

Roadshow

PRODUKTION

Großflächiger Kinostart mit limitierten Kopien in A-Playern — nur große Kinos, später Flächenstart. Maximale PR-Kontrolle und Premium-Preis.

Der Roadshow-Start ist die klassische Premiumstrategie für große Produktionen — zunächst werden nur die besten Kinos der größten Städte bespielt, mit breiter Bewerbung und erhöhten Eintrittspreisen. Das Publikum muss ins Kino reisen, um den Film zu sehen; daher der Name. Erst nach 4–8 Wochen folgt der langsame Flächenausrollen in die kleineren Häuser. Diese Staffelung ermöglicht maximale Kontrolle über die Wahrnehmung: Die ersten Zuschauer sind das anspruchsvollere, zahlungskräftigere Segment, die Kritiker sitzen im gleichen Haus wie die Premium-Audience, und die Mundpropaganda wird von oben nach unten kanalisiert. Am Set und in der Kalkulation macht das einen erheblichen Unterschied. Bei einem geplanten Roadshow-Film — typisch für Hochbudget-Filme oder Awards-Kandidaten — sitzt die Marketing-Abteilung bereits in der Postproduktion mit am Tisch. Der DCP muss nicht nur technisch makellos sein, sondern wird oft für große CinemaScope-Formate optimiert. Die Farbtiming-Sessions berücksichtigen, dass die ersten Kopien in Flaggschiff-Häusern mit idealer Projektion laufen werden; später dann auch in mittelmäßig gewarteten Sälen. In der Praxis kalkulieren Colorists gezielt einen Puffer für Projektionsverluste ein — bewusst etwas kräftiger, weil die hinteren Kopien ohnehin degradieren. Die Roadshow-Strategie war lange Standard bei großen Studios (Tarantino, Nolan, épische Produktionen). Sie erlaubt auch längere Preview-Screenings, Critic-Previews in kontrollierten Umgebungen, und Red-Carpet-Events in exklusiven Kinos. Das schafft Prestige und setzt den Ton für die gesamte Kampagne. Der finanzielle Vorteil liegt in der höheren Pro-Kopie-Einnahme und der Möglichkeit, einzelne Marktsegmente zeitlich zu separieren — Art-House-Publikum fünf Wochen vor dem Mainstream-Ansturm. Praktisch relevant: Bei einem Roadshow-Film sind die technischen Standards von Anfang an mit der Produktionsleitung abzusprechen — DCP-Specs, Format-Ratio (oft 2.39:1), und ob Alternative Formats (IMAX, VistaVision) geplant sind. Schnitt und Color Grade müssen auf die Premiere-Häuser ausgerichtet sein. Soundmix-Sessions unterscheiden sich ebenfalls: Bei Roadshow-Starts wird oft ein eigener Premium-Mix für die Flaggschiffe angelegt, während der Standard-DL später nachfolgt. Aktuelles In Independent-Kreisen wird das Roadshow-Modell zunehmend als Alternative zum klassischen Kinostart diskutiert. Filmemacher ohne Studio-Vertrieb experimentieren mit eigenständigen Theater-Touren, bei denen Kopie und Termin einzelner Kinos direkt verhandelt werden, oft verbunden mit Publikumsgesprächen oder Sondervorstellungen. Anders als die historische Roadshow-Praxis der Studios geht es hier weniger um Premium-Preise als um Sichtbarkeit und direkte Publikumsbindung außerhalb algorithmischer Streaming-Verwertung.