

Pseudonym

ALLGEMEIN

Künstler- oder Filmname, unter dem ein Schauspieler, Regisseur oder Techniker arbeitet — meist aus Marketing-, Schutz- oder Branchengründen. Clark Gable war Stammname, aber jeder kannte ihn als diesen eine Name.

Am Set oder im Abspann — Namen sind Marken. Wer unter einem Pseudonym arbeitet, macht eine bewusste Entscheidung über seine öffentliche Identität. Das kann aus purer Strategie geschehen, manchmal aus Notwendigkeit. Ein Regisseur, der vorher unter anderem Namen Musik gemacht hat, kann sein visuelles Handwerk mit einem neuen Namen neu starten — der Zuschauer verbindet dann kein anderes Werk damit. Umgekehrt: Ein Schauspieler mit schwierigem Zunamen wechselt zum eingängigen, filmtauglichen Namen. Das ist keine Lüge, sondern Berufspraxis. Die klassische Konstellation waren europäische oder jüdische Namen in Hollywood — Studios verlangten Umbenennungen als Industriestandard. Marion Michael Morrison wurde John Wayne, der dann zur Ikone wurde. Niemand beim Schneiden oder bei der Vermarktung fragt nach dem Stammzertifikat; der Name auf dem Poster ist die Person. Im Schnitt interessiert es den Editor nicht, wer der Schauspieler wirklich heißt — aber der Distributor weiß genau, dass dieser Name das Publikum anzieht. Techniker nutzen Pseudonyme seltener, aber es passiert: Ein Kameramann, der in zwei konkurrierenden Produktionsfirmen arbeitet, kann unter anderem Namen bei der einen erscheinen. Ein Composer, der Musiken für mehrere Regisseure schreibt, signiert manchmal unterschiedlich — um Exklusivität zu suggerieren oder um Schnittstellen zwischen Genres zu verstecken. Der Name ist hier Schutzmaßnahme gegen Vertrags- und Markenkonflikt. Modern hat sich die Praxis verschärft: Ein Director of Photography, der unter eigenem Namen bekannt ist, kann für eine Art von Film (Werbung, Indies, Genre) lieber anonym arbeiten. Oder im umgekehrten Fall — unter Pseudonym bei großen Productions unterschreiben, um Mystik zu wahren. Im Abspann wird der Name zur Signatur, und jeder weiß, dass diese Signatur eine bewusste Wahl ist. Die digitale Transparenz hat den administrativen Schutz schwächer gemacht, aber die Marken-Setzung bleibt gültig: Ein Name ist eine Positionierung, kein Personalausweis. Das gilt vom Star bis zur anonymen VFX-Pipeline.