



Der Völkerapostel auf einem Gemälde von Giotto (1266-1337). Sieben Kardinäle beenden das Paulus-Jahr am 29. Juni im Heiligen Land, in Griechenland und Syrien, auf Malta und Zypern sowie im Libanon und in der Türkei. Der Papst beschließt es in Rom.

Foto: Paul Baude

Der „Powerseller“

VON VEIT M. ETZOLD

Wir schreiben das Jahr 43 nach Christus. Eine mittelgroße, ein wenig gebeugte Gestalt stapft gegen den Wüstenwind an. In den Satteltaschen des Maultiers, das der Mann mitführt, befinden sich Pergamente und Schreibzeug sowie Leder, Ösen und Schnallen, die Werkzeuge eines Zelt- und Sattelmachers. In der Ferne sind die Silhouetten des phönizischen Hafens von Sidon zu erkennen, von dort aus wird er sich einschiffen, zunächst nach Myra, dann Rhodos, Kreta, Malta und schließlich, nach einem Sturm, der das Schiff vernichtete und beinahe der ganzen Mannschaft das Leben kostete, nach Rom. Klein und unscheinbar erscheint dieser Wanderer inmitten der endlosen Wüste, doch in seinen Augen lodert ein Feuer wie das von tausend Wüstensonnen und in seinem Herzen brennt die Vision, die ihn vorantreibt: Aus einer kleinen, versprengten Glaubensgemeinschaft eine der größten Weltreligionen zu machen; die Prophezeiung zu erfüllen, wie sie einst der Prophet Jesaja formulierte: „...ein Zeichen aufzurichten unter den Verjagten Israels und sein Volk zu sammeln von den Enden der Erde“ (Jesaja, 11, 12).

Mit dieser Vision christianisierte Paulus den römischen Erdkreis und wurde neben Jesus Christus eine der entscheidenden Figuren des Christentums. Oft wird Simon Petrus, der Stein, auf dem Jesus seine Kirche bauen wollte, als der Gründungsvater der Christenheit gesehen, doch genau genommen gebührt Paulus der Verdienst, große Teile des damaligen römischen Weltreiches christianisiert zu haben.

Als nach Tod und Auferstehung Christi die baldigst erwartete Rückkehr des Messias ausblieb, erlebte das junge Christentum seine erste große Krise. Paulus war es, der es fertig brachte, aus einer verstreuten Gemeinde eine global agierende Organisation zu machen. Er definierte die Gesamtstrategie der Kirche und gab ihr gleichzeitig genügend Flexibilität, um langfristig in einer sich ständig wandelnden Umgebung zu überleben. Mit eisernem Willen, Kommunikationsstärke und uneingeschränkter Mobilität.

Paulus selbst war kein Christ der ersten Stunde. Er entstammte einer jüdischen Familie, hatte das römische Bürgerrecht und begann seine Karriere als fanatischer Christenverfolger Saulus im Dienst der jüdischen religiösen Autoritäten. In Damaskus fiel er

2008 und 2009 werden als Krisenjahre in Erinnerung bleiben. Mitten in sie hinein fiel das Paulus-Jahr, das jetzt zu Ende geht. Gerade der Völkerapostel zeigt, dass man nur dann ein erfolgreicher Verkäufer sein kann, wenn man von den eigenen Produkten so überzeugt ist, dass man sie auch selbst kaufen würde. Was Vertriebsmanager von dem großen Heiligen lernen können

vom Pferd und hatte eine Vision von Jesus Christus, war drei Tage lang blind und dann bekehrt (Apg 9,3 ff.).

Wie so viele Christen der damaligen Zeit fiel auch Paulus den Christenverfolgungen unter Nero zum Opfer, doch die Früchte seiner Strategien tragen bis heute. Paulus tat den ersten, riesigen Schritt, der die katholische Kirche zu einer der ältesten, größten und erfolgreichsten Unternehmungen der Welt machte.

Empfehlungsmanagement

Wer da karglich säht, der wird auch karglich ernten.

2. Brief des Paulus an die Korinther, 9, 6

Wer in einem bestimmten Feld etwas erreichen und verkaufen möchte, muss dorthin gehen, wo die wichtigen Entscheidungsträger sitzen. Das wusste schon Paulus. Er kannte die relevanten Knotenpunkte der damaligen Zeit und die damit verbundenen Multiplikatoren, die er brauchte. Athen, Jerusalem, Rom und Damaskus waren die wirtschaftlichen und geistigen Zentren der antiken Welt. Ebenso wie man heute als renommierter Wissenschaftler in Harvard und Oxford studiert haben muss, als Banker in London und New York gewesen sein sollte, war Paulus dort präsent, wo die „Action“ war. Auch wenn es damals weder Fernsehen noch Zeitungen gab, nutzte Paulus alle Kommunikationskanäle, seien es die Synagogen oder die Marktplätze, der Areopag von Athen oder die großen Handelsrouten. Reichweite und Reichtum der Information – Paulus verband beides, zweitausend Jahre vor Web 2.0.

Wo die „Action“ ist und wo viele Menschen sind, da gibt es natürlich auch Konfliktpotentiale. Jüdische Gläubige in Damaskus hielten Paulus Ausführungen über den Messias für blasphemisch und planten einen Mordanschlag auf ihn, dem er sich nur durch eine geheime Flucht mit Hilfe seiner Jünger entziehen konnte. Eine Meinung klar und stringent zu vertreten, kann auch immer bedeuten, anderen Menschen zu missfallen. Strategisch handeln bedeutet aber, sich von kurzfristigen Rückschlägen nicht entmutigen zu lassen und weiter die langfristige Strategie zu verfolgen, anstatt mit taktischen Trippelschritten auf jeden Wetterwechsel zu reagieren.

Je größer das Netzwerk aus Multiplikatoren, desto zahlreicher sind selbstverständlich die Möglichkeiten, das Ziel zu erreichen.

Networking war kein Fremdwort für Paulus. Ihm war klar, dass eine global aufgestellte Vereinigung sehr viel mehr Einfluss und Beständigkeit haben würde als eine regional beschränkte Glaubensgemeinschaft. „Gehet hin in alle Welt und predigt das Evangelium aller Kreatur“, sagt Jesus im Markus-Evangelium (16, 15). Dabei gelang es Paulus nicht nur, alle zentralen Knotenpunkte der Antike aufzusuchen und dort zu sprechen. Es gelang ihm auch, die dortigen Menschen von seinen Visionen zu überzeugen und dazu zu bringen, selbst neue „Filialen“ zu eröffnen – die ersten christlichen Gemeinden in Korinth, Philippi, Rom und Galatien. Durch die Anwendung dieses Schneeballsystems war Paulus nicht nur der Begründer des global agierenden Christentums, sondern auch der Erfinder des Strukturvertriebs.

Kundensegmentierung

*Freut euch mit den Fröhlichen und weint mit den Weinenden.
1. Brief des Paulus an die Römer, 12, 15*

Jeder Vertrieb steht vor der Frage, ob er einen stärkeren Fokus auf Neukunden setzen oder die Bestandskunden noch besser durchdringen sollte. Paulus entschied sich für den Neukundenansatz – auch hier nicht ohne Widerstände. Auf der Apostelversammlung in Jerusalem gelang es ihm, die übrigen Apostel von den Vorteilen der „Heidenmission“ zu überzeugen (Apg 15,7). Während die Mehrheit der Apostel verlangte, dass nur der Christ werden könne, der vorher Jude gewesen sei, setzte sich Paulus schließlich durch: Jeder, der bereit war, sich taufen zu lassen, konnte Christ werden.

Nun reicht es meist nicht, dem Kunden nur das Produkt vorzustellen. Man sollte sich dabei auch immer der Sprache und der Gepflogenheiten dieser Menschen annehmen, um von ihnen verstanden und ernst genommen zu werden. Die „Ansprache“ dieser „Neukunden“ beherrschte Paulus perfekt. *Code Shifting* nennt man in der Sprachwissenschaft das Vorgehen, den eigenen Sprachduktus genau auf die sprachlichen Gepflogenheiten des Gegenübers einzustellen. Paulus war ein Meister der Segmentierung. Er wusste, wie er auf die unterschiedlichsten Stämme in Palästina und die Menschen in den großen Ballungszentren wie Rom, Athen und Jerusalem zugehen musste. Denn die Juden fordern Zeichen, und die Griechen fragen nach Weisheit, erkannte Paulus (1 Korinther 1, 22) und wusste, dass er zwar eine universelle Botschaft hatte, diese aber der jeweiligen Zielgruppe anpassen musste. Er sprach in der Sprache der Heiden, hörte sich ihre Sorgen und Ängste, ihre Hoffnungen und Erwartungen an und lieferte dazu die überzeugenden Antworten.

Keep it simple

Hier ist nicht Jude noch Grieche, hier ist nicht Sklave noch Freier, hier ist nicht Mann noch Frau; denn ihr seid allesamt einer in Jesus Christus.

Brief des Paulus an die Galater, 3, 28

Die besten Kunden, die Sie erreichen wollen, wollen Ihre Wettbewerber auch erreichen. Oft muss man in einem sehr kurzen Zeitraum die Vorteile seines eigenen Produkts darstellen und seine *Elevator Speech* platzieren. Diese muss kurz, knapp und präzise sein – und trotz allem begeistern. Paulus wusste, dass sich ein zu

komplexes Produkt oder eine zu verschachtelte Botschaft nicht erfolgreich an alle verkaufen lässt. Fachidiot schlägt Kunden tot, sagt man im Bankgeschäft, wenn ein Berater ein Produkt so kompliziert erklärt, dass der Kunde gar nichts mehr versteht. Paulus reduzierte die Komplexität und die Wiederholungen, die das Alte Testament und das Judentum aufwies. Er entfernte umfangreiche Gesetze der Tora aus der christlichen Lehre, wie zum Beispiel die Beschneidung, Nahrungsvorschriften und komplizierte Rituale zum Tempelbau, und stellte allein den Glauben als wichtigstes Zugehörigkeitskriterium in den Vordergrund. Mit diesem Fokus auf die Einfachheit der Implementierung und der Öffnung auf alle Volksgruppen erschuf er nicht nur ein übergreifendes Zusammengehörigkeitsgefühl aller Christen, er entwarf damit auch eine massentaugliche „Discounter“-Strategie. Paulus war überall, hinterließ Multiplikatoren überall, und wurde überall verstanden. Durch globale Reichweite, Ausweitung der Zielgruppen und radikaler Vereinfachung von dem, was er anbot, baute er ein globales Netzwerk des Glaubens, das überall jedermann offen stand.

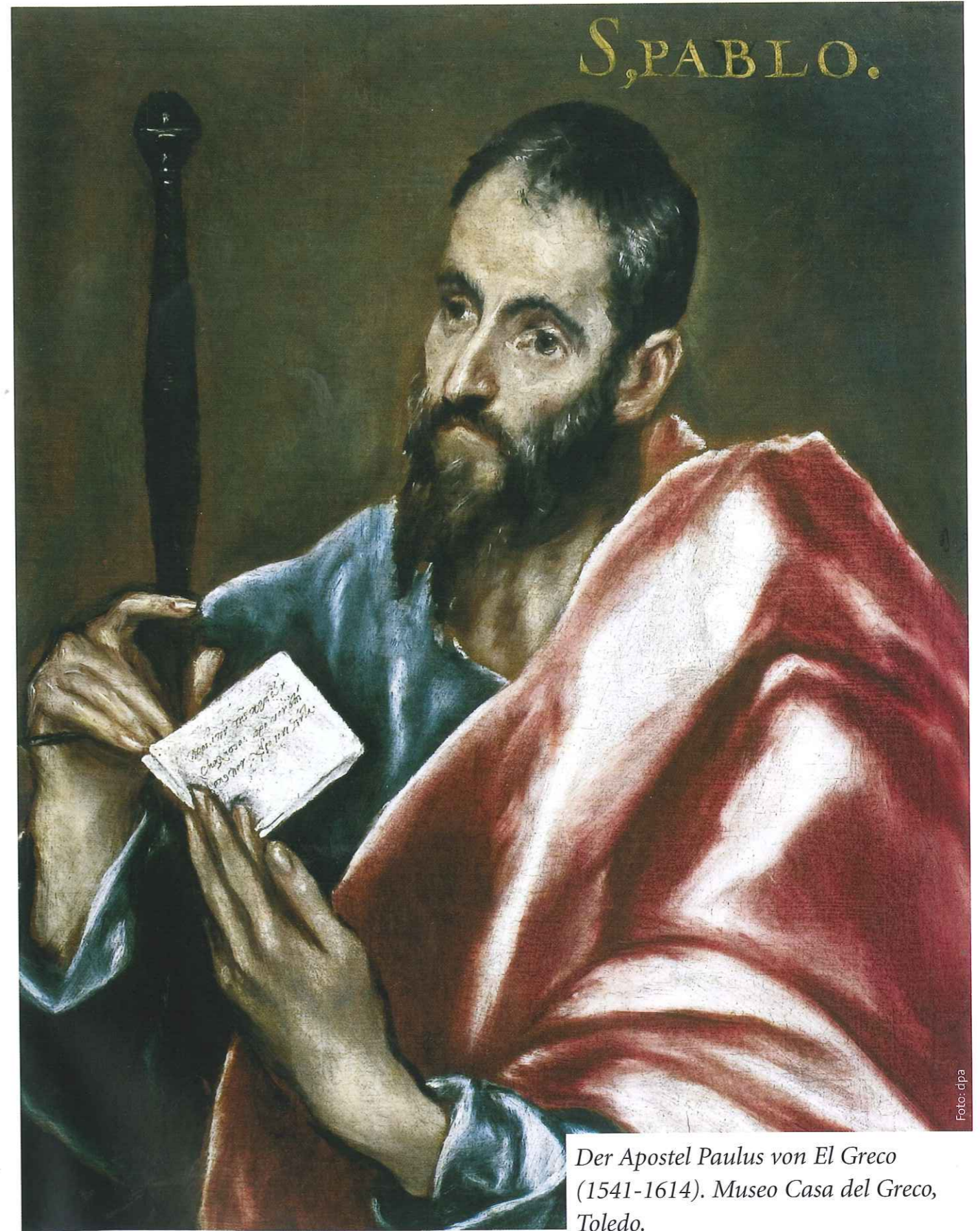
Schwierigkeiten stellten sich Paulus natürlich auch hier in den Weg. Als er im Tempel in Jerusalem predigte, dass alle getauften Christen, ob Jude oder Grieche oder wer auch immer, gleich seien vor Jesus Christus, wurden ihm Blasphemie und die Entweihung heiliger Stätten vorgeworfen (Apg 21, 28-31). Doch auch hier zeigte Paulus Integrität: Anstatt vor dem Zorn des jüdischen Volkes zu flüchten, stellte er sich den Anschuldigungen und sprach offen zum Volk (Apg 22,1-21). Dass dies in diesem Fall nicht von Erfolg gekrönt war, die Schriftgelehrten weiterhin seinen Tod forderten und er schließlich vor den römischen Statthalter geführt wurde, war ein kleiner Rückschlag, von denen Paulus viele einstecken musste. Die Zusammenkunft mit dem Statthalter jedoch führte ihn schließlich nach Rom, wo er sonst niemals hingekommen wäre.

Doch so zahlreich diese Rückschläge auch waren, sie hielten ihn niemals davon ab, das langfristige Ziel im Auge zu behalten und unbeirrbar an seiner Strategie festzuhalten. Es waren nicht die „quick wins“, die er suchte, sondern der langfristige Erfolg. Er wusste, *there is something greater – later ...*

Zeitwettbewerb und vor allem: Integrität

*Das Ziel vor Augen, jage ich nach dem Siegespreis: der himmlischen Berufung, die Gott uns in Christus Jesus schenkt.
Brief des Paulus an die Philipper, 3, 14*

Erfolgreiche Vertriebsleute möchten ihren Kunden jetzt ein Produkt verkaufen, nicht erst in zehn Jahren. Doch wer rasche Lösungen will, darf nicht selbst langsam und umständlich sein. Nur was einfach geht, geht auch schnell. Auch Paulus hatte es eilig – und gab kräftig Gas. Die Verbreitung der Guten Nachricht in aller Welt gelang ihm bereits zehn bis fünfzehn Jahre nach der Kreuzigung Jesu. Da er fest mit der Ankunft des Antichristen rechnete, die sich in kurzer Zeit nach dem Tod und der Auferstehung Christi ereignen sollte, war Eile das Gebot der Stunde. Wer nicht in die Hölle wollte, musste sich taufen lassen – und zwar einfach, und zwar schnell. Sprüche wie *Time is money* oder die zeitlich befristeten Angebote, die wir aus Banken kennen („Bausparaktion bis 31.12.“), sie finden ihren Ursprung in der frühen Organisation des Christentums.



Der Apostel Paulus von El Greco (1541-1614). Museo Casa del Greco, Toledo.



Die Apostel Petrus und Paulus von Bartolomeo Vivarini (um 1432-1499). Kirche Santa Maria Gloriosa dei Frari, Venedig.

Foto: dpa

Bei all den Überlegungen, wie sich Vertriebsstrategien Ihren bestehenden oder künftigen Kunden nähern sollten, sollten zwei Dinge nicht vergessen werden: Frustrationstoleranz und Integrität. Viele Ideen entfalten ihre Wirkungen erst langfristig und gerade im Vertrieb ist langfristige Kundenbindung gleichbedeutend mit langfristigen Erträgen jenseits der „quick wins“.

Noch viel wichtiger ist Integrität. Niemand wird glauben, dass es ein Mensch ernst meint mit seinen Zielen, wenn er wie ein Wendehals wirkt, der jedem nach dem Mund redet. Glaubwürdig ist nur der, der sich mit dem Produkt, das er verkauft, hundertprozentig identifizieren kann, ohne sich verbiegen zu müssen. Dem Kunden ein schlechtes Produkt zu verkaufen, an das man selbst nicht glaubt, aber das der Kunde nicht durchschaut, mag opportun sein, moralisch ist es sicher nicht.

Paulus war zwar jemand, den man heute einen „Powerseller“ nennen würde, jemand, dem es darum ging, seine Botschaft an möglichst viele, möglichst überall und möglichst schnell zu verbreiten. Dennoch war er alles andere als opportun. Zeitlebens arbeitete er als Zelt- und Sattelmacher, um seinen Unterhalt selbst bestreiten zu können und nicht von Gönnern oder Scharlatanen abhängig zu sein. Hätte er Geschenke angenommen, hätte er seine Vision vom Christentum und sein Ziel der globalen Kirche zugunsten möglicher Geldgeber verbiegen müssen. Heute würde man so etwas „Korruption“ nennen. Korruption wiederum hätte die Ernsthaftigkeit seines Glaubens und seine Integrität in Frage gestellt, was wiederum die gesamte Unternehmung in Gefahr gebracht hätte. Denn einer der größten Vorteile des Paulus in seiner Vertriebsoffensive war sein unerschütterlicher Glaube, den er kompromisslos vorlebte. Durch dieses Vorleben gelang es ihm, seine Vision, seinen Glauben und sich selbst in einer Person zu vereinen. Komplizierte Gefühle der Verpflichtung, der Gegenleistung und der Kompromisse sind häufig dort im Spiel, wo (scheinbare) Geschenke gemacht werden. Taktische Fehlgriffe, die sich Paulus in der stringenten Implementierung seiner Idee keinesfalls leisten konnte. Er wusste, dass seine wichtigsten Ressourcen zur Umsetzung des großen Ziels seine Unabhängigkeit und seine Freiheit waren und dass Verwicklungen und Verpflichtungen ihn in Widersprüche geführt hätten, die allesamt das „Branding“ der *Guten Nachricht* verwässert hätten.

Paulus wusste, was er wollte, und er wusste, was er dafür tun musste. Es gelang ihm, die Menschen nachhaltig für das Christentum zu begeistern, auch wenn er schon längst den jeweiligen Ort verlassen hatte. Sein Einfluss wirkte noch Jahrtausende nach seinem Tode bis heute. Und anders als viele Unternehmen, die in nahezu autistischer Manier Produkte entwickeln, für die es auf dem Markt überhaupt keine Nachfrage gibt, versicherte sich Paulus immer wieder des Feedbacks seiner „Kunden“, anstatt in irgendwelchen Elfenbeintürmen vor sich hin zu träumen. Er wusste, was die Leute bewegte, und traf mit seinem Engagement für die Armen und die Geknechteten genau den Zeitgeist der sozialen Krise nach der Jahrtausendwende. Mit der Adaption des Christentums aus dem Judentum baute er ein Produkt, das gleichzeitig individualisiert und massentauglich war – und das die Menschen noch zweitausend Jahre später begeistert.

Der Autor ist Marketing Manager bei der Boston Consulting Group.

GUT GÜNSTIG & FAIR!

SIEBENSCHREIBEN ERÖFFENBARUNG

299.- €

8 Tage/HP
4* & 5* Hotels

Antalya-Aphrodisias-Ephesus-Johannes-Basilika-Artemis-Tempel-Isa Bey-Moschee-Sirince-Smyrna-Thyatira-Pergamon-Sardes-Philadelpia-Laodicea-Pamukakle-Perge

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|---------------|---------|
| 03.09.-23.10. | 03.09.-23.10. | 01.04.-20.05. | 574.-€ |
| 01.11.-15.11. | 01.11.-15.11. | | 524.-€ |
| 16.11.-15.12. | 16.11.-15.12. | 16.02.-07.03. | 424.-€ |
| | 15.01.-15.02. | | 299.-€ |
| | 08.03.-31.03. | | 474.-€ |
| | 21.05.-23.06. | | 624.-€ |
| | 24.06.-02.09. | | 999.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

AUF DEN SPUREN DES HL. APOSTEL PAULUS

299.- €

8 Tage/HP
4* & 5* Hotels

Antalya-Anamurium-Hi.T hekla-Tarsus-Hi Paulus Brunnen-Antiochia-Ontes-Hi Petrus-Kirche-Seleukia-Piera-T. Ius Tunel-Kappadokien-Göreme-Ozkonak-Ikonion-Mevlana-Kloster-St.Paulus-Kirche-Lystra-Antiochia-Pisidien-Perge-Paulus

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|---------------|---------|
| 03.09.-23.10. | 03.09.-23.10. | 01.04.-20.05. | 594.-€ |
| 01.11.-15.11. | 01.11.-15.11. | | 544.-€ |
| 16.11.-15.12. | 16.11.-15.12. | 16.02.-07.03. | 444.-€ |
| | 15.01.-15.02. | | 299.-€ |
| | 08.03.-31.03. | | 494.-€ |
| | 21.05.-23.06. | | 644.-€ |
| | 24.06.-02.09. | | 999.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

DIELYKISCHE KÜSTE

299.- €

8 Tage/HP
4* & 5* Hotels

Antalya-Phaselis-Myra-Demre-Simena-Bootsfahrt-Patara-Letoon-Xanthos-Telmessos-Euromos-Milet-Ephesus-Johannes-Basilika-Artemis-Tempel-Sirince-Nyssa-Hierapolis-Laodicea-Antalya

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|---------------|---------|
| 01.09.-28.10. | 03.09.-23.10. | 01.04.-20.05. | 524.-€ |
| 01.11.-15.11. | 01.11.-15.11. | | 474.-€ |
| 16.11.-15.12. | 16.11.-15.12. | 16.02.-07.03. | 424.-€ |
| | 15.01.-15.02. | | 299.-€ |
| | 08.03.-31.03. | | 474.-€ |
| | 21.05.-23.06. | | 574.-€ |
| | 24.06.-02.09. | | 999.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

ISTANBUL; KULTURHAUPTSTADT 2010

595.- €

8 Tage/HP
Gute 4* Hotel

Istanbul-Zisterne-Hagia Sophia-Hippodrom-Ibrahim Pasa-Palast-T. opkapi-Palast-Blauer-Moschee-Sergius & Bacchus-Sokullu-Pasa-M. Prinzen-Insel-Hi. Georgius-Camlica-Üsküdar-Süleymaniye-M. Rüstempaşa-M. Gewürzmarkt-Chora-Kirche-Eyüp-M. Archig. Museum

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|------|---------|
| 01.09.-28.10. | | | 699.-€ |
| 01.11.-15.12. | 08.01.-28.04. | | 595.-€ |
| | 29.04.-28.10. | | 699.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

NORDZYPERN AUF DEN SPUREN DES HL. PAULUS

743.- €

8 Tage/HP
4* & 5* Hotels

Kyrenia-Schiffswrack-Museum-Bellapais-Famagusta-Lala Mustafa-Pascha-Moschee-Stadthallepalast-Sl.Hilarion & Bullavento-Burg-Kanara-Karpaz-Halbinsel-Agios-Philon-Kirche-Aghendika-Andreaskloster-Soleis-St. Barnabas-Kloster-Kyrenia-T. or-Museum-Tanzenden-Dervische-Selimye-Moschee(ehem. Sophienkathedrale)-Lapidarium-Arab-Ahmed-Moschee

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|---------------|---------|
| 01.09.-28.10. | 03.09.-23.10. | 01.04.-20.05. | 899.-€ |
| 01.11.-15.11. | 01.11.-15.11. | | 849.-€ |
| 16.11.-15.12. | 16.11.-15.12. | 16.02.-07.03. | 799.-€ |
| | 15.01.-15.02. | | 743.-€ |
| | 08.03.-31.03. | | 843.-€ |
| | 21.05.-23.06. | | 939.-€ |
| | 24.06.-02.09. | | 1190.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

ISRAEL GARANTIERTE DURCHFÜHRUNG!

899.- €

8 Tage/HP
3* Hotel & K. Ibbuz

Jaffa-Cäsarea-Haifa-Akko-Naharia-Galliläa-Golan-See-Genesareth-Kapernaum-Nazareth-Jordantal-Jerusalem-Bethlehem-Totes Meer-Massada

| 2009 | 2010 | 2010 | p.Pers. |
|---------------|---------------|---------------|---------|
| 01.09.-28.10. | 03.09.-23.10. | 01.04.-20.05. | 1090.-€ |
| 01.11.-15.11. | 01.11.-15.11. | | 999.-€ |
| 16.11.-15.12. | 16.11.-15.12. | 16.02.-07.03. | 959.-€ |
| | 15.01.-15.02. | | 899.-€ |
| | 08.03.-31.03. | | 929.-€ |
| | 21.05.-23.06. | | 1059.-€ |
| | 24.06.-02.09. | | 1499.-€ |

Bei Gruppenab 10 Personen 5% Ermäßigung
Bei Gruppenab 21 Personen 7% Ermäßigung

LEISTUNGSTRÄGER VON ZAHLREICHEN MISSIONEN, CHRISTLICHEN VEREINEN UND KIRCHENGEMEINDEN
Siehe bitte: passion-reisen-beratung.de/referenzen.php

INFO- U. EINFÜHRUNGSREISEN NUR FÜR GRUPPENVERANTWORTLICHE

Bei Durchführung einer Reise innerhalb von 2 Jahren erstatten wir Ihnen den Reisepreis zurück.

Zypern/ Auf den Spuren Ap. Paulus: 07.11.09/ 449.-€
Türkei/ Auf den Spuren Ap. Paulus: 14.11.09/ 349.-€
Türkei/ Die Orte der 7 Sendschreiben: 21.11.09/ 299.-€
Jordanien Rundreise: 05.12.09/ 449.-€
Ägypten/ Sinai, Kairo & Nil: 12.12.09/ 449.-€

BUCHUNG & ERATUNG:

WWT-WorldWide Travel
Wilhelmshavenerstr.76 90425 Nürnberg
Tel: 0911-3770930 Fax: 0911-3770945
info@passion-reisen-beratung.de
www.passion-reisen-beratung.de