

© ja! Natürlich/Merlicek & Partner (4)

Siegerspots Focus hat den Sieger des TV-Werbeherbsts ermittelt. Ganz oben am Stockerl stehen Produkte mit einer großen Nähe zur Natur.

TV-Champions

Die Gewinner des SujetFocus TV Herbst 2022 wurden ausgezeichnet: Ja! Natürlich landet vor Spar und Bipa.

WIEN. Das Focus Institut testet monatlich die werbestärksten neuen Sujets aus dem Bereich TV, Hörfunk, Print, Plakat, Prospekt, Online und Infoscreen. Zu der aktuellen Top 3 aus 24 zählen Ja! Natürlich, Spar und Bipa.

Insgesamt wurden von September bis November 131 neue TV-Spots (Erstschtung im August bis November) abgetestet.

Der durchschnittliche Werbedruck der einzelnen TV-Spots im ORF lag bei etwa 149.000 € (Bruttoaufwendungen), wäh-

rend das höchste Budget etwa 1.085.000 € betrug. Den ersten Rang – errechnet aus den Komponenten Recognition, Gefälligkeit und Markenimpact – erzielt Ja! Natürlich von Merlicek & Partner, Platz 2 entfällt auf Spar von Wirz und Rang 3 erreicht

Bipa von Aandrs. Komplettiert werden die Top 5 des Herbsts durch die Wiener Städtische (Rang 4) sowie XXXLutz (Rang 5) von DMB.

Es gab weitere Gewinner – zu den aktuellen Imagesiegern wurden Kärnten Tourismus (der Ansprechendste), jö Bonusclub (der Originellste), Mercedes Pkw (der Modernste), Bepanthen und Bepanthol Sansidaily (der Informativste), Duplo Schokoriegel (der Sympathischste), Nivea Body Milk (der Verständlichste), Nutella biscuits (der Kaufanregendste) und Humanic (der Aufregendste) ausgezeichnet. (red)

Brokkoli ist um eine Duftnote reicher

Werbeagentur unterstützt die traditionsreiche Parfümerie Nägele & Strubell.

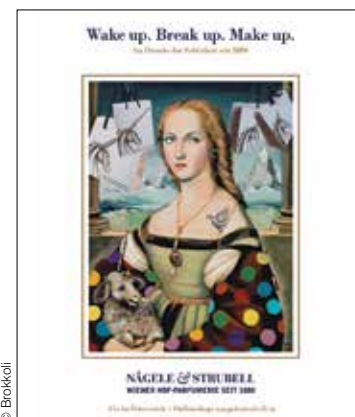
WIEN. Österreichs Werbelandschaft ist um eine Duftnote reicher. Bereits seit einiger Zeit ist die 20-köpfige Werbeagentur Brokkoli strategischer Kommunikationspartner von Nägele & Strubell, der traditionsreichen Parfümerie, die bereits zur Kaiserzeit k.u.k. Hoflieferant war.

Das Ziel der werblichen Zusammenarbeit mit Brokkoli war dabei von Anfang an das

Markenerlebnis von Nägele & Strubell durch plakative Kommunikation zu stärken, „ohne traditionelle Werte wie außerordentlichen Service, familiäres Ambiente und die Auswahl an internationalen Luxus-Nischenkosmetik-Artikeln, verbunden mit gelebter Kunstaffinität, zu vernachlässigen“, so die Agentur in einer Aussendung über die Arbeit für den Kunden.

Mit zielgerichteten Maßnahmen werde die Unternehmensstrategie „durch kreative Lösungen vorangebracht“.

Brokkoli unterstützt die Brand Experience des Parfümeriewarenvertriebs mit einem Sales- und Image-Mix an allen Berührungspunkten der Customer-Journey, um Kunden so ein ganzheitliches Wertelerlebnis zu bieten. (red)



© Brokkoli

Brokkoli sorgt bei Nägele & Strubell für den richtigen Marketingmix.