

Alleinstellungsmerkmal

Englisch: Unique selling point

PRODUKTION

Das eine Merkmal, das einen Film im Markt unterscheidbar macht — ein visuelles Mittel, eine Wendung, eine Besetzung. Ohne das verschwindet der Pitch in der Masse.

Jeder Film braucht das eine — die Sache, die ihn sofort von hundert anderen unterscheidet, wenn das Pitch-Meeting ansteht oder das Treatment ins Studio geht. Das ist nicht Marketing-Fluff. Es ist die konkrete Antwort auf die Frage: Warum sollte jemand gerade diesen Film machen und nicht einen ähnlichen? In der Praxis funktioniert das auf mehreren Ebenen. Die visuellen Merkmale sind am greifbarsten — eine bestimmte Kamera-Ästhetik, Farbgrading oder Kompositionsstrategie, die sich durch den ganzen Film zieht und sofort erkennbar ist. Oder eine technische Innovation: Gedreht mit Infrarot-Sensoren, Fisheye-Kino oder einer ungewöhnlichen Bildfrequenz. Diese Dinge lassen sich zeigen, in Testaufnahmen demonstrieren, beschreiben. Ein Kameramann, der mit einem USP arbeitet, weiß genau, welche Linsen, welcher Sensor und welches Grading das Merkmal erst erzeugen. Das ist dann nicht beliebig — das ist wiedererkennbar und wird zum Markenzeichen des Films. Noch häufiger sitzt das USP in der Story selbst: ein Twist, den es so noch nicht gab, oder eine Erzählperspektive, die völlig neu wirkt. Manchmal ist es die Besetzung — der richtige Name in der Hauptrolle schafft sofort Unterscheidung. Oder die Kombination aus Genre-Elementen: Sci-Fi trifft Dokumentation, Horror mit Kinderaugen erzählt, Western im urbanen Raum. Die beste Konstellation sitzt auf mehreren Ebenen gleichzeitig — visueller Look und Story-Mechanismus und Tonalität stimmen zusammen. Im Produktionsprozess dient das USP als innere Richtschnur. Jede Entscheidung bei Dreharbeiten, Schnitt und Sound-Design wird dagegen abgeglichen: Trägt das zum Alleinstellungsmerkmal bei oder verwässert es? Viele Filme scheitern, weil sie nach dem USP-Pitch plötzlich generisch werden — die Regie wechselt, die Finanzierung verlangt Änderungen, Schauplätze fallen weg. Dann löst sich das Merkmal auf und übrig bleibt ein Film wie jeder andere. Die Projekte, die funktionieren, halten stur an ihrem Unterscheidungsmerkmal fest, selbst wenn es unbequem wird. Das ist dann professionelle Konsequenz — nicht künstlerischer Eigensinn, sondern handwerkliche Disziplin.

FilmFarm - filmfarm.de/c/unique-selling-point