

Golden Globes

THEORIE

US-Filmpreis der Hollywood Foreign Press Association (HFPA) — seit 1944, parallel zu den Oscars. Prestige-Preis, aber umstritten wegen Bias und Korruption.

Die Golden Globes sind für Produktionen und Studios ein zweites Schlachtfeld neben den Oscars — und oft genug das wichtigere. Während die Academy Awards von Filmschaffenden selbst verwaltet werden, sprechen hier Journalisten und internationale Kritiker ein Urteil, das anders wiegt. Das macht den Preis tückisch: Er kann Momentum aufbauen, bevor die Oscar-Kampagne überhaupt richtig läuft. Ein Golden-Globe-Sieg in der Best-Drama-Kategorie kann eine Produktion in die Top-Tier-Konversation katapultieren — oder sie dort festnageln. Praktisch bedeutet das für Distributoren und Awards-Strategisten: Die Golden Globes sind nicht primär eine Bestätigung künstlerischer Qualität, sondern ein Barometer für zeitgenössischen Geschmack und Industriepolitik. Die HFPA (Hollywood Foreign Press Association) war lange das kleinere, weniger transparent arbeitende Pendant zur Academy, ohne deren Reputationsschutz. Das führte zu handfesten Skandalen — unzureichende Diversität, nachgewiesene Bestechlichkeit in den Abstimmungen, Vetternwirtschaft. 2021 kam die Krise öffentlich ans Licht; die Reformation folgte stockend. Ein Produzent, der eine Golden-Globe-Kampagne plant, muss diese Gemengelage einkalkulieren: Der Preis zählt bei Publishern und Zuschauern; bei Fachleuten ist sein Gewicht ambivalent. Am Set oder im Schnitt spielen die Golden Globes selten eine Rolle — das ist eine Awards-Sache, die Postproduktion, Marketing und Festivals steuern. Aber ihre Doppelklasse-Struktur (Drama / Comedy-Musical) und die internationalen Votanten erzeugen manchmal überraschende Ergebnisse, die von Oscar-Erwartungen abweichen. Das ist sowohl Vorteil als auch Risiko: Ein Film kann beim Golden Globe dominant sein und beim Oscar ignoriert werden — oder umgekehrt. Die Goldene Palme in Cannes oder der Hauptpreis in Berlin haben oft mehr kulturelle Gravitas, aber die Golden Globes rangieren höher in der kommerziellen Wahrnehmung der US-Studios. Für Künstler ist das Dilemma einfach: Der Preis kann helfen, verdient aber nicht automatisch Respekt. Wer ihn gewinnt, hat ein starkes Verkaufsargument; wer ihn nicht erhält, kann dessen Integrität anzweifeln. In diesem Spannungsverhältnis funktionieren die Golden Globes seit 80 Jahren.