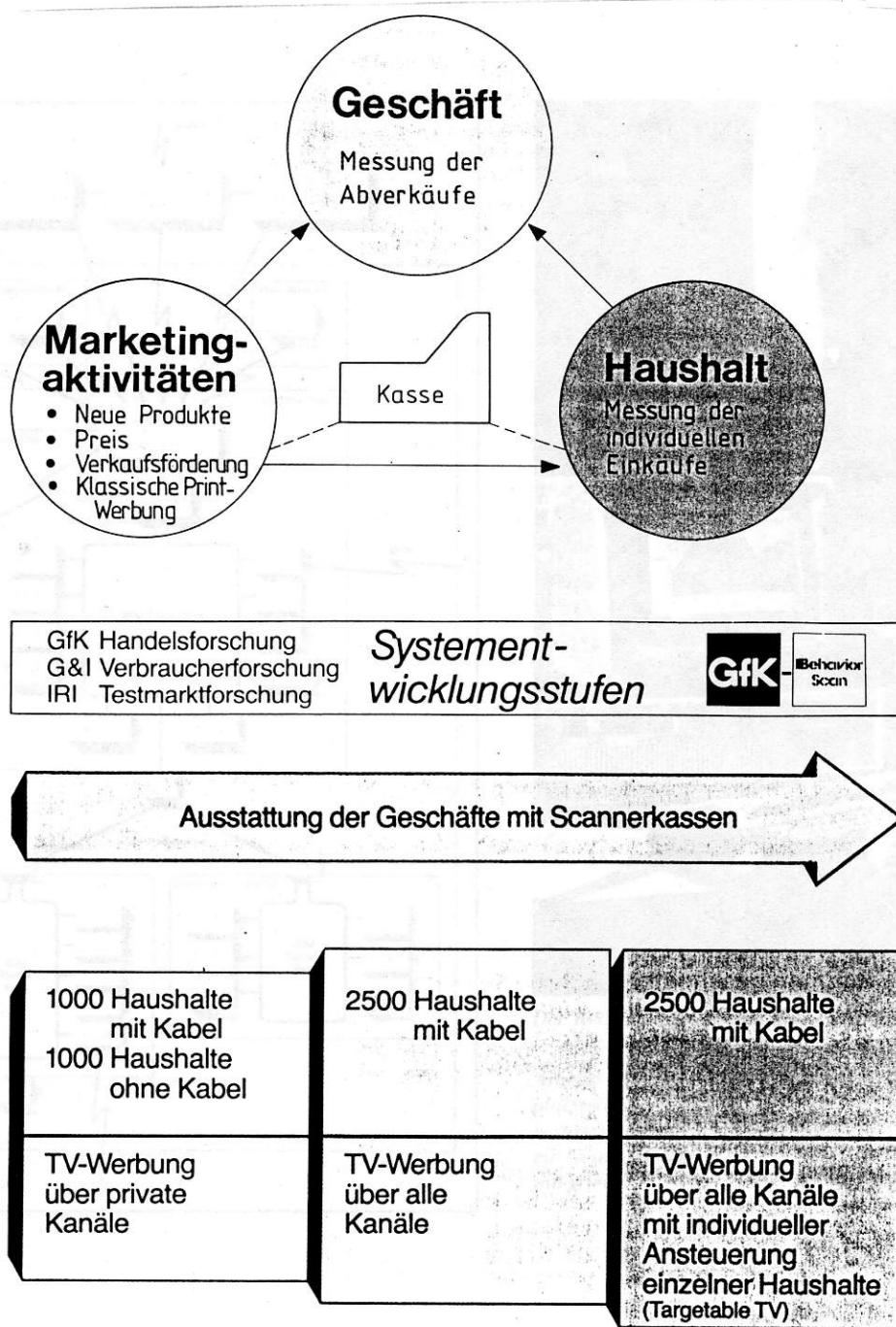


Abb.623 Die Nutzung des "Scannings" in der Werbewirkungs-
forschung - das Beispiel: GfK-BehaviorScan*



* (aus: Litzeroth, H.A., Twardawa, W.: GfK-BehaviorScan: Wirkungsforschung im Testmarkt. Blickpunkte (ZDF-Werbefernsehen) Heft 9, April 1985, S.28-33 Lit.13.292)