



© APA/Barbara Gindl

Der Weg vom Testimonial zum Markenliebling

Auch 2020 wurden Österreichs Werbegesichter aus Sport, Unterhaltung und Co. einem Beliebtheitscheck unterzogen. Wer im direkten Vergleich punktet.

••• Von Anna Putz

Sie können die Bekanntheit steigern, Sympathiepunkte einfahren und das Image eines Unternehmens aufpolieren: Testimonials bieten für Werbetreibende etliche Vorteile in der Kommunikation mit Kunden. Immer mehr Sportler,

Schauspieler und Promis lächeln von heimischen Plakataflächen und aus TV-Geräten. Für Unternehmen sollte aber nicht Talent oder Leistung entscheidend sein, sondern wie viel Potenzial für den Einsatz in der Werbung mitgebracht wird.

Welche Werbegesichter bei den Österreichern am besten verankert und in Erinnerung sind, wird

durch die jährlich von Marketagent durchgeführte „Testimonial Tracker“-Studie erhoben. Im vergangenen Jahr wurden rund 76.000 Teilnehmer ab 14 Jahren in acht Kategorien über ihre Testimonial-Präferenzen befragt. Das Ergebnis: Hunderttausende Bewertungen, die Aufschluss darüber geben, wer in Österreichs Werbungen als Aushängeschild

punkten kann. So viel vorweg: Auch heuer erfreuen sich *Sportler* besonderer Beliebtheit.

Wer der Werbeliebling ist

„Ob Anna Veith, Marcel Hirscher oder Hermann Maier – viele aktive sowie ehemalige heimische Sportler sind nicht nur aufgrund ihrer Erfolge, sondern auch als Werbegesichter bekannt – und