

Werbespot

auch: Werbefilm; engl.: *commercial, advertising spot, advertisement spot*; oft nur kurz: *spot, ad[vertisement]*

Selten mehr als 90sec (als Standardlängen gelten: 10, 20, 30 und 60sec) lange Kurzfilme, die für Firmen und Institutionen, Produkte oder Kampagnen werden und im Kino vorgeführt bzw. im Fernsehen oder im Radio ausgestrahlt werden. Spots sollen Einstellungen beeinflussen, positive Images verbreiten und den Bekanntheitsgrad insbesondere von Firmen vergrößern. Gegenüber Print-Werbung wird oft angenommen, dass die Kombination mehrerer Sinneswahrnehmungen eine stärkere und intensivere Aktivierung der Konsumenten bewirke.

Literatur: Dörner, Andreas / Schicha, Christian (Hrsg.): *Politik im Spot-Format. Zur Semantik, Pragmatik und Ästhetik politischer Werbung in Deutschland*. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften 2008. – Wyss, Eva Lia: Erzählen in bewegten Werbebildern. Narrative Muster und Logiken des Werbens zwischen Story und Produkt. In: *Bildlinguistik : Theorien - Methoden - Fallbeispiele*. Hrsg. von Hajo Diekmannshenke, Michael Klemm u. Hartmut Stöckl. Berlin: Schmidt 2011, S. 279-301.

Referenzen

Werbefilm

From:

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

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/w:werbespot-8628>

Last update: **2014/10/29 20:04**

