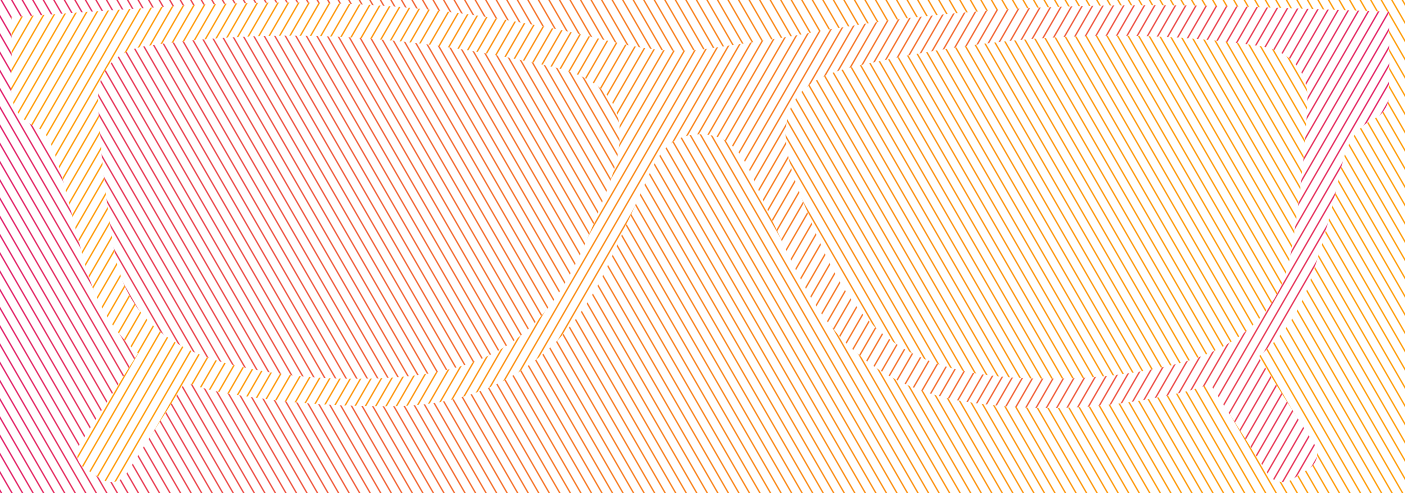


Sehstärken 05

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE



Wort halten

IMAGEANZEIGEN FÜR
BAYER CROPSCIENCE

Neu machen

MARKTEINFÜHRUNG FÜR
RAUCHMELDER VON WAGNER

Präsenz zeigen

SMS MEER AUF DER
TUBE & WIRE 2014

Schau an!

Liebe Leser,

aller guten Dinge sind fünf. Zumindest für uns, wenn es um B-to-B geht: Denn die neue Sehstärke ist da! Die aktuelle Ausgabe unseres Kundenmagazins bietet Ihnen wie gewohnt jede Menge Kreation, die sich sehen lassen kann. Kampagnen, Kundenmagazine und Kundenbindungsprogramme; von Agrar über Luft/Wasser-Wärmepumpen bis hin zu Ansaugrauchmeldern. Wir präsentieren Ihnen wieder die gesamte Bandbreite einer Full-Service-Agentur und einen umfassenden Überblick über unser Leistungsspektrum. Schauen Sie ruhig genauer hin: So sehenswert kann B-to-B-Werbung sein.

Schöne Einblicke wünschen Ihnen

Anja Schumacher
Geschäftsführende Gesellschafterin

Karlheinz Lohmann
Geschäftsführender Gesellschafter

04

Auf ein Wort: Imageanzeigen
für Bayer CropScience

06

Im Profil: das GRIP-Magazin der
Michelin BIB-Xperts

08

Hand drauf: Kampagne
für den JET TOWEL von
Mitsubishi Electric

10

Ins Rollen gebracht:
Weiterentwicklung der
DORMA System-Partner

20

You'll never work alone: WM-
Promotion für Mitsubishi Electric

14

Blau wirkt weiterhin: Produkt-
anzeigen für LEMKEN

22

Gelungener Auftritt: SMS Meer
auf der Tube & wire 2014

16

Imagearbeit: Kompetenz-
broschüre für Maxfry®

26

Brandneu: Produkteinführung
Ansaugrauchmelder von Wagner

18

Heizung rot-weiß! Mitsubishi
Electric auf der SHK 2014 in Essen

28

In eigener Sache: 55 Jahre
Schlasse



Ein Mann, ein

**GIBT ES EIGENTLICH
BERATER,
DIE IN DIE
HOSENTASCHE
PASSEN?**

JA!

Moderne Technik hilft Landwirten, besser informiert zu sein und richtige Entscheidungen zu treffen. Wie mit den Bayer Apps zu vielen Themen, von der Unkrautbestimmung bis zum Wetter.

www.agros.bayer.de

Folgen Sie uns auf Facebook



**RESISTENZEN
NERVEN.
MACHT EIGENTLICH
EINER WAS
DAGEGEN?**

JA!

Denn alle müssen umdenken. Darum hat Bayer unter dem Motto „Weitritt ist Zukunft“ eine Anti-Resistenz Initiative gegründet, die viele Aspekte umfasst und Landwirten wirklich hilft.

www.agrar.bayer.de

Folgen Sie uns auf Facebook



**IMMER SOLL MAN
TREU SEIN.
HAB' ICH DENN
AUCH WAS
DAVON?**

JA!

Denn mit dem Bonusprogramm Premio wird Ihre Treue mit Punkten belohnt, wenn Sie sich für Produkte von Bayer CropScience entscheiden. Und die sind tolle Prämien wert!

www.premio.de

Folgen Sie uns auf Facebook



Wort!

IST ES NICHT UNLOGISCH, DASS MAN AUF INNOVATIVE PFLANZENSCHUTZMITTEL VERZICHTEN SOLL?

JA!

Ohne innovativen Pflanzenschutz kann die Ernährung der Menschen nicht gesichert werden. Doch unverhältnismäßige Gesetzesvorschriften verhindern die Zulassung neuer Wirkstoffe und Wirkstoffkombinationen. Deshalb benötigen wir in der Landwirtschaft mehr Mut, unsere Positionen in der Öffentlichkeit offener zu vertreten.

www.bio-pflanzenschutz.de

Follow us on Facebook

BAYER

Anzeigen

Bayer CropScience beweist mit ungewöhnlichem Engagement seine Nähe zum Landwirt und unterstützt ihn mit zahlreichen Services. Empfehlungen, ein Agrar-Telefon und digitale Hilfestellungen gehören dazu. Das Unternehmen möchte als Ansprechpartner für alle Fragen zur Verfügung stehen. Dieser Anspruch ist jetzt Kern der neuen, von Schlasske konzipierten Imageanzeigen.

Service auf vielen Ebenen

Die Motive, die durch einen Farbcode deutlich voneinander unterscheidbar sind, haben einen jungen Landwirt im Mittelpunkt. Dieser stellt authentisch leicht provokante Fragen zu aktuellen landwirtschaftlichen Themen, während Bayer CropScience kompetente Antworten gibt und Services empfiehlt. Bisher wurden Motive geschaltet für das Prämiensystem Premeo, die Anti-Resistenz-Kampagne, Agrar-Apps und über die aktuellen Zulassungsbeschränkungen für Pflanzenschutzmittel. Weitere Themen werden zurzeit bearbeitet. Da können Sie uns beim Wort nehmen!



Mit Grip auf die Pole-Position

Für die Michelin BIB-Xperts, die von Schlasse gegründete Vereinigung von Mitarbeitern im Reifenhandel, wurde vor vielen Jahren das Magazin „Grip“ ins Leben gerufen. Mit der Startnummer 14 ging im Frühjahr die jüngste Ausgabe ins Rennen – mit Themen, die die Kundenbindung fördern, den Lesern klare Vorteile für die tägliche Arbeit bringen und gleichzeitig unterhalten.

Einen Schwerpunkt bilden hierbei Berichte über die Marken unter dem Dach von Michelin, innovative Reifenentwicklungen, die Rallye Monte Carlo sowie neue Serienfahrzeuge. Zudem können die Reifenhändler mit dem Magazin auch kostenlose Eintrittskarten für Messen abrufen, auf denen Michelin ausstellt. Ein besonderer Service, der die Markenbindung stärkt.

| Ausgabe 1 | 2014

GRIP



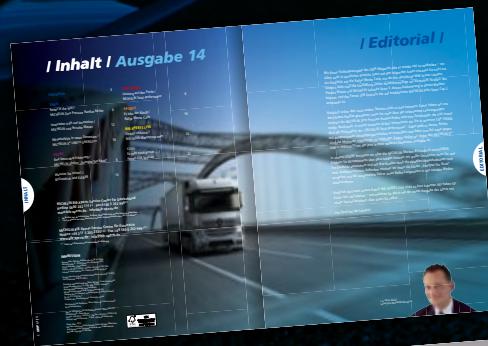
Im Überblick: MICHELIN
betrieb: Die Rallye
BFGoodrich und KL
MICHELIN X® LINET

IP



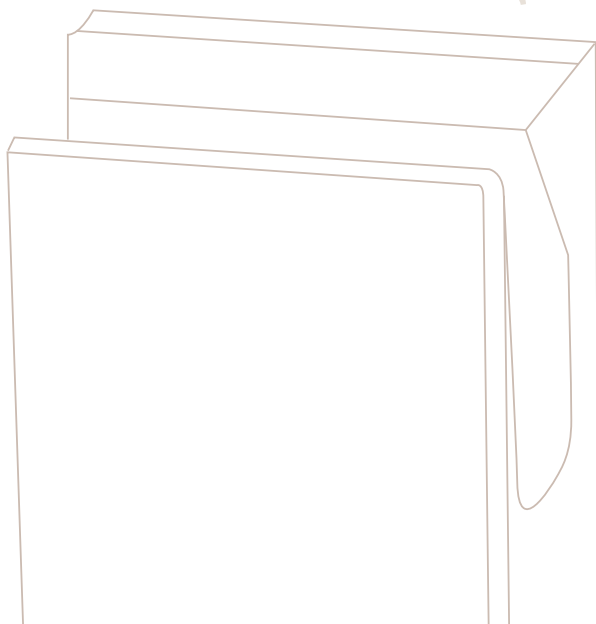
LIN Total Performance / Im Renn-
Monte Carlo / Im Marken-Check:
EBER / Im Leistungsvergleich:
M ENERGY™

Das Magazin der BIB-Xperts





Händetrocknen erster Klasse: Jet Towel





Produktbroschüre: Titel und exemplarische Innenseiten



Wer hat's erfunden? Ja, die Japaner sind's gewesen. Mitsubishi Electric setzt mit dem Jet Towel seit über 20 Jahren den Maßstab für berührungsloses Händetrocknen. Speziell in Bereichen mit hoher Publikumsfrequenz ist der Jet Towel nicht nur hygienischer, sondern auch ökologischer und kostengünstiger als alle Alternativen.


Vorurteile wegpusten

Vielen Entscheidern sind die Vorteile des Jet Towels nicht ansatzweise bewusst. Um das zu ändern, hat seit Neuestem auch Schlass die Hände im Spiel. Mit einer Produktbroschüre, einer Microsite und begleitender Bannerwerbung bringen wir ganz gezielt frischen Wind in die Denkweise von Architekten, technischen Gebäudeausstattern und Entscheidern in Unternehmen und Behörden. Denn das Original Jet Towel macht jeden Wettbewerb einfach nass – vom klassischen Papierhandtuch ganz zu schweigen!



Auf gute Partner- schaft





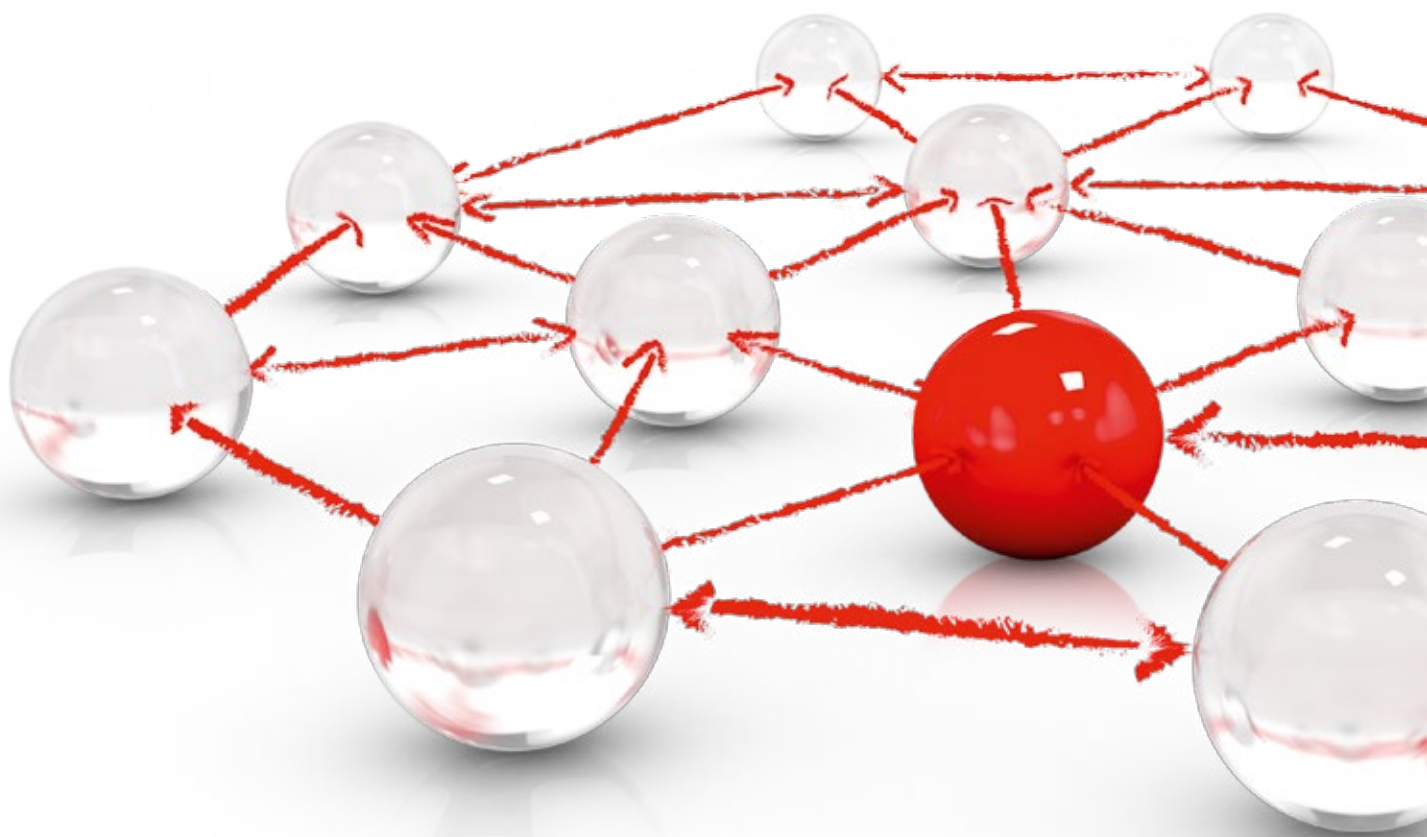
In jeder guten Partnerschaft gilt: Man muss an ihr arbeiten, damit sie lebendig bleibt, spannend und reizvoll. Das trifft erst recht auf Geschäftsbeziehungen zu. Bestes Beispiel hierfür ist die Weiterentwicklung der DORMA System-Partner.

Die Gemeinschaft der DORMA System-Partner richtet sich an inhabergeführte Handwerksunternehmen aus den Fachbereichen Metall, Holz, Glas, Elektro und Innenausbau. Im Mittelpunkt stehen hierbei konkrete Leistungen, die alle ein Ziel verfolgen: mehr Erfolg im Markt. Dabei gilt das Prinzip vom Geben und Nehmen. Wer sich engagiert, erwirbt einen höheren Status und kann umso wertigere und umfassendere Leistungen nutzen. Vor diesem Hintergrund gibt es drei Partnerstufen: Basis, Silber und Gold.

Ins Rollen gebracht

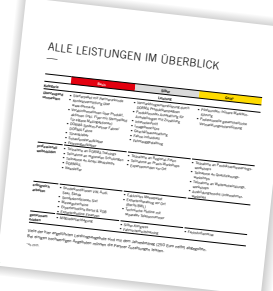
Mit Unterstützung von Schlasse wurden die strategischen Grundlagen für die Neuausrichtung der DORMA System-Partner erarbeitet. Zudem zeichneten wir mitverantwortlich sowohl für die interne Vertriebskommunikation als auch für die externe Vermarktung des Partnerprogramms. Im Zuge dessen entwickelte Schlasse nicht nur das neue Key-Visual der DORMA System-Partner, sondern u. a. auch

eine Akquisebroschüre sowie das Leistungsprogramm der DORMA System-Partner. Dieses umfasst die Grundzüge und das gesamte Leistungsangebot der Gemeinschaft. Kurz: Einige wesentliche Meilensteine wurden gelegt. Aber kein Grund, jetzt eine ruhige Kugel zu schieben. Denn auch in Zukunft werden kontinuierlich Impulse gesetzt, um die DORMA System-Partner voranzutreiben.





Akquisebroschüre



Leistungsprogramm



Blau wirkt – von der Marke zum

Mit der vielbeachteten Kampagne unter dem Motto „Blau wirkt“ hat Schlasse der Imagekommunikation des Landtechnikherstellers LEMKEN vor gut einem Jahr neues Leben eingehaucht. Nachdem zunächst eine Kompetenzbroschüre, Imageanzeigen und der Agritechnica-Messeauftritt realisiert wurden, wird die blaue Welt nun zunehmend auch in den Produktbereich übertragen.

Erste Schaltungen erfolgt

Den Anfang machen Anzeigen für die Feldspritzen Sirius und Albatros sowie den Grubber Karat, die inzwischen auch in allen relevanten Landwirtschaftstiteln geschaltet wurden. Wesentliche Merkmale sind die Inszenierung der Produkte vor blauem Himmel, der kurze, schnell erfassbare Text sowie ein Detailbild, das den wichtigsten Produktnutzen in den Vordergrund stellt. Weitere Motive werden in Kürze folgen.

Produkt!

BLAU WIRKT BERUHINGEND DIE FELDSPRITZE ALBATROS – LEISTUNGSSTARK UND KOMFORTABEL



Die Einzelbedienungen im Getriebe- und Drallbereich sind übersichtlich angeordnet und bieten maximalen Komfort.



Die Anhängerspritze Albatros vereint professionellen Pflanzenschutz mit maximaler Wirtschaftlichkeit. Zahlreiche Ausstattungsvarianten, Arbeitsbreiten von 21 bis 39 Meter und Tankvolumen von 2.200 bis 6.200 Liter stehen für Vielseitigkeit und sichere Anwendung:

- ruhige Gestängelage für perfekte Applikation
- kompakte Bauform für beste Wendigkeit
- leichte Reinigung durch glatte Tankinnenflächen
- Elektronik-Lösungen für jeden Bedarf



Mehr über die
Produkte und Lösungen
finden Sie unter
www.lemken.com

www.lemken.com

LEMKEN
The Agricultural Company

BLAU WIRKT BEFREIEND DER GRUBBER KARAT – FÜR ALLE, DIE AUF VIELSEITIGKEIT SETZEN



Mit dem optionalen Zinken-Schindl-Verstellsystem kann der Karat verstellbar an unterschiedlichsten Einsatzbedingungen angepasst werden.



Der Intensiv-Grubber Karat ist der Alleskönner unter den Grubbern. Mit seinen auswechselbaren Scharen ist er bestens für die flache und mitteltiefe Stoppelbearbeitung und die krümelteile Lockerung zur Mulchsaat geeignet:

- Arbeitstiefen von 5–30 cm
- zehn Scharversionen für unterschiedliche Einsatzzwecke
- automatische Hohlkehlen-Anpassung an die Arbeitstiefe
- Arbeiten ohne Seitenzug durch optimierte Zinkenordnung



Mehr über die
Produkte und Lösungen
finden Sie unter
www.lemken.com

www.lemken.com

LEMKEN
The Agricultural Company

BLAU WIRKT BERUHINGEND DIE FELDSPRITZEN SIRIUS – KOMPAKT, WENDIG UND EFFIZIENT



Mit dem DuoKlimatec Distanzrohr-Verstellsystem kann die Sirius sicher und schnell angelaut werden.



Mit den Sirius Feldspritzen findet jeder Landwirt die passende Pflanzenschutztechnik für seinen Betrieb: von der Sirius 8 als solidem, leistungsstarkem Basismodell bis hin zur elektronisch geregelten Sirius 10 mit Alurohrgehänge, komfortabler Ausstattung, zahlreichen Erweiterungsoptionen und Arbeitsbreiten von bis zu 30 Metern. Viele Vorteile für Sie:

- ergonomisches Bedienzentrum
- Tankvolumen von 900 bis zu 1.900 Liter
- kurze, kompakte Bauweise
- hohe Fahrstabilität durch geteilte Schwallenbauweise



Mehr über die
Produkte und Lösungen
finden Sie unter
www.lemken.com

www.lemken.com

LEMKEN
The Agricultural Company

Produktanzeigen

Seitenweise mehr Marke

... SCHLASSE FÜR **MAXFRY®** 16/17



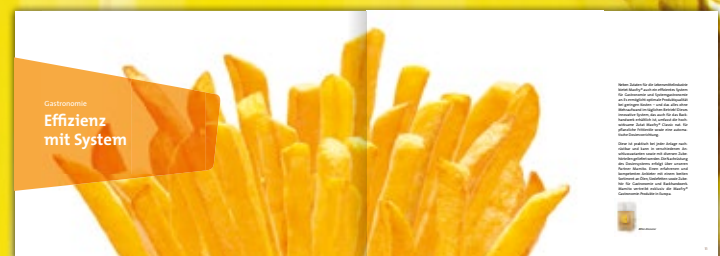
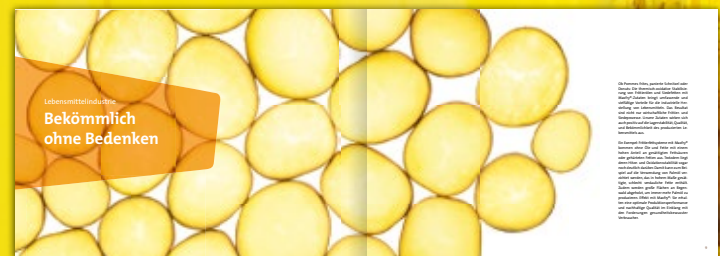
Seriös, professionell, kompetent. Attribute, die unser Kunde Maxfry® für den Relaunch seiner Marke als Zielvorgaben formuliert hatte. Das Ergebnis ist ein moderner, stringenter Auftritt, der den Expansionskurs des inhabergeführten Unternehmens unterstützt. Der nächste Schritt in dieser Entwicklung: eine neue Imagebroschüre.

Image ist alles

Die Maxfry® GmbH entwickelt, produziert und vertreibt pflanzliche Zutaten, die die speziellen Eigenschaften von Frittierölen und Siedefetten verbessern. Diesen Markenkern galt es auch im Rahmen einer Imagebroschüre adäquat zu vermitteln. Schlasse realisierte ein Leitmedium, das alle Facetten der Marke Maxfry® für die verschiedensten Entscheidungselgruppen hochwertig kommuniziert: haptisch, visuell, inhaltlich.



Imagebroschüre:
Titel und exemplarische
Innenseiten





Heizung rot-weiß: Ecodan in Essen

ICH HEIZ'
DIR EIN



Seit über einem Jahr sorgt Ecodan als innovatives Heizungssystem mit dem von Schlasse entwickelten Marktauftritt für Aufwind bei Fachhandwerkern und Wechselstimmung bei Bauherren. Wie erfolgreich sich die Luft/Wasser-Wärmepumpen bereits im Markt etablieren konnten, war auch auf der SHK 2014 in Essen spürbar.

Einmal Vollaussstattung, bitte

Uns war es ein Vergnügen, unseren Kunden Mitsubishi Electric bei diesem Messeerfolg nach Kräften zu unterstützen – von der Standgestaltung über das dreistufige Einladungs mailing bis zur Auswahl attraktiver Give-aways und Streuartikel.



WÄRMENIZER

**HEISSES
GERÄT**

**GRÜNER
WIRD'S
NICHT**

Post von Ecodan – die frechen Gratiskarten verteilten sich schnell auf der ganzen Messe. Und werden auch als E-Cards im Netz angeboten.



Ecodan vor, noch ein Tor!

Aus dem Hintergrund müsste Ecodan schießen ... und Ecodan schießt. Die Luft/Wasser-Wärmepumpen von Mitsubishi Electric trafen diesen Sommer mitten ins Herz der fußballbegeisterten Heizungsprofis! Passend zur Weltmeisterschaft in Brasilien wurde das Tippspiel für alle selbsternannten Bundestrainer und sonstigen Meister aller Klassen angepfiffen.

Alles bereit zum Anpfiff

Als zentrale Anspielstation fungierte eine Landing Page für die Tippabgabe. Die große Frage lautete natürlich: Wer wird Weltmeister? Unter allen richtigen Tipps wurden attraktive Fußballpreise verlost – vom Kickertisch bis zum individualisierten Trikot. Und für den WM-Spirit im Betrieb bekamen die Teilnehmer ein Fanpaket inklusive Samba-Pfeife, um ihren Favoriten bis zum Titel anzufeuern.





Microsite Bauherren



Mailing
Fachhandwerker



Anzeige
Fachhandwerker

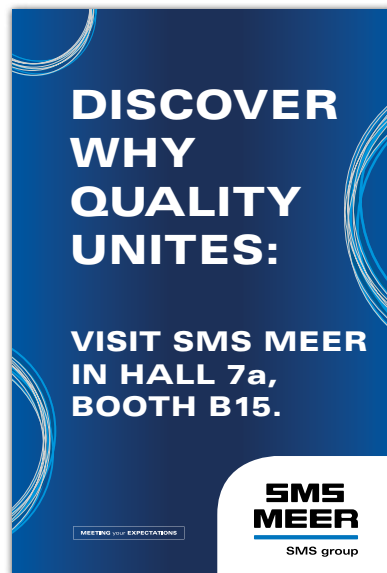


Mehr Qualität, mehr Markt!

72.000 Besucher aus 104 Ländern fanden sich auf der Tube & wire 2014 ein – nicht wenige davon auf Einladung von SMS Meer. Schlass war daran nicht unbeteiligt: Für das Mönchengladbacher Maschinenbauunternehmen entwickelte die Agentur eine mehrstufige Mailing-Kampagne, die neugierig auf den Messeauftritt machte und für reichlich Traffic auf dem Stand sorgte. Als Messemotto diente die Aufforderung, dem Leitsatz von SMS Meer auf den Grund zu gehen: „Discover why quality unites“.



Einladungsmailing



Außenwerbung



SMS MEER

SMS group



WELDED TUBE PLANTS

SEAMLESS TUBE PLANTS

MEETING your EXPECTATIONS

SMS group

SMS
MEER
SMS group

ELOTHERM
SMS group

SMS
CONCAST
SMS group

PWS
SMS group



COMPETENCE
STRONG MARKET POSITION
PARTNERSHIP
SUSTAINABILITY

QUALITY UNITES

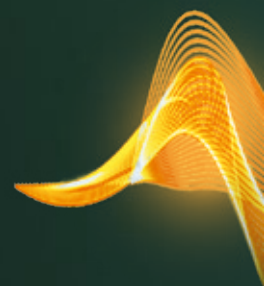
COMPETENCE
SUSTAINABILITY
PARTNERSHIP
STRONG MARKET POSITION



Mit einem beeindruckenden Messestand präsentierte sich SMS Meer seinen Kunden auf der Tube & wire 2014. Das Team aus Schlasse und designambulanz gestaltete Außenwerbung, Messebroschüren und zahlreiche Werbe- und Informationsflächen. Inhaltlich setzte die Messekommunikation auf die Kombination der Aspekte Kundenorientierung und Nachhaltigkeit. Damit stand der Auftritt in Kontinuität zur Tube & wire 2012, auf der das Ecoplants-Konzept für nachhaltige Lösungen eingeführt worden war. In diesem Jahr kam es darauf an, die Marktdurchdringung zu vertiefen. Die positive Resonanz des Publikums, die besonders auf der traditionellen Half-Time-Party zu spüren war, bestätigte diese Strategie.



Brandneu im Fokus!



Brandschutzanwendung mit TITANUS MULTI-SENS®

WELCHER RAUCH GEFÄHRDET IHRE EXISTENZ?

security essen
ANWANDER-ORIENTIERTE
SICHERHEITSLÖSUNGEN
FÜR DIE
BRANDSCHUTZ-
INDUSTRIE

Mit uns wissen Sie es sicher!

TITANUS MULTI-SENS® schützt Ihre Werte auf innovative Weise: Der Ansaugrauchmelder mit dem patentierten Detektorprinzip erkennt, was brennt – früh und hoch. Dieser Vorselektierung ermöglichte selektive und angemessene Alarmreizen. So schützt er auch eventuelle Bereiche konsequente Löschung und Rauchgasabfuhr.

Mehr Informationen erhalten Sie unter www.wagner.de

WAGNER setzt Maßstäbe im Brandschutz – durch innovative Lösungen, die umfassend schützen: Brandschutzierung mit TITANUS®, Brandbekämpfung mit FiExtint®, aktive Brandvermeidung mit DuoProtect® und Gefahrenmanagement mit VisuAV®.

WAGNER®

Produktanzeige TITANUS MULTI-SENS®

Brandbekämpfung mit FiExtint®

WIR HABEN DAS WESENTLICHE IM BLICK: IHRE VERFÜGBARKEIT.

Intelligente Brandschutzlösungen für IT und EDV.

Im Brandfall entscheidet eine effektive Löschung über das Schicksalserver. Mit WAGNER Gaslöscheinheit wird ein Brand durch das Prinzip der verdrängten Inertgasen automatisch erloscht. Diese effiziente und zielgenaue Löschung schützt Ihre Technik. Sogar gasdurchlässige Regaleiten werden mit der Stern-Clase geschützt, so dass auch die Lüftungslinien keine Folgeschäden verursachen. Damit Ihr Unternehmen verfügbar bleibt. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.wagner.de/it&edv

WAGNER setzt Maßstäbe im Brandschutz – durch innovative Lösungen, die umfassend schützen: Brandschutzierung mit TITANUS®, Brandbekämpfung mit FiExtint®, aktive Brandvermeidung mit DuoProtect® und Gefahrenmanagement mit VisuAV®.

WAGNER®

Branchenanzeigen IT und Lager/Logistik

Brandschutzanwendung mit TITANUS® Brandvermeidung mit DuoProtect®

WIR HABEN EINEN KLAREN FOKUS: IHRE LIEFERFÄHIGKEIT.

Intelligente Brandschutzlösungen für Lager und Logistik.

Wie viele Werte liegen, können schon kleine Brände große Schäden verursachen. Mit haben eine Lösung: Denn unsere Rauchgasgemessenen TITANUS® Technologie erkennt Brände schon in der Entstehung – und die 2-300-mal verstärkte als herkömmliche Rauchmelder in Kombination mit unserem aktiven Brandvermeidungssystem DuoProtect® wird zudem die Brandgefahr auf ein Minimum. Damit Sie mit Sicherheit lieferbar bleiben. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.wagner.de/logistik

WAGNER setzt Maßstäbe im Brandschutz – durch innovative Lösungen, die umfassend schützen: Brandschutzierung mit TITANUS®, Brandbekämpfung mit FiExtint®, aktive Brandvermeidung mit DuoProtect® und Gefahrenmanagement mit VisuAV®.

WAGNER®

Schlasse verzeichnet einen heißen Neuzugang: WAGNER. Das führende Unternehmen für ganzheitlichen Brandschutz setzt ab sofort auf sehenswerte B-to-B-Kommunikation aus Erkrath. Schlasse konnte sich im Rahmen einer Wettbewerbspräsentation als neue Lead-Agentur durchsetzen.

Den Auftakt der Zusammenarbeit bildet die Markteinführung von TITANUS MULTI-SENS®. Diesen Ansaugrauchmelder zeichnet eine einzigartige Fähigkeit aus: Er erkennt, was brennt. Und ermöglicht somit präzise und wirtschaftliche, weil abgestufte Schutzkonzepte. Schlasse unterstützt die Markteinführung mit einem umfassenden Maßnahmenpaket: vom Direct Mailing für Entscheider über Produktanzeigen, -broschüren bis hin zu einer Microsite und vertriebsunterstützenden Maßnahmen. Zudem erarbeitet die Agentur den WAGNER-Auftritt auf der Leitmesse security 2014 sowie den Relaunch der Branchenkommunikation.



Schlasse wird ...

55 Jahre: für Werbeagenturen, in denen alles schnell gehen muss und angeblich der Jugendwahn herrscht, ein nahezu biblisches Alter.

55 Jahre B-to-B: Und was kommt jetzt? Wir machen weiter! Denn auch im hohen Agentur-Alter muss man nicht zum alten Eisen zählen. Wir werden auch in Zukunft die Kundenbrille aufsetzen und für B-to-B-Kommunikation stehen, die sich sehen lassen kann. Und wir werden das tun, was diese Agentur immer ausgezeichnet hat: uns weiterentwickeln. Zum Beispiel indem wir unsere Kompetenzen in den Bereichen Dialogmarketing, Multimedia und digitale Kommunikation weiter ausbauen. Damit wir auch die nächsten fünf Jahrzehnte überdauern. Mindestens.



55 und davon 5 Jahre in Erkrath:

Vielleicht überzeugen Sie sich selbst? Besuchen Sie uns an unserem Standort in Erkrath vor den Toren Düsseldorfs. Eine gute Portion Neugier, ein offenes Ohr und extra leckeren Kaffee gibt's bei uns immer. Altbier trinken wir, wenn überhaupt, nur nach Feierabend. Aber Sie können gerne so lange bleiben. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Gründung

▶ 1959

Gesellschafter



Anja Schumacher

(Geschäftsführende Gesellschafterin)



Karlheinz Lohmann

(Geschäftsführender Gesellschafter)



Andreas Walber

(Gesellschafter)

Standort



Erkrath

feste Mitarbeiter



30

+ Hund



Marken & Etats in dieser Ausgabe

Automotive

MICHELIN_Projektaufgaben

Anlagenbau

SMS Meer_Projektaufgaben

WAGNER_Gesamtbetreuung

Agribusiness

Bayer CropScience_Projektaufgaben

LEMKEN_Gesamtbetreuung

Bauen, Wohnen, Renovieren

DORMA_Projektaufgaben Area Germany

Mitsubishi Electric_Gesamtbetreuung Bereiche Wärmepumpen
und Jet Towel

Sonstige

Maxfry®_Gesamtbetreuung

Impressum

Herausgeber

Schlasse GmbH

Für Kommunikation

Bahnstraße 50

40699 Erkrath

Fon +49 211 520323-0

Fax +49 211 520323-99

schlasse@schlasse.de

www.schlasse.de

Redaktion/Gestaltung/Text

Schlasse GmbH

Für Kommunikation

sehstaerken@schlasse.de

Online-Ausgabe

www.schlasse.de/sehstaerken



Alle Rechte sind vorbehalten.
Namentlich gekennzeichnete
Beiträge geben nicht in jedem Fall
die Meinung des Herausgebers
wieder. Nachdruck und elektro-
nische Verbreitung von Artikeln,
auch auszugsweise, nur mit
Genehmigung der Redaktion.

