

# Marketing- kürzungen haben jetzt positive Effekte – zumindest auf die Performance Ihrer Konkurrenten.

Studien haben gezeigt, dass sich Werbung in Krisen stärker auf Marktanteile auswirkt.  
Und dass die Bereitschaft, Marken zu wechseln, in solchen Phasen dreimal so hoch ist wie normal.  
Großartige Nachrichten für alle, die weiter werben. Katastrophal für die, die es nicht tun.  
Mehr Fakten zu den Stärken von Werbung in Krisenzeiten finden Sie auf [iaa-austria.at](http://iaa-austria.at)

The Global Compass  
of Marketing  
Communications

[IAA-austria.at](http://IAA-austria.at)

Diese Initiative wird unterstützt von



medianet

**IAA**  
AUSTRIA