

**Sibylle Merten,
Research Consultant,
Forschungsgruppe g/d/p**



Omnibusse ermöglichen auch bei einzelnen Fragestellungen kostengünstige Marktforschung, weil mehrere Unternehmen sich die Kosten teilen. Unsere differenzierten Mehrthemenumfragen liefern aussagekräftige und schnelle Ergebnisse in hohen Fallzahlen – repräsentativ für die jeweilige Zielgruppe. Der Babybus und der Kiddiebus richten sich zum Beispiel an die Zielgruppe der Mütter, beim Hanseatenbus werden regelmäßig Umfragen in Hamburg durchgeführt, der Deutschlandbus ist repräsentativ für die Bevölkerung.

www.gdp-group.com