



 **schlasse**
FÜR KOMMUNIKATION

Selbstlizenzen 10
JUNI | 2019

Sehstärken 10

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE

Abgedreht

IMAGEFILM
FÜR DVK EURO SERVICE

Aufgeblüht

PRODUKT KOMMUNIKATION
FÜR EURALIS

Aufgebaut

MARKEN RELAUNCH
FÜR YNCORIS

Voll auf die Zehn!

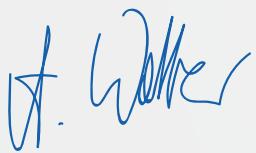
Liebe Leser,

es ist so weit: Die neue Sehstärken ist da! Eine ganz besondere Ausgabe, wie wir finden. Nicht nur weil es die 10. ist. Sondern vor allem dank der vielen verschiedenen Themen und Projekte, die ihren Weg ins Heft gefunden haben. Von E-Mobilität über Wärmepumpen bis hin zu Holzwerkstoffen; ob Imagefilm, Markenrelaunch oder Messekommunikation. Entdecken Sie die ganze Bandbreite sehenswerter B-to-B-Kommunikation! Exklusive Einblicke in die Welt von Schlarße runden diese Jubiläumsausgabe ab.

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen



Anja Schumacher
Geschäftsführende Gesellschafterin



Andreas Walber
Geschäftsführender Gesellschafter



Marko Gunkel
Geschäftsführender Gesellschafter

04

Bewegend:
Imagefilm für
DKV Euro Service

06

Energiegeladen:
E-Mobilitäts-Kampagne
für DKV Euro Service

10

Ertragreich:
Gesamtprogramm und
Anzeigen für EURALIS

14

Ad astra:
Produkteinführung
HDI Betriebsrente

20

Ideenträger:
Pfleiderer auf
der SICAM 2018

22

**Visionen werden
Wirklichkeit:**
Pfleiderer auf der
interzum 2019

24

Alles auf neu!
Markenrelaunch
YNCORIS

30

Grüner wird's nicht:
GaLa-Kampagne
für BOELS

32

Eingeschaltet:
GIRA Produkt-
kommunikation

36

Vom Fach:
Neuer Heitzrend
für Mitsubishi Electric

38

Radlänge voraus:
Produktkommunikation
für Prophete

40

Neuer Jahrgang!
Website für Wein
Vergnügen

42

Bitte mehr Bits!
Neues Multimedia-
Showreel von Schlasse

44

Insiderwissen:
Schlasse im Wandel

46

Shortcuts / Impressum



SCHLÄSSE FÜR **DKV EURO SERVICE** 04/05

mit bewegten Bildern.





Klassische Unternehmensfilme kennzeichnet für gewöhnlich eine detailreiche Nabelschau in Überlänge. Anders der neue Imagefilm für den DKV Euro Service. Hier wurde in Szene gesetzt, was die Welt und die „Mobilmacher“ aus Ratingen bewegt. Schlasse zeichnete für Idee, Konzept und Umsetzung verantwortlich.

Das A und O. Von A bis Z

Die Welt bewegt sich. Ob Menschen, Güter oder Daten: Nichts bleibt, wo und wie es ist. Mobilität ist das A und O. Von A bis Z. Gut, wenn man sich dabei auf jemanden verlassen kann, damit alles seinen Gang geht. Dieser We-Care-Gedanke der Marke DKV Euro Service bildet den Aufhänger für den neuen DKV Imagefilm. Er umreißt nicht nur die aktuellen Leistungen, sondern auch die Visionen und Zukunftsthemen des Mobilitätsdienstleisters. Dramatische Musik, schnelle Schnitte und ein atmosphärischer Sprecher sorgen dabei für eine ansprechende filmische Umsetzung. Entstanden ist somit ein Film, der den Markenkern des DKV emotional, kurzweilig und bewegend präsentiert.



Jetzt einschalten:
<https://youtu.be/xlbkaJWjfGc>



SCHLÄSSE FÜR **DKV EURO SERVICE** 06/07

Unter Strom.



Die ganze Welt spricht von Elektromobilität. Wir auch. Schließlich steht unser Kunde DKV Euro Service zunehmend unter Strom. Und bietet spannende Lösungen für E-Flotten. Schlasse unterstützte den DKV bei der Entwicklung einer Kommunikationskampagne.





Spannende Informationen:
Broschüre E-Mobilität für DKV.



Powered by DKV

Als einer der ersten Anbieter überhaupt brachte der DKV Euro Service eine Hybridkarte auf den Markt, mit der man sowohl klassisch bargeldlos tanken als auch Strom laden kann. Das Unternehmen erweiterte nun seine Versorgungskonzepte. Von der Ladeinfrastruktur, Planung, Beratung sowie Installation bis hin zu Stromprodukten erhalten Fuhrparkbetreiber von Anfang an eine lückenlose und transparente Versorgung ihrer Elektrofahrzeuge – ob unterwegs, zu Hause oder am Arbeitsplatz!

Vermarktung mit voller Energie

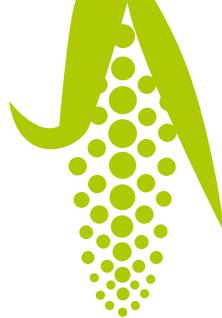
Dieses umfassende Ladekonzept für E-Flotten wurde im Rahmen einer Anzeigen- und Bannerkampagne vermarktet. Zudem wurde eine Produktbroschüre entwickelt, die nicht nur im Detail das DKV Leistungsangebot für E-Flotten beschreibt, sondern auch die einfachen Bestellvorgänge sowie die Vorteile für Fuhrparkunternehmen emotional und plakativ aufzeigt. Verschiedene weitere Maßnahmen zur Vermarktung, wie z. B. ein Kundeninformationsblatt, Banner und Messedisplays, runden die Kampagne ab. Zudem werden in 2019 noch Produktimagefilme folgen.





An aerial photograph of a rural landscape featuring several large, rectangular agricultural fields. The fields are planted in different crops, creating a pattern of colors: dark brown, bright yellow, and vibrant green. A single, small, leafy tree stands out against the fields in the upper left quadrant. The fields are separated by thin black lines, likely roads or boundaries. The overall scene is a mix of geometric patterns and natural textures.

Säenwert kommuniziert.



Neuer Kunden-Spross im Bereich Agrar bei Schlasse, aus dem mittlerweile eine intensivere Partnerschaft gewachsen ist: der französische Saatgut-Hersteller EURALIS.

So wurden wir 2018 nicht nur mit dem EURALIS Gesamtportefeuille für 2019 beauftragt, sondern auch mit einer umfangreichen Anzeigenkampagne im Segment Mais. Mit blühendem Erfolg! In diesem Jahr schlossen mit dem Raps Sortiment 2019 sowie mit Anzeigen für das Segment Raps weitere Projekte für Schlasse aus dem Boden.

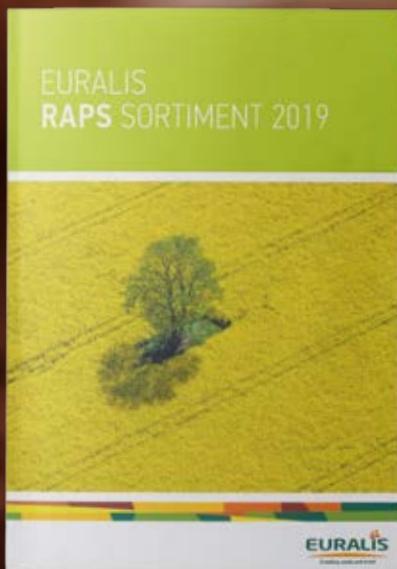




Frisch, fröhlich, französisch

Dieser kommunikative Grundton kennzeichnet auch die von Schlasse umgesetzten EURALIS Werbemittel.

Angefangen beim 70-seitigen Gesamtprogramm, das wir inhaltlich und visuell angepasst haben. Das Ergebnis: eine aufmerksamkeitsstarke Broschüre, die mit klarer Struktur und Durchgängigkeit punktet. So auch das Raps-Programm, das nachgelagert in diesem Jahr erschienen ist. Teil der Aufgabe war es zudem, für jede Raps-Sorte einen Hero zu erfinden. Dieser soll in Zukunft für die jeweiligen Sorten-Eigenschaften stehen und als Sympathieträger die Wiedererkennbarkeit steigern.



EURALIS ist saatklar für die neue Saison:
mit Gesamtprogramm und Raps-Sortiment.



Mais Oui!

EURALIS Mais ist heiß! Damit das möglichst jeder weiß, haben wir zu Beginn des Jahres eine Anzeigenkampagne rausgehauen. Mit ästhetischen Bildern und knackigen Headlines, die sich klar vom Wettbewerb abheben. Im besten Sinne natürlich. Doch das war noch nicht alles: Auch dem EURALIS Raps verhelfen wir mit einer Anzeigenkampagne in diesem Jahr noch zu größerem Ruhm. Stay tuned!



BESTES MAIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS!

Jetzt bis 31.12.18 im Frühbezug 7 Euro sparen!

ES Joker
S 250 K 240
Die Spitzensorte für
Spitzenbetriebe
Mit Mesural **GRATIS**

ES Metronom
S 240 K 240
TOP 3 Sorte
in Deutschland

www.euralis.de/mais

EURALIS
Erntefrisch & fruchtig

Mais-Anzeige



Vorsorge in einer neuen Dimension.

Die Betriebsrente. Unendliche Weiten. Und genauso viele Möglichkeiten. Gut, wenn man da vorgesorgt hat. Die neue Betriebliche Altersvorsorge von HDI ist die einzige Direktversicherung, die sich grenzenlos flexibel anpasst. Ganz gleich, wie das Leben so spielt! Im Pitch konnte sich Schlasse für die Einführungskampagne dieses neuen HDI Produktes durchsetzen.



1

A green speech bubble icon containing a white heart symbol and the number '1'.



1



1





Passend gemacht

Ob Azubi, angestellter Familienvater oder Best Ager, ob Bankkaufmann oder Mechaniker: Ja selbst Astronauten sind in der neuen Direktversicherung von HDI ein Leben lang bestens abgesichert. So der Aufhänger der kreativen Kampagne, die Schlasse entwickelte. Entstanden ist so eine crossmediale Produkteinführung, die alle relevanten Zielgruppen anspricht: HDI Vertrieb, Arbeitgeber, Arbeitnehmer.

Eine bAV, die in jedes Leben passt.

> Betriebliche Altersversorgung
> Direktversicherung

HDI

BEST ADVICE

Königliches bAV-Produkt mit individueller Anpassung an Ihren Beruf

partner.hdi.de/bav-best-advice

Eine Betriebsrente, die all Ihren Mitarbeitern immer gerecht wird.

> Betriebliche Altersversorgung
> Direktversicherung

HDI

BEST ADVICE

Astronaut oder Banker? Paddel, Eiskratzer oder Best-Ager? Wer auch immer Sie beschäftigt! Mit HDI passen Sie bei Ihren Mitarbeitern! Denn unsere neue bAV passt sich während der gesamten Vertragslaufzeit grenzenlos flexibel an – ganz gleich, wie das Leben Ihrer Kunden so spielt. Und das ist kein Witz: Ein Astronaut kann eben eben Sternen, jetzt nach den Sternen greifen und bAV-Profi werden!

geh.hdi.de/bav-best-advice

*Kampagne mit Sternchen:
HDI Anzeigen für den Vertrieb und für Arbeitgeber.*



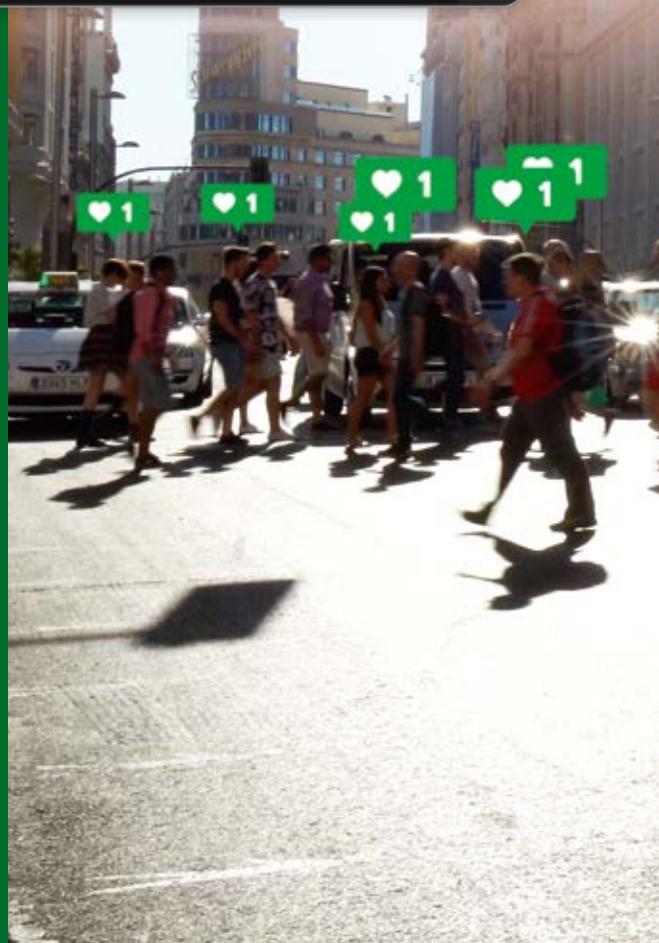
Grenzenlos zu Ende gedacht

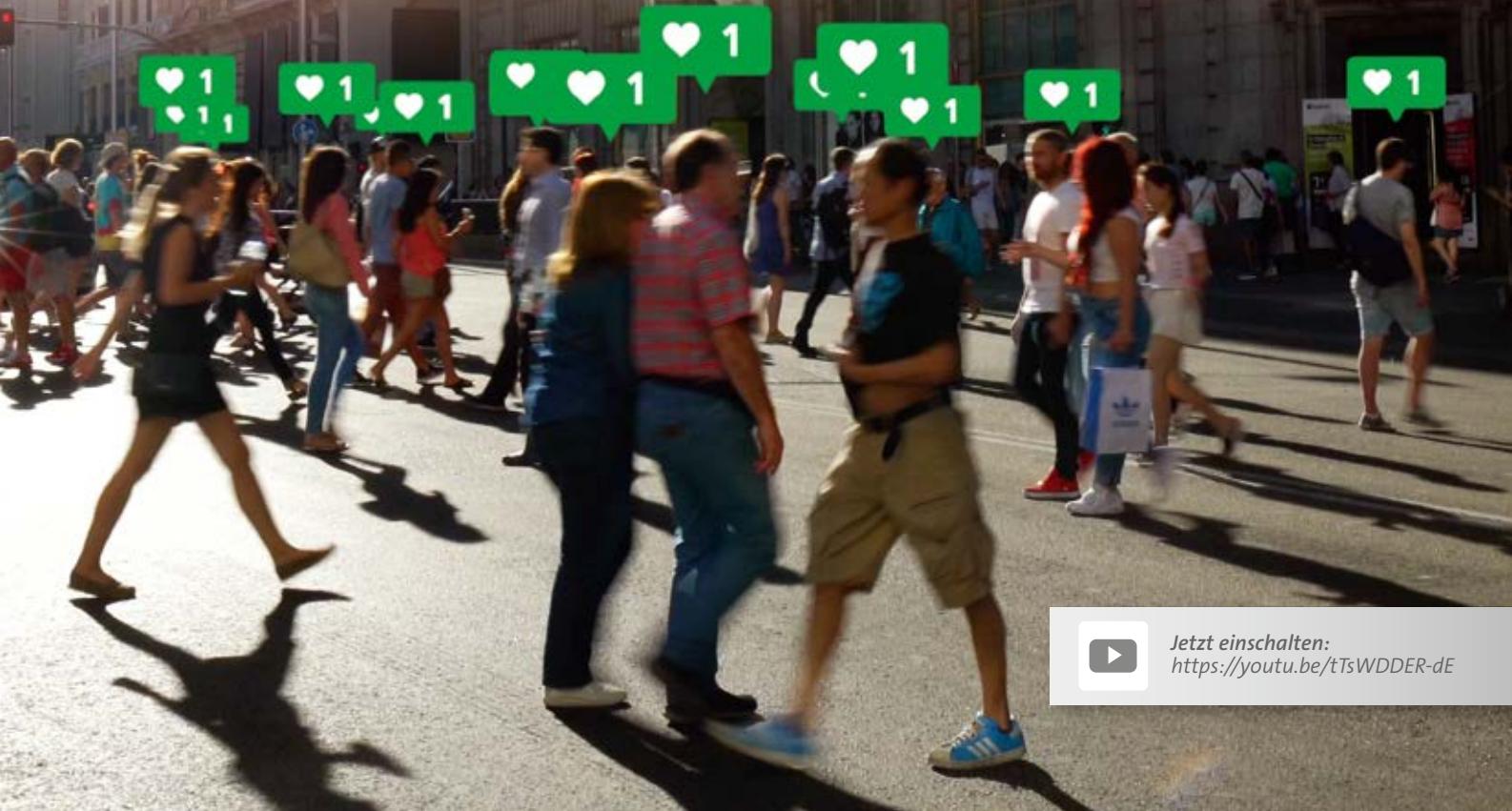
Im Zentrum der Kampagne stand die kommunikative Ausstattung der Vertriebstagung, auf der das neue HDI Produkt erstmals präsentiert wurde. Neben einem Kampagnenfilm als zentrale Maßnahme wurden hier auch Roll-ups und Displaywände installiert, um das Kampagnenmotiv prominent zu platzieren. Zudem kaperte als Warm-up ein Stand-up-Comedian in Astronauten-Montur die Bühne und führte die neue Direktversicherung unterhaltsam ein. Im Rahmen dieses Events wurden auch eine multimediale PowerPoint-Präsentation sowie weitere wesentliche Vertriebsmaßnahmen vorgestellt, die es im Verkaufsgespräch ermöglichen, einfach und übersichtlich die optimale Vorsorge-Förderung zu vermitteln.

Alle Tools sowie weiterführenden Informationen für den Vertrieb mündeten in einer Landing Page.

Schubkraft voraus!

Natürlich wurden auch diverse Broschüren und Flyer für jede der genannten Zielgruppen erarbeitet. Eine umfangreiche zielgruppenspezifische Anzeigen- und Bannerkampagne rundete den Auftritt ab. Damit aber nicht genug! Die erfolgreich gestartete Kampagne erhält auch weiterhin Schubkraft. Unter anderem arbeiten HDI und Schlasse an einer Salespräsentation für die Ansprache der Zielgruppe Arbeitgeber sowie an einer entsprechenden Adaption des Kampagnenfilms.





Jetzt einschalten:
<https://youtu.be/tTsWDDER-dE>

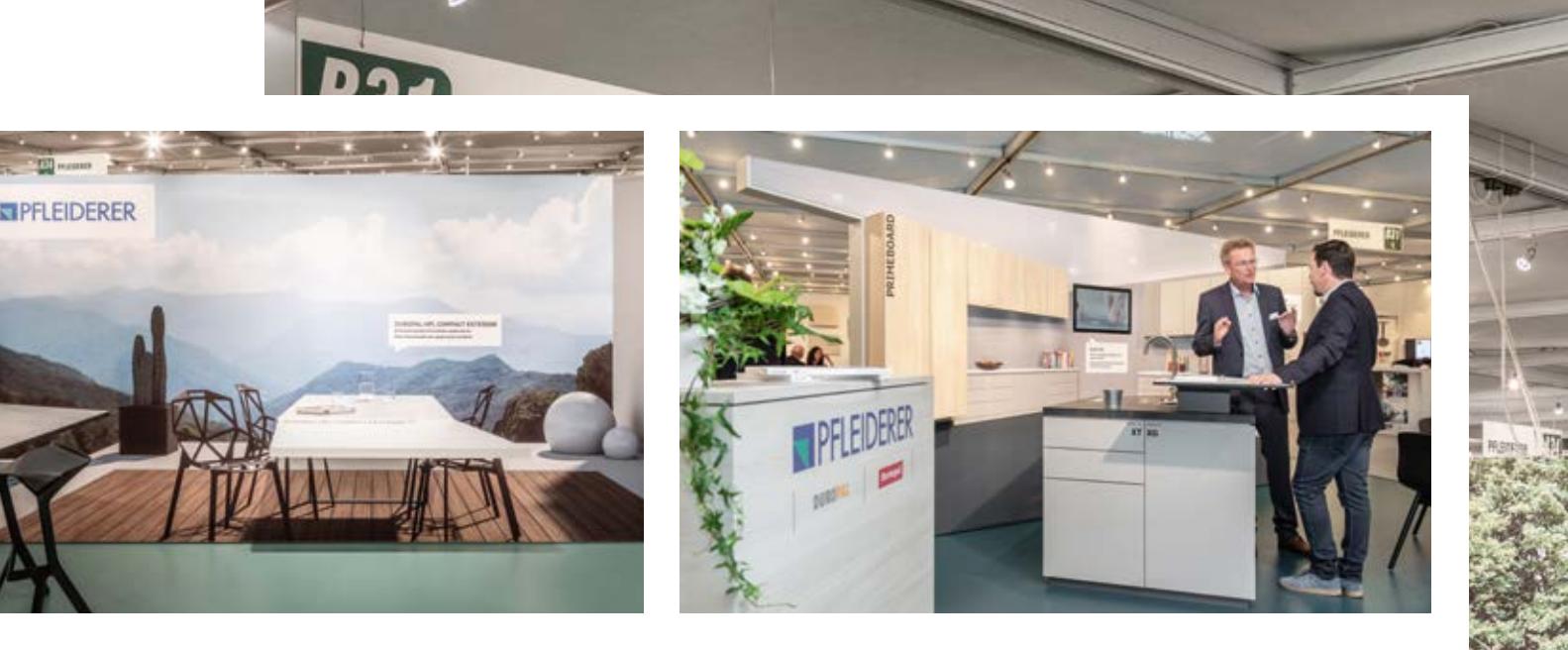


Kompetenz zum Anfassen!

Pfleiderer ist der starke Partner, wenn es um Holzwerkstoffe und Oberflächen geht. Das stellte unser Kunde auch auf der SICAM 2018 eindrucksvoll unter Beweis.

Natürlich hat hier auch Schlasse wieder tatkräftig mit angepackt. Wir haben nicht nur Idee und Konzept für den Messestand geliefert, sondern auch die grafische Umsetzung. So konnte mithilfe von aufwändigen Renderings gezeigt werden, dass sich mit Pfleiderer Produkten nahezu alle Vorstellungen realisieren lassen. Auf dieser Basis ist dann der Messestand entstanden, der Vision und Realität raffiniert miteinander verschmelzen lässt. Mit flach auf der Wand abgebildeten Motiven, die plastisch in die Wirklichkeit übergehen.



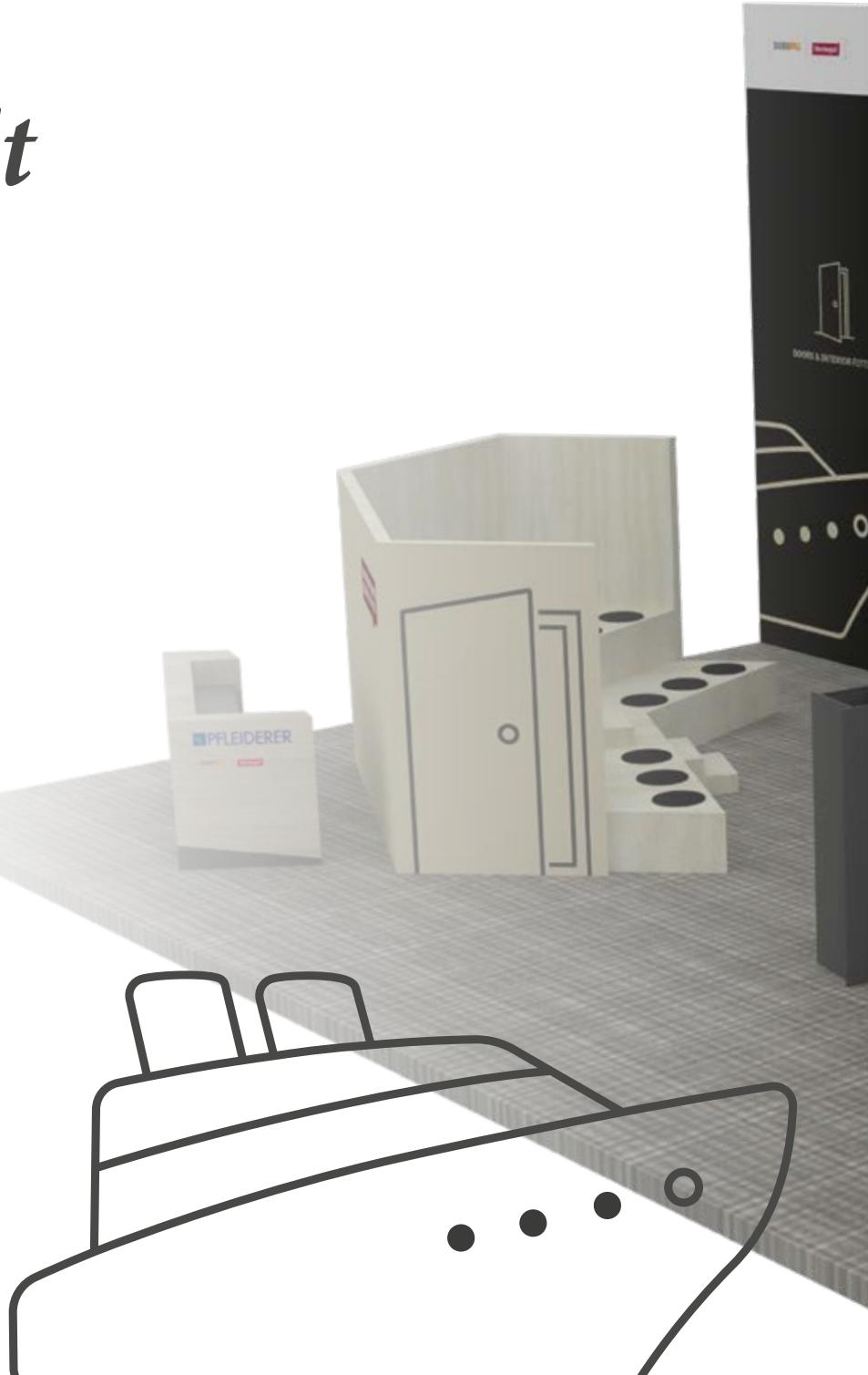




Bretter, die die Welt bedeuten.

Auf der interzum 2019, der Weltleitmesse für Innenausbau und Möbelfertigung, präsentierte sich Pfleiderer erneut von seiner besten Seite. Schlasse betreute die Umsetzung des Messeauftritts konzeptionell und kreativ.

Die Aufgabe? Das schier grenzenlose Einsatzspektrum der dekorativen Werkstoffe mit PrimeBoard, der lackierten Platte, als Highlight zu inszenieren! Aus einem Pool an Ideen entschied sich der Kunde hier für eine moderne, aufgeräumte Variante, die gleichzeitig ins Auge fällt. Durch die klare Bildsprache in Form von plakativen Icons wird das vielfältige Leistungsangebot des Holzwerkstoff-Anbieters sofort erkennbar. Das eingängige, prominent platzierte Messe motto „Make your visions come true“ eröffnet dem Besucher den möglichen Gestaltungsspielraum mit Pfleiderer. Und regt die Kreativität der Architekten, Objekteinrichter und Designer bereits vor Ort an. „Inspiration close to you“ eben.



 PFLEIDERER

MAKE YOUR VISIONS COME TRUE.



HOME & LIVING



HOTEL & GASTRO



CRUISE



PROJECT & EDUCATION



SHOP & EXHIBITION



TRANSPORT

INSPIRATIONS
CLOSE TO YOU



Ideen messescharf ausgebaut:
Pfleiderer auf der interzum.



WHY

Alles bleibt besser!

Aus Infraserv Knapsack wird YNCORIS. Sonst ändert sich nichts. Oder alles.
Der neue Markenauftritt und die Kommunikation dieser Umfirmierung für den
Industrieservicedienstleister übernahm Schlasse.



Ymage ist alles

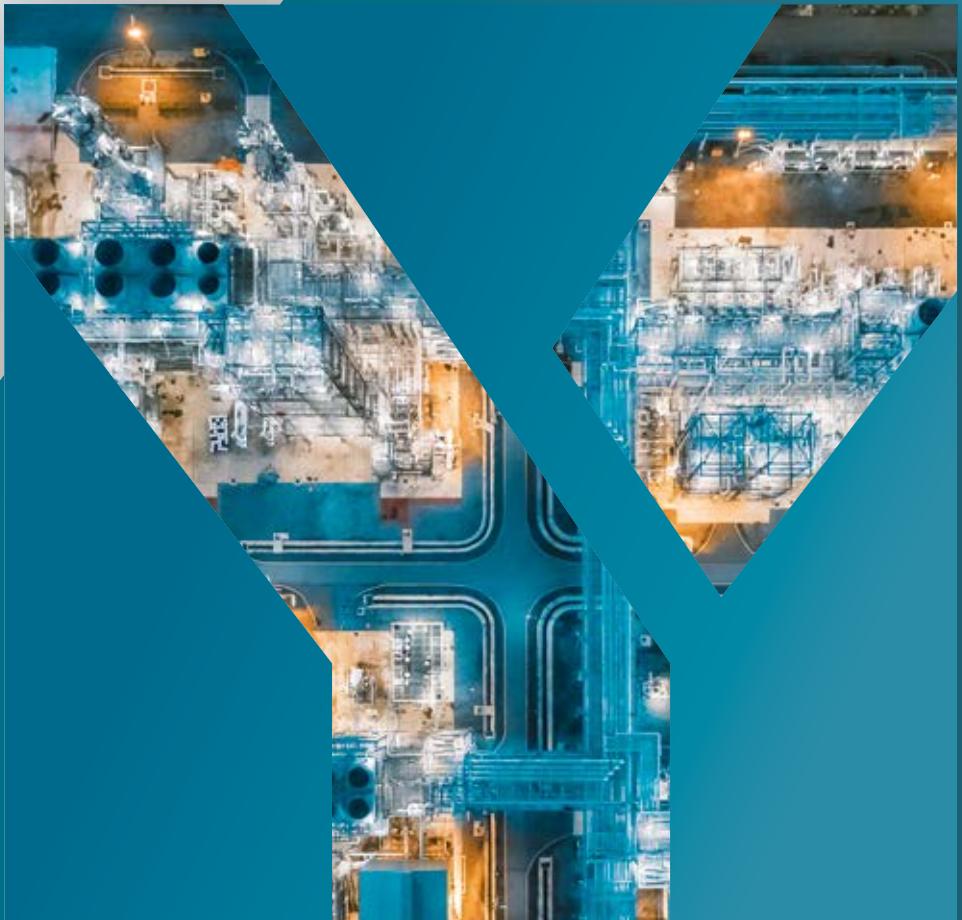
Zu Beginn der umfassenden Arbeiten stand ein Workshop, bei dem die wesentlichen Attribute der Marke gemeinsam erarbeitet wurden. Diese bildeten die Basis für eine überarbeitete Bildsprache, die im Anschluss in ein neues Corporate Design überführt wurde. Auf dessen Grundlage entwickelte Schlasser eine zweistufige Markeneinführungskampagne. Sowohl in der Teaser- als auch in der Launch-Phase wurde der Anfangsbuchstabe der neuen Marke YNCORIS aufmerksamkeitsstark inszeniert.

Neben Imageanzeigen umfasste die Kampagne ein zweistufiges Mailing, eine Landing Page sowie einen Imagefilm, der die Marke nach innen und außen transportiert und zum ersten Mal im Rahmen eines Events vorgestellt wurde. Zu guter Letzt mündete alles in einer Image- und einer Namensbroschüre, die die neue Marke emotional aufladen und zeigen, wie man Industrieservice neu denken kann.



Jetzt einschalten:
<https://youtu.be/HsPycZSgK8s>





INDUSTRIESERVICE NEU DENKEN.

Von Einzellösungen bis hin zu komplexen Anlagenprojekten: YNCORIS ist für die chemische Industrie die erste Wahl, wenn es um Industrieservice geht. Wir sichern Ihre Produktion, heben Ihre verborgenen Potenziale und führen Sie sicher in die Zukunft. Damit Sie in einer der anspruchsvollsten Industrien der Welt erfolgreich sein können.

www.yncoris.com

YNCORIS
Industrial Services

Ymagekampagne: Anzeige zum Relaunch der neuen Marke YNCORIS.



FORTSC

Alles auf neu!

Das Ergebnis: ein neuer Name, eine neue Marke, ein neuer Look. Und immer noch die erste Wahl für zukunftssicheren Industrieservice für die Chemie: YNCORIS. So weit, so gut, aber längst nicht genug. Denn die gesamte HR-Kommunikation wurde bereits CD-gerecht umgesetzt. Zudem sind weitere Maßnahmen in Planung.



Entdecken Sie die ganze Welt von YNCORIS:
<https://youtu.be/bMIMfKbj3W0>

HR TT



Nomen est omen: exemplarische Innenseiten der YNCORIS Namensbroschüre.



A close-up photograph of the orange-painted lattice boom of a Boels lattice boom crane. The boom is angled upwards and to the right. A black hydraulic cylinder is attached to the side of the boom. On the left side of the boom, there is a white rectangular plate with the word "Boels" in black lowercase letters and "RENTAL" in smaller black letters above it. A small black light fixture is mounted on the boom near the plate. The background is a bright, slightly overexposed sky. In the bottom right corner, a portion of the black metal bucket or grapple of the crane is visible.
*Oranje
boven!*



Boels vermietet fast alles. Das weiß jeder, der in den Niederlanden Werkzeug oder Maschinen mieten will. Damit das in Deutschland zukünftig auch so wird, baut der niederländische Marktführer seit Jahresbeginn auf unsere B-to-B-Kompetenz. Den Auftakt macht eine Kampagne für Garten- und Landschaftsbaubetriebe. Die Kernbotschaft: Mietmaschinen sind eine attraktive Möglichkeit, das eigene Leistungsspektrum zu erweitern. Konsequent umgesetzt in Direct Mailings, Banner, Landing Page, auf sozialen Kanälen sowie am POS!



Zielgruppenmailing



Schalten und walten für Gira.



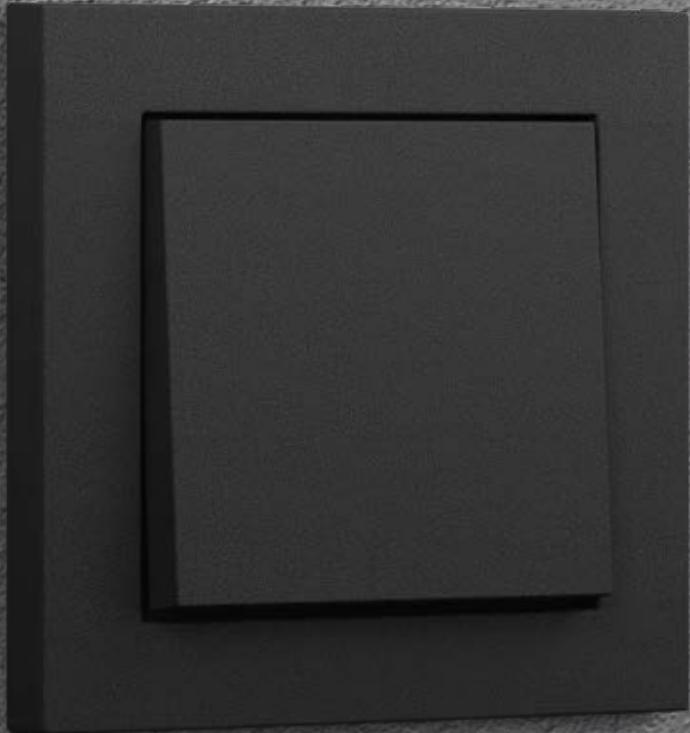
Mit dem Gebäudesystemtechnik-Hersteller Gira hat Schlasse seine Kundenliste aufgehübscht. Das Prestige-Projekt schlechthin: die neue System 55 Broschüre mit den Schalterprogrammen Gira E2 und Gira Studio. Entstanden ist ein ausdrucksstarker Vielseiter, der von Schlasse konzipiert, getextet und gestaltet wurde. Dieser zeigt in großrahmigen Ambiente-Anwendungen nicht nur die Einsatzgebiete der einzelnen Schalter-Serien, sondern bietet auch einen Überblick über technische Details und Installationsmöglichkeiten.





Für rundes Design.
Rund und elegant, schwarz und weiß. Die neue Schalternprogramme Gira Studio setzt auf Kompatibilität. Am Aufgrund vieler Jahre im trendigen Design-Interior unter als Universal-Hersteller im gehobenen Wohn- und Hotelbau etabliert, kann Gira mit dem neuen Gira System 55 messen sich mit den Studio-viele markante Design- und zukunftsorientierte Modelle herauszeichnen.

*Ästhetik im Programm:
die System 55 Broschüre von Gira.*



Ansprache mit Anspruch

Ergänzt wird die umfangreiche Broschüre um Anzeigen, die den Look aufgreifen und die Inhalte zielgruppenspezifisch vermitteln. Ganz gleich, ob Händwerker, Planer oder Architekt: Tonalität und Bild variieren bei den einzelnen Ansätzen gerade so stark, dass sich alle gut abgeholt fühlen. So steht je nach Adressat entweder das Technische oder das Ästhetische im Vordergrund.



Design auf den ersten Blick: Gira System 55 Anzeigenstrecke.





Mitsubishi Electric heizt Referenzen ein.

Die neuesten Trends rund um effizientes Heizen mit Strom? Die gibt's von unserem langjährigen Kunden Mitsubishi Electric! Genauer: im aktuellen Heitztrend, der pünktlich zur ISH im März erschienen ist. Die Gestaltung, Teile des Konzeptes und des Textes stammen aus unserer Feder. Das Besondere am Magazin ist der Informationsgehalt darin. Also qualifizierte, umfassende Antworten auf die Frage, was Fachhandwerker im SHK-Bereich weiterbringt.

Übrigens: Der Heitztrend Aktuell speziell für Bauherren steht auch schon in den Startlöchern!

The magazine spread features several articles:

- Ein gangbarer Weg nach vorn**: Discusses the combination of electric heating and energy efficiency.
- E wie Effizient**: Focuses on efficiency, mentioning CO₂ reduction and heat pumps.
- Heizkessel raus, Emissionen runter!**: Encourages replacing boilers with lower emissions.
- Zahlen, bitte!**: Contains numerical data and graphs related to energy consumption and CO₂ emissions.
- Multitalente fürs Klima**: Discusses various climate-friendly technologies.

Infographics include a comparison of CO₂ emissions from different heating sources and a diagram of a house with various energy systems labeled.

This page includes:

- Home, s**: A section likely related to home energy management.
- Multitalente fürs Klima**: Another section on climate-friendly technologies.
- A detailed house diagram illustrating various energy systems like solar panels, wind turbines, and heat pumps.



Rückenwind für Propheten.

Der Markt für Fahrräder und E-Bikes entwickelt sich rasant. Und Propheten, einer der großen Player für Markenqualität aus Deutschland, setzt für strategische Projektaufgaben auf Schlasse. Den Auftakt hat die Markteinführung eines neuen Antriebs zur Interbike 2018 gemacht. Und auch beim Produktnamenskonzept für 2020 konnten wir bereits unsere Expertise einbringen.

Aktuell arbeiten wir mit dem Propheten Marketing daran, ein Weiterbildungsprogramm für Mitarbeiter und Partner zu etablieren – vom Branding über die kommunikative Basisausstattung bis hin zur Aufbereitung von Präsentationen.

Markteinführungsmaßnahmen für den Blaupunkt-Antrieb

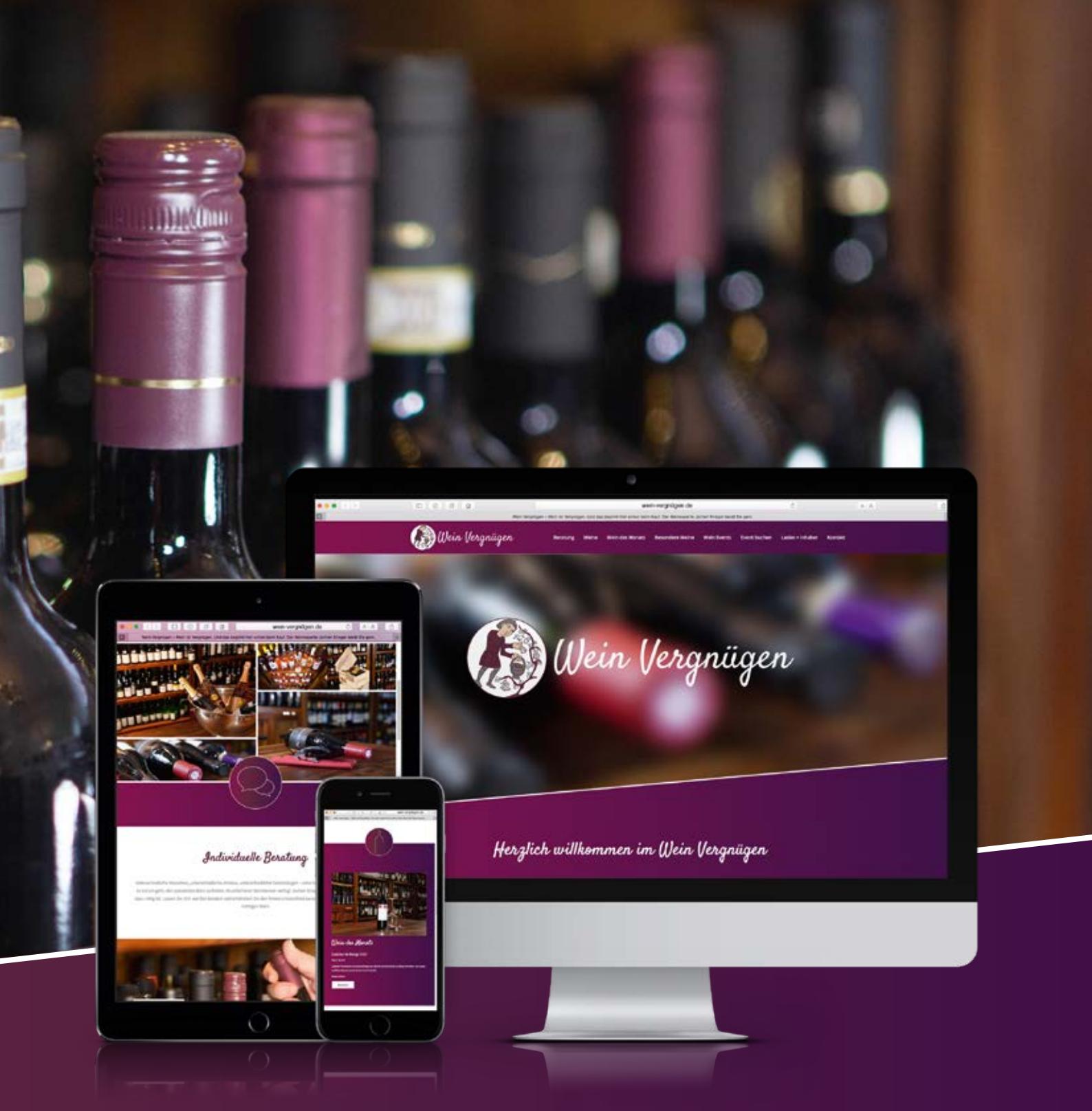


Neu eingeschenkt.

Mancher Wein wird im Alter besser. Websites werden einfach irgendwann alt! Wein Vergnügen startet deshalb ab sofort mit einem 2019er-Internetauftritt in die digitale Degustation. Der Kenner merkt sofort: Er ist bildstärker geworden, lebendiger, CRM-basiert und mit mehr Fokus auf Events.

Der neue Auftritt hat mehr Struktur, nicht nur im Abgang, und ist responsive ausgebaut. Für ein abgerundetes Gesamtbild sorgen eine leichte Farbanpassung beim Logo, zeitgemäße Webfonts und eine Bestellfunktion für ausgewählte Tröpfchen. So macht Wein Vergnügen – im Wuppertaler Luisenviertel und online!





Mehr Bits

Animationen, Produktrenderings, Filme: Aus B2B- wird zunehmend Bits & Bytes-Kommunikation. Kein Wunder, dass Digitales und Multimedia auch bei uns zunehmend Raum einnehmen. Dass sich das sehen lassen kann, zeigt unser neues Multimedia-Showreel. Viel Spaß beim Zuschauen!



& Bytes!



Jetzt einschalten:
<https://youtu.be/SC8hCq3maal>



Ausnahmsweise mal Innensicht!

Für gewöhnlich dreht sich in den Sehstärken alles um unsere Kunden. Aber hier machen wir eine kleine Ausnahme.
Denn 2019 hat sich auch für uns einiges verändert!



Seit Jahresbeginn starten wir mit neu aufgestellter Geschäftsführung durch: Anja Schumacher wird durch Marko Gunkel und Andreas Walber verstärkt. Damit wird die Agentur im 60. Jahr ihres Bestehens wieder von einer dreiköpfigen Führungsmannschaft geleitet. Gleichzeitig scheidet Karlheinz Lohmann aus der Geschäftsführung aus, steht Schlasse aber weiterhin mit seiner Expertise zur Verfügung.



Zudem haben wir auch ganz handfeste Veränderungen durchgeführt: Die Agenturräume sind frisch renoviert und teilweise umgebaut. Es ist heller und innerhalb der einzelnen Arbeitsbereiche offener geworden. Am liebsten zeigen wir Ihnen das natürlich persönlich. Kommen Sie doch einfach mal vorbei! Auf einen Kaffee oder, noch besser, auf ein Projekt!

Gründung

► 1959

Geschäftsführende Gesellschafter

■ Anja Schumacher

■ Andreas Walber

■ Marko Gunkel

Standort



Erkrath

Marken & Etats in dieser Ausgabe

Automotive

DKV Euro Service _ Gesamtbetreuung

Agribusiness

EURALIS _ Projektaufgaben

Bauen, Wohnen & Freizeit

GIRA _ Projektaufgaben

MITSUBISHI ELECTRIC _ Gesamtbetreuung Wärmepumpen und Jet Towel

PFLEIDERER _ Projektaufgaben

PROPHETE _ Projektaufgaben

Chemie

YNCORIS _ Projektaufgaben

Service & Dienstleistungen

BOELS _ Projektaufgaben

HDI _ Projektaufgaben

Schlasse Junior-Unit

WEIN VERGNÜGEN _ Projektaufgaben



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



Auf dem Schirm: die SEHSTÄRKEN-App für Smartphone und Tablet. Download: schlasse.de/sehstaerken



Mehr von uns gibt's auf agenturmaching.de

Online-Ausgabe

schlasse.de/sehstaerken

