



Harry S. Morgan
im Produktions-
büro (Foto: P.
Vonderau)

Serien, Seriosität und die Öffentlichkeit der Pornografie

Ein Interview mit dem Porno-Produzenten Harry S. Morgan

Patrick Vonderau

Harry S. Morgan, als Michael Schey 1945 in Essen geboren, begann seine Laufbahn im Bildjournalismus. Nach einer Ausbildung an der Folkwang-Hochschule arbeitete er zunächst als Reporter für die Neue Ruhr-Zeitung und die Neue Revue sowie für eine PR-Agentur. Nach Tätigkeiten beim Fernsehen, unter anderem als Kamera-Assistent für Jost Vacano und als Regisseur des Krimis POMMES ROT-WEISS (1991), wurde Morgan in den 1990er Jahren durch pornografische Videoserien bekannt, darunter JUNGE DEBÜTANTINNEN, MAXIMUM PERVERSUM, GINA WILD – JETZT WIRD'S SCHMUTZIG oder HAPPY VIDEO PRIVAT, die mit 122 Folgen wohl erfolgreichste Pornovideo-Serie überhaupt. Morgan arbeitet heute als Produzent, Drehbuchautor und Regisseur für die EAT Medien GmbH in Essen. Oft tritt er in der Rolle des Harry S. Morgan selbst vor die Kamera, um seine Darsteller und Darstellerinnen über ihre Sexpraktiken zu interviewen. Er erhielt dreimal den Venus Award im Bereich Regie.

Das beigelegte Drehbuch entstand unter dem Pseudonym Georg Michael Scheu für die Produktion BIZARRE 6: KRIMINAL TANGO (1996).

PV: Haben Sie mit der Figur des Harry S. Morgan und Ihrer HAPPY VIDEO PRIVAT-Reihe einen Beitrag dazu leisten wollen, die Utopie des Pornografischen auf den Boden der Tatsachen zu holen?

HM: Ich möchte den Leuten Spaß bereiten, und ich möchte ihnen den Spaß so bereiten, dass sie es auch glauben. Ich bin einer, der Reality liebt. Wobei ich in vielen Situationen auch Fantasien spielen lasse, wo die Leute sie haben wollen. Es gibt viele Fantasien in den Leuten,

die sie Angst haben auszuleben, die sie aber sehen wollen, nach dem Motto: Das wäre schön gewesen. Wenn ich Leute befrage, nachdem sie etwas von mir gesehen haben, dann ist es leider oft so, dass sie sich gar nicht artikulieren können.

Interessant an Ihrer Rolle als Porno-Produzent scheint mir nicht zuletzt eben der Zugriff auf die Fantasie. Woher wissen Sie, was den Leuten gefällt?

Das ist genau das Problem, weil die Leute oftmals nicht begründen können, warum ihnen etwas Spaß gemacht hat. Natürlich können sie immer sagen, das war halt ein tolles Mädchen. Aber was ist ein tolles Mädchen? Muss die blond, brünett oder dunkelhaarig sein? Groß oder schlank, dick oder dünn? Da habe ich viel Erfahrung, weil ich oft mit Leuten spreche, gerade auch mit jungen Leuten. Ich habe E-Mail-Fans, die mir Testberichte schreiben, die Tipps geben oder Wünsche äußern.

Wie ist das Feedback organisiert? Betreiben Sie Marktforschung?

Das läuft persönlich über meine Harry S. Morgan-Mailadresse, die Leute kennen mich ja in dieser Rolle. Pro Woche bekomme ich rund 50 Mails. Man muss den Endverbraucher aktivieren.

Die persönliche Kontaktaufnahme scheint mir außergewöhnlich, im Vergleich zur übrigen Filmindustrie, wo die Befragung an Firmen abgegeben wird.

Das liegt daran, dass die anderen, die so genannten «großen» Produzenten oder Filmemacher, sich verweigern gegenüber dem Endverbraucher. Ich komme aus dem Journalismus und habe immer an der Basis Fragen gestellt. Das hat dann in mein neues Leben hineingespielt. Deswegen muss ich klar sagen: Als Porno-Produzent muss man neugierig sein, um am Markt zu bleiben. Das größte Problem der Porno-Industrie ist, dass sie die Kunden für dumm verkauft.

Woran machen sich denn die Fantasien des Publikums fest?

Ich bin selbst sehr fantasiereich und habe keine Probleme, über meine eigenen Fantasien nachzudenken und sie zu realisieren. Im Laufe der Zeit habe ich auch ein gutes, sensibles Verhältnis zu Frauen entwickelt, das ist natürlich wichtig.

Wie verläuft die Stoffentwicklung bei einem Porno – ausgehend von einer Fantasie?

Zunächst mal bin ich einer, der trainiert ist zu schauen. Ich zappe abends durchs Fernsehen und denke: Das ist ein interessantes Thema. Oder ich bin im Flugzeug unterwegs und denke: Das ist ja ganz inte-

ressant, was die beiden da in der ersten Reihe machen. Das sind Auslösefaktoren, die ich mir auf kleinen Zetteln notiere. Dann lege ich einfach los: Ich habe diesen Auslöser, daraus wird dann die Geschichte. Natürlich gibt es grundsätzliche Film-Voraussetzungen: Auch im Porno braucht man Gut und Böse, man muss immer die Liebenden haben und Hindernisse, bevor sie sich am Ende kriegen. Dieses einfache dramaturgische Rüstzeug, das in allen großen Filmen drin ist – man muss nur verstehen, es in Pornografie umzuwandeln. Das ist nicht ganz so simpel.

Was Sie mit dem Flugzeug beschrieben haben, ist ja eher eine Situation als eine Handlung.

Natürlich kann man Filme heute machen, indem man nur Clips dreht und diese aneinanderreihet. Das ist für viele völlig in Ordnung, die kennen es aus dem Internet nicht anders. Wie beim neuen James-Bond-Film, der ja auch nur aus Clips besteht, gibt es Segmente und zwischen den Segmenten eine Ruhepause, weil der Zuschauer sonst wegrennen würde, er könnte nicht mehr. So wird es im Porno auch gemacht. Im Prinzip funktioniert das dramaturgisch wie ein weiblicher Orgasmus, langsam ansteigend, mit einer Reihung von Höhepunkten, klack-klack-klack. Eine Reihe von Segmenten, wobei jeweils in jedem Segment dieser dramaturgische Bogen drin ist – Auftakt, Höhepunkt, Abklingen. Zwischendrin gebe ich dem Zuschauer einen Moment der Ruhe, wo er sich entscheiden kann, ob er gleich oder erst am nächsten Tag weiterschauen will. Das ist die gleiche Dramaturgie wie beim heutigen Spielfilm.

Aber man muss auch einen roten Faden hineinbringen. Nach dem Motto: Ich muss dem Zuschauer, selbst im Porno, die Gelegenheit geben, sich in ein Mädel zu vergucken. Das hübsche Mädchen am Anfang führt durch den Film, aber es verrät nicht alles, sodass der Zuschauer gezwungen wird, bis zum Ende zu schauen: Er will doch einfach sehen, was sie tut! Das ist für mich der rote Faden beim Porno, mithilfe dessen ich den Zuschauer zwingen, alles zu sehen, was ich gemacht habe.

Durch die veränderten Sehgewohnheiten der jungen Leute, mit den Musikvideos bei MTV und Viva, muss man gewisse Situationen natürlich schnell angehen, auch von der Schnittfolge. Aber ich sage immer: Grundsätzlich handelt der Film von zwei Menschen, sie geht auf der linken, er auf der rechten Straßenseite, irgendwann kommen sie weiter zusammen, sodass sie sich richtig küssen. Diese Entwicklung muss man dem Zuschauer auch geben. Natürlich kann ich auch mit

einem dicken Blow-Job anfangen, weil ich weiß, dass der Zuschauer, wenn er gleich am Anfang durch ein langes Vorspiel einschläft, keinen Bock mehr hat. Aber dazwischen muss immer wieder die klassische Dramaturgie kommen.

Der rote Faden besteht also auch darin, dramaturgische Ruhepausen zu geben. Da kann ich ruhig nochmal zeigen, dass der Single mit seinem gelben Cabrio durch Berlin fährt, das packe ich dazwischen, damit noch eine Entwicklung kommt, die plötzlich in einem Hausflur endet, damit man merkt, wie kalt und unglücklich er ist. Er steht vor einer Wohnungstür, und man weiß, seine Nachbarin ist auch Single – und warum sind die nicht zusammen, das kann man dann erzählen. Sodass der Zuschauer sich wiedererkennt, diese Realität, die hat er selbst schon erlebt. Das ist ja gerade bei jungen Leuten das Riesensproblem: Wie lerne ich jemanden kennen, was muss ich dafür tun? Vor 50 Jahren gab es noch klare Vorgaben, heute ist alles frei. Die Gesellschaft darf, kann, kennt alles, aber ist völlig durcheinander, weil sie nicht weiß, wo sie anfangen soll.

Bewegt sich der Porno-Mainstream heute nicht in Richtung Clipkultur?

Natürlich bin ich auch Internet-Verfechter, das hat ja eine große Zukunft. Aber wir besinnen uns zugleich auf die guten Werte zurück. Man muss sich hinstellen und sagen: Egal, ich laufe gegen den Trend, aber es wird eine Zeit geben, da gehen die Leute wieder ins Kino. Es gibt einige interessante neue Ergebnisse – die klassischen Porno-Kinos kehren wieder, etwa in der Schweiz. Das Kino ist schließlich ein Treffpunkt, an dem man sich auch real zusammenfinden kann.

Pornografie als visuelle Pädagogik?

Durchaus. Das merke ich ja, wenn ich mit Leuten rede. «Ich habe zum ersten Mal was gesehen in einem Film von dir», das höre ich oft bei Pärcheninterviews. Wo Paare dann endlich so weit sind, dass sie sich das eingestehen.

Lassen Sie uns zur Produktionsebene zurückkehren. Wenn es den roten Faden gibt, wie geht es dann weiter?

Der rote Faden muss da sein, und dann muss sich die Storyline natürlich auch so schreiben, dass sie drehbar ist. Schließlich habe ich ja Erfahrung mit Geld. Der Stoff wird also anhand bestimmter Richtlinien weiterentwickelt, man hat soundso viele Frauen, soundso viele Männer, die Verknüpfungen zwischen ihnen, es geht dann eher um ein produktionstechnisches Problem, das man lösen muss.

Denken Sie dann an bestimmte Darsteller und Darstellerinnen, und an bestimmte Nummern?

Grundsätzlich nicht, weil ich versuche, immer wieder neue Gesichter zu bringen. Ich habe natürlich wahnsinnig viele Informationen über Castings und was gerade läuft, und ich befrage die Leute, was sie alles machen. Ich werde niemanden dazu zwingen, etwas zu machen, was er nicht kennt oder nicht will. Das bringt nichts, sie sollen ja auch selbst Spaß dabei haben. Meist arbeite ich mit Laien, die kriegen normale Darstellerverträge. Mit Leuten aus der Prostitution arbeite ich nicht.

Aber wie plant man das? Nicht von ungefähr sprechen Sie ja von einem Problem.

Planen kann man das nicht. Das ist eine Frage des Fußballtrainers: Wie motiviere ich die Leute, wie schaffe ich eine gute Atmosphäre, so dass sie relaxt sind und sich wohlfühlen. Man muss ein Wohlfühlklima schaffen, damit die Sexualität aufleben kann. Hilfreich sind klare Vorgaben, ein klares Zeitgerüst. Improvisiert wird nicht. Ich kläre vorab die Situation, die ich gern hätte, nicht im Sinne der Position, sondern als Ablauf mit Anfang und Ende. Zeitlich unter Druck setzen kann man Darsteller nicht. Dialog dreht sich schwerer als alles andere, ich verzichte gern darauf. Bei der Realisierung spielt dann das technische Team eine große Rolle, da schaue ich oft gar nicht mehr hin. 45 Minuten Fickszene, danach können wir essen gehen.

Wie sieht das Drehverhältnis aus?

In der Regel 1:7.

Hat es Vorteile, nur an einem Ort, in einem Studio zu drehen?

Ich drehe ja nicht nur im Studio, sondern auch in Gärten, Villen, Apartments. Natürlich hat es Vorteile, den Ort nicht zu wechseln, für den Auf- und Abbau der Geräte ist schnell ein halber Drehtag weg.

Wie lang sind die Produktionszeiträume?

Normalerweise drehe ich vier bis fünf Tage. Aber dann mache ich gleich zwei Filme. Zurzeit drehe ich etwa alle zwei Monate.

Arbeiten Sie mit den gleichen Darstellern in beiden Filmen?

Nein, die wechsele ich schon aus. Aber das Team bleibt. Es ist ja auch eine Frage der Logistik. Wenn ich in Berlin ins Studio gehe, das ich gut kenne, wo ich unglaublich viele Schauplätze vorfinde, vom Bodybuilding-Studio über leere Hallen bis zur Kneipe, dann ist es natürlich einfacher, wenn ich das Team in der Pension nebenan unterbringe, für

den und den Festpreis. Der Rest der Leute kommt je nach Bedarf. Das ist also eine Frage der Organisation und wie ich es schaffe, das ganze Ding finanziell im Griff zu behalten.

Wenn Sie die Storyline und die Darsteller und Darstellerinnen haben, was ist dann der nächste Schritt?

Dann geht das an meinen Produktionsleiter, der dafür sorgt, dass die Termine eingehalten werden.

Es gibt keinen Prozess, in dem das Drehbuch durchgesprochen wird?

Der kriegt das Drehbuch ja zu lesen.

Ich meinte die Darsteller.

Nein. Das bringt nichts, weil die Darsteller es lesen würden oder auch nicht, und weil sie es bis zum Dreh sowieso wieder vergessen hätten.

Vorhin erwähnten Sie, dass Sie stets eine Idee haben, was den Leuten gefällt. Das finde ich sehr interessant. Wo kommt die Idee her?

Sagen wir mal so: Erstmal mache *ich* ja die Idee. Ich bestimme, was das Publikum zu sehen hat. Ich nehme nur aufgrund des Feedbacks gewisse Rücksichten, indem ich hingehe und sage: Das gefällt gut, jenes gefällt weniger gut, das nehmen die Zuschauer an, das wollen sie nicht sehen. Dann lasse ich es unter Umständen bleiben. Ich bin auch sehr vorsichtig bei Situationen, die sich nur Freaks anschauen. Im Fetischbereich etwa gibt es Freaks, die nur Füße sehen wollen, was der Großteil nicht will, also muss ich das nicht unbedingt zum Thema eines Films machen.

Ist das nun eine Art von Risikovermeidung oder ein Kalkül mit dem Begehren?

Es ist ein Kalkül, das versucht, Risiken zu vermeiden! Zum Glück habe ich sehr viele jugendliche Zuschauer, der Großteil meines Publikums ist unter 30, für deren Verständnis vom Porno gibt es ein paar einfache Regeln: Das Mädels soll hübsch sein und sie soll sehr gut ficken können. Sie muss weder den doppelten Rittberger vom Kronleuchter noch «perverse Dinge» machen, das wollen die jungen Leute gar nicht sehen.

Woran machen Sie die Unterschiede in der Wahrnehmung der Pornografie in den USA und Deutschland fest? Der amerikanische Porno-Darsteller Ron Jeremy sagte in einem Interview, deutsche Pornos möge er wegen der hässlichen Körper nicht.

Wir sind von der Bild-Zeitung geprägt, vom Reality-Journalismus, der die Leute so zeigen will, wie sie sind. Angela Merkel nach 48 Stunden

Parteitag. Das passt halt in unser deutsches Negativbild, das wir grundsätzlich haben. Amerika hingegen ist die Gesellschaft der Panzer-BHs. Wo an den Stränden diese Highclass-Bodies herumlaufen und man vor lauter Verzweiflung auf den Sex lieber verzichtet, weil man an die einfach nicht rankommt. Weil die nur Sport machen, weil sie keinen Sex mehr haben. Europa ist da viel lockerer, das war schon vor dreißig Jahren in Cannes so. Pornografie war schon immer stark in Europa.

Wie groß ist die Porno-Industrie in Deutschland heute?

Schwer zu sagen, weil die klassische Porno-Industrie so nicht mehr existiert. Das hat mit dem Ende der klassischen Medienmärkte zu tun: Kinos, DVDs, selbst die Videotheken machen dicht. Diese Amateurkultur, die sich im Internet breit macht, wo jeder Private seine Freundin mit dem Handy dreht, ist ein gewaltiges Problem. Jeder denkt, er kann das auch. Die Öffentlichkeit schadet der Pornografie, es gibt einfach zu viel davon. Im Grunde wäre es das Beste, wenn Pornografie verboten würde. Dann gäbe es eine Marktberreinigung und die Spezialisten wären wieder am Zuge. In jedem Fall müsste das öffentliche Angebot reduziert werden. Wie in Paris in der Louis-Vuitton-Boutique, in der nur eine einzige Handtasche steht.

Wem gehört die Pornobranche? Gibt es industrielle Verflechtungen?

Bekannt ist Beate Uhse. Aber wenn Sie sich die Aktien der Beate Uhse AG ansehen, dann wissen Sie, wie es der Branche geht. Die stehen derzeit, glaube ich, bei 78 Cent. Völlig uninteressant.

Gibt es Produktionsballungsräume der Porno-Industrie in Deutschland?

Kann man so nicht sagen. Es gibt aber in Essen aus alter Tradition heraus zwei Firmen, die EAT und Magma. Ein bisschen was ist in Berlin. Ansonsten handelt es sich um kleine und Kleinstfirmen, die überall verstreut sind. Ich glaube nicht, dass es noch eine Porno-Industrie im engeren Sinne gibt. Das ist in Frankreich genauso, Frankreich und ebenso England haben überhaupt keine Porno-Industrie mehr. Auch in Budapest oder Prag plätschert es nur noch so dahin.

Wie steht es mit Runaway-Produktionen?

Runaway-Produktionen aus Deutschland in Osteuropa waren ein Phänomen der frühen 1990er Jahre. Mittlerweile kann man auch in Berlin produzieren, dann kommen die Mädels halt aus Prag rübergefahren. Ich produziere dort, wo es von der Logistik her am günstigsten ist.

Wo liegen die durchschnittlichen Produktionskosten eines Pornos?

Um die 8.000 bis 14.000 Euro. Früher hatten wir mehr Geld.

Wie verläuft die Auswertung? Gibt es Porno-Marketing?

Die Auswertung hat sich natürlich stark verändert, von den Videotheken übers Internet bis hin zu mobilen Endgeräten. Beim Video beträgt der Auswertungszeitraum über zwei Jahre, nach ungefähr einem halben Jahr fangen die Filme an, Gewinne abzuwerfen. Es ist in der Regel ähnlich wie beim Spielfilm: Sieben Prozent laufen schlecht, zwei Prozent gut und ein Prozent geht durch die Decke. Nach zwei Jahren kann man in der Branche sechs bis sieben Prozent Gewinn mit einem Film erwarten. Verdient wird aber auch an alten Sachen, bei denen die Kosten schon gesunken sind. Alte Sachen von 2000, da werden 10.000 Stück für 4,99,- in den Verkauf gegeben, daran verdient man wirklich. Quadratisch-praktisch-gut, wie ich die nenne.

Marketing gibt es insofern, als man den Namen pflegt. Mich interessiert weniger die Vertriebsfirma, die lässt sich wechseln; der Name hingegen ist wichtig, weil die Menschen Namen haben wollen. Ich nenne das den Robert-Lembke-Effekt: Welches Schweinderl hätten's gern? Die Leute gewöhnen sich an einen Namen, eine Form, und sind dann froh, dass sie diese immer wieder zu sehen bekommen. Mein berühmtestes Beispiel ist meine HAPPY VIDEO PRIVAT-Reihe, die nun ins zwanzigste Jahr kommt, die erfolgreichste Porno-Serie der Welt. Der Erfolg beruht genau auf diesem Effekt: Die Leute sagen: «Den kennen wir, da wissen wir, was auf uns zukommt, und der hat auch immer neue Leute drin.» Das ist eine Marke, die man pflegt, mit der man in die Öffentlichkeit geht. Das merken sich die Kunden, ich sehe das an den Klicks, die auf die Berichterstattung über Harry S. Morgan im Fernsehen folgen. Bei MyVideo und YouTube habe ich ein paar kleine Sachen gestreut, wo ich mit Girls rede, da sehe ich, wie die Zugriffsraten hochgehen, weil die Leute im Internet nach Zusatzinformationen suchen. Das ist Marketing: Man muss zu sehen sein, selbst wenn es beim Kaffee auf dem Rastplatz von Helmstedt ist, damit die Leute weitererzählen: «Ich habe den wirklich gesehen», und dann gehen sie alle nochmal gucken. Mundpropaganda spielt eine außerordentlich wichtige Rolle.

Wie beim Spielfilm?

Warum kommen die amerikanischen Stars nach Berlin, um über den roten Teppich zu laufen? Es ist heute das Wichtigste, sich persönlich zu zeigen. Ich war immer der Meinung, dass der Porno-Star zum Anfassen sein muss. Der muss in Videotheken, auf Autogrammstunden oder

Messen gehen, damit die Leute dort hinkommen und sagen können, ich habe die persönlich gesehen. Damit erzeugt man ein persönliches Verhältnis und die Situation, dass die Leute sich freuen, wenn ein neues Produkt kommt.

Was bedeutet denn «Neuheit» in Ihrer Branche? Wie schafft man es, mit einem Porno etwas herzustellen, was als neu akzeptiert wird?

Neu sind oft nur die neuen Gesichter, das läuft sehr über die Darsteller. Wir haben den Sex ja nicht erfunden. Es gibt körperliche Voraussetzungen, die man haben muss und die wir nicht ändern können. Man wird nicht die Frau mit den drei Brüsten finden. Es ist die Neugierde auf neue Gesichter, von Männern wie Frauen.

Wie schafft man es bei dem erwähnten Überangebot, das gerade auch durch das Internet entstanden ist, die Neuheit für das potenzielle Publikum präsent zu halten?

Deshalb hatte ich von den Serien gesprochen. Der Zuschauer ist überfordert von den Millionen von Bildern, die ihm angeboten werden. Man bewältigt das durch Serien und Seriosität: indem man Marken schafft, die immer wieder gleich gute Inhalte bieten. Das ist im Prinzip nicht anders als in der Autobranche, bei Firmen wie Porsche, die einen guten Namen haben, weil sie konsequent in ihrem Segment Kundenpflege betreiben.

Spielt nur der Name oder auch die Nummer eine Rolle?

Die Nummer ist völlig unwichtig. Was zählt ist «Harry S. Morgan präsentiert» oder «Vivian Schmitt in einem Film von Harry S. Morgan». Wen interessiert heute, ob da anal drin ist oder nicht? Wenn wir ins Internet gehen, werden wir vielleicht 300 Millionen Analenzen finden. Das interessiert bei der Filmwahl überhaupt keinen mehr.

Wie hat sich die soziale Wahrnehmung von Pornografie gewandelt?

Ich erinnere mich, dass ich vor langer Zeit mit den Uni-Leuten in Bochum einen Themenabend hatte. Da waren 200 Studentinnen und zehn Männer. Das war sehr lustig. Am Anfang wurde ich von einem Schwall von Hass empfangen. Und nach zweieinhalb Stunden war das eine ganz gelöste Situation. So hatten die sich das gar nicht vorgestellt.

Vor einem halben Jahr hatte ich eine Einladung an die Uni Frankfurt, von der Katholischen Studentengemeinde. Voller Saal, erstaunlich. Die Fragen sind ähnlich geblieben, schon weil viele Leute zu wenig wissen über das Thema. Aber das persönliche Outen in nachfolgenden

Gesprächen war wie immer stark. Es kamen danach Studentinnen auf mich zu, die waren vielleicht 23 Jahre alt und sagten: «Ich habe mit 17 meinen ersten Porno gesehen, und der war von dir.» Die Leute sind heute ehrlicher, heute redet man darüber.

Wie stellen Sie sich Ihre Zukunft vor?

Ich will jedenfalls nicht wie Oswald Kolle als Scheintoter bei Herrn Kerner sitzen!

Das Interview wurde im Januar 2009 in Essen geführt.