

# Anwendungsoptionen und Anwendungsbeispiele des Onlineforschungs-Tools UNIPARK. Mag. Nora Sells



# Teil I



## Das Unipark-Programm

ENGLISH | DEUTSCH

UNIPARK

HOME | ABOUT US | PRODUCTS | NETWORK | REFERENCES

Online-surveys for Universities, Research Departments and Colleges of Further Education

Scientific research departments, professorships and individuals in the academic field can now subscribe to Globalpark's high-end online survey software ► Surveycenter at greatly reduced costs.

Surveycenter is the online research tool of choice for over 300 businesses worldwide. Its friendly web-based interface allows users to create high quality surveys with minimal effort.

**What information do you need?**

What functions does the software offer?  
Surveycenter 5.0 - get to know all of its application areas.

What does it cost?  
Learn more about the special rates of the different licence types.

Who'll help me, if questions arise?  
The Unipark-Community offers support for questions of methodical and technical nature.

Whether you are researching for a diploma thesis, dissertation or have other needs in the field of academic research, Surveycenter is a tried and tested tool which has to date been used by 200 universities and colleges worldwide.

Unipark is not only a supplier of professional survey software for academic use; above all, it is a network which encourages the exchange of knowledge between academic users. Training, the Unipark community and frequently organised road shows are designed to stimulate the exchange of information between users and Globalpark's software engineers.

Board  
Free Trial Account  
Contact  
Order Now

Search:

Unipark-Partner:  
Universität St. Gallen  
Institut für Methoden und Kommunikationstechnologien  
Universität St. Gallen  
[more references](#)

powered by  
GLOBALPARK

UNIPARK THE ACADEMIC ONLINE RESEARCH NETWORK

© Copyright 2007 Globalpark GmbH | [home](#) | [contact](#) | [imprint](#)

### Anwendungsbereiche

- Programm für Hochschulen und Forschungseinrichtungen
- Eigenständige und professionelle Durchführung von Onlineumfragen
- Internetbasierte Erhebungsmethode ermöglicht schnelle und kostengünstige Studiendurchführung
- Anwendung der Software im wissenschaftlichen Kontext

# Das Unipark Angebot



- Nutzung von EFS Survey mit allen Features
- Unipark Server sichern hohe Performanz
- Technischer und inhaltlicher Support über das Forum [www.unipark.de](http://www.unipark.de) und über die mailinglist [campus@unipark.de](mailto:campus@unipark.de)
- Zugriff auf umfangreiche Dokumentationen (Handbücher, „Erste Hilfe“, etc.)
- Testaccount zum „Reinschnuppern“ für <sup>3</sup> zwei Wochen

# Referenzen\*



\*Auszug aus den Referenzen



# Zugang zu UNIPARK

User erstellt Projekte im passwortgeschützten Login-Bereich:



GLOBALPARK

EFSSURVEY

ENTERPRISE FEEDBACK SUITE 5.2

English

Administration Login

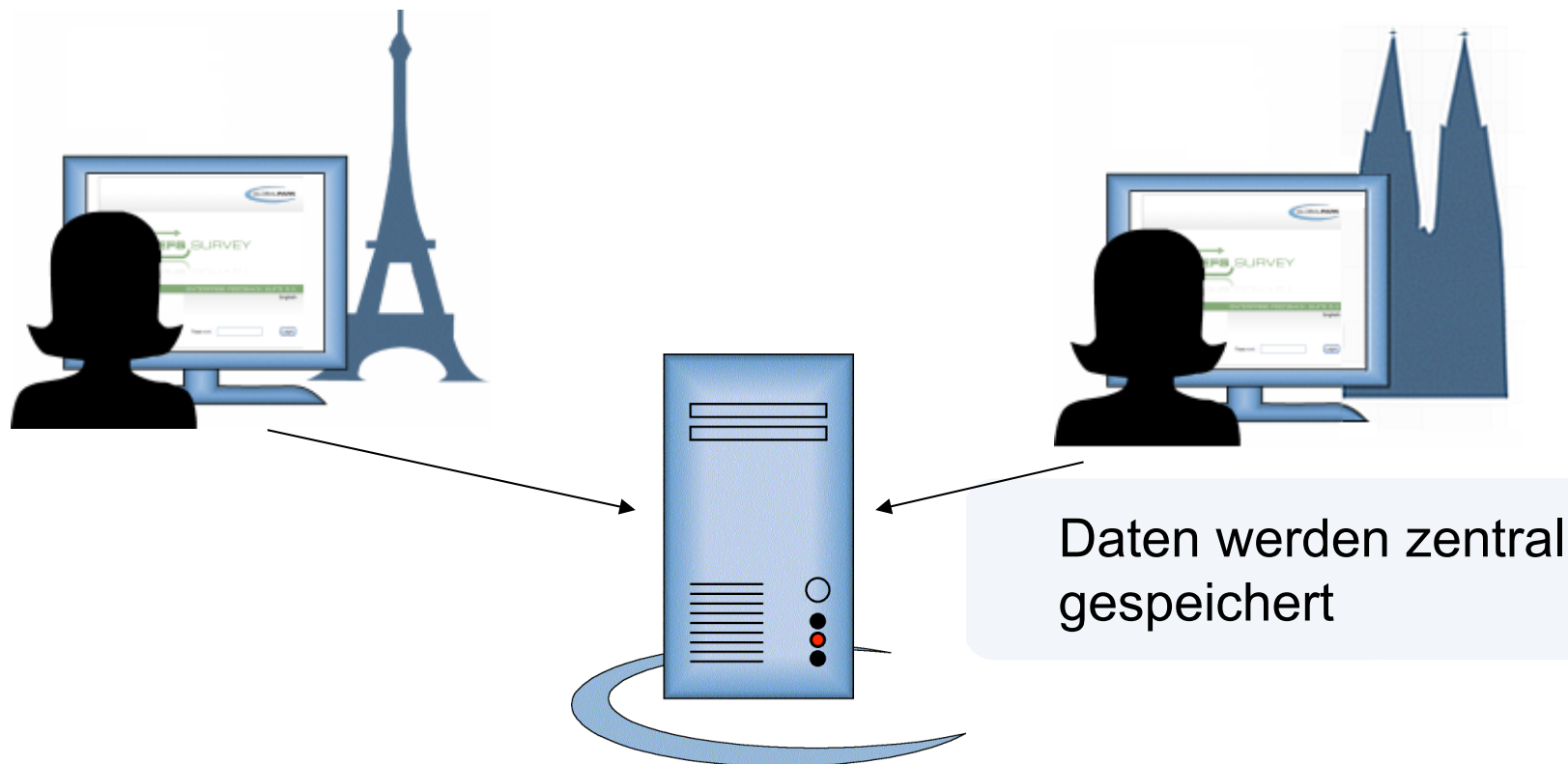
Name:  Passwort:

Zum Login muss  
**Benutzername** und  
**Passwort**  
eingegeben werden.

**Teams** können  
gemeinsam an  
Projekten arbeiten.

# UNIPARK = webbasierte Software

Von jedem Internet-PC kann an Projekten gearbeitet werden, unabhängig vom Aufenthaltsort, Browser reicht aus.

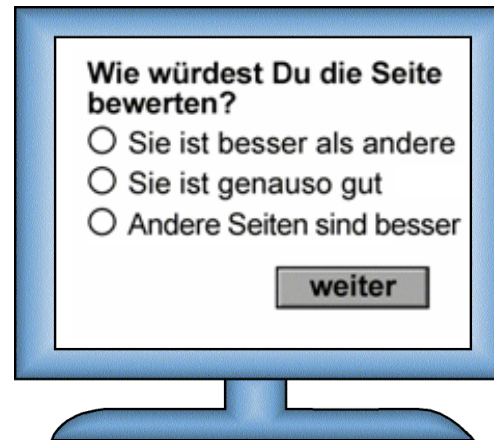


# Online-Umfragen einfach erstellen



Was vermisst Du auf dieser Internetseite?

weiter



Wie würdest Du die Seite bewerten?

Sie ist besser als andere

Sie ist genauso gut

Andere Seiten sind besser

weiter



Kennen Sie diese Person?



Kenn ich

Kenn ich nicht

weiter

## verschiedene Fragetypen:

- Einfachauswahl
- Mehrfachauswahl
- Texteingabe
- Matrixfragen
- Schieberegler
- Rankingfragen
- Zwischentexte
- Flash-Fragetypen

## Multimedia-Elemente:

- Bilder
- Videos
- 3D-Animationen

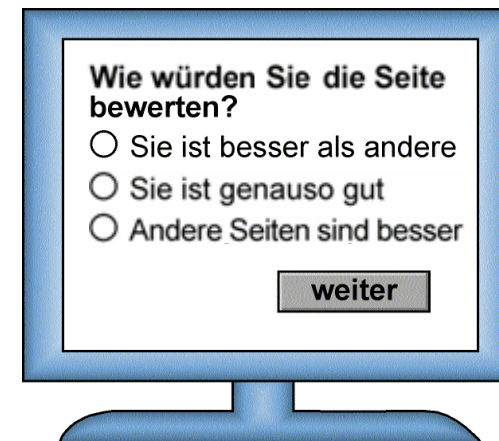
# Zugriff auf Online-Befragungen

Popup/Layer

Link auf Webseite/  
Link in Newsletter

Einladung per Mail

## Umfrage



Wie würden Sie die Seite bewerten?

- Sie ist besser als andere
- Sie ist genauso gut
- Andere Seiten sind besser

[weiter](#)



# Teilnehmer einladen



**anonym**

GLOBALPARK  
Intelligente Technologie für...

Globalpark ist führender Anbieter von Software für Online Umfragen, Online-Panels, 360 Grad Befragungen...

Unser erfahrenes Team bietet Ihnen technische und inhaltliche Beratung bei der Nutzung der Befragungssoftware über Internet oder Intranet. Individuelle Beratung und Schulungen flankieren wie Sie Online-Befragungen, Marktforschung in Ihrem Unternehmen ausbauen können. Vertiefen Sie Ihr Globalpark Know-How!

**HIER KLICKEN**  
Bewerten Sie unsere Website!

Ihre Meinung ist gefragt

Machen Sie mit bei unserer aktuellen Befragung!

**Software und Beratung für Online Marketing**

**Popup-Fenster auf Webseite einbauen**

**Link auf Website veröffentlichen**

**Umfrage-Link in Newsletter veröffentlichen**

From: "Petra Projektleiterin" <petra.projektleiterin@example.com>  
To: max.mustermann@example.com  
Subject: Befragung zur Example Website

## personalisiert

Wir würden Ihnen gerne in einer Online-Umfrage vier Fragen zu uns stellen, die uns sehr wichtig sind, da sie uns helfen, die aktuelle Situation richtig zu verstehen. Die Befragung wird in regelmäßigen Abständen wiederholt, um die Wirksamkeit der angestoßenen Verbesserungen zu überprüfen.

Und so können Sie teilnehmen: Klicken Sie einfach auf den in der E-Mail enthaltenen Link und Sie kommen zu Ihrem persönlichen Fragebogen.

<http://www.umfragecenter.de/uc/example/?code=485da0687f6c4b65>

Am Ende des Interviews können Sie den Fragebogen einfach schließen. Ihre Angaben werden automatisch gespeichert. Sie können die Befragung jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fortsetzen. In der nächsten Woche lang haben Sie die Möglichkeit, den Fragebogen auszufüllen. Danach wird der Zugang zur Befragung gesperrt.

Selbstverständlich erfolgt die Auswertung anonym, so dass keine Zuordnung der Ergebnisse zu Einzelpersonen möglich sein wird.

Schon einmal vielen Dank für Ihre Teilnahme!

**Teilnehmer mit personalisierter E-Mail einladen**

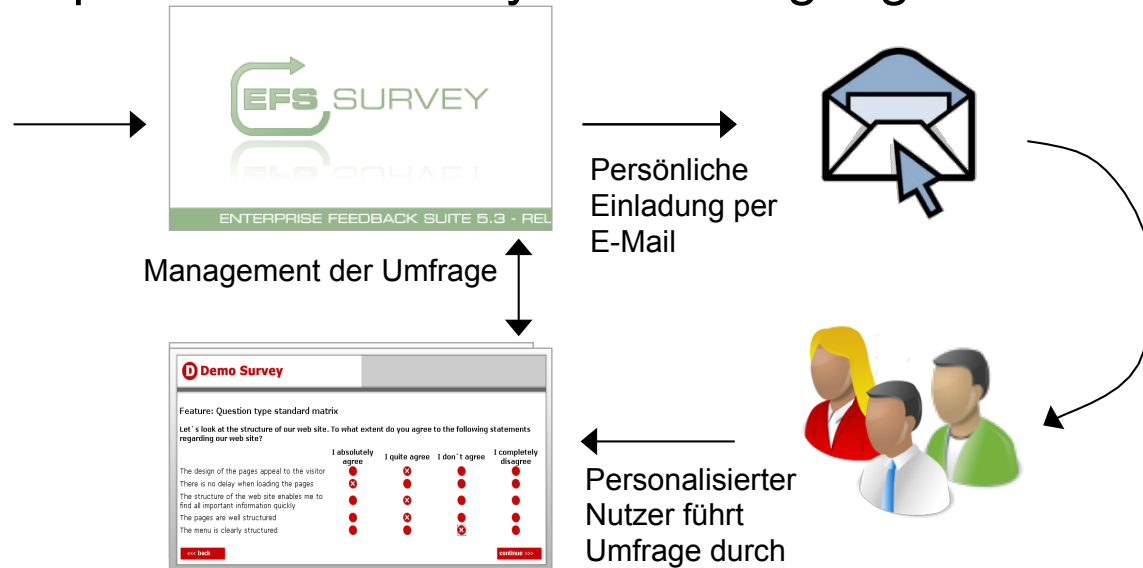
Passwort ist im Link versteckt

# Personalisierte Befragungen

- Import von Adresdaten und Zusatzinformationen
- Automatische Generierung von individuellen Zugangscodes
- Einsatzbereich: Z.B. Kunden-, Nutzer-, Mitarbeiterbefragungen
- Höhere Rücklaufquote als bei anonymen Befragungen

	A	B	C	D	E
1	Vorname	Nachname	Email	Sprachcode	Abteilungscode
2	Eugen	Wagner	eugen.wagner	1, 2, 4	111117
3	Jadir	Niehus	jadir.niehus	2, 4	111111
4	Luiz	Kolberg	luiz.kolberg	2, 4	111120
5	Andre	virgilio	andre.virgilio	2, 4	111113
6	Mauricio	Hessel	mauricio.hes	4	111118
7	Nelson	Ventura	nelson.ventura	4	111116
8	Anderson	Padilha	anderson.pad	4	111118
9	Leomar	Alves	leomar.alves	4	111120
10	Sueli	Vaz	sueli.vaz@cc	4	111120
11	Luiz	Nazarko	luiz.nazarko	4	111120
12	Fernando	Santos	fernando.san	4	111120
13	Carlos	Horyka	carlos.horyk	2, 4	111115
14	Heide	Geanner	heide.geanne	1, 2, 4, 5	111111
15	Eliete	Silva	eliete.silva@	4	111111
16	Eliane	Magalhães	eliane.magal	4	111114

Nutzerdaten werden importiert



# Mailadministration: Einladungen für personalisierte Befragungen

- Direkte Verbindung zur Teilnehmerverwaltung
- Teilnehmergruppen flexibel kontaktierbar
- Nutzung von Mailvorlagen
  - Serienbrieffunktionen und Platzhalter
- Optionen in den Mailvorlagen: Reply-to, Prioritäten, HTML
- Vorteil, wenn Mailserver in der Plattform integriert ist
- Integrierter Mailadmin: Vorschau, Versand-Statistik, HalteOptionen

## 1. Projekt testen im Vorschaumodus

- Gesamte Umfrage aus Teilnehmersicht prüfen (Fragebogenvorschau)

## 2. Projekttest im Produktivmodus

- Gesamte Umfrage im Produktivmodus testen

## 3. Test- und Organisationstools einsetzen

- **To-Do-Verwaltung** = interne Notizen erfassen und verwalten
- **Pretest-Tool** = Erfassung von Kommentaren durch „externe“
- **Weitere Tools** = Debugmodus, Chef-Taste

## Test- und Organisationstools einsetzen

**Pretest-Tool** = Verfassen von Kommentaren durch „externe“ Tester

Status kann abgegeben  
abgegeben  
vergeben werden

Kommentare werden

Suche

Pretest-Kommentare suchen  Suchen [Erweitert](#)

Pretest-Kommentare

[Pretest-Kommentare als Excel-Datei exportieren](#) [Alle Pretest-Kommentare löschen](#)

Ansicht

Eingefügt am	Benutzer-ID	Laufende Nummer	Kontaktinformation	>> Seitentitel <<	Kommentar	Sprache	Status	Aktionen
20.09.2007	Vorschau	Vorschau	/	<a href="#">Bereiche</a>	Button zu groß	Deutsch	nicht entschieden	

[Speichern](#)

http://live.3uu.de - Kommentar: - Mozilla Firefox

Kommentar:

Ihr Kommentar zu dieser Seite:

[Löschen](#) [Speichern](#)

Fertig

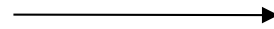
[weiter](#) [Comment](#)



# Verlaufskontrolle



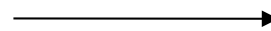
## 1. Feldbericht



### Verlaufsstatistik

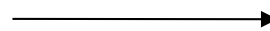
- Zahl angefangener Interviews
- Zahl unterbrochener Interviews
- Zahl beendeter Interviews
- Abbruchstatistik nach Seiten

## 2. Online-Statistik



Zeigt **Häufigkeitsverteilung**  
der eingegangenen Antworten

## 3. Offene Angaben



Zeigt eingegangene  
Antworten auf **offene Fragen**

# Feldbericht



Qualitätskorrektur

Datenbereinigung

Daten löschen

Zum Projekt

---

**Login:**  
Customer Training

**Users Online:**  
1 user(s) online  
13 respondent(s) online

**Date (GMT):**  
22.10.2007 12:44:06

**Local date (+0:00):**  
22.10.2007 12:44:06

**Feldbericht:**

Die angezeigten Daten beziehen sich auf die Feldzeit vom 30.01.2007 bis 22.10.2007 - Aktiv seit 265 Tagen

[? Legende](#)

Gesamtsample  
-487-

Bereinigtes Gesamtsample  
-475-

Netto  
-297-

Beendet  
-269-

**Legende**

31-32	21-23	20	12	> 32	11,13,14,15
beendet	in Bearbeitung	1. Seite gesehen	nicht begonnen	ausgescreent	Nicht erreichbar

12:44 22.10.2007

	Absolute Zahlen (Prozent)
Gesamtsample (Brutto 1)	487 (100.00%)
Bereinigtes Gesamtsample (Brutto 2)	475 (97.54%)
Nettobeteiligung	297 (60.99%)
Ausschöpfungsquote	62.53%
Beendigungsquote	56.63%
Variable Quote	0.00%
<b>Statistische Kennzahlen</b>	
Mittlere Bearbeitungszeit (arithm. Mittel)	0h 12m 14.81s
Mittlere Bearbeitungszeit (Median)	0h 9m 42.5s
Tageszeit mit den meisten Zugriffen	Stunde 9 Anzahl 42
Durchschnittliche Teilnehmeranzahl pro Tag	2.62
Durchschnittliche Teilnehmeranzahl pro Woche	8.79
Seite mit meisten Abbrüchen	Seite: Willkommenseite Anzahl 12

Grafische Abbildung der Verlaufsstatistik

Verlaufsstatistik z.B. Abbruch nach Seiten

# Online-Statistik

Feldbericht

Reporting

Online-Statistik

Offene Angaben

Detailansicht

Konfiguration

Qualitätskorrektur

Datenbereinigung

Daten löschen

Zum Projekt

---

**Login:**  
Customer Training

**Users Online:**  
1 user(s) online  
6 respondent(s) online

**Date (GMT):**  
07.12.2006 08:58:30

**Local date (+0:00):**  
07.12.2006 08:58:30

Online-Statistik "Website-Check"

Online-Statistik Split

[Zurück - Druckvariante](#)

Hier sehen Sie Informationen über die ausgewählten Felder:

[+] Legende

---

**Frage: Wie häufig nutzen Sie das Internet (beruflich und privat)?**

	Anzahl	Prozent	
täglich (1)	6	23.08%	<div style="width: 23.08%;"></div>
mehrmals pro Woche (2)	4	15.38%	<div style="width: 15.38%;"></div>
mehrmals pro Monat (3)	8	30.77%	<div style="width: 30.77%;"></div>
seltener (4)	5	19.23%	<div style="width: 19.23%;"></div>
nie (5)	3	11.54%	<div style="width: 11.54%;"></div>
<b>GESAMT</b>	<b>26</b>		
ungültig (fehlend)	1		
Mittelwert	2.81		

N = 31 | n = 27 | sys-missing = 4

---

**Frage: Wie sind Sie auf unsere Website aufmerksam geworden?**  
(Mehrfachnennungen sind möglich)

	Anzahl	Prozent	
Freunde	12	44.44%	<div style="width: 44.44%;"></div>

Häufigkeitsverteilung der eingegangenen Antworten

# Offene Angaben

EFS Survey ☰☰☰ **Status** Projekte Mitarbeiter Optionen 🇬🇧 Help Logout


☰ Startseite » Projekte » Umfrage bearbeiten » Statistik

Feldbericht  
Reporting  
Online-Statistik  
**Offene Angaben**  
Detailansicht  
Konfiguration  
Qualitätskorrektur  
Datenbereinigung  
Daten löschen  
Zum Projekt

**Login:**  
Customer Training  
**Users Online:**  
6 user(s) online  
2 respondent(s) online

Offene Angaben "Website-Check"

[Zurück](#) - [Druckvariante](#)

 Hier sehen Sie Informationen über die ausgewählten Felder:

**Frage: Was gefällt Ihnen besonders an der Nutzung des Internets?**

Nr.	v_96 : - Gefallen_Internet-
22	die Schnelligkeit
23	die weltweite Vernetzung
24	die Erreichbarkeit
25	die Kommunikationsform Mail und Chat
26	der demokratische Nutzungsansatz - für alle

eingegangene Antworten  
auf offene Fragen

# Reporting-Modul: Datenauswertung

- Der Report ist das Ergebnis einer Zusammenfassung von mehreren Tabellenblöcken und/oder mehreren Ergebnisgrafiken

## Zwei Wege der Erstellung:

- schnell** = Standardreport (vorkonfiguriert) – automatisch ist ein Report mit einem Tabellen-block über alle Fragen des Projekts erstellt (Häufigkeiten)
- individuell** = Individualreport (Reporteinstellungen werden selbst vorgenommen / frei wählbar)
- Export als HTML- oder Excel-Datei werden selbst vorgenommen / frei wählbar

**Report-Informationen**

**Inhaltsverzeichnis**

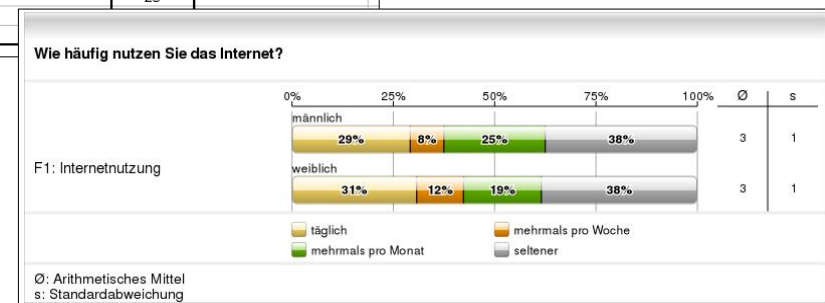
Musterreport zur Websitebefragung

Allgemeiner Bericht zu der im Jahr 2006 durchgeführten Websitebefragung

Wie häufig nutzen Sie das Internet?

	Gesamt	F10: Verlosung		F7: Geschlecht	
		ja	nein	männlich	weiblich
<b>Nutzung</b>	15 30,00%	7 31,82%	8 28,57%	7 29,17%	8 30,77%
Woche	5 10,00%	1 4,55%	4 14,29%	2 8,33%	3 11,54%
Monat	11 22,00%	6 27,27%	5 17,86%	6 25,00%	5 19,23%
	19 38,00%	8 36,36%	11 39,29%	9 37,50%	10 38,46%
	50	22	28	24	26

	A	B	C
<b>Projekt: Websitebefragung_pers_Reporting_Report: Musterreport.</b>			
1			
2			
3	<b>Wie häufig nutzen Sie das Internet?</b>		
4		Gesamt	
5	<b>F1: Internetnutzung</b>		
6	täglich	15	
7	mehrmals pro Woche	5	
8	mehrmals pro Monat	11	
9	seltener	19	
10	Basis	50	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17	<b>Wie sind Sie auf unsere Website</b>		
18		Gesamt	
19	Freunde	23	
20	Durch eine Suchmaschine	18	
21	Durch einen Link auf einer anderen Website	27	
22	Sonstiges	28	
23	Basis		
24			
25			





# EFS Survey Status – Zugriff auf die Online-Statistik

- ✓ Rückläufe und Ergebnisse in Echtzeit für Kooperationspartner

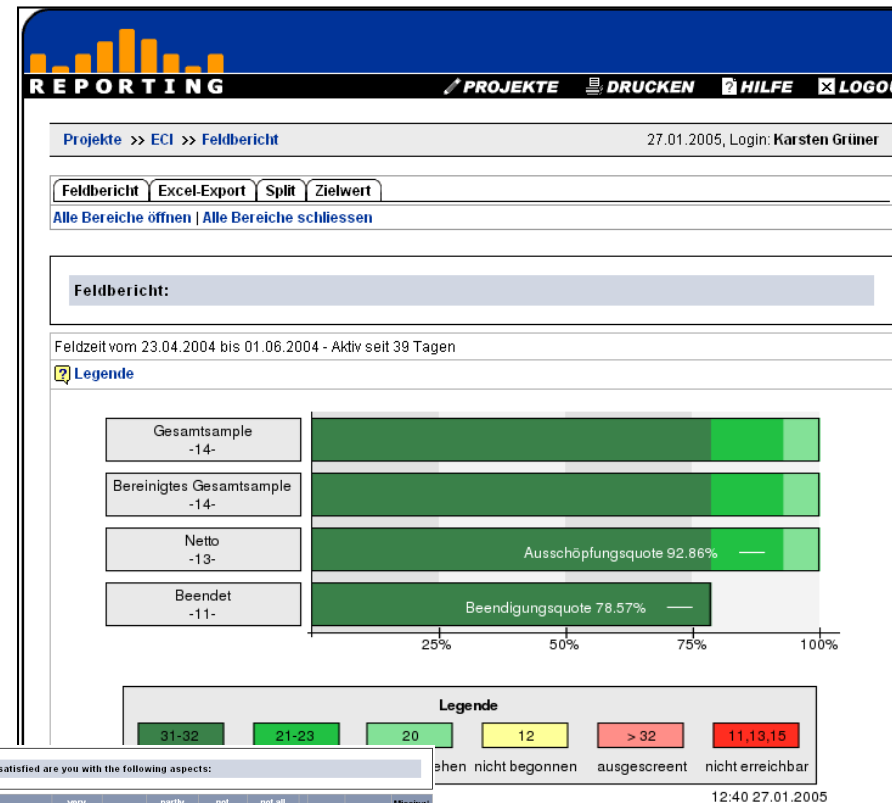
**Feldbericht**

**Online Statistik**

**Offene Angaben**

**Abbruchstatistik**

**Reporting**



- Kennzahlen zum Feldverlauf: Rücklaufquoten, Abbruchstatistik
- Alle Auswertungen und Kennzahlen spezifisch für Organisationseinheiten
- Ergebnisse in Echtzeit über Online-Report und Online-Statistik
- Analyse-Plattform: Detailabfragen schon im Verlauf der Befragung

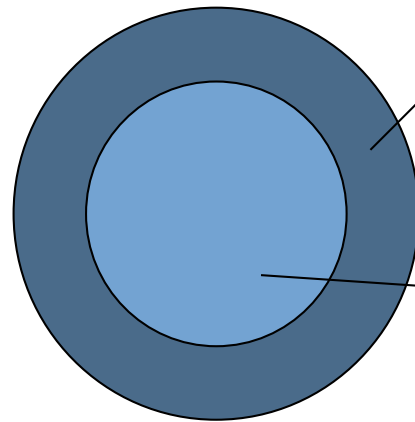
Frage: How satisfied are you with the following aspects:

	very satisfied (1)	satisfied (2)	partly satisfied (3)	not satisfied (4)	not all satisfied (5)	Gesamt	Mittelwert	Missing
with your job ?	50.00% (1)	0.00% (0)	50.00% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	2	2.00	0 10
with your salary ?	50.00% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2	1.50	0 10
with the general conditions at work ?	0.00% (0)	0.00% (0)	100.00% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	2	3.00	0 10
with shifts and working hours	0.00% (0)	50.00% (1)	50.00% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	2	2.50	0 10
with the development opportunities (i.e. training, coaching, cross training) ?	0.00% (0)	0.00% (0)	100.00% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	2	3.00	0 10

N=14 | n=12 | sys-missing = 2 \*A = n/a B = ungültig (fehlend)

# Datenexport

## 1. Was?



kompletter Datensatz

ausgewählte Variablen,  
z.B. nur offene Antworten

## 2. Format?

**CSV/Excel**

**SPSS**

## Teil II

# Ausgewählte Praxisbeispiele der Nutzung von UNIPARK an der Universität Wien

# Mehrsprachige Umfragen

## Beispiel: Projekt ASEA

- Eine in Österreich und Thailand durchgeführte Studie zur Nutzung von Social-Networks und sozialen Strukturen
- Einbinden der Thailändischen Version mittels dem Spracheneditor von UNIPARK
- Kontrolle der Eingabe durch die Thailändischen Kooperationspartner mittels dem Pretesttool
- Export und Auswertung der Daten in einem Datenfile möglich
- <http://www.unipark.de/uc/asea/>
- weitere Information zu dem Projekt bei PD Dr. Gerit Götzenbrucker und
- Mag. Margarita Köhl (IPKW Wien)

# Projekt PROFCOM

## Professionelle Kommunikatoren in Europa

- Eine vergleichende Studie zum Selbstverständnis von Journalisten und Public Relations-Managern.
- Durchgeführt 2009 in Österreich, Deutschland, Bulgarien, Türkei, Finnland/ Schweiz (derzeit in der Feldphase)
- Weitere Informationen:  
<http://profcom.univie.ac.at>



# Einladungsprozess

Art der Einladung	Österreich	Deutschland	Bulgarien	Türkei	Finnland	Schweiz (Feldphase)
<b>Journalisten</b>	E-Mail Liste	E-Mail Liste	E-Mail Liste (PR+Journ.)	E-Mail Liste + offline	Link Positionierung	E-Mail Liste
<b>PR-Experten</b>	E-Mail Liste	E-Mail Liste		E-Mail Liste + offline	Link Positionierung	Link Positionierung
<p><b>E-Mail Liste:</b> E-Mail Adressen der Teilnehmer lagen vor und die Einladung wurde direkt über das Unipark-System durchgeführt.  <b>Link Positionierung:</b> Durch die Kooperationspartner wurde der Link auf verschiedensten Websites und Newslettern platziert.  <b>offline:</b> wurde bei zu geringem Rücklauf durchgeführt. Papierfragebögen ausgegeben und von Kooperationspartnern eingetragen.</p>						

Beispiel Original-Ansicht eines Fragebogens - Schweiz PR-Experten: [http://ww3.unipark.de/uc/profcom\\_pr\\_ch/](http://ww3.unipark.de/uc/profcom_pr_ch/)

# Spezifika der unterschiedlichen Einladungsarten:

## Personalisierte Umfrage

E-Mail Liste: Teilnehmer bekommen individualisierten Link zugeschickt.

Vorteile:

- Exakter Start der Befragung fixierbar.
- Eine E-Mail Adresse kann nur einmal die Befragung beenden.
- Falls die Befragung abgebrochen wird, kann sie an dieser Stelle wieder aufgenommen werden.
- Reminder können zu fixierten Zeitpunkten geschickt werden und erreichen nur all jene Teilnehmer, die noch nicht zugegriffen haben oder abgebrochen haben.
- N der angeschriebenen Zielgruppe ist eindeutig.

Nachteil:

- Geschlossene Gruppe an Teilnehmern

# Spezifika der unterschiedlichen Einladungsarten:



## Anonyme Umfrage

Link Positionierung: nicht-individualisierter Link zum Fragebogen.

Vorteile:

- Link zum Fragebogen kann auf verschiedenste Art verbreitet werden (z.B.: auf Websites, Blogs, Newsletter).
- Möglicher Schneeballeffekt bei der Verbreitung.
- Keine geschlossene Gruppe an Teilnehmern.

Nachteile:

- Theoretisch kann eine Befragung mehrmals von einer Person durchgeführt werden.
- Bei einem Abbruch der Befragung startet die Befragung wieder vom Anfang.
- N der angeschriebenen Zielgruppe ist nicht eindeutig.



# Rücklauf und Ausschöpfungsquote

<u>Journalisten</u>	Österreich	Deutschland	Bulgarien	Türkei	Finnland	Gesamt
Eingeladene (Zielgruppengröße)	4717	8071	X	1485	X	X
erreichte Interviews (Rücklauf)	904	937	175	331	143	2490
Ausschöpfung	19%	12%	X	22%	X	X

<u>PR-Experten</u>	Österreich	Deutschland	Bulgarien	Türkei	Finnland	Gesamt
Eingeladene (Zielgruppengröße)	413	1627	X	704	X	X
erreichte Interviews (Rücklauf)	162	305	112	241	157	977
Ausschöpfung	39%	19%	X	34%	X	X

In Bulgarien Zielgruppengröße von PR + Jour. = 623, Rücklauf = 287 (Ausschöpfung = 46%)

# Qualität der E-Mail Listen

- Gemessen an den gültigen E-Mail Adressen in den Listen  
= keine Fehlermeldung an die Absenderadresse

## Journalisten:

- in Österreich: 86%,
- Deutschland: 93%,
- Türkei: 58%

## PR-Experten:

- in Österreich: 98%,
  - Deutschland: 85%,
  - Türkei: 75%
- 
- In Bulgarien insgesamt 68%

# Ausfülldisziplin der Teilnehmer

Journalisten:

- 49% haben 2 Fragen (von 140 Fragen) nicht ausgefüllt
- 66% haben 6 Fragen nicht ausgefüllt
- 

PR-Experten:

- 44% haben 3 Fragen (von 135 Fragen) nicht ausgefüllt
- 67% haben 8 Fragen nicht ausgefüllt

Mittelwerte Anzahl der fehlenden Werte	Österreich	Deutschland	Bulgarien	Türkei	Finnland	Gesamt
<u>Journalisten</u>	18,7	15,4	42,7	14,4	19,1	18,6
<u>PR-Experten</u>	15,2	36,1	40,5	17,1	29,8	27,4

Journalisten: Mittelwerte der Anzahl der fehlenden Werte (0-140)

N=2490, N(A)=904 N(D)=937 N(Bu)=175 N(Tu)=331 N(Fi)=143

PR-Experten: Mittelwerte der Anzahl der fehlenden Werte (0-135)

N=977, N(A)=162, N(D)=305, N(Bu)=112, N(Tu)=241, N(Fi)=157

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Kontakt:

Mag. Nora Sells ([nora.sells@globalpark.at](mailto:nora.sells@globalpark.at))

