

Flop

PRODUKTION

Film, der an den Kinokassen massiv scheitert — Produktionsbudget nicht eingespielt, wirtschaftlicher Totalverlust. Karrierekiller für Produzenten und Regisseure.

Ein Flop ist das Worst-Case-Szenario jedes Produzenten — ein Film, der sein Produktionsbudget an den Kinokassen nicht einfährt und damit einen wirtschaftlichen Totalverlust bedeutet. Die Definition ist dabei tückischer als sie klingt: Selbst wenn ein Film seine reinen Herstellungskosten deckt, kann er ein Flop sein, weil die Verleih-, Kopien- und Marketingkosten — oft 50 bis 100 Prozent des Budgets — nicht eingerechnet sind. Ein Film muss das Zwei- bis Dreifache seiner Produktion einspielen, um überhaupt profitabel zu sein. Am Set und in der Vorproduktion zeichnet sich ein drohender Flop meist nicht ab — das Problem entsteht in den Zimmern der Geldgeber. Falsch kalkulierte Budgets, überambitionierte Projekte ohne Ankerstern, Marketing-Desaster: Das sind die klassischen Killer. Tadellose filmische Handwerksarbeit — perfekt ausgeleuchtete Szenen, präziser Schnitt, solide Schauspielerei — scheitert immer wieder, weil das Drehbuch unbrauchbar war oder die Zielgruppe nicht erreicht wurde. Das liegt nicht an der kameratechnischen Ausführung. Der Karriereschaden ist erheblich. Ein Flop — besonders wenn das Budget im mittleren oder hohen Bereich lag — kann Regisseure und Produzenten für Jahre aus dem Verkehr ziehen. Studios verlieren das Vertrauen. Kreditgeber werden nervös. Ein zweiter, dritter Flop hintereinander bedeutet praktisch das Ende. Umgekehrt eröffnet ein gut gemachter Low-Budget-Film, der profitabel läuft (siehe Independent-Produktionen), Karrieren. Was unterscheidet einen Flop vom einfach unbemerkten Film? Größtenteils das Budget und die Erwartungshaltung. Ein 2-Millionen-Euro-Indie-Drama, das 1,5 Millionen einnimmt, ist ein ernstes Problem. Ein 200-Millionen-Blockbuster, der 400 Millionen braucht und nur 350 einnimmt, ist ebenfalls ein Flop — auch wenn die Absolutzahlen beeindruckend wirken. Am gefährlichsten sind Studio-Projekte im mittleren Budget-Segment: 30 bis 80 Millionen, bei denen Marketing-Fehler oder schlechtes Timing dramatisch durchschlagen. Das Produktionsteam sitzt dann in einem Projekt, das weiß, dass das Geld weg ist, bevor der Film das Kino verlassen hat.