

Pressevorführung

Englisch: Press Screening

PRODUKTION

Kontrollierte Vorführung für Journalisten und Kritiker vor Kinostart — mit Pressekodex, um Reviews zeitlich abgestimmt zu veröffentlichen. Typisch 2–3 Wochen vor Release.

Im abgedunkelten Kinosaal sitzen ein halbes Dutzend Kritiker mit Notizblöcken — und der Produzent hat vorher klipp und klar gemacht: Kein Wort vor Donnerstag. Das ist eine Pressevorführung. Ein sorgfältig choreografiertes Ritual, bei dem Studios ihre Filme zwei bis drei Wochen vor Kinostart an ausgewählte Journalisten, Kritiker und Blogger freigeben, um Presse-Momentum aufzubauen — aber eben nicht unkontrolliert. Am Set und in der Post-Production ist das kein großes Thema, aber im Distribution-Fenster wird es entscheidend. Die Pressevorführung regelt, wann Kritiken in der Welt sind. Die Reviews werden vor dem Wochenend-Start benötigt, um Kinozuschauer zu beeinflussen — zugleich soll kein großes Medium bereits zwei Wochen vorher alles verraten. Der Pressekodex — Embargo genannt — legt fest: Frühestens Mittwochmorgen, 6 Uhr, dürfen Reviews online gehen. Manche Studios sind strenger (Donnerstag 9 Uhr), manche lockerer. In der Praxis lädt der Vertrieb gezielt ein — Tageszeitung, Magazin, YouTube-Kanäle mit etabliertem Publikum. Der Saal ist nicht öffentlich, oft in Kino-Luxus-Sälen oder Studio-Screening-Rooms. Nach dem Film gibt es keinen Q&A mit dem Regisseur (der kommt zur Premiere). Die Stille danach ist intensiv — jeder weiß, was auf dem Spiel steht. Ein schlechter Film bekommt 48 Stunden später schlechte Reviews, die es schwer machen. Ein starker Film bedeutet Mittwochmorgen eine Presseflut, die das Marketing-Team nutzen kann. Das Tückische: Leaks passieren. Ein Reviewer tweetet zu früh, jemand filmt mit dem Handy. Deshalb sind manche Studios paranoid geworden — teilweise wird beim Betreten die Handy-Tasche ausgegeben (wie beim Musik-Album-Hören). Andere akzeptieren den Kontrollverlust. Pressevorführungen sind nicht nur Kinoerlebnis, sondern Info-Waffe im Vertrieb. Termin, geladene Outlets, erste Reaktionen — das ist strategisches Kapital. Deshalb steckt dort mehr Kalkül als Drama im Film selbst.