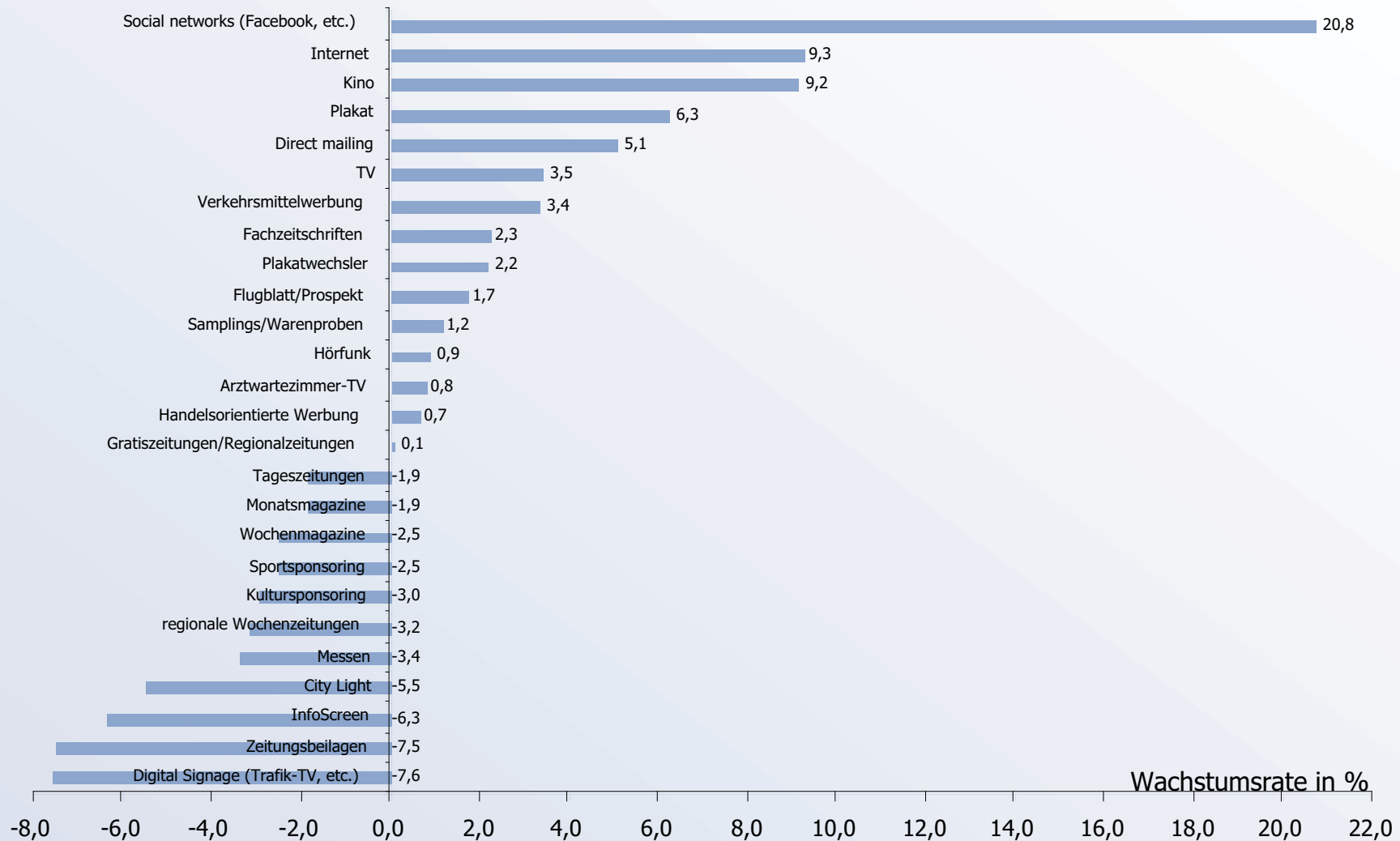


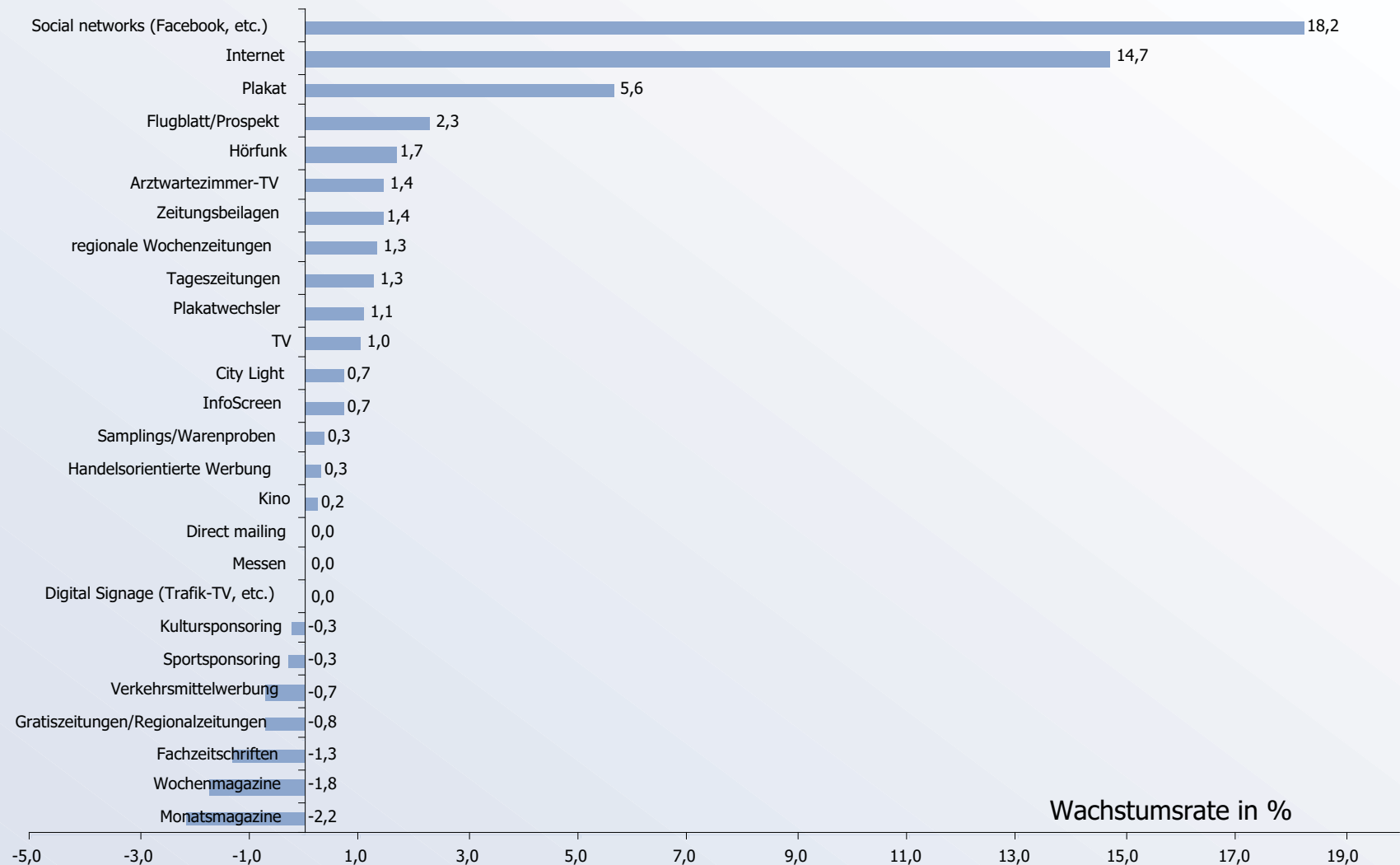
WERBETRENDSTUDIE 2011

Topline Report

Werbeproggnose 2011 - Firmen



Werbeproggnose 2011 - Agenturen



Werbeprognose 2011 - Medienpositionierung

Die nachfolgende Medienpositionierung basiert auf folgenden Informationen:

Attraktivität der Medien: Die einzelnen Medien werden von der werbetreibenden Wirtschaft hinsichtlich Ihrer Attraktivität (= IST-Situation) beurteilt

Chancen für 2011: Saldo aus den Prozentangaben

“% wird zunehmen” und “% wird abnehmen”

Werbebilanz 2010 - Trends 2011



MEDIENPOSITIONIERUNG

Attraktivität versus Chancen für 2011

