



Wesentliche Theorie
Genrespezifität heutiger Kinotrailer

Autor
Claudia Kürsten
Student / MedienGestaltung an der FHS
Panoramastr. 64
73630 Remshalden

Betreuer
Prof. Frank-Joachim Grossmann
Professor / Typografie an der FHS
Beate Ehrmann
Dozent / Drehbuch an der FHS u.a.
Erik Neie
Texter bei der Werbeagentur Young & Rubicam

Fachhochschule Schwäbisch Hall
Hochschule für Gestaltung
Salinenstr.2
74523 Schwäbisch Hall

Dank an

Familie Kürsten

Oliver Bittner

Vinzenz Hediger

Erik Neie

Peter Schönherr

Beate Ehrmann

Markus Dittrich

Uwe Erichsen

Gregor Adamczyk

Klaus Bädekerl

Regine Bielefeldt

Rolf Barth

Ulrike Bliefert

Familie Kluth

meine Freunde

Anke Fabré

andere Zitatgeber

Cheryl Martinez

Christoph Falkenroth

Jenny John

Katja Feichtinger

Ralf Lobeck

INHALT

01:00:00	Wahrnehmung und Verarbeitung	01:01:00	Fühlen	
		01:02:02	Hören	Der Hörvorgang Frequenzunterschiede
		01:03:04	Sehen	Der Sehvorgang Objekte suchen
		01:04:06	Gehirn	Aufnahme über die Sinne ins Bewusstsein Bewusstsein Objekte erkennen Gedächtnis
02:00:00	Soziologie	02:01:00	Zielgruppen	Das amerikanische Rating System Deutsche FSK-Freigaben Zielgruppenbestimmung von Trailern
		02:02:02	Kinogänger	Marktforschung Amerikanische Kinogänger Deutsche und Europäische Kinogänger
03:00:00	Kinotrailer	03:01:00	Allgemeines und Entwicklung	Modi des Trailers
		03:02:02	Form und Struktur	Klassische Struktur Protagonistenzentrierte Zweidrittelstruktur Rätselplot Spannungsplot Ursachen für die Wende Umbruchsphase Aufgaben

04:00:00	Genres	04:01:00	Theorien der Theoretiker	
		04:02:03	Theorien der Praktiker	
		04:03:04	Kurze Geschichte	
		04:04:06	Eigene Definition und Herleitung	
		04:05:07	Mögliche Unterteilungen	
		04:06:08	Eigene Unterteilungen	Drama
				Liebesfilm
				Komödie
			Action	
			Fantastisches	
05:00:00	Genrespezifität	05:01:00	Story	
		05:02:01	Szenenwahl	
		05:02:07	Stars	
		05:02:10	Farbe	
		05:03:13	Text	
		05:04:18	Sprecher	
		05:05:21	Musik	
		05:06:24	Geräusche	
06:00:00	Schlussfolgerung			
07:00:00	Quellen	07:01:00	Bücher	
		07:02:01	Abschlussarbeiten	
		07:03:02	Zeitschriften	
		07:03:02	Internet	
		07:05:04	Interviews	
		07:06:05	Anhang	

„Genrespezifität heutiger Kinotrailer“? Damit konnten die wenigsten Leute, denen ich von meiner Bachelorarbeit erzählte, etwas anfangen. Jeder kennt die Filmvorschauen, die im Kino vor dem Hauptfilm andere Filme ankündigen und bewerben. Diese Kinotrailer, oder Trailer, wie ich sie in meiner Arbeit auch nennen werde, haben einen bestimmten Aufbau aus verschiedenen Elementen.

Der Genrebegriff ist etwas schwieriger zu erklären. Ausführlicheres gibt es hierzu bei „Genres“. Bis dahin genügt es, wenn man unter Genre die Zugehörigkeit eines Films zu einer Gruppe mehrerer Filme mit gleichen und ähnlichen Merkmalen, versteht.

Kinotrailer beinhalten Merkmale, sogenannte Spezifitäten, die das Genre des beworbenen Films verdeutlichen. Solche Spezifitäten stecken in der Story selbst, ausgewählten Filmausschnitten, bestimmten Stars, Farbgestaltung, Textcharts, Sprecher, Musik und Geräuschen. Bei „Genrespezifität“, werde ich anhand dieser Trailerelemente Möglichkeiten zeigen, wie man im Trailer das Genre markieren kann. Davor werde ich die zentrale Aussage meiner Bachelor-Abschlussarbeit beweisen: Kinotrailer bestehen aus Elementen, die bestimmte Merkmale enthalten, um dem Zuschauer das Genre des angekündigten Films zu verdeutlichen.

Doch mit welchen Hilfsmitteln? Da es kaum Literatur oder Texte zum Thema Kinotrailer gibt, erwies sich die Recherche als äußerst schwierig und zeitaufwendig.

Andere Studenten haben sich dem Thema Trailer durch andere Herangehensweisen genähert. So z.B. Sebastian Purfürst und Christian Mahler, die als Diplomarbeit einen Kinotrailer für das 18. Internationale Kurzfilmfestival Berlin – Interfilm gebastelt haben und sowohl die Note eins mit Auszeichnung als auch den Animago Award in der Kategorie Education-Composing-Opener/Trailer kassierten. Beide studierten Kommunikationsdesign (Industrie, Grafik, Mode) an der FH Potsdam.

Nicole Wittkopf reichte ihre Magisterarbeit zum Thema „Trailer machen Quote – Analyse und Vergleich der Formate innerprogrammlicher Eigenwerbung mit Trailern bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1, PRO SIEBEN und ARTE“ am Institut für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz 1999 ein.

„Merkmale des Thriller und Thrillerelemente in Filmen Alfred Hitchcocks“ interessierten 2001 Wolfgang Arbter, Filmwissenschaftsstudent an der PH Ludwigsburg, in seiner Seminararbeit.

Alle eben genannten Arbeiten kann man kostenpflichtig bei www.diplomarbeiten24.de/ und www.hausarbeiten24.de/ herunterladen.

In der Bibliothek des Filmmuseums Frankfurt

stieß ich auf zwei weitere Arbeiten: Rainer Esmeyer reichte seine Magisterarbeit „Untersuchungen zu Filmtrailern“ 1989 am Fachbereich Kommunikationswissenschaften der FU Berlin ein. Roland Liebig untersuchte 1994 in seiner Diplomarbeit in Köln die Psychologie von Filmtrailern.

Über Kinotrailer gibt es nicht nur wenig Abschlussarbeiten und Literatur, sondern auch keine spezielle Ausbildung. Wie sich sechs Wochen vor Abgabe herausstellte, gibt es nicht einmal Produktionsfirmen von Kinotrailern in Deutschland. Laut Vinzenz Hediger sitzen diese in London. Aus dieser Not heraus habe ich zu ähnlichen Themen Bücher gelesen, Internetseiten durchforstet und Fachleute ähnlicher Themenbereiche befragt. Alle verwendeten Interviews befinden sich in dem beigelegten Heft.

Vinzenz Hediger weist in seinem Buch „Verführung zum Film – Der amerikanische Kinotrailer seit 1912“ ebenfalls auf die geringe Literatur zum Kinotrailer hin.¹ Ferner schreibt Tino Hahn auf der Internetseite von Digital DVD – Das DVD Magazin: „Mit ‚Verführung zum Film‘ legt Vinzenz Hediger die erste umfassende filmwissenschaftliche Studie zum Vorfilm und zur Geschichte der Filmvermarktung in den USA vor“. Darüber hinaus preist Hahn: „(...) ein universelles Werk, das sich ganz auf die Ästhetik,

Wirkung und Historie von Kinotrailern spezialisiert.“²

Wenn also diese Studie die erste ihrer Art ist, eben benannten Schwerpunkt hat und sogar dessen Autor eine Untersuchung der Genrespezifität für sinnvoll erachtet, dann sollte jemand eine Übersicht über das Thema geben. Darauf aufbauend können tiefer gehendere Untersuchungen durchgeführt werden.

Ich beschränke mich bei meiner Arbeit auf einen kleineren Teil – sozusagen spanne ich ein dünnes Netz über die bestehende Lücke. So sind die Kapitel dieser Arbeit quasi die Trailer, also Vorschauen, für noch unbekannte Filme. Daher werde ich nur auf die Filmtrailer, die in den letzten Jahren im Kino gezeigt wurden eingehen. Teaser, Filmtrailer, die im Fernsehen, auf DVD, VHS oder Internet laufen oder Trailer von Shows, Serien usw. sowie Trailer für Sequels und Prequels werden nicht speziell untersucht und höchstens am Rande erwähnt. Schwerpunkt bilden die in Deutschland gezeigten Kinotrailer amerikanischer Filme. Vieles wird auch eher allgemein gehalten, denn allein über ein einziges Genre oder nur den Begriff könnte man mehrere Dissertationen schreiben. So wie Simon Spiegel in seiner Lizentiatsarbeit „Weisen der Weltdarstellung – Zu einer Theorie wunderbarer Filmgenres“³ an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich ermittelt, ob Science-

fiction ein Genre ist.

Unterschiedliche Genres müssen in Form und Inhalt unterschiedlich erkennbar gemacht werden. Figuren aus Dramen werden oft tiefergründiger dargestellt als Actionfiguren. Spezialeffekte sind dort wichtiger. In meiner Abschlussarbeit ermittle ich Genremerkmale von Filmen und ihren spezifischen Einsatz in Kinotrailern. Grundlage für die Struktur meiner Arbeit bildet ein Kinobesuch. Im theoretischen Teil ist er sehr abstrakt gehalten – wie Theorie nun einmal ist. Im praktischen Teil wird er durch Bilder, Gestaltung des Buches und der beigelegten DVD mit Trailerbeispielen erfahrbar. Aus diesem Grund beginne ich auch hier mit der besonderen Umgebung im Kino und ihrer Auswirkung auf die menschlichen Sinne Fühlen, Hören, und Sehen. Im Kinosaal liegen optimale Bedingungen für die Aufnahmefähigkeit des Zuschauers vor. Außerdem wird in „Wahrnehmung und Verarbeitung“ auch Wissen erklärt, was bei „Genrespezifitäten“ vorausgesetzt wird. Wie das Wahrgenommene im Gehirn verarbeitet wird, bildet den Abschluss des ersten Trailers. Wen spricht der Trailer überhaupt an? Wer zählt zu den Kinogängern? Dies wird bei „Soziologie“ untersucht. Denn sowohl Trailer als auch Genres sind zielgruppenspezifisch.

Nun erfolgt eine Einführung in die Kinotrailer sowie deren Form bzw. Struktur und Auf-

gaben. Zur Form gehören auch die Trailerelemente, die bei „Genrespezifität“ vorkommen.

Und was ist ein Genre eigentlich? Genretheoretiker stellten in der Vergangenheit zahlreiche Definitionen auf, welche bis heute unzureichend sind. Als Einführung in das Thema Genre werde ich ein paar dieser Theorien vorstellen. Demgegenüber stehen die Theorien aus der Trailerproduktion. Nach einer allgemeinen knappen Entwicklung verschiedener Genres, werde ich meine eigene Definition des Begriffs herleiten sowie mögliche und eigene Unterteilungen vorstellen. Auch die wichtigsten Genres werden erklärt. Diese erste Hälfte der Arbeit beinhaltet die Beweise für meine These, dass Trailer genrespezifisch sind. Darüber hinaus vermittelt sie Vorwissen für „Genrespezifität“. Nachdem dann die These bewiesen wurde, zeige ich in der zweiten Hälfte Möglichkeiten, wie Trailer genrespezifisch gestaltet werden können. Ferner werden sowohl allgemeine Kenntnisse als auch Funktionen der Trailerelemente beschrieben. Wer nur schnell die Ergebnisse der Untersuchung wissen will, dem empfehle ich die Zusammenfassung am Ende. Hierin finden sich auch Themenvorschläge und Anregungen für weitere Arbeiten.

WAHRNEHMUNG UND VERARBEITUNG

Herzlich willkommen im Halbdunkel des Kinosaals. Alles ist hier darauf ausgerichtet die menschlichen Sinne zu verwöhnen, um die Aufnahmefähigkeit des Zuschauers zu optimieren: angenehmes Licht, später wohlige Dunkelheit, bequeme Sessel, angenehme Raumtemperatur, nette Unterhaltungsmusik vor Beginn der Vorstellung, unschlagbare Tonqualität, gigantische Bildgröße, bestechende Brillanz sowie Farbigkeit. Zuerst einmal, muss man jedoch seinen Sitzplatz erreichen.⁴

FÜHLEN

Im Halbdunkel sieht man mehrmals auf der Eintrittskarte nach, in welcher Reihe und auf welchem Sitz man platziert wurde. Andere Kinobesucher reagieren meist verärgert, wenn man auf „ihrem“ Platz sitzt. Deshalb ist hier Vorsicht geboten. Je nach Fülle des Kinos muss man sich zuerst an einigen Leuten in der Sitzreihe vorbei, bis zum erworbenen Sitz, drängen. Letztendlich kann man aber erleichtert in den weichen Sessel sinken und entspannen. Ein

weiterer Schritt Richtung fiktionale Welt ist getan. Durch die bequeme Unterlage nimmt der Körper eine Ruuehaltung ein; Kreislauf und Herz verlangsamen. Auf diesem weichen, gepolsterten Sitz wird man die nächsten zwei bis drei Stunden verbringen und ist doch mit seinem Körper irgendwie nicht so ganz da. Verursacht wird diese eingebildete Loslösung vom Körper durch die Gewöhnung an eine stets gleichbleibende Situation. Diese einfachste Lernform bezeichnet man als „Habituation“. Sie hilft dem Menschen dabei seine Umwelt zu bewältigen. Dieser kann sich an viele Dinge gewöhnen, aber nicht an Schmerzen. Wäre der Stuhl also un bequem, gelänge das Eintauchen in die Filmwelt und das Vergessen des eigenen Körpers nicht so einfach – vielleicht nie. Ständig würde das Gehirn „Schmerz“ signalisieren. Ständig würde man nach einer bequemeren Haltung suchen müssen, was die Konzentration weg vom Geschehen auf der Leinwand lenken würde.⁵ Nun kann man sich auf das Wesentliche konzentrieren und bekommt alles mit – auch kleinste Andeutungen über das Genre des angekündigten Films.

Allerdings beginnt die Vorstellung im Moment noch nicht. Leise Hintergrundmusik unterhält die Kinobesucher beim Warten und Reden.

HÖREN

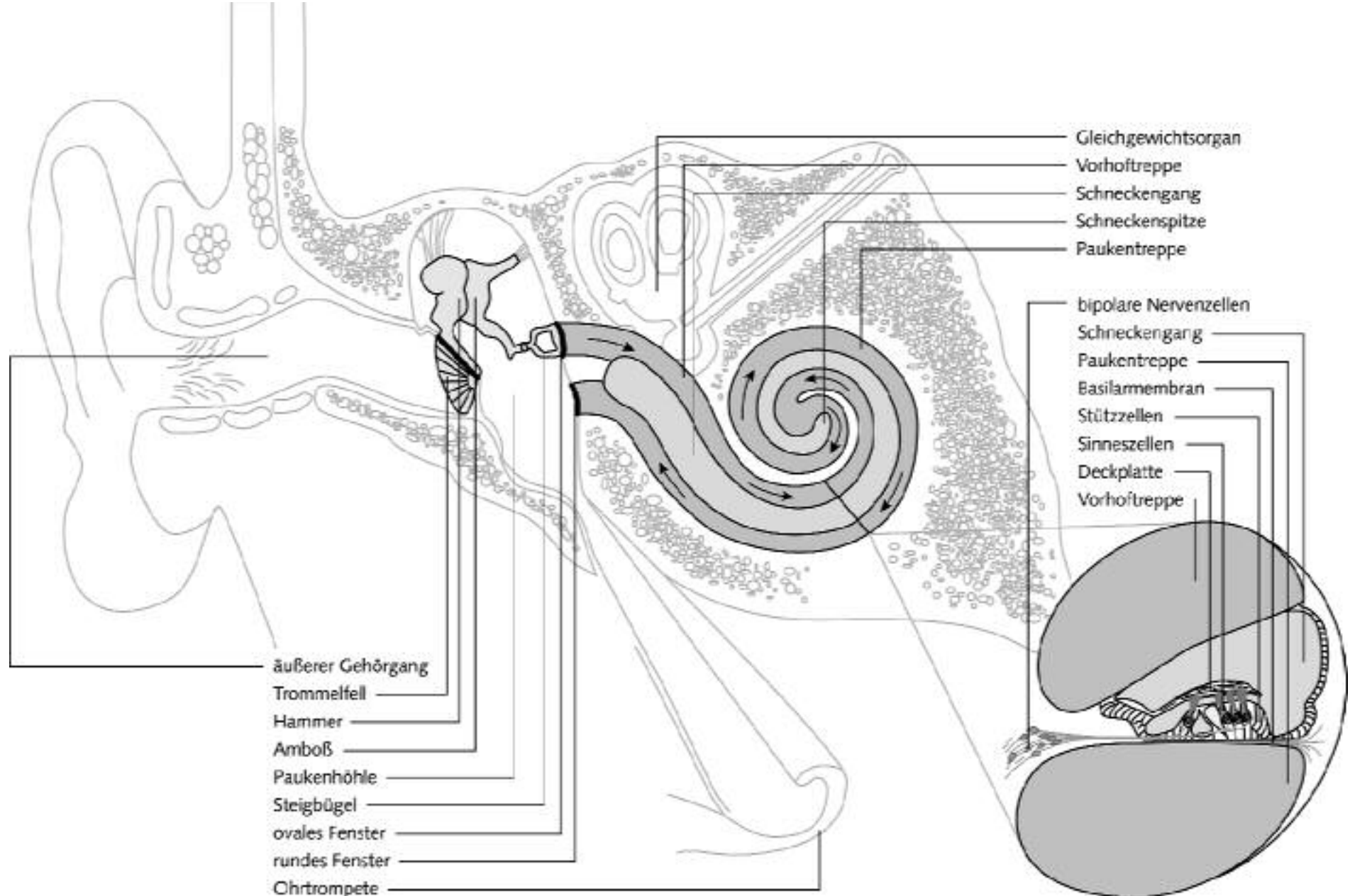
Filmmusik, zeitgenössische Popmusik, ab und zu auch Klassik oder Oldies unterstützen die entspannte Atmosphäre. Zahlreiche Stimmen der Besucher füllen zusätzlich den Raum. Allerhand gibt es zu erzählen über den Alltag, was man über den Hauptfilm schon gehört oder gesehen hat, welche Filme noch sehenswert sein könnten, die Kinoeinrichtung und was das Leben oder die Sitznachbarn sonst noch zu bieten haben. Langsam aber sicher geht man vom Alltag mit seinen Problemen und Sorgen zum Feierabend oder Erholungsteil des Tages über. Bei jedem kann dies früher oder später der Fall sein. Einige vergessen erst wenn der Hauptfilm wirklich anfängt, andere schon im Badezimmer, während sie sich fürs „Ausgehen“ schick machen.⁶

Der Hörvorgang

Im Kino herrschen ziemlich natürliche Umstände für das Ohr. Dolby Surround-Sound macht es möglich. Es scheint, als würden von

überall Geräusche, Stimmen oder Musik dringen. Alle Schallwellen werden über die Ohrmuschel, bis zum Trommelfell geleitet und dort gesammelt. Hammer, Amboss und Steigbügel verstärken den Schall um ein Drei- bis Vierfaches, weil sie die großen Auslenkungen des Trommelfells umwandeln in viel kleinere kraftvollere Stöße der Fußplatte des Steigbügels. Diese Fußplatte berührt bei jedem Stoß das ovale Fenster am Innenohr (s. Abb.1).⁷

Diese Bewegungen erzeugen Druckwellen in der Vorhoftrappe, die sich bis zur Schnecken spitze fortsetzen und über die Paukentreppe zurück laufen. In der Schnecke versetzen diese gegenläufigen Flüssigkeitsverschiebungen die Basilarmembran in Schwingung. Regelmäßig wiederkehrende Schwingungsvorgänge mit bestimmter Frequenz und Intensität kennzeichnen Töne und Klänge, alles Unregelmäßige wird durch Geräusche hervorgerufen (s. Genrespezifität/Geräusche). Durch die Schwingungen bilden sich auf der Basilarmembran fortlaufende Druckwellen aus, die sich bis zur Schnecken spitze fortsetzen. An einer frequenzabhängigen Stelle bilden sie dann ihr Amplitudenmaximum aus. Menschen können Schwingungen mit Frequenzen zwischen 20 und 16.000 Hz (Hertz = Schwingungen pro Sekunde) hören. Je höher die Frequenz, desto höher der Ton. Hohe Töne erreichen ihr Amplitudenmaximum in der Nähe



- Gleichgewichtsorgan
- Vorhof
- Schneckengang
- Schneckenwindung
- Pauke
- bipolare Nervenzellen
- Schneckengang
- Pauke
- Basilarmembran
- Stützzellen
- Sinneszellen
- Deckplatte
- Vorhof
- äußerer Gehörgang
- Trommelfell
- Hammer
- Amboß
- Paukenhöhle
- Steigbügel
- ovales Fenster
- rundes Fenster
- Ohrtrompete

Abb.1 Hörorgan mit Querschnitt durch die Schneckenwindung nach Faller S.645 und S.649

des ovalen Fensters. Tiefe an der Schnecken- spitze. Weil die Basilarmembran eng mit den Sinneszellen verbunden ist, werden durch die Schwingungen auch diese über die Sinneshaare erregt. Hier findet dann die Umwandlung der Schwingungen in Nervenimpulse statt.^{8,9}

Frequenzunterschiede

Der Mensch kann etwa 620 Tonhöhen unterscheiden. Allerdings benötigt er für eine wahrnehmbare Änderung einen Frequenz- unterschied von 1,8Hz, bei Frequenzen unter 500Hz und 0,35 Promille, wenn sie oberhalb 500Hz liegen. Allgemein kann man sagen: Je höher die Frequenz, desto größer muss der Frequenzunterschied sein.¹⁰ Kommen Störge- räusche aus der Umgebung hinzu, vergrößern sich die Frequenzunterschiede noch mehr, weil dadurch die Empfindlichkeit für andere Geräusche stark herabgesetzt wird. Tritt z.B. bei einem Gespräch plötzlich ein Störgeräusch auf, muss man sich mit lauterer Stimme unterhalten.¹¹ Aus diesem Grund werden Kinotrailer auch lauter gespielt. Es verhindert Ablenkung durch andere, unerwünschte Geräusche. Genrespezifische Geräusche und Dialoge werden so besser verstanden. Ganz zu schweigen von genrespezifischer Musik, die das Publikum mit in den Film reißen kann. Kurz: Es hilft dem Zuschauer in die fiktionale Welt einzutauchen.

Außer der Frequenz benötigt man also vor allem einen bestimmten Schalldruck, um eine Hörempfindung auszulösen. Zwischen 2.000 und 5.000Hz genügt bereits minimaler Druck. Den Schalldruckpegel beschreibt die Einheit Dezibel (dB). 0dB entsprechen dem eben beschriebenen Minimum. Erhöht man um 20dB wird der Schalldruck verzehnfacht.¹²

Neben dem Lautstärkepegel bestimmt auch die Zusammensetzung der Frequenzen, ob etwas von anderen Geräuschen überdeckt wird. Ein höherer Ton kann einen tieferen nur bei geringem Frequenzabstand verdecken. Anders herum kann ein tiefer Ton den höheren nur verdecken, wenn er wesentlich lauter ist.¹³ Dies wird für den Kinotrailer wichtig, wenn es um die Auswahl des Sprechers geht (s. Genrespezifität/ Sprecher). Bei Actionfilmen kommen auch mehr laute Geräusche wie Explosionen, Verfolgungs- jagen mit Reifenquietschen und Schießereien vor. Eine tiefere Stimme kann diese Geräusche folglich auch besser überdecken. Man hört ihn besser und er wird doch unterschwellig wahrge- nommen.

Man kann sich aber auch speziell auf eine Stimme konzentrieren und andere Geräusche quasi ausblenden. Aufgenommene Signale gliedert das Gehirn dann zu immer komplexer werdenden „rezeptiven Feldern“. Unter Re- zeptivität versteht man in der Psychologie die

Empfänglichkeit für Sinneseindrücke. Trotz der Lautstärke des Trailers kann es auch im Kino vorkommen, dass man manche Geräusche „überhören“ will, um den Ton im Trailer zu verstehen z.B. das Geraschel mit der Chipstüte, Popcorn, ständige Kommentare oder Gespräche der Nachbarn. Handyklingeln, plötzliches lautes Loslachen oder Zwischenrufe dagegen können nicht ausgeblendet werden, weil sie nicht regelmäßig bzw. gleichmäßig genug sind. Nur an solche Geräusche kann man sich gewöhnen und sie ausblenden¹⁴ (s. Wahrnehmung und Verarbeitung/Fühlen).

Störgeräusche werden im Kino durch Lautstärke der Musik ausgeblendet. Ferner können so genrespezifische Geräusche besser erkannt werden, da sie klarer zu hören sind. Und drittens ist dies der Grund warum vor allem Sprecher in actionlastigen Filmen eine tiefe Stimme haben müssen: Actiontrailer sind in der Regel durch Einsatz vieler Geräusche, Musik Schießereien, Verfolgungsjagden und Explosionen etwas lauter. Eine tiefe Stimme kann, wie eben gelernt, besser zum Publikum durchdringen.

SEHEN

Mit Beginn des Vorprogramms, bekommen auch die Augen etwas geboten. Leinwände in heutigen Kinos können Größen wie 16,5x7m, 14x6,5 m oder 11x5m haben. Je nach Sitzplatz des Zuschauers füllt die Leinwand dann beinahe dessen komplettes Gesichtsfeld. Zum einen wirkt das einfach gigantisch und zum anderen, vor allem bei Landschaftsaufnahmen, realistischer.

Der Sehvorgang

Licht aus der Umgebung fällt auf die Netzhaut des Auges. Dort wird es in elektrische Impulse umgewandelt und von Neuronen über Nervenstränge zum Gehirn geleitet. Die Netzhautstäbchen können Licht absorbieren und sorgen dafür, dass der Mensch sogar bei wenig Licht Konturen, manchmal auch Einzelheiten erkennen kann. Dicke Zapfen sorgen für das Farbsehen. Weil diese nicht so leistungsfähig sind, wie die Stäbchen können Menschen deswegen im Dunkel keine Farben erkennen.¹⁵

Gut daran ist, dass die vielen Köpfe mit verschiedenen Haarfarben der Zuschauer alle schwarz oder dunkelgrau sind und nicht im Gesichtsfeld stören. Alle anderen Reize für die Augen werden ausgeschaltet, sodass sich der Zuschauer auf die Leinwand konzentriert.

Objekte suchen

Aufgrund dessen, scheint es in dunklen Filmszenen auch so, als wäre alles grau. Weder Darsteller, noch Zuschauer können genau erkennen, was sich im bedrohlichen Schwarz alles verbirgt, weil sie Konturen nur noch erahnen können. Dies wird vor allem bei Horrorfilmen und Thrillern gern als Gruselement eingesetzt.

Alles innerhalb von drei Sekunden bedeutet für den Menschen Gegenwart. Spätestens nach dieser Zeit befiehlt das Gehirn den Augen ihre Umgebung weiter nach interessanten Kanten, Linien und Flächen zu erkunden. Nur ein kleiner Bereich in der Mitte des Gesichtsfeldes wird scharf wahrgenommen. Nach Außen hin nehmen Schärfe und Farbwahrnehmung immer mehr ab. Zusammen hängt das mit etwa einer Million Sinnesfelder, sogenannte „rezeptive Felder“, pro Auge. Am Rand des Gesichtsfelds sind sie groß und werden zur Mitte hin immer kleiner. Jedes Feld untersucht Gesehenes nach einer vorgegebenen Kategorie. Analysiert wird es anschließend im Gehirn nach allen möglichen Orientierungen von Linien und Kanten an Gegenständen, Bewegungsrichtung bestimmter Linien oder Kanten, Farben, komplexen geometrischen Reizen wie Gesichtern, bereits gespeicherten Gefahrenquellen wie Schlangen oder Spinnen usw. Stets wird das am eindeutig-

sten erkennbare Objekt gesucht. Aber auch Ungewöhnliches oder Bewegungen, die im Augenwinkel erscheinen, ziehen sofort die Aufmerksamkeit auf sich. Im Gehirn wird eine Form erkannt und eine Schlussfolgerung gezogen, dass soeben ein bestimmtes Objekt gesehen wurde. Gegebenenfalls folgt nun eine Schutzreaktion, wie Augen schließen, bei besonders brutalen Filmszenen oder Überreizung durch zu viele aufeinanderfolgende Filmausschnitte in Trailern. Anders als beim starren Blick auf eine Stelle ermüden durch den ständigen Wechsel die Augen auch nicht so schnell.¹⁶

Die Gefahr besteht immerhin auch für den Körper wegen der bequemen Unterlage und der Dunkelheit. Aufregendes muss also auf der Leinwand geboten werden. Ständig müssen beide Augen die Leinwand absキャンen, wo gerade das wichtigste Objekt ist. Je nach Genre werden dann eben bestimmte Motive in den Filmausschnitten eher verwendet als andere (s. Genrespezifität/Szenenwahl). Durch sein Genrewissen kann sich der Zuschauer schon einmal darauf einstellen. Seltsam aussehende Formen werden im Sciencefictiontrailer womöglich als Spuren außerirdischen Lebens erkannt. Im Komödientrailer ist vielleicht nur ein Essen missglückt.

GEHIRN

Aufnahme über die Sinne ins Bewusstsein

Wahrnehmung wird durch Licht bzw. elektromagnetische Strahlung, Schallwellen, Berührung, Duftstoffe und Nahrung aktiviert. 78% aller auf den Menschen einströmenden Informationen nimmt man über die Augen, 13% über die Ohren und jeweils 3% über Haut, Nase und Zunge wahr.¹⁷

Bewusstsein

Laut Bewusstseinsforschung steht das maximale Verhältnis zwischen wahrgenommenen Informationen und bewusst wahrgenommenen Informationen allerdings bei 1.000.000:1. Ein Bit beschreibt hier die kleinst mögliche Informationseinheit. Die Bandbreite, auch Kapazität eines Kommunikationskanals genannt, wird in Bit pro Sekunde angegeben. Über 11 Millionen Bit kann ein Mensch pro Sekunde wahrnehmen: Augen 10 Millionen, Ohren 100.000, Haut 1 Millionen, Geschmack 1.000, Geruch 10.000 bit/Sekunde. Maximal 40 Bit/Sek. davon kommen im Bewusstsein an. Auf unbewusster Ebene, nimmt man aber eben sehr viel mehr wahr. Für die Auswertung des Wahrgenommenen benötigt das Bewusstsein nur sehr lang. Schließt man die Augen und versucht sich zu erinnern, was man im Moment davor wahr-

genommen hat, so fallen einem nach und nach immer mehr Details ein.¹⁸ Eine riesige Menge an Informationen dringt also nicht bis ins Bewusstsein vor, sondern wird aussortiert. Im Gehirn übernimmt der Thalamus dieses erste Filtern. Nur relevante Informationen pickt er heraus; die anderen müssen draußen bleiben.¹⁹

Da die anderen Sinne quasi abgeschaltet wurden, können die wichtigen Handlungs- und Genreinformationen des Kinotrailers aufgenommen werden. Bei einem audiovisuellen Medium wie dem Kinotrailer ist es außerdem praktisch, dass sowieso die meisten Informationen über Augen und Ohren aufgenommen werden. Aus diesem Grund können hier auch so viele Informationen auf einmal gezeigt werden.

Nur mit dem Wahrnehmen ist die Arbeit des Gehirns aber noch nicht getan. Auswerten des Wahrgenommenen, Körperbewegungen koordinieren, Organe und Blutdruck kontrollieren und vieles mehr. Je nach äußeren Einflüssen, muss es Signale an Körperteile senden, welche Schutzmaßnahmen einleiten oder auf andere Weise entsprechend reagieren.

Im Kinosaal herrschen also auch in körperlicher Hinsicht optimale Umstände. Die Funktionen über Körperkoordination des Gehirns werden weitgehend heruntergefahren durch die Ruhehaltung in den bequemen Sitzen, das strikte Laufverbot sowie Mangel an Interaktivität.

Zuschauer können nicht in ein anderes Programm zappen, Werbung überblättern oder nach anderen Informationen Ausschau halten. Denn außer der Leinwand können sie kaum etwas anderes sehen – wegen der Dunkelheit sowie der Größe der Leinwand. Bei dem lauten Ton dringen kaum andere Geräusche oder Klänge ans Ohr. Störungen werden minimiert durch Rauch- und Handyverbot. In den USA wird in einigen Kinos darauf hingewiesen, dass man während der Vorstellung nicht reden soll, damit die anderen etwas verstehen. In Deutschland herrscht ein unausgesprochenes Rede- und Handyverbot.

Objekte erkennen

Auf der Leinwand passieren meist mehrere Dinge gleichzeitig. Deshalb sucht das Gehirn nach Verbindungen zwischen Einzelteilen, die eine Form ergeben könnten. Zusammengefasst werden Elemente, die näher beieinander sind, eine geschlossene Einheit bilden, durchgehende Konturen haben, gleich bzw. ähnlich aussehen oder zuvor bereits im Erfahrungsschatz abgespeichert wurden.²⁰ Auch wenn solche gespeicherten Figuren nur angedeutet sind, vervollständigt sie das Gehirn zu einer Form.²¹ Je mehr Teile fehlen oder je komplexer das Gezeigte auf der Leinwand, desto länger benötigt ein Gehirn beim Ergänzen und Zuordnen (s. Genrespezifi-

tät/Szenenwahl).

Durch Gestaltungsmittel, können die Blicke des Zuschauers ebenfalls schnell auf das Wichtige gelenkt werden. Figuren im Vordergrund sind meist wichtiger als diejenigen im Hintergrund. Die Figur, die von den die meisten Figuren angesehen wird, ist die momentane Zentralfigur. Mittelpunkt bildet der Punkt der größten Detailansammlung oder Bewegung. Farben, Kontraste und anderes helfen ebenso auf der Suche nach dem Zentrum.²²

Weil die Einstellungen in Trailern heutzutage sehr kurz sind, ist es auch um so wichtiger zwischen Figur und Hintergrund zu trennen, damit der Zuschauer schnell Bedeutendes erfassen kann. Warum diese Trennung nötig ist, erklärt sich aus der Tatsache, dass im Bewusstsein immer nur Platz für ein Ereignis ist.²³ Deswegen ist es sinnvoll vor allem Medium Shots und Close-Ups zu zeigen, da ihr Figurenreichtum geringer ist und der Betrachter möglichst schnell das Zentrum der Szene erkennen kann.

Wenn man das Genre eines Films ausmachen will, sollte man natürlich auch erkennen, was in den Filmszenen gezeigt wird.

Gedächtnis

Der Mensch besitzt drei Speicherebenen. Im Ultrakurzzeitgedächtnis werden die aufgenommenen Reize über die Sinnesorgane als nervöse

Erregung zehn bis zwanzig Sekunden lang festgehalten. Auf diese Weise wird die Umwelt wahrgenommen, man kann sich zurechtfinden und sofort reagieren. Allerdings werden nur wesentliche Informationen festgehalten und an das Kurzzeitgedächtnis weitergeleitet. So wird das Gehirn vor Reizüberflutung geschützt.^{24, 25} Außerdem speichert das Ultrakurzzeitgedächtnis häufige Bewegungsabläufe ab. Durch diese Fähigkeit des „psychomotorischen Lernen“ leitet es die Wahrnehmungsimpulse dann direkt auf die motorischen Nervenbahnen. Deswegen muss man beim Auto fahren nicht jedes Mal darüber nachdenken, welche Einzelschritte für bestimmte Tätigkeiten nötig sind.

Im primären Speicher, dem Kurzzeitgedächtnis werden Informationen für die Dauer einer Handlung festgehalten. Nach ein bis zehn

Minuten werden unwesentliche Informationen gelöscht und wesentliche ins Langzeitgedächtnis weitergeleitet. Davor werden sie außerdem zusammengefasst, geordnet und klassifiziert. Der Hippocampus entscheidet, ob etwas ins Langzeitgedächtnis gespeichert oder verworfen wird. Er ist ein wichtiger Teil des limbischen Systems.²⁶

Vermutlich hat jeder schon festgestellt, dass er sich Dinge, die ihn interessieren, über die er bereits etwas weiß, die besonders schön oder schlimm sind leichter merken kann. Auch die Erwartungshaltung des einzelnen spielt eine Rolle. Je mehr man sich also für ein Thema, Charakter oder Genre interessiert, je mehr Genrewissen man mitbringt und je mehr man ein bestimmtes Genre mag, desto besser kann man sich den Trailer dazu merken. Genauer hierzu gibt es zwei Abschnitte weiter beim Langzeitspeicher.

Außerdem sollten Trailer ein gutes Zusammenspiel zwischen Text und Bild haben, die Reizdichte durch starke Kontraste in Form und Bedeutung erhöhen sowie Stimmung erzeugende Mittel wie Musik einsetzen.²⁷ Denn Menschen können sich Informationen auch besser merken, wenn sie diese über so viel wie möglich Sinnesorgane wahrnehmen. So werden gleich mehrere Assoziationsfelder erregt, was eine sichere Einspeicherung garantiert (s. Abb.2).

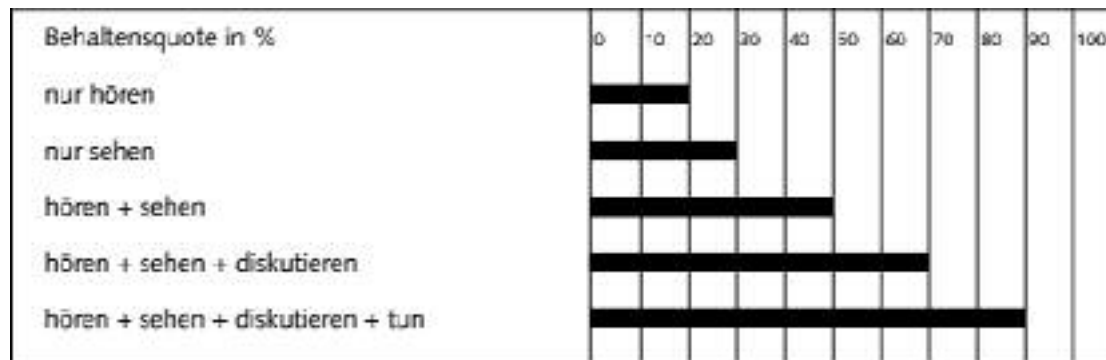


Abb.2 Behaltensquoten in % nach Rupprich S.97

Während das Kurzzeitgedächtnis das aktuelle Thema erfasst, ruft es die gespeicherten Informationen dazu aus dem Langzeitgedächtnis ab. Dieser Schritt ist entscheidend für Genrespezifi-

fitäten. Auch sie wurden in der Vergangenheit abgespeichert und werden beim Wiedererkennen im Trailer abgerufen. So kann der Zuschauer entschlüsseln, dass es sich wahrscheinlich um dieses oder jenes Genre handelt. Aus diesem Wissen kann er auch darauf schließen, wie die Handlung weiter gehen wird, erinnert sich an vorige Filme und verbindet den angekündigten Film mit den Gefühlen der damaligen Erlebnisse.²⁸

Im Langzeitspeicher werden die im Kurzzeitgedächtnis verarbeiteten Informationen noch einmal gekürzt, geordnet und anschließend dauerhaft gespeichert. Zum einen erfolgt die Einspeicherung über die starke Verknüpfung mit zugehörigen bildhaften Vorstellungen. Zum anderen werden die neuen Informationen mit bereits bestehendem Vorwissen des jeweiligen Menschen zum Thema verknüpft. Je größer dieses Vorwissen, desto schneller, besser und langanhaltender die Speicherung. Wird Wissen öfter wieder abgerufen oder mehrmals eingespeichert, werden diese Verknüpfungen gefestigt. Somit sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass sie wieder vergessen werden. Beim Vergessen sind die Erinnerungen zwar vorhanden, aber die Verknüpfungen dorthin bestehen nicht mehr.²⁹

Abb.3 zeigt die Vergessenskurve von Gelerntem über eine Zeitdauer von einem Monat für vier verschiedene Situationen. Kurve D zeigt

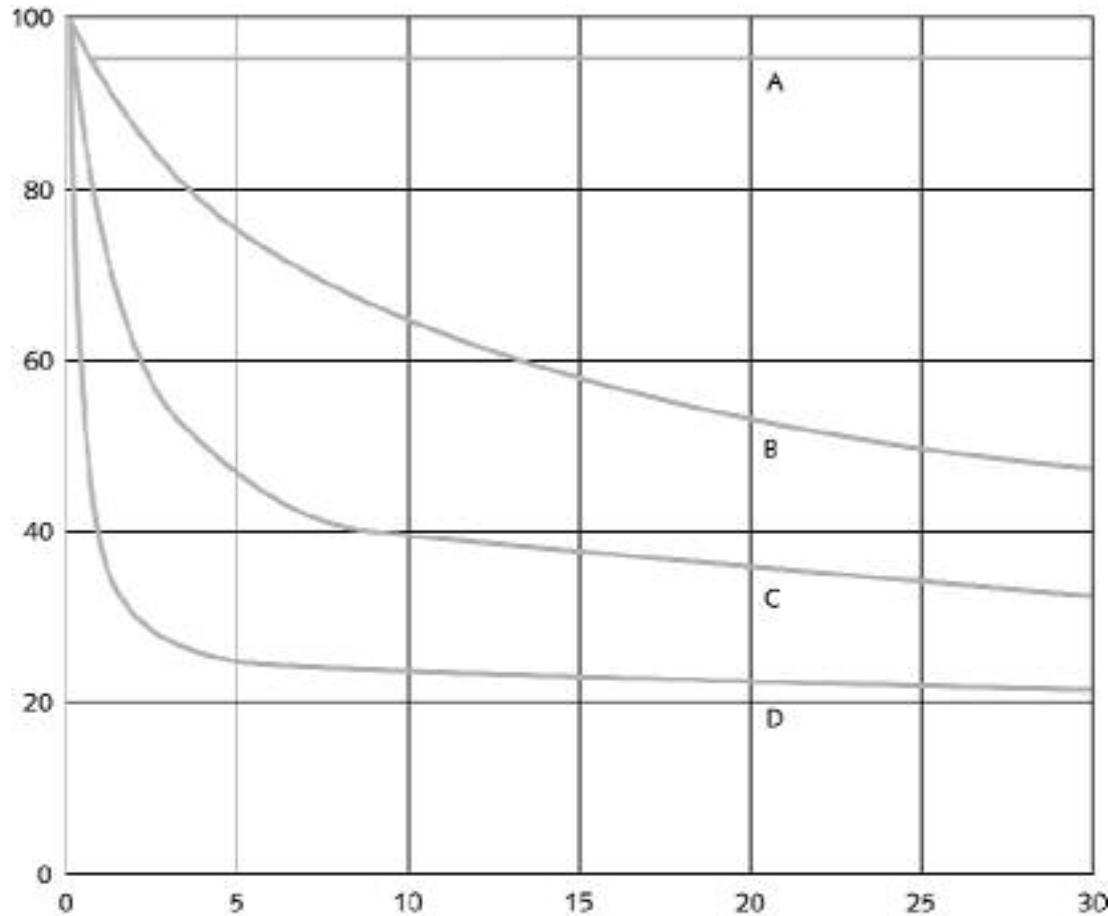


Abb.3 Vergessenskurve nach Rupprich S.81

sinnlose, Kurve C unzusammenhängende Informationen wie Zahlen, Namen oder Fremdwörter, die man sich merken soll. Kurve A und B zeigen sinnvoll verbundenen Lernstoff. Bei Letzteren ist auf der Abbildung deutlich zu erkennen, dass sie langsamer vergessen werden. Folglich können Menschen Informationen ohne Sinneszusammenhang leichter vergessen, weswegen sie öfter wiederholt werden müssen.³⁰ Filminhalte und Genrespezifitäten sollten deshalb in sinnvoll zusammenhängender Form im Kinotrailer hervorgehoben werden – also in der Story.

Trailer konfrontieren ihr Publikum mit wechselnden Situationen, die sich durch starke Kontraste im Inhalt und Gestaltung voneinander unterscheiden. 350 bis 500 Millisekunden benötigt der Mensch ab einem Filmschnitt, um festzustellen, ob Schauplatz oder Zeit gewechselt wurden.³¹ Diese ständige Neuorientierung erregt den Zuschauer und hält ihn aufmerksam. Auch die Lautstärke trägt zur Erregung bei. Trailer werden lauter abgespielt als der Film. Zusätzlich können rhythmische Muster im Bereich von 600 Hertz in der Schnecke des Innenohres direkt einen Bewegungsimpuls auslösen. Dies verstärkt auch noch einmal die Aktivierung. Deswegen werden bei Trailern die Tonhöhen angereichert und die Tiefen hervorgehoben.³² Je ungewöhnlicher die Ereignisse,

also je weiter entfernt sie vom Alltag sind, desto besser bleiben sie im Gedächtnis. Deshalb bewerben Trailer das Einmalige oder Neuartige.

- Literaturzitate
„Wahrnehmung und Verarbeitung“
- ¹ Hediger, S. 225
² Hahn, „Rezension“
³ <http://www.simifilm.ch/liz.html>
⁴ Nickel, S.38f.
⁵ Rupprich, S. 165 u. 203ff
⁶ Seeßlen, <http://www.zeit.de/2002/52/>
⁷ Faller, S. 452
⁸ Schwegler, S. 649
⁹ Kremer, „Physiologie des Ohres“
¹⁰ Kremer, „Wahrnehmung der Tonhöhe“
u. „Maskierungseffekte“
¹¹ Kremer, „Maskierungseffekte“
¹² Faller, S. 649f
¹³ Kremer, „Maskierungseffekte“
¹⁴ Schwegler, S. 456
¹⁵ Kandorfer, S. 49ff
¹⁶ Pöppel, „Grenzen...“, S.148ff, S.164ff,
S.174ff).
¹⁷ Grossmann, Computergrafik
¹⁸ (Autor Unbekannt, „Wahrnehmung ...“
<http://www.homepages.compuserve.de/>
¹⁹ Schwegler, S. 397f
²⁰ Pöppel, Grenzen des Bewusstseins, o.S.
²¹ Schwegler, S. 451
²² Hediger, S. 153
²³ Pöppel, „Grenzen“, S. 162
²⁴ Rupprich, S. 36ff
²⁵ Damasio, S. 6ff
- ²⁶ Schwegler, S. 412
²⁷ Hediger, S. 232
²⁸ Rupprich, S. 36ff
²⁹ Rupprich, S. 42f
³⁰ Rupprich, S. 81
³¹ Hediger, S. 240f
³² Hediger, S. 229

SOZIOLOGIE

ZIELGRUPPE

Zur Zielgruppe von Filmtrailern gehören alle Menschen, die den Film noch nicht gesehen haben.¹ Zumindest ist das schon einmal die allgemeine Voraussetzung. Allerdings gibt es auch noch Altersbeschränkungen, die berücksichtigt werden müssen.

Das amerikanische Rating System

In den USA legte 1968 die Motion Picture Association of America (MPAA) die Altersfreigaben für Spielfilme und Trailer auf dem Rating Board fest. Nachträglich sollen so produzierte Filme klassifiziert und gleichzeitig Produktinformationen vermittelt werden. Eingeführt wurde das Rating System auch, um einer staatlichen Zensur einzelner amerikanischer Staaten vorzubeugen sowie den Filmemachern Freiheiten in Bezug auf Inhalte ihrer Filme zu garantieren.

Anhand von Gewalt, sexueller Aktivität bzw. Diskussion, Nacktheit oder Obszönitäten werden die Filme nach ein paar kleineren Änderungen heute in fünf Ratings eingeteilt.

Das G-Rating ist die Freigabe für General

Audiences. PG ist die Abkürzung für Parental Guidance. Kinder dürfen bei diesem Rating nur in Begleitung ihrer Eltern den Film sehen. Bei PG-13 müssen die Kinder zusätzlich mindestens 13 Jahre alt sein. R meint Restricted ab 16, das X-Rating meint Pornofilme und NC-17 verweigert Jugendlichen unter 17 Jahren den Eintritt.

Allerdings kommt dieses Rating einem Verbot gleich, da keine große Kinokette Filme mit dieser Auszeichnung buchen würde.^{2,3}

Deutsche FSK-Freigaben

In Deutschland legt ein Gremium zur Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft die Altersfreigaben fest. Durch seine enge Bindung an das Jugendschutzgesetz, unterliegen die Freigaben ebenfalls einem stetigen Wandel. Im Jahr 2003 gab es folglich kleinere Änderungen. Im §14 wurden folgende Kennzeichnungen von Filmen und Film- und Spielprogrammen festgelegt: Freigegeben ohne Altersbeschränkung, Freigegeben ab sechs Jahren, Freigegeben ab zwölf Jahren, Freigegeben ab sechzehn Jahren und keine Jugendfreigabe.⁴

Filme mit der entsprechenden Freigabe sollen zeigen, dass die Entwicklung oder Erziehung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und sozialen Per-

sönlichkeit nicht beeinträchtigt wird. Denn erst mit neun Jahren lernen Kinder zwischen realen und fiktionalen Geschichten zu unterscheiden. Kinder unter sechs Jahren identifizieren sich hingegen vollständig mit der Story und den Filmfiguren. Sie haben noch keine ausgeprägten kognitiven und strukturierenden Fähigkeiten. Dunkle Szenarien, schnelle Schnitte sowie lauter bedrohlicher Ton können sie ängstigen und irritieren. Deswegen müssen schwierige Situationen möglichst schnell zum Positiven führen.

Sechsjährige können dagegen bereits besser Sinneseindrücke verarbeiten, identifizieren sich aber immer noch mit den Figuren. Spannende und bedrohliche Situationen können, wenn sie nicht zu lang oder zu schlimm sind bereits verkraftet werden. Auf jeden Fall muss die Handlung jedoch positiv enden.

Jugendliche ab zwölf Jahren haben bereits eine distanzierte Wahrnehmung, rationale Verarbeitungsfähigkeit und erste Genre-Kenntnisse. Spannung in Thrillern und Science-fictionfilmen kann verkraftet werden. Harte und gewaltbezogene Actionfilme sollten sie allerdings noch nicht sehen, weil so etwas noch nicht selbstständig verarbeitet werden kann. Antisoziale, blindlings zerstörende oder gewalttätige „Helden“ sind für diese Altersgruppe ebenfalls nicht ratsam. Gesellschaftlich kritische Themen können jedoch ihre Meinungs- und

Bewusstseinsbildung fördern.

16- bis 18-Jährige sollten sowohl keine Gewalt verherrlichenden Filme sehen als auch Filme, in denen einzelne Gruppen diskriminiert werden. Partnerschaftliche Rollenverhältnisse der Geschlechter sollten positiv dargestellt und Sexualität nicht auf ein reines Instrumentarium der Triebbefriedigung reduziert werden. Ebenso sollte Drogenkonsum und politischer Radikalismus mit Vorsicht behandelt werden.

Filme ohne Jugendfreigabe suchen nach einer Balance zwischen sittlich minimalen Normen und genrespezifisch Stilvollem. Auf diese Weise wird die freie Meinungsäußerung, Informationsfreiheit und Kunstfreiheit bewahrt. Volksverhetzung, Gewaltverherrlichung und Pornografie dagegen gehören zu den gesetzlich vorgegebenen Schranken der Filmfreiheit.^{5,6}

Vorteilhaft für Kinogänger ist, dass sie sich bereits im Vorhinein auf den Inhalt des Films einstellen können.

Zielgruppenbestimmung von Trailern

Neben allen sehenden und hörenden Menschen, die den Film noch nicht kennen und das richtige Alter für den entsprechenden Film haben, sprechen Kinotrailer aber auch bestimmtere Gruppen von Menschen an. Im Gegensatz zu Fernsehtrailern können Kinotrailer allerdings nicht so zielgruppenspezifisch werben, was

meiner Meinung nach jedoch ein großer Vorteil ist. Fernsehtrailer können in der kürzeren Zeit nicht so viel verraten und müssen sich folglich auf einen Aspekt des Films konzentrieren. Dazu ein Beispiel: eine Frau, die ein Fan von „Der englische Patient“ ist, sieht im Fernsehen den Trailer für einen actionlastigen Abenteuerfilm mit Liebesgeschichte. Je nach Zeit der Ausstrahlung ist dieser Fernsehtrailer gerade auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten und stellt die Liebesgeschichte in den Vordergrund. Im schlimmsten Fall stellt sie sich folglich einen ihrem Lieblingsfilm ähnlichen Film vor, geht ins Kino und wird überrascht. Aufgrund seiner Länge von etwa zweieinhalb Minuten hätte ein Kinotrailer jedoch offensichtlich dargelegt, dass der angekündigte Film kein dramatischer Liebesfilm ist, sondern auch dessen andere Facetten gezeigt.

Kinotrailer versuchen sowohl Männer als auch Frauen verschiedener Altersgruppen auf einmal anzusprechen.⁷ Aber eben auch nicht alle. Vor Fantasyfilmen werden hauptsächlich auch Trailer für weitere Fantasyfilme und ähnliche Genres gezeigt, weil diese Zuschauer anscheinend eine Vorliebe für Übersinnliches teilen, wenn sie den anschließenden Hauptfilm sehen wollen. Gleiches gilt für ähnliche Inhalte. Und außerdem sitzt im Kinosaal auch schon die angesprochene Altersgruppe. Folglich arbeiten

Kinotrailer also auch zielgruppenspezifisch, was eng verknüpft mit Genre und Inhalt ist. Denn bestimmte Zielgruppen bevorzugen bestimmte Genres, Schauspieler in bestimmten Rollen, eine bestimmte Art von Musik oder Handlungen. Doch wer geht eigentlich ins Kino?

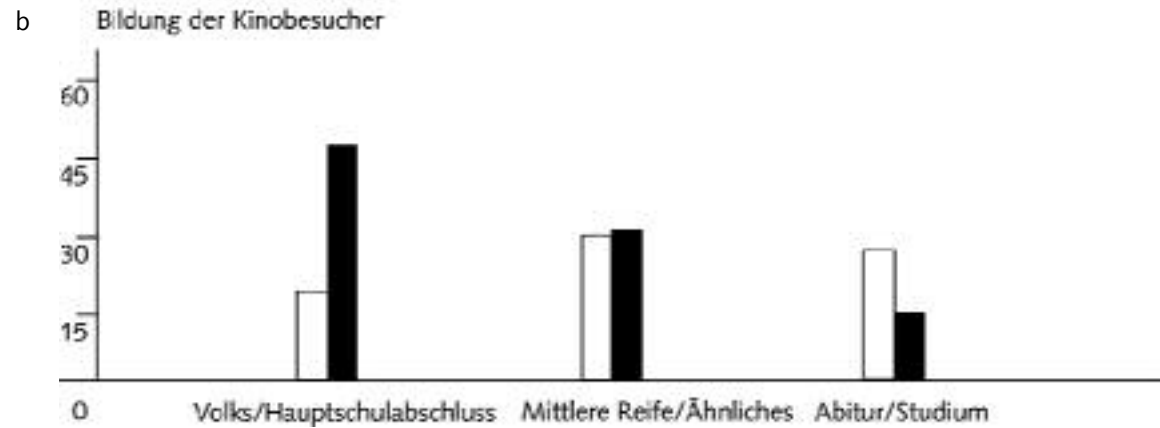
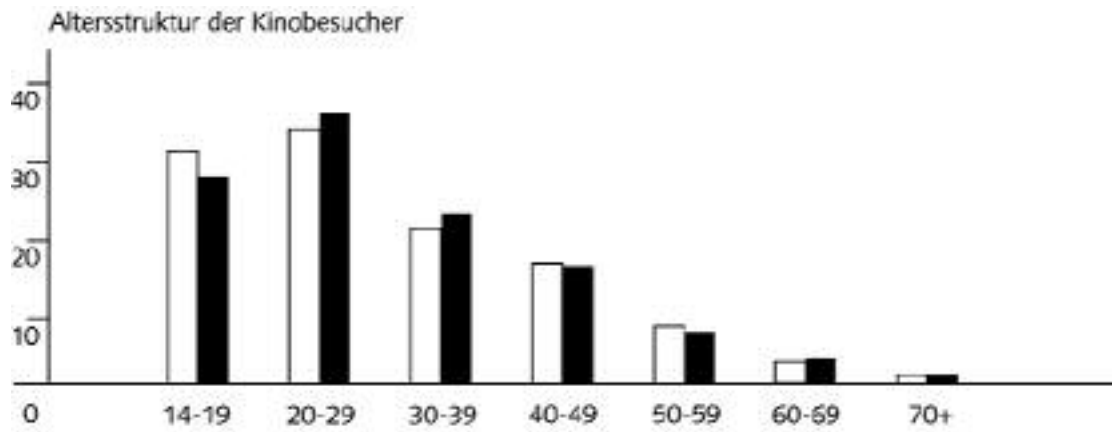
KINOGÄNGER

Marktforschung

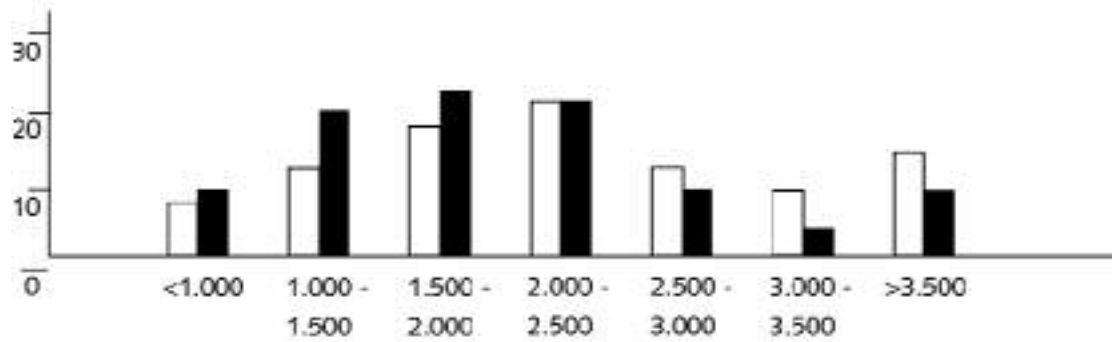
Studien des FDW Werbung im Kino e.V. untersuchten genauer, welche Menschengruppen vor allem zu den Kinogängern zählen. Seit den letzten Jahren hat sich hier nicht sehr viel geändert. 14- bis 29-Jährige gehen am häufigsten ins Kino. 1,87 Millionen Menschen gehen in Deutschland pro Woche mindestens einmal ins Kino. Laut Frühjahrsbericht (Medienanalyse MA04) scheint sich der Kinotrend weiter fortzusetzen. Neun von zehn Jugendlichen unter zwanzig Jahren, beinahe 80 Prozent der 20- bis 29-Jährigen sowie jeder Zweite zwischen 30 und 39 Jahren können im Kino erreicht werden. Allerdings steigt die Zahl der 14- bis 19-Jährigen schneller als die der 20- bis 29-Jährigen.^{8,9}

Weil die Produktion der Trailer im Vergleich zum Filmbudget sehr preiswert ist und so viele potenzielle Zuschauer erreicht, zählt es zu den günstigsten Werbemitteln.¹⁰

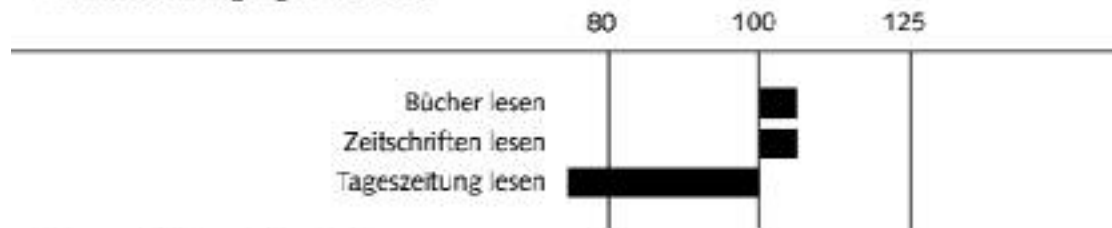
Abb.4a-g Statistiken aus der MA2004 nach a
http://www.uia-europe.com/.../_ma2004pmi.html



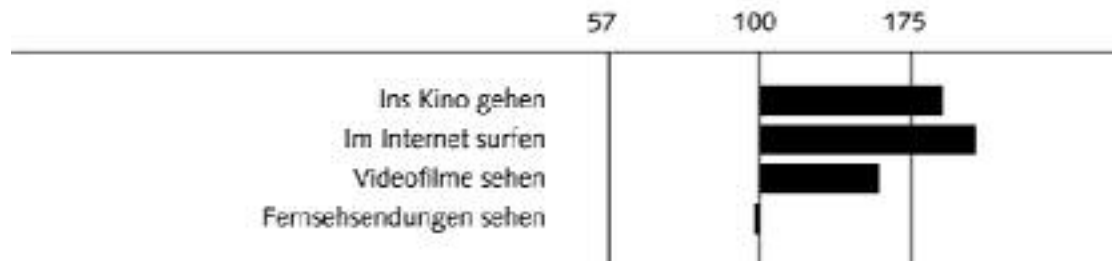
c Haushaltsnettoeinkommen der Kinobesucher in EURO



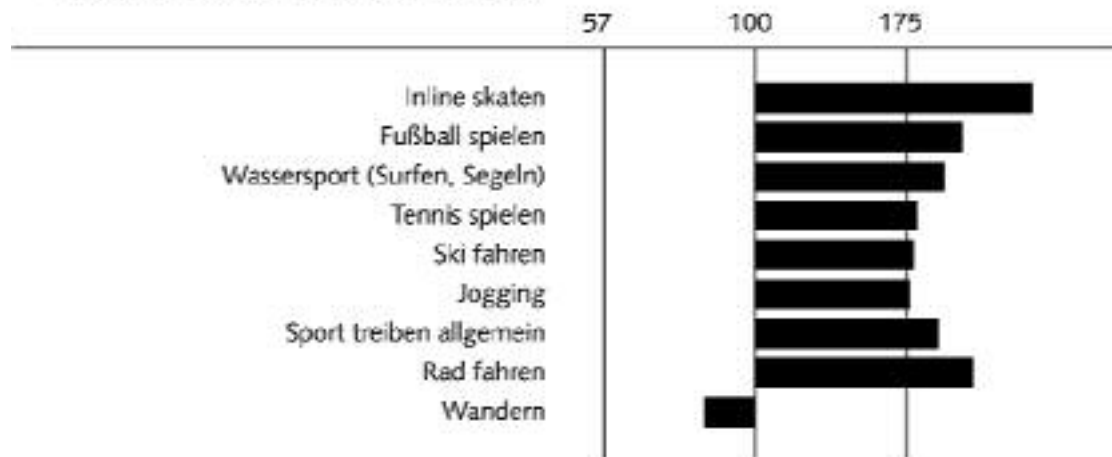
d Freizeitbeschäftigung: Printmedien



e Kino und elektronische Medien



f Freizeitbeschäftigung: Sportliche Aktivitäten



g Freizeitbeschäftigung: Printmedien



Die Zahlen zeigen auch, dass das Kino immer noch zu den beliebten Freizeitbeschäftigungen gehört. Kinogänger besitzen eine hohe Bildung, üben qualifizierte Berufe aus und haben ein hohes Einkommen. Ein großer Teil von ihnen gehört zum Mittelstand, der vor allem in den Vororten großer Städte lebt. Sie gelten als äußerst mobil, kommunikationsfreudig, vielseitig interessiert und zeichnen sich durch eine hohe Aktivität in ihrer Freizeit aus.

Doch hierin liegt auch schon ein Problem, denn diese Gruppe hat eben auch andere Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung. Auch drängen immer neue konkurrierende Unterhaltungsmedien, wie Computer- und Videospiele, Internet, DVDs aller Art, Pay-TV, Kabel-, Satelliten- und digitales Fernsehen auf den Markt. Auch können sich die Menschen heutzutage über diese Medien und Zeitschriften Informationen über Filme einholen. Durch so viel Konkurrenz sowie unterschiedliche Standpunkte wird die Produktion effizienter Filmwerbung noch schwieriger. Weil Kinogänger besser informiert sind, können sie durch Trailer nicht mehr so einfach beeinflusst werden. Bestimmung der Zielgruppe und Nachfrage ist inzwischen zur Wissenschaft geworden.¹¹ Durch die Konkurrenzangebote müssen die Leute auch genauer planen und abwägen, ob es sich lohnt den angekündigten Film im Kino anzusehen, oder

ob es auch noch später auf DVD genügt. Gerade DVDs kommen bereits innerhalb eines halben Jahres zum halben Preis in die Videotheken. Vier Jahre später laufen die Filme mehr oder weniger kostenlos im Fernsehen. Bei schönem Wetter geht man womöglich lieber in den Park, grillt oder setzt sich in ein Straßencafé. Filme müssen dem Kinogänger erst einmal etwas besonderes bieten. Hinzu kommt das enorme Filmwissen, was die Menschen heute bereits haben. Es wurde schon so viel gezeigt. Gründe, warum Menschen einen Film sehen wollen sind am häufigsten eine gute Story, die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Genre, außergewöhnlich gute Produktionswerte, wie Spezialeffekte oder Stars und was die Leute mit diesen verbinden. Auch Merchandiseprodukte, wie Video- und Computerspiele, Plastikfiguren, Kuscheltiere, Schlüsselanhänger, Postkarten usw. können angeblich ausschlaggebend sein.¹²

Amerikanische Kinogänger

Früher wie heute gehen Amerikaner gewohnheitsmäßig einmal pro Woche ins Kino. Früher liefen die Filme als Nebenattraktion, später als Hauptattraktion in sogenannten Vaudevilleshows. In den Shows wurden Gesang, Tanz, Akrobatik und Kabarett miteinander verbunden. Filme wurden von einem Conférencier im Prolog angekündigt. Die Menschen

mussten nur zum Kinobesuch motiviert werden.¹³ Damals wie heute spielte der Attraktionswert des Kinos eine wichtige Rolle. Viele Amerikaner sehen das Kino als eine Art Vergnügungspark an. Der Kick für den Augenblick, die Spannung für eineinhalb bis zwei Stunden und möglichst viele computergenerierte Spezialeffekte sind das, was amerikanische Zuschauer sehen wollen.¹⁴ Auch lockere Komödien, die vor allem unterhalten, liegen im Trend. Alles Unkomplizierte, Untragische, Unpolitische ist ihnen recht. Amerikaner möchten schon im Voraus sehr genau wissen, was sie erwartet. Deshalb wollen sie alles wissen, damit sie keine Angst haben müssen.¹⁵

Auch das Drumherum ist von Bedeutung. Amerikanische Kinos befinden sich heutzutage oft in Einkaufsmalls. In diesen Ministädten unter einem Dach gibt es nicht nur Geschäfte, sondern auch Restaurants, Spielstätten und andere Unterhaltungsmöglichkeiten.

Je weiter man nach Westen geht, um so populärer ist das Kino. Amerikaner haben ein noch größeres Filmwissen, weil sie mehr als doppelt so viel ins Kino wie die Deutschen.¹⁶

Europäische und deutsche Kinogänger

Anders sieht das eine große Zahl der deutschen bzw. der europäischen Kinozuschauer. Sie brauchen keine Mall oder andere „Events“ und

Attraktionen. Es genügt das Kino mit dessen Film als Erlebniswelt.¹⁷ Im Gegensatz zu den Vaudevilleshows beeinflusste vermutlich das Theater das Konsumverhalten des Kinopublikums.¹⁸ Die deutschen Zuschauer sind kritischer, sie wollen auch Arthouse und tiefergehende Filme sehen. Inhalt zählt im Film, der im Trailer gern weg gelassen werden darf. Auf anspruchsvolle, kreative Art wollen sie beworben werden. Kein Problem, wenn der Trailer verwirrt. Je unvorhersagbarer, desto besser. Auch Überraschungen sind gut. Im Gegensatz zu den Amerikanern entscheiden sich die deutschen Zuschauer auch eindeutig gegen einen Film.¹⁹ Außerdem legen sie mehr Wert auf die Qualität der Vorführung, woraufhin die Kinobetreiber viel Geld in die Modernisierung der Bild- und Tontechnik stecken.²⁰

Auch wenn sie dieselben Filme sehen wollen, möchten die europäischen Kinogänger eigentlich andere Kinotrailer sehen; Wie sich auch anhand vieler Zitate im Buch „Wesentliche Anhängsel“ zeigt. Weniger Story würde sie auch schon ins Kino locken. Das Genre wäre für die Zuschauer zwar nicht mehr so eindeutig festzulegen, aber es wäre nicht so als könnten sie gar keins mehr ausmachen. Es würde dann wahrscheinlich eher einem TV-Trailer ähneln (s.

Beispiel der Frau, die Fan von „Der englische Patient“ ist bei Zielgruppe/Zielgruppenbestimmung von Trailern). Gut, dass der Trend langsam aber sicher wieder zur Herausgabe weniger Informationen geht. Bis dahin müssen sich die Kinogänger noch ärgern.

Literaturzitate

„Soziologie“

¹ Hediger, S. 29

² <http://www.mpa.org/movieratings/about/index.htm/>

³ <http://www.und.edu/instruct/cjacobs/ProductionCode.htm>).

⁴ http://www.spio.de/juschg_synopse.pdf, S.6).

⁵ http://www.citydom.de/Infos/FSK_Info/fsk_info.html

⁶ http://www.spio.de/3FRAMES/ALT_FRG.HTM

⁷ Hediger, Interview

⁸ <http://www.fdw.de/kosten/index3.htm>,

⁹ <http://www.uia-europe.com/fdw-research/analysen/>

¹⁰ Hediger, S. 13

¹¹ <http://www.filmeducation.org/filmaudience>, S. 22

¹² <http://www.filmeducation.org/filmaudience>, S. 24

¹³ Hediger, S. 265f

¹⁴ Nickel, S. 23f

¹⁵ Neie, Interview

¹⁶ Hediger, Interview

¹⁷ Nickel, S. 23f

¹⁸ Hediger, Interview

¹⁹ Neie, Interview

²⁰ Hediger, S. 146f

KINOTRAILER

ALLGEMEINES UND ENTWICKLUNG

Das Wort „Trailer“ kommt aus dem Englischen und bedeutet Anhängsel oder Anhänger. Beim Film wurde so auch das Stück Schwarzfilm genannt, das am Ende jeder Filmrolle angeklebt wurde, um den Film vor Licht zu schützen.¹

Tatsächlich wurden Trailer ursprünglich erst nach dem Hauptfilm gezeigt. Damals gab es noch keine abendfüllenden Spielfilme im Kino, sondern sogenannte Serials. Folgen von Serien sind fast immer abgeschlossen. Serials bestanden hingegen aus mehreren Handlungen, die am Ende einer Folge abgebrochen wurden und in der nächsten Woche fortgesetzt wurden. So war eine Serialfolge bereits Vorschau auf die nächste. Weil nicht jeder alle Folgen sehen konnte, wurde später nur noch ein Handlungsstrang am Ende eines Serials nicht mehr aufgelöst.² Bei diesem sogenannten Cliffhanger kehrt sich kurz vor Schluss dieser Handlungsfaden noch einmal komplett um, was Spannung entstehen lässt und im Zuschauer Neugier weckt.

Hediger beschreibt in seinem Buch „Verfüh-

rung zum Film“ die Entstehung der Trailer sehr treffend: „An diesem Punkt, an dem Werbediskurs und Produkt sich durchdringen und das Medium insistent auf sich selbst verweist, wandelt sich der Schutzfilmstreifen zum Informationsträger, und die ersten Werbetrailer tauchen auf.“³

Texttafeln mit Verweisen auf andere Folgen, Fragen eines Sprechers oder Filmaufnahmen in denen sich Darsteller der nächsten Folge vorstellten kamen in solchen Urtrailern vor. Begleitend zum Serial verteilte man bald ein paar Tage vor Start der nächsten Folge Flyer und Zeitungsabdrucke, auf denen die Exposition mit auslösendem Ereignis beschrieben wurde. Sie sollten werben, aber auch zur Verständlichkeit des Serials beitragen. Ohne Hilfsmittel verstand man diese sonst nicht, da sich noch keine allgemein anerkannte Filmsprache etabliert hatte. Mit der Entwicklung des Tonfilms wanderten die Anhängsel ins Vorprogramm. Hier übernahmen sie die Aufgaben des herkömmlichen Vaudeville Prologs, der die kommenden Attraktionen ankündigte.⁴

Ab 1917 gehören Trailer bereits zu den

Standardwerbemitteln. Meist bestanden sie aus Filmtitel, Starnamen, Bildern und Slogan. Eine Woche vor Filmstart kamen sie in die Kinos. Verkaufsargumente verlagerten sich öfter. Mal waren Stars hoch im Kurs, dann standen wieder Story, Genre und Produktionswerte im Mittelpunkt.⁵

Heute kommen Trailer bereits sechs bis acht Wochen vor Filmstart in die Kinos.⁶ Immer öfter stellen sie Fortsetzungen der sechzig sekundenlangen Teaser-Trailer dar. Diese kommen bereits sechs bis zwölf Monate vor dem Film in die Kinos und sollen einen ersten Eindruck vermitteln, Interesse und Neugier wecken.⁷ Die zwei bis drei Minuten langen Trailer bauen dann auf dem Teaser auf und geben einige Informationen mehr heraus. Internationale Trailer können zusätzlich noch mehr Gewalt und Sex beinhalten. Mit 133 Sekunden im Durchschnitt können internationale Trailer auch länger dauern. In den USA gibt es dagegen Vorschriften der Motion Picture Association of America (MPAA).

Meist steht der Trailer aber allein. Er entwickelte sich zu einer eigenen filmischen Gattung.⁸ Zusammen mit der Werbung wird er im Wechsel oder Blockweise im Kino vor dem Hauptfilm gezeigt. Allerdings sollten mehrere Trailer nicht direkt hintereinander laufen, weil das Publikum sonst überfordert wird.⁹ Maximal siebzehn Minuten darf dieses Vorprogramm

gehen oder es dürfen maximal achtzehn Werbespots gezeigt werden.¹⁰

Früher wurden die Trailer in den USA vom Monopolisten National Screen Services hergestellt. Zeitweise produzierten die Filmstudios Trailer auch in eigenen Abteilungen. Heute übernehmen dies in Amerika, wie in Europa kleine Spezialfirmen. In Amerika werden diese „Boutiques“ genannt. Sie können billiger produzieren, weil sie nicht an gewerkschaftliche Lohnbestimmungen wie die Studios gebunden sind. Für den europäischen Markt produzieren kleine Firmen in den USA oder England die Trailer für amerikanische Filme. Meistens sind sie auf bestimmte Genres spezialisiert. In London sitzt die größte europäische Trailerfirma Kaleidoscope, die vor allem die Trailer für Blockbusterfilme herstellt. Creative Partnership ist die zweite einzig große Trailerfirma. Sie hat sich darauf spezialisiert, für europäische Filme auf dem amerikanischen Markt und für Arthousefilme auf dem europäischen Markt zu werben. Komplette Werbekampagnen für Europa werden in den europäischen Niederlassungen der Filmstudios in London festgelegt.¹¹

FORM UND STRUKTUR

Trailer sind keine Kunstwerke, sondern werden nach bestimmten Regeln aufgebaut. Deshalb kann man durch die Untersuchung einer repräsentativen Auswahl Rückschlüsse auf andere Trailer ziehen.¹² Analysen ergaben, dass sich die Formgeschichte des Trailers in zwei Perioden aufteilen lässt. Zum einen gab es von 1919 bis Anfang der Fünfziger Jahre die klassische Periode. Nach einer kurzen Phase der Umorientierung, folgte die zweite Periode, die bis heute anhält.

Modi des Trailers

In der Zeit der klassischen Periode dominierte von ca. 1933 bis 1966 der klassische Modus. Seit Anfang der Achtziger überwiegt der zweite

Klassischer Modus	Mix	Zweiter Modus	Abweichender Modus
Rätselplot ja Spannungsplot nein	Rätselplot ja Spannungsplot ja	Rätselplot nein Spannungsplot ja	weder Rätsel- noch Spannungsplot
9/10 1928-1970	9/10 1961-1980	95% 1971-1998	verteilt
dominiert bis '70 frühe 30er dominant		dominiert bis '81	

Tab.1 Modi des Trailers nach Hediger

Modus. Dazwischen herrschte eine Mischung aus beidem. Nie dominant, aber am Rand immer vorhanden existiert noch ein Abweichender Modus. Die vier Grundmodi ergeben sich aus den Fragen nach Plot und Struktur (s. Tab.1).¹³

Modus meint bestimmte Gruppierungen von strukturellen und formalen Parametern, die über längere Zeitperioden gleich bleiben und immer wieder benutzt werden. Eine Aufteilung der Parameter zeigt die folgende Aufzählung:

Im klassischen Modus hatten Trailer zu 93,2% Texteinblendungen über Bildmaterial, 68,6% Sprecher, 52,1% Listen und 45,1% Trickblenden. Im zweiten Modus dagegen haben Trailer nur noch 53,4% Zwischentitel und einen Sprecher, der den Zwischentitel spricht, 82,3% Sprecher, bei 60,7% läuft das Bild unabhängig vom Ton und 21,6% haben einen Button.

Texteinblendungen, die auf Bildmaterial gezeigt wurden dominierten eindeutig im klassischen Trailer. Nach dem Wandel zum zweiten Modus, geht der Anteil an Text stark zurück. Außerdem wird er nicht mehr über dem Bildmaterial gezeigt, sondern eher in Einschüben, also Zwischentiteln – meist auf schwarzem Hintergrund. Sprecher werden nun wesentlich häufiger eingesetzt und unterstützen Textcharts durch wiederholen des Gezeigten. Im zweiten

Modus kommen vermehrt auch sogenannte Buttons zum Einsatz. Am Ende des Trailers – normalerweise noch nach Einblendung des Filmtitels – liefert hier der Button, ein letzter

Gag oder Dialogfragment, die abschließende Pointe.¹⁴

Kennzeichnend für den klassischen Modus sind die vielgestaltigen rhetorischen Parameter. Stars und Regisseure traten in Trailern auf und erzählten dem Publikum etwas über den Film. Attraktionen wurden aufgelistet, ihre Neuheit hervorgehoben und Formulierungen nahmen Erinnerungen an den Film vorweg. Verweise auf Schauplätze, Drehbücher oder Bühnenstücke konnten ebenfalls vorkommen. Einer dieser Parameter dominierte im jeweiligen Trailer.¹⁵

Tabelle 2 zeigt eine Übersicht über die beiden dominanten Modi.

Klassische Struktur

Zwischen 1923 und den Sechziger Jahren dominierte die klassische Struktur: Intro + Titel – Durchführung – Endtitel. Im Intro wurden sowohl das Thema des Films bekannt gegeben als auch die wichtigsten Verkaufsargumente genannt. Eine erste Frage wurde aufgeworfen und durch die Titelnennung beantwortet. In der Durchführung wurde das Thema ausgearbeitet, Stars aufgelistet, Szenen sowie zusammenfassende Titel gezeigt. Vervollständigt wurde das ganze durch die abschließende Titelnennung.¹⁶

Klassischer Modus (ca. 1933-66)	Zweiter Modus (seit ca. 1981)
Klassische Struktur	Protagonistenzentrierte Zweidrittelstruktur
Rätselplot	Spannungsplot
Stilmittelpräferenz	
1. Texteinblendungen	1. Narration2
2. Narration	2. Titel, Star am Ende
3. Trickblenden	3. Texteinblendungen
Bild dominiert über Ton	Bild und Ton sind gleichberechtigt (polyphone Montage s. Kapitel Genrespezifität/Szenenwahl)
narrative und rhetorische Funktion getrennt	narrative und rhetorische Funktion verbunden
Muster	Modell
Zeigen von Szenen	Simulation des Films
Die Mischform der Sechziger bis Achtziger ähnelt dem zweiten Modus	

Tab.2 Modivergleich nach Hediger

Protagonistenzentrierte Zweidrittelstruktur

Hier werden zu Beginn Schauplatz und Figuren eingeführt. Ein auslösendes Ereignis setzt die Handlung in Gang, die nach mehreren Hindernissen in der Konfrontation mit dem zentralen Problem gipfelt und durch den Endtitel abgebrochen wird (s. auch Spannungsplot).

Klassische Struktur	Intro	Titel	Durchführung	Endtitel
Protagonistenzentr. Zweidrittelstruktur	Exposition	auslösendes Ereignis	Konfrontation	Endtitel

Tab.3 Strukturvergleich nach Hediger

Rätselplot

Der Plot beinhaltet die direkt im Film gezeigte Handlung. Was dazu gedacht werden muss, gehört zur Story.¹⁷ In der klassischen Periode wurde die Story des Films als heiliges Gut angesehen, das unbedingt geschützt werden musste. Nichts davon durfte bereits in der Werbung preisgegeben werden. Welchen Grund hätten sonst die Zuschauer den Film zu sehen? Daher erzählte man den Film als Rätselplot. Spektakuläre Szenen, Schlüssel-szenen, Schauplätze, Action, Textcharts, allge-

meine Formulierungen („a story of love and passion“) sowie Auflistungen von Stars samt Rollenbeschreibung wurden aneinander gereiht. Man versuchte die Atmosphäre wiederzugeben und so viele Fragen wie möglich zu den gezeigten Ausschnitten zu stellen. Zuschauer mußten sich selbst mögliche Verbindungen zwischen den Szenen ausdenken.¹⁸

Spannungsplot

Ab 1970 wurde der Spannungsplot eingeführt. Er verdrängte schon nach kurzer Zeit den Rätselplot. Nun wird eine kurze Zusammenfassung mit den wichtigsten Ereignissen der Handlung im Drei-Akt-Schema gegeben. Zuerst zeigt er die Ausgangsposition und führt die Hauptfiguren ein. Am Ende dieser Exposition steht das auslösende Ereignis, was die zentrale Frage aufwirft und den Anstoß für die Filmhandlung gibt. Es kann ein Ereignis, Information, Entscheidung, Notlage oder ähnliches sein. Wichtig ist, dass es der Story eine neue Richtung gibt. Diese kann bis zu 180 Grad betragen, was dann Umkehrung genannt wird. Danach folgt der zweite Akt, in dem die Hauptfiguren ihre Ziele erreichen müssen. Meistens werden im Trailer noch ein paar Hindernisse und Komplikationen gezeigt, um mehr Spannung zu erzeugen, bevor am Ende des zweiten Aktes die Konfrontation mit dem

Widersacher bzw. dem Problem folgt. Jedoch bricht man an dieser Stelle ab und setzt einen Cliffhanger mit abschließender Titelnennung. Auf diese Weise verweigert man dem Zuschauer die Auflösung des Konflikts, der aus den entgegengesetzten Zielen der Hauptfiguren besteht. Die Antwort auf die zentrale Frage des Films. So nähert sich der Trailer stark dem Film und vermittelt wesentlich mehr Informationen.¹⁹ Im Gegensatz zum Rätselplot wird beim Spannungspot lediglich gefragt wie der Film endet und wie es dazu kam.

Genrespezifisch waren auch die Trailer des klassischen Modus. Immerhin bestanden sie aus nahezu denselben Elementen, wie die heutigen Kinotrailer. Auch in den aneinander gereihten Fragen des Rätselplots konnten die Zuschauer anhand ihres Genrewissens schon einmal darüber spekulieren, wie die Antworten im Film wohl sein werden.

Ursachen für die Wende

Statt der Stars rückte in den Sechziger Jahren die Story ins Zentrum des Publikumsinteresses. Sie war nun wichtigstes Kriterium für die Filmauswahl. Zweitens sollte das „richtige“ Publikum, die angesprochene Zielgruppe, den Film sehen. Dadurch sollte sicher gestellt werden, dass nur positive Mundpropaganda über

den Film verbreitet würde. Daraus ergibt sich auch, dass Trailer möglichst viele Informationen preisgeben müssen, um dem Zuschauer die Kaufentscheidung zu erleichtern. Ferner setzte man nun eher auf populäre Erzähltraditionen wie Sagen, Mythen und Genrestereotypen, statt das Kino über andere Kunstformen wie Literatur oder Theater legitimieren zu wollen. Durch standardisiertere, vorhersehbarere Stories konnte man den Film nun auch über die Story verkaufen. „Wie kam es dazu?“ statt „Was passiert nun?“ fragt der Trailer. Die Story ist nicht mehr das Neue, sondern nur die grob bekannte Voraussetzung und Vorwand ihrer Umsetzung.²⁰ Denn immer mehr Filme desselben Genres wurden produziert und die Kinogänger bekamen immer mehr Genrewissen, sodass es einfach nicht mehr auf die Story ankam. Anhand des Trailers konnte man sich sowieso schon die Story zusammenreimen.

Die Umbruchphase

In der Umbruchphase erweiterte man die Palette der Trailergestaltung durch visuelle Irritationen. Höhere Schnitffrequenzen, Standfotos, Einfrierbilder, grafische Elemente, Filmszenen, ungewöhnliche Montageformen, Collagen, außergewöhnliche, fremdländische Klänge, Geräusche und Slogans wurden mit der klassischen Struktur und einem einigermaßen line-

aren Zweidrittel Plot gemischt. Starke Hell-Dunkel-Kontraste, Laut-Leise-Kontraste oder Wechsel zwischen konfliktreichen und ruhigen Szenen fügten sich zu einer Art Rechenmontage zusammen. Bild und Ton liefen größtenteils unabhängig voneinander. Insgesamt wurden die Filme aber schon damals als Erlebnis simuliert. Teile der Story wurden in Form einer Zusammenfassung präsentiert, welche am Ende die zentrale Frage stellten.²¹

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Story im klassischen Trailer das gut behütete Geheimnis war, weil sie jedes Mal neu erfunden werden musste. Routine war dagegen die Umsetzung des Films. Man sah die üblichen Stars und erwartete bestimmte Attraktion nur in jeweils neuen Geschichten.

Wichtig ist in modernen Trailern die Originalität der Umsetzung, die in einem Standardplot präsentiert wird. Hier lautet das Motto: Es wurde ohnehin schon fast alles erzählt. Anhand der etablierten Genres können sich die Zuschauer ohnehin denken, wie der Film ungefähr verlaufen wird. Man verschenkt also nichts, wenn man Informationen bereits im Vorfeld verrät.²²

Aufgaben

Im Gegensatz zum Plakat, ist dem Trailer im Kino die Aufmerksamkeit sicher (s. Wahrneh-

mung und Verarbeitung). Doch um die Leute durchweg bei Laune zu halten ist es von Vorteil, viel Abwechslung zu bieten. Bewegte Bilder und schnelle Schnitte halten die Aufmerksamkeit auf dem Bildschirm – man könnte schließlich etwas Wichtiges verpassen. Musik, Ton, Effekte, Film-dialoge und Sprecher sorgen auch beim Gehör für Abwechslung.²³

Seit jeher gilt die Kardinalregel: Der Trailer muss besser sein als der Film.²⁴ Trotz der vielen Versprechungen, die hier gegeben werden, darf sich der Trailer jedoch nicht zu weit vom Film entfernen – sonst enttäuscht er. Heute müssen Trailer den Film und Erlebnisqualitäten im Kino schon einmal simulieren. Auf diese Weise kann der Zuschauer einen Eindruck vom zukünftigen Filmerlebnis gewinnen. Weil er sowieso bereits aus Teilen des Films gemacht wurde, ist der Trailer ideal, um die Qualität des Films zu demonstrieren.²⁵ Qualität meint nicht nur Bildbrillanz und Güte des Tons. Vor allem sollen die Emotionen angedeutet werden, die man dann im Kino empfinden wird. „Wird es spannend oder brauche ich Taschentücher?“ Diese Frage klärt der Trailer.

Anhand des aus Erfahrung angeeigneten Film- und Genrewissens, können Zuschauer von einem Film oder Genre auf den anderen bzw. das andere schließen. Denn der Trailer ruft Erinnerungen an vergangene Filmerlebnisse mit

selbem Inhalt, Star, Regisseur oder Genre wach. Auf mehreren Ebenen verknüpft er diese Erinnerungen mit der Vorstellung des angekündigten Films. Auf diese Weise verspricht der Trailer dem Zuschauer denselben Genuss beim Konsum. Je nach Erinnerung bekommt der Film folglich eine positive oder negative Wertung vom Zuschauer. Dessen gleicher physische Zustand im dunklen Raum und bequemen Sessel, vielleicht sogar mit denselben Leuten und im selben Kino, verbessert diese Erinnerung. Jeder kennt das: Man geht in einen anderen Raum, um etwas zu holen. Dort angekommen fällt einem nicht mehr ein, was man holen wollte. Geht man zurück in den Raum, in dem die Entscheidung für die Tat fiel, erinnert man sich plötzlich wieder.

Informationsvermittlung bildet eine weitere Aufgabe des Trailers. Neben der Information über die Existenz eines zukünftigen Films, muss er den Menschen das Startdatum des Films nennen und inzwischen auch die URL der Filmseite angeben, auf der sich die Zuschauer noch genauer über den Film informieren können.²⁶ Durch Preisgabe einiger Details z.B. eines außergewöhnlichen, interessanten Inhalts grenzt der Trailer den Film von anderen Bewerbern ab. Durch diese Argumente erhält der Zuschauer eine Orientierung über die Vorzüge bzw. Eigenschaften des Films. Je genauer der Zuschauer im

Voraus weiß, was ihn erwartet, desto besser kann er abschätzen, ob er sich den Film ansehen soll. Daher ist es wichtig zielgruppenspezifisch zu werben. Statt einfach nur Menschen in die Kinos zu locken, zählt heute, die richtigen Menschen in den richtigen Film zu locken. Auf diese Weise wird das Risiko der falschen Entscheidung und folglich möglichen Zeitverschwendung herabgesetzt, was sich sonst negativ auf die Mundpropaganda auswirken könnte.

Zum zielgruppenspezifischen Werben gehört mitunter die Andeutung des Genres. Fans von Dramen wollen wahrscheinlich keinen plumpen Horrorfilm sehen. Ein paar Spezifitäten des Genres zu zeigen genügt bereits, um dem erfahrenen Zuschauer klar zu machen, dass dieser Film eine Komödie und jener ein Science-fiction ist. Aufgrund seines Genre- und Filmwissens kann er sich dann ein genaueres Bild vom kompletten Film machen. Je nach Genre ist es für den Zuschauer auch nicht so wichtig, was der Film an Inhalt noch so bietet. Gerade bei Komödien überreden ihn vor allem Wortwitz und komische Situationen zum weiteren Kinobesuch. Wer den Trailer zu „The Fast and the Furious“ gesehen hat, kann sich bereits vorher denken, dass die Story platt und vor allem der Actionteil betont sein wird. Auch Kritiker empfahlen den Film damals nur absoluten Fans solcher Straßenrennen. Beim Drama

erwarten Zuschauer hingegen mehr Stimmung und Inhalt.²⁷ Auch Spannung muss der Trailer aufbauen. Voraussetzung, um diese zu erzeugen, ist die Identifizierung der Zuschauer mit der Hauptfigur. Denn Spannung ist der Sammelbegriff für das Erzeugen starker emotionaler Zuwendung. Spannungserzeugende Elemente sind Kontraste und Paradoxen, die der Zuschauer geklärt haben will. Bei Unwissenheit der Figuren befindet sich der Zuschauer in einer übergeordneten Position und kann schon erahnen, was auf sie zukommen wird. Warnungen sind jedoch unmöglich, was die Spannung noch mehr steigert. Wird die Figur noch rechtzeitig heraus finden, dass sie in Gefahr schwebt? Ferner können Überraschungen oder Wendungen der Handlung, hinauszögern der zentralen Problemlösung durch Einschub einer Parallelhandlung, interessante Bildkompositionen oder Formulierungen zur Bildung von Spannung führen.²⁸ Das Publikum überträgt das Bedürfnis nach Auflösung der Spannung auf den angekündigten Film. Denn nur dieser kann die Fragen des Trailers beantworten. So entsteht der Wunsch sich den Film anzusehen. Neugier wurde geweckt. Eine andere Art Neugier zu wecken ist die Assoziation mit Genussvorbildern.²⁹ Besonders Schönes oder Gräßliches schlägt sich als Erlebnis nieder, was den Impuls auslöst, anderen davon zu erzählen. Erzählt man

von einem überaus schönen Erlebnis, schafft man für den Zuhörer ein Genussvorbild. Trailer assoziieren Filme systematisch mit solchen Vorbildern durch Zeitschriftentitel, sie zitieren aus positiven Kritiken, nennen gigantische Einspielergebnisse, vorangegangene Filme desselben Produzenten, Regisseurs oder Schauspielers oder zeigen ein klatschendes, begeistertes Publikum. Letzteres kommt zwar selten vor, doch zeigt es dem Zuschauer direkt, dass er ein Außenstehender ist. Um zu verstehen und um mitreden zu können, muss man diesen Film gesehen haben. So arbeitet auch Mundpropaganda. Obwohl Filme heute kürzer im Kino laufen als früher und diese sich deswegen nicht mehr als ganz so effektiv erweist, ist die Aussage bzw. Kritik von Freunden, deren Filmgeschmack man kennt oder die den eigenen Filmgeschmack kennen, glaubwürdiger und wirkungsvoller als anderes. Auch die Freunde oder Bekannten erzählen von ihrem Erlebnis und schaffen ein solches Genussvorbild – oder durch Kritik genau das Gegenteil.

Literaturzitate

„Kinotrailer“

¹ Hediger, S. 297

² <http://www.filmlexikon.de>

³ Hediger, S. 75

⁴ Vrääh, <http://Kunsthalle.wuk.at>

⁵ Hediger, S.71ff

⁶ Hediger, S.61

⁷ Rainer Esmeyer Interview

⁸ Hediger, S.16.

⁹ Hediger, S.229

¹⁰ Hediger, S.52.

¹¹ Hediger, Interview

¹² Hediger, Kapitel 1.3.1

¹³ Hediger, S.22-32

¹⁴ Hediger, S.265

¹⁵ Hediger, S.41-50 und S. 265f

¹⁶ Hediger, S.41-50

¹⁷ <http://www.filmlexikon.de>

¹⁸ Hediger, S.22-32

¹⁹ Hediger, S.41-50

²⁰ Hediger, S.180

²¹ Hediger, S. 182-187ff

²² Hediger, S.41-50

²³ Hediger, S.16

²⁴ Hediger, S.23

²⁵ Hediger, S.26

²⁶ Schönherr, Interview

²⁷ <http://www.filmeducation.org/>

filmaudience, S.31

²⁸ Kandorfer, S.167f

²⁹ Hediger, S.239ff

GENRES

THEORIEN DER THEORETIKER

Jeder Mensch kann sich unter einem Actionfilm etwas vorstellen. Wahrscheinlich wird ein Held gegen einen Bösewicht kämpfen und das auf eine spektakuläre Art und Weise, in der Schießereien, Verfolgungsjagden und Explosionen vorkommen. Man weiß, was mit einem Actionfilm gemeint ist, doch eindeutig definieren fällt schwer. Film- und Genretheoretikern ist es bis heute ebenfalls nicht gelungen.¹

David Bordwell zweifelt, ob überhaupt jemals eine Definition von Genres gefunden werden kann, welche sowohl von allen Genretheoretikern als auch Kinogängern akzeptiert würde. Trotzdem führte er Untersuchungen durch, aus denen er folgerte, dass man Filme zu Gruppen folgender Kriterien zusammenfassen kann: nach Epoche oder Land (Amerikanische Filme, Dreißiger Jahre), Regisseur, Darsteller, Produzent, Drehbuchautor oder Studio, nach technischen Verfahren (Breitwandformate), Abläufen (fallen women-Filme), Serien (James Bond), Stil (Deutscher Expressionismus), Aufbau (erzählerisch), Ideologie (Reaganite Cinema),

Veranstaltungsort (Drive-In Movies), Verwendungszweck (Home Movies), Zielgruppe (Teeniefilm), Gegenstand bzw. Thema (Familienfilm, Paranoid-Politischer Film).

Manch ein Theoretiker geht sogar so weit zu sagen, dass sich Genres nicht definieren lassen, weil es zu ihrem Wesen gehört (Schweinitz 1994). Robert Stam sieht vier Hauptprobleme, warum sich Genres so schwer eindeutig festlegen lassen. Erstens scheint es unmöglich alle Kennzeichen einzelner Genres zu erfassen. Doch selbst wenn man alle aufzählen könnte, gehörten auch Filme, welche nicht alle Merkmale enthalten vielleicht trotzdem zu dem jeweiligen Genre. Zweitens existieren viele selbst ausgedachte Ideen nach welchen Kriterien Filme zum jeweiligen Genre zugeordnet werden können. Manchmal scheint ein Filminhalt einem anderen Genre anzugehören, als sein Aufbau. Drittens haben unterschiedliche Genres auch gleiche Merkmale. Man kann auch nicht von eindeutig unterscheidbaren, einzigartigen Merkmalen ausgehen, weil jeder Film einzigartig ist. Seine unterschiedlichen Charaktere, Geschichten und Probleme lassen sich kaum vergleichen, geschweige denn mit anderen Filmen in eine Gruppe einsortieren. Auch John Harley ist der Auffassung, dass jeder einzelne Film das Genre, aus dem er stammt als Ganzes verändert (O'Sullivan et.al.1994).

Folglich und viertens müssen Genres also als flexible, sich ständig entwickelnde Gebilde angesehen werden. Deshalb können sie nur grobe Anhaltspunkte geben. Je nach Kultur, Gesellschaft, politischen oder wirtschaftlichen Bedingungen verändern sich auch die Genres (Stam 2000, 128f). Diese Auffassung teilt er mit vielen anderen Genretheoretikern, die sich inzwischen von der traditionellen Theorie der starren Genregebilde gelöst haben. Manche fügen noch hinzu, dass sich aber auch umgekehrt die Kultur und Ansichten auf die Zuschauer auswirken. So können Genres von der Leinwand verschwinden oder überleben um sich weiter zu entwickeln. Um hinzugefügt werden zu können, müssen Neuerungen mit bereits existierenden Elementen im Wesentlichen vereinbar sein. Nur selten ersetzen solche Neuheiten Bestehendes, woraufhin die Genres allmählich komplexer werden. Letztendlich führt dieser Prozess zur Abgrenzung vom herkömmlichen Genre und Entstehung eines Sub-Genres (Andrew Tudor 1974, 225f.). Daniel Chandler zeigt in seiner Einführung in die Genretheorie eine Fülle unterschiedlicher Ansätze und Vorstellungen der Unterteilung in Sub-Genres oder Super-Genres von Genretheoretikern. Man kann Genredefinitionen jedoch nicht einfach als richtig oder falsch ansehen (Gledhill 1985, 60 und 64). Steve Neale

(1980, 48 und 50) ist der Meinung, dass wiederkehrende Elemente Genres kennzeichnen, diese aber auch unabdingbar von ihren Unterschieden leben. Keiner würde nur Wiederholungen von bereits Bekanntem sehen wollen.² Auch Vinzenz Hediger vertritt die Theorie, dass gewisse Strukturen in Filmen, jedoch unabhängig vom Genre, immer wieder auftauchen. Einige bleiben erhalten, andere verschwinden irgendwann wieder.

Hediger meint, man müsse aus der Perspektive der Produzenten an das Thema Genre herangehen. Sie versuchen das Erfolgsgeheimnis von Filmen zu lüften, indem sie untersuchen welche Teile diesen Erfolg verursacht haben. Solche Elemente übernimmt man und kombiniert sie mit erfolgreichen Elementen anderer Filme. Erfolgreiche Filme werden als Baukasten angesehen und stetig weiter entwickelt. Produzenten wollen keinen Film eines bestimmten Genres herstellen, sondern einen Film, der sowohl auf alte Erfolgsformeln zurückgreift als auch Neues und Innovatives dazu mischt. Innovation und Wiederholung sind die Grundpfeiler der kommerziellen Filmproduktion. Solche Trial-And-Error-Experimente können aber auch daneben gehen – was jedoch nicht zwangsweise am innovativen Element liegen muss. „Matrix“, „Blair Witch Project“

und „Herr der Ringe“ wurden ursprünglich als nicht sehr erfolgreich prognostiziert. Jetzt tauchen Teile dieser Trendsetter in vielen anderen Filmen wieder auf. Für Produzenten gibt es kein Genresystem. Aber man kann untersuchen, welche Abkürzungen, Verdichtungen oder Formeln immer wieder auftauchen und bestimmte Erlebnisqualitäten ansprechen.

Denn Trailer preisen den Film nicht durch das Genre an, sondern durch Erlebnisqualitäten. Es wird spannend, die Zuschauer werden lachen oder zu Tränen gerührt. Diese Erlebnisqualitäten werden immer über bestimmte Konstanten eingesetzt. In Trailern für Horrorfilme oder Thriller schreit regelmäßig eine Frau. Dies ist eine genrespezifische Ansprache an den Mann. Auf der Leinwand und im Saal werden andere schreien, aber er wird darüber stehen und es genießen. Diese Erlebnisqualität hat nichts mit dem Inhalt zu tun. Am Ende eines Westerntrailers wird oft ein Duell gezeigt, was die Frage nach dessen Ausgang aufwirft. Auf diese Art wird die Erlebnisqualität Spannung, Rauschbefriedigung und ein Thrill der Entscheidung angedeutet. In Musical Trailern werden die Lieder angespielt, um dem Publikum zu versprechen schöne Musik und Lieder im Film zu hören. Diese Erlebnisqualitäten nennt Hediger standardisierte Gratifikationsszenarien, d.h. Trailer zeigen Standardsituationen, welche

die Bedürfnisse der Zuschauer befriedigen. Vorteilhaft ist dabei, dass sich die Zuschauer bereits zuvor in solch einer Situation befunden haben. Folglich macht der Trailer ein standardisiertes, bekanntes Angebot, anhand eines völlig neuen Films. Ungefähr in dem Maße kann man von Konstanz bei etwas Genremarkierungen ähnelndem in der Filmwerbung sprechen. Genre meint auch sich stetig wiederholende Gratifikationsmuster und Erwartungen.

Laut Hediger gibt es kein komplettes Genresystem. Daher kann man auch nie alle Konventionen aufzählen. Strategien und Praktiken weisen Regelmäßigkeiten auf, die man beschreiben kann. Aber auch sie entwickeln sich weiter. Man kann solche Formationen, die sich in Kreisläufen entwickeln und vorübergehend sind, als Genres bezeichnen.³

Ralf Kinder und Thomas Wieck wiederum stellen ein Genresystem auf. Hier hängen Genres zusammen, voneinander ab, stimmen überein und grenzen sich aber auch voneinander ab. Genrefilme werden eben durch diese Abgrenzung zu den anderen Genrefilmen bestimmt. Sie schließen sich gegenseitig aus und verweisen doch aufeinander.⁴ Man könnte diese Liste der gegensätzlichen Aussagen endlos fortsetzen, was hier jedoch nicht das Ziel ist.

THEORIEN DER PRAKTIKER

Während sich die Theoretiker den Kopf über eine geeignete Genredefinition zerbrechen, scheint diese Frage für die Menschen in der praktischen Anwendung bereits geklärt. Genres sind eine Art Klassifizierung.^{4,5}

Filmproduzenten und Zuschauer kommunizieren über eine gemeinsame Filmsprache miteinander. Sie entwickelte sich von Mitte der Dreißiger bis Ende der Vierziger Jahre.⁵ Das Lernen dieser unbewussten, non-verbale Kommunikation beginnt schon im Kindesalter. Durch mehrfaches Sehen und Hören von Geschichten und Märchen bekommt man die Bedeutung von Held und Bösewicht, Helfer und Gegner, Neben- und Hauptfiguren, tatkräftig und weise, Spannung und Auflösung beigebracht. Je besser diese Sprache beherrscht wird, desto weniger muss, vor allem im Trailer, erklärt werden.

Gestik, Mimik, Tempoverschiebungen beim Reden oder Bewegungen, Stimmenänderungen, Atmungswechsel und Sinnesorgane zeigen non-verbale Äußerungen an. Solche Konventionen sowie wortgetreue und symbolische Bedeutungen, die Kurzformeln für jedes Genre enthalten, bilden die Basis der Sprache. Sie stecken auch in ähnlichen Handlungen, Charakteren, Schauplätzen und Filmtechniken, wie

Kameraaufnahmen, Schnitt, Motiven, Beleuchtung, Ton, Musik usw. Diese Merkmale werden in allen Filmen wiederholt. So ermöglichen Genres Filme aufgrund spezifischer Merkmale zu Gruppen zusammenzufassen. In jedem Genre gibt es jedoch zusätzlich mehrere Sub-Genres, z.B. spielt in einem Sciencefiction eine Liebesgeschichte keine zentrale Rolle.

Alle Genrefilme handeln von allgemeinen Zwangslagen und appellieren an psychische Bedürfnisse, weswegen sie sehr beliebt sind. Helden kämpfen, um ihrem Namen zu neuer Ehre zu verhelfen, Bösewichter werden besiegt, Menschen überleben in einer neuen Gemeinschaft einer anderen Welt und Außenseiter bringen die Welt wieder in Ordnung, um danach weiter zu ziehen. Merkmale werden mit eigenen Vorstellungen und Ideen gemischt, woraus sich neue Elemente ergeben.

Andere setzen bei der Filmgeschichte an.^{6,7} Seit Beginn des Films verlangte das Publikum stets neue Geschichten in Filmen. Bereits am Anfang des 20. Jahrhunderts musste man vorher erzählte Handlungen wiederholen, dazu erfinden, Schauplätze oder Figuren ändern. Mit der Zeit brachten Zuschauer bereits ein bestimmtes Vorwissen mit, weil sie schon mehrere ähnliche Filme zuvor gesehen hatten. Folglich konnten Kurzformeln zur Informationsvermittlung eingesetzt werden. Jeder wusste, dass

ein Duell statt fand, wenn ein weiß gekleideter Cowboy auf der Straße einem schwarz gekleideten, also Bösewicht gegenüber stand. Diese Genremerkmale gingen sogar bis zum aufeinander abgestimmten Aufbau einer Filmszene. Furchterregende Musik in Horrorfilmen, die Verlegenheit eines unehrlichen Mädchens in einer romantischen Komödie sowie der spontane Übergang in den Gesang beim Musical gehören dagegen zu den noch eindeutigeren Konventionen.

Auch oberflächlicheren Genres verlieh man nach und nach immer mehr Tiefe. Politische und gesellschaftskritische Standpunkte flossen nun mit ein. Frühere Konventionen wurden neu angeordnet und in ihr Gegenteil verkehrt. Plötzlich waren die Indianer die „Guten“. Polierte, leuchtende Reitsattel wurden ins Lächerliche gezogen, statt einen glorreichen Sheriff zu markieren.

Durch ihre gleichbleibende erzählerische Struktur und Motive erleichtern Genres erstens die Vermarktbarkeit, denn die Filmstudios können so einfacher den Erwartungen ihrer Kunden entsprechen. Außerdem können sie aufgrund der relativen Stabilität der Genres den Erfolg eines Filmes abschätzen. Zweitens erleichtern sie die Bewertungsmöglichkeiten des Kinogängers sowie das Verständnis für den Film. Filme können schneller erzählt werden, da die

Zuschauer bereits über Vorkenntnisse verfügen.⁸

KURZE GESCHICHTE

Kurz zusammengefasst setzte Aristoteles die beiden Genres Tragödie und Komödie fest. An der lehrreichen Tragödie sollte man sich erbauen. Die Komödie diente der Unterhaltung (s. Abb.5). Alle Genres entstanden aus diesen Urtypen.⁹ Aus Abwandlungen und deren Wiederholungen unterteilten sie sich in mehrere, spezifischere Formen. Steht am Ende einer Tragödie die Wendung zum Guten wird sie zum Melodrama. Dramen hingegen haben ein tragisches Ende. Krimis, Thriller, Horrorfilme, Sciencefiction, Sagen und Märchen zählen ebenfalls zu den Dramen. Romantische Komödien entwickelten sich aus reinen Komödien. Sie sind ein Crossoverprodukt.¹⁰ Horrorfilme, Melodramen, Monumentalfilme, Western und Gangsterfilme beherrschen zu Beginn des Spielfilms das Kino.

Exposition

Ereignis/Aufbau des Konflikts

Klärung/Höhepunkt
der Hauptfigur

Wende, Äußere Initiative führt
zum Niedergang

Tragödie

Komödie

Neutralisierung der
Gegensätze, Untergang
der Hauptfigur

Neutralisierung der
Gegensätze, Happy End
der Hauptfigur

Exposition

Ereignis/Aufbau des Konflikts

Tiefpunkt der Hauptfigur

Wende, Äußere Initiative zum
Guten

Abb.5 nach Pierre Kadorfer S.167 Handlungs-
verlauf in der Franzschen Pyramide.
Unterschiede der Urtypen Tragödie und Komödie.

04:03:05

EIGENE DEFINITION UND HERLEITUNG

Jeder Film ist einzigartig. Trotzdem beinhaltet jeder gewisse Elemente, die es auch schon in vorhergehenden Filmen gab. Zum einen hängt das mit der Nachfrage der Zuschauer zusammen, die zwar eine neue Geschichte hören wollen, welche aber ähnlich der vorigen sein soll. Zum anderen liegt das an den Produzenten, die aus wirtschaftlichen Gründen Erfolgskonzepte bevorzugen. Alte Elemente eines Films werden mit eigenen Ideen kombiniert und kommen als neuer Film in die Kinos z.B. ändert man Schauplatz oder Zeit, vertieft Figuren oder anderes. Verkauft er sich gut, werden andere Produzenten wiederum diesem Film Teile entnehmen und je nach Abwandlung durch Kombination mit anderen Elementen imitieren oder kopieren. Durch Wiederholung der erfolgreichsten Teile etablierten sich Genres, d.h. Filme, die man aufgrund dieser Teile zu einer Gruppe zusammenfassen konnte.

Soziale, kulturelle, politische, wirtschaftliche sowie technische Entwicklungen beeinflussen sowohl die Zuschauer als auch die Filmemacher. Folglich wird auch beeinflusst welche Teile der Filme erfolgreich sind und welche nicht (mehr). Genres sterben oder entwickeln sich weiter. Weil hauptsächlich erfolgreiche Teile als Neuerungen zu den Genres hinzu gefügt werden und

nur selten bestehende ersetzen wachsen die Genres zu immer komplexeren Gebilden. Allerdings müssen die Neuerungen stets vereinbar mit Etabliertem sein, was lediglich eine begrenzte Bandbreite an Möglichkeiten zulässt. Daraus folgt, dass man wiederum ähnliche und gleiche Teile zu Untergruppen vereinen kann. Auf diese Weise entsteht eine Fülle von Genres und Sub-Genres, welche womöglich wieder in Untergruppen aufgeteilt werden können.

Wichtig ist: Filme lassen sich aufgrund gleicher und ähnlicher Teile zu einem Genre zusammenfassen. Diese Teile stellen folglich die Merkmale, Besonderheiten bzw. Spezifitäten eines Genres dar. Kriterien, ob nun eher Aufbau, Inhalt, Charakter, Schauplatz, Filmtechnik oder anderes einen Film einem Genre zuordnen gibt es nicht. Es kommt nur darauf an, dass die Neuerung, was es auch sei, sich über einen längeren Zeitraum hinweg in einem Genre etablieren konnte und diesem folglich hinzugefügt wurde.

Da sich die Genres ständig entwickeln, können nie alle Spezifitäten aufgelistet werden. Selbst wenn, jeder Film ist einzigartig und kann aufgrund der oben genannten Teilchentheorie nie alle enthalten – was jedoch keine Voraussetzung ist. Meiner Meinung nach genügt es grob die allgemeinsten Spezifitäten zu kennen. Beim Actionfilm wären das z.B. Kampf, gut

gegen böse, Verfolgungsjagden, Schießereien, Explosionen, wenig und kurze Dialoge usw. Jeder Kinogänger besitzt dieses Wissen (vgl. Filmsprache Theorien der Praktiker), bewusst oder unbewusst. Er prüft einen Film oder Trailer auf solche Spezifitäten und ordnet ihn dementsprechend einem Genre zu. Ein Film gehört zu dem Genre, dessen Spezifitäten dominieren. Auch wenn in einem Drama ein paar Witze vorkommen, wird es der Zuschauer trotzdem für ein Drama halten, wenn es tragisch endet. Man kann also noch hinzu fügen, dass das Ende sowie die Antwort der zentralen Frage ebenfalls entscheidend bei der Zuordnung beitragen. Besteht jedoch eine 50:50-Aufteilung von Tragik und Komik über den ganzen Film hinweg, wüsste der Zuschauer das vielleicht nicht einzuordnen, während ein Drehbuchautor es als Tragikomödie bezeichnen würde. Enthalten mehrere Genres und Sub-Genres auch mehrere Merkmale erschwert das natürlich den Entscheidungsprozess. An dieser Stelle kann man nur noch genauer abwägen. Das Zuordnen von Filmen zu Genres ist zum Teil also auch subjektiv.

MÖGLICHE UNTERTEILUNGEN

Mögliche Unterteilungen

Es ist nicht nur schwierig eine logische Genredefinition zu finden, sondern auch eine Einteilung in Genres vorzunehmen. Um dies zu verdeutlichen, sind hier ein paar Beispiele aufgelistet:

Auf der Website www.jahsonic.com/Film-Genre.html befinden sich mehrere Abschnitte, die unterschiedliche Ansichten der Aufteilung von Genres zeigen. Auf der Seite werden folgende Genres benannt: Romantik Drama, Horror, Action Drama, Chiller, Sciencefiction, Drama, Western, Abenteuer, Thriller, Komödie, Spionage Drama und Musical. IMDB hält Action, Abenteuer, Animation, Komödie, Krimi, Dokumentarfilm, Drama, Familienfilm, Fantasy, Film-Noir, Horror, Musik, Musical, Mystery, Romanze, Science Fiction, Kurzfilm, Thriller, Kriegsfilm und Westerns für Genres.

http://en2.wikipedia.org/wiki/List_of_cinematic_genres nahmen folgende Unterteilung vor: Action-Abenteuer, Animationsfilm, Kunstfilm, Blaxploitation, Komödie, Katastrophenfilm, Dokumentation, Drama, Ephemeral Film, Familienfilm, Fantasy, Film-Noir, Gangsterfilm, Historiendrama, Horror, Machinima Martial Arts Film, Wu Xia Film, Dokumentation, Musical, Pornografie, Propaganda Film, Romantische

Komödie, Science Fiction, Kurzfilm, Stummfilm, Sportfilm, Baseballfilm, Spionage, Surrealistischer Film, Sword and Sandal, Thriller, Kriegsfilm und Western.

[Http://www.movieprop.com/tvandmovie/reviews/index.htm](http://www.movieprop.com/tvandmovie/reviews/index.htm) unterteilt seine Kritiken in Action and Adventure, War and Military, Science Fiction, Horror, Drama, Comedy und Other. Jedes Genre unterteilt sich noch einmal in mehrere Untergruppen.

Die amerikanische Filmdatenbank IMDB (<http://www.imdb.com>) hat folgende „type“ festgelegt: Action, Abenteuer, Animation, Komödie, Krimi, Dokumentation, Drama, Familienfilm, Fantasy, Film-Noir, Horror, Musical, Mystery, Romanze, Science Fiction, Kurzfilm, Thriller, Kriegsfilm und Western. Genres verallgemeinert und kategorisiert bestimmte Kunstarten in Bezug auf Stil, Form und Inhalt.

Amazon (<http://www.amazon.com>) nennt in seiner „Genre Taxonomy“ knapp 120 verschiedenen Gattungen.

Ralf Kinder und Thomas Wieck unterscheiden fünf Familien nach den vier wichtigsten Zuschauer Emotionen: Tränen und Trost (Melodrama), Grauen und Grusel (Thriller, Horror, Mystery, Fantasy, ...), Lachen und Lästern (Komödie, Satire, Parodie, Lustspiel, ...), Wunsch und Wille (Heldengeschichten, d.h.

Action, Abenteuer, Kriegsfilme, Monumentalfilme, ...) sowie das nicht existente Genre, worunter sie Mischlinge zählen, die mindestens zur Hälfte zwei Genres beinhalten (komischer Krimi) oder aus unzähligen Genres bestehen (James Bond Filme).¹¹ Die Drehbuchwerkstatt München brachte ein ganzes Buch nur mit Genres und deren Merkmalen heraus. Dieses Lehrmaterial umfasst 124 Seiten.¹²

EIGENE UNTERTEILUNGEN

Ausgehend von diesen Unterteilungen, dem Kapitel Kurze Geschichte sowie meiner eigenen Definition und Herleitung, habe ich mich auf fünf Genres geeinigt: Drama, Liebesfilm, Komödie, Action und Fantastisches (s. Abb. 6). Mit ihnen möchte ich Möglichkeiten des Einsatzes von Genrespezifitäten in Trailern zeigen. Sie stehen gleichzeitig als Überbegriffe für alle anderen Genres. Ein Vorteil dieser Genrefamilien ist ihre relative Konstanz. Deswegen ändern sich ihre Spezifitäten nicht so schnell wie bei den Genres. Außerdem sind sie eindeutiger voneinander zu unterscheiden und genügen als Auswahl, um Genrespezifitäten zu beweisen. Schließlich benötigt man nicht alle vorhandenen Genres und Sub-Genres, sondern

Familien	Drama	Liebesfilm	Komödie	Action	Fantastisches
Mitglieder	Road Movie Tragödie Dokumentation Melodrama Kinderfilm Musical Historischer Film Gangsterfilm	Liebesdrama Liebeskomödie	Satire Parodie Tragikomödie	Abenteuer Katastrophe Kriegsfilm Western Eastern Spionage Coupfilm Thriller Gerichtsfilm	Sciencefiction Fantasy Horror

Tab.4 festgelegte fünf Genrefamilien

eine repräsentative Auswahl zur Beweisführung. Darüber hinaus kennt kein Mensch und schon gar nicht ein Kinogänger alle vorhandenen Genres. Beim Trailer ist es aber wichtig dieses anzudeuten, damit sich der Zuschauer anhand seiner Kenntnisse ein genaueres Bild vom Film machen kann. Aus diesen Gründen ergeben sich eben diese Genrefamilien.

Im folgenden werden die hier aufgeführten Genres kurz erläutert, um eine gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen. Genauere Genrespezifitäten folgen dann in „Genrespezifitäten“.

Drama

Unberechenbar ist der Ausgang des Dramas. Ganz im Gegensatz zu den Unterhaltungsgenres, bei denen am Ende ganz sicher das Gute überlebt und das Böse vernichtet wird. Dramen befinden sich von allen Genres am nächsten an der Realität, die wir kennen. Figuren sind nicht einfach nur gut, sondern haben Ecken und Kanten. Mörder, Selbstmordkandidaten oder betrogene Ehepartner sind die Helden des Films, was es für den Zuschauer schwierig macht sich mit ihnen zu identifizieren. Eigentlich will man damit lieber nichts zu tun haben und nimmt doch Anteil an deren Schicksal. Schwierigkeiten werden nie ganz gelöst, denn immer wieder erwachsen aus den angeblichen Lösungen neue Probleme.

Thematisiert werden entweder innere oder äußere Konflikte. Wenn eine Figur unterschiedliche, sich ausschließende Ziele verfolgt ist das ein innerer Konflikt. Bei zwei Figuren mit solchen Zielen ist es ein äußerer Konflikt. Aus diesen sich widersprechenden Zielen ergeben sich Konflikte und die Spannung, welches Ziel am Ende erreicht wird. Natürlich bilden solche Konflikte auch den dramatischen Kern anderer Genres. Unterschiede sind beim Drama jedoch, dass oft innere Konflikte ausgetragen werden

Konkrete Themen sind Tod eines Familienmitglieds, Scheidung, Generationskonflikt oder

sonstige Alltags- und Familienfragen. American Beauty (1999) beinhaltet alle drei Themen, weswegen es sich als Trailerbeispiel hervorragend eignet. „All About Eve“ (1950), „Dead Man Walking“ (1995), „City of God“ (2002), „Lost in Translation“ (2003)

Road Movie

Ausgehend von den Genres Abenteuer, Western, Drama und Komödie befinden sich die Helden eines Road Movies auf einer längeren Reise, um einen physischen, geistigen oder seelischen Ort zu erreichen. Währenddessen lernen die Figuren etwas über sich selbst oder einen der Reisebegleiter, was vorher nicht zu erwarten war. Die Straße gilt hier als Symbol von Freiheit, Neuentdeckung, Wege aus der Gesellschaft oder dem Alltag. „Easy Rider“ (1969), „Ein ausgekochtes Schlitzohr“ (1977)

Tragödie

Sie ist eine Spielform des Dramas und nähert sich stark an das Melodrama an. Allerdings widersprechen die Wünsche bzw. Ziele der Tragödienfigur so stark mit der unabänderbaren Realität, dass beim besten Willen keine Einigung erzielt werden kann. Meist sterben am Ende deshalb auch eine oder mehrere Hauptfiguren, was der Zuschauer auch schon erahnen konnte. „Orfeu Negro“ (1955), „Ran“ (1984), „William

Shakespeare's Romeo und Julia“ (1996)

Dokumentation

Die nicht fiktionale Darstellung der Untersuchungen über Lebensstile, Biografien, politischen, sozialen, kulturellen oder gesellschaftlichen Entwicklungen. „Mikrokosmos“ (1995), „Nomaden der Lüfte“ (2001), „Deep Blue“ (2003)

Melodrama

Melodramen spielen in einer realistisch aussehenden Welt und sind quasi moderne Mythen. Melodramatisch ist alles Übersteigerte: Die Menschen jubeln, statt nur fröhlich zu sein. Die Welt ist finster anstatt dunkel usw. Themen, wie Abschied, Wiedersehen, Wiedererkennen, große Momente im Leben der Figuren, schwere Krankheit, Liebesverlust oder nahender Tod erzeugen extreme Gefühlsreaktionen auch beim Zuschauer. Unheilvolles geschieht meistens dann, wenn die Figuren etwas besonders Glückliches erwarten. Das Melodrama bedient sich der Inhalte anderer Genres, wie Abenteuer eines Helden oder Lösung eines Rätsels, weil es selbst keine spezifischen Inhalte hat. Ein Gerüst aus richtig/falsch, gut/böse ersetzt sie. Mehrere Handlungen von mehreren Personen (oft Familien) verlaufen in einem bestimmten Sinn. Stirbt der Held am Ende, opfert er sich für eine

gute Sache oder er hat es sich eingehandelt und verdient. Weil der Held dennoch seine Prüfung bestanden hat und das im Prinzip Richtige passiert und die Welt wieder in Ordnung ist, kann der Zuschauer trotzdem beruhigt aus dem Kino gehen. Allerdings laufen Melodramen eher im Fernsehen, weil sie da als Mehrteiler, Seifenopern und in z.B. Ärztedramen oder anderen Berufsdramen vorkommen. Ein paar Kinofilme sind „Arzt für alle Fälle“ (1935), „Die Farbe Lila“ (1985), „Jenseits von Afrika“ (1985), „Dancer in the Dark“ (2000)

Kinderfilm

Eine mildere Variante des Melodramas sind Komödien oder Abenteuerfilme mit Fantasy-Elementen ohne ernstere Schäden, die für sowohl für Kinder als auch deren Eltern geeignet sind. Sie haben immer eine Moral aus der man lernen kann. Walt Disney und Pixar Produktionen mit Zeichentrick, Animation oder echten Schauspielern dominieren. („Dumbo“ (1941), „Bambi“ (1942), „Mary Poppins“ (1964), „Abenteuer der Lüfte“ (1975), „Ronja die Räubertochter“ (1984), „Findet Nemo“ (2003)

Musical

Tanz und Gesang werden in eine Handlung eingeflochten, ohne diese zu unterbrechen.

Man darf das allerdings nicht mit Film inklusive Musiknummern verwechseln). Themen bilden die Hoffnung als Talent entdeckt zu werden, Bandenkriege oder ähnliches gepaart mit Liebesgeschichten. „West Side Story“ (1961), „My Fair Lady“ (1964), „Dancer in the Dark“ (2000), „Moulin Rouge“ (2001), „Chicago“ (2002)

Historischer Film

Hier geht es um wahre geschichtliche Ereignisse, die meist allerdings dramaturgisch angepasst wurden – anders als bei Dokumentarfilmen. Abenteuerfilme hingegen spielen zwar auch oft in der Vergangenheit, die Geschichten und Figuren sind jedoch frei erfunden. „Ben Hur“ (1959), „Spartacus“ (1960), „In the Name of the Father“ (1993), „Braveheart“ (1995), „Troja“ (2004)

Gangsterfilm

Er handelt von der Laufbahn eines oder mehrerer Diebe, Killer oder Mafiamitglieder. „Der Pate“ (1972), „Chinatown“ (1974), „Pulp Fiction“ (1994), „L.A. Confidential“ (1997), „Road to Perdition“ (2002)

Liebesfilm

Ein Mann und eine Frau scheinen im Film nicht aneinander vorbeigehen zu können ohne

sich ineinander zu verlieben. In nahezu jedem Film spielt die Liebe eine Rolle. Entweder hassen sich zwei Menschen am Anfang, lernen sich besser kennen und verlieben sich dann ineinander. Oder sie verlieben sich gleich. Oder sie sind schon länger zusammen, bekommen Streit, trennen sich, einer geht fremd oder haben sonstwie etwas gegen den anderen was ein weiteres Zusammenleben unmöglich macht. Meistens finden jedoch beide heraus, dass sie sich im Endeffekt trotzdem noch lieben, sodass ihre Beziehung aus all den Problemen hinter her gefestigter und glücklicher ist als zuvor. Oder zwei Liebende müssen andere Hindernisse überwinden. Gesellschaft, Rivalen, Tod oder eigene Ängste vor Bindung oder Enttäuschung stellen sich in den Weg. Grundsätzlich gilt, dass in einer Liebesgeschichte einer der beiden Partner zuerst etwas aufgeben muss, damit beide zusammen kommen können. Seien es die Arbeit, Reichtum, Vorurteile oder sein bisheriges Leben. Um sich zu diesem Schritt durchzuringen muss er oder sie erst zu der Erkenntnis kommen seinen Gefühlen zu vertrauen und Liebe als im Leben einzig glücklich machend anerkennt. Liebesfilme werden meistens in Verbindung mit Drama („Casablanca“ (1942), „\$2 Millionen Trinkgeld“ (1994), „Shakespeare in Love“ (1998), „Loverboy“ (2004)) oder Komödie („Wie angelt man sich einen Millionär“ (1953),

„L.A. Story“ (1991), „Verrückt nach Mary“ (1998) „Sweet Home Alabama“ (2002)) benannt. Trotzdem gilt als Liebesgeschichte nur ein Film, dessen Haupthandlung eine Liebesgeschichte beinhaltet.

Komödie

Oberstes Ziel der Komödie ist es ihr Publikum zum lachen zu bekommen. Hierzu eignen sich besonders tolpatschige Hauptdarsteller, die von einem Fettnäpfchen zum nächsten torkeln und so in die abstrusesten Situationen kommen, aus denen sie sich oft nur schwer wieder herausreden können. Der Zuschauer fühlt sich überlegen, weil er einfache Wege aus den beklemmenden Situationen heraus sieht, die die Figur jedoch nicht einschlägt. So kann der Betrachter schon erahnen, was diesmal schlimmes auf die Figur zu kommt. Herzlich lachen kann der Zuschauer, wenn er eigene überwundene Schwächen auf der Leinwand verlachen kann. Diese Strategien werden auch in anderen Genres eingesetzt, wenn z.B. Lächerlichkeiten einer Gesellschaft gezeigt werden.

„Meine Braut, ihr Vater und ich“ (2000), „Wie werde ich ihn los – in 10 Tagen?“ (2002), „Bruce Allmächtig“ (2003),

Satire

Übertrieben, ins Lächerliche gezogen, arg-

wöhnlich oder grotesk dargestellt wird das Gewöhnliche oder Normale in der Satire. Durch Darstellung des Gegenteils wird die Aussage des Films vermittelt.

„Ein ehrenwerter Gentleman“ (1992),
„Blood and Wine“ (1996)

Parodie

Sie macht sich über Erzählmuster oder Handlungsstränge anderer Filme oder Genres durch Übertreibung lustig. Lachen kann nur, wer diese ursprünglichen Filme gesehen hat oder die Konventionen der Genres kennt.

„Agent 00“ (1996), „Austin Powers“ (1997), „Scary Movie“ (2000)

Tragikomödie

Lachen und weinen gleichzeitig? Das geht. Tod, Sterblichkeit, Krankheit, Sucht oder verzweifelte Liebe werden als lächerliches Problem dargestellt, gegen das der Held nicht ankommt. Komisches kann Dramatischen entgegengesetzt werden, sodass letzteres noch hoffnungsloser, aber auch erträglicher wirkt.

„Frühstück bei Tiffany“ (1960), „American Graffiti“ (1973), „Good Morning Vietnam“ (1987)

Action

Actionfilme gehören zu den erfolgreichsten Genres. Das hängt unter anderem damit zusammen, dass sie eine relativ einfache Handlung und Charaktere haben. Ferner ist viel los auf der Leinwand. Verfolgungsjagden, Schusswechsel, Flugzeugabstürze, Raubüberfälle oder Explosionen versetzen das Publikum ständig in Aufregung und lässt es vergessen, dass man die Handlung meist in ein paar Sätzen zusammenfassen kann und immer wieder der gleiche Typ Held triumphiert. Für die Produzenten sind Actionfilme sehr kostspielig, weil die vielen Spezialeffekte, Stuntmen und Drehgenehmigungen neben den Stars auch noch sehr viel Geld kosten. Auch wenn heutzutage viele Effekte im Computer entstehen, muss für gutaussehende Effekte viel gearbeitet werden. Und wie heißt der Satz: Arbeit ist Zeit, Zeit ist Geld, Geld ist Luxus und Luxus können wir uns nicht leisten. Actionfilme werden überall auf der Welt verstanden und eignen sich daher sehr gut für den Export. Allerdings haben sie ihren Höhepunkt laut Aussage der Drehbuchwerkstatt München¹³ schon erreicht.

Im Mittelpunkt des Actionfilms stehen ein oder mehrere Helden, die gemeinsam einen Bösewicht bezwingen müssen. Sie kämpfen anfangs erst einmal gegen dessen Untertanen. Zwischendrin entwickelt sich meist noch eine

kleine Romanze, die jedoch nur eine Nebenhandlung darstellt. Und das Ende von der Geschichte: Macht ihn kalt den Bösewicht. Letztendlich steht der strahlende Triumph des glorreichen Helden nach Vollendung der letzten großen wichtigen oder moralischen Aufgabe: Das Gute wird auch unter den widrigsten Umständen das Böse bekämpfen. Die Welt ist gerettet, alle Zuschauer zufrieden, weil der Held - wenn auch meist knapp - dem Tod und der Vergänglichkeit entronnen ist und die Gerechtigkeit die Gesetzlosen und Verräter zur Strecke gebracht hat.

Actionfilme sehen Menschen von klein bis groß. Kinder bevorzugen dabei einen Superhelden, der weit über dem Können der normalen Menschen steht. Er hat besondere Kräfte und muss einen Bösewicht bekämpfen, der sein negatives Pendant darstellt, z.B. „Superman“ (1978), „Batman“ (1989), „Die Maske“ (1994), „Spawn“ (1997), „Spiderman“ (2002), „Daredevil“ (2003). Erwachsene finden es hingegen interessanter, wenn ein normaler Bürger mit angeschlagenen Fähigkeiten plötzlich zu besonderen Kräften gelangt. Noch lieber ist den meisten aber jemand, der seine menschlichen Fähigkeiten z.B. durch Training oder Ausbildung während des Films optimiert. („Stirb Langsam“ (1988), „The Rock“ (1996), „Broken Arrow“ (1996), Der Auftrag (1997),

„Projekt: Peacemaker“ (1997), „Staatsfeind Nr.1“ (1998). Wut, Rache, Patriotismus, Mitgefühl bzw. Sorge um andere Menschen, die sich nicht verteidigen können oder Liebe treiben ihn zu Höchstleistungen. Er kämpft oft allein gegen die Vernichtung anderer Menschen oder der Welt. Sehr schön bei Stirb langsam oder James Bond zu sehen. Am beliebtesten ist ein Held, der neben einer Portion Muskeln und Testosteron auch noch Grips hat – James Bond.

Abenteuer

Im Gegensatz zum normalen Actionfilm befindet sich der Abenteurer auf einer Reise, meist an einem exotischen Schauplatz und in einer anderen Zeitepoche („Oliver Twist“ (1948), „Moby Dick“ (1956), „Lawrence von Arabien“ (1962), „Indiana Jones“ (1981), „Cast Away“ (2000), „Fluch der Karibik“ (2003)). Dort gerät er in gefährliche Situationen und muss oft große Not überwinden. Noch mehr Nervenkitzel und schlimmere Widersacher unterscheiden das Abenteuer vom Action.

Katastrophenfilme

Katastrophenfilme handeln, wie der Name bereits sagt, von der Bekämpfung einer Naturkatastrophe (Vulkanausbruch, Flutwellen, Erdbeben, Wirbelstürmen) oder einer, die der Mensch verursacht (Waldbrände, Flugzeugab-

sturz, Überschwemmungen). „Earthquake“ (1974), „The Concorde: Airport '79“ (1979), „Dante's Peak“ (1997), „Deep Impact“ (1998), „Der Sturm“ (2000)

Kriegsfilme

Kriegsvorbereitungen, Schlachten, Widerstandskämpfer und Geheimdienstoperationen bestimmen die Handlung von Kriegsfilmen. Doch auch Gefangenschaft, Lebensverhältnisse unter einer Besatzung oder Diktatur werden thematisiert, auch ohne Zeigen eines Kampfs. „Das Leben ist schön“ (1997), „Braveheart“ (1995), „Vom Winde Verweht“ (1939), „Das Boot“ (1981), „Schindlers Liste“ (1993), „Black Hawk Down“ (2001), „Full Metal Jacket“ (1987), „Der Pianist“ (2002), „Saving Private Ryan“ (1998). Dies alles kann aber auch in einer entscheidenden Nebenhandlung stattfinden. Solange die Figuren unter den Auswirkungen dieser Kriegshandlungen leben müssen ist es immer noch ein Kriegsfilm.

Western

Heldenhafte Besiedlung des amerikanischen Westens zwischen etwa 1865 und 1890, mit vielen aber unblutigen Schießereien, Duellen auf der Straße, Raubüberfällen, Galgen, Sheriffs, wilden Indianern und ausgelassenem Leben in Saloons kommen im Western vor. Der

Weißer ist der Gute und der bringt den Bösen schwarz gekleideten Mann um. Wer kennt nicht John Wayne oder „Spiel mir das Lied vom Tod“ (1968). Das populäre Genre fand auch in vielen anderen Ländern der Welt Anklang. Japan, Italien, Spanien und Deutschland produzierten sogar eigene Westernfilme, sodass viele Subgenres entstanden. In den Fünzfigern wurde bei der Produktion auf genauere Wiedergabe historischer Fakten geachtet. Kritischere Haltung, nicht perfekte Helden sowie ein oft umgedrehtes Verhältnis zwischen Cowboys und Indianern kamen beim Publikum nicht gut. Vielleicht lag es an dieser fehlenden Nachfrage, dass nach knapp 50 Jahren Kinoerfolg der Western ins Fernsehen verbannt wurde.¹⁴

Eastern

Der Western spielt im Westen, der Eastern im Osten. Doch die andere Kultur ließ ein eigenes Genre entstehen. Keine Pistolen und Gewehre, sondern verschiedenste asiatische Kampftechniken setzten sich durch. Seinen ersten Höhepunkt hatte der Eastern mit Bruce Lee in den Siebziger Jahren. Jackie Chan wurde im Westen seit „Jackie Chan's First Strike“ (1997) beliebter und mit den tricktechnisch und – für uns aus dem Westen – gestalterisch völlig fremdartigen Filmen wie „Tiger & Dragon“ (2000) oder „Hero“ (2002) lebt das Genre auch

im Westen wieder auf.

Spionage

In Spionagefilmen kundschaftet ein sympathischer Held mit Hilfe von allen möglichen technischen Raffinessen eine andere Macht (früher oft Russland) mit einem oft größenwahnsinnigen Schurken aus. Spannung entsteht, weil die Tarnung des Spions jederzeit auffliegen könnte. Später wurden immer öfter die Auswirkungen der vielen vorgegebenen Persönlichkeiten und Ausbildung des Agenten untersucht. „Ipcress“ (1964), „Brennpunkt Brooklyn“ (1971), „Der Auftrag“ (1997), „Enigma“ (2001).

Coupfilm

Beim Coupfilm übernehmen ausnahmsweise einmal Kriminelle den Part des Actionhelden. Um ihre Geldsorgen loszuwerden planen sie einen Raubüberfall. Dessen Planung und Ausführung, bei der durch eine Kleinigkeit etwas schief geht, was das ganze Unternehmen auffliegen lassen könnte, zur Spannungserzeugung aber unvermeidlich ist. Spannungen innerhalb der Gruppe kurz vor dem großen Tag gehören ebenfalls zum Coupfilm. „Topkapi“ (1963), „Der erste große Eisenbahnraub“ (1978), „Ocean's Eleven“ (2001), „The Italian Job“ (2003).

Thriller

Der Thriller legt seinen Schwerpunkt eindeutig auf den Nervenkitzel. Der Held kann jeden Augenblick umkommen. Wie beim Drama spielt auch der Thriller damit, aufgestellte Regeln der Unterhaltungsgenres zu brechen. Alfred Hitchcock war darin ein Meister. In „Psycho“ (1960) ließ er doch tatsächlich seine Hauptdarstellerin ermorden und brachte es doch fertig, dass sich der Zuschauer mit einer komplett neuen Hauptfigur anfreundet. Bedrohliche düstere Stimmung kennzeichnen den Thriller. Leider scheint für die heutigen Filmemacher der Einsatz von Spezialeffekten wichtiger zu sein, als diese schleichend bedrohlicher werdende Atmosphäre über Kulisse, Schauspieler, Musik und gekonnten Kameraeinsatz zu erzeugen. Oder die Regeln der Unterhaltungsgenres wie, Rätsel werden gelöst und Schuldige bestraft, zu brechen. „Das Schweigen der Lämmer“ (1990), „Die Hand an der Wiege“ (1991), „Sieben“ (1995), „The Shining“ (1997), „The Game“ (1997), „Dogville“ (2003). Die Beispiele zeigen die enge Verwandtschaft mit dem Horrorfilm.

Gerichtsfilm

Er ist mit dem Krimi verwandt, spielt aber einen Schritt später und konnte sich im Kino vor allem mit den John Grisham Romanverfilmun-

gen von „Die Firma“, „Die Akte“, „Die Jury“, usw. durchsetzen. Krimis scheinen für das Kino nicht spektakulär genug, weswegen sie heute fast nur noch im Fernsehen laufen. Die Bösewichter sind schon verhaftet, Unschuldige sitzen auf der Anklagebank oder ganze Unternehmen werden vorgeladen. Alle möglichen Themen werden behandelt. Mord, Gewaltverbrechen, Rassismus, Befehlsverweigerung, Korruption oder Täuschungen. Hauptsächlich spielen die Filme im Gerichtssaal. Zum Beschaffen von Beweisen müssen die Figuren allerdings auch an andere Schauplätze und müssen Drohungen der Gegenpartei sowie Erpressungen standhalten.

„Die 12 Geschworenen“ (1957), „Eine Frage der Ehre“ (1992), „Erin Brockovich“ (2000)

Fantastisches

Sciencefiction

Von Weltraumreisen über zukünftige Welten bis hin zu den Abenteuern fantastischer Helden. Fremde Wesen, Wirklichkeiten, Paralleluniversen, Wertvorstellungen, Traditionen, Technologie oder Raumfahrt gehören zu den Elementen, aus denen Sciencefictionfilme aufgebaut sein können. Anfangs war hauptsächlich die Erforschung des Weltraums Thema von Sciencefictionfilmen bevor später Außer-

irdische oder Mutanten die Erde bedrohten, Weltraumabenteurer noch tiefer ins All vordrangen sowie gegen böse Außerirdische kämpften oder Pakte schlossen, Rebellionen gegen die verseuchte Umwelt stattfanden oder die Menschheit sich von einer ökologischen bzw. nuklearen Katastrophe wieder erholen muss. Sciencefiction greift allgemeine Bedenken und Ängste auf, die aus Legenden und Mythen aller Kulturen und Gesellschaften auf der Welt stammen. Sie teilen die Furcht, dass der Mensch sich eines Tages selber zerstört, oder Maschinen über uns regieren. Obwohl Sciencefictionfilme oft weit weg von unserem Alltag oder der Erde zu spielen scheinen, geht es doch gerade hier sehr oft darum, was uns Menschen ausmacht. Wie wir noch so überlegene Gegner durch unseren Intellekt, Zusammenarbeit oder Überlebenstrieb zur Strecke bringen oder uns unmöglichsten Bedingungen anpassen können und unsere Gefühle uns in ungeahnte Höchstformen versetzen. Egal wie viele Spezialeffekte im Film vorkommen, es geht hauptsächlich um die Stärke des anscheinend schwachen Menschen und der angeblich unterlegenen Rasse Mensch.

Charaktere sind leicht erkennbar und ihre Motivation schnell erklärt. Helden sind eindeutig heldenhaft. Bösewichter, sind meist Außerirdische, mit denen man sich ohnehin

kaum identifizieren kann. Am Ende ist man glücklich, dass diese oft schleimigen Geschöpfe wirklich tot sind. Sciencefiction-Schurken sind einfach verabscheuungswürdig. Man weiss, dass am Ende der Bösewicht auf jeden Fall besiegt wird, was uns schon während des Film ein bestimmtes Gefühl der Sicherheit gibt.

Zielgruppen sind normalerweise junge Männer Vier von den zehn größten Kassenschlagern aller Zeiten gehören dem Sciencefictiongenre an.

„Metropolis“ (1927), „Alarm im Weltall“ (1956), „Alien“ (1979), „Blade Runner“ (1982), „Planet der Affen“ (1968), „Independence Day“ (1996), „Krieg der Sterne“ (1977)

Fantasy

Märchen, Legenden, Mythen und Sagen. Die Fantasie anregend, mit Traumlandschaften, Engeln, Zwergen, Feen, Elfen, Gnomen, sprechenden Tieren/Pflanzen, Zauberern, Hexen, Drachen und anderen übernatürlichen Wesen. Die Verbindung zwischen Mensch und Natur wurde

Früher mussten häufig Prinzen oder Ritter die vom bösen Zauberer/Hexe oder Drachen gestohlene Prinzessin zum Hofe des Königs zurückbringen und durften diese dann auch heiraten. Sie mussten auf ihrer Reise viele Prüfungen bestehen oder Rätsel lösen, um ihre

Holde wieder zu sehen. Oft stellte sich auch erst später heraus, dass die tapferen Helden Prinzen oder Prinzessinnen waren. Die Kulissen ähnelten orientalischen Palästen oder mittelalterlichen Burgen. Eine plötzliche Erkenntnis oder Glück lenken kurz vor Ende alles doch noch zum Guten. Niederlagen oder kein Happy-End zählen absolut nicht zu den Merkmalen eines Fantasyfilms.

An Feiertagen laufen diese meist mehrteiligen Filme im Fernsehen. Dank „Der Herr der Ringe“ (2001) und „Harry Potter“ (2001) erleben Fantasyfilme gerade einen Boom. („Alice im Wunderland“ (1951), „Time Bandits“ (1981), „Die Unendliche Geschichte“ (1984), „Labyrinth“ (1986)

Horror

früher nannte man ihn Thriller, der vor allem auf psychologischer Ebene mit Hilfe der Fantasie des Publikums spielte. Heute kommen vermehrt Sciencefiction und Fantasy Elemente und literarische Blut zum Einsatz im Horrorgenre. Möglichst gruselig, grauenvoll und zum Glück oft zu unwirklich und übernatürlich kommt er daher, um uns Zuschauer zu erschrecken und einzuschüchtern – mit Auswirkungen auch nach der Vorstellung. Doch warum die Ungetüme oder Verhältnisse so extrem böse sind, wird im Gegensatz zum Krimi nicht erklärt. Aufgabe

der Hauptdarsteller ist es nur dies zu stoppen,
indem sie einen Schwachpunkt finden.

„Psycho“ (1960), „Der Exorzist“ (1973),
„The Shining (1980), „Das Schweigen der
Lämmer“ (1991), „Scream“ (1996), „The
Others“ (2001)¹⁵

Literaturzitate

„Genres“

¹ <http://www.simifilm.ch/liz.html>

² Chandler, Introduction to Gene Theory
<http://www.aber.ac.uk/media/>

³ Hediger, Interview

⁴ <http://www.filmeducation.org/> teaching trailers, S. 8, und „An introduction to popular genres“, S.1f u. 6).

⁵ Bordwell, S. 112

⁶ <http://en2.wikipedia.org/wiki/>

⁷ Thau, Genres, Themen, Töne

⁸ <http://www.aber.ac.uk>

⁹ Ehrmann, Interview

¹⁰ Ehrmann Interview

¹¹ Kinder/Wieck, S. 379

¹² Thau, S. 23

¹³ Thau, Genres, Themen, Töne

¹⁴ [http://www.filmeducation.org./](http://www.filmeducation.org/) S.5 u. 7

¹⁵ Thau, Genres, Themen, Töne

GENRESPEZIFITÄT

In den bisherigen Kapiteln habe ich mehrmals betont, dass das Anzeigen von Genrespezifitäten in Trailern von Nöten ist. Kinotrailer sind genrespezifisch gestaltet, um dem Publikum eine Möglichkeit zu geben, sich den angekündigten Film im Voraus schon einmal vorzustellen.

Nun gibt es für genrespezifische Gestaltung viele Möglichkeiten, die ich anhand verschiedener Trailerelemente an meinen fünf festgelegten Genrefamilien Drama, Liebesfilm, Komödie, Action und Fantastisches zeigen möchte. Story, Szenenwahl, Farbgebung, Text sowie dessen Animation, Sprecher, Musik und Ton können solche eindeutigen Hinweise auf ein Genre liefern.

STORY

Grundsätzlich muss eine Story spannend sein, Interesse wecken und eine Identifizierung mit den Figuren anbieten. Sie darf nicht künstlich gedehnt oder komprimiert werden und

muss auf jeden Fall in sich logisch sein. Aufgeworfene Fragen müssen also beantwortet werden und mit dem Ende abschließen.¹ Zu ihren Bauelementen gehört die Story an sich, Zeitdauer, Moral, Schwerpunkt, Temperament, Milieu bzw. Schauplatz, Zeitbestimmung, Psychogramme bzw. Lebensläufe sowie dramatische Situationen.² Für den Trailer stellt sich nun die Frage, durch welche stilistischen und filmtechnischen Mittel der Filmplot genrespezifisch mitgeteilt wird.³ Was ist das Einzigartige?

Drama

Wie ein Drama ausgeht, weiß man erst am Ende. Möglich ist im Prinzip alles, denn die Hauptfigur, auch wenn es ein Star ist, muss nicht auf jeden Fall überleben. Dramen spielen nah an der Realität, in der Menschen gute und schlechte Charaktereigenschaften besitzen, statt einfach nur heroisch, mutig, intellektuell, absolut ehrlich, schön, sexy und durch und durch gut zu sein. Inhaltlich stehen innere oder äußere Konflikte im Mittelpunkt. Immer neue Probleme ergeben sich aus angeblichen Lösungen. Ein Todesfall in der Familie, Scheidung, Generatio-

nenkonflikt oder sonstige Alltags- und Familienfragen können Inhalt sein.

Liebesfilm

Die Liebe spielt hier die wichtigste Rolle. Hindernisse müssen überwunden werden, bevor zwei Menschen, meist unterschiedlichen Geschlechts, (wieder) zusammen kommen können. Einer der Partner muss deswegen letztendlich etwas aufgeben.

Komödie

Zuschauer sollen vor allem lachen, wenn sie eine Komödie sehen. Inhalt kann hier eigentlich alles sein. Viele Komödien sind vor allem am Anfang witzig. Gegen Ende dominiert oft der ernsthafte Teil der Story. Um die Leute anzulocken wird man trotzdem den Witz hervorheben.

Action

Actionfilme haben eine einfache, geradlinige Handlung und Charaktere. Actionhelden haben meist einen komplett guten Charakter. Wenig Dialoge, viel Spektakuläres durch Effekte und vor allem Spannung sind wichtig. Gerne wird das Genre auch mit Komödienelementen ausgestattet, um den Zuschauern eine Pause zum Durchatmen zu geben.

Fantastisches

Wie der Name schon sagt, geht es um Fantasie. Und da kann alles passieren. Außerirdische, Weltraumreisen, sprechende Tiere, Könige, Ritter, Monster und Ungeheuer können in solchen Filmen auftreten. Auch hier zählt meist Action statt Lösung innerer Konflikte. Die Story zu erzählen und das Drumherum zu erklären ist die wichtigste Aufgabe bei fantastischen Kinotrailern. In Entspannungsphasen dürfen die Zuschauer auch einmal lachen, werden aber kurz darauf schon wieder in Spannung versetzt. Inhaltlich können Action- oder Liebesfilmelemente eine wichtige Rolle spielen.

SZENENWAHL

Seit der Stummfilmzeit legt die Schnittfrequenz von Filmen und Trailern zu. Früher betrug die durchschnittliche Einstellungslänge noch 4,8 Sekunden, während in den frühen Neunzigern durchschnittlich alle 1,27 Sekunden ein Schnitt erfolgte. Trailer werden heutzutage dreimal so schnell geschnitten wie der Film.⁴ Zum einen liegt es daran, dass man so in kürzerer Zeit mehr Informationen oder mehr vom visuellen Teil des Films zeigen kann. Zum anderen drückt eine hohe Schnittfrequenz

Action, Schock, Überraschung oder Betonung aus. Denn obwohl der Mensch keine natürlichen Feinde mehr hat, reagiert er immer noch auf hektische Bewegungen, wie actionreiche Szenen, schnelle Schnitte, wilde Kamerabewegungen oder anderes auf der Leinwand.⁵ Dem Zuschauer bleibt also immer weniger Zeit die Filmausschnitte auf der Leinwand zu erkennen. Aus diesem Grund werden bei solchen kurzen Einstellungen vor allem Close-Ups und Medium Shots eingesetzt. Sie zeigen weniger Details, sodass der Betrachter schneller Figur und Hintergrund trennen kann, d.h. sofort weiß, auf was es im Bild ankommt (vgl. Wahrnehmung/Gehirn/Objekte erkennen).

Zweitens ist es gerade im Trailer schwierig für den Zuschauer sich wieder neu zu orientieren. In welcher Zeit und an welchem Ort ist er gelandet, warum verhalten sich die Figuren so und so? Das benötigt Zeit.⁶ In Kinotrailern können aber auch Totalen vorkommen. Vor allem bei teuren Filmproduktionen wie „Der Herr der Ringe“, dessen mystische Landschaftsaufnahmen aus dem fernen Neuseeland stammen, bietet sich so etwas an. Durch die Komplexität von Totalen, die meistens überwältigende Landschaftsaufnahmen zeigen, müssen die Einstellungen zum Erfassen durch den Zuschauer aber länger gezeigt werden. Dadurch verlangsamt sich das Tempo, was im Trailer oft

ungünstig ist. Zusätzlich können solche Aufnahmen nur selten dramaturgisch eingesetzt und folglich kaum gezeigt werden.⁷

Allgemein kann man über den Schnitt-rhythmus Spannung erzeugen, z.B. indem die Schnittrate über die Zeit hinweg zunimmt. Will man Aufregung, einen gefühlvollen oder staccato-artigen Effekt hervorrufen, kann man außer zunehmender Schnittrate auch eine abnehmende, abwechselnde oder extrem schnelle bzw. langsame verwenden.⁸ Überblendungen sind ebenfalls möglich. Allerdings kommen sie in Trailern seltener vor, weil sie zeitraubend sind. Allerdings kann das auch ganz bewusst eingesetzt werden. Vor allem die Anfangsphasen von Kinotrailern haben ab und zu längere Einstellungen, in denen die Figuren oder der Schauplatz noch eingeführt werden. Auf diese Weise erhalten die Einstellungen mehr Gewicht. Wie schon bei Wahrnehmung/Sehen/Objekte suchen beschrieben, nimmt der Mensch zwar viel wahr, hat aber oft nicht die Zeit die Informationen auszuwerten. Durch ein- und ausblenden von Filmausschnitten bekommt er Zeit darüber nachzudenken, was ihm der Ausschnitt sagen will.

Man sollte die spannendsten, aufregendsten, lustigsten, signifikantesten oder dramatischsten Filmszenen im Trailer zeigen und mit der Zusammenfassung des Films zu einem ganzen

vervollständigen.⁹ Solche Szenen stecken vor allem im zweiten Akt, der auch den Höhepunkt beinhaltet.¹⁰ Allerdings gelten die strikten Regeln des Rating Board in den USA und der FSK auch für Trailer. Laut Rating Board dürfen beispielsweise in Trailern mit G-Rating außer Ausdrücken wie "hell" und "damn" keine Schimpfwörter, Anspielungen auf Dreiecksverhältnisse, Drogen (-konsum), Brüste, nackte Menschen, Bettszenen oder Blut vorkommen. Gleiches gilt für Einstellungen, in denen Waffen und potenzielle Opfer zusammen zu sehen sind, denn das wirkt angeblich realer. Beim R-Rating ab Sechzehn dürfen Verstümmelungen, Genitalien, Schamhaare, Geschlechtsverkehr und Homosexualität nicht gezeigt werden usw.¹¹ In Deutschland gibt es nicht ganz so strenge Regeln (vgl. Soziologie/Zielgruppen/Deutsche FSK-Freigaben).

Zur Einführung von Figuren eignen sich dagegen eher Szenen aus der Exposition des Films.¹² Kinogänger sind filmerfahren und erkennen daher bereits kleine Andeutungen, die auf den Charakter einer Figur schließen lassen. Aus Streitgesprächen zwischen zwei Figuren kann man so etwas gut zeigen.¹³ Klischees, Statussymbole, Dinge, die dem Publikum vertraut sind wie ein großes Haus, altes Auto, Wahrzeichen einer Stadt können bereits genügen. Wird eine Figur aus der Sicht eines

Angreifers gefilmt gibt das Aufschluss über den Inhalt.¹⁴ Bei guten Geschichten sind Story, Figuren, Handlung und Konflikt eng miteinander verknüpft, sodass das Einführen einfacher ist. Folglich reichen weniger Andeutungen aus. Gute Trailer können aber auch schlechte Geschichten gut verkaufen¹⁵ – und andersherum. Die Wahl der richtigen Szenen ist also wichtig, um die angestrebten Erwartungen des Publikums hervorzurufen. Ansonsten können bereits einfachste Gesten zu großen Bewegungen werden, Nebenfiguren zum schlimmsten Widersacher oder Dialogbrocken womöglich zum Mordbefehl. Der Trailer muss im Zuschauer Erwartungen wecken, die der Film später auch erfüllen kann.

Es hängt stark von der Aussage ab, welche Szenen verwendet werden.¹⁶ Je nach Strategie der Filmverleihfirma müssen die Filme eher als Komödie, statt Romantischer Komödie vermarktet werden. Deshalb muss man wissen, wie man welche Szenen charakteristisch für den Liebesfilm sind und welche eher eine Komödie kennzeichnen.¹⁷ Dabei ist es egal, ob die Szenen in chronologischer Reihenfolge, wie im Film gezeigt werden, solange sie diese Aussage unterstützen. Der Kontext macht das Bild. Man kann jedoch nicht sagen, dass in einem Trailer Raketen auftauchen müssen nur um einen Sciencefiction anzudeuten.

Drama

Dramen und Komödien haben eine durchschnittliche Einstellungsdauer von sechs bis sieben Sekunden. Wenn Trailer also dreimal so schnell geschnitten werden erfolgt also ungefähr alle zwei Sekunden ein Schnitt. Trotzdem bahnt sich meist langsam der Konflikt im Drama-Trailer an. Wenn es dann mehr zur Sache geht, können sowohl Schnitt als auch Musik schneller werden. Am Ende steht häufig die Frage nach der Lösung des Konflikts.¹⁸

Charaktere der Figuren spielen eine wichtige Rolle und sollten deshalb ansatzweise eingeführt werden. Man sollte sehen, dass die Figuren vielschichtig sind. Konfliktreiche Szenen, wie Streit, Kampf, Drohgebärden, Ärger und Misstrauen zeigen nicht nur die Beziehungen der Figuren untereinander, sondern auch den jeweiligen Charakter in verschiedenen Situationen. Innere Konflikte müssen über Dialog, Text oder Sprecher dargestellt werden. Ansonsten ergeben sie sich aus dem Zusammenschnitt von Szenen.

Ebenso bestimmt die Atmosphäre und äußere Umstände den Film. Dies zeigen vor allem Farbgebung, Motive wie Armut, Krieg, Einsamkeit, Wahnsinn, Strafe, Revolutionen, Barrikaden, Streik, Zeit und Schauplatz. Man kann die Stimmung aber auch über die Spannungen der zwischenmenschlichen Beziehun-

gen darstellen. An traurige Szenen kann sich das Publikum auch besser erinnern als an lustige.

Bei epischen Dramen liegt die Betonung auf dem Gigantischen, was über Totalen dargestellt werden kann, sowie der Umsetzung des Regisseurs.²⁰

Liebesfilm

Am wichtigsten sind hier natürlich die zwei bis vier wichtigsten Darsteller und ihr Verhältnis zueinander, was über konfliktreiche oder sonstige emotionale Szenen dargestellt werden kann. Verführerische, verliebte oder verlegene Blickkontakte bzw. Gesichtsausdrücke, lächeln, küssen, Umarmungen, zärtliche Berührungen, die Frau fällt überwältigt in Ohnmacht, zieht sich ansatzweise aus oder lässt gekonnt etwas fallen, Abendessen zu zweit, gemeinsames Anstoßen, lachen, Tanzszenen, Spaziergang bei Mondschein, Kniefall des Mannes, Überreichen von Blumen oder einem Ring zeigen das Verhältnis zwischen den Verliebten. Auch ein paar Liebesszenen können dabei sein.²¹ Meist genügt es sogar schon, einfach nur eine Frau und in der nächsten Einstellung einen Mann zu zeigen, die sich quasi dadurch ansehen, dass sie nach rechts und er nach links sieht. Wenn etwas nicht so läuft gibt es womöglich Szenen, in denen sie verärgert weg geht und er ihr hinterher rennt, er eine Ohrfeige bekommt, beide sich

verärgerte und genervte Blicke oder ähnliches zuwerfen.

Welches Problem muss überwunden werden? Steht ein Kontrahent zwischen den Liebenden, fordert er meist den anderen durch Gesten heraus, geht in Angriffsstellung oder kämpft. Kriegsszenen, Fehden, missmutige, dominante Familienmitglieder, Gesellschaftsschicht, verkörpert durch Kleidung und Wohnort, strikte Regeln der Gesellschaft oder Religion können ebenfalls ein Hindernis sein. Innere Barrieren müssen über Sprecher, Text oder Dialoge deutlich gemacht werden.

Komödie

Sie zeigt vor allem die lustigsten Szenen. Das können Wortwitze, gute Dialoge oder Szenen, in denen aus einer falschen Bewegung schlimme Kettenreaktionen folgen und die im Chaos enden, sein. Möglich sind Ausschnitte, in denen eine Figur in ein Fettnäpfchen tritt oder Szenen, in denen viel Bewegung oder ausschweifende, übertriebene Gesten herrschen, durch die Gegend fliegt oder sonstwie flapsig wirkt und man daraus einen Witz trimmen kann. Wenn Leute auf lustige Art hinfallen, oder sich in irgendetwas verfangen oder hängen bleiben ist das situationsbezogen komisch. Es kommt auch auf die Umgebung an, ob ein Auftreten oder Kleiderwahl einer Person ange-

bracht ist. Oder Szenen, die den Darsteller in Verlegenheit bringen und er sprachlos nur noch die Augen aufreißen kann. Allgemein sind Mimiken wichtig bei Komödientrailern und vor allem auf welche Einstellung oder Aussage sie folgen. Dialoge sind hier äußerst wichtig. Je nachdem welcher Ton und Reaktion zusammen montiert werden können so harmlose Szenen auf einmal witzig erscheinen. Diese Widersprüche zwischen Filmausschnitt und Sprecher oder Texteinblendungen werden eigentlich in jedem Komödientrailer benutzt.²¹ Hauptdarsteller müssen auf jeden Fall gezeigt und benannt werden.²²

Action

Was macht einen Actionfilm aus? Natürlich die spektakulären Actionszenen. Deswegen kann man hier aus dem Vollen schöpfen und Schießereien, Scharfschützen Verfolgungsjaden, Raubüberfälle, Geiselnahmen, Kampfszenen, Explosionen, Polizisten, Einsatzkommandos, Flugzeugabstürze, Helikopter, Autos, Panzerwagen und mehr zeigen. Szenen mit viel Bewegung sowie spannungserzeugende Filmausschnitte gehören auf jeden Fall in einen Actionfilmtrailer. Held und Gegenspieler müssen meist nicht großartig eingeführt werden, da sich die Figuren doch ziemlich ähneln. Helden sind stark, heldenhaft, intelligent, aufopfernd und

doch menschlich. Bösewichter einfach komplett böse. Es reicht oft am Anfang ein Charakterzug. Andere erschließen sich aus den aneinander gereihten Actionszenen am Ende des Trailers. Auslöser, Durchführung und Zentrale Frage können in drei bis vier Sätzen erklärt werden. Im Prinzip wird die Handlung immer so sein, dass ein Bösewicht ein Ziel verfolgt, was der Held auf jeden Fall verhindern muss, damit Menschenleben gerettet werden.

Action und Sciencefiction haben eine durchschnittliche Einstellungsdauer von zwei bis drei Sekunden. Dreimal so schnell schneiden ist hier unmöglich. Immerhin stoßen bereits die Filme an die Grenzen

Fantastisches

Schauplatz, Zeit und Kleidung verraten, um was es sich handelt. Oder man erkennt an der Technologie oder den Wesen, dass es ein fantastischer Film ist. Denn im alltäglichen Leben begegnen wir keinen riesigen Robotern, Außerirdischen, Elfen, Gnomen, Rittern, Monstern, Zombies, Geistern, Drachen, Engeln, Vampire, Werwölfe oder Armeen von Ungeheuern. Schöne oder sagenhafte Bilder zu zeigen und die Stimmung wiederzugeben sind hier wichtig. Inhalte können sehr unterschiedlich sein und mal eher in Richtung Actionfilm oder Liebesfilm gehen.

STARS

In den Zwanziger Jahren wurden gerade mal die Hauptdarsteller, Regisseur sowie Produzent im Vorspann aufgeführt. Statt dem Abspann stand dann nur "Ende". Erst Ende der Dreißiger Jahre sollten die Stars von Universal Pictures im Abspann noch einmal wiederholt genannt werden, damit sich die Kinobesucher an sie erinnerten.²⁴ Heute sorgen alle möglichen Medien dafür, dass die Menschen viele Details über ihre geliebten Stars wissen. Zusammen mit der Filmindustrie beeinflussen sie deren Aufstieg oder Fall. Produzenten loben die schauspielerische Leistung eines Darstellers besonders, verraten etwas über deren Lebenslauf, woher er kommt oder vom Privatleben, womit sie für den Schauspieler werben. Ein Aufstieg aus dem Nichts ist besonders für Amerikaner attraktiv. Es verkörpert den amerikanischen Traum. Wichtig ist dabei auch, welche Rollen der Schauspieler spielt und ob sie zu ihm passen. Denn die Qualitäten einer Filmfigur werden auf den Darsteller übertragen.²⁵ Vor allem werden Schauspieler verehrt und gehandelt, die durch Tugendhaftigkeit eine Vorbildfunktion ausüben können. Darsteller von zerstörerischen Bösewichtern sind daher weniger gefragt. Zusätzlich eignen sie sich auch rein äußerlich nicht. Denn der Gegenspieler des Helden ist meist nicht so

gutaussehend wie George Clooney, Colin Farrell oder Brad Pitt.

So kommt es, dass Stars einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangen und für viele Menschen ein weiterer Grund für einen Kinobesuch sind. Andere hält das vielleicht gerade ab, oder sie kümmern sich nicht darum. Deshalb ist es wichtig solche Stars wenigstens am Ende des Trailers zu zeigen und zu benennen. Bekannte Stars stehen beim Publikum bereits für bestimmte Charaktere, worauf hin sich gewissen Erwartungen knüpfen. Bei vielen Stars weiss man, dass sie den Star des anderen Geschlechts am Ende „kriegen“ oder garantiert überleben werden. So helfen Stars in Filmtrailern ebenfalls dem Publikum schon einmal eine Vorstellung vom Ausgang des Films zu geben. Denn Filmwerbung geht immer davon aus, dass sie mit informierten Leuten spricht.²⁶

Doch auch genrespezifische Erwartungen haben sich aufgebaut. Einige Stars stehen eher für dramatische Filme, andere für actionlastige. Manche wiederum nehmen die unterschiedlichsten Rollen an. Trotz grober Festlegung auf ein oder ein paar Genres mehr, wird im Trailer stets das Neue der aktuellen Rolle des Stars hervorgehoben. Starpaare wie Tom Hanks/Meg Ryan, Richard Gere/Julia Roberts, werden dann oft mit dem Spruch beworben: „Die beiden sind wieder zusammen vor der Kamera“ bzw.

„Wieder vereint“. Spielen viele bekannte genretypische Schauspieler mit, muss eine Balance geschaffen werden zwischen Interesse wecken und Inhalt andeuten. Übernehmen (noch) nicht so bekannte Schauspieler Hauptrollen wird meist Wert auf Inhalt, anstatt der Namen gelegt.

Und dann gibt es noch die wenigen Regisseure und Produzenten, die sich einen Namen gemacht haben. Sie werden zwar nicht unbedingt als Stars gehandelt, trotzdem werden auch sie zum Teil in Trailern benannt. Bei dem Trailer von „The Day After Tomorrow“ steht z.B. kein einziger Schauspielernamen, aber direkt vor der URL ganz am Ende ein Textchart: „From the Director of Independence Day“. Dieser Text weist gleichzeitig darauf hin, dass es sich um einen ähnlichen Film mit ähnlichen Qualitäten handelt. Informierte Kinozuschauer erinnern sich vielleicht, dass die Spezialeffekte von Independence Day sogar mit dem Oscar ausgezeichnet wurden. Im Trailer werden ebenfalls oscar-verdächtige Spezialeffekte gezeigt, was schon einen Kinobesuch Wert sein kann. In dem Trailer für „Kill Bill“ taucht der Satz „The 4th film ... by Quentin Tarantino“ bereits nach einer Minute, also zur Halbzeit, auf. Kurz vor Schluss wird die Hauptdarstellerin Uma Thurman genannt, die gleichzeitig ihre Lebensgeschichte als Zusammenfassung des Films erzählt.

In heutigen Trailern werden die Starnamen oft direkt nach dem Cliffhanger und vor dem Endtitel genannt. Entweder erfolgt nur eine Texteinblendung, ein Sprecher liest den gezeigten Text zusätzlich auch noch vor oder zu dem ganzen kommt noch eine Szene, in welcher der Star zu sehen ist oder gerade auch noch etwas nettes bzw. für seine Figur typisches sagt.²⁷ Auch schauspielerische Qualitäten eines Darstellers werden im Trailer hervorgehoben, wenn sie z.B. schon einmal einen Oscar oder Golden Globe gewonnen haben.

Unter Zuhilfenahme des Internets (v.a. imdb.com) sowie meinem eigenen Filmwissen habe ich verschiedene Hollywoodstars einmal in meine Genreschubladen gesteckt. Diese Zuordnung fand aufgrund der größten Erfolge der Stars statt, aufgrund der häufigsten Rollen im jeweiligen Genres oder des Films, mit dem sie bekannt wurden statt.

Drama

George Cukor, Bette Davis, Meryl Streep, William Wyler, David Lean, Russel Crowe, Jack Nicholson, Ingrid Bergman, Elia Kazan, Milos Forman, James L. Brooks, Liam Neeson, Ralph Fiennes, Marlon Brando, Robin Williams, Emma Thompson, Renée Zellweger, Edward Norton, Tom Hanks, Tobey Maguire, Kevin Costner,

Dustin Hoffmann, Brad Pitt, Halle Berry, Charlize Theron, Omar Sharif, Kevin Spacey, Annette Bening

Liebesfilm

Julia Roberts, Richard Gere, Hugh Grant, Bette Davis, George Cukor, Joan Crawford, Katharine Hepburn, Audrey Hepburn, Grace Kelly, Cary Grant, Clark Gable, Deborah Kerr, Nora Ephron, Tony Curtis, Marilyn Monroe, Joseph Fiennes, Colin Firth, Emma Thompson, Meg Ryan, Tom Hanks, Reese Witherspoon, Jenna Elfman, Kate Winslet, Drew Barrymore, Nicolas Cage

Komödie

Eddie Murphy, Adam Sandler, Robin Williams, Jack Lemmon, Walther Matthau, Tony Curtis, Charles Chaplin, Woody Allen, Groucho Marx, Frank Capra, Cary Grant, Blake Edwards, Jim Carrey, Harold Ramis, Mel Brooks, Walt Disney, Julie Andrews, Pixar, Sean Fraser, Kate Hudson, Reese Witherspoon, Luke Wilson, Cameron Diaz, Jennifer Aniston, Jason Biggs, Whoopi Goldberg, Steve Martin, Charlie Sheen, Martin Lawrence, Sandra Bullock, Billy Crystal, Renée Zellweger, Ben Stiller

Action

Arnold Schwarzenegger, James Cameron,

John Woo, Sylvester Stallone, Jackie Chan, John McTiernan, Renny Harlin, Will Smith, Yun-Fat Chow, Harrison Ford, Tom Cruise, Robert Duvall, Gene Hackman, Vin Diesel, Jean-Claude Van Damme, Mel Gibson, Angelina Jolie, Nicolas Cage, Don Simpson, Jerry Bruckheimer, Tobey Maguire, George Clooney, Mark Wahlberg, John Travolta, Samuel L. Jackson, Robert Duvall, Colin Farrell, Sean Connery, Bruce Willis

Fantastisches

George Lucas, Steven Spielberg, Walt Disney, Terry Gilliam, Tim Burton, Fritz Lang, Robert Zemeckis, Ray Harryhausen, Ron Howard, Hayao Miyazaki, Christopher Columbus, Peter Jackson, Keanu Reeves, Stephen King, Sigourney Weaver, Alfred Hitchcock, Vincent Price, Christopher Lee, John Carpenter, Anthony Hopkins, Jack Nicholson, Mark Hamill, Carrie Fisher, Gene Roddenberry, Ridley Scott, Paul Verhoeven, Stanley Kubrick, Roland Emmerich, Elijah Wood, Jake Gyllenhaal, Will Smith

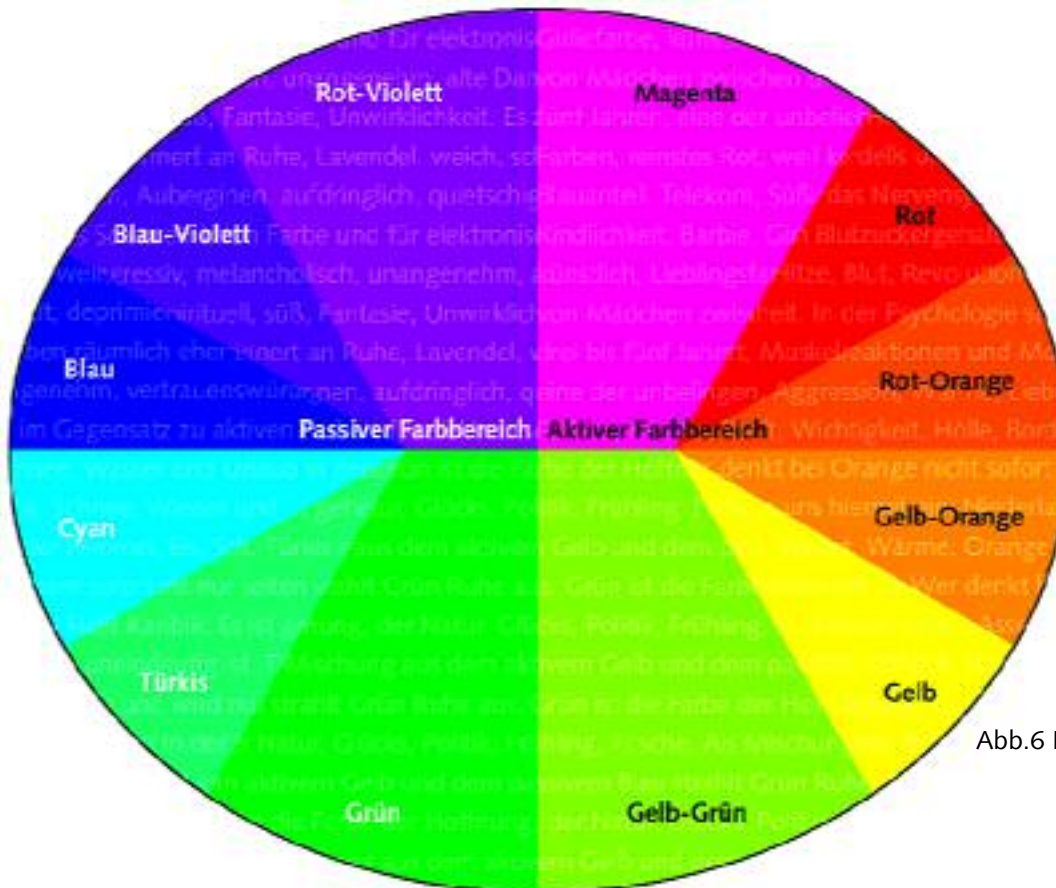


Abb.6 Farbkreis

FARBE

Farbe weckt Emotionen und Aufmerksamkeit.²⁸ Deswegen kann anhand farblicher Gestaltung im Trailer, wie durch die Musik auch die jeweilige Stimmung des Films wiedergegeben werden. Natürlich kann bzw. darf der Trailer nicht die Farben des Films verändern. Aber in Zwischen- und Endtiteln ist die Gestaltung mit Farbe möglich. Der „Down With Love“-Trailer ist ein Extrembeispiel. Farbkombination und Formen sind im Stil der Sechziger bzw. Siebziger Jahre gehalten. Mit Magenta bzw. Rot-Rosa-Tönen und Cyan bzw. hellblauen Farben wird auf das Verhältnis zwischen

Mann und Frau angespielt. Sowohl Rauten, Ovale, Sternchen, Rechtecke, Linien mit runden Enden als auch Trickblenden sorgen für ein hohes Maß an Abwechslung und gleichzeitig Konstanz auf der Leinwand.

Im Farbkreis gibt es den sogenannten aktiven, roten Farbbereich sowie den passiven, blauen Farbbereich. Farben lösen in uns unterschiedliche Reaktionen bzw. Assoziationen aus (s. Abb.6).²⁹

Im Grunde gibt es nur vier Möglichkeiten mit Farben zu gestalten. Erstens kann man Ton in Ton arbeiten, was eindeutig, ruhig, klar, wenig spannungsreich und harmonisch wirkt. Man kann nicht viel falsch machen, weswegen es auch gerne und ausgiebigst verwendet wird. Durch Aufhellen kann eine Farbe zusammen mit ihren Pastellfarben kombiniert werden, was ebenfalls sicher, harmlos und sehr banal ist, weil sich die Farben angleichen. Beim Abdunkeln entsteht hingegen leicht ein Grauschleier, weswegen soetwas schnell trüb und schmutzig wirkt.

Dann gibt es noch Zweierbeziehungen, was relativ Ton in Ton meint. Farben nebeneinander liegender Farbbereiche werden hier kombiniert. Rot-Orange-Gelb ist z.B. eine sehr warme, fröhliche und harmonische Kombination.

Komplementär meint die Kombination mit der Farbe auf der anderen Seite des Farbkreises.

Dies bringt die extremste Spannung, durch seine Uneindeutigkeit, die jeweils durch die Assoziationen beim Betrachter ausgelöst werden. Diese Wirkung verstärkt sich, wenn die Proportionen noch verschoben werden. Bei gleichen Proportionen können die Farben zum Grau hin verwaschen. Gut ist, wenn man die Komplementärfarben und alle Anteile der dazwischen liegenden Farben zusammen mit dem Neutralgrau, dass sich aus dem zusammen mischen aller Farben oder der jeweiligen Komplementärfarben ergibt.

Bei einer Dreieranordnung kann man entweder die Grundfarben Rot, Blau und Gelb mischen, was jedoch keine große Spannung, sondern Klarheit erzeugt. Orange-Gelb-Grün wirkt fröhlich, natürlich, spritzig, lebendig und heiter. Violett-Magenta-Orange sieht schrill, unnatürlich, schwer und futuristisch aus, kann aber auch verführerisch und feurig wirken.³⁰ Grün-Cyan-Violett wirkt edel, ruhig, kühl, sachlich, ernst und stark. Drei Farbbereiche zu vereinen ist sehr schwierig. Trotz der Menge an Tönen müssen die Charaktere herausgearbeitet werden und dürfen nicht verwaschen oder untergehen. Gleiche Helligkeitsstufen und neutrales Grau halten ein Bild zusammen.

Schließlich gibt es noch Vierer- und Fünferanordnungen. Diese wirken sehr bunt, laut, uneindeutig und kindlich. Wenn man aus

jedem Farbbereich eine Farbe wählt, ist man jedoch auf der sicheren Seite.

In Trailern werden bei der grafischen Gestaltung meist Ton in Ton oder Zweier-Beziehungen verwendet. Am häufigsten wird jedoch in allen Genres weiße Schrift auf schwarzem Hintergrund gezeigt. Meist werden eher über die Schriftart, statt über die Farbe die Genres angedeutet. Abgesehen davon, gibt es noch ein paar andere Möglichkeiten.

Drama & Liebesfilm

Weiß auf schwarzem Hintergrund, ab und zu kommt auch Rot vor.

Komödie

Komödien Trailer benutzen wenn, dann reine, fröhliche, bunte Farben. Sie arbeiten auch mal mit mehreren unterschiedlichen Farben. Ein Beispiel ist der „Down With Love“-Trailer, der mit seinen hellen fröhlichen Farben die Komödie andeutet. Auch die Filmszenen spielen weitgehend bei Tag und in einer freundlich hellen Umgebung.

Beim „Catch Me If You Can“-Trailer ist die Schrift zuerst weiß auf schwarzem Hintergrund, gegen Ende auf blauem Hintergrund. Nachdem ein farbiger Pfeil waagrecht über die Leinwand lief und sich daraufhin alles in seiner Farbe einfärbt, laufen zwei entgegengesetzte Pfeile in

ihre unterschiedlichen Richtungen, ebenfalls waagrecht über das Bild. Jeder von ihnen zeigt einen Filmausschnitt. Beim Hauptdarsteller Leonardo DiCaprio ist der Hintergrund Orange, bei Tom Hanks wieder Blau und beim Regisseur Steven Spielberg Rotbraun. Orange stammt aus dem aktiven, Blau aus dem passiven Farbbereich, weswegen diese Farbwahl womöglich auf das Aktion-Reaktions-Spiel der beiden Hauptdarsteller hinweist.

Zwar sind die Zwischentitel des „Die Wut Probe“ Trailers immer Weiß auf Schwarz, aber beim Endtitel ist das Wort „Wut“ rot – passend zur Aggression.

Action

Meistens verwenden Actionfilmtrailer einen schwarzen einfachen Hintergrund bei den Textcharts. Weiße, graue oder hellblaue Schrift sind auf ihm zu sehen. Ton in Ton ist auch noch möglich. Filmfarben sind blautichig für die Dunkelheit und gelb oder rotstichig für Feuer und Action. Extras und Schnörkel sind selten.

„Kill Bill“ ist hier mal wieder eine Ausnahme. Dessen Zwischentitel sind Gelb mit schwarzer Schrift und einer Art Pinselstrich. Da Gelb auch die Farbe des Hasses ist, könnte dies eine Anspielung auf Uma Thurmans Racheefeldzug sein.

Eine normalere Variante zeigt dagegen der

Trailer für „2Fast 2Furious“. Seine Zwischentitel zeigen einen rotgefärbten Tacho und weiße Schrift, die auf roten Blitzen herein- und herausgeschleudert wird. Rot ist nach Orange die aktivste Farbe – perfekt also für einen Action geeignet. Der Tacho unterstützt noch einmal die Geschwindigkeit, die man im Film erleben wird.

Fantastisches

Beim „Pitch Black“-Trailer erkennt man eigentlich nicht wirklich etwas. Zum Großteil sieht man Schwarz, zwischendrin ein paar bunte Blitze und Gesichter. Gelb- und rotstichig ist das Filmmaterial am Anfang. Grüne Schrift wurde am Anfang auf gelben, dann noch einmal auf schwarzen Hintergrund gesetzt. Wenn es dunkel wird und die Angst steigt dominiert Blau über Gelb.

Auf einer blauen Wolke, die mit Blitzen durchzogen wird, steht eine dreidimensionale Schrift bei "Van Helsing". Sie ist eigentlich eine blau-graue Stahlschrift, liegt im Dunkel und wird nur von einem Spot angeleuchtet.

TEXT

In Trailern kommen Texteinblendungen samt Animation sowie grafische Elemente, wie Punkte, Linien, Flächen in sogenannten Text-

charts zum Einsatz. Auf jeden Fall wird der Titel wenigstens am Ende des Trailers gezeigt.³¹ Oft werden die Namen der Schauspieler auch in Buchstabenform gezeigt. Darüber hinaus werden Worte oder kurze Sätze zwischen die Filmausschnitte geschoben. Knapp 50% der Trailer zeigen heute Schrift im Wechsel mit Filmausschnitten³², weil es für den Betrachter sonst zu viel werden könnte. Deswegen sieht man sie meist weiß auf schwarzem Hintergrund im Wechsel mit den Filmausschnitten. Diese Montageform wird Grid genannt und wird vor allem in Trailern verwendet. Sie ähnelt der Rechenmontage, nur dass dort eine Filmszene zerstückelt wird, um andere dazwischen zu schieben.³³ Ansonsten würde Gezeigtes so komplex wie Totalen. Denn der Zuschauer muss z.B. den Darsteller als Figur im Bild erkennen und gleichzeitig noch lesen. Deswegen werden nur Starnamen zusammen mit dem Star gezeigt und eben auch noch der Name vorgelesen.

Textcharts beinhalten nämlich auch oft Bilderrätsel oder Doppeldeutigkeiten, die eine weitere Ebene aufbauen, welche die Ereignisdichte zusätzlich steigern und die menschliche Erinnerungsleistung des Trailers verbessern. Dieses Erkennen der zweiten Ebene kostet ebenfalls Zeit, weswegen die Texte eben kurz, prägnant, nicht zu verspielt gestaltet sein sollten. Menschen können sich Informationen bes-

ser einprägen, je konkreter, interaktiver, lebhafter, bizarrer, emotionaler und farbiger sie sind.³⁴ Deswegen zeigen Textcharts auch Dinge, die der Sprecher bereits gesagt hat. Sprecher geben dem Text eine emotionale Tiefe. In Wahrnehmung und Verarbeitung/Gehirn/Gedächtnis wurde bereits erwähnt, dass sich der Mensch etwas besser merken kann, wenn er es über möglichst viele Sinne wahrnimmt. Ebenso verbessert enger Bezug zum Text die Erinnerungsleistung.³⁵

Wichtig ist auch, dass die Texteinlagen möglichst kurz sind. Menschen können sowieso nicht mehr als sieben plusminus zwei Einheiten aufnehmen; Einheiten können Worte, Begriffe, Vorgänge oder Doppelworte sein. Titel oder Zwischentitel sollten daher nicht länger als sieben Worte sein. Jedes angefügte Wort benötigt außerdem Zeit und könnte den Schwung oder Spannung aus dem Trailer herausnehmen. Jeder Blick dauert zwischen einer fünftel bis halben Sekunde. Während des Erfassens der Worte läuft das menschliche Gehirn auf Hochtouren. Konfrontiert man es jedoch mehrmals hintereinander mit demselben Reiz, reagiert es pro Reiz jedes Mal schwächer.³⁶ Aus diesem Grund eignen sich gebräuchliche Worte und Wendungen. Man kann sie auf einen Blick erkennen, statt sie richtig lesen zu müssen. Ungewohnte und komplizierte Buch-

stabenkombinationen hingegen müssen Buchstabe für Buchstabe aufgenommen, danach mit bekannten Worten verglichen und auch noch eine Bedeutung zugewiesen bekommen, was in so einem Fall sehr zeitraubend sein kann.³⁷

Warum häufig verwendete Worte sich im Trailer gut eignen, hängt auch mit deren Bedeutung zusammen. Text wird in Trailern eingesetzt, weil er in einem Wort sagen kann, was ein Bild nicht so präzise hätte formulieren können. Denn die Bedeutung von Bildern kann nicht so eindeutig festgelegt werden, wie die von Wörtern. Man beachte hier allerdings den Unterschied zwischen Bedeutung und Mehrdeutigkeit. Sieht man das Wort „Auto“, stellt sich jeder Leser ein anderes Auto vor. Es wird sich in Marke, Farbe, Ausstattung und Blickwinkel unterscheiden. Dies sind jedoch mehrere feste Einzelbedeutungen für den Begriff Auto. Bilder hingegen können komplett unterschiedlich verstanden werden. Fährt ein VW Golf der neuesten Generation durch eine Gebirgslandschaft, verbinden Menschen womöglich einen gewissen Lebensstil, Generation Golf, Ski fahren, geländegängig, Straßenkurven, Spaß am Auto fahren oder Urlaub damit. Einige werden sich fragen, warum der Golf gerade dort entlang fährt. Andere überlegen, ob sie sich nicht einen Golf leisten können und wieder andere werden das unscheinbare, langweilige

Design des Wagens bemängeln. Andererseits kann die Darstellung von Gegenständen auf Bildern auch ziemlich einschränken. Gute Beispiele liefern Literaturverfilmungen, z.B. hat man ein Buch gelesen und sich seine eigenen Vorstellung von der Figur und ihrer Umgebung gemacht, dann wird dieses Buch verfilmt und die Leute sind meistens von der Umsetzung enttäuscht. Hier zeigt sich wiederum das Konkrete und Räumliche von Bildern, welches Texten nun mal nicht innewohnt. Man kann allgemein sagen, dass für allgemeine Begriff wie Haus, Tier und Fluss oder abstrakte Begriffe wie Gemeinschaft, Leben und Sinn Wörter geeigneter sind.³⁸ Ein Beispiel in der praktischen Umsetzung findet sich im „Vanilla Sky“-Trailer. Hier kommt die Aufforderung per weißem Text auf schwarzem Hintergrund: „Vergiss alles was du weißt über Leben, Liebe, Arbeit, Spiel, Liebe, Hass, Leben, Tod, Träume, Realität, Tod, Träume, Leben, Liebe, Familie, Freunde, Sex, Liebe, Leben, Realität – und mach nur deine Augen auf“.

Hieran sieht man auch, dass Textcharts die Zielgruppe ansprechen. Man kann sagen, dass sie sich immer ans Publikum wenden. „Vergiss alles, was du weißt über (...)“ verlangt vom Zuschauer eine gewisse Flexibilität. „Where will you be ... The Day After Tomorrow“ im „The Day After Tomorrow“-Trailer ist wieder so eine

Doppeldeutigkeit. Wo wird der Zuschauer sein, wenn der Tag des Filmstarts gekommen ist – hoffentlich im Kino. Dort wird er erleben, wie Menschen vor Tornados und Flutwellen flüchten und sich durchs Eis kämpfen. Durch seine Frage an den Zuschauer überträgt der Trailer die Frage jeder Figur des Films, die wahrscheinlich von Panik ergriffen nicht weiß wohin, auf ihn. Er bereitet den Zuschauer schon einmal auf den Film vor: So wirst auch du dich fühlen, wenn du diesen Film siehst.

Im „Kill Bill“-Trailer steht „On October 10th...speak softly ... and carry ... a big – sword“. Das letzte Beispiel zeigt auch wieder, dass der Trailer die Verbindung zwischen Schrift und Bild trotzdem stark nutzen kann, auch wenn der Text nur im Zwischentitel zu sehen ist. Denn zwischen den Textcharts „and carry ... a big – sword“ kürzt die Hauptdarstellerin Uma Thurman ihrem japanischen Gegner Stück für Stück sein Schwert. Ebenso wird das „sword“ noch einmal quasi in zwei Stücke geteilt. Darauf folgt eine Einstellung, in der Uma Thurman ihr Schwert auf den Rücken dieses verängstigten kleinen Japaners schlägt mit dem Ausdruck: „Go home to your mother“. So werden die Zuschauer gleich in Zielgruppe oder Nicht-Zielgruppe unterteilt: Weicheier bleiben besser gleich zu Hause. Guter Tipp, denn im Film verlieren die Gegner auf blutsprudelnde Art und

Weise ihre Körperteile. Dieser Bezug auf die Situation der Vorführung, Filmerlebnis und seine Auswirkungen ist typisch für Textcharts.³⁹ Sprecher und Textcharts haben weitgehend dieselben Funktionen. Über Fragen an den Zuschauer bauen sie eine Verbindung zu ihm auf, geben Zusammenfassungen, Ortsangaben bzw. Zeitmarkierungen, verbessern das Verständnis für die Erzählung, machen Aspekte des Films durch wichtige Worte und Sätze einprägsamer, preisen den Film an, zeigen die Qualität des Films sowie das Genre an und vermitteln ein Gefühl von Tempo und Intensität.⁴⁰ Texte unterbrechen den Fluss der Bilder⁴¹ oder bauen einen Rhythmus auf, der bei der Spannungserzeugung behilflich sein kann. Auf diese Weise wird der Trailer auch als bloßer Ausschnitt des Films hervorgehoben. Text in Trailern hat eher eine erklärende als erzählende Funktion. „In einer Welt, in der ...“ gehört zu den häufigsten Traileranfängen. Er begleitet den Zuschauer schnell und sicher in die fiktionale Welt und stellt Spannung sowie Anteilnahme in Aussicht.

Schriftarten können sehr unterschiedlich aussehen und lassen sich auch gut mit einfachen Grafiken verbinden, die ihnen eine genrespezifische Aussage verleihen. Jeder wird schon einmal die typische Horrorschrift gesehen haben, an der Blut heruntertropft bzw. komplett

aus einer glibberigen Masse besteht. Oder eine zitterige Schrift kündigt an, dass man Angst haben wird usw.

Wahl der Schriftart, Schriftfarbe, Hintergrundfarbe, Schriftgröße, Form und zusätzliche Grafiken wie die Ohren am Schriftzug von Shrek sind mögliche Indikatoren für Genre und Zielgruppe.⁴² Auch die Geschwindigkeit von Titeln zusammen mit Musik können Erwartungen über die Stimmung und Stil des Films aufbauen.⁴³ Gleiches gilt für Textanimation. Am häufigsten wird Text ein- und ausgeblendet; oft wird sie gleichzeitig skaliert.

Drama

Hier werden meist schnörkellose Schriften, die geradlinig und klar sind verwendet.⁴⁴ Mal sind sie mit, mal ohne Serifen, schlicht, meist Weiß, nicht übermäßig groß und einfach gehalten. werden sie mal schneller, mal langsamer ein und ausgeblendet. Womöglich liegt es beim Drama an der Nähe zur Realität, warum seine Texteinblendungen so schlicht sind. In der Realität geht es nicht verspielt oder übertrieben zu. Auch zählt beim Drama eher der Inhalt, weswegen hier der sprachliche Aspekt im Mittelpunkt steht.

Liebesfilm

Neben den Serifenschriftarten und serifen-

losen Schriftarten, kommen beim Liebesfilm-trailer auch Schreibschriften vor. Was eigentlich nie eingesetzt wird ist eine stählerne fette serifenlose Schrift – wie beim Actionfilm. Meistens sind es feinere, statt fatter Schrifttypen. Der „Shakespeare in Love“-Trailer hat eine Art Ornamentschrift auf Bildmaterial. Ob geschwungen oder verschnörkelt, trotzdem bleiben die Schriften noch verhältnismäßig einfach. Beim „Sweet Home Alabama“-Trailer z.B. besteht nur der allererste Buchstabe aus einer verschnörkelten Schreibschrift. Ansonsten wird eine Serifenschrift benutzt und das ganze wird von der Mitte ausgehend dünn unterstrichen.

Komödie

Gerade bei Komödien für die ganze Familie ist der Text sehr bunt, verspielt, freundlich und hell.⁴⁵ Beim Trailer für den „Kindergarten Daddy“ stehen die roten Buchstaben auf weißem Hintergrund nicht in einer Reihe. Pro Wort fällt meistens ein Buchstabe etwas schräg nach unten oder steht schräg nach oben. Ansonsten werden aber auch die normalen Schriften mit und ohne Serifen verwendet.

Action

Silberne, stählern aussehende, glänzende Schriften deuten meistens auf einen Actionfilm hin. Denn vor allem hier wird Gebrauch von

modernen Schusswaffen gemacht, stahlharte Männer treten auf und massenweise Patronen werden gebraucht. Schriften die explodieren gehören auch zum actionlastigen Genre, können also auch bei Sciencefictionfilmen vorkommen, die zum Fantastischen gehören. Allgemein werden im actionlastigen Genre mehr Animationen bei den Textcharts eingesetzt. Vielleicht liegt das daran, trotz Texteschüben durchgängig viel Action zeigen zu wollen. Oft knallen die Titel mit einem Crash-Zoom ins Bild, haben einen technischen oder metallischen Look, Feuer in sich oder abstrakte aufwendige Animationseffekte aus Blitzen, Rechtecken oder ähnlichem.⁴⁶

Fantastisches

Bei Fantasy Trailern ist die Schrift eher rund oder hat Serifen, beim Horror kann sie z.B. blutverschmiert oder gezackt sein und bei Sciencefictiontrailern wird, ähnlich wie beim Action, oft stählerne und technisch, eckige Schrift eingesetzt. Ein Beispiel ist der „X-Men“ Trailer. Er hat diese typische fette Stahlschrift. Außerdem gibt es auch wieder weiße Schrift auf schwarzem Hintergrund, der eine blaue wasserartige Form aufweist. Aus diesem Wasser taucht die Schrift wabernd auf und wird fest. Darüber hinaus werden die Namen der Figuren schwarz auf blauem Hintergrund zusammen mit einem

DNA-Strang gezeigt. Mystериös wirkt Typoanimation durch Einsatz von Weichzeichner, Unschärfen und unbestimmbare Dunkelheit.⁴⁷ Explosionen, Feuer oder abstrakte grafische Effekte werden auch hier gerne eingesetzt. Beim „The 6th Day“-Trailer fliegt der Name von Arnold Schwarzenegger, Titel und Startdatum als fette weiße Schrift mehrmals gleichzeitig vom Betrachter aus ins Bild. Währenddessen skaliert sie kleiner. Dahinter ist ein blauer Mix aus sich bewegendenden Partikeln. Da es bei dem Film ums Klonen geht, könnten diese Partikel menschliche Zellen symbolisieren. „Pitch Black“ verwendet eine seltsame Achtziger Jahre Computerschrift, die abgerundete Ecken hat.

Texteinblendungen und Rolltitel zählten in der klassischen Periode zur Grundausstattung aller Trailer (s. Kinotrailer/Form und Struktur/ Modi des Trailers). Ab den Sechziger Jahren ersetzten zunehmend Sprecherstimmen diesen Teil.⁴⁸ Trotzdem ist noch kein Trend in Sicht, der darauf hindeutet, dass die sogenannten Textcharts aus Trailern verschwinden werden.

SPRECHER

Ob Text oder Sprecher genommen werden hängt von der Einstellung des Produzenten ab. Manche Trailerproduzenten finden Sprecher-

stimmen zu bevormundend. Sie ist wie eine Vaterstimme, die sagt, was man glauben und sehen soll. Aber auch Studien ergaben, dass vor allem Großstadtmenschen diese Stimme nicht mögen. In ländlichen Gegenden wird sie jedoch akzeptiert und sollte sogar verwendet werden. Zumindest gelten diese Erkenntnisse für die USA.

Der anonyme Sprecher vermittelt dem Publikum ein Gefühl von Gemeinschaft. Er spricht für alle. Er spricht sie an. Für die Genrespezifität ist vor allem die Sprechweise von großer Bedeutung, werden hier doch die Gefühle und Interessen am Thema ausgedrückt. Aber auch schon die Stimme muss von Natur aus zum Genre passen (s. nächster Abschnitt). Die Art des Sprechens hängt jedoch auch vom Inhalt und der Zielgruppe ab. Man sollte die Sprache der Zielgruppe wählen. Kinder werden anders angesprochen als Jugendliche.

Emotional gibt der Sprecher wieder, was er über den Film weiss. Dies ähnelt einer Mundpropaganda. Denn Sprecherstimmen in Kinotrailern ähneln sich so stark, dass einige Leute schon das Gefühl haben, es gäbe nur einen einzigen Sprecher. Und diesen Sprecher kennt man. Kinogänger sind mit ihm vertraut, was dem Verhältnis eines Bekannten gleich kommt. Trotzdem bleibt er von daher anonym, dass man nicht weiß wie er aussieht und woher

die Stimme im Saal kommt. Sollte man mit dieser Sichtweise nichts anfangen können, gibt es noch die Rhetorik-Grundregeln von Aristoteles. Er stellte unter anderen eine Grundregel auf die besagt, dass ein engagierter und emotional involvierter Redner glaubwürdiger sei.⁴⁹

Selten kommen mitwirkende Darsteller als Sprecher zum Einsatz. Sie erzählen dann in der Ich-Form über ihre Mission. So auch Uma Thurman im "Kill Bill Vol.2" Trailer. Grund hierfür ist, dass ein objektiver Erzähler, der also nicht im Film mitspielt glaubwürdiger den Film vermarkten kann. Er wird noch eher wie ein Fan des Films angesehen.

Glaubwürdiger sind für Filmproduzenten auch vor allem Männerstimmen. Nur sie verkaufen - angeblich. Außerdem passen diese tiefen Stimmen besser zur Musik, werden unerschwellig wahrgenommen und heben sich doch merklich von ihrer Umgebung ab. Hieraus ergibt sich auch eine weitere Voraussetzung. Sprecherstimmen dürfen auf keinen Fall der eines mitwirkenden Schauspielers ähneln. Tiefe Stimmen werden schneller wahrgenommen und setzen sich besser von Umgebungsgeräuschen ab, was am Frequenzbereich liegt.⁵⁰ (vgl. Wahrnehmung/Hören/ Frequenzunterschiede). Genretypisch kann die Stimmlage des Sprechers sein. Tiefe Stimmen werden eher für

Actionfilme, Fantastisches und Dramen genommen. In Komödien und Liebesfilmen kommen häufiger mitteltiefe Stimmen zum Einsatz.

Viel zu selten werden Frauenstimmen eingesetzt, die über Verführungstaktik die Männer ins Kino locken könnten. Aber meine Interviewpartner Vinzenz Hediger und Erik Neie waren sich einig, dass diese Ansicht überholt ist bzw. einfach nicht stimmt. Trailer könnten außerdem dadurch viel abwechslungsreicher und interessanter werden. Und gerade Filme, die vor allem Frauen ansprechen, müssen nicht von einem Mann angekündigt werden. Denn Stimmen repräsentieren auch die Zielgruppe der Filme. Auch wenn weniger als die Hälfte aller Kinobesucher weiblich ist, könnte man öfter eine Frauenstimme einsetzen. Aber die Filmproduzenten gehen davon aus, dass die Männer die Frauen für den Kinobesuch überreden sowie die Filmwahl treffen⁵¹ – an die vielen Singles von heute denken sie wohl nicht.

Wie der Text verhilft auch die Sprecherstimme zum einfacheren Übergang in die fiktionale Welt.⁵² Auch mit ihr kann man Zeit sparen. Sogar noch mehr als mit Text, denn die Stimme kann während des Zeigens von Filmausschnitten laufen und wahrgenommen werden. Dies hat zudem den Vorteil, dass sie mehr erzählen kann. Lange Texte hingegen will auf der Leinwand niemand sehen. Hörbares wird

auch schneller wahrgenommen. Die durchschnittliche Reaktionszeit bei akustischen Reizen liegt bei 0,15 Sekunden, nach optischen bei 0,2 Sekunden.⁵³ Gibt das Filmmaterial nichts besseres her, muss die Sprecherstimme – oder Text – ran. Sie erklären kurz und eindeutig, wie die Figuren sind, was der Konflikt ist oder wie sich die Zuschauer fühlen werden, wie der Filmtitel und die Darstellernamen lauten. Bei „A Beautiful Mind“: „John Nash war einer der brilliantesten Köpfe seiner Generation.“ Entweder zeigt man die Sprecherstimme passend zum Gezeigten oder im Widerspruch dazu. Analogien, Vergleich zu anderen Bereichen, passen auch recht gut. Sprecher schaffen zudem Kontinuität über die Schnitte der Szenen hinweg.⁵⁴

Man sollte aber auch nicht zu viel Text oder Sprecher einbauen, weil sonst der günstige Kostenaspekt des Trailers verloren geht. Schließlich muss man Titelgrafiker und Sprecher auch bezahlen, was vom Budget ab geht. Schön ist es, wenn auch ohne beides gearbeitet werden kann.⁵⁵

Letztendlich darf im Trailer das Genre nicht genannt werden. Man sollte also nicht das Genre über das Genre ankündigen. Actionfilm über Action usw. Was sie sagen ist jedoch nicht unbedingt genretypisch. So kann der Ausdruck „In einer Welt, in der ...“ sowohl in einem

Drama, als auch einem Action oder Science-fiction vorkommen. Andererseits sind wie beim Text Gegensätze von Gesagtem und Gezeigtem für Komödien typisch.

Genrespezifisch können auch die Redeweisen des Sprechers sein.

Drama

Wenn sie überhaupt vorkommen, reden Sprecher im Drama Trailer womöglich etwas getragener. Diese getragene Tonalität und Mystifizität gilt für die verbale als auch die musische Herangehensweise an einen Dramatrailer.⁵⁶

Liebesfilm

Je nachdem, ob es eher eine Liebeskomödie oder Liebesdrama ist, wird eine komödiantische oder dramatische Sprechweise verlangt.

Komödie

Süffisant, ironisch reden Sprecher häufig bei Komödien Trailern. Gegensätze zwischen Gesagtem und Gezeigtem ergeben Witze.⁵⁷ Oft reden die Sprecher auch schneller als bei den anderen Genres.

Action

Sprecher machen hier Power, reden explosiver⁵⁸ und mitreißender.

Fantastisches

Hier ist die Sprechweise oft ähnlich der Actionsprechweise. Je nach Film redet der Sprecher womöglich etwas mystischer.

MUSIK

Im Trailer steht dem Wort des Sprechers die gefühlvolle, gefühlerzeugende Musik gegenüber. Unsere Sprache wird von vielen Menschen als der Unterschied zu Tieren angesehen. Man könnte Sprache also als Sinnbild oder Beweis für unseren Verstand deuten. Dieser Verstand geht nun im Trailer mit der gefühlvollen Musik einher. Als Folge dessen erreicht der gesprochene Text eine tiefergehendere Wirkung. Musik gibt dem Wort Bedeutung und die Stimmung des Films wieder. Bei schneller Musik wird in der Regel auch schneller geschnitten als bei langsamer. Sie verbindet die vielen kurzen Szenen zu einem einheitlichen Ganzen.⁵⁹ Musik in Trailern sollte auch immer mit dem Zeitgeschmack gehen, damit die Menschen in Stimmung kommen. Gerade für die Zielgruppe Kinogänger ist der Musikgeschmack wichtig.⁶⁰

Melodie, Rhythmus und Harmonie sind die Elemente, aus der Musik aufgebaut ist. Im Trailer sollte eines dieser drei Elemente dominieren. Für junge Leute sind Melodien sehr ein-

prägsam.⁶¹ Je nachdem, ob man eher Hintergrundmusik oder einprägsame Musik haben will, muss man auf die Dominanz der Melodie achten. Schwierig ist die Kürze des Trailers. Bei Sinfonien können vielfältige Tempowechsel und lange Melodiebögen in unterschiedlichsten Formen verarbeitet werden. Im Trailer muss eine musikalische Kurzform den Kurzfilm untermalen. Denn meistens werden zwei bis vier unterschiedliche Musikstücke im Trailer angespielt. Musikuntermalung bedeutet das Zusammenspiel von Bild und Musik, während der Sprecher unabhängig davon läuft. Der Komponist hat vier verschiedene Möglichkeiten, wie er Bild und Ton kooperieren lassen kann. Erstens verschmelzend mit dem Bild, zweitens zum Teil unabhängig zum Teil verschmelzend in sogenannten „Synchronpunkten“, drittens völlig unabhängig von den Bildern oder viertens eben durch Musikuntermalung. Synchronpunkte sind markante Stellen im Bild wie Schnitte, Überblendungen, Trickvorgänge. Sie unterstützen den sich langsam aufbauenden Höhepunkt am Ende des Trailers. Ansonsten ist die Musik völlig selbstständig, solange sie zum optischen Geschehen passt.⁶² In neueren Trailern laufen Ton und Bild nahezu unabhängig voneinander bzw. sind gleichberechtigt. Häufig illustriert das Bild lediglich den Ton. Kontinuität wird durch Musik und Ton, kompositorische

Verknüpfungen der vertikalen Montage sowie assoziativen Bewegungsanschlüssen hergestellt. Bei der vertikalen Montage gibt es eine metrische, rhythmische, melodische oder tonale Variante. Ton-Bild-Bezüge werden folglich über die Dauer der Einstellung, den Rhythmus des Gezeigten, Grafische Muster, die mit der Melodie oder zwischen Licht- und Tonwerten, die mit der Musik in Verbindung gebracht werden können, erzeugt. Mit assoziativen Bewegungsanschlüssen ist gemeint, dass sich Bewegungen in zwei aufeinanderfolgenden Einstellungen ähneln z.B. die Rotorblätter eines Hubschraubers drehen sich. In der nächsten Einstellung schleudert eine Person ihren Arm entsprechend im Kreis.⁶³ Allerdings hängt es auch von der Musik ab, ob sie sich zum kooperieren eignet.

Neben der Kombination von Bild und Musik, gibt es auch noch die Kombinationen Bild-Geräusch-Musik, Bild-Sprache-Musik und Bild-Sprache-Geräusche-Musik.

Geräusche ähneln farblich dem Rhythmus der Musik. Bei der Kombination Bild-Geräusch-Musik ist es deshalb sinnvoll, wenn sich Rhythmus und Geräusch voneinander abheben. So erkennt man das Geräusch einfacher. Es ist wichtig, dass man das Geräusch auch erkennt, wenn es schon eingesetzt wird.

Sprache und Melodie ähneln sich ebenfalls.

Lebhafte Sprache sollte mit „geschwätziger“ Musik kombiniert werden, sodass die Sprachmelodie dominiert. Folglich müssen Höhepunkte der Sprache auch vor der Musikmelodie stehen. Daneben ergänzen sich Sprache und Rhythmus sehr gut. Letzterer begleitet die Sprache und gibt dem ganzen Schwung. Harmonie hebt sich außerdem noch gut von der Sprache ab.

Kombiniert man Bild, Sprache, Geräusche und Musik, muss man aufpassen, damit daraus kein wildes Rauschen entsteht. Vor allem Sprache und Geräusch stören einander, weswegen ein Feingefühl vorhanden sein muss, welches der beiden gerade lauter sein muss. Kontrapunkt, d.h. abwechselnde Betonungshöhepunkte, müssen hier unbedingt eingesetzt werden.⁶⁴ Aber auch Stille kann ein Stilmittel sein, obwohl sie im Trailer aus Zeitgründen seltener vorkommt. Doch sie steigert die Spannung dadurch, dass sich der Zuschauer fragt ob die Musik wieder kommt und wartet. Vor allem heute, sind wir Stille kaum noch gewöhnt, sodass ihr Einsatz Aufmerksamkeit erregt.⁶⁵

Meist wird die Filmmusik auch für den Trailer genommen. Da die Trailerproduktion aber bereits während der Filmproduktion beginnt, ist es möglich, dass die Musik noch gar nicht hergestellt wurde. In solchen Fällen wird auf frühere

Erfolge des Schauspielers oder Regisseurs in dem jeweiligen Genre zurückgegriffen. Der Trailer zu „About Schmidt“ spielt nach knapp 50 Sekunden die Musik von „American Beauty“. Folglich werden die Zuschauer an das letzte Erlebnis erinnert und tauchen schneller in die Stimmung des Films ein. Dies trifft allerdings eher auf die amerikanischen Trailer zu, weil die Filme in Europa meistens ein halbes bis ganzes Jahr später erst in die Kinos kommen.⁶⁶

Auch Musik wird genrespezifisch eingesetzt. Immerhin gelten in verschiedenen Genres unterschiedliche Stimmungen. Zuschauer assoziieren dann über die Musik die Erinnerungen an das jeweilige Genre.⁶⁷

Drama

Ebenso wie der Sprecher kommt vor allem getragene Musik, oft von Streichern gespielt, vor. Klaviermusik ist auch keine Seltenheit. Moll-Akkorde überwiegen. Schnellere Musik kann jedoch auch in Drama Trailern vorkommen z.B. "Billy Elliot"

Liebesfilm

Wieder einmal ein Mittelding zwischen Drama und Komödie. Nicht so getragen wie in Dramen und nicht so fröhlich wie in Komödien, mal in Moll, mal in Dur. Wie in der Komödie sind auch unterschiedliche Musikrichtungen

möglich. Musik mit Gesang, jedoch seltener.

Komödie

Hier wird sehr oft auch Musik mit Gesang eingesetzt - was sonst selten ist. Popmusik, Gospel, Jazz, Country, Oldies bzw. Musik aus allen möglichen Jahrzehnten kommen zum Zug. Leicht und beschwingt, in Dur, klar, fetzig und schnell.

Action

Actiontrailer werden gerne nach der Musik geschnitten.⁶⁸ Jedoch werden am Ende eher einfach schnell Szenen aneinander montiert, sodass dies nicht mehr möglich ist. Für Actionfilm Trailer wird gern natürlich schnelle Musik verwendet, d.h. Rock Musik, Techno/House und Hip Hop. Große Streichorchester und Chöre sind jedoch immer noch am häufigsten. Sie begleiten genau das Geschehen auf der Leinwand.

Fantastisches

Ähnlich wie beim Actionfilm. Je nach Schwerpunkt kann es aber auch einmal langsamer zugehen.

GERÄUSCHE

Klänge setzen sich aus mehreren Tönen mit harmonischen Frequenzen zusammen. Geräusche dagegen entstehen durch Überlagerung vieler verschiedener Töne (s. Wahrnehmung/Hören/Der Hörvorgang).⁶⁹

Trailer wirken durch Einsatz von Geräuschen echter. Wird Musik und Bild gezeigt, kann das eine Distanz aufbauen oder bizarr und verwirrend wirken. Natürlich kommen je nach Genre manche Geräusche eher vor als andere. Zu einem Liebesfilm oder Komödie gehört typischerweise kein Pistolenschuss oder Bombenexplosionen.

Drama, Liebesfilm & Komödie

Hier sind die Geräusche so szenenbezogen, sodass keine Verallgemeinerung möglich ist.

Action

Explosionen, Schüsse, brechendes Glas oder anderes, was kaputt gehen kann, kommt häufig in Action Trailern vor. Thriller enthalten oft Frauenschreie – wie der Horrorfilm. Geschrien wird vor allem, weil etwas Unheimliches oder Totes entdeckt wird.

Fantastisches

Geräusche von Pferden, Schwertkämpfen,

Laserwaffen, Explosionen, Geräusche von futuristischen Transportmitteln oder Monstern, Atemzüge, Herzschläge, Schreie, Brüllen, Kettenrasseln sind hier möglich.

- Literaturzitate
 „Genrespezifität“
- ¹ Scholz, S. 41f.
 - ² Scholz, S. 61
 - ³ Hediger, S. 35
 - ⁴ Hediger, S.50
 - ⁵ Doelker, S.67 Zeitschriftenartikel
 - ⁶ Schwan, S.111
 - ⁷ Bittner, Interview
 - ⁸ <http://www.aber.ac.uk...gramtv.html>
 - ⁹ <http://www.filmeducation.org/teaching-trailers> S.12 u. S.14).
 - ¹⁰ Ehrmann, Interview
 - ¹¹ Hediger, S. 28f
 - ¹² Ehrmann, Interview
 - ¹³ Erichsen, Interview
 - ¹⁴ Ehrmann, Interview
 - ¹⁵ Dittrich, Interview
 - ¹⁶ Bittner, Interview
 - ¹⁷ Hediger, S.28
 - ¹⁸ Bittner, Interview
 - ¹⁹ Hediger, Interview
 - ²⁰ Esmeyer, Interview
 - ²¹ Erichsen, Interview
 - ²² Hediger, Interview
 - ²³ Erichsen, Interview
 - ²⁴ Geisenhanslücke, S.4
 - ²⁵ <http://www.filmeducation.org/filmaudience.pdf> , S.25).
 - ²⁶ Hediger, Interview
 - ²⁷ Hediger, S.239ff
 - ²⁸ Kroeber, Medienkonzepte
 - ²⁹ Mayer-Brennenstuhl, Farbphänomenologie
 - ³⁰ Autor unbekannt, „So viele Farben“, cocoon, S. 28
 - ³¹ <http://www.filmeducation.org/teaching-trailers>, S.14).
 - ³² Hediger, S.140ff
 - ³³ Hediger, S.265f
 - ³⁴ Kanzog. In: Friedrich: Schrift und Bild im Film, S.65
 - ³⁵ Hediger, S.157
 - ³⁶ Dahaene: „Zum Lesen geboren“ In: Spektrum der Wissenschaft , s. 70
 - ³⁷ Nagel, Die Wunderwelt der Lesetechniken
 - ³⁸ Doelker: Die semantische Tiefe von Bildern, S.64
 - ³⁹ Hediger, S.152).
 - ⁴⁰ Hediger, S.260
 - ⁴¹ Paech, S.68
 - ⁴² <http://www.filmeducation.org/teaching-trailers>, S. 6
 - ⁴³ (<http://www.aber.ac.uk...gramtv>).
 - ⁴⁴ Schönherr, Interview
 - ⁴⁵ Schönherr, Interview
 - ⁴⁶ Schönherr, Interview
 - ⁴⁷ Schönherr, Interview
 - ⁴⁸ Hediger, S.36
 - ⁴⁹ Hediger, S.240ff

- ⁵⁰ Neie, Interview
- ⁵¹ Hediger, Interview
- ⁵² Hediger, Interview
- ⁵³ Pöppel, Lust, S.129
- ⁵⁴ Ehrmann, Interview
- ⁵⁵ Bittner Interview
- ⁵⁶ Bittner Interview
- ⁵⁷ Hediger, Interview
- ⁵⁸ Neie, Interview
- ⁵⁹ <http://www.aber.ac.uk...gramtv.html>
- ⁶⁰ Neie, Nachtrag Interview
- ⁶¹ Kroeber, Medienkonzepte
- ⁶² Wüsthoff, S. 28ff
- ⁶³ Esmeyer, Interview
- ⁶⁴ Wüsthoff, S. 28ff
- ⁶⁵ <http://www.aber.ac.uk...gramtv.html>
- ⁶⁶ Hediger S.229ff und Interview
- ⁶⁷ Hediger, S. 241
- ⁶⁸ Esmeyer, Interview
- ⁶⁹ Schwegler, S.453f.

SCHLUSSFOLGERUNG

Kinotrailer bestehen aus Elementen, die bestimmte Merkmale enthalten, um das Genre des angekündigten Films dem Zuschauer zu verdeutlichen. Dies war die These, die es in meiner Bachelorarbeit zu bestätigen galt. Und es ist wahr: Kinotrailer enthalten Genremerkmale.

Aus diversen Genretheorien habe ich meine eigene Theorie hergeleitet. Zusammengefasst sagt sie aus, dass Genres aus dem Drama und der Komödie durch kombinieren von etablierten und neuen Teilen entstanden. Dieser Entwicklungsprozess findet auch heute noch statt. Genres oder daraus entstandene Sub-Genres entwickeln sich weiter oder sterben aus. Beeinflusst wird das auch von sozialen, kulturellen, politischen, wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen. Passende Neuerungen werden immer wieder zum Genre hinzugefügt. Manche Genres beinhalten mehrere solcher gleicher Merkmale. Trotzdem gibt es auch Spezifitäten, die ein Genre ausmachen. An diesen Genremerkmalen erkennen Zuschauer dann, durch abwägen nach Zahl und Zugehörigkeit der Merkmale, zu welchem Genre ein Film eines gezeigten Trailers gehört.

Weil sie sich ständig weiter entwickeln können jedoch nie alle Genrespezifitäten aufgelistet werden, weswegen die in meiner Arbeit auch nur einen Teil darstellen. Ist aber auch nicht nötig, da ja bereits ein paar Andeutungen für die Zuschauer genügen und jeder Film auch nur ein paar dieser Spezifitäten enthält. Außerdem ist trotz Zugehörigkeit zu einem Genre jeder Film einzigartig und muss auch nicht alle Genrespezifitäten enthalten.

Je nach Genre steigt die Wahrscheinlichkeit, dass manche Dinge eher passieren als andere. Das gilt für die Story, Stars, Farbgestaltung und Musik. Da der Trailer aus Teilen des Films gemacht wird, lassen sich diese Elemente auch auf ihn übertragen, d.h. Szenenwahl und Geräusche sind ebenfalls genrespezifisch. Darüber hinaus kommen noch Text und Sprecher im Trailer hinzu. Vor allem Text kann genrespezifisch gestaltet werden. Bei Sprechern gilt lediglich: je actionlastiger der Film, desto tiefer die Stimme. An diesen acht Trailerelementen und meinen fünf ausgesuchten Genrefamilien – Drama, Liebesfilm, Komödie, Action und Sciencefiction – habe ich Möglich-

keiten aufgelistet, wie Kinotrailer genrespezifisch gestaltet werden können.

Das Einzigartige der Genres bei der Story sind die zentrale Frage samt Handlung, ihre Vorhersagbarkeit, Konflikte, Charaktere, Zeit und Schauplätze – z.B. beim Sciencefiction. Anhand der im Trailer gezeigten Filmszenen kann die Story verdeutlicht werden. Bei der Szenenwahl sind Schnittrate, gezeigte Motive sowie zugehörige Geräusche genrespezifisch.

Bestimmte Stars spielen vornehmlich eine bestimmte Rolle, die in bestimmten Genres üblich ist. Allein durch ihren Einsatz weiß der Zuschauer dann: Es wird lustig ... oder traurig oder ...

Filme sind bereits mit einer bestimmten Farbdominanz gedreht. Hell, bunt und fröhlich sind eher Komödien. Dunkler sind spannende oder dramatische Filme. Sie arbeiten auch eher Ton-in-Ton oder mit Zweierbeziehungen. Gleiches gilt auch für Farben der Textcharts. Ob fett, geschwungen, fein oder starr, auch die Schriftarten, ihre Gestaltung und Animation unterstreichen noch einmal, um was es geht.

Genres sind stimmungsabhängig. Deswegen zählt auch die Stimmung erzeugende Musik als Genremerkmal.

Möglichkeiten, die es außerdem zum Thema Trailer noch gibt sind: Kinotrailer mit Fernsehtrailern vergleichen, die Zusammenarbeit aller

Kinowerbemittel wie Zeitungsinserate, Flyer, Plakate, Trailer, Aufsteller und Events im Kino selbst zu analysieren, den Teaser genauer und wie er mit dem Trailer zusammenarbeitet zu untersuchen, Trailer für Sequels und Prequels mit dem Originalfilm vergleichen, Fernsehshowtrailer oder Serientrailer können auseinander genommen werden, Zeiträume der Trailerentwicklung für die Analyse erweitert oder eingengt werden, man kann auch nur Kinotrailer von deutschen Filmen untersuchen oder Vergleiche zwischen verschiedenen Ländern anstellen – Frankreichs Trailer orientieren sich z.B. stark an der Produktwerbung, in Indien oder Japan sieht es wiederum ganz anders aus. Möglich wären auch Themen, die genauer beleuchten, welche Wirkungen die vielen Filminformationen auf die Kinogänger haben. Schließlich kann man auch über „Making-Of“-Trailer, Internetseiten und Zeitschriften Hintergrundinformationen oder ergänzende Informationen zum Film einholen.

Für das Thema Filmgenres könnte man Arbeiten schreiben über: ihre Entwicklung, d.h. wann waren welche Genres gefragt, Filmgenres im Vergleich zu denen in der Literatur, einzelne Filmgenres oder Elemente und deren Entwicklung im Trailer oder deren Darstellung in der Filmwerbung.

QUELLEN

BÜCHER

Bordwell, David: *Visual Style in Cinema – Vier Kapitel Filmgeschichte*, Hrsg. von Andreas Rost, 1. Auflage. Frankfurt a. M.: Verlag der Autoren, 2001

Doelker, Christian: *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart: Klett-Cotta, 1999

Faller, Adolf, neu bearbeitet von Michael Schünke: *Der Körper des Menschen*, 13. Auflage, Stuttgart-New York: Georg Thieme Verlag, 1999

Hediger, Vinzenz: *Verführung zum Film – Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*. Zürcher Filmstudien, Hrsg. Christine N. Brinckmann. Marburg: Schüren Presseverlag, 2001

Kandorfer, Pierre: *Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch-technische Grundlagen des Filmkunde*. Köln-Lövenich: Deutscher Ärzteverlag, 1978

Kanzog, Klaus: „Über die allmähliche Verfertigung der Worte beim Lesen. Lesen und Schreiben als filmische Wahrnehmung“. In: Friedrich, Hans-Edwin, Uli Jung: *Schrift und Bild im Film. Schrift und Bild in Bewegung*. Band 3. Hrsg. von Bernd Scheffer und Oliver Jahraus. Bielefeld: Aisthesis Verlag, 2002

Kinder, Ralf, Wieck, Thomas: *Zum Schreien komisch, zum Heulen schön – Die Macht der Filmgenres*. Bergisch Gladbach: Bastei Lübbe, 2001

Nickel, Ulrike: *Kinowerbung – Der Film vor dem Film*. Analyse. Frankfurt: M. Universal-Communication Media Intensiv GmbH, 1997

Paech Joachim: „Die Szene der Schrift und die Inszenierung des Schreibens im Film“. In: Friedrich, Hans-Edwin, Uli Jung: *Schrift und Bild im Film. Schrift und Bild in Bewegung*. Band 3. Hrsg. von Bernd Scheffer und Oliver Jahraus. Bielefeld: Aisthesis Verlag, 2002

Pöppel, Ernst: *Lust und Schmerz – Über den Ursprung der Welt im Gehirn*. München: Wilhelm Goldmann Verlag, 1995

- Pöppel, Ernst: *Grenzen des Bewusstseins*, Frankfurt: Insel-Verlag, 2000
- Rupprich, Ursula: *Geistige Fitness durch Gedächtnistraining*, 2. neu bearbeitete Auflage, Heidelberg: Hüthig Verlag, 1999
- Scholz, Marcus: *Die Drehbuchmacher. Eine theoretische und praktische Einführung in die Fernsehspiel dramaturgie*. Köln: Verlagsgesellschaft Köln, 1988
- Schwan, Stephan: *Filmverstehen und Alltagserfahrung – Grundzüge einer kognitiven Psychologie des Mediums Film*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag GmbH, 2001
- Schwegler, Johann S.: *Der Mensch – Anatomie und Physiologie*, 2. Auflage. Stuttgart-New York: Georg Thieme Verlag, 1998
- Thau, Martin: *Genres, Themen, Töne*. Lehrmaterial der Drehbuchwerkstatt München, 2002
- Wüsthoff, Klaus, Gisela Wüsthoff: *Die Rolle der Musik in der Film-, Funk- und Fernsehwerbung*. Edition Merseburger 1192. Berlin: Verlag Merseburger Berlin GmbH, 1978

ABSCHLUSSARBEITEN, STUDIENMATERIAL

- Esmeyer, Rainer: *Untersuchungen zu Filmtrailern*. Magisterarbeit, FU Berlin, Fachbereich Kommunikationswissenschaften. 1989 (Interview-Anhang Rainer Esmeyer mit Herrn Freund, Trailermacher bei Jugendfilm in Berlin, 4.Oktober 1989)
- Hediger, Vinzenz: *Verführung zum Film – Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*. Züricher Filmstudien 5. Dissertation. Hg. Christiane N. Brinckmann. Marburg, Schüren Verlag. 2001
- Grossmann, Frank-Joachim: Computergrafik, 2.Semester FH Schwäbisch Hall
- Kröber, Dietmar: Medienkonzepte/Projektmanagement, 1.Semester FH Schwäbisch Hall
- Mayer-Brennenstuhl, Andreas: Farbphänomenologie 2.Semester FH Schwäbisch Hall

ZEITSCHRIFTEN

Autor unbekannt: „So viele Farben“, *Cocoon*, 3 (2003): 28

Dahaene, Stanislas: „Hirnforschung Wahrnehmung – Zum Lesen geboren.“ *Spektrum der Wissenschaft*, Vol. 5 (2003): 70ff

Damasio, Antonio: „Wie das Gehirn Geist erzeugt.“ *Spektrum der Wissenschaft*, Vol.3 Rätsel Gehirn (2003): 6-11

Doelker, Christian: „Die semantische Tiefe von Bildern“. *Medienwissenschaft Schweiz*, 2 (2003): 64ff

Geisenhanslücke, Ralph: „Sitzen bleiben! Der Abspann oder was man verpasst, wenn man zu früh aus dem Kino geht.“ Ein kleiner Leitfaden zum Auftakt der 52. Internationalen Filmfestspiele in Berlin 2002. *DIE ZEIT* Nr.07 (2002)

INTERNET

Autor Unbekannt „Wahrnehmung und die Bandbreite des Bewusstseins“

http://www.homepages.compuserve.de/abswer/gesellschaft/b_bandb.html#ein (19.3.2004)

Chandler, Daniel „An Introduction to Genre Theory“. Anhang 2: Allgemeine inhaltliche Besonderheiten von Film und Fernsehen (Generic textual features of film and television) <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre1.html>. (19.3.2004)

Hahn, Tino: „Rezension“. <http://www.digitalvd.de/buecher/20.html> (9.6.2004)

Kremer, Martina: *Ars auditus – Akustik-Gehör-Psychoakustik*. „Die Wahrnehmung der Tonhöhe“; „Maskierungseffekte“; „Physiologie des Ohres“. http://www.dasp.uni-wuppertal.de/ars_auditus/ (30.5.2004).

Nagel, Ruven: „Die Wunderwelt der Lesetechniken, Wie lesen wir eigentlich?“ (verfasst am 19.10.2001) <http://www.e-fellows.net/de/public/show/detail.php/1960> (19.3.2004)

Seeßlen, Georg: „Warte bis es dunkel wird“. <http://www.zeit.de/2002/52/Kino>. (19.3.2004)

Spiegel, Simon: „Weisen der Welt Darstellung – Zu einer Theorie wunderbarer Filmgenres“. <http://www.simifilm.ch/liz.html>, (18.5.2004)

Vrääth, Öhner: „Happy Trails, Der Trailer als Spur eines künftigen Eindrucks“.
<http://kunsthalle.wuk.at/archiv/1999/trailer/ausstellung.htm>, Programm/Trailer (17.3.2004)
<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/gramtv.html>. (17.3.2004)
<http://www.amazon.com>
http://www.citydom.de/Infos/FSK_Info/fsk_info.html (19.3.2004)
<http://www.diplomarbeiten24.de/> (25.2.04)
<http://www.fdw.de/kosten/index.htm> (30.4.2004)
http://www.uia-europe.com/fdw-research/analysen/_ma2004pmi.html, Kinobesucher in der
MA 04.(30.4.2004)
<http://www.hausarbeiten24.de/> (25.2.04)
<http://www.imdb.com/Sections/Genres/> (25.2.2004)
<http://www.jahsonic.com/FilmGenre.html> (25.2.2004)
<http://www.moviemaze.de/media/trailer/#B> (17.3.2004)
<http://www.movieprop.com/tvandmovie/reviews/index.htm> (19.3.2004)
<http://www.mpaa.org/movieratings/about/index.htm> (30.3.2004)
http://www.spio.de/3FRAMES/ALT_FRG.HTM (25.2.2004)
http://www.spio.de/juschg_synopse.pdf . (25.2.2004)
http://en2.wikipedia.org/wiki/Genre_film_theory (17.3..2004)
http://en2.wikipedia.org/wiki/List_of_cinematic_genres (17.3.2004)
<http://www.filmeducation.org/secondary/StudyGuides/index.html> (26.3.2004)
<http://www.filmeducation.org/secondary/StudyGuides/teachingtrailers.pdf> (26.3.2004)
<http://www.filmeducation.org/secondary/StudyGuides/filmaudience.pdf> (26.3.2004)
<http://www.filmeducation.org/secondary/StudyGuides/popgenre.pdf> (26.3.2004)
<http://www.filmlexikon.de>, Serial u. Rätselplot (6.Februar 2004) Seite nicht mehr vorhanden
jetzt <http://www.bender-verlag.de/lexikon/index.php#> (14.6.2004)

INTERVIEWS

Bittner, Oliver: Interview über Fernsehtrailerproduktion bei RTL-Creation in Köln am 20.4.2004

Hediger, Vinzenz: Interview über Genrespezifität von Kinotrailern Universität Bochum am 11.5.2004

Neie, Erik: Interview über Sprache in TV-Kinotrailern inkl. Nachtrag. Werbeagentur Young & Rubicam, Frankfurt a.M. am 18.5.2004

Neie, Erik: Email-Nachtrag zum Interview, Auswahl der Musik am 24.5.2004

Bielefeldt, Regine: Email-Interview zum Thema Einführung von Charakteren bei Kinotrailern am 12.3.2004 (Drehbuchautorin)

Dittrich, Markus: Email-Interview zum Thema Einführung von Charakteren bei Kinotrailern am 10.3.2004 (Drehbuchautor)

Ehrmann, Beate: Email-Interview zum Thema Einführung von Charakteren bei Kinotrailern am 10.3.2004 (Drehbuchautorin, Dozentin)

Ericksen, Uwe: Email-Interview zum Thema Einführung von Charakteren bei Kinotrailern am 10.3.2004 (Drehbuchautor)

Schönherr, Peter: Email-Interview über TV-Kinotrailerproduktion am 14.5.2004

ANHANG

Abbildungsverzeichnis

Abb.1 Hörorgan mit Querschnitt durch Schneckenwindung. (nach Faller, Der Körper des Menschen. Thieme Verlag (S.645: Abb. 15.13.a u. S. 649: Abb. 15.17)

Abb.2 Behaltensquoten in % (nach Rupprich, U.: Geistige Fitness durch Gedächtnistraining, 2.A. Heidelberg: Hüthig Verlag, 1999, S.97, Abb.34)

Abb. 3 . Vergessenskurve (nach Rupprich, U.: Geistige Fitness durch Gedächtnistraining, 2.A. Heidelberg: Hüthig Verlag, 1999, S.81, Abb. 49):

Abb.4a-g Statistiken nach http://www.uia-europe.com/.../_ma2004pmi.html

Abb.5 Handlungsverlauf in der Franzschen Pyramide. (nach Kandorfer, P.: Lehrbuch der Filmgestaltung. Köln-Lövenich: Deutscher Ärzteverlag, 1978, S.167)

Abb. 6 Farbkreis (aus Mayer-Brennenstuhl, A.: Farbphänomenologie

Tabellenverzeichnis

Tab.1 Modi des Trailers (nach Hediger, V.: Verführung zum Film. Marburg: Schüren Presse-verlag, 2001 (S.41-50)

Tab.2 Modivergleich (nach Hediger, V.: Verführung zum Film. Marburg: Schüren Presseverlag, 2001 (S.41-50)

Tab.3 Strukturvergleich (nach Hediger, V.: Verführung zum Film. Marburg: Schüren Presseverlag, 2001 (S.41-50)

Tab.4 Fünf Genrefamilien

Screenshots

Auf der nächsten Seite sind Screenshots meiner Internetumfrage. Die gesammelten Zitate sind in Wesentliche Anhängsel

Screenshot der Startseite (deutsch), Umfrageseite, Erklärung und Startseite (englisch)



Die meisten in dieser Arbeit angesprochenen Trailer kann man sich unter
<http://www.moviemaze.de/media/trailer/#B> ansehen.

Hiermit versichere ich, die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und nur unter
Zuhilfenahme der angegebenen Quellen verfasst zu haben.