

Exklusivität

Englisch: Exclusivity Window

PRODUKTION

Zeitraum, in dem ein Film nur in Kinos läuft — kein Streaming, kein TV. Studios erzwingen das für Blockbuster, um Ticketverkäufe zu schützen.

Wenn ein Studio einen Film in die Kinos bringt, verhandelt es mit den Exhibitoren über ein Exklusivitätsfenster — den Zeitraum, in dem der Titel nirgendwo sonst verfügbar sein darf. Kein Streaming, kein Pay-per-View, kein TV. Das ist der Kern des klassischen Kino-Geschäftsmodells, und es funktioniert immer noch, weil die Exhibitor-Lobby es durchsetzen kann. Screens sind die Voraussetzung, um Zuschauer ins Haus zu locken — dafür zahlen die Kinos den Studios Geld. Die Länge dieses Fensters ist Verhandlungssache. Traditionell waren es 30 oder sogar 45 Tage für Blockbuster, später 17 Tage für Mid-Budget-Filme. Seit COVID haben Studios das massiv verkürzt — 7 bis 14 Tage sind jetzt Standard, manche Filme starten gleichzeitig im Theater und auf dem SVOD-Service des Studios. Disney beispielsweise spielte Black Widow auf Disney+ gleichzeitig ab, während er noch im Kino lief — mit einer Premium-Gebühr. Das war ein Verstoß gegen das klassische Fenster, aber Disney konnte es sich leisten. In der Produktion macht sich die Fenster-Strategie erst später bemerkbar — im Marketing und im Schnitt. Director und Produzent wissen, welches Fenster verhandelt wurde, weil es den Druck für den Release-Termin bestimmt. Ist das Fenster kurz, muss der Cut schneller fertig sein. Die Mastering-Anforderungen für den Kino-DCP und gleichzeitig für die SVOD-Variante erfordern präzisere Planung: mehrere Versionen parallel — Video-Master für Streaming, unterschiedliche Farb-Grades je nach Projektions-Standard. Für Indie-Filme oder kleinere Produktionen ist Exklusivität oft ein Luxus. Manche Filmemacher verzichten ganz darauf und gehen direkt auf Netflix oder YouTube. Aber für Studios ist das Fenster immer noch ein Druckmittel gegenüber den Kinos. Exhibitoren verlangen lange Fenster für die teuersten Blockbuster, sonst zeigen sie sie nicht prominent. Das Spiel zwischen Studios, Exhibitoren und Streaming-Plattformen wird ständig neuverhandelt — und jeder Release ist eine Einzelentscheidung. Wer als Producer oder DP einen Film produziert, braucht diese Fenster-Realität im Blick, um den Schnittplan und die Delivery-Anforderungen realistisch zu timen.