

# HORIZONT.at

[Zurück zur Ursprungsseite](#)

## TV

17. März 2005

### Billa siegt im Fernsehen

Der TV-Spot für Billa, realisiert von der Agentur Euro RSCG, liegt im Sujet-Focus TV für den Monat Februar 2005 an der Spitze. Billa erreicht den höchsten Score, errechnet aus Bekanntheit, Gefälligkeit und Markenimpact. Den zweiten Rang belegt die Spar-Kampagne von Wirz. An der dritten Stelle landet der Spot für Milka Pralinen Herzen, kreiert von der Agentur Young & Rubicam. Gleichzeitig wird Milka Pralinen Herzen in der Kategorie der Imagesieger zur sympathischsten Kampagne gekürt.

Focus Marketing Research testet monatlich die werbestärksten neuen Sujets aus den Bereichen TV, Hörfunk, Print, Plakat, Prospekt und Infoscreen. Der durchschnittliche Werbedruck der im Februar getesteten TV-Sujets lag bei etwa 110.000 Euro brutto. Das höchste Budget betrug rund 390.000 Euro. Insgesamt wurden im Februar 64 neue TV-Spots abgetestet, wobei auch Sujets aus dem Jänner mit einbezogen wurden.

(jm)

#### TV-Champions im Februar 2005 (Score):

1. Billa/Euro RSCG (141,1)
2. Spar/Wirz (140,8)
3. Milka Pralinen Herzen/Young & Rubicam (132,4)
4. AMA Fleisch aus Österreich/Lowe GGK (132,1)
5. Raika Wohnungskredite/Ogilvy & Mather (130,9)
6. Vöslauer Mineralwasser/Demner, Merlicek & Bergmann (125,5)
7. Fiat Idea/Leo Burnett (123,4)
8. Mc Donald's/CCP, Heye (123,4)
9. A1 UMTS Plus Netz/Saatchi & Saatchi (121,5)
10. Coca Cola Light/Publicis Group Austria (121,2)

#### Imagesieger TV im Februar 2005:

Der Ansprechendste: TUI Reisen  
 Der Originellste: Tele2 Mobil mit Sony Ericsson Handy  
 Der Modernste: Motorola Handy  
 Der Informativste: Audispray Ohrenhygiene  
 Der Sympathischste: Milka Pralinen Herzen  
 Der Verständlichste: Always Binden  
 Der Kaufanregendste: Mars Delight  
 Der Auffälligste: Motorola Handy

[Zur Übersicht](#)

[Zurück zur Ursprungsseite](#)