. Wer im Internet surft, kann bis zum Abwinken Porno konsumieren, ohne dafür zu bezahlen.

Ähnlich wie die Hollywood-Studios sieht sich auch unsere Branche seit Langem mit Piraterie konfrontiert. Sobald eine neue Technologie Fuss fasst, scheint es, dass Raubkopierer ihr folgen. Mit der Zeit wird man dieses Problem in den Griff bekommen, und daran arbeiten wir bereits. Aber deswegen können wir ja nicht unsere Produktion einstellen.

Wie wichtig ist in Ihrem Geschäft das Branding?

Es ist zentral. Seit dem ersten Tag setzt Vivid auf Qualitätsproduktionen. In einer Welt mit über 300 Produktionsfirmen muss man einmalig sein. Wir produzieren auf Film und natürlich in High Definition. Wir waren auch die Ersten, die auf DVD produzierten ... All das ist wichtig für die Marke.

Sie haben das alte Hollywood-Star-System in der Pornobranche eingeführt.

Ja, wir binden unsere Girls mit exklusiven Verträgen.

Inzwischen haben das praktisch alle anderen Studios nachgeahmt. Wodurch zeichnet sich ein Vivid-Girl aus?

Die Wahl eines Vivid-Girls ist ein äusserst subjektiver Vorgang. Es reicht nicht, einfach schön zu sein. Sie muss auch einmalig sein – ob sie nun speziell aussieht oder eine spezielle Persönlichkeit ist. Es braucht das gewisse Etwas, das aus der Masse hervortritt.

Von wegen sich abheben: Viele Darstellerinnen haben ihren Oberweiten bis zu pneumatischen Dimensionen nachgeholfen. Ist Silikon nach wie vor ein Muss?

Brustvergrösserungen sind definitiv kein Muss. Tatsächlich haben die meisten Vivid-Girls keine vergrösserten Brüste.

Wie erklären Sie sich diese amerikanische Obsession?

Männer stehen seit Menschengedenken auf grosse Brüste.

Ein neuer Trend sollen Produktionen mit Schauspielerinnen zwischen 30 und 70 Jahren sein, ausgelöst durch die Teenie-Komödie «American Pie», in der ein Schüler mit der Mutter eines Kollegen Sex hat.

Von den 13000 Titeln fallen etwa 200 in dieses Segment, zuvor waren es vielleicht 10. Prozentual ist das natür-

lich eine gewaltige Steigerung, aber absolut gesehen bleibt es eine Nische.

Sie haben zwei neue Labels ins Leben gerufen: Vivid Alt (Alternative) und Vivid Ed (Education). Wieso?

Wir sind stets dabei, uns zu diversifizieren, nicht nur im Segment der DVD. Im Bereich der Alternativproduktionen besteht für uns schon Nachholbedarf. Es gibt zwar tonnenweise extreme Pornografie auf dem

Markt, aber das ist nichts für uns. Wir wollen etwas anderes bieten, ohne gleich dem Extrem zu verfallen. Vivid Ed soll die Lücke bei Lernvideos füllen, davon gibt es nur wenige.

Lassen sich andere Trends feststellen?

Unsere Industrie befindet sich im Wandel. Das beschränkt sich nicht nur auf die Technologie, mit der wir unsere Unterhaltung geniessen. Das Internet hat alles verändert.

Können Sie das ausführen?

Im Web können Sie alles finden. Für jede Nische gibt es etwas. Darum wird auch eine Unmenge an Inhalten produziert. Ich glaube, dass sich das in Zukunft ändern wird.

2001 stand Vivid vor einem Börsengang, aber das Geschäft lief nicht entsprechend. Also wurde auf ein IPO verzichtet. Wie sieht es heute aus?

Unser Ziel ist es, den Gewinn stets zu maximieren, aber wir brauchen das Geld aus einem Börsengang nicht. Hinzu kommt, dass die Vorstellung einer Aufsicht nicht gerade wünschenswert ist. Es ist nicht einfach, Sarbanes-Oxley-Bedingungen zu erfüllen. Diese Kopfschmerzen kann ich mir sparen.

«Man muss in neue Technologien, die sich etablieren werden, investieren. Mit diesen lässt sich Geld verdienen.»

37 FILME PRO TAG

Laut «New York Times» hat die US-Pornoindustrrie 2006 im Vergleich zum Vorjahr nur um 2,4 Prozent auf knapp 13 Milliarden Dollar Umsatz zugelegt. 2005 wurden rund 13500 neue Titel veröffentlicht, also 37 pro Tag. 1998 waren es 8000 und 1988 bloss 1250 Filme. Grösstes Wachstumssegment innerhalb der Branche sind der Bereich Video-on-Demand (Herunterladen von Videos aus dem Internet) und Striplokalen der gehobenen Klasse. So haben sich die Aktien von Gentlemen's-Club-Betreiber Rick's Cabaret innerhalb eines Jahres verdoppelt.