

Fallstudie oder Fallstrick?

Erfahrungen mit individuellen Kundenwünschen
anhand von Praxisbeispielen

TYPOLight-Usertreffen - 14. Mai 2010 - Christian de la Haye & Markus Peltzer

Wer steht da vorne?

**Erfahrungen mit individuellen Kundenwünschen
anhand von Praxisbeispielen**

TYPOLight-Usertreffen - 14. Mai 2010 - Christian de la Haye & Markus Peltzer



Christian de la Haye

de la Haye Kommunikationsdesign
delahaye.de

TYPOlight Partner:
Programmierung & Design

Viersen, Niederrhein – 42 Jahre alt
Forum: *christian*



Markus Peltzer

twobox.com

TYPOlight Partner:
Design

M'gladbach, Niederrhein – 38 Jahre alt
Forum: *pellinger*

Zusammenarbeit
seit 2003

Fallstudie oder Fallstrick?

Welche Faktoren machen einen Job zu einer Studie oder zu einem Strick?

Teil 1 - Anhand von 5 Projekten werden exemplarische Kriterien herausgearbeitet

In den Bereichen:

- Auftraggeber & Ausgangssituation
- Der Job und die Anforderung
- Die Vorgehensweise & Programmierung
- Darstellung der einzelnen Kriterien

Teil 2 - Als Fazit werden Kriterien für beide Optionen gesammelt dargestellt

- Indikatoren für einen Fallstrick
- Indikatoren für eine Fallstudie



Jetzt geht's los

Die Fallbeispiele in der Einzelbetrachtung

TYPOLight 1:160

www.dm-toys.de - Mehrsprachiges Bestellsystem auf Katalogbasis

de la Haye Kommunikationsdesign - Viersen

www.dm-toys.de

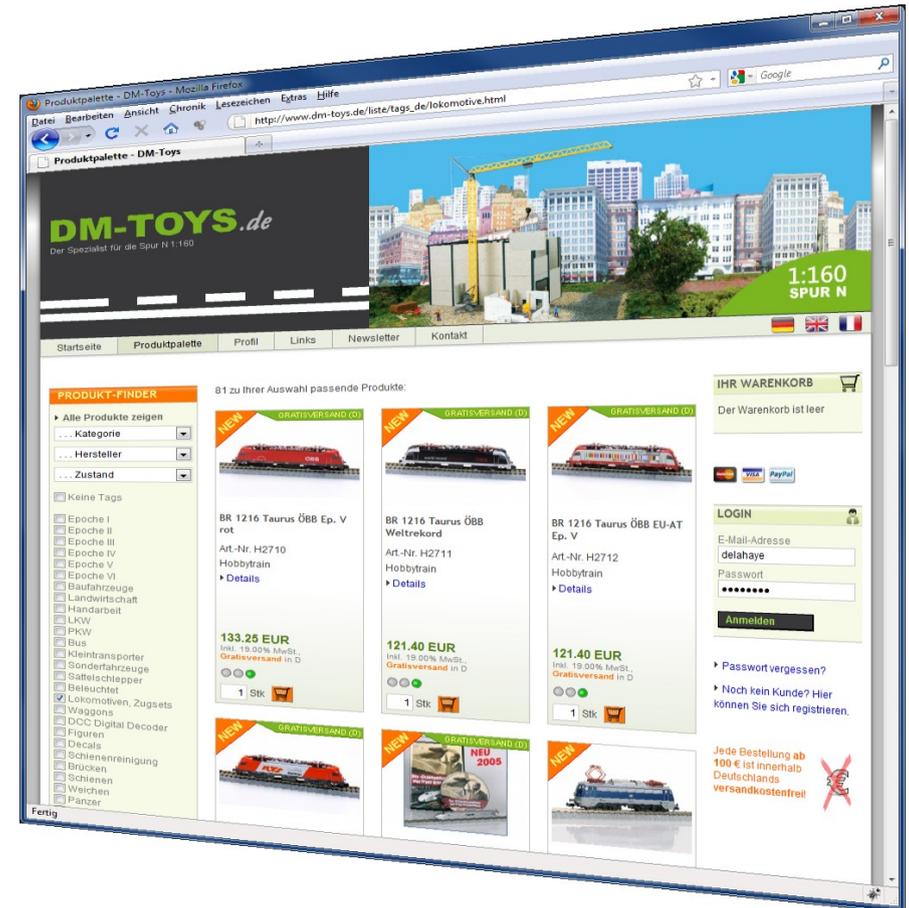
Modellbau-Shop in mehreren Sprachen

Auftraggeber

Kunde DM-Toys, Viersen
Branche Modellbau-Einzelhandel u. Produktion
Autor Christian de la Haye
Realisierung 2009

Voraussetzungen beim Kunden

- Direktkunde
- Altes Shopsystem (Eigenentwicklung) vorhanden
- Offen für Neues
- PC-affin, Html-Grundkenntnisse



„Ich brauch' einen neuen Shop - eigentlich nichts Besonderes ...“

Jobanforderungen

- Mehrsprachigkeit
- Produktpflege zentral für alle Sprachen
- Produkte filterbar, Tagging
- Variantenartikel
- Eignung für Landingpages mit eigener Domain
- Newsletterverwaltung
- Infoseiten möglich
- Einfache Bedienung
- Bestellung als Gast möglich
- Paypal, Kreditkarte, später weitere Zahlungssysteme

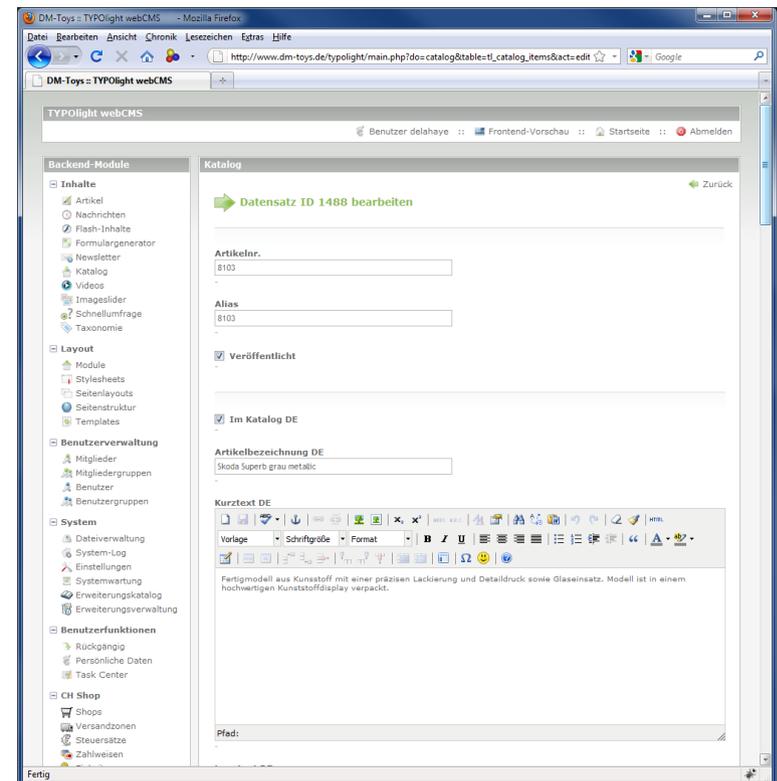
Vorgehensweise & Programmierung

- Evaluierung Shopsystem vs. TYPOlight
 - Ergebnis: TYPOlight
 - Grund: Gute Erfahrungen mit vorhandener Produkt-Spezialseite und überschaubarer Entwicklungs-/Anpassungsaufwand
- Auswahl der Artikel und Bestellverwaltung
 - Ergebnis: Artikel über Catalog-Extension, Bestellungen über chShop-Extension
 - Grund: Flexibilität, Anpassungen auch gut in Templates möglich, kein passender Shop „out of the Box“ vorhanden

Was macht es interessant, den Auftrag für diese Website zu bekommen?

Fallstudienfaktoren

- Shop/Website mit hoher Besuchsfrequenz
- Produkt-Spezialitäten wie z.B.
 - Varianten
 - automatische (optionale) Bildanimationen
 - sprachenspezifische Produkte,
 - unterschiedlichste Versandoptionen etc.
- Weiterentwicklungsmöglichkeit des Bestellsystems



Fallstrickfaktoren

- Einsatz von Beta-Versionen auf Live-Systemen
- Unterschätzung der nötigen Anpassungen u.a. im Catalog-Modul
- Viele modifizierte Subtemplates, Verlust der Update-Fähigkeit
- Sprachlich unterschiedliche Tags und Kategorien,
 - Kunde will auch diese Angaben sprachlich pflegen
- Nachträgliche Kunden-Ideen
 - „Ich hätte gerne in der Listenansicht - aber nicht bei jedem Artikel - eine Animation aus den Variantenbildern“
 - „Die Newsletter-Adressen muss ich auch exportieren können“
 - „Der Shop sollte auch Conversion-Tracking können“ (Übergabe zusätzlicher Parameter von außen via GET verhinderten die Warenkorbfunktion)

Autsch! Das hätte man wohl vorher noch detaillierter planen sollen...

Fallstrickfaktoren

- Einsatz von Beta-Versionen auf Live-Systemen
- **Unterschätzung der nötigen Anpassungen u.a. im Catalog-Modul**
- Viele modifizierte Subtemplates, Verlust der Update-Fähigkeit
- **Sprachlich unterschiedliche Tags und Kategorien,**
 - Kunde will auch diese Angaben sprachlich pflegen
- Nachträgliche Kunden-Ideen
 - „Ich hätte gerne in der Listenansicht - aber nicht bei jedem Artikel - eine Animation aus den Variantenbildern“
 - „Die Newsletter-Adressen muss ich auch exportieren können“
 - „Der Shop sollte auch Conversion-Tracking können“ (Übergabe zusätzlicher Parameter von außen via GET verhinderten die Warenkorbfunktion)

„*Schön und einfach*“ muss es sein

**www.schroetgens.de – multi-domain, übersichtlich & leicht zu
administrieren**

twobox.com Markus Peltzer - Mönchengladbach

www.schroetgens.de

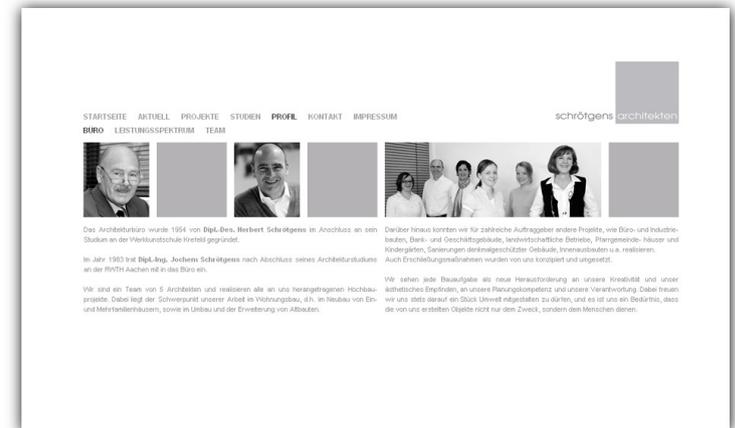
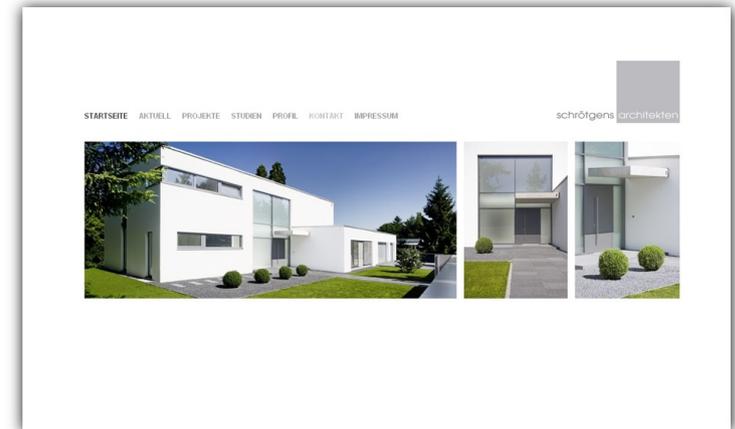
Internetseite für ein Architekturbüro & Immobilienverwaltung

Auftraggeber

Kunde Architekturbüro Jochem Schrötgens
Branche Architektur & Immobilienverwaltung
Autor Markus Peltzer
Realisierung 2009 / 2010

Voraussetzungen

- Pitch gegen anderes CMS
(Kostenlose Vorarbeit - WYSIWYG-Angebot)
- Übergreifendes Konzept der Außendarstellung (C.I.-Vorgaben)
- bestehende Html-Seite
- Mitarbeiter fit am PC/Photoshop



„einfacher und schneller ...“

Jobanforderungen

- „Tolles Layout“ („Kein Dreispalter“)
- Passend zur C.I.
- Einfach & schnell administrierbar
- Multi-Domainbetrieb
- Gute Strukturen (Navigierbarkeit Bilder)
- Kleiner, grafischer Hover-Effekt

Vorgehensweise & Programmierung

- Lightbox4ward in @-Version (Dank an PSI)
- CE-Access
- Subcolumnns

The screenshot shows a web form for editing an article. At the top, it says 'Artikel' and 'Datensatz ID 35 bearbeiten'. Below this, there are sections for 'Elementtyp' (with a dropdown menu showing options like 'Text', 'Text-Elemente', 'Link-Elemente', 'Bild-Elemente', and 'Bild'), 'Experten-Einstellungen', and 'CSS-Id/Klasse' (with two input fields). At the bottom, there are three buttons: 'Speichern', 'Speichern und schließen', and 'Speichern und neu'.

„Ich würde ein ähnliches Layout gern für meine eigene Seite ...“

Fallstudienfaktoren

- Gute Referenz für *guten* Kunden
- Hoher Weiterempfehlungswert
- *nicht-klassische* CMS-Seite
- Mithilfe bei Extension-Entwicklung

Fünf Layouts, zehn Seiten Text und die Zeit für die Katz ... ?

Fallstrickfaktoren

- Hoher Aufwand und Risiko beim Pitch
(Konzept, Layout & Beschäftigung mit den Extensions)
- Denkfehler bei Umsetzung (zwanhaft *JavaScript-los* gedacht)
- Auf-/Abwärtskompatibilität der Extensions (@-Version einer Extension)

Schöner wohnen mit TL

www.soleil-royal.ch – schlicht und ohne "schischi"
MM Design | Dolores Moser & iserv.ch Andreas Schempp - Schweiz

www.soleil-royal.ch

TL als Flash-Ersatz

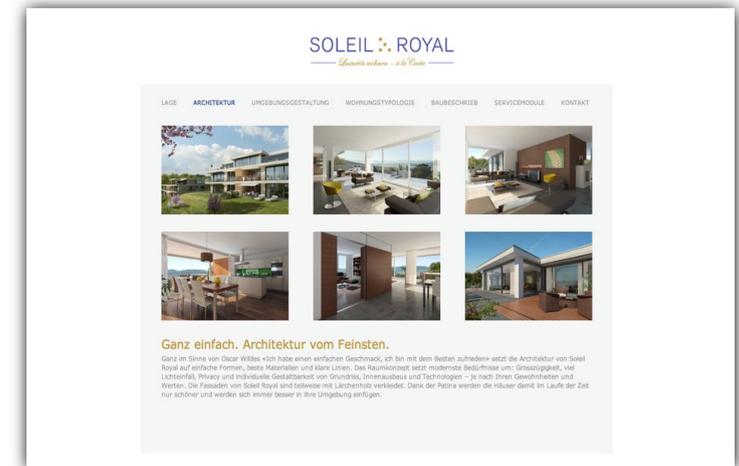
Auftraggeber

Kunde AGENTUR COSMIC, Zürich
für Walde & Partner Immobilien AG

Branche Immobilienvermarktung, Verkauf, Vermietung

Autor MM Design | Dolores Moser & iserv.ch Andreas Schemp

Realisierung 2009/2010



Voraussetzungen beim Kunden

- Agentur & Designvorgabe des Grafikers
- Offen für Neues: Kunde wollte Flash-Seite
- PC-affin, HTML-Grundkenntnisse & Betreuung durch Mitarbeiterin

So weit – so gut ...

Jobanforderungen

- Anspruchsvolle Zielgruppe
- Bilder-Modul animiert
- Einfach zu pflegen
- Ausführliche Darstellung der Wohnungstypologien
- Detailgetreue Umsetzung des Konzepts und Layouts

Vorgehensweise & Programmierung

- Javascript für Animation Modul, + Mootools
- 6 Bilder die sich bei mousover jeweils bis zur Hälfte über die anderen Bilder vergrößern
- Gridsystem

Vorsicht Falle

Jobanforderungen

- Anspruchsvolle Zielgruppe
- Bilder-Modul animiert
- Einfach zu pflegen
- Ausführliche Darstellung der Wohnungstypologien
- Detailgetreue Umsetzung des Konzept und Layouts

Vorgehensweise & Programmierung

- Javascript für Animation Modul, + Mootools
- 6 Bilder die sich bei Mouseover jeweils bis zur Hälfte über die anderen Bilder vergrößern
- Gridsystem
- Freigabe des Layouts ohne Absprache mit Umsetzer

SOLEIL ROYAL

Laurentis wohnen - à la Carte

LAGE ARCHITEKTUR UMGEBUNGSGESTALTUNG **WOHNUNGSTYOLOGIE** BAUBESCHRIEB SERVICEMODULE KONTAKT

Haus Nr. **5** 7 9 11

Standard

Whg	Zi	Etage	WF m2	Preis
1	5½	EG (West)	143	verkauft
2	5½	EG (Ost)	143	reserviert
3	5½	OG (West)	143	verkauft
4	5½	OG (Ost)	143	reserviert
5	5½	Attika	184	verkauft

Grundriss Varianten Mehrkosten

Attika		
1	4½	15'000
EG / OG		
1	5½	Inkl.
2	4½	Inkl.
3	4½	Inkl.
4	4½	39'000
5	4½	34'000
6	4½	28'000
7	4½	53'000



Standard

Für die Wohnungen im Erd- und Obergeschoss werden verschiedene Grundrissvarianten angeboten.

Die Varianten weisen gegenüber dem Standardgrundriss/Standardausbau Mehraufwendungen auf. Diese Mehraufwendungen lösen entsprechende Mehrkosten aus, die nachfolgend beschrieben sind.

■ Plan 1:100 | PDF Download (606,0 kB)

```
<td width="50"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;"><a href="{{link_url::8}}">1</a></span></span></td>
<td width="50"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;"><a href="{{link_url::8}}">5</a></span></span></td>
<td width="60"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;"><a href="{{link_url::8}}">EG (West)</a></span></span></td>
<td width="40"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;"><a href="{{link_url::8}}">143</a></span></span></td>
<td width="70"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;">verkauft</span></span></td>
</tr>
<tr class="gold">
<td width="30"><a href="{{link_url::23}}"><span style="color: #bf993d;">2</span></a></td>
<td width="50"><a href="{{link_url::23}}"><span style="color: #bf993d;">5</span></a></td>
<td width="60"><a href="{{link_url::23}}"><span style="color: #bf993d;">EG (Ost)</span></a></td>
<td width="40"><a href="{{link_url::23}}"><span style="color: #bf993d;">143</span></a></td>
<td width="70"><a href="{{link_url::26}}">reserviert</a></td>
</tr>
<tr class="gold">
<td width="30"><a href="{{link_url::24}}">3</a></td>
<td width="50"><a href="{{link_url::24}}">5</a></td>
<td width="60"><a href="{{link_url::24}}">OG (West)</a></td>
<td width="40"><a href="{{link_url::24}}">143</a></td>
<td width="70"><span style="color: #bf993d;"><span style="color: #888888;"><a href="{{link_url::8}}">verkauft</a></span></span></td>
</tr>
<tr class="gold">
<td width="30"><a href="{{link_url::26}}">4</a></td>
<td width="50"><a href="{{link_url::26}}">5</a></td>
<td width="60"><a href="{{link_url::26}}">OG (Ost)</a></td>
<td width="40"><a href="{{link_url::26}}">143</a></td>
<td width="70"><a href="{{link_url::26}}">reserviert</a></td>
</tr>
<tr class="gold">
<td width="30"><a href="{{link_url::25}}">5</a></td>
<td width="50"><a href="{{link_url::25}}">5</a></td>
<td width="60"><a href="{{link_url::25}}">Attika</a></td>
<td width="40"><a href="{{link_url::25}}">184</a></td>
<td width="70">verkauft</td>
```

Ende gut – alles gut

Fallstudienfaktoren

- Alle Kundenwünsche realisiert
- Zufriedenstellende Umsetzung = Kundenzufriedenheit
- Flash-Ersatz
- Hoher Designanspruch

Fallstrickfaktoren

- ENORMER Mehraufwand in Umsetzung
durch zu späte Hinzuziehung der Webdesignerin
- Freigabe des Layouts ohne Absprache mit Webdesignerin
- Andere Lösungen wären denkbar gewesen,
wenn Umsetzer von Anfang an dabei gewesen wäre

„Klettermaxe“

Buchungen via TYPOLight – mehr als nur Website-Erstellung

Die Kommunikationsabteilung - Wiesbaden

Buchungen via TYPOLight

Wenn aus einer Website ein umfassendes System wird.

Auftraggeber

Kunde	Betreiber verschiedener Kletterwälder
Branche	Freizeit- und Sportaktivitäten
Autor	Die Kommunikationsabteilung, Wiesbaden
Realisierung	2009

Voraussetzungen beim Kunden

- Direktkunde, umfassende Betreuung
- Kunde betreibt mehrere Kletterwälder
- Buchungsbearbeitung vorher weitgehend manuell und zeitintensiv
- Mehrere Mitarbeiter arbeiten zeitgleich mit dem System

Backend-Module

[-] Buchungskalender

-  Standort
-  Standort
-  Standort

[-] Buchungslisten

-  Buchungen
-  Buchungsarchiv
-  Gutscheine

[-] Arbeitszeit Planung

-  Standort
-  Standort
-  Standort
-  Arbeitszeitliste

[-] Kletterwälder

-  Öffnungszeiten
-  Ferien

„Eigentlich möchten wir nur alles selbst pflegen können.“

Jobanforderungen

- Detaillierte Präsentation der Kletterwälder
- Umfassender Website-Relaunch
- Mehrstufiges, abhängiges Buchungssystem mit Verwaltung im TYPOlight-Backend
- kompliziertes System von
 - Öffnungszeiten,
 - Ferienregelungen,
 - Firmenkonditionen etc.
- SMS-Gateway
- Basis für weitergehende Anwendungen

Vorgehensweise & Programmierung

- Aufbau der Website mit dem TYPOlight-Framework
- Eigene Extensions für den Buchungs- und Verwaltungsbereich entwickelt
- Vollständige Integration in das TYPOlight Back- und Frontend
- Erweiterung des BE um eigene Ansichten
- Kombination vorhandener Extensions mit eigenen Ideen

TYPOlight als Framework für hochwertige, interaktive Anwendungen

Fallstudienfaktoren

- Website mit ggf. hoher Besuchsfrequenz
- Sehr gute Referenz im Bereich Extensionentwicklung
- Fallstudie für TYPOlight als Werkzeug über einfache Websites hinaus
- Basis für weitergehende Anwendungen wie Personalplanung, Intranet etc.
- Skalierbarkeit auf neue Standorte etc.

April 2010

So	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Tagesübersicht
Buchungen: 5
Personen: 57

1. Block: 7
2. Block: 50

STANDORT 17.04.2010 (Samstag)
Öffnungszeiten: ab 9:00 Uhr

Uhrzeit	Buchungen
8 00
9 00
10 00	10:00 gebucht K-7 KUNDE
11 00
12 00	12:30 gebucht V-20 KUNDE 12:30 gebucht K-7 KUNDE
13 00
14 00	14:00 gebucht K-15 KUNDE 14:00 gebucht K-8 KUNDE
15 00
16 00
17 00
18 00
19 00
20 00

NEUE BUCHUNG NEUE NOTIZ

Fallstrickfaktoren

- „Neuland“ bei der Entwicklung des Buchungssystems und den zugehörigen Unternehmensabläufen
- Eventuelle Fehler im System würden schnell zu finanziellem Schaden führen können (Test-intensiv)
- Einschätzung der vorhandenen kundeninternen Prozessstrukturen
 - Wie werden Buchungen bisher behandelt?
 - Wie können die Abläufe verbessert werden?
 - Dinge, an die man erst im dritten Schritt denkt
- Einschätzung der Usability im Frontend (nehmen die Kunden die Neuerungen im Relaunch an?)

Von COBOL zu TYPOLight

TYPOLight in der Außendienst-Auftrags erfassung

de la Haye, twobox.com & Agentur Lach - Niederrhein

Außendienst-Auftragserfassung

COBOL trifft TYPOlight: wenn Realtime-Abfragen nicht zur Verfügung stehen

Auftraggeber

Kunde Großer internationaler Bekleidungshersteller
Branche Textil & Mode
Autor de la Haye, twobox.com & Agentur Lach - Niederrhein
Realisierung 2008 - 2010

Bezeichnung: 5-POCKET
UVP : 79,95 EUR
Preis : EUR

L/W	30	31	32	33	34	35	36	38	40	42	44	46
30												
32												
34												
36												
38												
58												
60												
62												
64												
66												
68												

Voraussetzungen beim Kunden

- Warenwirtschaft: gewachsenes COBOL-System
- 50 Vertreter erfassen für 7.000 Kunden weltweit Saison- & Lageraufträge
- Datenabgleich nur über Dateiausgleich möglich
- Verschiedene Abteilungen involviert

Bezeichnung: LEDERGUERTEL
UVP : 39,95 EUR
Preis : EUR

S	M	L	XL	XXL

„Könnte man mit TYPOLight eigentlich auch ... ?“

Jobanforderungen

- Auftragshandling via Frontend
- Produktverwaltung mit Wawi-Abgleich
- Kundenverwaltung mit Wawi-Abgleich
- Vertreterverwaltung mit TYPOLight-BE
- Auftragserfassung online
- Auftragsüberspielung in Wawi direkt oder on demand
- Rückspielung bestätigter/geänderter Aufträge
- „Performance“-stabil > 10.000 Kunden
- Minimale Grafik wg. Bedienung weitgehend via UMTS
- „10er-Tastenfeld“-optimierte Schnellerfassung
- Erfassungsmasken abhängig von Größenspiegeln
- Ersatz für schriftliches Bestellwesen
- Ohne Schulung bedienbar

Vorgehensweise & Programmierung

- Konzeption mit EDV & Vertrieb
- Analyse der bestehenden Windows 3.1-Anwendung
- Adaption der Wawi-DB-Struktur auf MySQL
- Entwicklung eines Datenabgleichkonzeptes
- Step-by-step-Entwicklung
- Flexible Milestones
- Feedback-Schleifen mit EDV & Vertrieb
- Vertreterverwaltung mit TYPOLight-BE
- Auftragserfassung im FE, dreisprachig

Deutlich mehr Anwendung als Website.

Fallstudienfaktoren

- Eher Applikation als Website
- Großer internationaler Kunde
- Schnittstellenprogrammierung
- Persönliche Herausforderung
- „Türöffner“ für speziellere Projekte
- Sehr hoher Lernfaktor

Person	
Nachname	<input type="text" value="REDACTED"/>
Vorname	<input type="text" value="REDACTED"/>
Vertreternr	<input type="text" value="REDACTED"/>
Hauptvertreter	<input type="text" value="-"/>
Öffentliches Profil	<input checked="" type="checkbox"/> Auftragsbestätigung auch an Vertreter mailen <input checked="" type="checkbox"/> Übergrößenzuschläge anzeigen <input checked="" type="checkbox"/> Einzelpreise in Positionserfassung anzeigen <input checked="" type="checkbox"/> UVPs in Positionserfassung anzeigen <input checked="" type="checkbox"/> Gesamtwerte in Positionserfassung anzeigen
Gesamtwerte in Positionserfassung anzeigen	
Std.-Filter Kunden	<input type="text" value="alle Kunden"/>
Std.-Filter Tage	<input type="text" value="alle Tage"/>
Std.-Filter Aufträge	<input type="text" value="alle Aufträge"/>
Adresse	
Firma	<input type="text" value="REDACTED"/>
Straße	<input type="text" value="REDACTED"/>
Postleitzahl	<input type="text" value="REDACTED"/>
Stadt	<input type="text" value="REDACTED"/>
Land	<input type="text" value="Deutschland"/>
Kontakt	
Telefonnummer	<input type="text" value="REDACTED"/>
Handynummer	<input type="text" value="REDACTED"/>
Faxnummer	<input type="text" value="REDACTED"/>
E-Mail-Adresse	<input type="text" value="REDACTED"/>

Das Problem sind nicht die Dinge, an die wir gedacht haben.

Fallstrickfaktoren

- Tolle Referenz, aber nur begrenzt nutzbar (Anonymitätswunsch)
- Flexible Milestones können tiefgreifende Änderungen hervorrufen
- Flexible Milestones erfordern häufige Besprechungen
- Viele beteiligte Abteilungen = viele verschiedene Anforderungen
- Zeitlich fast nicht fixierbar
- Nicht/schwer konkret kalkulierbar, nur über Budgetvereinbarung
- Schulungen (weltweit) nicht möglich

Résumé

„Doping, Schlamm Schlacht, böse Dinge sind da passiert.“

R. Aldag, Résumé der Tour de France 2006

Woran erkenne ich denn jetzt, ob das Projekt ein Fallstrick sein kann oder eher ein Kandidat für eine Fallstudie - oder beides?

Indikatoren für eine Fallstudie

- Weiterentwicklung von TYPOlight (Extension-Entwicklung)
- Qualitative Referenzen
- Besondere Kunden
- Kundenzufriedenheit & Kundenbindung
- Empfehlung
- Weiterentwicklung des eigenen Know-how
- Finanzielle Aspekte
- Auszeichnungen & Preise

Indikatoren für einen Fallstrick

- Vorkenntnisse beim Kunden (Wissen, Anspruch, Wirklichkeitsnähe)
- Begriffsdefinitionen zwischen Auftraggeber und -nehmer
- Wechselnde Ansprechpartner
- Entscheidungswege, Prozesse & Anzahl Entscheidungsträger
- Struktur der Auftraggeber (Kunde-Agentur-Grafiker-Umsetzer)
- (Fremd-)Hosting „*unsere IT hat schon mal eine Adresse reserviert*“
- Eigene Kompetenzeinschätzung
- Aufwand für Planung, Organisation und Vertrag
- Einschätzung des Gesamtaufwands
- Eigene Kapazitäteneinschätzung
- Abfangen von Mehraufwand
- Denkfehler
- Rechtliche Aspekte & spezielle Anforderungen (FSK18, BIT-Verordnung...)
- Veränderte Usability bei Relaunches, mögliche Umsatzveränderungen
- Update-Faktoren (Extensions, Kompatibilitäten, Templateanpassungen)

Fazit

„Auch der beste Plan ist scheiße, wenn man einen falschen hat.“

Daniel Kretschmer

**Viele Faktoren für eine Fallstudie führen zu größerem Eigeninteresse.
Größeres Eigeninteresse am Projekt erhöht die eigene Motivation.
Höhere Motivation verbessert das Ergebnis.**

Aber: Je mehr Indikatoren für einen Fallstrick zutreffen,

- **desto offener sollte die Kalkulation sein**
- **um so genauer muss geplant werden**
- **desto mehr sollte man aus Fehlern gelernt haben**
- **und um so wichtiger ist es, das Projekt selbst in der Hand zu haben.**

Vielen Dank

„Aber es wird kommen am Ende eine Zeit, in der die Menschen zu einer großen Klugheit und Geschicklichkeit in allen Dingen gelangen werden.“

Jakob Lorber

Besonderer Dank geht an Dolores Moser, Fabian Fauth und Andreas Schempp dafür, dass wir ihre Projekte „durch die Mangel nehmen“ durften.

Kontakt

twobox.com
webdesign

Markus Peltzer

Bolksbuscherstr. 76
41239 Mönchengladbach

+49 2166 937404

info@twobox.com

 **de·la·Haye**
KOMMUNIKATIONSDESIGN

Christian de la Haye

Karl-Seepe-Str. 12
41747 Viersen

+49 2162 501225

service@delahaye.de