



AHRENSBURG 360°

editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

kurz vor den Feiertagen haben wir feinen Lesestoff für Sie zusammengestellt.

Im Interview mit dem scheidenden Bürgermeister Michael Sarach haben wir ihn gefragt, welche Ziele er sich gesteckt hatte und ihn gebeten, Resümee zu ziehen. Lesen Sie selbst.

Virtuell zu Gast waren wir bei der Kroschke Gruppe, die in diesem Jahr ihr 65-jähriges Bestehen feiert. Mit Felix Kroschke haben wir darüber gesprochen, wie sich das Unternehmen digital aufgestellt hat und welche Strategien eingesetzt werden, um eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen.

Mit Jan Brüggemann knüpfen wir an das Thema Markenbildung an. Der Strategie verrät, warum Design schon lange kein schmückendes Beiwerk mehr ist.

Bestimmt haben Sie schon von der IG Hagener Allee gehört. Erfahren Sie, was sich in der Straße, die zum Rondeel führt, tut.

Vorstellen wollen wir Ihnen die neuen Unternehmer-Räume – kurz URäume, die in der Carl-Backhaus-Straße gebaut werden.

Nachdem die Regeln für Veranstaltungen gelockert wurden, haben wir gleich 2 Tipps für Sie zusammengestellt.

Wir wünschen Ihnen schöne Ostertage!



Ahrensburg
schau hier!



Herzliche Grüße

Ihre Anja Gust

kurz notiert

Rückblick auf 12 Jahre Amtszeit

Nach 2 Amtsperioden verlässt Michael Sarach zum Ende des Monats sein Büro im 6. Stock des Rathauses. Seit 2010 hat er als Leiter der Verwaltung die Geschicke der Stadt gelenkt. Kurz vor der Amtsübergabe wirft er noch einmal einen Blick zurück.

Welche Ziele haben Sie als Bürgermeister für Ahrensburg seit Amtsantritt verfolgt?

Mein wichtigstes Ziel bei Amtsantritt war, die Stadt zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Besondere Bedeutung hatte für mich in dem Zusammenhang die Sicherung des Wirtschaftsstandortes, die Haushaltskonsolidierung und die Verbesserung der Zusammenarbeit innerhalb der kommunalen Selbstverwaltung.

Was konnten Sie in der Funktion als Leiter der Verwaltung umsetzen?

Als Leiter der Verwaltung hatte ich die Verantwortung für mehr als 300 MitarbeiterInnen. Die Anforderungen an die Stadtverwaltung sind in den letzten Jahren durch zahlreiche neue Gesetze, technische Weiterentwicklung und die durch Zuwanderung entstandenen Herausforderungen in erheblichem Maß gestiegen. Die Personal- und Stellenausstattung sowie die organisatorische Aufstellung der Ver-



Bürgermeister Michael Sarach

© SPD Ortsverband Ahrensburg

weiter auf Seite 2 ►►►

▶▶▶ *Rückblick auf 12 Jahre Amtszeit*

waltung an diese Herausforderungen anzupassen, war eine meiner vordringlichen Aufgaben. Zu meinem großen Bedauern war die Bereitschaft, bei den erforderlichen Umstrukturierungen mitzuwirken, im Entscheidungsgremium Stadtverordnetenversammlung nicht immer ausreichend ausgeprägt.

Welchen Stellenwert ordnen Sie der Wirtschaft in Ahrensburg zu?

Die Bedeutung der Wirtschaft für die Stadt Ahrensburg wird unterstrichen durch Zahl, Größe und Vielfalt der ansässigen Unternehmen. Die Weiterentwicklung der Gewerbegebiete und der Ausbau des Glasfasernetzes hatten für mich in dem Zusammenhang immer eine außerordentlich hohe Priorität.

Zu meinem großen Bedauern war eine für die Anbindung des Gewerbegebietes wichtige Infrastrukturmaßnahme wie der Bau der Nordtangente bei den Stadtverordneten nicht durchsetzbar.

Auf welche Erfolge blicken Sie zurück?

Es gibt große wie kleine Erfolge und ganz klar: es überwiegen die kleinen Erfolge. Einen großen Erfolg für mich persönlich sehe ich darin, dass wichtige Unternehmen mit Expansionsbedarf am Standort Ahrensburg gehalten werden konnten. Als Erfolg betrachte ich auch den Abbau der Kreditverbindlichkeiten der Stadt von 25 Mio. auf 12 Mio. €, die Erschließung des gesamten Stadtgebietes mit Glasfaserinfrastruktur, die vollständige Sanierung und finanzielle Absicherung des Schlosses, die Aufnahme der Stadt in das Städtebauförderprogramm des Landes mit Sanierung des denkmalgeschützten Rathauses, den Bau von mehreren Kitas, den Ausbau der SLG, die bauliche Vorbereitung der Grundschulen auf die offene Ganztagschule und die Verlängerung der Autobahnauffahrt zur A1.

Welche besonderen Momente werden Ihnen in Erinnerung bleiben?

Das überwältigende ehrenamtliche Engagement in der Stadt, insbesondere in Krisensituationen, werde ich nicht vergessen. Für mich war auch der Moment, als meine Wiederwahl für eine weitere Amtszeit feststand, sehr berührend. Die Wert-

schätzung, die sich darin ausdrückte, war für mich ein großer Ansporn.

Was planen Sie nun mit so unendlich viel Freizeit?

Jetzt wird meine Familie uneingeschränkt an erster Stelle stehen. In den letzten Jahren hatte ich nicht selten eine 50-60 Stundenwoche. Dazu kamen noch Veranstaltungen an den Wochenenden, zu denen ich eingeladen war. Nun kommt, hoffe ich, eine Verschnaufpause. Sehr gern möchte ich mit meiner Frau ein bisschen auf Reisen gehen. Da ich kürzlich Großvater geworden bin und außerdem zahlreiche Aufgaben in Haus und Garten auf mich warten, bin ich allerdings nicht sicher, wie lange die Pause tatsächlich dauern wird.

Haben Sie Tipps, die Sie Ihrem Nachfolger, Herrn Boege, unbedingt mit auf den Weg geben wollen?

Ich denke, die braucht Herr Boege nicht. Ich bin sicher, dass er die Stadtverwaltung mit Herz und Verstand leiten wird.

kurz notiert

Ganz der Zukunft zugewandt

Die Geschichte des Unternehmens Kroschke beginnt im Jahre 1957. Nachdem Elfriede und Martin Kroschke mit ihren Kindern die Flucht aus der DDR geglückt ist, beginnen sie in Braunschweig mit dem Prägen von Fahrzeugkennzeichen.

65 Jahre später ist aus dem Kleinstunternehmen längst der Marktführer in Deutschland für Kennzeichen und Zulassungen von Fahrzeugen geworden. Sohn Christoph, der das Unternehmen in zweiter Generation führte und ein deutschlandweites Filialnetz mit mehr als 400 Prägestellen und 60 Zulassungsdiensten aufbaute, verlegte den Firmensitz im Jahre 1995 nach Ahrensburg. Mittlerweile hat er die Unternehmensgeschichte in die Hände seiner Söhne Philipp und Felix gelegt, die es in dritter Generation als Geschäftsführer steuern. Die Kroschke Gruppe beschäftigt rund 1.700 Menschen, davon etwa 400 in Ahrensburg, und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von mehr als 100 Mio. Euro.



Felix Kroschke (links) und Philipp Kroschke
© Christoph Kroschke GmbH

weiter auf Seite 3 ▶▶▶

▶▶▶ *Ganz der Zukunft zugewandt*

3 Fragen an Felix Kroschke:

Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um Ihr Unternehmen digital zu denken und die Mitarbeitenden bei diesem Prozess mitzunehmen?

Die Fahrzeugzulassung der Zukunft ist digital. Den nach wie vor erforderlichen Gang in die Zulassungsstelle will die Kroschke Gruppe in das neue Jahrhundert führen. Wir haben neben weiteren digitalen Produkten auch marktreife Lösungen entwickelt, die sämtliche Zulassungsprozesse komplett digital abbilden.

Kommt man wie wir aus der analogen Zeitrechnung, muss bei der Belegschaft eine besonders große digitale Veränderungsbereitschaft erzeugt werden. Das wiederum erfordert Veränderungen in der bisherigen Führungs- und Unternehmenskultur. Bei Kroschke haben wir unter anderem Hierarchien abgebaut, Silos aufgebrochen und Wege verkürzt, Kommunikationsbarrieren entfernt und eine offene Feedback- und Fehlerkultur entwickelt. Wir legen großen Wert auf die gezielte Entwicklung des Personals und der Führungskräfte. Unsere Mitarbeiter*innen kennen die Unternehmensmission und ihren individuellen Beitrag zum Erreichen der Ziele. Nur wer den Sinn seiner Arbeit erkennt und erlebt, wird zum aktiven Mitgestalter und Verbündeten der digitalen Transformation des Unternehmens.

Welche Strategien haben Sie genutzt, um eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen?

65 Jahre Familienunternehmen bedeutet Stabilität und Verlässlichkeit, kann aus der Sicht einzelner potenzieller Bewerber aber auch für Staub und alte Schule stehen.

Kroschke ist stolz auf seine bisherige Firmengeschichte, zugleich sind wir ein modernes Unternehmen, das ganz der Zukunft zugewandt ist. Anstatt auf Hochglanz setzen wir auf Authentizität und Glaubwürdigkeit. Wir machen Bewerbern nichts vor und blenden nicht, sondern spielen mit offenen Karten. Eine Schlüsselrolle nehmen unsere Kultur und Compliance ein. Unsere Haltung und Werte sowie unsere Regeltreue gelten für alle im Unternehmen gleichermaßen. Wir

schaffen die Bedingungen dafür, dass die KollegInnen sich mit dem Unternehmen identifizieren und mit Freude ihre Arbeit machen.

Welche Konzepte haben Sie entwickelt, um in Zeiten des Fachkräftemangels Personalgewinnung und -bindung zu gestalten?

Es ist wichtig, sich als Arbeitgeber attraktiv zu positionieren und eine gewisse Anziehung auf Bewerber zu haben. Dazu muss der Markenkern klar sein. Gehalt und Benefits sind die Pflicht, Perspektiven und Erlebbarkeit des Unternehmens bilden die Kür. Wertschätzung und Verlässlichkeit, Sichtbarkeit und Unterstützung sowie Führungs- und Unternehmenskultur machen den Unterschied. Denn ganz oben steht immer die Frage: Fühle ich mich im Unternehmen wohl und leiste ich einen Beitrag? Wer diese Frage für sich selbst mit ja beantwortet, bleibt im Unternehmen und ist ein wertvoller Mitarbeiter, der Kunden begeistert.

Weitere Informationen und Kontakt:
www.kroschke.de

kurz notiert

Was bringt mir eine Webpräsenz? Welche Möglichkeiten gibt es? Und was kann das Branchenportal Ahrensburg 360° für Sie tun?

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Ahrensburg lädt zum 40. Treffen des Forums am 27. April 2022 in das Peter-Rantzau-Haus ein. Nach fast 5-monatiger Pause dreht sich in der Zeit von 17.30 bis 19.30 Uhr alles um das Thema Präsenz im ‚World Wide Web‘

Die Möglichkeiten das eigene Unternehmen im Internet zu präsentieren sind vielfältig. Sie reichen von der Social Media, Onlineportalen über eine einfache Webvisitenkarte bis hin zu ausführlichen Internetseite und angeschlossenen Online-Shops. Erfahren Sie in dem interaktiven Vortrag von Catharina von Hobe welche Arten von Präsenz im Internet möglich sind und welche Vor- bzw. Nachteile die einzelnen Formate mit sich bringen. Darüber hinaus klärt Sie die Expertin auf, was Sie selbst machen können und wann es professionelle Unterstützung braucht.

Und natürlich kann auch ein Eintrag im Branchenportal Ahrensburg 360° eine



Christian Behrendt © Christian Behrendt

Catharina von Hobe © Anna Tränkner

▶▶▶ Was bringt mir eine Webpräsenz? Welche Möglichkeiten gibt es? Und was kann das Branchenportal Ahrensburg 360° für Sie tun?

Menge für Sie bewirken. Lernen Sie die Möglichkeiten kennen, die das Online-Portal für Ihr Unternehmen bietet. Selbst mit dem kostenfreien Basiseintrag können Sie nur gewinnen. Christian Behrendt zeigt Ihnen, wie.

Lassen Sie sich inspirieren und lernen Sie Unternehmen aus Ihrer Stadt kennen. Vernetzen Sie sich aktiv und profitieren Sie mit- und voneinander.

Die Veranstaltung findet LIVE vor Ort statt. Die Teilnahme ist kostenfrei. Die Anzahl der Plätze ist limitiert. Sichern Sie sich gleich heute Ihren Platz! Auf der Veranstaltung wird fotografiert und gefilmt. Mit Ihrer Anmeldung stimmen Sie der Veröffentlichung des Bildmaterials zu. Ihre Sicherheit hat oberste Priorität. Es werden alle Hygieneregeln beachtet.

FORUM
AHRENSBURGER UNTERNEHMEN
Die Veranstaltung der Wirtschaftsförderung

Interessierte Unternehmen können ihre Anmeldung an folgende Adresse richten: unternehmensforum@ahrensburg.de

kurz notiert

Nachhaltige URäume in Ahrensburg: Hochwertige Gestaltung trifft auf modernste Technik

In bester Lage im Gewerbegebiet Beimoor Süd in der Carl-Backhaus-Straße 5 beginnt im Juni der Baustart für die neuen Unternehmer-Räume – kurz URäume. Es entstehen 8 Einheiten zwischen 195 und 270 m² Mietfläche, die aus einer Kombination von Büro und Lager- oder Produktionsflächen bestehen. Jede Einheit verfügt über exklusiv genutzte Außenbereiche und Stellplätze. Besonderer Wert wurde auf ein flexibles und auf höchste Effizienz und Nutzbarkeit ausgelegtes Raumkonzept gelegt. Das Gebäude erfüllt den KfW 40 EE Standard und ist mit einer vollflächigen Photovoltaik-Anlage ausgestattet, die Strom für die Nutzer und die Wärmepumpenheizung liefert. Das Haus und seine Nutzer werden so unabhängiger von schwankenden Strom- und Energiepreisen.



© Mockup: URäume

„Der Anspruch an mittlere und kleine Unternehmer steigt stetig. Firmen müssen zunehmend höhere Zertifizierungen erreichen und benötigen entsprechende Flächen. Gleichzeitig ist es erforderlich, unterschiedliche Nutzungsarten auf effiziente Weise zu kombinieren und sich Kunden und Partner in hochwertigen Flächen zu zeigen“, sagt Lars Osterhoff, Miteigentümer des Projekts. „Unser Ansatz ist, dass die Wertigkeit des Gebäudes die Wertigkeit der Angebote der Unternehmen widerspiegelt. Der hohe Anspruch an Nachhaltigkeit und Effizienz findet sich in allen Aspekten der URäume wieder. So werden beispielsweise Strom und Wärme aus der eigenen Produktion vollständig im Objekt verwendet.“

Die Fertigstellung der URäume ist für das Frühjahr 2023 geplant. „Einige Flächen sind aktuell schon reserviert bzw. fest vermietet“, so Lars Osterhoff.

Die URäume sind ein Gemeinschaftsprojekt der Eheleute Osterhoff und Osterhage. Beide Familien verbindet das Thema Immobilien, insbesondere hochwertige und gleichzeitig nachhaltige Gebäude. Die Hochwertigkeit kommt zum einen aus der Materialität. Zum anderen aus der Konzeption für den Nutzer - hier entsteht der eigentliche Mehrwert. Der Bauingenieur und Immobilienökonom Einar Osterhage und die Architektin Thekla Osterhage haben ihre Leidenschaft ganz der Architek-

tur und zielgruppengenauen Bauwerken verschrieben. Die Eheleute Osterhoff als Landwirte und Unternehmer treiben speziell die Produktkonzeption sowie Nachhaltigkeit an.

Die URäume sind der Startschuss in Ahrensburg. „Wir wollen die Region stärken und weitere nachhaltige Gebäude entwickeln, die den Nutzern dienen. Diese entstehenden Flächen wollen wir dauerhaft anbieten. Wir hoffen, dass wir so unser Umfeld und unsere Heimat positiv mitgestalten können“, beschreibt Lars Osterhoff die Motivation.

Weitere Informationen und Kontakt:
<https://uraeume.de/>

—Talk— VOR ORT 'Talk vor Ort' zu Gast im Work Kontor: Wohnortnahes Arbeiten

Ahrensburgs Citymanagement lädt am Mittwoch, 11. Mai 2022, in der Zeit von 18:30 Uhr bis 20:00 Uhr zum ersten 'Talk vor Ort' in diesem Jahr ins Work Kontor (An der Strusbek 10) ein. Gäste können direkt vor Ort und per Livestream teilnehmen.

Das übergeordnete Thema des Abends lautet „Wohnortnahes Arbeiten“. Talkgäste sind die beiden Geschäftsführerinnen Dorina Bausch und Anja van Wahden.

Die 'Talk vor Ort'-Zuschauer im Livestream können während der Veranstaltung Fragen und Meinungen per Mail senden. Diese werden nach Möglichkeit während des Talks vorgelesen und beantwortet. Für musikalische Unterhaltung ist ebenfalls gesorgt.

Im Mittelpunkt der Veranstaltungsserie stehen die Ahrensburger Einzelhändler und Gewerbetreibende. Ahrensburgs Citymanager Christian Behrendt interviewt die jeweiligen Gastgeber sowie einen weiteren Talkgast.

„Ziel der Veranstaltung ist es, miteinander ins Gespräch zu kommen und die Ahrensburger Unternehmen, aber auch die Macher und Menschen im Hintergrund vorzustellen. Mein Wunsch ist es, den BürgerInnen die Ahrensburger Unternehmer vorzustellen und ihre Gedanken, Ansichten und Ideen über die Stadt zu erfahren. Wir schauen hinter die Kulissen und machen die Stadt für den inte-

ressierten Zuschauer greifbarer und nachvollziehbarer“, so Behrendt. Den Link zum Livestream finden Sie am 11. Mai auf der Startseite der Stadt Ahrensburg (www.ahrensburg.de) sowie der Startseite der Wirtschaftsförderung Ahrensburg (www.wirtschaftsfoerderung-ahrensburg.de).

Die Gründerinnen des Work Kontor
Anja van Wahden (links)
und Dorina Bausch. © Work Kontor



kurz notiert

Warum das Design einer Marke kein schmückendes Beiwerk mehr ist

Ganz gleich ob online oder offline, um im Getöse der Werbebotschaften nicht unterzugehen, spielt das Design einer Marke eine wichtige Rolle. „Bevor wir uns Gedanken darüber machen, ‚WIE‘ wir kommunizieren wollen, sollten wir wissen, ‚WAS‘ wir kommunizieren wollen, was wiederum auf dem grundlegenden Kern einer Positionierung, dem ‚WARUM‘ basiert“, so der Strategie- und Designberater Jan Brüggemann.

„Das Design ist schon lange kein ‚schmückendes Beiwerk‘ mehr und erhält immer mehr eine strategische Bedeutung gegenüber dem Wettbewerb, da es den Markenkern visuell zu den Kunden, Lieferanten und anderen Stakeholdern transportiert“, erklärt Brüggemann.

Unternehmen buchen den Strategen und Designer seit fast 20 Jahren, um mit einem Positionierungs- und Kommunikationskonzept einen Ausgangspunkt für strategische Überlegungen in der Kommunikation zu setzen, Corporate Design Lösungen zu entwickeln und diese in der Umsetzung zu begleiten.

Fragen an Jan Brüggemann zu strategischem Markendesign

Welchen Stellenwert kommt dem Design bei der Markenbildung heute zu?

Design war, ist und wird immer die erste Wahrnehmungsschnittmenge zum Kunden sein, weil es bereits auffällt, bevor ein Kunde die ersten Worte liest. In der Markenbildung hat Design im Wesentlichen 3 Kernprinzipien: Differenzierung vom Mitbewerber, Transport der Markenqualität und Wiedererkennung.

Welchen Einfluss hat Markenbildung und Design für die Kommunikation in der Social Media?

Im Grunde gelten hier die 3 Kernprinzipien. Social Media ist für die Markenbildung sehr wichtig, weil es insbesondere hier um die Markenbekanntheit (Brandawareness) geht. Gerade in der Social Media bleibt nur wenig Zeit, um alle Botschaften einer Marke zu transportieren und Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe zu schaffen. Das Design muss hier noch prägnanter sein, das Logo noch vereinfachter und die Botschaft noch präziser. Allerdings ist es in der Social Media auch so, dass wir die Effekte der Kommunikation analysieren können. Somit können wir sehen, welche Botschaft oder welches Design in Kombination

weiter auf Seite 6 ▶▶▶

▶▶▶ Warum das Design einer Marke kein schmückendes Beiwerk mehr ist

der Zielparame-ter offensichtlich mehr Erfolg hat. Das können wir dann anpassen, optimieren oder verwerfen. Es hilft somit immer, ein klares konstantes Design als Grundlage zu haben, um seine Botschaft im Wirrwarr der vielen Auspielungen nicht gänzlich zu verwässern.

Ihre 5 sofort umsetzbaren Tipps für die Markenbildung

1. Die 3 Kernprinzipien beachten
2. Die eigene Positionierung bestmöglich formulieren (Warum tue ich das, was ich tue?)
3. Auf Mitbewerbersuche gehen und schauen, wie diese kommunizieren
4. Positionierung und Kommunikation der Mitbewerber vergleichen
5. Differenzierung finden, ausarbeiten UND in ein Design ‚verewigen‘

Weitere Informationen und Kontakt:

<https://janbruegmann.de/>



Jan Brüggmann © Jan Brüggmann

kurz notiert

IG Hagener Allee: Tradition die verbindet

Die Hagener Allee gehört zu den Hauptschlagadern der Stadt. Ein gesunder Branchenmix aus kleinen und feinen, zumeist inhabergeführten Unternehmen säumen die Straße, die zum Rondeel führt. Schon vor über 30 Jahren schlossen sich hier die Kaufleute zu einer Interessengemeinschaft (IG) zusammen, die noch heute Bestand hat.

„Tradition und Individualität werden in unserer Straße großgeschrieben. Ein breites Angebot lädt zum Bummeln, Shoppen, zu einem geselligen Treff mit Freunden oder einfach auf ein Eis oder Espresso ein“, so Dunja Paasch, Vorsitzende der IG. Mitglieder sind heute nicht nur die Kaufleute, sondern auch die Unternehmen, die ihren Sitz in der Straße haben. „Die Intension des Zusammenschlusses ist und war schon immer, die Hagener Allee zu einem schönen und attraktiven Ort zu machen. Von der Weihnachtsbeleuchtung über die Bepflanzung der Blumenkübel bis hin zu Events und der Teilnahme an den verkaufsoffenen Sonntagen. Gemeinsam machen wir ‚unsere‘ Straße bunter, schöner und einladender. Der erste bemalte Stromkasten stand in der Hagener Allee. Wir sind sozusagen Trendsetter“, sagt Dunja Paasch, die seit 12 Jahren die Fäden der IG in der Hand hält. Dass das Konzept aufgeht, zeigt die Eröffnung gleich zweier neuer Geschäfte am Standort – ‚be happy Kindermoden‘ und ‚VIOLAS‘.

Auf der Wunschliste der Unternehmerin steht, dass noch mehr Geschäfte und Unternehmen dem Zusammenschluss beitreten. Darüber hinaus sind auch Privatleute angesprochen. „Wir würden uns freuen, wenn auch Privatpersonen Patenschaften beispielsweise für die Pflege der Blumenkübel übernehmen würden“, so die 49-Jährige.



Vorsitzende der IG Hagener Allee und Inhaberin von Paasch Immobilien © Paasch

Dunja Paasch ist Inhaberin von PAASCH Immobilien, spezialisiert auf Vermietung, Verkauf und Verwaltung. Sie und ihr 5-köpfiges Team kennen den Markt in der Region sehr genau. Ihr Credo ist, die besten Bedingungen für ihre Kunden und Partner zu schaffen.

Weitere Informationen und Kontakt:

Dunja Paasch, Vorsitzende,
c/o Paasch Immobilien,
paasch-immobilien.de

impRESSUM

Wirtschaftsförderung der Stadt Ahrensburg
Manfred-Samusch-Straße 5
22926 Ahrensburg
Tel.: 04102-77 166
Fax: 04102-77 113
E-Mail: Anja.Gust@ahrensburg.de
Web: www.ahrensburg.de
V.i.S.d.P.: Anja Gust

Umsetzung:
WEISSMARKETING, Hamburg
www.weiss-web.de