

Oligopol

Englisch: Oligopoly

PRODUKTION

Wenige große Studios (Disney, Warner, Sony, Paramount) kontrollieren Produktion, Verleih, Kino — schränkt unabhängige Filmemacher ein. Bestimmt, wer finanziert, distribuiert, von wem man abhängig ist.

Fünf, sechs Majors teilen sich den globalen Filmmarkt auf — und wer unabhängig produzieren will, merkt das sofort. Disney, Warner Bros., Sony, Paramount, Universal und (noch) Lionsgate kontrollieren nicht nur die Produktion, sondern auch Verleih und Kinoauswertung. Das ist das praktische Problem des Oligopols im Kino: Wer nicht zu diesen Studios gehört, muss klären, wer den Film finanziert, wer ihn in die Kinos bringt, und ob die Programmplanung überhaupt Platz für ihn lässt. Am Set macht sich das indirekt bemerkbar — über Budget-Decken, über Crew-Raten, über die Verfügbarkeit guter Locations. Die Studios haben langfristige Verträge mit den besten Postproduktions-Häusern, mit den Top-Kinos, mit den Streaming-Plattformen (die sie selbst besitzen). Ein unabhängiger Produzent zahlt das Doppelte für die gleiche Dienstleistung, weil er keine Volumen-Rabatte hat. Die Oligopolisten pressen ihre Zulieferer und geben die Ersparnisse nicht weiter — sie behalten sie. Beim Finanzieren spitzt sich das zu: Kreditvergabe und Versicherung für Independent-Filme sind teuer und kompliziert, weil die Banken das Risiko höher bewerten. Ein Studio-Film ist auch bei künstlerischem Scheitern ein Produkt — die Marketing-Maschinerie läuft, die Kino-Slots sind reserviert. Ein guter Independent-Film muss sich mühsam Aufmerksamkeit erkämpfen, meist über Festivals (Cannes, Berlin, Venedig) und dann über Limited Release in wenigen Kinos. Das Oligopol diktiert, dass Blockbuster-Starts (die Studios gehören) 3000+ Kinos bekommen, während Arthouse-Filme mit 100 Kinos glücklich sind. Die praktische Folge: Filmemacher werden strategischer. Sie produzieren für Streaming-Plattformen (die wieder die Studios besitzen), suchen sich internationale Co-Produzenten, arbeiten mit regionalen Förderern oder versuchen gar nicht erst, die Kinokette zu knacken. Das Oligopol zwingt zu Nischen-Strategien. Wer verstehen will, warum Independent-Kino heute anders aussieht als vor 20 Jahren — warum kleinere, spezialisierte Verleihe verschwunden sind, warum die Kinolandschaft homogener wurde — muss sich diese Marktkonzentration anschauen. Sie bestimmt, wer erzählen darf und wer nicht.