

Interne Kommunikation

#WIR

Das Mitarbeitermagazin der
Klosterfrau Healthcare Group



IMPRESSUM
Herausgeber | Publisher
MGM Klosterfrau
Vertriebsgesellschaft mbH
Gartenstraße 100a 1-11
D-50870 Köln

Verantwortlich für den Herausgeber
Responsible for Content of the magazine:
Christian Hoffer

Konzept, Satzsetzung, Produktion
Concept, Layout, Printing
Inlay: Wolf Jansen/chen GmbH
www.balylever.com

Mitwirkende | Contributors
Ute Schwesewitz, Karsten Haack, Kolrud,
Dr. Markus Uhlir, Dr. Martin Zippel, Pappas
Film, Christian Hoffer, Jean Hertzsch,
Daria Langer, Jean-Yves Gode, Claude
Meyron, Katharina Schner, Roger Maras, Frank
Sofka, Sven Sackewitz, Christian Kraft,
Jelka Wilhalm, Stefania Schier, Ulrike
Wingler, Doreen Kellner, Emily Westrich,
Sandra Lubenow, Karin Luers, Renner
Ankewitsch, Agnieszka Kucharska-Gryncova,
Silvana Pradolina, Berna Braven, Suscha
Schwitzer, Niklas Meisner

Druck | Printing:
K. Schmidt Druck und Medien GmbH,
Eisenberg

Bildarchivbild | Photo Credits:
Klosterfrau Group, Actelion Pharma,
Dirk Moll, balylever, Shutterstock, Fotolia,
Gettyimages, Jakob Krätzer, Pappas Film,
Thinkstock by Gettyimages

Alle verwendeten Bilder sind nur für den
eigenen Gebrauch | Photos used, pictures
are for internal use only

Druckfehler, Änderungen und Irrtümer
verboten | Misprints, changes and
errors excepted

Für Anzeigen und Kleinanzeigen:
Sie sind herzlich für suggestions and
advertisements invited
redaktion@klosterfrau.de

Das nächste Ausgabe erscheint im
Mai 2017 | Next issue will be
published in May 2017

Inhalt | Page | 3

DAS #WIR-GEFÜHL STEIGERN.

#WIR soll keine Mitarbeiterzeitschrift im traditionellen Sinne sein, in der über Jubiläen und Hochzeiten berichtet wird. Vielmehr wird die Zielsetzung definiert, den Mitarbeitern Einblicke zu geben, in welchen Märkten und mit welchen Maßnahmen Klosterfrau die weiteren Wachstumsziele verfolgt. Wie erhält sich das Unternehmen seine Unabhängigkeit? Wie sichert es bestehende und schafft neue Arbeitsplätze? Wie geht man mit heiklen Themen um? Das sind alles Fragen, auf die #WIR Antworten geben soll.

PROJEKTUMFANG

- Themenplanung und Redaktionskonzeption
- Konzeptionelle Verknüpfung von Veränderungsprozessen des Unternehmens und Fokussierung auf Alltag der Mitarbeiter
- Bearbeitung des Inputs aus Fachabteilungen
- Chefredaktion, Recherche, Interviews und Text durch das Redaktionsteam der Agentur
- Entwicklung des Magazindesigns mit Titelkonzept, Key Visuals und Rubriken
- Erarbeitung des zweisprachigen Layouts für Ausgaben in Deutsch und Englisch
- Erstellung von passenden Fotoreportagen, Mitarbeiterfotos, Illustrationen und Infografiken
- Schlussredaktion
- Papierdefinition, Abwicklung Druckproduktion



**2017 GEWINNER DES FOX AWARD
FÜR EFFIZIENZ IN GOLD**

in der Branche „Chemie, Pharma“
und der Kategorie „Interne Kommunikation“



**2016 GEWINNER DES FOX AWARD
FÜR EFFIZIENZ IN GOLD UND VISUAL AWARD
FÜR GESTALTUNGS-EFFIZIENZ IN GOLD**

in der Branche „Chemie, Pharma“
und der Kategorie „Interne Kommunikation“

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

ERFOLGREICHE WENDUNGEN

O LA LA L'ORIGINE!

Die erste einmalige Konferenz konnte wir den Erfolg wirklich nicht vorhersehen.

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

DER ERFOLGSDREH

Der Erfolg der Gruppe ist auf die strategische Entscheidung zurückzuführen, sich auf die Produktion von Kosmetikprodukten zu konzentrieren. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

WONDERBAR: DIE AUFBEKLEBUNG

Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

TRES PRECIS!

ERFOLGREICHES WENDEPUNKT

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

FRANZÖSISCHES REICH

Die Klosterfrau Gruppe

IN FRANKREICH STELLT DAS UNTERNEHMEN ALS MELISSA PHARMA STRATEGISCH NEU AUF

THE KLOSTERFRAU GROUP IN FRANCE

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

AUF EINEN BLICK | AT ONE GLANCE

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

WIE SICH DIE FRANZÖSISCHE KLOSTERFRAUEN GRUPPE VOM LABORSTELLER ZUM MARKENHÄUPTER ENTWICKELT

Wie sich die französische Klosterfrauen Gruppe vom Laborsteller zum Markenhüter entwickelt

Das ist ein Erfolg, wenn Frauen weltweit ein Aufbegehren auf die Pflöge. Aber der Erfolg ist nicht nur ein Aufbegehren, sondern auch ein Aufbegehren in Frankreich. Seit der Gründung der Klosterfrauen Gruppe im Jahr 1974 hat sich die Gruppe zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt. Die Gruppe hat sich zu einem der größten Hersteller von Kosmetikprodukten in Frankreich entwickelt.

EMILICK

GEMEINSAM GEWINNEN

WINNING TOGETHER

TABLETTEN SIND DAS HAUPTGESCHÄFT VOM WERK 4 IN LÜCHOW. 27 NEUE PRODUKTE, VOR ALLEM IM BEREICH NÄHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL UND EIN NEUES BOTTLE-CENTER SORGEN FÜR EINE SEHR GUTE AUFRAGSLAGE.

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WINNING TOGETHER

Unter dem Namen artisan gewinnt der Bereich Auftragsfertigung weitere neue Kunden. Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WINNING TOGETHER

Unter dem Namen artisan gewinnt der Bereich Auftragsfertigung weitere neue Kunden. Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WINNING TOGETHER

Unter dem Namen artisan gewinnt der Bereich Auftragsfertigung weitere neue Kunden. Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WINNING TOGETHER

Unter dem Namen artisan gewinnt der Bereich Auftragsfertigung weitere neue Kunden. Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

EMILICK

FAHRT AUFNEHMEN

Wie man Stuttgart, mehr Mitarbeiter und optimierte Produktion bringt die 444.745 Ventilationsanlagen von einem Prozess der Luft.

AND THE RACE IS ON!

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

AND THE RACE IS ON!

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

AND THE RACE IS ON!

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

EMILICK

Berlin

SCHAUFELN VERLEIHEN

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

EMILICK

Fürnberg

WAS IST EIGENTLICH?

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

EMILICK

Stuttgart

WAS IST EIGENTLICH?

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

EMILICK

KÖLN FEIERT COOL BERLIN MIT GROSSEM KIND

COOLERE CELEBRATION COOL BERLIN MIT GROSSEM KIND

WAS IST EIGENTLICH?

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WAS IST EIGENTLICH?

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

WAS IST EIGENTLICH?

Die Entwicklung von Andrea Horowitz war gut, wenn die strategische Ausrichtung auf die Produktion für andere Unternehmen nicht so richtig lief. „Lüchow hat sich gut entwickelt“, sagt sie, „und die Beschäftigten des Werks sind eine positive Wirkung“. Sie sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern. „Die Mitarbeiter sind sehr engagiert und machen einen sehr guten Job“, sagt sie. „Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich um den Betrieb kümmern.“

Extra angefertigte Illustrationen nach Echtbildern



AT ONE GLANCE
Gruppe in Europa vertreten?
Klosterfrau Group in Europe?

Vichy | Vichy
 LABORATOIRE HEPATOUM | Laboratoire Hepatoum
 LABORATOIRE 7MED | Laboratoire 7MED

ÖSTERREICH | AUSTRIA
 Wien | Vienna
 KLOSTERFRAU ÖSTERREICH | Klosterfrau Austria

POLEN | POLAND
 Warschau | Warsaw
 KLOSTERFRAU POLEN | Klosterfrau Poland

SCHWEIZ | SWITZERLAND
 Zürich | Zurich
 HOLDING | Holding
 MELISANA SCHWEIZ | Melisana Switzerland
 HERMES SÜSSSTOFF | Hermes Sweeteners

Vouvry | Vouvry
 SANARO AUFTRAGSHERSTELLUNG |
 Sanaro Contract Manufacturing

SLOWAKEI | SLOVAKIA
 Bratislava | Bratislava
 KLOSTERFRAU SLOWAKEI | Klosterfrau Slovakia

TSSCHECHIEN | CZECH REPUBLIC
 Prag | Prague
 KLOSTERFRAU TSSCHECHIEN | Klosterfrau Czech Republic



HOLDING, MELISANA, HERMES
 Holding, Melisana,
 Hermes

MARIA GALLAND
 Maria Galland

OVER
DE

WIR #TOGETHER

MEMBER MAGAZINE | STAFF MAGAZINE | BOARD MEMBER MAGAZINE

TEILN SIE UNS ÜBER
VERÄNDERUNG SPRECHEN
TALK ABOUT CHANGE




GESELLSCHAFT

GEMEINSAM GEWINNEN

WINNING TOGETHER



TABLETTEN SIND DAS HAUPTGESCHÄFT
VOM WERK 4  IN LÜCHOW. 27 NEUE

PRODUKTE, VOR ALLEM IM BEREICH NAHRUNGS-



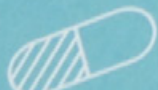
ERGÄNZUNGSMITTEL  UND EIN NEUES BOTTLE-

CENTER



SORGEN FÜR EINE SEHR GUTE AUF-

TRAGSLAGE.



BUSINESS OF FACIL
- MAN

Viele neu
welche
Ze

Die Z
neue
Berei
ben n
träge im laufe
31.08.2016 von
2016 wird ein
niedersächsisch
können stolz dar
Harneid, Person
einfach extrem g
überzeugt unsere
Hintergründe.

ALLE PROFIT
DEF

Wissensgeist hat einen
Unbekanntheitswert
von 96%
in Deutschland

2,5
MILLIONEN
PACKUNGEN
LAUFEN JEDES JAHR
AM PHARMACEUTICALS
BAND

KLOSTERFRAU®
MELISSEN-GEIST
WIRD IN
11
LÄNDER
EXPORTIERT

Könige auf die Etiketten zu drucken
DIE HEILKRÄFTE DER MELISSE,
SIND BEKANTT SEIT ÜBER
2.000 JAHREN

KLOSTERFRAU® MELISSEN-
SCHENKEN HEUTE MEHR
8 MILLIARDEN
MENSCHEN
VERTRETTEN

Der Melissen-Geist ist eine Natur
— 13 Heilpflanzen

balleywasl* ist eine Agentur für Markenstrategie, Markendesign und Markenkommunikation. Seit bald 30 Jahren sind wir ein erfolgreicher und verlässlicher Partner für Unternehmen in Deutschland und Europa. Die mit zahlreichen Awards ausgezeichnete Agentur wurde 1989 durch Albert Wasl gegründet. Ein Team von erfahrenen Mitarbeitern ist in den Bereichen Strategie, Branding und Kommunikation vornehmlich für KMUs, Bereiche von Konzernen sowie für Verbände und Institutionen tätig.

balleywasl.com

© Dieses Dokument und seine Inhalte sind urheberrechtlich geschützt.
Vervielfältigung, Verbreitung, Nachdruck und Verwertung sind untersagt
und erfordern die Zustimmung des Rechteinhabers.

balleywasl.muenchen gmbh
implerstrasse 7
81371 muenchen
deutschland

fon	+49.89. 3 81 92.0
fax	+49.89. 3 81 92.111
email	mail@balleywasl.com
web	www.balleywasl.com