

# On-Air-Promotion

dt. manchmal: Eigenwerbung

Wenn Sender zwischen ihren Programmen oder in Werbeblöcken auf andere Programmangebote hinweisen, die im Programm des gleichen Senders in absehbarer Zeit (als nächstes Programm, als Abendprogramm an einem anderen Wochentag, als kommendes „Fernseh-Event“ o.ä.) ausgestrahlt werden, spricht man von „on-air-promotion“. In aller Regel werden dabei Zusammenschnitte des beworbenen Programmes verwendet, die mit Sprecherkommentaren unterlegt werden; es kommen aber auch Teaser und Trailer zum Einsatz, die – bei Spielfilmen – schon in der Kinowerbung verwendet wurden. Eigenwerbung nimmt heute einen gewichtigen Teil der Sendezeit ein, weil die Sender versuchen, Publika an sich zu binden und den „audience flow“ zu kontrollieren. Eigenwerbung dient drei Werbezwecken: (1) das einzelne TV-Movie als Programmereignis herausstellen, (2) den Programmplatz und seinen Titel („Der grosse TV-Roman“, „Der große SAT.1 Film“, „Fernsehfilm der Woche“, „Deutsches Kino“, etc.) bewerben sowie zugleich (3) das Sender-Image über Programmplatz und Programmereignis kommunizieren.

On-Air-Promotion nutzt die folgenden Typen resp. Funktionen von Trailern: *Event- oder Filmtrailer*, die ein Programmereignis ankündigen; *Reminder* kurz vor der Sendung, in verkürzter Form, wenn ein Trailer das Ereignis bekannt gemacht hat; *Teaser* als Hinweis am Ende einer Sendung auf die nach dem Werbeblock nächstfolgende (5-10 Sekunden), die wie „Cliffhanger“ eingesetzt werden; *Episodentrailer* bei Reihen oder Serien am Ende einer Folge, die auf die Handlung einer nächsten Folge hinweisen; *Produktionstrailer* („making of“), die meist als Magazinbeiträge ausgestrahlt werden; *Kombitrailer* oder *Blocktrailer*, die auf zwei aufeinanderfolgende Sendungen (oft verwandter Art) hinweisen; *Imagetrailer*, die bspw. ein Feiertagsprogramm bewerben, ohne im engen Sinne über einzelne Sendungen zu informieren.

Literatur: Müller, Eggo: „Minimovies“ – Trailer und On Air-Promotion für TV-Movies. In: *TV-Movies „Made in Germany“*. Struktur, Gesellschaftsbild, Kinder- und Jugendschutz. 1. Historische, inhaltsanalytische und theoretische Studien. Hrsg. v. Hans J. Wulff. Kiel: Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen (ULR) 2000, S. 43-70. – Park, Joo-Yeun: *Programm-Promotion im Fernsehen*. Konstanz: UVK 2004 (Medien und Märkte. 13.).

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/o:onairpromotion-2768>

Last update: **2012/10/13 17:35**

