

DESIGN GATE^z

ZOLLVEREIN SCHOOL EXECUTIVE EDUCATION || Herbst 2007

Kooperationspartner:



Rat für Formgebung
German Design Council

Medienpartner:

form
The Making of Design

brandeins
Wirtschaftsmagazin

Design differenziert, schafft Identität und befördert Innovation. Im globalen Wettbewerb ist der strategisch motivierte Einsatz von Design daher ein entscheidender Erfolgsfaktor: Lernen Sie, was erfolgreiche Designstrategien auszeichnet – und sichern Sie so den Vorsprung Ihres Unternehmens am Markt.

DESIGN GATE^Z

ZOLLVEREIN SCHOOL EXECUTIVE EDUCATION

IHRE VORTEILE

Die Seminar- und Workshop-Reihe der Zollverein School bietet Ihnen:

- » Aktuelle Informationen zu Themen rund um Design, die bislang weder in der Literatur noch bei anderen Fortbildungsprogrammen designspezifisch bearbeitet worden sind
- » Optimal aufbereitetes und vermitteltes Fachwissen
- » Kontakte zu erfolgreichen Unternehmen und Führungskräften
- » Erfahrungsaustausch über alle relevanten Design- und Managementthemen

TEILNEHMERKREIS

Das Executive-Education-Programm der Zollverein School richtet sich an Führungskräfte, deren berufliche Praxis alle Aspekte des Designs, der Kreativität und der Innovation umfasst: Marketing- und Vertriebsleiter, Brand Manager und Kommunikationsexperten, Design Manager, Strategische Planer, Produktmanager, Berater, Leiter Forschung & Entwicklung und Business Development Manager, Produkt- und Grafikdesigner, Architekten und Innenarchitekten.

ZOLLVEREIN EXPERIENCE

Die Essener Zollverein School bietet eine einzigartige Lern- und Arbeitsatmosphäre. Die flexibel nutzbaren Räumlichkeiten des weltweit gefeierten Neubaus schaffen einen idealen Rahmen für spannende Diskurse in Design und Wirtschaft.

Das Seminar gibt einen umfassenden Überblick zum Themenkomplex Mass Customization. Neben aktuellen Strategien zur Personalisierung von Produktangeboten werden wichtige Fragen zum Thema an Beispielen unterschiedlicher Branchen erörtert: Wie können Benutzer und Kunden in den Designprozess und die Produktionskette mit eingebunden werden? Welche Auswirkung hat Mass Customization auf die Marke, das Branding und das Produktdesign? Wie lässt sich Mass Customization zum Profitfaktor entwickeln? Ziel ist es, den Seminarteilnehmern strategische Kompetenz im Umgang mit dem Thema zu vermitteln.

27.09.07 . 10:00 – 17:00

Make it your product

THE PRESENT AND FUTURE OF MASS CUSTOMIZATION

REFERENTEN



◦ PROF. DR. FRANK T. PILLER
RWTH Aachen, Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement/
MIT Smart Customization Group

Prof. Dr. Frank T. Piller ist Lehrstuhlinhaber für Technologie- und Innovationsmanagement an der RWTH Aachen und Executive Faculty Member der Smart Customization Group am Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA. Er forscht seit vielen Jahren über innovative Wettbewerbsstrategien, Technologie- und Innovationsmanagement sowie Strategisches Marketing. Als wissenschaftlicher Partner der Managementberatung Think Consult unterstützt Frank T. Piller zusammen mit seinen Kollegen Unternehmen bei der kundenzentrierten Gestaltung ihrer Wertschöpfungsprozesse.



◦ ANDREJ KUPETZ
Präsident Zollverein School of Management and Design,
Fachlicher Leiter Rat für Formgebung

Seit 1999 ist Andrej Kupetz Geschäftsführer und Fachlicher Leiter des Rat für Formgebung/German Design Council. In dieser Funktion initiierte er unter anderem die internationale Konferenzreihe „Architektur für Marken“, die „Deutsche Designdebatte“, die Ausstellungsreihe „Design Deutschland“ in Japan und im Haus der Gegenwart in München sowie die Konferenzmesse „Material_Vision“. Darüber hinaus leitet er seit 2006 die Essener Zollverein School of Management and Design und prägt und erweitert das akademische Profil der Business School. Andrej Kupetz lehrt an der Universität Duisburg-Essen und war Gastprofessor an der Universität der Künste Berlin.

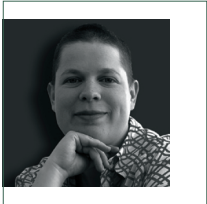
Ideen sind für alle Unternehmensbereiche (über)lebenswichtig. Vor der Umsetzung der Ideen müssen diese jedoch gefiltert und firmenspezifisch bewertet werden. Das Seminar beschäftigt sich mit dieser Bewertung und dem Implementierungsprozess von Ideen im Unternehmen. Von der ersten Idee eines neuen Produkts oder einer Dienstleistung bis zur erfolgreichen Etablierung am Markt sind viele einzelne Schritte zu bedenken und durchzuführen: Das Gründungskonzept muss erstellt, der vorhandene Markt analysiert, das Patentrecht geklärt und die Vermarktung eingeleitet werden. Das Seminar zeigt auf, wie dieser Prozess sinnvoll strukturiert und effizient umgesetzt werden kann.

04.10.07 . 10:00 – 17:00

New fancies, brainstorming and ideas

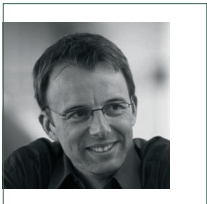
DAS IDEENMANAGEMENT

REFERENTEN



◦ NADJA SCHNETZLER
Mitgründerin und Vorstand der
Ideenfabrik BrainStore AG

Im Jahre 1989 gründete Nadja Schnetzler gemeinsam mit zwei Partnern die Ideenfabrik BrainStore AG, ein Unternehmen für die „industrielle Ideenproduktion“. In einem strukturierten Prozess und unter Einbeziehung unterschiedlichster Personen entwickelt BrainStore Ideen für Firmen und Privatpersonen. Der Brain-Pool des Schweizer Unternehmens besteht aus 20 fest angestellten Mitarbeitern und einem internationalen Netzwerk von über 2.500 Freelancern. Nadja Schnetzler betreut bei BrainStore Kundenprojekte und coacht Firmen wie UBS, Henkel und Swisscom im Bereich Innovationsmanagement. Außerdem ist sie Autorin des Buches „Die Ideenmaschine“ (erschienen bei Wiley-VCH, 2004).



◦ JAN-ERIK BAARS
Senior Director Philips Design
CDO BU P&A
BU Home Networks

Jan-Erik Baars leitet als Chief Design Officer (CDO) den Bereich Unterhaltungselektronik bei Philips Design. Baars, der seit 1991 in verschiedenen Positionen für Philips Design tätig ist, verfügt über weitreichende Erfahrungen im Gestalten von komplexen Systemen und deren User-Interfaces sowie im Entwickeln von strategischen Zukunftsszenarien für bestehende und neue Technologien. Jan-Erik Baars ist Autor zahlreicher Studien und Fachartikel und war Gastprofessor am Joanneum Graz und der Hochschule Aarau, Schweiz, sowie an der FHW, Wien, und der Universität Duisburg-Essen.

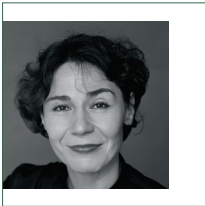
Corporate Identity (CI) und Corporate Design (CD) spiegeln die Werthaltung, Glaubwürdigkeit und Unverwechselbarkeit eines Unternehmens wider. Sie benötigen eine kontinuierliche Führung, Pflege und Weiterentwicklung. CI/CD müssen innerhalb eines Unternehmens implementiert und gelebt werden. Die Kommunikation von CI/CD an die Mitarbeiter muss auf nachvollziehbare Weise veranschaulicht werden, um ein einheitliches Erscheinungsbild nach außen zu erreichen. Kommunikations- und Motivationsinstrumente für Mitarbeiter werden in diesem Seminar anhand von praktischen Beispielen vorgestellt.

09.10.07 . 10:00 – 17:00

The face of your company

WIE LASSEN SICH CI/CD-PROZESSE STEUERN UND ERFOLGREICH IM UNTERNEHMEN IMPLEMENTIEREN?

REFERENTEN



◦ ULI MAYER-JOHANSSEN
Gründerin und Geschäftsführerin
MetaDesign

Gemeinsam mit zwei Partnern gründete die Grafikdesignerin Uli Mayer-Johanssen Anfang 1990 die Corporate-Identity-Agentur MetaDesign, die sich seither zu einer führenden Agentur für integrierte Markenführung entwickelt hat. Als Chief Design Officer im Vorstand zeichnet Uli Mayer-Johanssen für die inhaltliche Ausrichtung der Agentur sowie für Methode und Strategie von Corporate-Identity- und Corporate-Design-Prozessen verantwortlich. Uli Mayer-Johanssen ist darüber hinaus Dozentin an der Europäischen Wirtschaftshochschule ESCP-EAP Berlin, am Institut für Kulturmanagement an der FU Berlin sowie am Schweizer Zentrum für Unternehmensführung.



◦ KLAUS-PETER JOHANSSEN
Geschäftsführender Gesellschafter
Johannssen + Kretschmer
Strategische Kommunikation GmbH

Im Jahre 2000 gründete Klaus-Peter Johanssen die Kommunikationsberatung Johannssen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH. Der ausgebildete Jurist war von 1967 bis 1998 bei der Deutschen Shell AG, Hamburg, beschäftigt, die letzten elf Jahre als Direktor Unternehmenskommunikation mit Zuständigkeiten für Wirtschaftspolitik, Volkswirtschaft, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Interne Kommunikation, Public Affairs, Corporate Identity sowie für das Marketing. Johanssen ist als Gesellschafter der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) Mitglied ihres Präsidiums und ihrer Prüfungskommission.

SPECIAL GUEST:

DR. HANS-WILHELM ECKERT, LEITER KONZERNWERBUNG, NEUE MEDIEN BAYERN LB

Designkompetenz ist für Führungskräfte aus den unterschiedlichsten Bereichen eine entscheidende Qualifikation. Im heutigen Marktumfeld, in dem Design eine wichtige Unternehmensstrategie darstellt, kann durch eine konsequente Designstrategie eine Kosten-, Qualitäts- und Markenführerschaft erreicht werden. Das Seminar vermittelt eine breite Wissensgrundlage zum Thema Design: Designgeschichte, Grundlagen der Gestaltung, aktuelle Tendenzen und Designstrategien werden vorgestellt und kritisch hinterfragt.

08.11.07 . 10:00 – 17:00

You know about it

DESIGNKOMPETENZ FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

REFERENT



° PROF. DR. H. ESSLINGER

Gründer und Geschäftsführer

frog design

Prof. Dr. Hartmut Esslinger ist Gründer von frog design, einem weltweit führenden strategisch-kreativen Beratungsunternehmen. Esslinger gestaltete Produkte wie den Trinitron-Fernseher von Sony, die Apple-Computer der ersten Generation und das Erscheinungsbild der Lufthansa. Heute unterhält frog design neben seinem Hauptsitz in Palo Alto, Kalifornien, weltweit sieben Designbüros mit insgesamt 325 Angestellten. Zu den Kunden des Unternehmens zählen unter anderem Acer, Acura/Honda, Adidas, AT&T, CitiCorp, Dell, Disney, GE, Hewlett-Packard, IBM, Kodak, Louis Vuitton, Microsoft, Motorola, MTV, NEC, SAP, Siemens, Sun Microsystems, Swatch, Virgin Records, Yahoo!, Yamaha und Zeiss. Hartmut Esslinger ist Ehrendoktor der Parsons School of Design an der University of New York sowie Gründungsprofessor der Staatlichen Hochschule für Gestaltung, Karlsruhe. Er unterrichtet an der Universität für Angewandte Kunst, Wien, und ist Ehrenmitglied der Design Academy. In 1992 erhielt Hartmut Esslinger den Raymond Loewy Lifetime Achievement Award. Seine Werke sind in den Sammlungen des Museum of Modern Art, New York, des Smithsonian Institute und der Neuen Sammlung München vertreten.

Innovation ist ein aktuelles und viel diskutiertes Thema in vielen Unternehmen und Unternehmensbereichen. Wie aber wird eine Innovation durch alle Bereiche eines Unternehmens geführt? Welche Instrumente sind dafür erforderlich? „Design to the market“ lautet bei diesem Seminar das zentrale Thema. Wann und wie wird das Design in den Innovationsprozess eingebunden und welchen Einfluss können und müssen die Designverantwortlichen haben?

15.11.07 . 10:00 – 17:00

Design to the market – managing innovation

WIE AUS INNOVATIONEN MARKTFÄHIGE PRODUKTE WERDEN

REFERENTEN



◦ DR. BETTINA VON STAMM
Gründerin
Innovation Leadership Forum

Dr. Bettina von Stamm ist Gründerin des Innovation Leadership Forum, London, einem Netzwerk für Innovationen, dem unter anderem BASF, Marks & Spencer und Nestlé angehören. Sie berät Unternehmen und Organisationen darin, Innovationsprozesse zu initiieren und zu beschleunigen. Bettina von Stamm unterrichtet Innovation und Design Management an führenden Hochschulen in Deutschland und Großbritannien. Nach einem Studium der Architektur absolvierte sie einen MBA und promovierte an der London Business School.



◦ PAUL FLOWERS
Vice President Design
Grohe Water Technology AG & Co. KG

Nach Stationen als Industriedesigner bei IBM, Electrolux und Philips Design leitet Paul Flowers seit 2005 das Designteam bei GROHE. Er gestaltete unter anderem TV-Geräte für Philips, wie den Plasma TV und den Design Line TV, sowie Kochgeräte und Kühlschränke für Electrolux. Seine Produkte wurden mit verschiedenen Preisen ausgezeichnet, darunter dem Good Industrial Design Award 2001 der Niederlande sowie dem Philips Achievement Award 2001 und 2000. Paul Flowers studierte Industriedesign an der University of North Umbria at Newcastle, dem Cordwainers Technical College, London, und dem Islington Sixth Form Centre, London.



◦ DR. ANNETTE KAHRE
Leiterin Öffentlichkeitsarbeit
Melitta Gruppe

Dr. Annette Kahre leitet seit 1994 die weltweite Öffentlichkeitsarbeit der Melitta Gruppe. Ihr Aufgabenbereich umfasst Corporate Communications, Corporate Social Responsibility und Produkt-PR. Als Jurymitglied ist sie auch für den 2004 ins Leben gerufenen „Melitta Innovation Award“ verantwortlich. Annette Kahre arbeitet daneben im Markenverband und dem Deutschen Kaffeeverband in den Verbandsgruppen für Öffentlichkeitsarbeit.

Hinweis:
Der Beitrag von Paul Flowers wird in englischer Sprache abgehalten

Die sich im Zuge der Globalisierung verändernden wirtschaftlichen Bedingungen eröffnen neue Chancen für alle beteiligten Akteure, stellen andererseits aber auch Privilegien, Traditionen und Gewohnheiten infrage. Im Export stellen kulturelle Unterschiede der einzelnen Märkte eine enorme Herausforderung an Produkte und Dienstleistungen. Formen, Farben, Symbole und Namen haben in anderen Kulturen unterschiedliche Bedeutungen. Interpretation, die sich an den Werten und Erfahrungen des eigenen Kulturraumes orientiert, kann zu grundlegenden Problemen in der Kommunikation führen. Im Rahmen des Seminars werden diese Unterschiede bei Produkten und Marketingstrategien erläutert.

15.11.07 . 10:00 – 17:00

You are leaving the European sector

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION DURCH DESIGN

REFERENTEN



° RUTH J. SOÉNIUS
Director User Experience
Siemens Corporate Research

Ruth J. Soénius ist Director User Experience bei Siemens Corporate Research, Inc., USA. In dieser Funktion verantwortet sie Strategie und Design. Von 2000 bis 2006 war sie bei der Siemens AG, München, im Bereich Corporate Communications als Director Brand Strategy für die Markenstrategie von Produkten und Messen verantwortlich. Zuvor arbeitete sie als Corporate Industrial Design Manager bei Siemens in den USA. Sie initiierte und koordinierte die Design-Programme von 15 Geschäftsbereichen und förderte die Integration aller Aspekte der Markenführung eines weltweit führenden Technologiekonzerns. Ruth J. Soénius ist Mitglied im IDSA (Industrial Design Society of America), im DMI (Design Management Institute) und des Präsidiums des Rat für Formgebung und hat in den vergangenen Jahren auf verschiedenen Konferenzen sowie bei der Jurierung internationaler Designwettbewerbe mitgewirkt.



° DR. NICOLE BUSCH
Geschäftsführerin Buschwerk

Dr. Nicole Busch verfügt über langjährige Erfahrung in Design- und Trendrecherche. Sie arbeitete als Projektmanagerin bei designafairs, IDEO sowie dem Trendbüro Hamburg und betreute Kunden wie BMW, Nestlé und Procter & Gamble. Anfang 2007 hat sich Nicole Busch mit dem Buschwerk für Human Centred Design selbstständig gemacht. Mit ihrem Unternehmen erstellt sie Studien rund um Innovation, Design und Trends unter anderen in den Bereichen Health Care, Konsumgüter, Haushaltsgeräte, Sport, Freizeit und Mobilität.

DESIGN GATE^Z PREVIEW

WINTER 2007/2008

28.11.07

Selling with or selling by design

CASE STUDIES: DESIGN ALS ERFOLGSFAKTOR AM MARKT

06.12.07

Creating lasting products

NACHHALTIGE STRATEGIEN IM PRODUKT-UND GRAFIKDESIGN

17.01.08

Your future starts here!

DAS BRIEFING: FUNDAMENT FÜR JEDES DESIGNKONZEPT

Mit Stefan Beuttler, Designer, Marketing- und Kommunikationsberater, Buchautor, u. a.

21.02.08

And the future is...

TREND-MANAGEMENT-STRATEGIEN

Mit Dr. Nicole Busch, Geschäftsführerin Buschwerk, u. a.

Weitere Termine sind in Vorbereitung. Anmeldungen für diese Termine sind bereits möglich.
www.zollverein-school.de

SHIFT^Z // Zollverein School

Master of Business Administration (MBA)

In der globalen Wirtschaft wächst die Komplexität. Märkte, Produkte und Prozesse sind immer schnelleren Veränderungen unterworfen. Nachhaltige Wettbewerbsvorteile können heute nur noch erzielt werden, indem neue Märkte geschaffen, neue Spielregeln in den Wettbewerb eingeführt und alternative Formen der Wertschöpfung generiert werden. „SHIFT – Der MBA an der Zollverein School“ bereitet Führungskräfte auf diese Herausforderung vor. Das Studienprogramm etabliert „Design Thinking“ als Katalysator für erfolgreiches Management und Katalysator von Veränderungsprozessen. In kleinen, interdisziplinären Teams erarbeiten die Studierenden Spielregeln für die Märkte von morgen.

DATEN & FAKTEN

Dauer: 20 Monate, berufsbegleitend

Studienstart: September 2007

Studiengebühren: 22.000 Euro

Sprachen: Deutsch und Englisch

SPACE^Z // Zollverein School

Master of Architecture (MArch)

Im Herbst 2007 startet an der Zollverein School ein neues Masterprogramm für Architekten und Designer. Unter dem Motto „SPACE – Shaping Politics, Architecture, Culture & Economy“ besetzt das neue Programm nicht die klassische Mitte der Architekturausbildung oder eines Designstudienganges, sondern maximiert deren Ränder. Der Möglichkeitsraum zwischen Architektur, Politik, Kultur und Gesellschaft wird zum eigentlichen Untersuchungsraum. Zu den Dozenten zählen Reinhard Binder, Bernhard Franken, Bernd Kniess, Ulrich Königs, Jürgen Mayer H., Ilka & Andreas Ruby, Patrik Schumacher, Kazuyo Sejima & Ryue Nishizawa und Werner Sobek.

DATEN & FAKTEN

Internationaler, postgradualer Vollzeitstudiengang

Dauer: 16 Monate

Studienstart: Oktober 2007

Studiengebühren: 15.000 Euro

Sprache: Englisch

ZOLLVEREIN SCHOOL // BUSINESS SCHOOL FÜR DIE KREATIVE WIRTSCHAFT

Die Zollverein School ist Deutschlands erste Business School für die kreative Wirtschaft – eine Einrichtung für akademische Weiterbildung, welche die Interaktion und Verbindung von Kreativität und Unternehmensführung in ihren verschiedenen Facetten untersucht und vermittelt.

Die im Jahre 2003 gegründete Institution bietet Führungskräften aus Unternehmen, Wissenschaft und Verwaltung ein vielfältiges Weiterbildungs- und Beratungs-Portfolio rund um Design & Design Management, Marketing & Branding, Innovationsmanagement, Produktmanagement, Strategie und Architektur.

Die Kernkompetenz der Zollverein School liegt in der Verbindung von kreativen, wirtschaftswissenschaftlichen und operativen Disziplinen. Basierend auf der Erkenntnis, dass innovative Lösungen und Ideen nur entstehen können, wenn gewohnte Denkstrukturen aufgebrochen werden, integrieren die Weiterbildungsangebote der Business School Methoden und Inhalte verschiedener Themenbereiche und Disziplinen.

Die Zollverein School ist Baustein der Transformation des UNESCO-Welterbes Zollverein von einem Standort der Montanindustrie zu einem Zentrum der Kreativwirtschaft mit den Schwerpunkten Design und Architektur. In diesem Kontext operiert sie als Kompetenzzentrum für kreative Wirtschaft, von dem nachhaltige Impulse für die Entwicklung Zollvereins und die Wirtschaft in NRW ausgehen.



HIERMIT MELDE ICH MICH FÜR FOLGENDE(S) SEMINAR(E) VERBINDLICH AN:

- 27.09.07 . 10:00 – 17:00 _____ **Make it your product**
The present and future of mass customization
 - 04.10.07 . 10:00 – 17:00 _____ **New fancies, brainstorming and ideas**
Das Ideenmanagement
 - 09.10.07 . 10:00 – 17:00 _____ **The face of your company**
Wie lassen sich CI/CD-Prozesse steuern und erfolgreich...?
 - 08.11.07 . 10:00 – 17:00 _____ **You know about it**
Designkompetenz für Führungskräfte
 - 15.11.07 . 10:00 – 17:00 _____ **Design to the market-managing innovation**
Wie aus Innovationen marktfähige Produkte werden
 - 15.11.07 . 10:00 – 17:00 _____ **You are leaving the European sector**
Interkulturelle Kommunikation durch Design
-

KONTAKT TEILNEHMER

Name, Vorname _____

Firma, Position _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Wohnort _____

Telefonnummer _____

E-Mail _____

RECHNUNGSADRESSE (FALLS ABWEICHEND)

Name, Vorname _____

Firma, Position _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Wohnort _____

Telefonnummer _____

TEILNAHMEGEBÜHR

Die Teilnahmegebühr beinhaltet für jeden Teilnehmer die Seminarunterlagen, Mittagessen und Kaffeepausen sowie eine Teilnahmebestätigung. Um eine hochwertige Veranstaltung garantieren zu können, sind alle Seminare auf 25 Teilnehmer begrenzt.

Regulär: 690 Euro + 19% MwSt. // Studierende: 590 Euro + 19% MwSt.

Ermäßigung: Ab dem zweiten Teilnehmer aus einem Unternehmen gewähren wir 100 Euro Preisnachlass pro Person.

ZAHLUNGSART

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Rechnung. Nach Eingang der Zahlung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und die Wegbeschreibung.

HINWEIS

Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt. Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Ist ein Teilnehmer verhindert, kann er schriftlich einen Ersatzteilnehmer benennen. Eine Stornierung ist bis spätestens eine Woche vor dem jeweiligen Veranstaltungstermin gegen eine Bearbeitungsgebühr von 30% der Teilnahmegebühr möglich. Bei späteren Absagen oder Nichterscheinen wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Bis zu 7 Tage vor Beginn behält sich der Veranstalter vor, das Seminar zu stornieren. Programmänderungen vorbehalten. Der Veranstalter kann keine Haftung bei Personen- oder Sachschäden übernehmen.

Ort/Datum _____

Unterschrift _____



ZOLLVEREIN SCHOOL
OF MANAGEMENT
AND DESIGN gGMBH

Gelsenkirchener Straße 209
D-45309 Essen
Fon +49 (0) 201 - 18 503 21
Fax +49 (0) 201 - 18 503 91
contact@zollverein-school.de
www.zollverein-school.de

Eine Anfahrtsskizze zur Zollverein School
finden Sie unter www.zollverein-school.de,
Rubrik: Kontakt

Gefördert durch:



NRW.

