



PRINT POWER

Gewinnspiel
auf Seite 4

Kundenzeitung der Firma

Heider Druck

Einfach mal abheben!

Unter dieses Motto stellen wir unser diesjähriges Gewinnspiel für Kunden und Freunde des Hauses. Zu gewinnen gibt es einen Rundflug mit einer einmotorigen Cessna über das schöne Bergische Land.

Mit den richtigen Lösungsbuchstaben und ein wenig Glück sind Sie vielleicht als „Co-Pilot“ dabei. Unser Gewinnspiel finden Sie auf **Seite 4**.

Partnerschaft seit fast 60 Jahren Henkel und Heider

Der Seniorchef, Hans Heider erinnert sich:

„Wir bekamen 1951 die erste vierfarbige Anilindruckmaschine, die die Besonderheit aufwies, von der Papierrolle beidseitig bedruckte Papierbogen im A2-Format auszulegen. Aus dieser Besonderheit ergaben sich die ersten Kontakte zum Henkelwerk ... Lesen Sie weiter über die Partnerschaft zwischen der Firma Henkel und Heider auf der **Seite 2**.

Jubilare bei Heider Druck

Am 12. Mai 2011 feierte Werner-Georg Janzen sein 25-jähriges Betriebsjubiläum bei Heider Druck. Seit Beginn seiner Tätigkeit am 12. Mai 1986 im Hause schätzt Heider Druck die zuverlässige Mitarbeit des Jubilars in der hauseigenen Buchbinderei.

Am 1. September 2011 konnte Klaus Lieth ebenfalls auf 25-jährige Zugehörigkeit im Unternehmen zurückschauen. Klaus Lieth arbeitet als ausgebildeter Drucker und gefragte Fachkraft in der Abteilung Bogenoffsetdruck.

Katholiken machen Station bei Heider Druck

Die traditionelle Fronleichnamsprozession in Bergisch Gladbach machte in diesem Jahr Station bei Heider Druck. Bei schönem Wetter bot das großzügige Gelände ausreichend Platz, um die zahlreichen Katholiken aufzunehmen und ihre Gebete vor dem geschmückten Altar vorzutragen.



Investition in die Zukunft

Neuer Versandraum mit schweizer Präzisions-Technik

Zum Jahresende 2010 fiel bei Heider Druck die Entscheidung, den Versandraum mit der Produktadressierung und dem maschinellen Einstecken von Beilagen in Zeitungen und Zeitschriften zu erneuern und damit in neue, moderne Technik zu investieren. Kernstück ist eine neue Einstecklinie mit dem Namen Proliner des schweizer Maschinenbauherstellers Müller-Martini aus Zofingen. Die Anlage verfügt über 15 Anleger und kann bis zu 14 verschiedene Beilagen in eine Zeitung oder Zeitschrift einstecken. Sie verfügt über zwei Ausgänge mit vollautomatischer Umschnürung, die die Pakete Richtung Ausgangstor schleusen, wo das Verladepersonal die Sendungen unmittelbar aufnehmen kann. Trotz der sehr schnellen mechanischen Laufleistung von rund 45 000 Exemplaren pro Stunde zeichnet sich die gesamte Anlage durch eine sehr hohe Laufruhe aus.

„Die Verringerung der Lärmemission stellen für die Mitarbeiter eine erhebliche Entlastung dar und machen das Arbeiten deutlich angenehmer“, erklärt Benjamin Grüninger, der als Maschinenführer zusammen mit weiteren Kollegen von den schweizer Monteuren und Instruktooren ausgebildet wird. Sein Chef Sascha Macchioch legt gerade auf diesen Part der Investition sehr viel Wert: „Auf eine ausgiebige Einarbeitszeit mit Schulungen in den Bereichen Mechanik, Elektronik und Softwaresteuerung kann man einfach nicht ver-



Maschinelle Einsteckkapazität für bis zu 14 unterschiedliche Beilagen.

zichten. Die Zeit, die hierfür extra angesetzt wird, ist gut investiert und ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Gelingen der Investition.“

Besonderheiten der Anlage sind die zahlreichen Qualitätskontrollen. So verfügt die Einsteckmaschine Proliner über Öffnungs-, Doppelbogen- und Fehlabbzugskontrollen sowie Reparaturmodi, falls eine Beilage nicht gezogen wurde. Damit wird die Einsteckqualität auf ein Maximum erhöht. Des Weiteren ist der Proliner ausgestattet für den Zonenbetrieb, das heißt, es können über eine Software exemplargenau verschiedenste Beilagenkombinationen automatisch hintereinander

produziert werden. Die Bedienung erfolgt bequem über Touchscreens und PCs. Das Investitionsvolumen für den neuen Versandraum liegt bei über zwei Millionen Euro.

„Geld, das die Geschäftsleitung in die Hand nimmt, um für die Kunden langfristig ein qualitativ hochwertiges, leistungsfähiges und innovatives Produktionsspektrum bieten zu können und damit auch den Mitarbeitern entsprechende Zukunftsperspektiven aufzuzeigen“, erläutert Roberto Heider. Die komplette Erneuerung des Versandraums wird noch dieses Jahr abgeschlossen.

Erfolgreicher Kundenservice

Heider Druck erhält Siegel für ausgezeichnete Service-Qualität

Im Frühjahr 2011 wurde die Heider Druck GmbH für ihre Dienstleistungsqualität im Rahmen der Service-WM Rhein-Berg geehrt. Zweck dieses regionalen Wettbewerbs, der unter der Schirmherrschaft des Kölner Stadt-Anzeigers und der Kölnischen Rundschau ausgeführt wurde, war die Ermittlung der Service-Qualität aller teilnehmenden Unternehmen. Dabei hat jedes dieser Unternehmen mittels Coupons bzw. Online-Befragung seine Kunden hinsichtlich der eigenen Service-Qualität befragt und sich einer anonymen kundenseitigen Bewertung unterzogen. Das Ergebnis der Befragung kommt für jedes Unternehmen im abschließend errechneten „Kunden-Beziehungs-Index“ zum Ausdruck.

Veranstalter und Initiator dieses „Service-Gradmessers“ ist die METATRIN GmbH aus Neumarkt i. d. Oberpfalz, die seit 2006 bundesweit

bereits Unternehmen aus über 80 Regionen hinsichtlich ihrer Service-Qualität gecheckt hat. Gemessen am bisherigen bundesweiten Durchschnitts-Index von etwas über 60 % nimmt die Region Rhein-Berg mit einem regionalen Durchschnitts-Index von 83,71 % eine Spitzenposition ein.

Die Heider Druck GmbH hat unter 52 teilnehmenden Firmen mit einem Kunden-Beziehungs-Index von 91,49 % einen hervorragenden 7. Platz erreicht.

Dieses erfreuliche Ergebnis ist für unser Haus Bestätigung und Motivation zugleich, unsere Kunden

auch künftig optimal zu bedienen und problem-lösungsorientiert im Sinne unserer Kunden zu handeln.



Henkel und Heider Druck:

Eine Partnerschaft seit fast 60 Jahren

Die langjährige Zusammenarbeit der Firma Henkel mit dem Hause Heider reicht bis weit in die 1950er-Jahre zurück.

Der Seniorchef, Hans Heider, erinnert sich:

„Wir bekamen 1951 die erste vierfarbige Anilindruckmaschine, die die Besonderheit aufwies, von der Papierrolle beidseitig bedruckte Papierbogen im A2-Format auszule-

gen. Aus dieser Besonderheit ergaben sich die ersten Kontakte zum Henkelwerk. Unser damaliger Ansprechpartner bei Henkel war der in der Werbeabteilung tätige Friedo Eicher. Damals stattete Henkel zu Werbezwecken die Maler-Betriebe mit Stundenblocks aus, mit deren Hilfe die Maler ihre Arbeitsstunden handschriftlich für den späteren Nachweis bei ihren Kunden festhielten. Diese Blocks zu je 50 Blatt im Format A4 trugen auf der Rückseite eine

vierfarbige Henkel-Werbung für den Malermeister (Klebstoffe etc.). Aus dieser langjährigen und guten Zusammenarbeit entstanden Kontakte zu weiteren Abteilungen im Hause Henkel. Neben den Blocks wurden dann noch Prospekte für die Werbeabteilung hergestellt.

In den 1960er-Jahren wurden wir schließlich mit dem Druck der damaligen Werkzeugzeitung Henkel-Blick sowie dem Versand an die Pensionäre

beauftragt. Henkel-Blick wurde bis in die 1990er-Jahre auf unserer Buchdruck-Rotation und später auf der Rollen-Offsetmaschine zweifarbig auf Zeitungsdruckpapier gedruckt.“ Heute trägt die Werkzeugzeitung den Titel „Henkel-Life“. Die wachsenden Qualitätsanforderungen und der inzwischen flächendeckende Farbdruck führten zu einer Umstellung auf den hochwertigen und fünffarbigen Bogenoffsetdruck auf zertifizierten Umweltpapieren.

„Zusammen mit der Druckerei Heider haben wir im Laufe der Jahre immer wieder an Lösungen gearbeitet, damit unsere Mitarbeiterzeitung „Henkel-Life“ in Sachen Bild- und Druckqualität höchsten Ansprüchen genügt“, erläutert Petra Goldowski, Chefredakteurin „Henkel-Life“. „Heider ist für uns ein verlässlicher Partner, dem wir absolut vertrauen und bei dem wir uns in guten Händen fühlen. Heider und Henkel – das ist ein starkes Team.“



Ein Spiegelbild der typografischen Entwicklung: Titelseiten der Henkel-Werkzeitung im Wandel der Jahrzehnte.

Porträt

Der mit den Daten jongliert!

„Frost wie der Winter“ stellt er sich gerne bei den Kunden vor. Dabei ist sein Job im Hause Heider eher heiß als frostig, denn Jürgen Frost, Leiter der Druckvorstufe bei Heider, ist mit seiner Crew dafür verantwortlich, dass eingehende Druckdateien gecheckt und korrekt verarbeitet werden und schließlich die Druckplatten termingerecht der Druckerei zur Verfügung stehen.

Seine berufliche Laufbahn ist bis heute geprägt vom Wandel. Im Jahr 1978 stand zunächst die dreijährige Lehre im traditionellen Handsatz. Zu dieser Zeit war der Technikwandel vom Blei- zum Fotosatz bereits im vollen Gang und so fand sich für den jun-

gen Gesellen schon bald eine neue Tätigkeit in der Filmmontage. Erst relativ spät, zu Beginn der 90er-Jahre, kam Jürgen Frost zur Arbeit am Computer, dem heute unerlässlichen Werkzeug in seiner Abteilung. Als sogenannter „Macintosh-Pionier“ eignete er sich – meist als Autodidakt – wertvolles Wissen im Desktop-Publishing und in der Bildverarbeitung an und gab dieses auch an seine Kollegen weiter. Anfang 2004 ernannte ihn schließlich die Geschäftsleitung zum Leiter der Druckvorstufe. Dank seines profunden Wissens und seiner stets lösungsorientierten Arbeit ist er sowohl innerbetrieblich als auch bei den Kunden immer ein gern gefragter Ratgeber.



Kontakt:

Jürgen Frost
Telefon: (0 22 02) 95 40-5 94
E-Mail:
juergen.frost@heider-medien.de

Nachdenkliches

Kommunikation ist alles

Große Aufregung herrscht im Wald! Es geht das Gerücht um, der Bär habe eine Todesliste. Alle fragen sich, wer denn nun da drauf steht. Als Erster nimmt der Hirsch allen Mut zusammen, geht zum Bären und fragt ihn: „Sag mal, Bär, steh ich auch auf deiner Liste?“ „Ja“, entgegnet der Bär, „auch dein Name steht auf der Liste.“

Voller Angst dreht sich der Hirsch um und geht. Und wirklich, nach zwei Tagen wird der Hirsch tot aufgefunden. Die Angst bei den Waldbewohnern steigt immer mehr und die Gerüchteküche um die Frage, wer denn nun auf der Liste stehe, brodelt. Der Keiler ist der erste, dem der Geduldsfaden reißt und der den alten Bären aufsucht,

um ihn zu fragen, ob auch er auf der Liste stünde. „Ja“, antwortete der Bär, „auch du stehst auf der Liste.“

Verängstigt verabschiedet sich der Keiler vom Bären. Und auch ihn fand man nach zwei Tagen tot auf. Nun bricht die Panik unter den Waldbewohnern aus. Nur der schlaue Hase traut sich noch, den Bären aufzusuchen. „Bär, steh ich auch auf deiner Liste?“ „Ja, du stehst auch auf der Liste.“

„Kannst du mich da streichen?“
„Ja klar, kein Problem.“

Wie gesagt: Kommunikation ist alles!

Autor unbekannt

Impressum:

PrintPower Nr. 6 09/2011, Layout, Satz und Fotografie: KreaSign!

Herstellung: Heider Druck GmbH, Papier: 170 g/m² h'frei weiß seidenmatt gestrichen Bilderdruck



Eine Frage des Vertrauens:

Welche Druckerei für welche Produkte?

Mehr und mehr zeichnet sich auch bei den Herstellern in der Druckbranche eine Zweiklassen-Gesellschaft ab. Einerseits die Hersteller von Massenware mit der sogenannten „good-enough-quality“ zum günstigsten Preis und andererseits die Hersteller von ganz individuell gefertigten Top-Druckerzeugnissen im oberen Preissegment.

Da der Kunde das Qualitätsniveau eines potenziellen neuen Druckpartners nicht kennt, wird die Wahl der geeigneten Druckerei unweigerlich zur Vertrauensfrage. Worauf sollten Sie bei der Wahl Ihres Druckpartners achten, wenn es nicht 08/15 sein darf?

Persönliche Betreuung

Kein Telefon und schon gar keine Internetplattform vermag den persönlichen Kontakt zum kompetenten Printberater ersetzen. Denn die persönliche Beratung beginnt bei einem qualifizierten Fachbetrieb schon weit vor der eigentlichen Drucklegung. So unterbreiten auch die Kundenbetreuer der Heider Druck GmbH maßgeschneiderte Vorschläge z. B. bei der Auswahl geeigneter Papiere für das gewünschte Produkt und beraten Sie hinsichtlich der zahlreichen Möglichkeiten beim Druck und bei der Verarbeitung. Gemeinsam mit Ihrem Kundenbetreuer entwickeln Sie ein Print-

produkt, das in seiner technischen Ausführung keine Wünsche offenlässt.

Umweltgerechte Produktion

Ist mehr als nur ein Schlagwort und nicht nur in den Chefetagen der Konzerne entscheidendes Auswahlkriterium. Längst haben verantwortungsbewusst handelnde Unternehmen die Bedeutung dieses Produktionsfaktors erkannt.

Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind wesentliche Merkmale in der Unternehmensphilosophie der Heider Druck GmbH. So bietet Ihnen das Unternehmen bei der Herstellung Ihrer Unternehmenskommunikation die Möglichkeit, nachhaltig produzierte Papiere mit einem Umweltsiegel des FSC, PEFC oder Blauer Engel einzusetzen. Als zertifizierte Druckerei hat Heider die Lizenz zur Nutzung des gewünschten Logos innerhalb Ihrer Publikation. Damit setzen Heider-Kunden ein imageförderndes Zeichen für aktives Umweltengagement.

Übrigens wird bei Heider auf einer der weltweit ersten Druckmaschinen mit der Auszeichnung „emissionsgeprüft“ gedruckt. Ökologische Druckfarben auf Basis von Pflanzenöl sind dabei ebenso Standard wie der Verzicht auf sämtliche Alkoholzusätze im Feuchtwasser.

Technik auf dem Stand der Zeit

Die Anforderungen an einheitlich hohe Druckqualität unabhängig vom Druckort und/oder eines Druckmaschinentypus sind heute von hoher Bedeutung. Der hierfür zwingend erforderliche Standard, der in modernen Druckereien zum Einsatz kommt, ist der sogenannte PSO-Standard. Was bedeutet dies für Ihr Premium-Druckprodukt? PSO (ProzessStandard Offsetdruck) ist ein ausgefeiltes Regel-

werk für farbgenaues Arbeiten in der Druckindustrie, das vom Bundesverband Druck und Medien (bvd) entwickelt wurde. PSO definiert alle Anforderungen an Druckdaten, Filme, Druckplatten, Proofs, Andrucke und Auflagendruck so, dass eine gleichbleibende farbverbindliche Produktion in jedem PSO-zertifizierten Druckereibetrieb möglich ist.

Vertrauen Sie neben unserer modernen und zertifizierten Technik vor allem auf unsere Kompetenz und unser Know-how bei der Erstellung Ihrer Drucksachen.

Unsere Kundenberater stehen Ihnen gerne in allen Fragen rund um Ihre Drucksache zur Verfügung.



In gut verständlicher Form wird PSO in der PrintPower Ausgabe 4 beschrieben. Auf Anforderung übersenden wir Ihnen gerne ein Exemplar.



„Auf unseren Jahresbericht erhalten wir viel positive Resonanz. Und das verdanken wir auch der ausgezeichneten Zusammenarbeit mit Heider-Druck. Bei Konzeption, Layout und Produktion konnten wir gemeinsam gute Ideen entwickeln und uns jederzeit auf das Heider-Team verlassen. Nicht zuletzt schätzen wir die große Flexibilität unseres Partners, mit dem wir auch bei anderen Produkten wie unserer Lebenshilfe-Zeitung bestens kooperieren.“



Kerstin Heidecke und Peer Brocke, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesvereinigung Lebenshilfe

Der Geschäftsbericht als Instrument zur Markenbildung

Spannende Wechselwirkung

Die jährliche Präsentation des Geschäftsberichts gilt in nahezu allen Chefetagen als die Königsdisziplin innerhalb der gesamten Unternehmenskommunikation. In Bezug auf Image-Transfer und Qualitätsanspruch überragt der Geschäftsbericht die sonstige Kommunikation. Gedacht als Finanzkommunikationsinstrument hat sich der Geschäftsbericht von seiner ursprünglichen Funktion gelöst und ergänzt heute die rationale Ebene des Zahlenwerks um eine emotionale Komponente und bekommt dadurch zugleich eine markenbildende Funktion.

Aber kann gute Finanzkommunikation tatsächlich auch gleichzeitig gute Markenbildung sein? Die Antwort lautet ganz klar „Ja“. Insbesondere große Unternehmen haben erkannt, dass mit dem Geschäftsbericht mehr transportiert werden kann als nur das Zahlenwerk. Diesem Anliegen kommt die inhaltliche Struktur des Berichtes entgegen. Denn der Geschäftsbericht zwingt zur Verbindlichkeit. Im Geschäftsbericht geht es um belegbare Fakten und wer hier Versprechungen



macht, muss sich daran auch messen. Diese Disziplinierung führt zu einem hohen Grad an inhaltlicher Klarheit. Die in diesem Umfeld zusätzlich eingebettete emotionale Komponente steigert nun die Wirkung der harten wirtschaftlichen Fakten und umgekehrt erzeugen die rationalen Kriterien die verbindliche Atmosphäre für das Unternehmen und damit die Marke.

Quintessenz: Unternehmen, die es schaffen, Unternehmenswerte und Ziele nicht nur mit nüchternen Fakten

zu belegen, sondern diese auch emotional zu unterstreichen, gewinnen mit dem Geschäftsbericht zugleich ein wertvolles Instrument für die Profilierung Ihrer Marke.

Für die technische Umsetzung des Berichtes ist effizientes Teamwork unerlässlich. Überlassen Sie hier nichts dem Zufall und setzen Sie kompromisslos auf Know-How und Kompetenz, Nachfolgende Empfehlungen mögen Ihnen bei der Arbeitsplanung helfen.

1. Detaillierte Vorplanung

Mit einem ausführlichen und guten Briefing schaffen Sie das Fundament für den Erfolg des Projektes „Geschäftsbericht“. Sprechen Sie in einer Kick-off-Veranstaltung mit allen Beteiligten über Ihre Vorstellungen zum zukünftigen Geschäftsbericht. Weisen Sie auf Besonderheiten hin (Zielgruppe, Themen, Schwerpunkt, Image, Information), auf die geachtet werden müssen. Benennen Sie klar den Stichtag!

2. Planen Sie großzügig

Planen Sie nicht zu knapp. Nach einem guten Briefing ist ein guter Zeitplan das Wichtigste in dieser frühen Projektphase. Handels- und börsenrechtliche Regelungen legen den Erscheinungstag unverhandelbar fest. Um diesen Termin nicht zu verpassen, sollten zum Beispiel großzügig Zeitpuffer in den Zeitplan eingebaut werden.

3. Exakte Budgetvorgaben

Während der Produktion eines Geschäftsberichtes treten viele Faktoren auf, die in der Planung nicht ersichtlich oder schwer zu kalkulieren waren. Daher sollten die Agentur und das Unternehmen gemeinsam über Kosten und das, was das Unternehmen ausgeben möchte, sprechen. Nur so können später Überraschungen ausgeschlossen werden.

4. Umfassende Fotorechte für Medien kaufen

Für die Printversion des Geschäftsberichtes werden in der Regel Fotorechte eingekauft. Doch oft wird vergessen, die Nutzung für andere Medien (wie zum Beispiel das Web) auszudehnen. Kaufen Sie also die Rechte für sämtliche Medien ein!

5. Korrekturen immer digital versenden

Verschicken Sie Ihre Korrekturen niemals per Fax. Senden Sie lieber eine digitale Version mit Verbesserungen und Anmerkungen zum Beispiel im Korrekturmodus, um (neue) Fehler zum Beispiel durch Abtippen zu vermeiden.



Frage 1

In wievielter Generation existiert Heider Druck als Bergischer Gladbacher Familienbetrieb?

- A** dritter Generation
B vierter Generation

Frage 2

Welches Foto einer Großkatze steht symbolisch für Dynamik und Schnelligkeit auf der neuen Bogendruckmaschine von Heider?

- A** Löwe
B Tiger

Frage 3

Nach welchem international anerkannten Qualitätsstandard ist Heider Druck zertifiziert?

- A** PSO-Standard
B TÜV-Gütesiegel

... muss die Freiheit wohl grenzenlos sein" – so hatte es Reinhard Mey in den 1970er-Jahren in einem seiner vielen Erfolgsschlager besungen. Und wer von uns hat nicht die innere Sehnsucht, einmal dieses Gefühl von Freiheit über den Wolken zu erleben. Stillen kann diese Sehnsucht, gewürzt mit einem Schuss Abenteuer, der Sieger unseres Gewinnspiels.

Vergessen Sie ab sofort das schon fast alltägliche Flugerlebnis mit einem der vielen Großraumjets. Bei uns sitzen Sie in der ersten Reihe und bestimmen mit, wo es über den Wolken langgeht. Frei wie ein Vogel, das angenehme Kribbeln im Bauch, wenn sich die Maschine in sanften Flugkehren neigt und von Winden getragen wird.

Los geht das luftige Abenteuer vom Sport-Flughafen Hangelar zwischen Köln und Bonn. Nach kurzer Einweisung durch einen erfahrenen Piloten genießen Sie gleichsam als „Co-Pilot“ einen rund einstündigen Rundflug. Ihr Fluggerät ist eine moderne einmotorige Cessna, die ihren Passagieren noch echtes „Flugerlebnis“ verspricht. Entdecken Sie die Schönheit des Bergischen Landes aus der Vogelperspektive. Spektakulär und unvergesslich wird Ihnen auch der Kölner Dom von oben in Erinnerung bleiben.

Haben wir Ihre Abenteuerlust an diesem luftigen Event geweckt? Dann benötigen Sie zur Teilnahme nur die richtigen Lösungsbuchstaben zu den nebenstehenden drei Fragen. Schicken Sie Ihren ausgefüllten Gewinn-Coupon bis zum 7. Oktober 2011 an uns zurück und mit ein wenig Glück werden Sie und ein Partner Ihrer Wahl der Gewinner unseres Freiflugs. Die Auslosung erfolgt unter allen richtigen Einsendungen. Neben dem Hauptgewinn verlosen wir zwei weitere Buchpreise.

Der Gewinner des Rundflugs wird von uns Anfang Oktober benachrichtigt. Die Durchführung ist in Abhängigkeit des Wetters ab Mitte Oktober vorgesehen. Mitarbeiter und Angehörige des Veranstalters sind von der Teilnahme an diesem Gewinnspiel ausgeschlossen.

Ein kleiner Tipp: Der Heider-Imagefilm hilft im Zweifel weiter: http://www.heider-druck.de/Image_Film.aspx

Bitte bis 7. Oktober 2011 ausgefüllten Coupon einsenden an (Datum des Poststempels)

Heider Druck GmbH,
PrintPower-Gewinnspiel,
Paffrather Straße 102–116,
51465 Bergisch Gladbach.
Bzw. eine E-Mail mit den drei Lösungsbuchstaben an: hmh@heider-verlag.de

Gewinn-Coupon

Ja, ich will mit Heider Druck über den Wolken schweben.

Meine Lösung lautet: Frage 1

Frage 2

Frage 3

Einsendeschluss:
7. Oktober 2011



Absender:

Name, Vorname: _____

Straße: _____ PLZ: _____ Ort: _____

Telefon: _____ Telefax: _____ E-Mail: _____

Kunde/Institution: _____