

Trailer

Werbefilm, der unter Verwendung von Ausschnitten, Texteinblendungen, grafischen Elementen, Sprecherstimmen, Musik und Toneffekten die bevorstehende Kinovorführung eines Films ankündigt. Auch geläufig als Begriff für *Ankündigungsfilme* am Fernsehen und *Signetfilme* von Veranstaltungen wie Festivals.

Ursprünglich bezeichnet „Trailer“ (wörtl.: Anhängsel) einen Schwarzfilmstreifen, der zu Schutzzwecken am Ende von Filmkopien angeklebt wird. Mit dem Aufkommen der Filmserie in den USA um 1912 wird dieser Streifen auch für Werbemitteilungen verwendet, die am Filmende auf die nächste Episode verweisen. Um 1916, als der Langspielfilm in den USA zum Standardformat des Verleihs wird, etabliert sich der Name *Trailer* als Bezeichnung für Vorschauen, die aus Ausschnitten bestehen und unabhängig vom jeweiligen Film gezeigt werden. Kinotrailer dauern in der Regel 120 Sekunden und werden seit den Anfängen von Spezialfirmen hergestellt. Die Regisseure der Filme sind in der Regel von der Herstellung der Trailer ausgeschlossen. Trailer sind das wichtigste aller Filmwerbemittel, weil sie direkt ein Publikum von Kinogängern erreichen. Klassische amerikanische Trailer aus der Periode zwischen Mitte der 1910er bis Ende der 1950er Jahre stellen Stars und Spektakel in den Vordergrund und enthalten wenig bis keine Informationen zum Plot des Films. Seit Mitte der 1970er Jahre hingegen basieren die meisten Trailer auf Zusammenfassungen des Plots, die mit einem Cliffhanger enden und das Ende der Story offenlassen. Erklären lässt sich dieser Umbruch mit einem Funktionswandel: Hatten klassische Trailer noch die Aufgabe, das Publikum ins Kino zu locken, haben zeitgenössische Trailer die zusätzliche Aufgabe, jene Leute, für die der Film nicht gemacht ist, vom Kinobesuch abzuhalten. Seit Mitte der 1950er Jahre werden Filme für spezifische Zielgruppen produziert, und es gilt zu vermeiden, dass Besucher, die einen Film irrtümlicherweise anschauen, von diesem enttäuscht werden und negative Mundpropaganda betreiben. Denn am Ende ist es stets die Mundpropaganda, die über den Erfolg eines Films entscheidet; die Filmwerbung und der Trailer als zentrales Element jeder Werbekampagne vermögen nicht mehr, als dem Film eine faire Chance zu geben, sein Publikum zu finden.

Literatur: Hediger, Vinzenz: *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*. Marburg: Schüren 2001. – Hickethier, Knut / Bleicher, Joan: *Trailer, Teaser, Appetizer. Zu Ästhetik und Design der Programmverbindungen im Fernsehen*. Hamburg: LIT Verlag 1997.

Referenzen

[Fake-Trailer; Teaser](#)

From:

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

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/t:trailer-2072>

Last update: **2012/04/22 00:36**

