

TV-ImageSieger

Lindt Lindor Range

20 Sek. | on air ab 6.9.2021 | Score 159,3

Gesamt-
sieger



Sehen Sie alle Spots online
unter regal.at/spots



Ölz Super Soft Sandwich

25 Sek. | on air ab 6.9.2021 | Score 131,1

Image-
kriterium:
sympathisch
61 %*

Image-
kriterium:
originell
42 %*

Manner Snack minis

15 Sek. | on air ab 13.9.2021 | Score 140,0



Kelly's Chips

20 Sek. | on air ab 13.9.2021 | Score 126,4

Image-
kriterium:
auffällig
35 %*

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 23.09. – 21.10.2021

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.