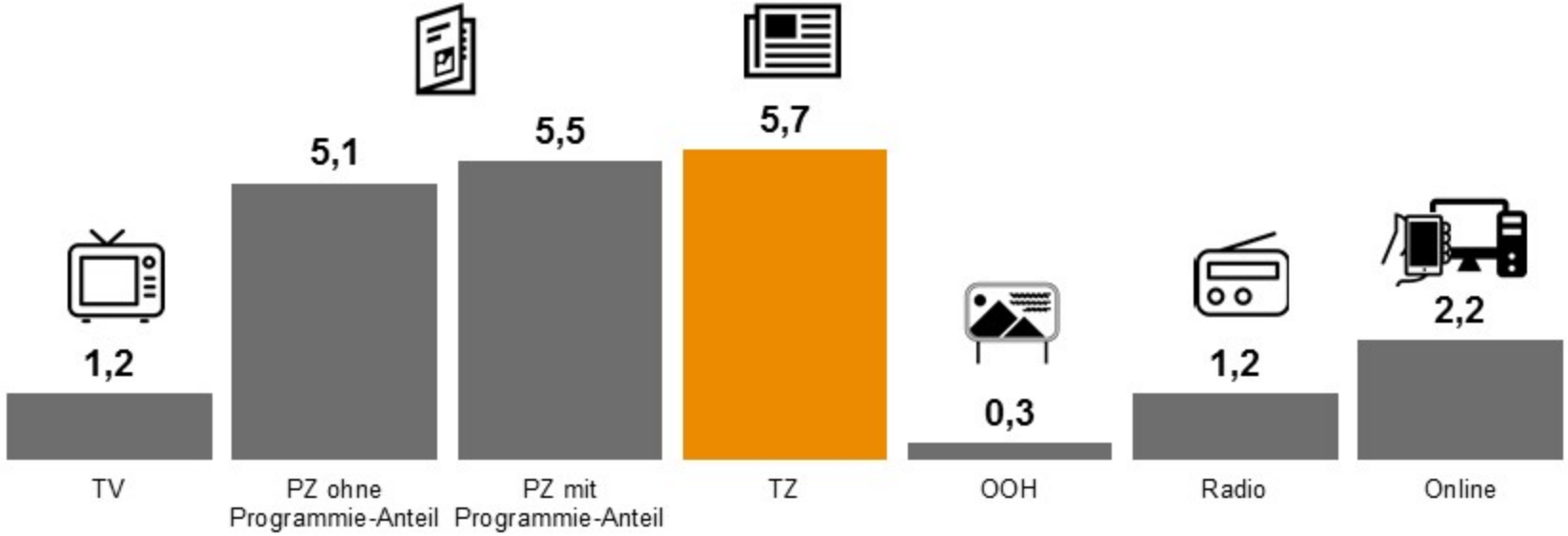
Steigerung der Personen-individuellen Wahrscheinlichkeit für Kaufbereitschaft nach Werbekontakt



Quelle: Bauer Media Group, Plan.Net Gruppe · **Angaben:** in Prozentpunkten

ZMG