

Verleihvorkosten

Englisch: Distribution Costs

PRODUKTION

Alle Ausgaben vor Filmstart: Kopienherstellung, Werbung, P&A — meist 40–60% des Budgets. Diese Kosten müssen eingespielt werden, bevor der Produzent Gewinn sieht.

Bevor ein Film ins Kino kommt, entstehen Ausgaben, die nichts mit der Produktion zu tun haben — Kopien, Plakate, Trailer, Kinostart-Events, digitale Vorführrechte. Das sind die Verleihvorkosten. Im englischsprachigen Raum heißt das P&A (Print and Advertising), wobei Print historisch für die physischen 35mm-Kopien stand; heute sind es meist DCP-Deliverables und VPF-Gebühren für digitale Projektion. Diese Kosten entstehen komplett nach dem Abschluss der Postproduktion und liegen in der Verantwortung des Verleihers oder einer Vertriebsfirma. Die Verleihvorkosten sind nicht optional. Ein mittelgroßer Kinofilm kostet 3–5 Millionen Euro Herstellung? Dann fallen weitere 2–4 Millionen für Verleih und Marketing an. Bei blockbuster-artigen Produktionen können diese Kosten sogar das Produktionsbudget übersteigen. Das ist der Grund, warum Studios und Produzenten früh kalkulieren, wie viel sie in den Markt pumpen — je höher die P&A, desto breiter der Kinostart, desto schneller die Amortisation. Der Verleiher trägt diese Kosten vor und bekommt sie aus den Ticketverkäufen zurück, bevor die erste Gewinnbeteiligung des Produzenten fällig wird. Nach Abschluss der Postproduktion braucht ein Film: DCP-Mastering und Kopien für alle Spielstellen (deutschlandweit 1.000–5.000 Kopien je nach Startstrategie), Dubbing- und Untertitel-Versionen für weitere Märkte, Trailer in mehreren Längen, Filmplakate, digitale Werbung, Influencer-Kampagnen, Presse-Junkets. Dazu kommen Versicherungen, rechtliche Clearances und die technische Abwicklung mit den Kinos — alles, bevor der erste Zuschauer das Licht der Leinwand sieht. Die Verleihvorkosten sind ein separater Finanzierungsposten. Sie werden oft über eine Vertriebsvorfinanzierung oder durch einen großen Verleih abgedeckt. Der Grund, warum manche Filme so schnell aus den Kinos verschwinden, liegt häufig in unzureichenden P&A. Umgekehrt erfordert ein gut beworbener Film mit starkem Kinostart massive Verleihvorkosten — ein Posten, der im Geschäftsplan von Anfang an ausgewiesen sein muss.