

Urlauben wie Jogi

Das Institut Imas, München, testet jeden Monat die Effizienz von TV-Spots.

Kinder nehmen es in der Regel nicht so ernst mit den Aussagen ihrer Väter. Der kleine Knirps im TUI-Spot nimmt es jedoch ganz genau. Er imitiert den Fußball-Nationaltrainer bei allem, was er tut. Etwas entnervt fragt Jogi Löw den kleinen Nachahmungstäter nach dem Grund seines Handelns. Der Kleine antwortet daraufhin ganz erstaunt: „Der Papa hat gesagt, jetzt machen wir mal genauso Urlaub wie der Jogi Löw.“ Die Zuschauer amüsiert es und vergeben den ersten Platz im Imas-Test.

agc

TOPS 2010

Die zehn wirksamsten TV-Spots*

- 1. TUI | 2,66**
Jung von Matt/Alster, Hamburg
- 2. TK Techniker Krankenkasse | 2,62**
McCann Erickson, Hamburg
- 3. Höffner | 2,60**
Wilcom inhouse, Schönefeld
- 4. Zeiss | 2,52**
Hühnlein & Hühnlein, Eching
- 5. Otto | 2,51**
Kolle Rebbe, Hamburg
- 6. McDonald's | 2,34**
Heye & Partner, Unterhaching
- 7. Tirol Werbung | 2,29**
Wolfgang Scheppe Ass., München
- 8. trivago.de | 2,26**
k. A.
- 9. Praktiker | 2,23**
Lukas Lindemann Rosinski, Hamburg
- 10. ihre-versicherer.de | 2,22**
Jung von Matt/Alster, Hamburg

*seit 1. Januar 2010 nach Imas



1

TUI | 2,66

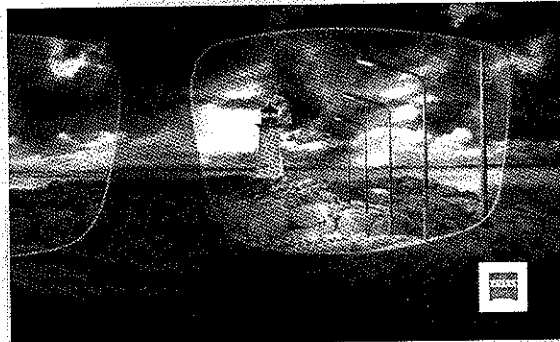
Jung von Matt/Alster, Hamburg



2 **Techniker Krankenkasse | 2,62**
McCann Erickson, Hamburg



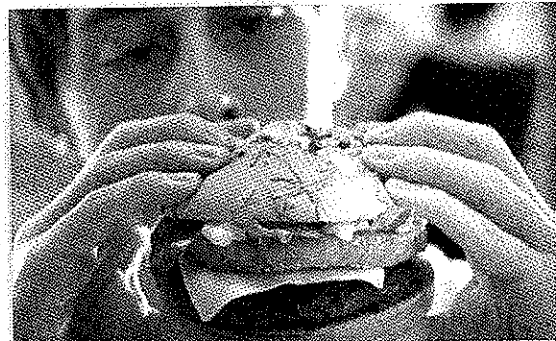
3 **Höffner | 2,60**
Wilcom inhouse, Schönefeld



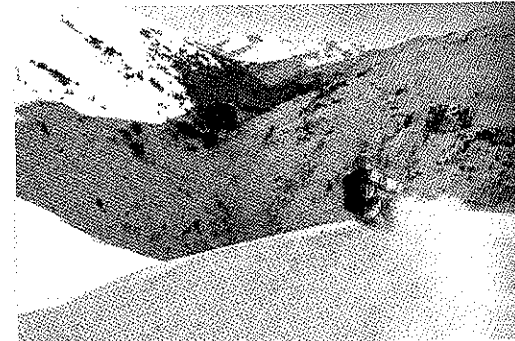
4 **Zeiss | 2,52**
Hühnlein & Hühnlein, Eching



5 **Otto | 2,51**
Kolle Rebbe, Hamburg



6 **McDonald's | 2,34**
Heye & Partner, Unterhaching



7 **Tirol | 2,29**
Wolfgang Scheppe Ass., München

8 **trivago.de | 2,26**
k. A.

9 **Praktiker | 2,23**
Lukas Lindemann Rosinski, HH

10 **ihre-versicherer.de | 2,22**
Jung von Matt/Alster, Hamburg

Methode Die Ergebnisse basieren auf den Imas-Psychometer-Tests. 120 Testpersonen werden zu 19 TV-Spots befragt. Die Werte sind jeweils die Summe aus Impact- und Resonanz-Index. Für die Bewertung Impact (Wiedererkennung) und Resonanz (Gefallen, Kauf-Appel, Wissensvermittlung etc.) wird der Bekanntheitsgrad der Motive berücksichtigt. Für W&V wird daraus die Reihenfolge der zehn wirksamsten TV-Spots errechnet. Im Test am 13.1.2010: 1&1, Alltours, Berentzen, Bundeswehr, Dacia, Höffner, ihre-versicherer.de, immobilenscout24.de, klarmobil.de, Lünebest Süße Welle, McDonald's, Otto, Praktiker, Tirol Werbung, Techniker Krankenkasse, trivago.de, TUI, Union Investment, Zeiss

www.imas-internet.de