



**FRIEDRICH
LIST SCHULE**

Kaufmännisches Berufs-
bildungszentrum Saarbrücken

KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENTAGE 2024



Ein Projekt der
MK11T1D

INHALT

| | |
|-------------------------------------|---------|
| VORWORT | 2 |
| ANREISE | 3 |
| STADT KÖLN/ HOTEL / SCHOKOMUSEUM | 4-6 |
| WDR | 7 - 8 |
| SERVICEPLAN & MEDIASCALE | 9 - 10 |
| STRÖER | 11 - 12 |
| MMC | 13 - 14 |
| STERN TV | 15 - 16 |
| ABSCHLUSSESEN | 17 |
| RÜCKREISE | 18 |
| SCHLUSSWORT | 19 |

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

im Rahmen unserer Ausbildung zur Kauffrau und zum Kaufmann für Marketingkommunikation hatten wir die großartige Gelegenheit, an den "Kommunikations- und Medientagen" in Köln teilzunehmen. Diese Reise ermöglichte uns wertvolle Einblicke in die Welt der Medien und Kommunikation sowie die Chance, renommierte Unternehmen und Institutionen kennenzulernen.

Unsere Reise begann mit einer Besichtigungstour beim Westdeutschen Rundfunk (WDR), gefolgt von einem Besuch im Schokoladenmuseum. Ein weiteres Highlight war der Besuch im "Haus der Kommunikation" mit den Agenturen Serviceplan und Mediascale. Auch der Besuch bei Ströer Außenwerbung verdeutlichte die Bedeutung von Außenwerbung.

Wir besichtigten die MMC Studios und erlebten den spannenden Abschluss bei der Liveshow von Stern TV.

Die "Kommunikations- und Medientage" in Köln waren für uns eine bereichernde Erfahrung, die unser Verständnis für die Branche vertieft und unsere Begeisterung für den Beruf gestärkt hat.

Wir freuen uns, Ihnen in dieser Broschüre unsere Erlebnisse und Erkenntnisse näherzubringen und wünschen viel Freude beim Lesen.

ANREISE

Am Montagmorgen, den 3. Juni, trafen wir uns um 08:00 Uhr am Hauptbahnhof in Saarbrücken. Trotz der frühen Stunde war die Vorfreude auf die kommenden Tage spürbar. Unsere Reise begann um 08:19 Uhr und endete nach Umstieg in Koblenz um 12:53 Uhr am Kölner Hauptbahnhof.

Während der Fahrt nach Koblenz nutzten wir die Zeit, um uns auszutauschen, die kommenden Abenden zu planen und die vorbeiziehende Landschaft zu genießen. Die Umstiegszeit in Koblenz verlief problemlos, und wir hatten genügend Zeit, uns die Beine zu vertreten und uns mit Proviant einzudecken.

Der Anschlusszug brachte uns schließlich direkt nach Köln, wo wir um 12:53 Uhr am Hauptbahnhof ankamen. Von dort aus machten wir uns auf den Weg zu unserem Hotel, dem Premier Inn Köln Mediapark. Nach dem Check-In hatten wir etwas Zeit, uns frisch zu machen und zu entspannen, bevor unser offizielles Programm begann.

FUN FACT

Als Köbes wird seit etwa dem 19. Jahrhundert ein Kellner bezeichnet, der in Brauhäusern in Köln, Bonn, Düsseldorf oder Krefeld Bier serviert. Traditionell trägt er eine blaue Schürze aus Leinen mit einer umgeschnallten ledernen Geldtasche und verhält sich den Gästen gegenüber absichtlich unfreundlich.

STADT KÖLN



Köln als Medienstadt eignete sich perfekt für unsere Medien- und Kommunikationstage.

Köln ist eine lebendige und vielfältige Stadt im Westen Deutschlands. Sie ist bekannt für ihren imposanten Dom, der zu den größten Kathedralen Europas zählt. Die Stadt bietet eine reiche Geschichte, eine lebhaftes Kulturszene und eine pulsierende Atmosphäre. Köln ist auch für ihr berühmtes Karnevalsfest bekannt, das jedes Jahr Millionen von Besuchern anlockt. Die Rheinpromenade, die Altstadt mit ihren gemütlichen Brauhäusern und die vielen Museen machen Köln zu einem beliebten Reiseziel.

Der Kölner Dom ist eine römisch-katholische Kirche in Köln unter dem Patrozinium des Apostels Petrus. Dieser sieht nicht nur sehr imposant aus, sondern diente uns auch als Orientierung und Sammelstelle.

PREMIER INN KÖLN

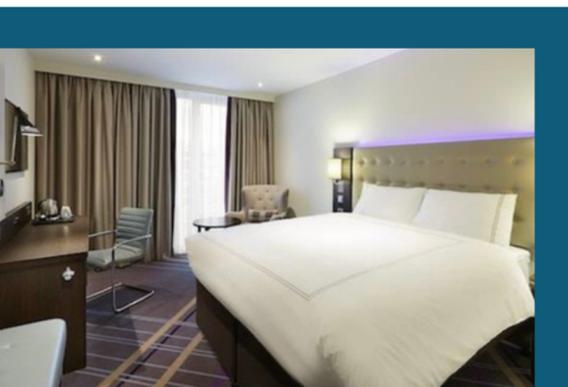


Nach der Zugfahrt sind wir zu unserem nahegelegenen Hotel gegangen um dort schonmal die Koffer und Taschen abzustellen, bevor es zu unserem ersten Termin ging.

Das Premier Inn Köln City Süd ist ein modernes Hotel im Herzen von Köln, nahe Sehenswürdigkeiten wie dem Kölner Dom und dem Rhein. Es bietet komfortable Zimmer mit kostenfreiem WLAN, Klimaanlage und Flachbildfernsehern. Das freundliche Personal sorgte für einen angenehmen Aufenthalt, und die Rezeption ist rund um die Uhr besetzt gewesen.

Das Hotel bietet ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ist ideal für Geschäfts- und Freizeitreisende wie uns.

Die Rezeption diente uns auch als Sammelpunkt, bevor wir zusammen zu Terminen gefahren sind.





SCHOKOLADEN MUSEUM

Am Dienstag, den 04.06. um 10:30Uhr, versammelten wir uns vor dem Schokoladenmuseum.

Beginnend an einem großen Kakaobaummodell, durch das 10 Meter hohe Tropenhaus, gingen wir den Weg des Kakaos von der Ernte über die großen Börsen des Welthandels über den Transport bis hin in die Schokoladenfabrik. Auf über 4.000 m² haben wir uns im Schokoladenmuseum ein sehr gutes Bild machen können, wie die Herstellung der Schokolade von der Bohne bis zur Tafel geschieht.

Auch die ein oder andere kleine Schokoladentafel, durfte im Museum verköstigt werden.



Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) ist eine seit 1956 bestehende öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt in Köln. Er gehört zur ARD und bietet vielfältige Radio- und Fernsehprogramme, finanziert durch Rundfunkbeiträge und Werbung.

WDR

Am Montag nach dem Check-in im Hotel machten wir uns auf den Weg in die Innenstadt zum WDR. Dort erwartete uns um 15:00 Uhr eine etwa zweistündige Führung durch das Rund- und Hörfunkhaus.

Unser erster Stopp führte uns zum Studio der TV-Sendung „Hier und Heute“.

Dieses vielseitige Studio wird für insgesamt sieben weitere Sendungen genutzt, darunter auch der Presseclub. Wir hatten das Glück, kurz vor der Live-Aufzeichnung im Studio zu sein und konnten dabei zusehen, wie die letzten Vorbereitungen für die Aufzeichnung getroffen wurden. Der WDR produziert auch einige Sendungen für die ARD. Deshalb besuchten wir im Anschluss das Studio der „Sportschau“. Direkt gegenüber befindet sich die Kulisse von „Hart aber Fair“ und „Maischberger“. Dieses Studio kann durch eine Leinwand vom Sportschau-Studio getrennt werden und bietet Platz für lediglich 40 Zuschauer. Im Fernsehen wirkt das Publikum jedoch deutlich größer, da meist nur die vorderen Reihen gefilmt werden.

Unser Rundgang führte uns dann weiter zum Greenscreen-Studio, das u.a. für „ARD-Brennpunkt“ und „Quarks“ genutzt wird. Hier wurde uns die Funktionsweise eines Greenscreens und eines Teleprompters anschaulich erklärt.

WDR

Danach wechselten wir das Gebäude und begaben uns zum Hörfunkhaus des WDR. Dort machten wir als erstes Halt in einem großen Konzertsaal mit einer imposanten Orgel, der als größtes Radiostudio für Live-Konzerte oder Lesungen genutzt wird.

Zum Abschluss besuchten wir das Hörspielstudio, in dem jährlich etwa 60 Hörspiele produziert werden. Das Studio ist vielseitig ausgestattet mit einer kleinen Küchenzeile, unterschiedlichen Bodenbelägen, variablen Raumgrößen, einer Treppe aus Holz und Stein sowie harten und weichen Wänden, um realistische Geräusche aufzunehmen. Ein spezieller Raum ermöglicht die Aufnahme von Hörspielen, die draußen spielen sollen, ohne die Störgeräusche der Außenwelt. Hier können z.B. Vogelgeräusche abgespielt und Kies für realistische Schritte genutzt werden. Die isolierten Wände ermöglichen es, Geräusche aus der „Ferne“ aufzunehmen. Diesen faszinierenden Effekt durften wir auch selbst ausprobieren, indem wir in die Wand riefen und auf der anderen Seite nur eine leise Stimme hörten.

Insgesamt war die Führung durch den WDR eine äußerst interessante und aufschlussreiche Erfahrung, die uns einen einzigartigen Einblick in die Welt des Rundfunks und der Hörspielproduktion bot.



Der Standort in Köln vereint über 200 Experten aus den Bereichen Kreation, Media und digitale Kommunikation, die integrierte und innovative Lösungen bieten. Die Agenturmarken Serviceplan, Mediaplus und Plan.Net arbeiten hier zusammen.

SERVICEPLAN & MEDIASCALE



Serviceplan Group wurde 1970 in München gegründet und ist Deutschlands größte unabhängige Werbeagentur-gruppe. Mit über 5.000 Mitarbeitern weltweit bietet sie umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Werbung, Medien und digitale Kommunikation an.

Die Gruppe betreibt “Houses of Communication” in mehreren Städten, um eine enge Zusammenarbeit zwischen ihren spezialisierten Agenturen wie Mediaplus und Plan.Net zu fördern. Bekannte Projekte umfassen die Best Brands Awards und den jährlichen Innovationstag.

Mediascale, eine Tochter der Mediaplus Group und Teil der Serviceplan Group, ist eine spezialisierte Mediaagentur mit über 60 Experten. Sie entwickelt datengetriebene 360°- Cross-Media-Strategien und bietet umfassende Kommunikationslösungen entlang der gesamten Customer Journey.

Mediascale kombiniert Medienberatung, Kampagnenplanung und datengetriebenes Targeting, um maßgeschneiderte Lösungen für ihre Kunden zu schaffen.

SERVICEPLAN & MEDIASCALE

Thilo Helmich, der HR-Manager von Serviceplan, begrüßte uns und stellte das "Haus der Kommunikation" vor. Das Haus der Kommunikation ist die größte inhabergeführte Agentur Europas mit einem Gross Income von 739 Millionen Euro. Es ist in 29 Ländern weltweit vertreten und beschäftigt 6000 Mitarbeiter. Innerhalb des Hauses gibt es zwei interne Unternehmen: Mediascale und Serviceplan.

Anna Lee Sønnichsen, die Geschäftsführerin von Serviceplan, präsentierte das Unternehmen und hob hervor, dass das Unternehmen in der HORIZONT-Rangliste Platz 1 in der Kategorie Kreation belegt. Sie erklärte, dass 65 % der Kunden integriert betreut werden, was den ganzheitlichen Ansatz der Agentur verdeutlicht. Weiterhin sprach sie über die Aufstiegschancen innerhalb der Agentur und die Entwicklung von Werbekampagnen. Zu den Kunden von Serviceplan zählen renommierte Marken wie Nikon, Rewe, DKMS, Porsche und C&A.

Die Trainees Benny und Simon erläuterten ihre Arbeit bei Mediascale. Sie gaben einen Überblick über das Trainee-Programm, das neun Wochen Schulung umfasst und mit einer Case-Präsentation vor einer Jury abschließt. Benny und Simon stellten ihre eigene Case-Präsentation über LinkedIn vor und erläuterten die Strategien und Planungen, die sie entwickelten. Der Tag bot wertvolle Einblicke in die Arbeitsweise und die Erfolgsgeschichten von Mediascale und Serviceplan, den beiden zentralen Unternehmen im Haus der Kommunikation.

STRÖER

Eines der führenden deutschen Medienhäuser und Anbieter von Außenwerbung, digitalen Medien und Dialogmarketing mit Sitz in Köln.

Am Mittwoch stand ein Besuch bei Ströer auf dem Programm. Morgens ging es mit der U15 Richtung Ebertplatz. Nach einer kurzen Fahrt kamen wir an der Bahnstation an. Der Weg zu Ströer war verregnet und etwas ungemütlich, aber unsere Vorfreude überwog. Bei Ströer wurden wir von den Werkstudierenden Sarah und Marcel freundlich empfangen. Sie gaben uns einen kurzen Überblick über das Unternehmen und seine Aktivitäten.

Anschließend übernahm die PR-Managerin Mandy Jansen das Wort und führte uns in die Welt der Unternehmenskommunikation von Ströer ein.

Ströer beschreibt sich selbst als OOH+ und belegt den dritten Platz im Vermarkterranking. Ein interessanter Punkt war die Wirkung von Außenwerbung: Unser Gehirn liebt Bilder, da sie effektiver als Text sind. Außerdem lernten wir, dass Out-of-Home-Werbung (OOH) unvermeidlich in der Rezeption der Menschen ist. Ein Beispiel dafür war eine DOOH-Kampagne mit Snipes und Adidas.

DOOH (Digital Out-of-Home) dient nicht nur der Werbung, sondern auch als Informationsnetzwerk, beispielsweise für Probewarnungen und Fahndungen. Dazu sind die digitalen Flächen an ein Warnsystem der Behörden angeschlossen. Außerdem sind die Flächen je nach Wetter und Ort individualisierbar. Ströer besitzt exklusive Vermarktungsrechte in allen deutschen Bahnhöfen. Außerdem stellen sie in verschiedenen Städten Stadtmöbel wie Bushaltestellen oder Toilettenhäuschen mit begrünten Dächern zur Verfügung.

Besonders beeindruckend war die Kampagne von Ritter Sport, die alle DOOH-Flächen deutschlandweit von Januar bis April 2024 belegte und damit 2,3 Milliarden Kontakte erzielte. Diese Kampagne hat Ritter Sport zur bekanntesten veganen Schokolade gemacht.

Ein weiterer spannender Teil des Besuchs war der Vortrag von Jacob Doering über den Nationalvertrieb. Er erläuterte die typischen Aufgaben eines Key Account Managers und nannte beeindruckende Zahlen: 37 Milliarden Euro wurden 2022 deutschlandweit im Werbemarkt ausgegeben, davon landeten bei Ströer 10,3 Milliarden Euro.

Antonia von der Content-Abteilung gab uns Einblicke in die digitale Präsenz auf eigenen Publisher-Seiten wie t-online und Watson. Schließlich erfuhren wir von Smilla und Alina, wie ein Karriereeinstieg bei Ströer aussehen kann. Ein duales Studium mit sieben Semestern, bei dem man drei Tage arbeitet und zwei Tage an der Uni ist, wurde als Option vorgestellt.

Der Besuch bei Ströer war für uns alle eine bereichernde Erfahrung und hat uns viele neue Einblicke in die Welt der Medien- und Unternehmenskommunikation gegeben.



Die MMC Studios in Köln sind ein führender Medienkomplex in Deutschland, der sich auf die Produktion von Film- und Fernsehformaten spezialisiert hat. Mit modernster Ausstattung und umfangreichen Produktionsservices bieten sie eine ideale Umgebung für die Realisierung von TV-Shows (DSDS, Let's Dance), Serien (Unter uns, Alles was zählt) und Filmen. Dabei ist MMC nur der Vermieter der Studios.



MMC

Die Studios beherbergen zahlreiche bekannte TV-Produktionen und bieten flexible Studiogrößen sowie umfassende Postproduktionsdienste. Sie sind ein zentraler Standort für die deutsche und internationale Medienbranche.

Nach unserer kleinen Mittagspause ging es mit der Bahn und einem kleinen Fußweg Richtung Studio. Dort angekommen, mussten wir zunächst kurz auf unseren Studioführer warten. Zu unserer aller Überraschung hatten wir das Vergnügen, eine Führung mit dem Schauspieler Holger Franke zu erleben. Holger kennt sich in den MMC Studios bestens aus, da er jahrelang bei "Unter uns" als Ehemann und Bäcker der Hauptfamilie Weigel gespielt hat.

Mit seiner Erfahrung und seinem Wissen führte er uns durch das riesige Gelände und gewährte uns spannende Einblicke hinter die Kulissen.

MMC

Wir spazierten durch das Set von "Alles was zählt", waren live beim Dreh von "Unter uns" dabei, besichtigten verschiedene Studios und schauten uns die beeindruckenden Außenkulissen an. Dabei spazierten wir auch an riesigen Lagerräumen vorbei, die, wie uns erklärt wurde, zu verschiedenen Zwecken genutzt werden, wie zum Beispiel: eine Lagerhalle allein nur für Dekorationen, eine für eine externe Maler- & Lackierfirma angemietete und viele mehr.

Warum das alles möglich ist? Das gesamte Gelände diente damals tatsächlich als der erste Flughafen in der Umgebung (Köln Butzweilerhof) und dem Militär. Es war erstaunlich zu sehen, wie groß das gesamte Gelände ist und wie viele Produktionen gleichzeitig an einem Standort stattfinden.

Während unserer Führung wurde auch gerade die Fernsehsendung für "1%" aufgenommen.

Ein echtes Highlight war es, den Dreh hautnah mitzuerleben und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Mit den zusätzlichen Kommentaren und Ergänzungen, die Holger über die verschiedenen Schritte und den Aufbau des Drehs bzw. der Szene uns näherbrachte, wurden wir zu echten Experten. Besonders beeindruckend waren außerdem die überraschenden Einblicke in die Abläufe am Set und die Requisiten, die alle sehr nah an der Realität gehalten werden.

Fun Fact: Wusstet ihr, dass bei den Außenkulissen die Türen in die Häuser ins Nichts führen? Richtig gehört: Es wird immer nur der Eintritt ins Gebäude gefilmt, der Rest der Szenen wird dann in den Studios weitergedreht.

STERN TV

Wir hatten die Möglichkeit, am 05.06. live bei der Sendung Stern TV dabei zu sein. Diese wird jeden Mittwoch um 22:35 Uhr live auf RTL ausgestrahlt und läuft bis 0:00 Uhr.

Am Mittwochabend ging es gegen 19:30 Uhr mit der Straßenbahn zu den EMG Studios in Hürth bei Köln. Dort angekommen gab es nach einer kurzen Wartezeit und dem Einchecken ein Getränk und einen kleinen Snack.

Danach wurden Jacken, Smartphones und Taschen an der Garderobe abgegeben und wir wurden zum Eingang des Studios begleitet. Nach einem Sicherheitscheck und der Verteilung der Zuschauerplätze, konnten wir es kaum glauben im Stern TV Studio angekommen zu sein.

Kurz vor der Sendung wurden wir von Steffen Hallaschka begrüßt, der uns kurz die Themen des Abends vorstellte. Danach stieg die Aufregung, als die Produktionsleiterin verkündete, dass die Sendung in wenigen Minuten live gehen wird.



STERN TV

Während der Show waren drei große und zwei kleine Kameras im Einsatz, die ständig live das Bild wechselten. Auf Monitoren, die an den Kameras befestigt waren, konnte man sehen, welches Bild gerade ausgestrahlt wurde.

Erstes Thema des Abends war die Messerattacke in Mannheim am 31.05.2024, bei der mehrere Personen angegriffen wurden. Der junge Polizist Rouven L. wurde dabei tödlich verletzt. Gemeinsam mit dem SPD-Abgeordneten Sebastian Fiedler und der Aktivistin Sawsan Chebli diskutierte Steffen Hallaschka darüber, wie solche Angriffe in Zukunft verhindert werden könnten. Als zweiter Gast konnte Gaby Köster begrüßt werden. Nach ihrem Schlaganfall im Jahr 2008 hatte sich Gaby Köster mehrere Jahre aus der Öffentlichkeit zurückgezogen. Jetzt hat sie ihr neues Buch "Meine Energiewende: Wie ich die Spiritualität als Lebensretter entdeckte" veröffentlicht. Sie sprach über ihre Spiritualität und ihr heutiges Leben.

Das letzte Thema des Abends handelte von Melanie Meyer und ihrer Familie, die seit 14 Jahren von Melanies Ex-Partner gestalkt werden. Trotz mehrerer Anzeigen haben die Ermittlungsbehörden bisher keine Maßnahmen gegen das Stalking ergriffen. Neben Melanie Mayer war auch eine Rechtsanwältin eingeladen, um über das Vorgehen des Ex-Partners und die Maßnahmen der Polizei zu sprechen.

Kurz nach der Sendung um 0:00 Uhr wurden die Jacken und Taschen wieder abgeholt und wir machten uns auf den Weg zum Bahnhof, da unser Zug nach Köln um ca. 0:50 Uhr abfuhr. Nach einem Umstieg in Köln kamen wir um ca. 1:20 Uhr wieder in unserem Hotel an und ein erlebnisreicher Tag ging zu Ende.

ABSCHLUSSESEN

Nach einem ereignisreichen Tag voller spannender Einblicke stand ein besonderes Highlight auf dem Programm: unser gemeinsames Abendessen bei Gaffel in Köln. Gaffel, ein traditionsreiches Brauhaus im Herzen der Stadt, ist bekannt für seine gemütliche Atmosphäre und das leckere Kölsch.

Ursprünglich für den letzten Tag unserer Reise geplant, zogen wir das Abendessen vor, da wir spontan Tickets für die Liveshow von Stern TV bekommen hatten. Bereits vor dem Abendessen genossen wir ein gemütliches Beisammensein während der Happy Hour in der Hotellobby.

Nach unserem Besuch im "Haus der Kommunikation" waren wir alle hungrig und freuten uns auf die rheinischen Spezialitäten und das frische Gaffel Kölsch.

Der Abend bei Gaffel war ein wunderbarer Abschluss unseres Tages. In gemütlicher Runde konnten wir die Erlebnisse unserer Reise teilen und den Tag entspannt ausklingen lassen.

Danach stand jedem offen, ob es noch auf Erkundungstour ging oder man doch lieber das Hotelbett bevorzugte.



RÜCKREISE

Nach vier spannenden und lehrreichen Tagen in Köln, in denen wir wertvolle Einblicke in die Medienwelt gewinnen konnten, stand am Donnerstag, den 6. Juni, unsere Heimreise an.

Nachdem wir ausgecheckt und uns von unserem Hotel verabschiedet hatten, machten wir uns auf den Weg zurück zum Kölner Hauptbahnhof.

Unsere Rückfahrt begann um 11:23 Uhr. Wieder mit einem Regionalexpress ging es zunächst nach Koblenz. Der Umstieg in Koblenz verlief diesmal aufgrund von (für die DB nicht unnormale) Verspätungen, etwas stressiger. Nach einem kurzen Sprint konnten wir dann aber doch noch unseren Anschlusszug nehmen.

Um 15:50 Uhr erreichten wir schließlich wieder den Saarbrücker Hauptbahnhof. Müde, aber voller neuer Eindrücke und Erfahrungen, verabschiedeten wir uns voneinander und machten uns auf den Heimweg. Die Kommunikations- und Medientage in Köln waren für uns alle eine bereichernde und inspirierende Erfahrung.

SCHLUSSWORT

Die Kommunikations- und Medientage 2024 in Köln waren für uns eine inspirierende und lehrreiche Reise, die uns unvergessliche Einblicke in die Welt der Medien und Kommunikation ermöglicht hat.

Von der lebendigen Atmosphäre beim Ströer über die beeindruckenden Präsentationen bei Serviceplan und Mediascale bis hin zu den spannenden Momenten beim WDR und den MMC Studios – jeder Programmpunkt hat unser Verständnis für die Branche erweitert und unsere Begeisterung für die vielfältigen Möglichkeiten in unserem Berufszweig verstärkt.

Durch diese Erfahrungen haben wir nicht nur unser theoretisches Wissen vertieft, sondern auch unser praktisches Verständnis für die Herausforderungen und Chancen in der Medienwelt geschärft.

Wir sind dankbar für die Unterstützung unserer Arbeitgeber, die diese wertvolle Erfahrung ermöglicht haben, und für die offenen Türen, die uns in den Unternehmen und Institutionen entgegengebracht wurden. Die gesammelten Eindrücke und Erkenntnisse werden uns auf unserem weiteren beruflichen Weg begleiten und motivieren. Auch möchten wir uns bei unserern Lehrkräften Frau Spaniol und Herr Mura für die Zeit und Mühe, die sie in die Organisation dieser Tage gesteckt haben, bedanken.

Wir hoffen, dass die Leser durch die Berichte und Bilder inspiriert werden und ebenso viel Freude am Lesen haben, wie wir sie beim Erleben dieser Tage hatten.

UNTERNEHMEN

Wir bedanken uns bei unseren Arbeitgebern, die uns diese Fahrt ermöglicht haben.



moccamedia



DATA ONE



hagergroup

