

Filmplakat erstellen

Inhalt und Zielsetzung des Projektes

Eine Mediengruppe setzt sich mit den Elementen und der Gestaltung eines Filmplakates auseinander. Die Wirkung des Plakats durch Bilder, Farben, Schriften und Formen wird thematisiert und mit (selbst recherchierten) Beispielen verdeutlicht.

Die Teilnehmenden lernen - mit einem Grafikprogramm oder einer App - gestalterische Elemente passend zum Inhalt ihres fiktiven oder realen Films zusammenzusetzen und ihr eigenes Plakat zu gestalten, um die gewünschte Zielgruppe anzusprechen. Sie setzen sich außerdem mit eigenen Präferenzen in Bezug auf Filmplakate und -genres auseinander.

Neben dem Einsatz dieses Projektes als rein künstlerisches Kreativangebot ist es möglich, dieses auch im Rahmen des Fremdsprachenunterrichts zu nutzen oder um eine bestimmte Thematik („Fridays for Future“ „Allein unter Mobbern“) zu bearbeiten und dazu ein Filmplakat zu erstellen. Die Einheit kann auch an einen Kinobesuch (Gestaltung eines eigenen Plakats zum Film) anschließen, hier sind die rechtlichen Aspekte (siehe unten) zu beachten, falls eine Veröffentlichung geplant ist.

Rahmen

Die ca. 4-stündige Einheit ist für Mediengruppen von bis zu 12 Teilnehmenden ab acht Jahren konzipiert. Die Gestaltung des Plakates findet in Kleingruppen statt, so dass am Ende der Einheit mehrere Produkte erstellt werden.

Tipp: Falls alle Teilnehmenden der Gruppe im Vorfeld einen eigenen gemeinsamen Film erstellt haben, für den ein Filmplakat angefertigt werden soll, bietet es sich an, in Kleingruppen mehrere Plakate zu gestalten, die den einen Film „bewerben“ können.

Technik und Material

Pro Gruppe von bis zu 3 Personen sollte ein IOS oder Android Tablet (mit z.B. Photogrid, Canva) oder Computer (mit Photoshop, GIMP oder dem Onlineangebot von Canva) für die Bearbeitung zur Verfügung stehen. Einige Programme/Apps benötigen durchgehend eine funktionierende Internetverbindung, diese sollte vor dem Angebot getestet werden. Eine Fotokamera zum Anfertigen von Bildern und Übertragungsmöglichkeit wird bei der PC-Nutzung zusätzlich benötigt, diese können sich die Kleingruppen teilen. Ein Greenscreen ist für das Anfertigen eigener Fotos sehr praktisch, da die Protagonisten dann passend zum Genre vor ein entsprechendes Szenario gesetzt werden können.

Tipp: Wird ein Plakat für einen selbstgedrehten Film erstellt, ist es wünschenswert, Screenshots aus dem Film exportieren zu können (je nach Bedarf). Im Optimalfall wurden bereits bei den Dreharbeiten Fotos der wichtigen Szenen oder Protagonisten angefertigt (Hierzu kann die Fotofunktion der Tablets genutzt werden, die Bilder haben dann eine deutlich bessere Auflösung als die Screenshots, was gerade für den Druck in einem größeren Format von Vorteil ist).

Tipp: Eine Kurzanleitung zu PhotoGrid findet man [HIER](#)



Canva



PhotoGrid

Wenn möglich, ist es schön, für die Teilnehmenden einiges an Verkleidung und Utensilien (Hornbrille, Bart, Handtasche, Perlenkette, Regenschirm, Fächer o.ä.) bereit zu halten. Man kann die Teilnehmenden auch im Vorfeld bitten, solches Equipment mitzubringen.

Hinführung zum Thema

Die Leitung hat mehrere Filmplakate zu unterschiedlichen Genres besorgt (im Vorfeld ein Kino bitten, alte Plakat zu sammeln oder bei einer Videothek nachfragen) oder ausgedruckt, diese liegen verteilt im Raum. Die Teilnehmenden werden gebeten, sich die Plakate unter folgender Fragestellung anzusehen: „In welchen Film würdet ihr gehen? In welchen auf keinen Fall und warum?“. Wer mag, kann seine Ansicht, Einschätzungen und Gedanken zu einzelnen Plakaten mit den anderen teilen.

Bitten Sie anschließend die Gruppe, sich zu überlegen, in welche grundlegenden Elemente die Plakate geteilt werden können. Die Elemente sollten sich auf den meisten Plakaten wiederfinden. Notieren Sie die Elemente auf einem Flipchart.

Elemente, auf die die Gruppe kommen sollte sind:

- Text (Überschrift, Untertitel/Slogan, Namen, Produktionsinformation) und Schriftart
- Foto/Hintergrund/Eyecatcher
- Icons/Symbole/Grafiken
- Werbung/Kommentar zum Film einer Zeitung

Variante: Bitten Sie jedes Gruppenmitglied, zu ihren drei Lieblingsfilmen die Plakate zu recherchieren und zu speichern. Drucken Sie die Bilder nach Möglichkeit aus. Besprechen Sie anschließend folgende Fragen in der Gruppe:

- Wärest du in den Film gegangen, wenn du nur das Plakat gekannt hättest?
- Gibt das Plakat den Inhalt bzw. die Stimmung des Films passend wieder?
- Welches der anderen Plakate findest du so ansprechend, dass du gern den Film sehen würdest? Kannst du sagen, was genau dir an dem Plakat gefällt?

Anschließend setzen Sie die Einheit mit den Fragen nach den Elementen eines Plakats, wie oben beschrieben, fort.

Plakat ohne Film? (Falls ein Film vorhanden ist, wird dieser Punkt übersprungen)

Für eine medienpädagogische Einheit zur Gestaltung eines Filmplakates muss nicht unbedingt im Vorfeld ein Film gedreht worden sein. Die Teilnehmenden können in Kleingruppen (bis zu 3 Personen) selbst überlegen, zu welchem Genre/Inhalt sie ein Plakat erstellen möchten. Hierfür muss keine komplette Story entwickelt werden, nur der äußere Rahmen sollte geklärt werden. Fragen, auf die die Gruppe eine Antwort erarbeiten sollte, können sein:

- Zu welchem Genre (siehe Kapitel Genre) gehört euer Film?
- Wie heißt der Film?
- Welcher Slogan gehört dazu?
- Wer sind die (verkleideten) Protagonisten?
- In welcher Zeit spielt euer Film?
- In welcher Umgebung spielt euer Film?

Die Antwort sollten die Teilnehmenden schriftlich festhalten, so gibt es später keine Diskussionen über wechselnde Protagonisten, andere Inhalte, Settings und so weiter.

Tipp: Falls Kostüme und weitere Requisiten genutzt werden können, sollten diese bereits während der Ideenfindung zugänglich sein, um die Kreativität und Ideenfindung anzuregen.

Das Genre

Ob Action, Drama, Horror, Komödie oder Romantik – fast jeder Film lässt sich einem Genre zuordnen. Am klassischen Filmplakat lässt sich das Genre häufig bereits erraten, so kann die Festlegung des Genres auch Ihre Gruppe bei der grundlegenden Gestaltung unterstützen.

Webtipp: Auf dieser Seite wurden Filmplakate nach grafischen Gestaltungsmitteln zusammengestellt. <https://www.watson.ch/Front/articles/549531900-Nach-diesem-Artikel-werden-Sie-Filmplakate-mit-v%C3%B6llig-anderen-Augen-sehen>

Auf folgender Seite findet man eine Aufzählung zahlreicher Genre und die Zuordnung verschiedener Filme in diese Kategorien

<https://www.tvspielfilm.de/genre/>

Überlegen Sie mit den Teilnehmenden, welche Genres sie kennen und welches am besten zu ihrem Film passt. Unterstützende Fragen können hier sein:

- Ist euer Film lustig?
- Gibt es böse und gute Personen?
- Ist der Film besonders gruselig?
- Gibt es sehr schnelle Schnitte und eine Verfolgungsjagd?
- Passieren Dinge, die in der realen Welt nicht möglich wären?
- Gibt es eine (nicht gut endende) Liebesgeschichte? (Drama/Romantikfilm)

Natürlich gibt es auch Filme, die sich nicht fest einem Genre zuordnen lassen wie zum Beispiel Experimentalfilme. Hier sollte die Gruppe im Anschluss überlegen, wie man die Inhalte ansprechend in Bild und Text visualisieren kann, um die gewünschten Zuschauer zu erreichen.

Bitten Sie nun die Kleingruppen, sich spezifisch mit den einzelnen Elementen ihres Plakats auseinanderzusetzen und zu entscheiden, wie diese aussehen können. Die Elemente können auch im Einzelnen noch einmal besprochen werden (Informationen in den folgenden Punkten), so dass sich die Gruppenmitglieder ein konkreteres Bild davon machen können, wofür diese stehen.

Die verschiedenen Plakatelemente

Das Bild – der Eyecatcher

Haltung und Position

Mit (meist vollformatigen) Bildern bekommt man einen ersten Eindruck von dem Film, die Stimmung wird verdeutlicht. Darüber hinaus stellt das Bild auch die Protagonisten vor, deren Haltung und Positionierung lässt häufig erkennen ob sie zu den „Guten“ (selbstbewusst im Vordergrund) oder „Bösen“ (versteckt, gebückt eher im Hintergrund/Verborgenen) gehören, ob sie mutig und forsch sind oder unterdrückt werden. Bei Bildern, auf denen mehrere Personen dargestellt sind, können

auch Konflikte bereits verdeutlicht werden (z.B. indem sie sich gegenüberstehen oder eine Person auf eine andere hinabblickt).

Farbstimmung

Durch die hauptsächlichliche Farbgebung des Bildes kann auch die Grundstimmung des Films (fröhlich, frei, naturbezogen oder düster, bedrohlich) vermittelt werden. Gelb, helles Orange und hellgrün vermitteln eher eine positive Grundstimmung (Roadtrip, Freundschaftsfilm), blau, schwarz und starke Kontraste vermitteln eher Action und Spannung. Mit Hilfe von Filtern kann ein Bild auch nachträglich eingefärbt und verändert werden. Hierbei ist darauf zu achten, dass Filter nur dann zum Einsatz kommen sollten, wenn sie für die Aussage des Bildes wichtig sind.



Beispiele für Farbgebung & Stimmung

***Tipp:** Wenn die Teilnehmenden die Fotos für ihr Plakat erstellen, sollten sie angeleitet werden, sich für die Erstellung viel Zeit zu nehmen und auch auf kleine Details (störende Objekte im Hintergrund, Haltung von Kopf und Hand) zu achten. Requisiten können ebenfalls die Aussage des Plakats untermauern.*

Der Titel – Inhalt, Form und Gestaltung

Neben dem Bild fällt der Blick des Betrachters zuerst auf den Titel des Films. Dieser sollte daher wohlüberlegt werden, oft ist ein kurzer Titel griffiger. Ein langer Titel, der gut lesbar das Bild bedeckt ist eine Alternative dafür. Der Filmtitel sollte natürlich auch auf den Inhalt des Films hinweisen, mit dem Einsatz eines passenden Adjektivs kann hier viel erreicht werden („Der mutige Gärtner“ „Die wütende Rentnerin“ „Wilde Freundschaft“). Der Filmtitel hat in erster Linie die Aufgabe, dem Betrachter ein Gefühl für den Inhalt zu vermitteln und ihn auf den Film neugierig zu machen. Falls mehr Information übertragen werden sollen, kann mit einem Untertitel (Siehe „Weitere Schriftarten“) gearbeitet werden.

Bei der Wahl der **Schriftart für den Filmtitel** muss sichergestellt sein, dass diese problemlos auch aus etwas größerer Entfernung lesen werden können. Hierfür sorgen neben der Größe der einzelnen Buchstaben auch ein starker Kontrast zum Hintergrundbild sowie eine gut entzifferbare Schriftart.

Bei der Bearbeitung eines Plakats am PC kann im Internet nach einer passenden Schriftart gesucht werden, diese wird dann heruntergeladen, installiert und kann im Anschluss in jedem Programm genutzt werden („Rechtliches“ beachten). Wird das Plakat mit einer App gestaltet, können meist nur die in der App voreingestellten Schriftarten genutzt werden. Diese sind jedoch in der Regel vielfältig und bieten ebenfalls eine Fülle an Gestaltungsspielraum.

Unterstützen Sie, wenn nötig, die Gruppen beim Heraussuchen einer passenden Schriftart. Auf www.dafont.com können Sie viele Schriftarten vergleichen. Zusätzlich bietet die Seite die Möglichkeit, dass man sich direkt einen Wunschttext in den thematisch geordneten Schriftarten anzeigen lässt. Das macht Sinn, da die Buchstaben ä, ö, ü und ß nicht in jeder Schriftart vorhanden sind (vgl. Reihe eins und drei im Screenshot).



Weitere Schriften

Neben dem Titel finden sich auf einem Plakat viele weitere geschriebene Elemente, wie zum Beispiel der Untertitel/Slogan, die Namen der Schauspieler, die Informationen über das Produktionsteam oder eine Filmkritik einer renommierten Zeitung.

Tip: Weitere Informationen zur Typografie im Film finden sie auch auf: <http://www.filmposter-archiv.de/typografie.php>

Ebenso wie beim Titel sollte, neben dem eigentlichen Inhalt, auch beim Untertitel besonderes Augenmerk auf die Gestaltung gelegt werden. Er sollte stilistisch zum Titel passen, muss aber nicht in



derselben Schriftart geschrieben werden. Hat der Film einen kurzen Titel, ist es üblich, dass dieser recht extravagant gestaltet ist, der längere Untertitel passt dann in einer schlichteren Schriftart dazu:

Die Informationen über Schauspieler oder Produktion (Credits) werden in der Regel deutlich kleiner und mit recht geringer Laufweite (Abstand zwischen den Buchstaben) gedruckt, um Platz zu sparen. Schriftarten, die bereits entsprechend aussehen tragen oft den Zusatz „condensed“ (verdichtet).

Tip: Hier finden sich 26 Condensed Schriftarten zum kostenfreien Download <https://www.dtelepathy.com/blog/resources/26-free-condensed-fonts-to-propel-your-next-project>

Die Credits werden oft auch nicht mit kompletter Deckkraft, bzw. mit einem geringeren Kontrast abgedruckt, um nicht von den wichtigeren Informationen des Plakats (Bild, Titel) abzulenken.

In dem Bereich der Credits am unteren Bildrand kann sich die Mediengruppe auch einige Scherze erlauben, da diese nicht direkt ins Auge fallen (Catering - Hugos Pizza Dienst | Produktionsleiter - Käpt'n Schwimmflügel usw.). Die Credits werden in der Regel nicht mit Doppelpunkten sondern mit



Bindestrichen (-) oder „|“ voneinander getrennt. Die Credits können bei geförderten Medienprojekten auch durch die Logos der Förderer ergänzt werden.

Zusätzliche Schriftelemente, wie zum Beispiel die Aussage aus einer Filmkritik („Der trockenste Humor, der je im Kino zu sehen war!“) sollen Aufmerksamkeit erregen und werden deshalb in der Regel in farblich, abgesetzten Elementen gedruckt.

Die meisten geschriebenen Elemente eines Plakats sind zentriert gesetzt, Blocksatz kommt so gut wie nie zum Einsatz. Befindet sich eine Kritik am linken oder rechten Bildrand, kann diese links- bzw. rechtsbündig gesetzt

werden.

***Tipp:** Achten Sie in der Arbeit mit den Mediengruppen darauf, dass diese ihr Plakat nicht komplett „zukleistern“. Gezielt eingesetzte Elemente, um die sich freie Flächen befinden, was den Blick des Zuschauers hierauf lenkt, wirken meist besser als überladene Plakate.*

Export und Veröffentlichung der Plakate

Wenn die Plakate erstellt (und auf Rechtschreib- sowie Grafikfehler kontrolliert wurden), steht der Export aus dem Grafikprogramm bzw. der App an. Falls es hier unterschiedliche Exportqualitäten gibt, sollte immer die Höchste gewählt werden, vor allem dann, wenn ein Ausdruck der Plakate vorgesehen ist. Kann man die Auflösung wählen, ist man mit einer Auflösung von 300 dpi (egal bei welcher Din Größe) auf der sicheren Seite.

Für die Veröffentlichung bieten sich anschließend verschiedene Möglichkeiten an. Es ist in jedem Fall wünschenswert, dass die Teilnehmenden ihr Produkt mit nach Hause nehmen können, z.B. als Datei auf einem USB-Stick/Smartphone oder als (möglichst farbiger) DIN A4 Ausdruck.

Für eine öffentliche Präsentation der Plakate (z.B. im Rahmen einer Ausstellung oder zur Dekoration der Wände während der Film Premiere) sollten diese deutlich größer, z.B. in DIN A2 ausgedruckt werden. Eine Papierstärke von > 250g/qm ist empfehlenswert, damit die Plakate nicht knittern.

Rechtliches

Je nachdem, ob eine Veröffentlichung der Produkte geplant ist und mit welchen Programmen und Inhalten die Gruppe arbeitet, ist es wichtig, die rechtliche Lage zu kennen und die Rechte anderer Urheber nicht zu verletzen. Dies gilt insbesondere für:

Bilder: Sollten die Teilnehmenden ein Plakat zu einem bestehenden kommerziellen Kinofilm erstellen wollen, ist es nahezu unmöglich an frei zu nutzende Bilder zu gelangen. Die Teilnehmenden müssen dafür sensibilisiert werden. Auch Titel und Untertitel von bekannten Filmen sind übrigens geschützt und dürfen nicht einfach so verwendet werden.

Auch wenn die Teilnehmenden zu einem eigenen, fiktiven Film ein Plakat erstellen und zum Beispiel „Weltall“ in die Bildersuche eingeben, um ihre Protagonisten entsprechend zu platzieren, müssen Bilder mit sogenannten CC-Lizenzen verwendet werden. Diese finden Sie am einfachsten über die Seite: <https://search.creativecommons.org/>

Eine umfangreiche Sammlung an freien Bildern mit CC0 Lizenz bietet [Pixabay](https://pixabay.com)

Schriftarten: Sollten Sie aus dem Internet eine für das Plakat passende Schriftart herunterladen, muss diese frei (oder bei nicht kommerzieller Nutzung zumindest „kostenlos für privaten Gebrauch“) sein.

Veröffentlichung: Wollen Sie die Plakate, die Abbildungen oder Namen der Protagonisten enthalten, veröffentlichen (z.B. in einer Ausstellung oder auf einer Homepage) benötigen Sie hierfür die Einverständniserklärung von den Teilnehmenden und deren Eltern. Auch wenn weder Teilnehmende noch deren Namen zu sehen sind, müssen sie ebenfalls einer Veröffentlichung zustimmen, da sie die Urheber der Werke sind.

Weitere Informationen zum Thema Urheberrecht finden Sie auf: <https://www.wer-hat-urheberrecht.de/> oder unter www.klicksafe.de – Broschüre „Nicht alles was geht, ist auch erlaubt“.