

# TV-ImageSieger

## Meridol Mundhygiene

20 Sek. | on air ab 1.6.2021 | Score 109,7

Gesamt-  
sieger



Sehen Sie alle Spots online  
unter [regal.at/spots](https://regal.at/spots)



## Bio Austria

30 Sek. | on air ab 1.6.2021 | Score 106,5

Image-  
kriterium:  
sympathisch  
55 %\*

Image-  
kriterium:  
modern  
36 %\*

## THOZI Vital Drink

30 Sek. | on air ab 1.6.2021 | Score 66,2



## Galbani Mozzarella

15 Sek. | on air ab 9.6.2021 | Score 105,6

Image-  
kriterium:  
Regt zum  
Kauf an  
40 %\*

Der SujetFOCUS-Test hat sich mit über 1.700 getesteten Sujets und rund 20.000 persönlichen Interviews pro Jahr zum führenden Instrument der ex-post Analyse von Werbeaktivitäten im TV, Print, Hörfunk, Plakat, Prospekt und Infoscreen durchgesetzt. Der Sieger des Monats errechnet sich mittels des Gesamtscores, also der Kombination der SujetFOCUS-Kerngrößen Recognition, Gefälligkeit und Markenimpact. Zudem erhebt das FOCUS-Institut auch das Image der Sujets.



\* Die Imagechampions sind jene Sujets, die im Monat die höchste Zuordnung des jeweiligen Kriteriums erzielen konnten.

Anbei finden Sie die TV-Champions und die Imagesieger im Bereich FMCG exkl. Handel vom est-Zeitraum 28.06. – 06.07.2021

Auf Grund der COVID-19 Situation steht bis auf Widerruf für die SUJETFOCUS-Werbemittelabfrage ausschließlich das Medium Online (CAWI/Sample 500) zur Verfügung.

Methode: Befragt werden 500 Personen (CAWI) ab 15 Jahren. Die Stichprobe ist nach der demographischen Verteilung von Alter, Geschlecht und Bundesland quotiert und damit repräsentativ für Österreich. Der Test wird durch die jeweiligen Kreationen gestützt – so kann sichergestellt werden, dass die Angaben des Konsumenten auch wirklich zu dem zu bewertenden Sujet gemacht werden.