

Return on Investment

PRODUKTION

Rentabilitätsquote einer Produktion — Verhältnis von Gewinn zu Produktionsbudget. Für Financiers und Distributoren das Entscheidungskriterium.

Der Return on Investment — kurz ROI — ist das Verhältnis zwischen dem Gewinn einer Produktion und ihrem Gesamtbudget. Bei einer Investition von einer Million Euro und einem Erlös von drei Millionen liegt der ROI bei 200 Prozent. Financiers, Distributoren und Produzenten rechnen damit, bevor die erste Kamera läuft, und erneut, wenn die Kopien aus dem Kino kommen. In der Praxis funktioniert das so: Das Produktionsbudget — Crew, Locations, Equipment, Post-Production — ist die Baseline. Hinzu kommen Verleih- und Marketingkosten, die oft das Budget um 50 bis 100 Prozent übersteigen. Eine 5-Millionen-Produktion kostet am Ende leicht 10 Millionen an den Kinos. Der Break-Even ist erreicht, wenn die Kinoeinnahmen die Gesamtinvestitionen decken. Alles darüber ist Gewinn — gemessen in ROI. Für Financiers ist typischerweise ein ROI von mindestens 100 bis 150 Prozent erstrebenswert, um das Risiko zu rechtfertigen. Blockbuster-Budgets brauchen oft nur 30 bis 50 Prozent ROI, weil die absolute Summe riesig ist. Kleine Independent-Filme rechnen mit 300, 400 Prozent — wenn sie Glück haben. Die Crux: ROI wird im Kino anders berechnet als bei Streaming. Eine Netflix-Serie hat keinen klassischen Kinoerlös. Der ROI dort ist Kundenbindung, Abonent-Lebensdauer, Cross-Promotion mit anderen Titeln. Das ist deutlich schwerer zu quantifizieren, aber investiert wird trotzdem nach dem gleichen Prinzip — mit einer Annahme über zukünftige Einnahmen. Am Set schlägt sich das selten direkt nieder. Aber wenn der Producer Szenen streicht, weil sie zu teuer sind, ist ROI-Denken am Werk. Und wenn ein 50-Millionen-Film eine Woche nach Release aus den Kinos fliegt, hat jemand den ROI falsch berechnet.