

Ad out

von engl.: *advertisement out*

Splitscreen-Variante, im deutschen Fernsehen meist als Eigenwerbung: Der Spot, der für die beworbene Sendung wirbt, wird in den Abspann einer Sendung integriert – auf dem Großteil des Bildschirms läuft die Werbebotschaft, dennoch kann der Zuschauer in einem Rahmen die Informationen des Abspanns verfolgen. Eine Variante ist das Übersprechen eines Abspanns mit der Werbung für eine andere Sendung. Hintergrund-Annahme für die Ad-Out-Werbungen ist die Annahme, dass die Aufmerksamkeit des Zuschauers am Ende von Filmen oder Sendungen zurückgenommen wird und er in eine Informations-Such-Haltung übergeht. Er will sich neu orientieren und ist darum besonders offen für Werbebotschaften.

von: [Ansgar Schlichter](#)

From:

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

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/a:adout-4883>

Last update: **2021/11/23 17:50**

