

Lions Gate Films

PRODUKTION

Kanadischer Distributor und Produzent — bekannt für unabhängige und Mittelbudget-Filme wie **Saw**, **John Wick**, **Hunger Games**. Starke Präsenz im Genre- und Franchise-Geschäft.

Lionsgate Entertainment — das kanadische Produktions- und Distributionshaus aus Vancouver — hat sich seit den 1990ern als eines der wenigen Independent Studios behauptet, die zwischen Blockbuster-Logik und echtem Autorenkino manövrieren. Lionsgate finanziert Projekte, bei denen etablierte Studios passen würden — nicht aus Altruismus, sondern weil die Kalkulation aufgeht. *Saw* (2004) mit einem Budget unter 2 Millionen machte über 100 zurück und etablierte das Studio als Genre-Spezialist. Das ist die Lionsgate-Formel: kalkuliertes Risiko statt sichere Blockbuster-Formel. Für Kameramänner und Produzenten bedeutet Lionsgate oft praktische Realität: realistischere Budgets, aber ohne die lähmende Committee-Struktur der Major Studios. Die *John Wick*-Reihe zeigt das deutlich — Mittelbudget-Action mit Vision. Chad Stahelski hatte künstlerische Kontrolle, weil Lionsgate verstand, dass das Franchise-Potential im handwerklichen Können steckt, nicht in CGI-Überladung. Echte Stunts, echte Locations, echte Choreographie lassen sich durchsetzen, wenn die Story-Logik stimmt. Die *Hunger Games*-Franchise zeigte dann, dass Lionsgate auch im Mainstream-Bereich konkurrenzfähig ist — ohne dabei die Handschrift des Regisseurs zu ersticken. Das Studio arbeitet nach einem klaren Muster: Genre-Filme, Franchises mit Legs, IP-Verwertung, aber mit kleineren Budgets als Warner oder Disney. Für Production Design und Location-Teams bedeutet das: Effizienz schlägt Spektakel. Gedreht wird in echten Räumen statt auf Mega-Sets, gearbeitet wird mit praktischem Licht statt Tonnen von Rigs. Der Vorteil: schnellere Drehzeiten, weniger politischer Overhead, mehr Vertrauen in handwerkliche Qualität. Das spiegelt sich in der finalen Bildgestaltung — kein überproduziertes Glattschleifen, sondern Spannung durch *Mise-en-Scène*. Wo es kritisch wird: Lionsgate war lange auch der Distributor für B-Movies und Direct-to-Streaming-Titel — nicht alles, was das Lionsgate-Logo trägt, hat A-Status. Aber gerade das macht das Studio interessant für Newcomer-Regisseure und DPs: gute Bildgestaltung braucht hier kein 150-Millionen-Budget, um sich zu beweisen.