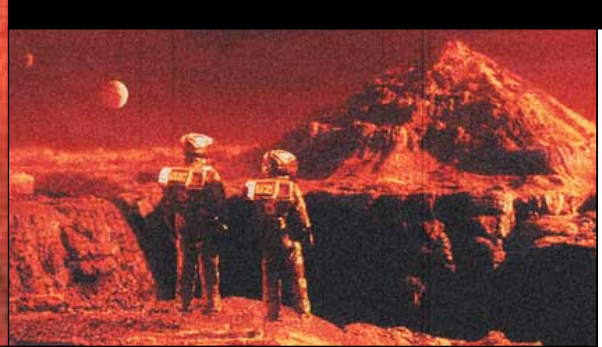
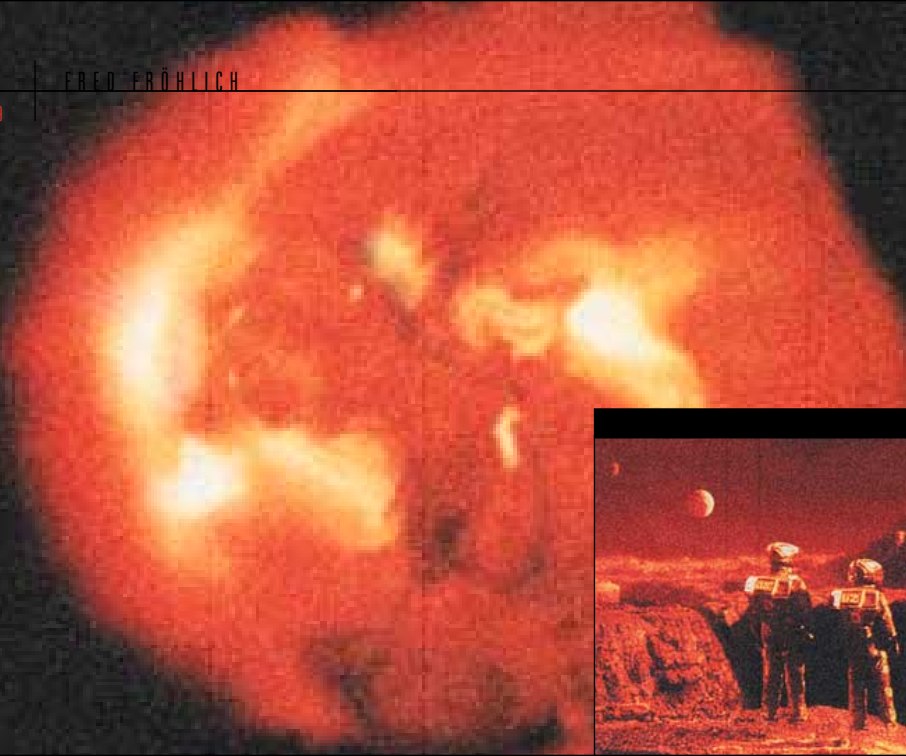


AUSZUG AUS >PAGE< HEFT 10/1999 SEITEN 72-73

VERÖFFENTLICHUNG MIT FREUNDLICHER GENEHMIGUNG DES MACUP-VERLAGES



Bewegte Stills

Der Designer und Medienkünstler Fred Fröhlich entwickelte einen **Trailer** für einen fiktiven Film, indem er **Bilder aus TV-Zeitschriften** reanimierte

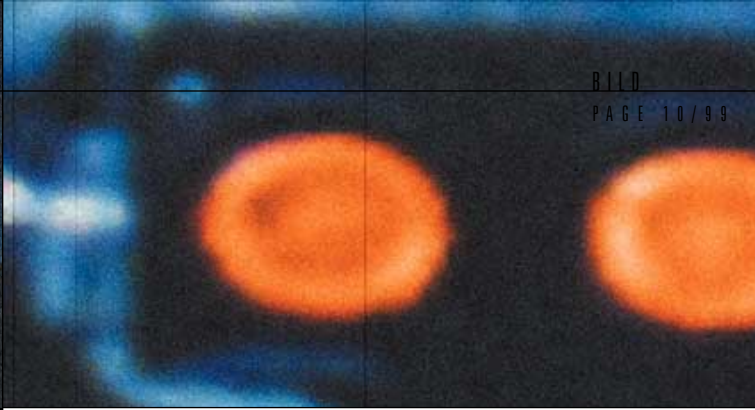
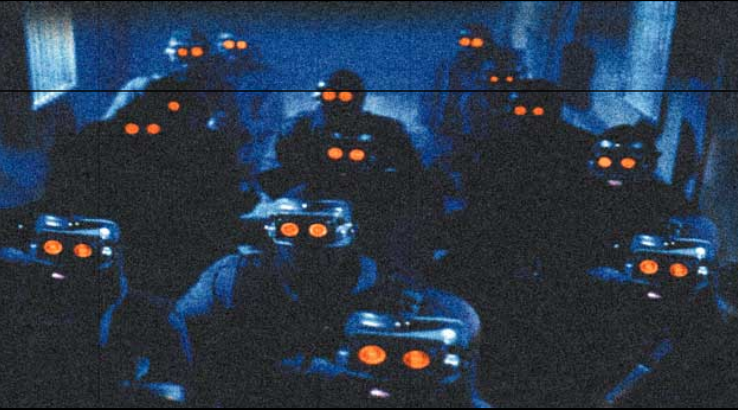
■ **Explodierende Autos**, herabstürzende Menschen, funkenspeiende Revolver – eine gewisse Absurdität weisen die meisten Actionfilm-Trailer auf: Die Handlung verdichtet sich zu einem so rasanten Stakkato von Höhepunkten, daß der Betrachter kaum erkennt, was er sieht. Es bleibt nur eine diffuse Erinnerung an jede Menge Action.

Noch stärker, wenn auch weniger sinnbetäubend, verdichtet sich das Ganze in der Printvariante der visuellen Appetizer: In der TV-Programmzeitschrift dient jeweils ein einziger Film-Still als Anmacher, der mit unzähligen anderen konkurriert. Auch hier: Explosionen, Flammen, Abstürze. Die unbewegten Bilder, die gerade durch ihre Klischeehaftigkeit und Austauschbarkeit im Kopf des Betrachters einen Film aus bereits Gesehenem ablaufen lassen, übten auf Fred Fröhlich, Fotograf, Grafik-Designer und Medienkünstler aus Halle (vergleiche PAGE 5/97, Seite 12 f.), eine besondere Faszination aus: Er reanimierte die Stills auf digitalem Weg und entwickelte daraus dann einen Trailer für einen imaginären Actionfilm.

Aus seiner TV-Magazinsammlung (Favorit: „TV Spielfilm“) wählte er rund 200 Motive, scannte sie und zerschnitt sie in Photoshop, wobei er etwa Menschen und Feuersbrünste voneinander trennte. Er importierte die Elemente in After Effects, ordnete sie neu an und animierte sie. So entstand aus dem einzelnen Bild eines explodierenden Trucks eine ganze Sequenz. Gezielte Eingriffe verstärkten die Wirkung: „Damit die Flammen nicht so platt aussehen, legte ich sie in mehreren Ebenen übereinander“, erklärt Fröhlich. Zwei Monate Arbeit steckte er in das Projekt – ein 45 Sekunden kurzer Trailer mit dem Titel „re animation“ kam dabei heraus. Das Ganze ist musikalisch untermalt, wobei er akustische und visuelle Effekte aufeinander abstimmte.

Die imaginäre Handlung beginnt in einem Operationsaal, spielt dann auf dem Highway. Eine kurze Schießerei sorgt für eine weitere Steigerung der Spannung, bevor





Linke Seite oben: Das erste Bild stammt aus einer Reportage über die Sonne. Ihre wabernde Erscheinung erhielt sie in After Effects. Damit löste Fröhlich auch die Außerirdischen in Luft auf und animierte den Mond. Rechte Seite oben: Die herangezoomten Augen brachte er zum Flackern, indem die unterlegte Musik die Bildparameter steuert

schließlich der Truck explodiert und alles in Flammen aufgeht. Zwischendrin sieht man den weißen Hai kurz aus den Fluten auftauchen, ein Mann geht unter, dann erscheint eine Reihe außer- beziehungsweise postirdischer Wesen vor einer Kraterlandschaft, und zum Schluß blickt der Zuschauer in geheimnisvolle Augen, die in der Manier von Mystery-Filmen glühen.

Erstaunlicherweise wirkt diese Zusammenfassung einer nicht existierenden Filmhandlung nicht weniger zusammenhangslos als jeder normale Fernsehtrailer. Fred Fröhlich hat sich Struktur, Schnittrhythmus und Ästhetik von Trailern genau angeschaut und seine Beobachtungen brillant umgesetzt. Ironie kommt dadurch ins Spiel, daß dieser Actionfilmtrailer aus seiner Low-Tech-Natur keinen Hehl macht. Trotz vielschichtiger Flammen haben die bewegten Bilder teilweise den Charme alter Monty-Python-Trickfilme: Die in Photoshop freigestellte Flosse des weißen Hais könnte auch mit der Papierschere ausgeschnitten sein. Durch die ironische Distanz lenkt Fred Fröhlich den Blick auf die Absurdität und Effekthascherei gewöhnlicher Trailer und regt zum Nachdenken über die aktuelle Bildkultur von Kino und Fernsehen an.

So entschied Fröhlich denn auch, daß sein Film, der im Rahmen der Ausstellung „Verlängerte Frohe Zukunft“ in Halle entstand, nicht im Museum ausgestrahlt werden sollte, sondern dort, wo Trailer an der Tagesordnung sind: im Kino. „Für mich stand von vornherein fest, daß ich ‚re animation‘ nicht in einem Programmkino vor einem kleinen

Publikum zeigen wollte, sondern in einem wirklich großen Kino“, erklärt Fred Fröhlich, der sich auch in anderen künstlerischen Projekten bereits mit dem Thema Alltagskultur auseinandergesetzt hat. Das Cinemaxx in Halle machte die Präsentation seines Films dann auch unter Realbedingungen möglich: Der auf 35-Millimeter-Filmmaterial belichtete Trailer wurde einen Monat lang in allen Vorführungen zwischen Werbe- und Trailerblock eingespielt.

Die Ernüchterung, die sich beim Ansehen manch eines Films im Vergleich zum Trailer einstellt – außer den in der Ankündigung virtuos zusammengeschnittenen Highlights nichts als Durststrecken und Tiefpunkte – bleibt dem Zuschauer bei Fred Fröhlichs „re animation“ erspart. Denn, was der Trailer ankündigt, gibt’s ja nicht in Wirklichkeit. Oder etwa doch? Sein 45 Sekunden-Film ist die ultrakurze Geschichte des durchschnittlichen Fernseh- und Kinoprogramms, und das steckt bekanntlich voller Enttäuschungen. Wer den eigentlichen Film zu Fröhlichs Trailer sehen will, kann dies allabendlich tun, indem er quer durch die unzähligen Kanäle zappt – irgendwo explodiert immer gerade ein Truck.

jn ■



Obere Bildreihe: Das Wasser baute Fred Fröhlich in zwei Ebenen auf, zwischen denen er die Figurenebene anlegte. Durch einen Schnitt in der obersten Wasserschicht schiebt sich beispielsweise der Kopf des Mannes auf und nieder, bevor er versinkt. Untere Bildreihe: Per Skalieren vergrößerte der Designer den Truck, dann drehte er ihn und legte mehrere Flammenebenen darüber. Die Figuren im letzten Bild stammen aus einem anderen Film – diese Transplantation machte wenig Mühe, da das Licht hier ohnehin sehr ähnlich war

