

Promo-Kostuming

Englisch: Promo Costuming

ART

Kostüm speziell für Werbefotos und Trailer mit Bezug zur Geschichte design — Farben intensiver, Schnitte fotogener als Filmkostüm. Meist mit Studio-Lighting abgestimmt.

Im Filmkostüm sitzt der Schnitt locker, atmungsaktiv, realistisch — auf den Setfotos für die Presse wirkt es oft flach. Das ist kein Zufall: Promo-Kostuming folgt anderen Regeln als das, was vor der Kamera läuft. Während ein Filmkostüm dramaturgisch funktionieren muss (Bewegungsfreiheit, Authentizität der Szene, Langzeitragekomfort), ist Promo-Kostuming reine Kommunikation: Es muss in 0,3 Sekunden lesbar sein, eine Story vermitteln und im kleinformatigen Instagram-Thumbnail noch Wirkung haben. Häufig entstehen zwei oder sogar drei Versionen desselben Kostüms. Die Film-Version sitzt locker, atmungsaktiv, realistisch. Die Promo-Version folgt anderen Prioritäten: Farben sättigen stärker, Silhouetten werden geschärft, Schnitte weniger funktional, mehr grafisch. Ein olivgrüner Anzug im Film wird im Promo tannengrün mit Kontrastpaspel. Ein einfaches Leinenkleid bekommt für Promo geometrische Nähte oder eine andere Kragenlösung, die unter Studio-Blitzen trägt. Die Denkweise orientiert sich an Grafik-Design-Kategorien, nicht an Drama-Kategorien. Die Beleuchtung ist dabei ein stiller Partner. Während am Set mit Tageslicht und Key-Lights gearbeitet wird, arbeitet der Promo-Fotograf mit standardisierter Lichtsetzung — klassisch 3-Punkt oder Butterfly-Setup. Das bedeutet: Texturen, die im Film subtil sind, müssen bei gleichmäßiger Ausleuchtung noch Tiefe haben. Reflektive Stoffe funktionieren plötzlich besser als matte. Ein monochromes Kostüm braucht Layering-Details, um nicht zur Silhouette zu werden. Kontrastlinien — Nähte, Knöpfe, Schnüre — werden zum gestalterischen Werkzeug. In der Praxis bedeutet das: Schon während der Entwurfsphase wird geklärt, welche Szenen fotografiert werden. Actionsequenz im Film? Promo zeigt dann oft eine statischere Pose, bei der Bewegungsfreiheit keine Rolle spielt. Details werden gezielt an Stellen platziert, die die Kamera von vorne und in Dreiviertelperspektive erfasst. In Tests mit Stylist und Fotograf zeigt sich, was theoretisch gut aussieht und was nicht hält: Ein gesättigtes Petrol-Blau kann unter weißem Blitz zu hart werden. Ein feines Muster verschwindet. Diese Erfahrungen formen die Spezialisierung im Promo-Kostuming.