

PANEL BOOK

2018

MARKETAGENT.COM

YOUR WORLDWIDE PANEL PARTNER

ABOUT MARKETAGENT.COM

Marketagent.com ranks among the leading full-service online research institutes in the German-speaking area. With branches in Baden, Zurich and Maribor more than one million web interviews are conducted and around 1.000 online research projects are implemented yearly.

The heart of the instrument of Marketagent.com is the online pool comprising of approximately 1.000.000 consumers, which was certified in January 2010 as the first access panel of the D-A-CH-region in accordance with the ISO norm 26362.

An interdisciplinary team of psychologists, sociologists, pollsters and software developers executes your market and opinion research projects with passion. A good dozen of them have been working under the flag of Marketagent.com for more than 10 years. With this, we ensure stability and a longer-term oriented cooperative partnership.

We implement web surveys for leading domestic and international top companies like Coca-Cola, eBay, Nestlé, L'Oréal, Ikea, Bayer, Generali or Samsung. The topic areas and research focus are manifold and cover all fields of market and opinion research.

ABOUT MARKETAGENT.COM

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, Zürich und Marburg werden jährlich mehr als eine Million Web-Interviews erhoben und rund 1.000 Online Research Projekte realisiert.

Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist der rund 1.000.000 Konsumenten umfassende Online-Pool, welcher im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde.

Ein interdisziplinäres Team von Psychologen, Soziologen, Demoskopern und Software-Entwicklern realisiert Ihre Markt- und Meinungsforschungsprojekte mit Herzblut. Gut ein Dutzend von ihnen schon mehr als 10 Jahre unter der Flagge von Marketagent.com. Damit gewährleisten wir eine Beständigkeit und eine längerfristig orientierte partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Wir führen Web-Befragungen für führende heimische und internationale Top-Unternehmen wie Coca-Cola, eBay, Nestlé, L'Oréal, Ikea, Generali, Bayer oder Samsung durch. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.

TRANSPARENT RECRUITMENT PROCESS

To minimize distortions in regards to frequent Internet users, we continue to strengthen participant recruitment aside from the W/W. With our TV advertisement, radio spots and accompanying print campaigns, we follow the broadest cross medial recruiting strategy in our sector to win new survey participants.

Here are a few examples of our efforts:



TV SPOTS

VOX • NITRO
RTL • R9
SUPER RTL • SKY
RTL II



RADIO

KRONEHIT



PRINT

Auto touring • Bergwelten • Bezirksblätter
Gusto • Meine Woche • Skip • Weekend
Servus in Stadt & Land • Stadt Rundschau
Bezirks Rundschau

TRANSPARENTE REKRUTIERUNG

Um Verzerrungen in Richtung Internet-Vielnutzer zu minimieren, verstärken wir stetig die Teilnehmer-Anwerbung abseits des W/W. Mit unserer TV Werbung, den Radio-Spots und der begleitenden Print-Kampagnen verfolgen wir die breiteste crossmediale Rekrutierungsstrategie der Branche, um neue Umfrageteilnehmer zu gewinnen.

Hier ein paar Beispiele unserer Bemühungen:



TV SPOTS



RADIO



PRINT



In addition to the cited offline recruiting strategy, we also use a variety of methods and partners online to gain new panel participants. Here is a small extract of our endeavours:

Neben den angeführten Offline-Rekrutierungsstrategien, setzen wir auch Online auf eine Vielzahl an Methoden, um neue Panel-Teilnehmer anzuwerben. Hier ein kleiner Auszug unserer Maßnahmen:



This combination of on and offline recruitments combined with comprehensive panel management and an extensive quality assurance, form the foundation of carefully conducted digital research projects.

Dieser Mix aus On- und Offline-Anwerbung, kombiniert mit einem umfassenden Panel-Management und einer weitreichenden Qualitätssicherung, bildet den Grundstein für sorgfältig durchgeführte Digital Research Projekte.



DOCUMENTED QUALITY

Marketagent.com was the first institute in the German-speaking area with an online access panel certified in accordance with ISO norm 26362. Today, due to our membership in the national standardization committee, we are actively involved in forming the industry standard for quality assurance.

Next to the multi source of on- and offline recruitment, Marketagent.com focuses on the following methods to ensure the highest quality of participants:

- „Double Opt-In“ registration confirmation
- Checking the registration duration and patterns
- Manual audit of all new registrations
- „Digital fingerprint“ to identify multiple registrations
- CAPTCHA to prevent automatic registration by Robots
- Automatic exclusion of inactive participants
- Automatic yearly request to update the profile data
- Identity validation before survey participation
- Exclusion in case of cumulative missings at open-ended questions
- Exclusion in case of shortfall of the minimum processing times
- Comparison of survey data and profile data to ensure quality



DOKUMENTIERTE QUALITÄT

Marketagent.com war das erste Institut im deutschsprachigen Raum mit einem nach ISO Norm 26362 zertifizierten Online Access Panel. Heute sind wir durch unsere Mitgliedschaft im nationalen Normungskomitee aktiv an der Gestaltung von Industriestandards zur Qualitätssicherung beteiligt.

Neben der Multi-Source On- und Offline-Rekrutierung setzt Marketagent.com auf folgende bewährte Methoden, um die höchstmögliche Teilnehmerqualität zu gewährleisten:

- „Double Opt-In“ Registrierungsbestätigung
- Check der Registrierungsdauer und -muster
- Manuelle Prüfung sämtlicher Neuanmeldungen
- „Digital fingerprint“ zur Identifizierung von Mehrfach-Anmeldungen
- CAPTCHA gegen automatisierte Anmeldungen durch Robots
- Automatisierter Ausschluss inaktiver Teilnehmer
- Automatisierte jährliche Aufforderung zum Profildaten-Update
- Identitäts-Validierung vor der Umfrage-Teilnahme
- Ausschluss bei gehäuften Missings bei offenen Fragen
- Ausschluss bei Unterschreitung von Mindest-Bearbeitungszeiten
- Abgleich von Umfragedaten und Profildaten zur Qualitätssicherung

MOBILE CAPABILITIES & MULTICHANNEL CONTACT POINTS

In market research, responsive design is an indispensable prerequisite and makes sure that the content and methods of presentation are customized to the respective terminal device. Now, 30 percent of our interviews are already being answered via tablets and smartphones. And the tendency for this development is increasing. However, according to the GreenBook Research Industry Trends (GRIT) report 2017, more than half of all online questionnaires have not been adjusted to the mobile world. Which is why we advise our customers to develop „Mobile First“, not mobile optimized questionnaires.

In particular with young target groups, the email loses its relevance in communication. Messenger services and social networks have replaced the classic electronic mail. This development has inevitably influenced the invitation process for surveys. Marketagent.com relies on a combination of emails, an own smartphone app, a WhatsApp-interface and a web push notification service.

MOBILE EINSATZMÖGLICHKEITEN & MULTICHANNEL-EINLADUNGSMIX

Responsive Design ist in der Marktforschung unabdingbare Grundvoraussetzung und stellt sicher, dass sich Inhalte und Darstellungsweisen auf das jeweilige Endgerät anpassen. Schon jetzt werden 30 Prozent unserer Interviews über Tablets und Smartphones beantwortet. Und die Tendenz dieser Entwicklung ist steigend. Laut dem GreenBook Research Industry Trends (GRIT) Report 2017 sind jedoch mehr als die Hälfte aller Online Fragebögen nicht für die mobile Welt angepasst. Daher raten wir unseren Kunden „Mobile First“, nicht mobile-optimierte Fragebögen zu entwickeln.

Insbesondere bei jungen Zielgruppen verliert das E-Mail an Relevanz in der Kommunikation. Messenger-Dienste und soziale Netzwerke haben die klassische elektronische Post abgelöst. Diese Entwicklung hat zwangsläufig Einfluss auf den Einladungsprozess zu Umfragen. Marketagent.com setzt auf einen Mix aus E-Mail, einer eigenen Smartphone-App, einer WhatsApp-Schnittstelle und eines Web Push Notification-Services.

RESPECT TOWARDS THE PANEL PARTICIPANTS

The heart of Marketagent.com consists of the approximately 1.000.000 participants, who daily determine the trends of tomorrow in surveys. We are constantly seeking for new ways of strengthening the relationship with our participants. Only a fair treatment of our participants enables the implementation of market research projects that correspond to the highest quality standards. The following fundamental pillars form the basic structure with which we sustain a respectable relationship with our participants:

- Strict distancing from direct marketing activities
- A specialised panel for market and opinion research
- No disclosure of personal data
- Active panel management
- Broad and fair incentive system with 10 exchange options
- No artificial payment limits
- Daily communication over social media sites
- Feedback button in the survey
- Idea box for panel participants
- No artificial commitment to the panel

RESPEKT GEGENÜBER DEN PANELTEILNEHMERN

Das Herzstück von Marketagent.com bilden die rund 1.000.000 Teilnehmer, die tagtäglich in Umfragen die Trends von morgen bestimmen. Wir sind stets auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, um das Verhältnis zu unseren Teilnehmern weiterhin zu vertiefen. Nur ein faires Handeln gegenüber unseren Teilnehmern ermöglicht die Durchführung von Marktforschungsprojekten, die den höchsten Qualitätsstandards entsprechen. Folgende Grundsäulen bilden die Basis, um ein respektables Verhältnis gegenüber unseren Teilnehmern aufrechtzuerhalten:

- Strikte Distanzierung von Direct Marketing-Aktivitäten
- Reines Markt- und Meinungsforschungspanel
- Keinerlei Weitergabe personenbezogener Daten
- Aktives Panel-Management
- Breites und faires Incentive-System mit 10 Eintausch-Optionen
- Keine künstlichen Auszahlungsgrenzen
- Tägliche Kommunikation über Social Media-Sites
- Feedback-Button im Fragebogen
- Ideen-Box für die Panelteilnehmer
- Keine künstliche Bindung an das Panel

SOCIODEMOGRAPHIC BASE PROFILE DATA

We know our panelists on the basis of up to 150 characteristics and attributes. No matter whether you would like to question vegetarians, smokers, dog owners, BMW drivers, wearers of contact lenses, frequent flyers or credit card owners, we can reach the target group almost without divergence losses and save time and money. The following data is available to us from our panelists:

SOZIODEMOGRAFISCHE BASIS-PROFILDATEN

Wir kennen unsere Panelisten anhand von bis zu 150 Charakteristika und Eigenschaften. Egal, ob Sie Vegetarier, Raucher, BMW-Fahrer, Hundehalter, Kontaktlinsenträger, Vielflieger oder Kreditkartenbesitzer befragen möchten, wir erreichen die gesuchte Zielgruppe nahezu streuverlustfrei und sparen damit Zeit und Geld. Folgende Daten stehen uns über unsere Panelisten zur Verfügung:

BASE PROFILE DATA | BASIS-PROFILDATEN



ADDITIONAL PROFILE DATA | ZUSÄTZLICHE PROFILDATEN

CAR

Car ownership
Car brand
Main decision-maker
Car type
Year the car was made
Year the car was purchased
New / used car
Plans to buy a car
Motorbike ownership

PROFESSION

Professional status
Sector / industry
Number of employees
Role in the company
Decision-maker in the company
Area of decision-making authority

COMPUTER & VIDEO GAMES

Used consoles
Gaming platforms
Kinds of computer games
Game intensity / week
Single / multi player
Computer game purchases / month
Online or virtual gaming

ELEKTRONICS

Product ownership of electronics
Early adopters
Main decision-maker
Used mobile features
Mobile tariff
Private smartphone usage
Smartphone brand / OS
Internet access product
Film download / streaming
Possession of a coffee machine

EATING & DRINKING

Main decision-maker when shopping
Fast food consumption
Drinks / alcohol consumption
Dietary habits
Food intolerances

ETHNICITY

Ethnicity
Origin

FINANCES & INSURANCES

Financial service products
Credit card ownership
Bank customer status
Insurance products
Private insurances

HEALTHCARE

Chronic diseases
Type of Diabetes
Glasses / contact lenses
Hearing aid ownership
Care for dependent persons

HOUSEHOLD

Size of household
Marital status
Living status
Children in the household
Children's year of birth
Children's gender
Pet ownership

HOBBIES & INTERESTS

Preferred types of music
Frequency of cinema visits
DVD purchase / month
Intensity of sport / week
Practiced sports disciplines
Gambling practice

MARKET RESEARCH

Webcam
Facial coding
App Download
Cookie installation

MEDIA

Television consumption / week
Consumption of print media
Radio consumption / week
Use of social media

SMOKING & TOBACCO

Cigarette brand(s)
Cigarettes / day
Further tobacco products
Electronic cigarette
Applied methods for smoking cessation

TRAVEL

Private / professional flights
National / international flights
Flights / year
Train travel / year
Previous travel destinations
Preferred types of holiday

AUTO

PKW Besitz
PKW Marke
Entscheider beim PKW Kauf
PKW Typ
PKW Jahrgang
Jahr des PKW Kaufes
Neu- / Gebrauchtwagen
Planung PKW Kauf
Motorradbesitz

BERUF

Berufsstatus
Sektor / Branche
Mitarbeiteranzahl
Funktion im Unternehmen
Entscheidungsträger
Bereiche Entscheidungs-befugnis

COMPUTER & VIDEOSPIELE

Verwendete Konsolen
Gaming Plattformen
Computerspielarten
Spielintensität / Woche
Single- / Multiplayer
Computerspielkäufe / Monat
Online oder virtuelles Gaming

ELEKTRONIK

Produktbesitz Elektronik
Technologien Schnellübernehmer
Entscheider elektronischer Produkte
Verwendete Handy-Features
Handytarif
Private Smartphone-Nutzung
Smartphone Marke / Betriebssystem
Internet-Zugangsprodukt
Film-Download / -Streaming
Kaffeemaschinen-Besitz

ESSEN & TRINKEN

Hauptentscheider beim Einkauf
Fast Food Konsum
Getränke- / Alkoholkonsum
Ernährungsgewohnheiten
Nahrungsmittelunverträglichkeiten

ETHNIZITÄT

Ethnizität
Herkunft

FINANZEN & VERSICHERUNGEN

Finanzdienstleistungs-Produkte
Kreditkartenbesitz
Kundenstatus Banken
Versicherungsprodukte
Privatversicherung

GESUNDHEITSWESEN

Chronische Krankheiten
Diabetes Typ
Brille / Kontaktlinsen
Hörgerät-Besitz
Betreuung Pflegebedürftiger

HAUSHALT

Haushaltsgröße
Familienstand
Wohnstatus
Kinder im Haushalt
Geburtsjahr der Kinder
Geschlecht der Kinder
Haustierbesitz

HOBBIES & INTERESSEN

Bevorzugte Musikarten
Häufigkeit Kinobesuche
DVD Kauf / Monat
Sportintensität / Woche
Betriebene Sportarten
Glücksspiel-Nutzung

MARKTFORSCHUNG

Webcam
Facial coding
App Download
Cookie Installierung

MEDIEN

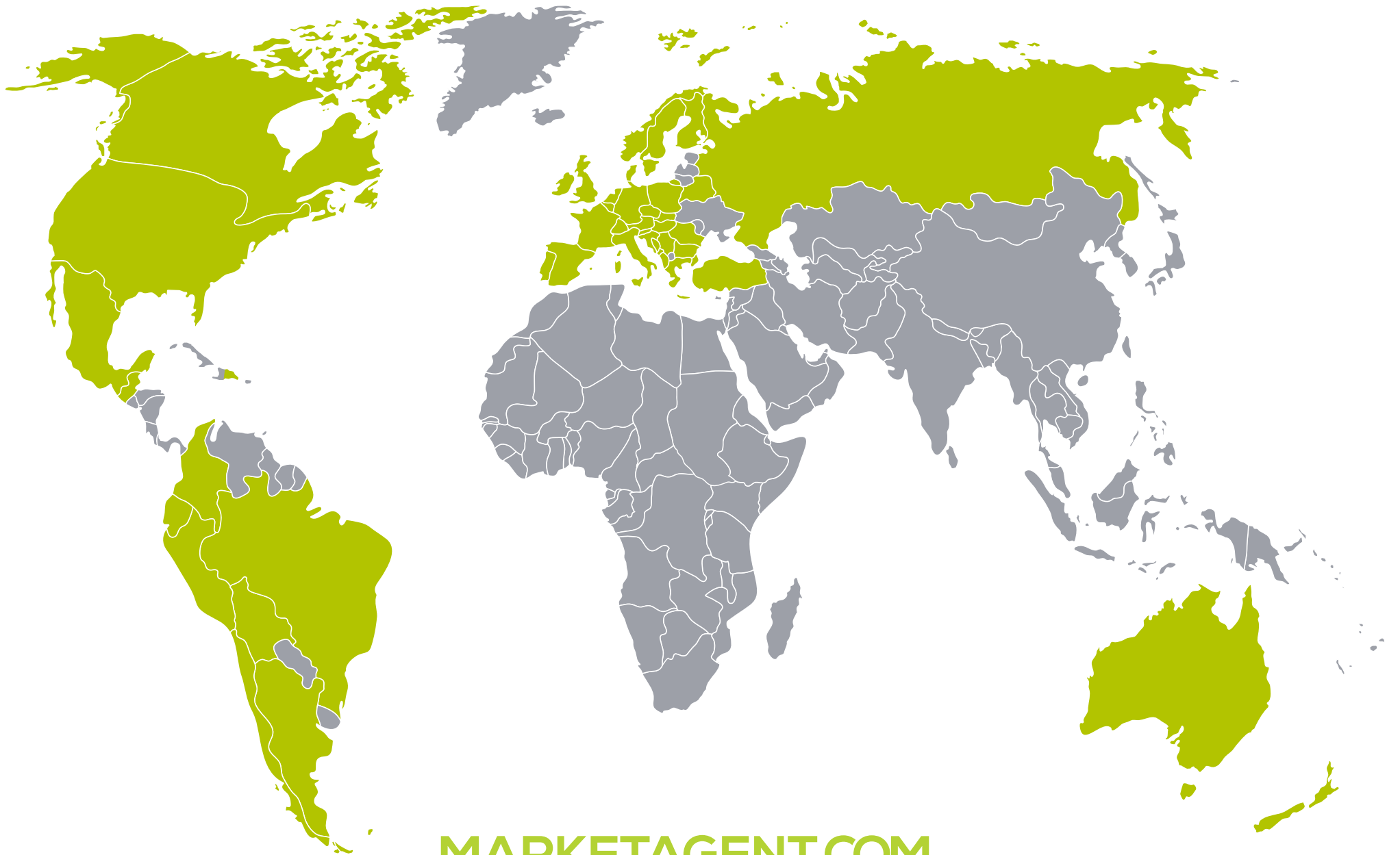
Fernsehkonsum / Woche
Konsum von Printmedien
Radiokonsum / Woche
Social Media Nutzung

RAUCHEN & TABAK

Zigarettenmarke(n)
Zigaretten / Tag
Weitere Tabakprodukte
Elektronische Zigarette
Angewendete Methoden zur Raucherentwöhnung

REISEN

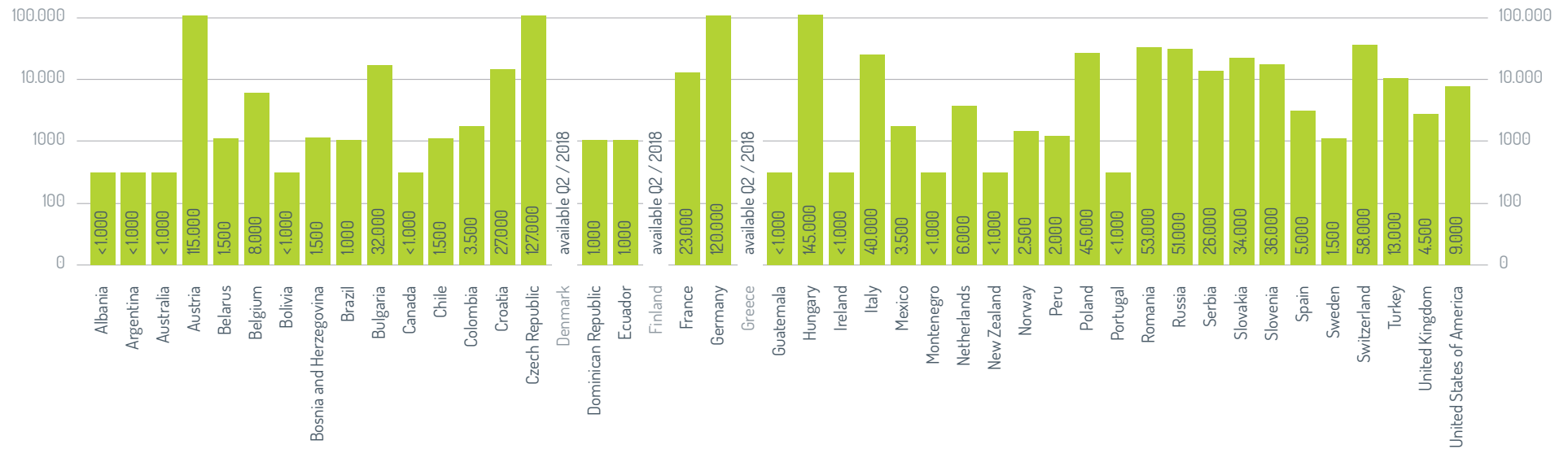
Private / berufliche Flugreisen
Flüge Inland / Ausland
Bahnreisen / Jahr
Vergangene Reiseziele
Bevorzugte Urlaubsarten



[MARKETAGENT.COM](https://www.MARKETAGENT.COM)

PANEL-COVERAGE PANEL-ABDECKUNG

Feb. 2018



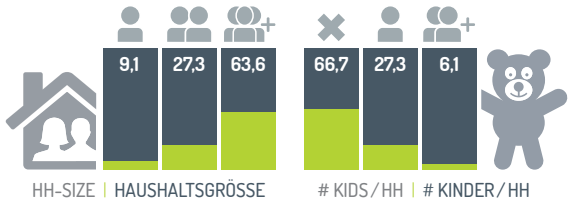
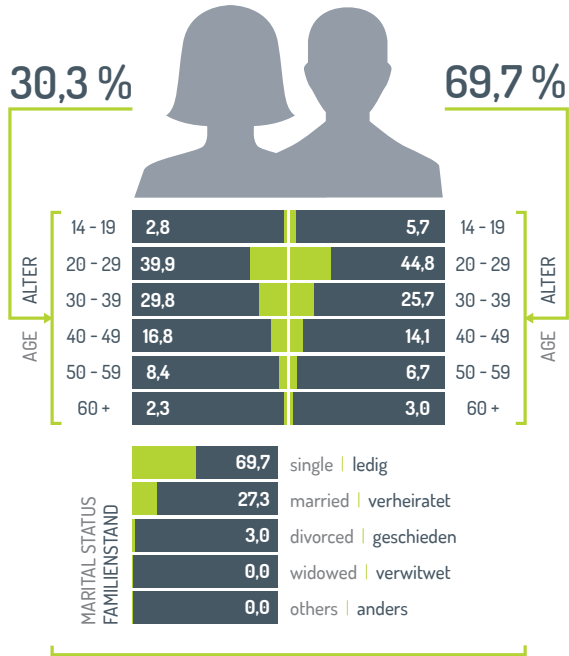
worldwide **1.000.000** *panel members*

Albania: <1,000 | Argentina: <1,000 | Australia: <1,000 | Austria: 115,000 | Belarus: 1,500 | Belgium: 8,000 | Bolivia: <1,000 | Bosnia and Herzegovina: 1,500 | Brazil: 1,000
 Bulgaria: 32,000 | Canada: <1,000 | Chile: 1,500 | Colombia: 3,500 | Croatia: 27,000 | Czech Republic: 127,000 | Denmark available Q2/2018 | Dominican Republic: 1,000
 Ecuador: 1,000 | Finland available Q2/2018 | France: 23,000 | Germany: 120,000 | Greece available Q2/2018 | Guatemala: <1,000 | Hungary: 145,000 | Ireland: <1,000
 Italy: 40,000 | Mexico: 3,500 | Montenegro: <1,000 | Netherlands: 6,000 | New Zealand: <1,000 | Norway: 2,500 | Peru: 2,000 | Poland: 45,000 | Portugal: <1,000
 Romania: 53,000 | Russia: 51,000 | Serbia: 26,000 | Slovakia: 34,000 | Slovenia: 36,000 | Spain: 5,000 | Sweden: 1,500 | Switzerland: 58,000 | Turkey: 13,000
 United Kingdom: 4,500 | United States of America: 9,000



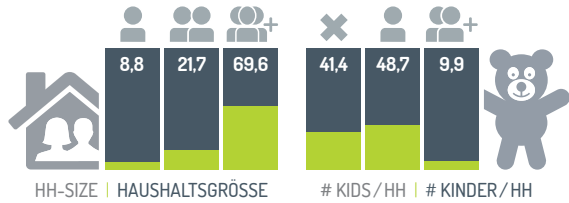
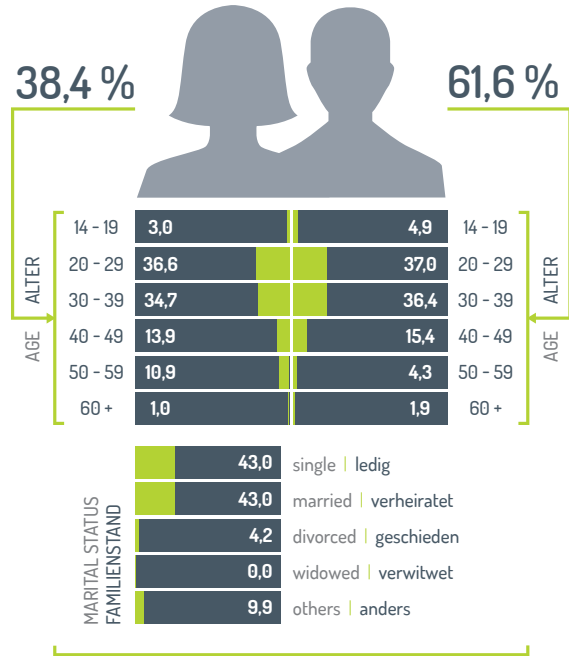
ALBANIA ALBANIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000



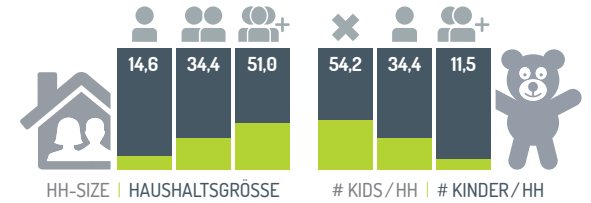
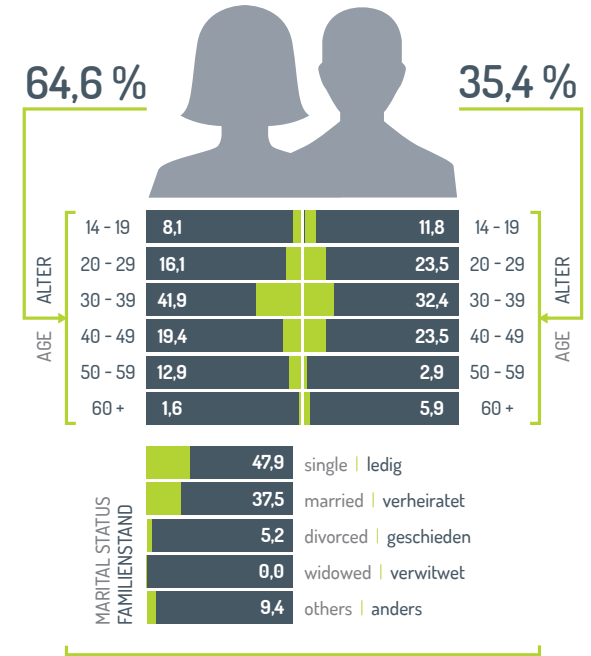
ARGENTINA ARGENTINIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000



AUSTRALIA AUSTRALIEN

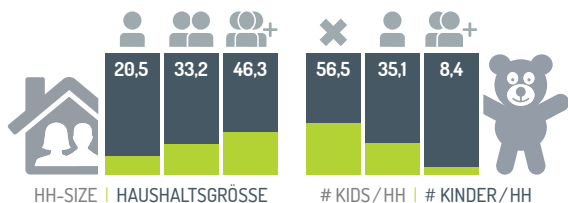
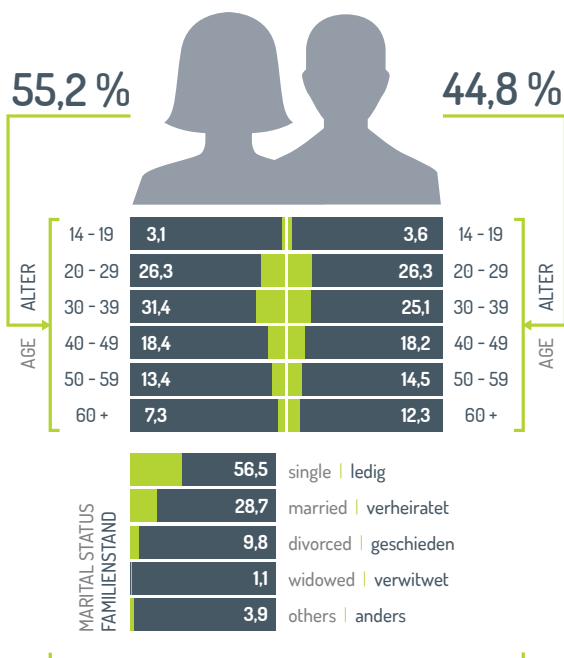
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000





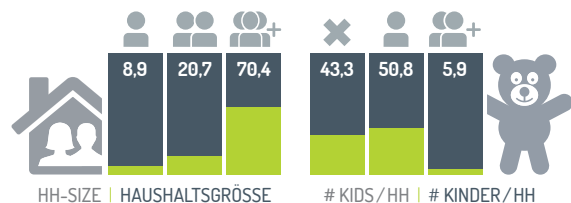
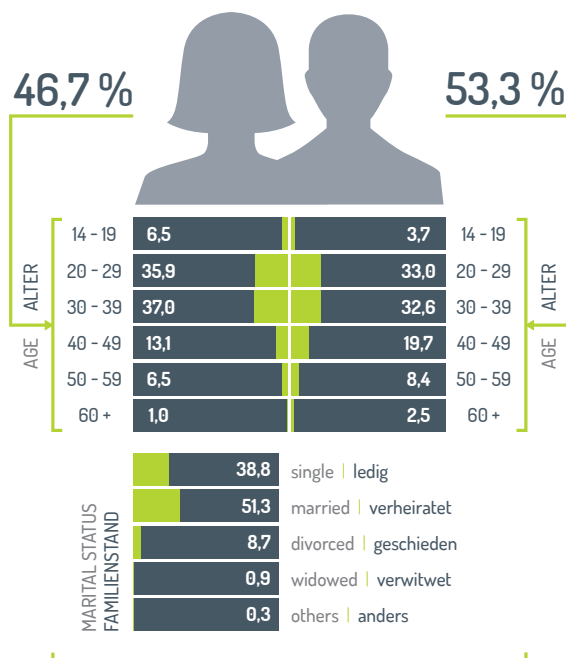
AUSTRIA ÖSTERREICH

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **115.000**



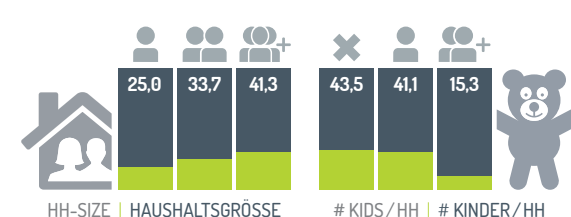
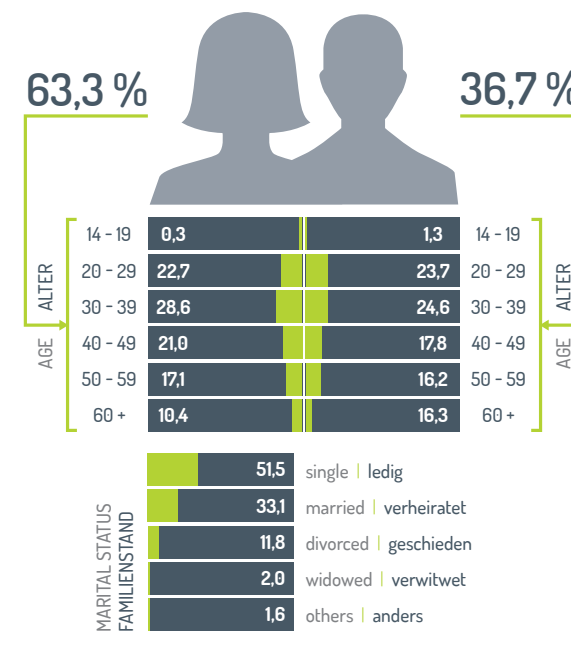
BELARUS WEISSRUSSLAND

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **1.500**



BELGIUM BELGIEN

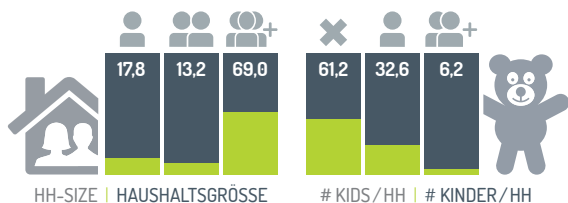
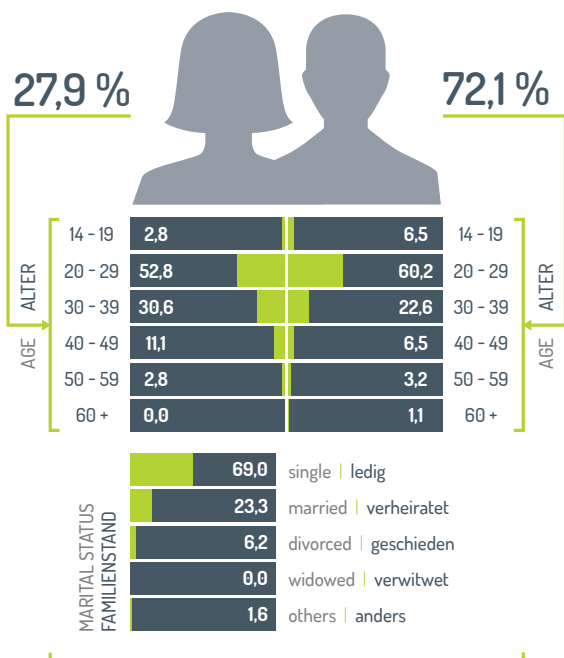
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **8.000**





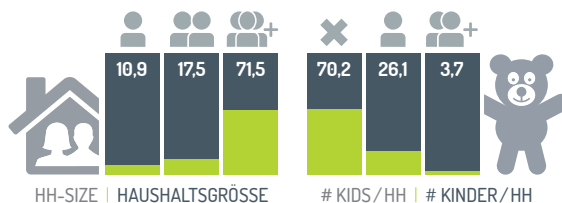
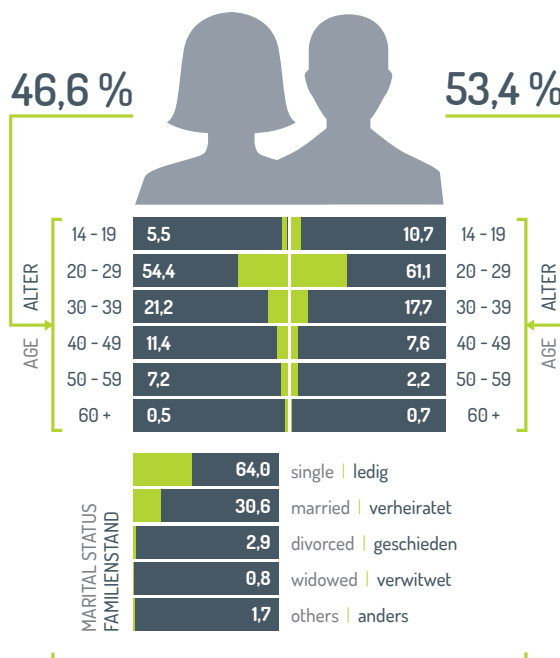
BOLIVIA BOLIVIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000



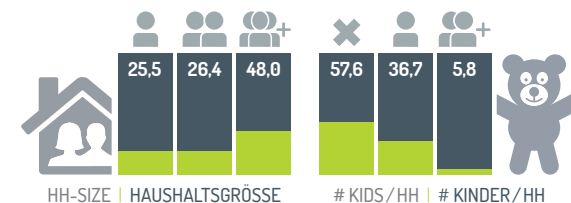
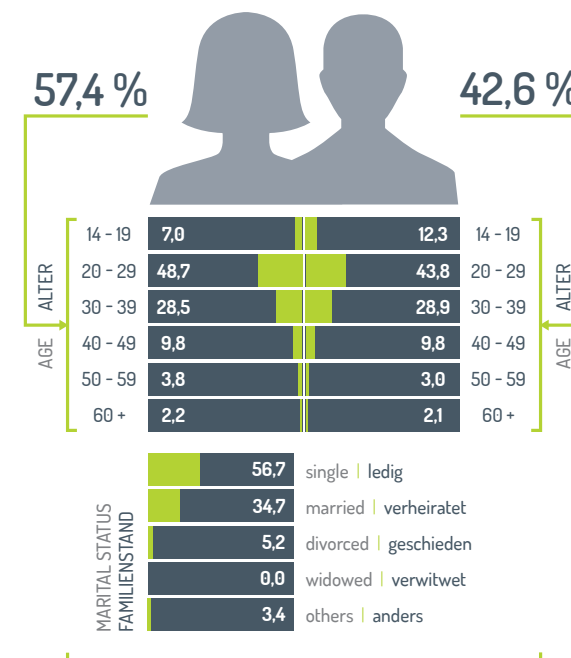
BOSNIA & HERZEGOVINA BOSNIEN & HERZEGOWINA

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 1.500



BRAZIL BRASILIEN

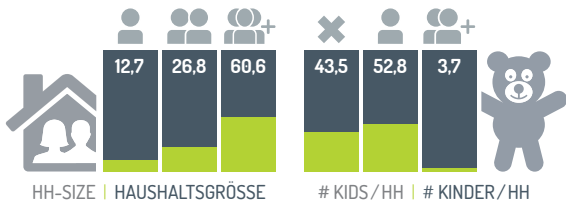
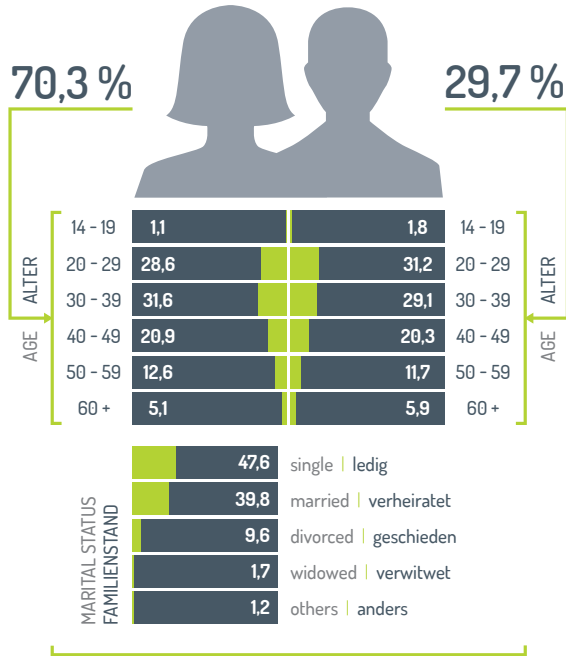
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 1.000





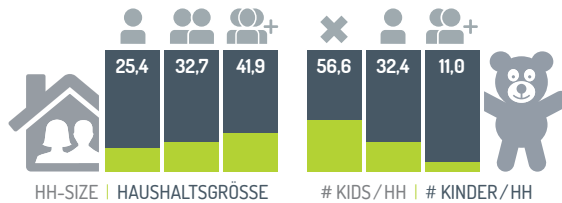
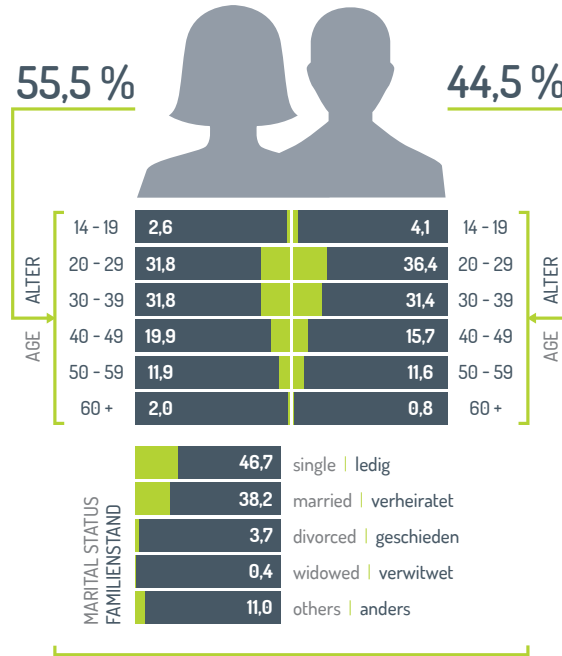
BULGARIA BULGARIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **32.000**



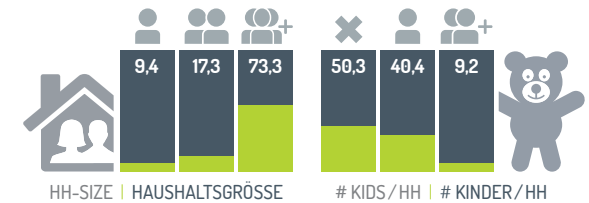
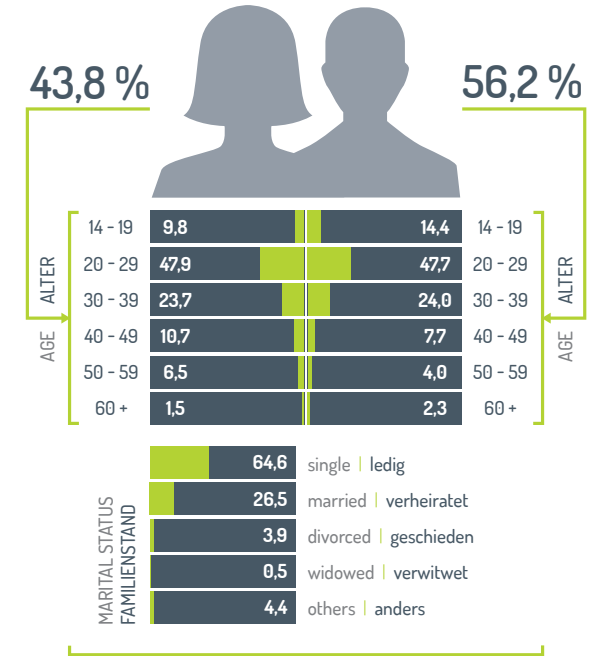
CANADA KANADA

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **< 1.000**



CHILE CHILE

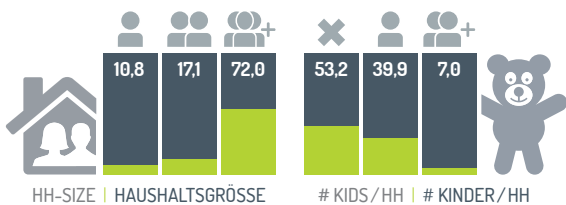
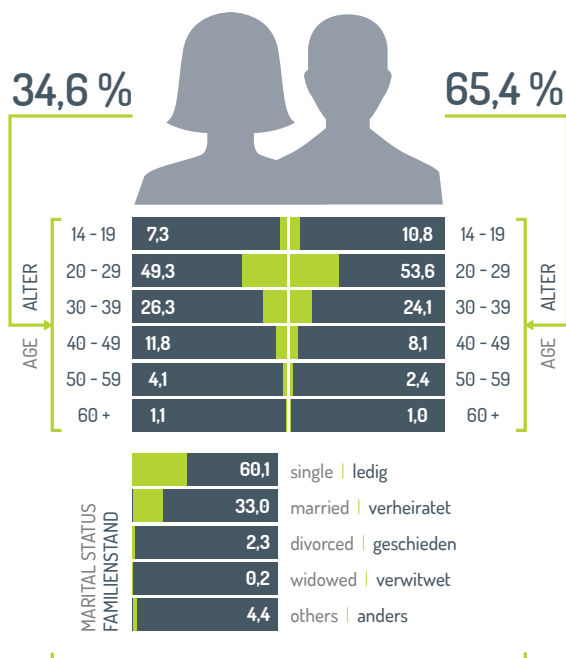
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **1.500**





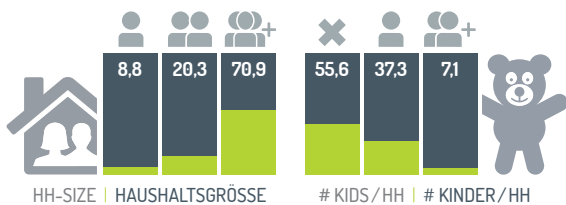
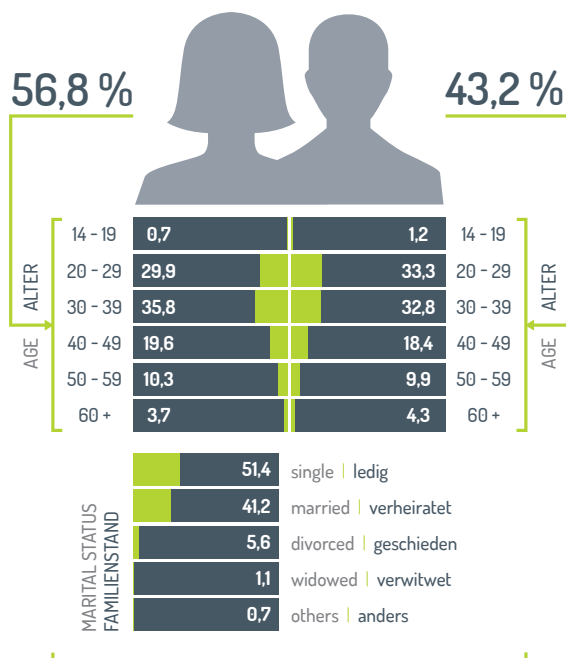
COLOMBIA KOLUMBIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **3.500**



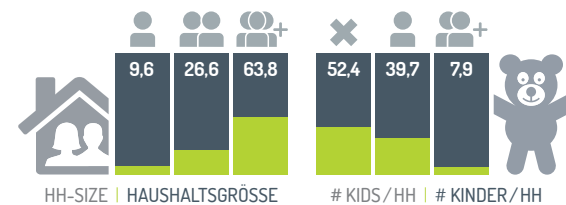
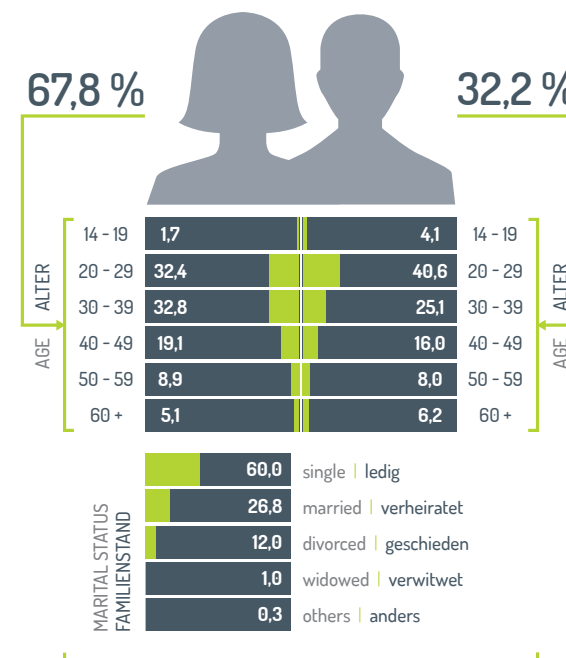
CROATIA KROATIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **27.000**



CZECH REPUBLIK TSCHECHIEN

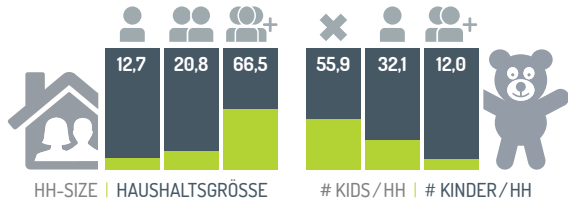
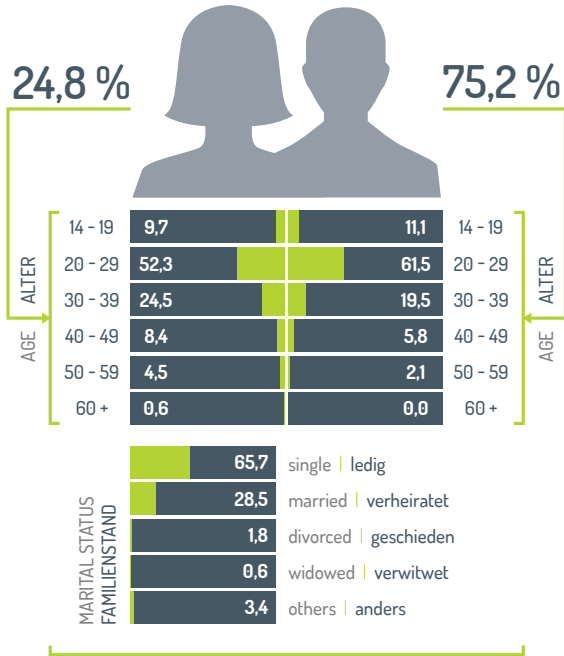
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **127.000**





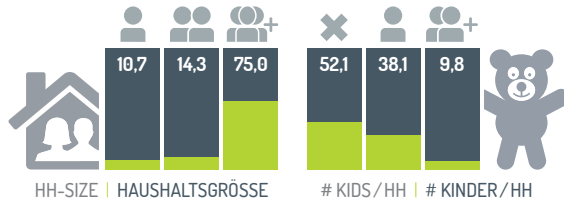
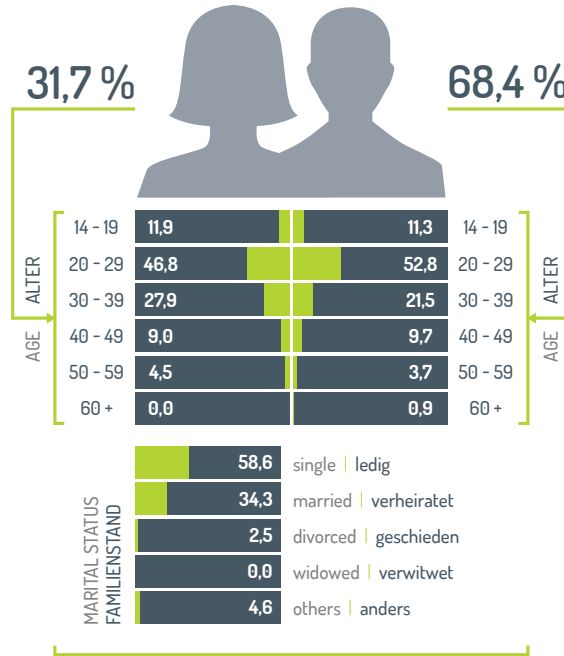
DOMINICAN REPUBLIC DOMINIKANISCHE REP.

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **1.000**



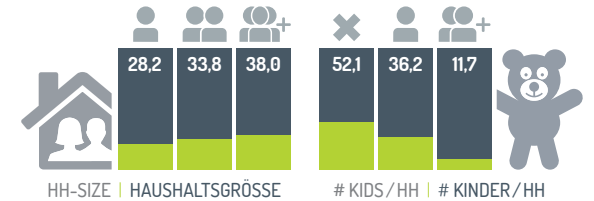
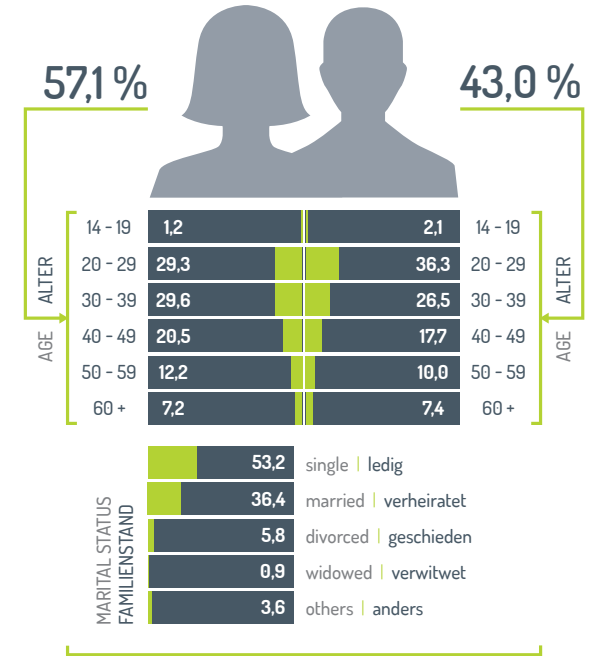
ECUADOR ECUADOR

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **1.000**



FRANCE FRANKREICH

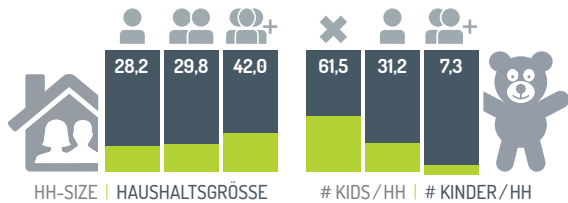
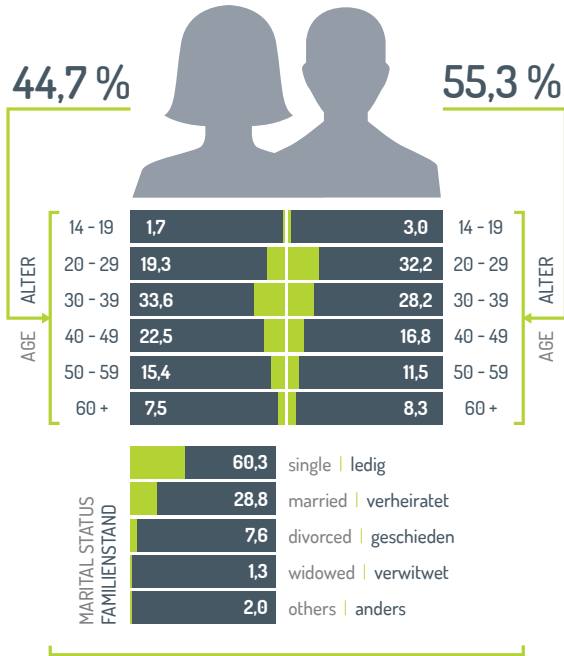
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **23.000**





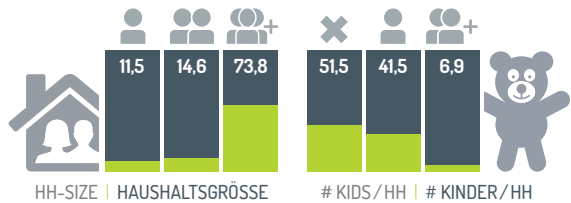
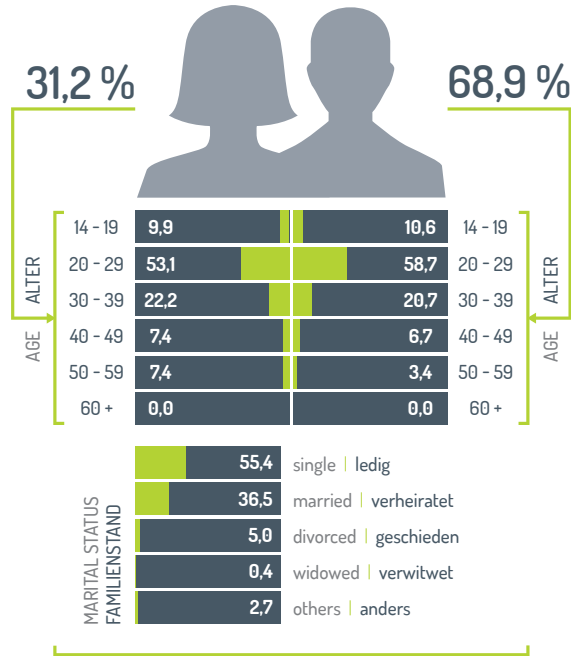
GERMANY DEUTSCHLAND

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **120.000**



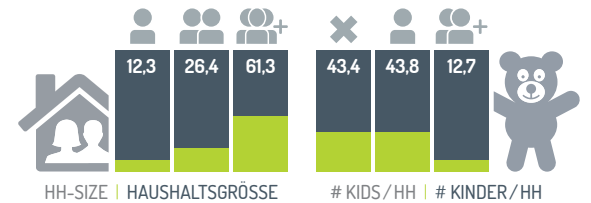
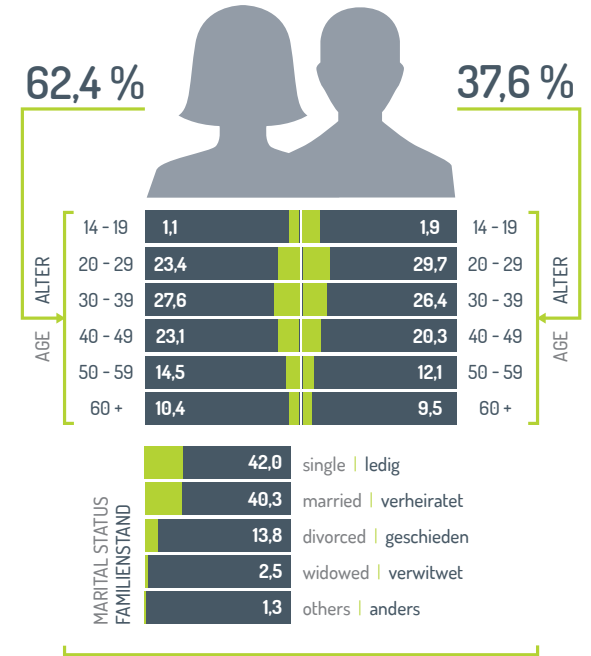
GUATEMALA GUATEMALA

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **< 1.000**



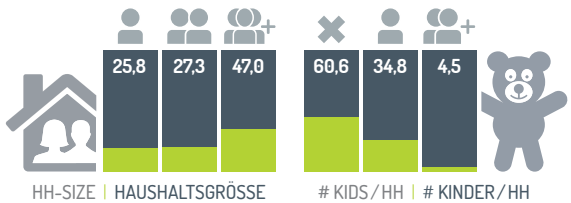
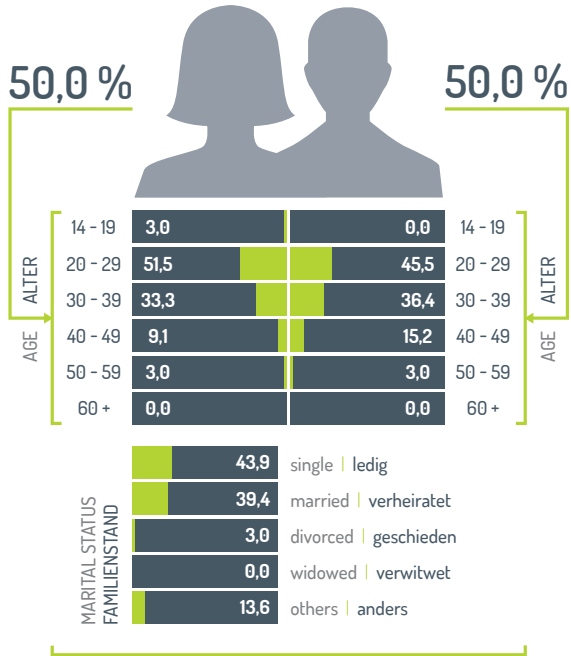
HUNGARY UNGARN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **145.000**

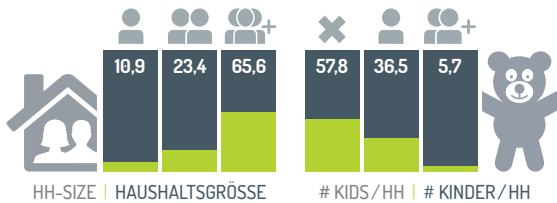
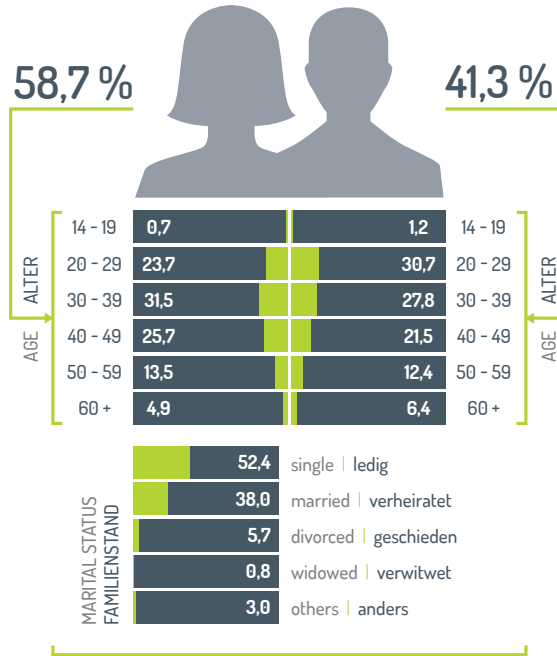




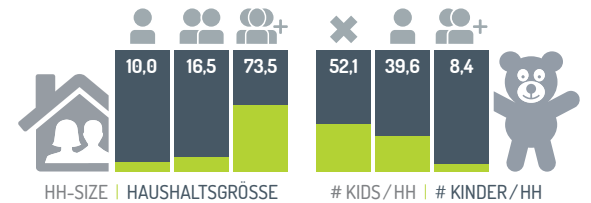
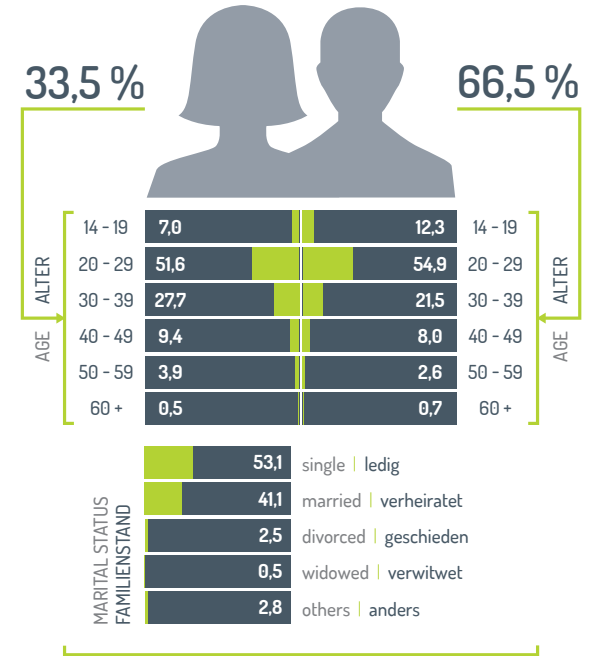
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **< 1.000**



PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **40.000**



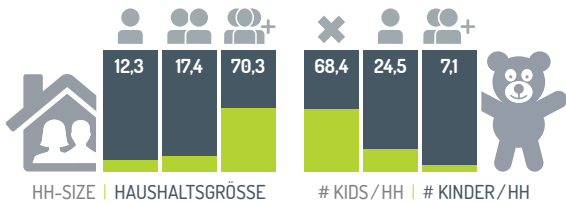
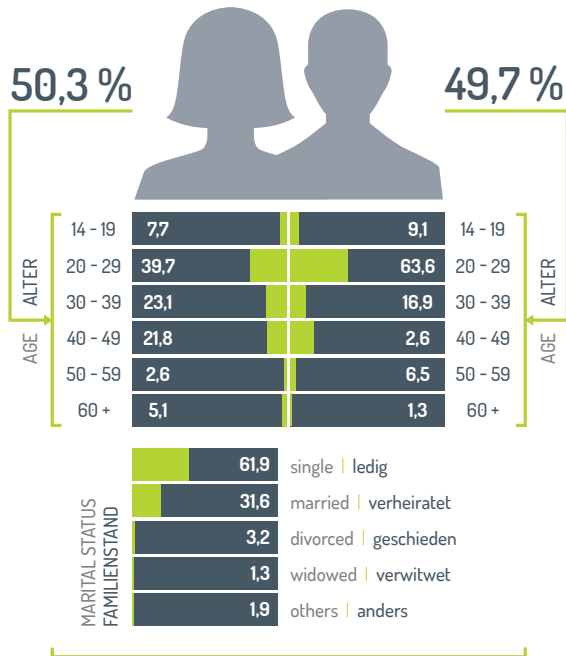
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **3.500**





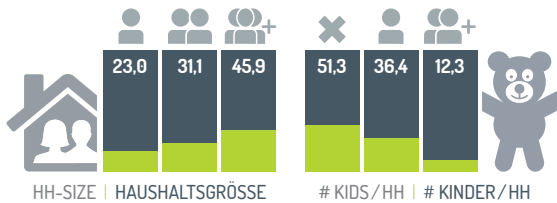
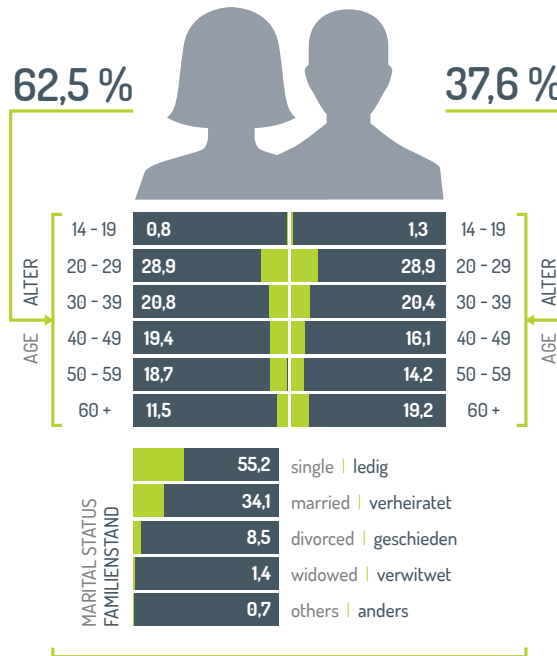
MONTENEGRO MONTENEGRO

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000



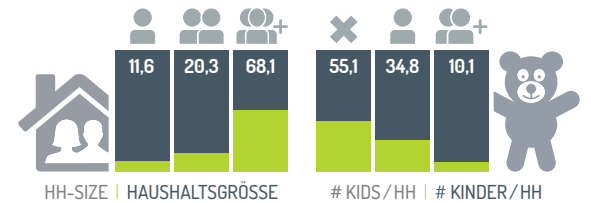
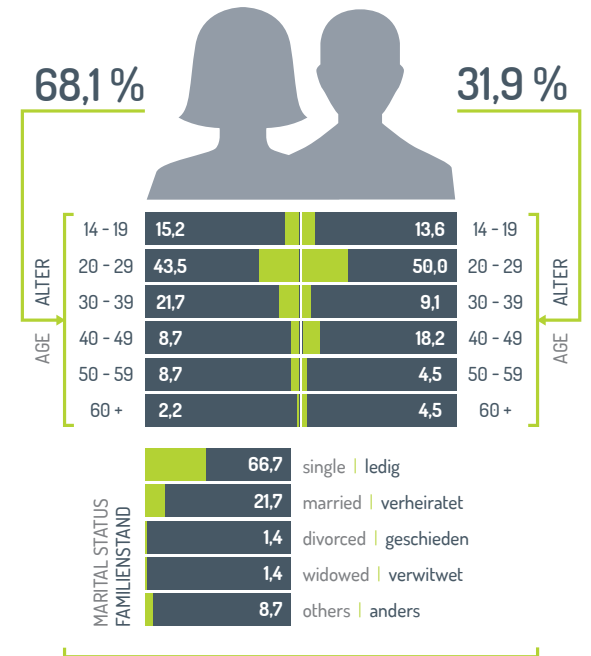
NETHERLANDS NIEDERLANDE

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 6.000



NEW ZEALAND NEUSEELAND

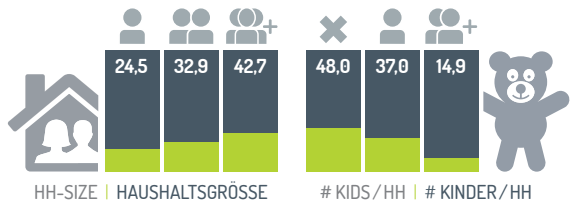
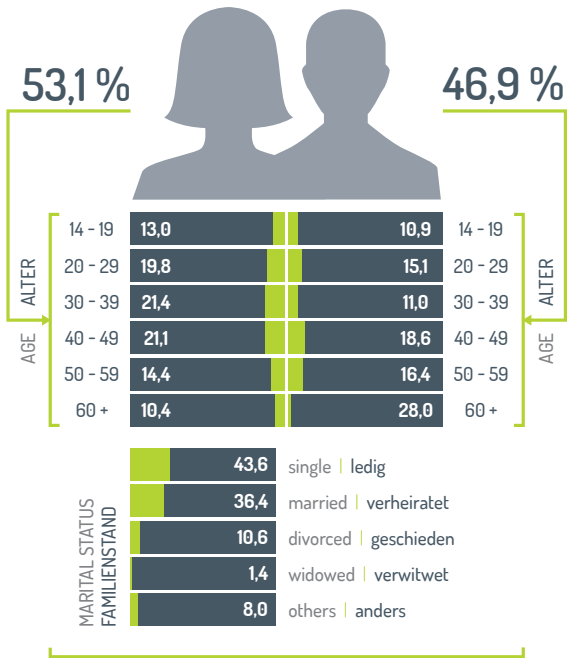
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000





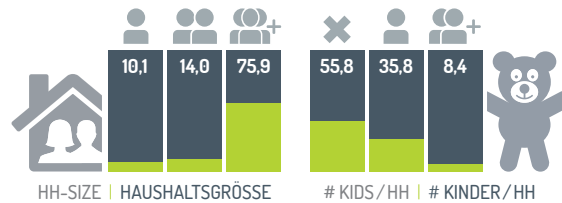
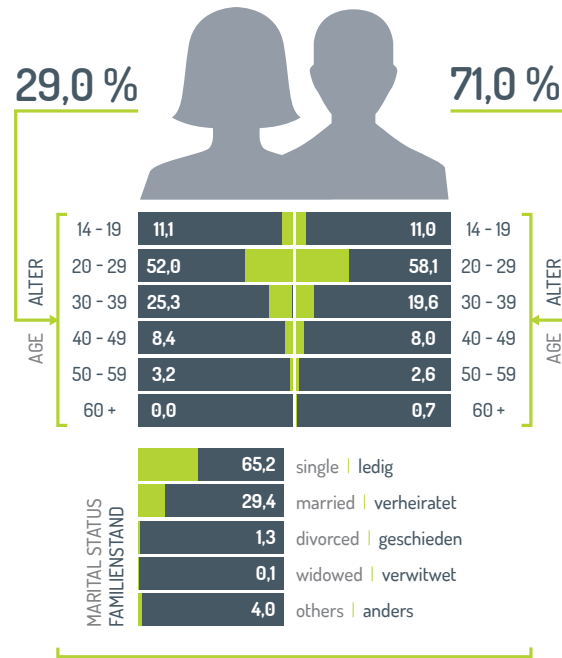
NORWAY
NORWEGEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 2.500



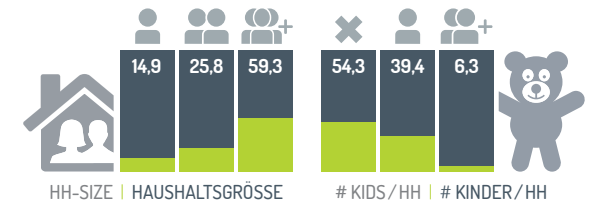
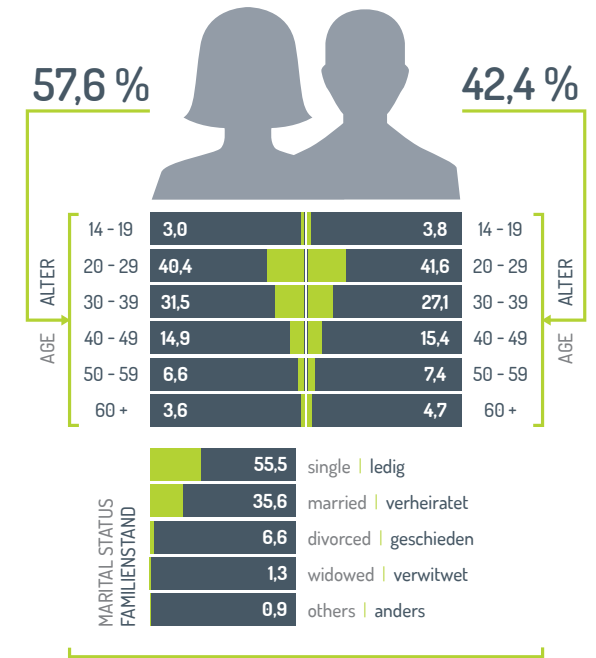
PERU
PERU

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 2.000



POLAND
POLEN

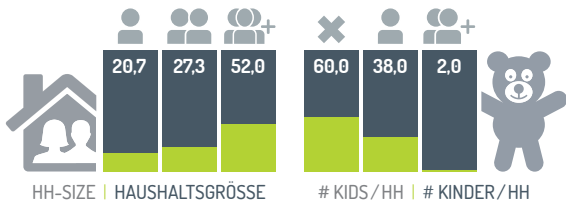
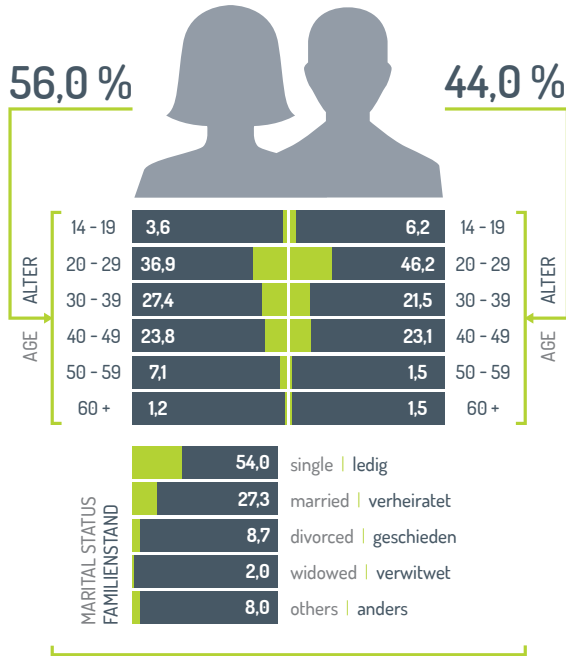
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 45.000





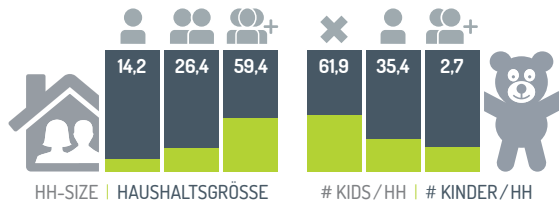
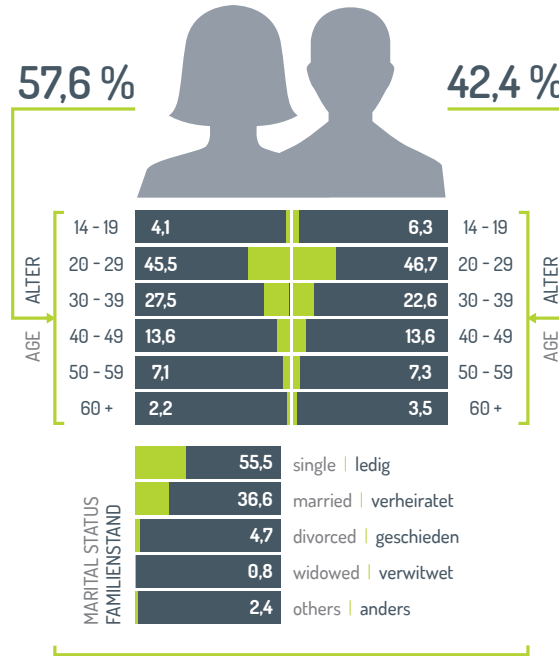
PORTUGAL
PORTUGAL

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE < 1.000



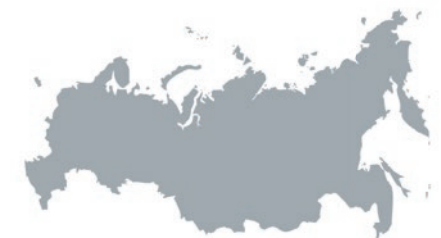
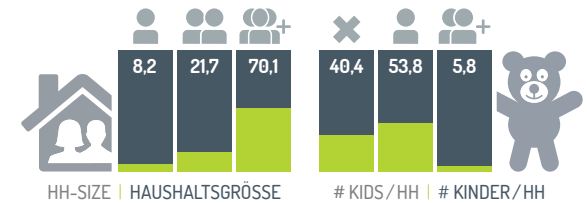
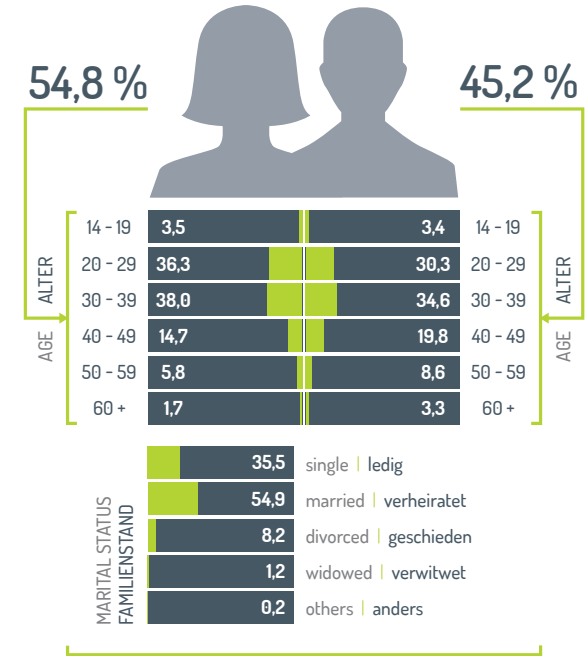
ROMANIA
RUMÄNIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 53.000



RUSSIA
RUSSLAND

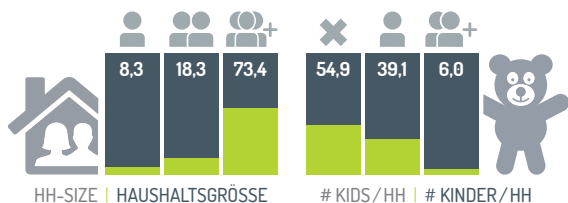
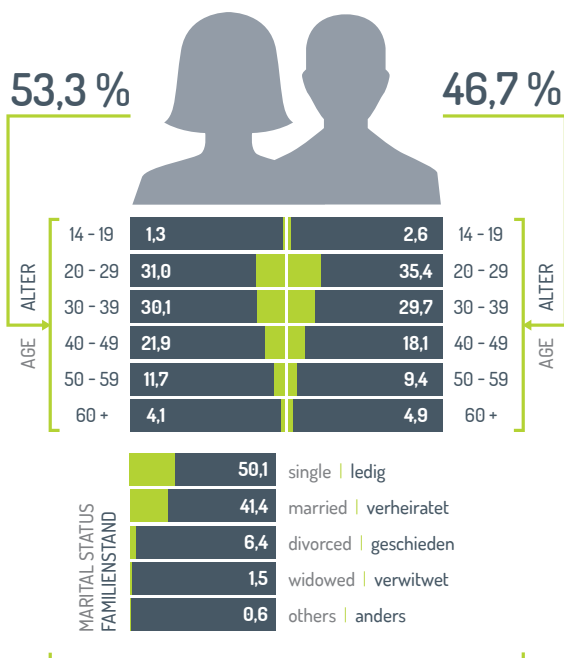
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 51.000





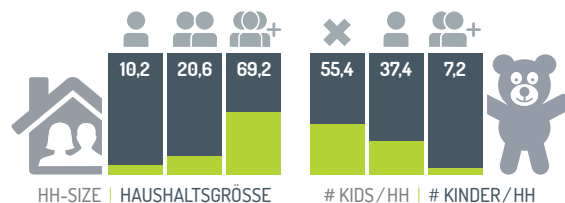
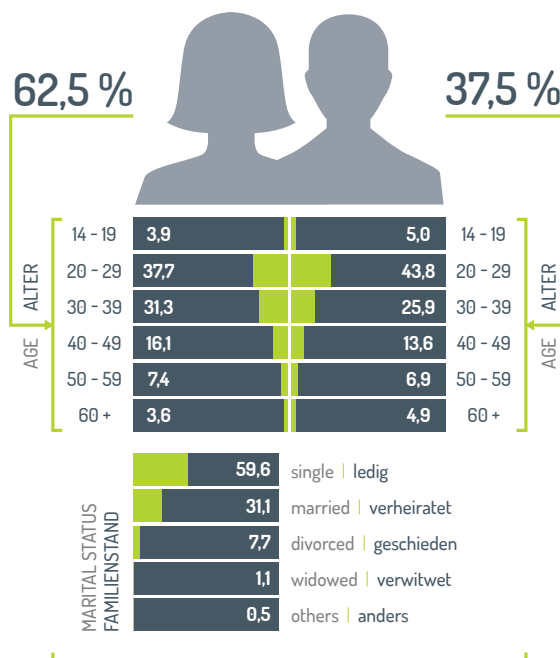
SERBIA
SERBIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **26.000**



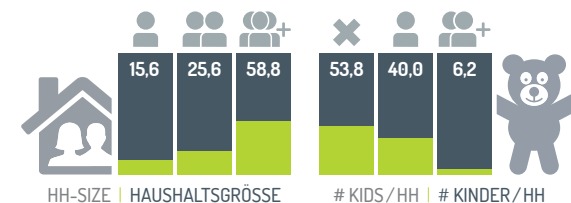
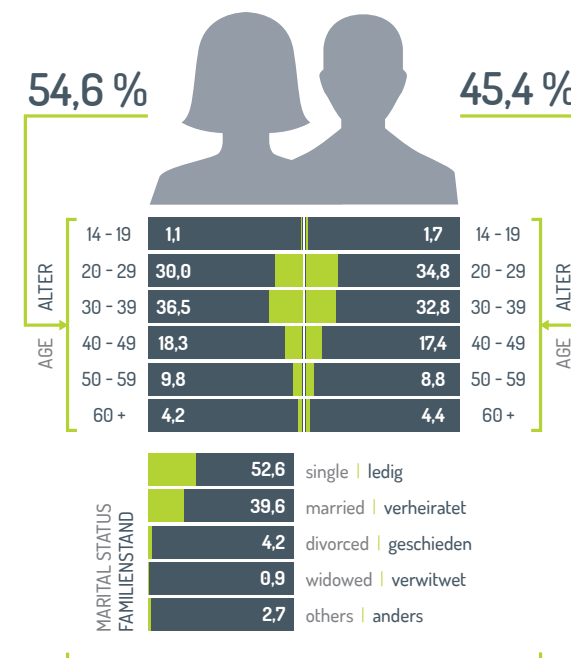
SLOVAKIA
SLOWAKEI

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **34.000**



SLOVENIA
SLOWENIEN

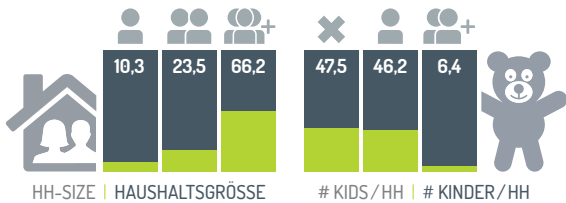
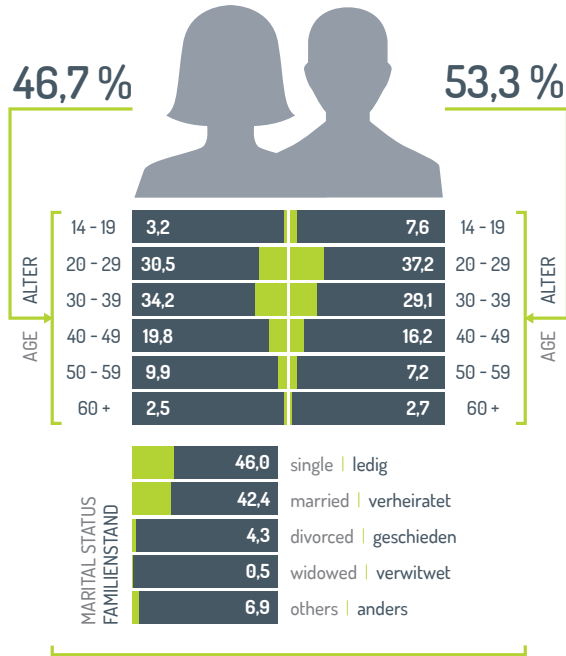
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **36.000**





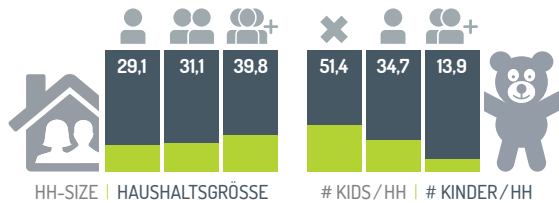
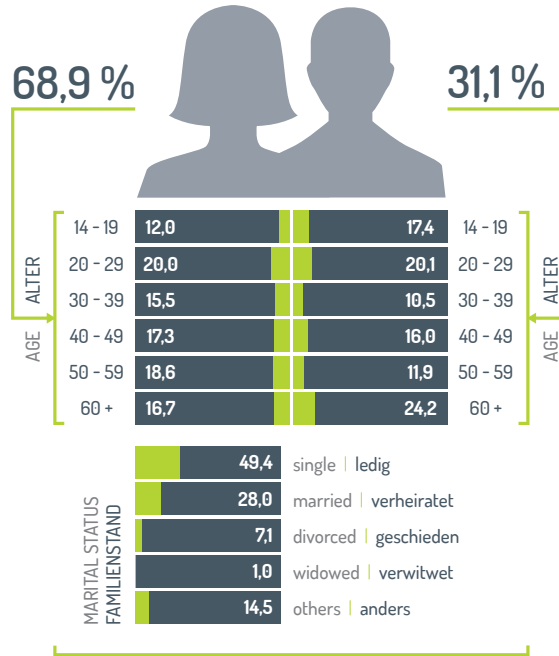
SPAIN
SPANIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 5.000



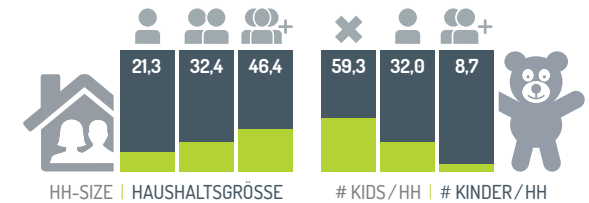
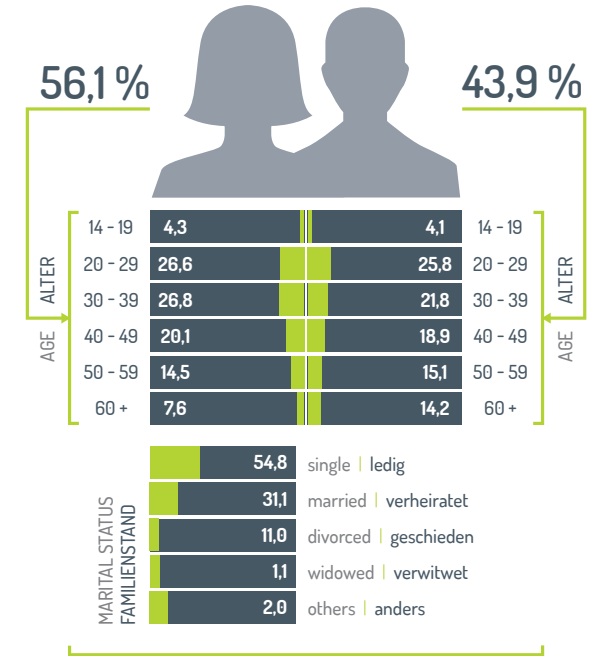
SWEDEN
SCHWEDEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 1.500



SWITZERLAND
SCHWEIZ

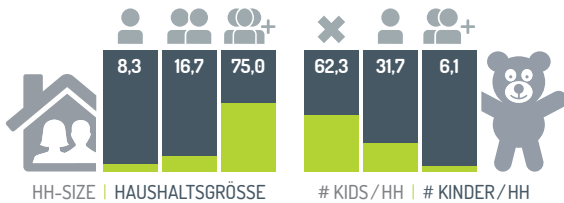
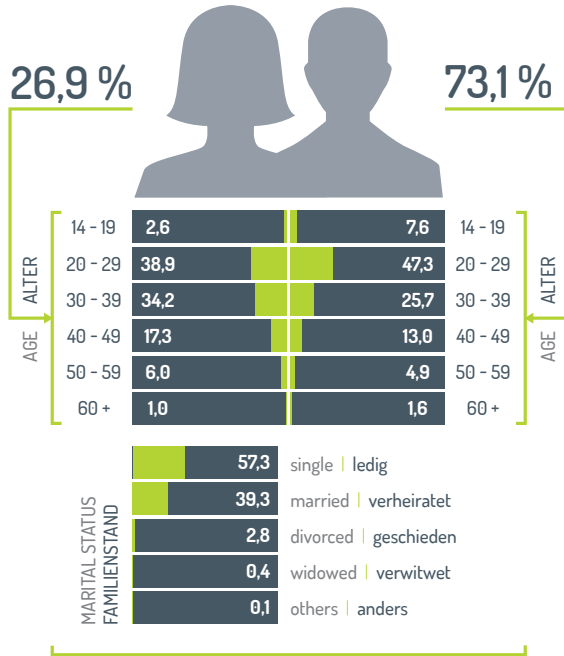
PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE 58.000





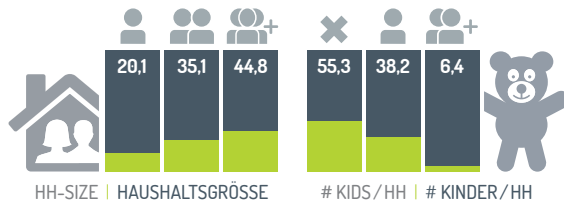
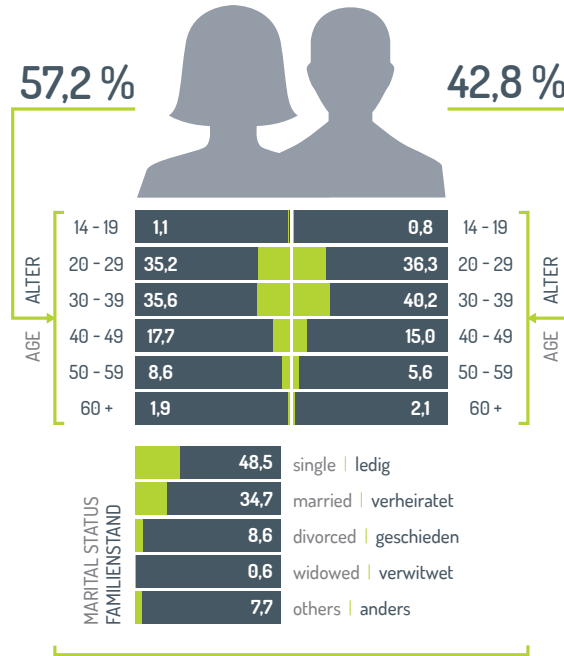
TURKEY TÜRKEI

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **13.000**



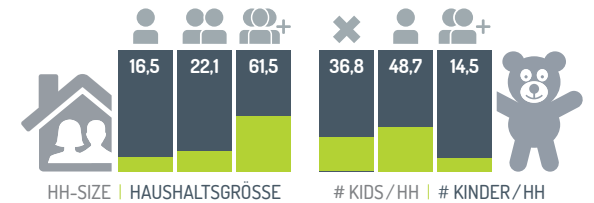
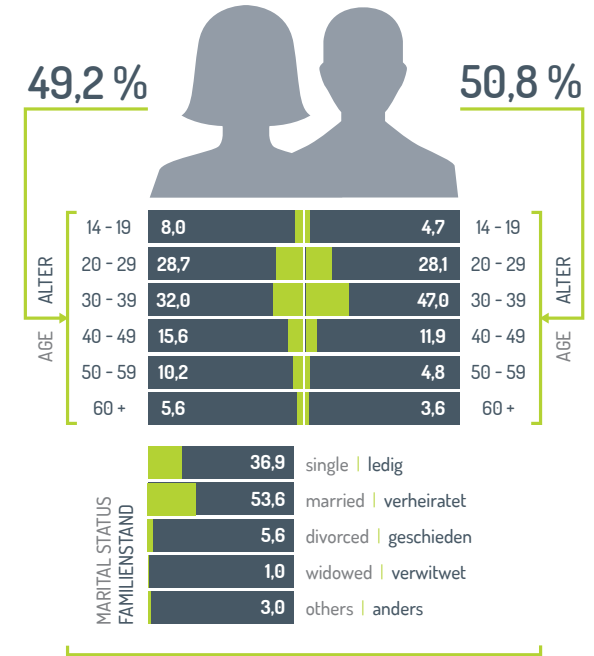
UNITED KINGDOMS GROSSBRITANNIEN

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **4.500**



U.S.A. U.S.A.

PANEL-SIZE
PANEL-GRÖSSE **9.000**



MARKETAGENT.COM

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Mühlgasse 59 | A-2500 Baden

Tel.: +43 2252 909 009

E-Mail: rfq@marketagent.com



ESOMAR
member

