

Ad in

von engl.: *advertisement in*

Im deutschen Fernsehen unübliche Splitscreen-Variante: Die sieben Sekunden langen Werbe-Spots werden dabei direkt in die laufende Sendung eingeblendet; der Werbefilm nimmt etwa zwei Drittel des geteilten Bildschirms ein, auf dem restlichen Drittel läuft die eigentliche Sendung des Programms weiter. Zwar sichert allein schon diese Bildstrategie höchste Aufmerksamkeit, doch wird zudem noch darauf geachtet, Dinge zu bewerben, die zu Inhalt, Stil und Zielgruppe der Sendung passen (sogenannte „programmaffine Produkte“). Ad-Ins gibt es – als „Werbungen in Werbungen“, „Werbungen in Webseiten“ etc. – vor allem im Internet.

von: [Heinz-Hermann Meyer](#)

From:

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

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/a:adin-4855>

Last update: **2021/11/23 17:36**

