

Junket

PRODUKTION

Organisierte Pressefahrt zur Filmpromotion — Journalisten besuchen Set oder Premiere, erhalten Interviews. Finanziert vom Studio, streng zeitlich und thematisch kontrolliert.

Die Studios organisieren Junkets wie Feldkampagnen — Journalisten werden in Bussen zu Sets oder Hotels gekarrt, sitzen dann stundenlang in Hotelzimmern und führen kurze, standardisierte Interviews mit Schauspielern durch. Fünf Minuten pro Reporter, drei Fragen, Kamera läuft, weiter zum nächsten. Das ist nicht Filmberichterstattung, das ist Fließband-PR, und jeder am Set weiß es. Die Studios zahlen für Transport, Unterkunft, manchmal sogar das Essen — dafür kontrollieren sie komplett, was gefragt werden darf und wie lang es dauert. Ein Handler sitzt im Raum, gibt Handzeichen wenn die Zeit um ist. Praktisch läuft das so ab: Ein großer Film in Produktion — Action-Blockbuster, Comic-Adaption — bedeutet zwangsläufig einen Junket im dritten oder vierten Produktionsmonat. Der Pressechef des Studios legt fest: Wer kommt, welche Outlets, wie viele Journalisten pro Welle. Die Teilnehmer bekommen eine Broschüre, einen Pressehefter mit Fotos (die sind bereits im Schnitt freigegeben), Hintergrund-Material. Dann die Interviews: B-Roll-Dreh während der Gespräche — zwei, drei Kameras im Zimmer, damit jeder Sender sein Material hat. Die Antworten sind oft vorbereitet; die Schauspieler haben Talking Points, die PR hat sie durchgegangen. Neue Information? Selten. Echte Fragen zum Handwerk, zur Regie, zu Drehproblemen? Interessieren keine Sau beim Junket. Der Punkt ist: Junkets sind für Studio-Kontrolle, nicht für Journalismus. Sie erzeugen schnell viel Material, das dann online geht — Interview-Snippets, die automatisch aus den Gesprächen geschnitten werden, verwertbar auf YouTube, TikTok, Streaming-Plattformen. Das ist Owned Media, keine redaktionelle Berichterstattung. Fertige Statements in 30-Sekunden-Häppchen, perfekt für Algorithmen. Wer tiefere Recherche betreiben will, muss raus aus dem Junket-System — auf Set-Besuche bestehen, die nicht kuratiert sind, oder lange Interviews mit Einzelnen führen. Aber das kostet Studios Kontrolle und Zeit, die sie nicht investieren wollen. Das Junket löst dieses Problem elegant: Alle Journalisten bekommen das gleiche Material, keiner kann exklusiv sein, alle sind gleichzeitig gesättigt. Fertig.