

P&A

Englisch: P&A (Prints & Advertising)

PRODUKTION

Kosten für Filmkopien und Werbekampagne — separates Budget neben Production. Bei Blockbustern oft gleich oder höher als der Film selbst.

Die P&A-Linie ist das Budget, das nach der Filmfertigung beginnt — und oft das entscheidendere. Während Production die Kosten bis zum finalen DCP abdeckt, startet P&A genau dort, wo der Vertrieb seine Arbeit aufnimmt. Drucke der 35mm-Kopien (heute eher DCP-Versände), Trailer in verschiedenen Längen, Plakatmotiv-Variationen, Radio- und TV-Spots, Digital-Kampagnen, Influencer-Kooperation, Pressevorführungen, Pressemappe — das alles fließt hier ein. Bei einem europäischen Arthouse-Film rechnet man mit 20–40 Prozent der Produktionskosten als P&A. Bei einem Studio-Blockbuster kann es das Doppelte oder Dreifache sein. Der entscheidende Punkt: P&A wird nicht von der Produktionsfirma, sondern vom Verleih bezahlt und gesteuert. Das ändert die Machtverhältnisse komplett. Ein Regisseur oder Produzent kann noch so sehr am Cut feilen — ohne aggressive P&A wird der Film nicht gesehen. Umgekehrt bedeutet großzügiges P&A-Budget politische Entscheidungen. Der Verleih investiert gezielt in bestimmte Zielgruppen, bestimmte Startwochen, bestimmte Kinos. In den USA wird oft unterschieden zwischen Theatrical P&A (Kinostart) und Home Entertainment P&A (später für DVD/Streaming-Release) — jede Phase hat ihre eigenen Budget-Ansätze. In der Praxis bedeutet das für Produktion und Regie: Der Film ist nicht fertig, wenn die Postproduktion endet. Die Cut-Entscheidungen müssen mit dem Marketing abgestimmt werden. Ein Trailer braucht andere Beats als der Film selbst — manchmal wird extra Material gedreht, weil die Agentur andere emotionale Anker sieht als der Schnittmeister. Internationale Versionen erfordern unterschiedliche Trailer, unterschiedliche Poster für Asien vs. Europa. All das ist P&A, und es kostet Zeit und Geld parallel zur Filmherstellung. Der Grund, warum P&A so gigantisch sein kann: Es geht um Sichtbarkeit im Rauschen. Ein Film konkurriert beim Start gegen eine Handvoll anderer Filme, aber gegen Hunderte von Streaming-Titeln, Gaming, Social Media. Ohne durchdachte Platzierung und Repetition ertrinkt er im Noise. Große Studios kalkulieren P&A also nicht als Zusatz, sondern als notwendige Investition in den kommerziellen Erfolg — manchmal sogar als Spekulationswette auf den internationalen Markt.