








## ► Prognostizierte Umschichtung des Budgets (gesamte Stichprobe)

Frage: **Wie sind Ihre mittelfristigen Erwartungen bzgl. der Marketing-Budget Verteilung in 2011?**  
(Angaben in Prozent, arithmetisches Mittel)

Werbeformen	Bruttowerbeaufwendung in %		± z. Vj. in %	
	2008	2011		
Flyer, Kataloge, Magazine	53,5	48,2	- 9,9	
Anzeigen	14,8	14,8		+/- 0
Instore-Marketing	7,9	7,9		+/- 0
Direktmarketing	7,2	8,9		 + 23,6
TV	3,8	3,0	- 21,1	
Neue Medien	3,7	6,9		 + 86,5
Radio	3,3	4,6		 + 39,4
Plakat	2,5	3,2		 + 28,0
Andere	1,8	1,2	- 33,3	
Sponsoring	1,5	1,3	- 13,3	