

ABZ

Inhalt

- S. 02 ___ **TANNER bietet die »Top Jobs«**
- S. 03 ___ **2 Jahre TANNER-E-Learning-Portal:
ein Erfahrungsbericht**
- S. 04 ___ **Coming up soon: »Crowd Service« – Die
Zukunft der After-Sales-Informationen?**
- S. 07 ___ **»INKA – Der Wettbewerb«:
Wer hat den besten Katalog 2011?**
- S. 08 ___ **5. TANNER Hochschulwettbewerb**

Titelgeschichte:

Crowd Service –

Die Zukunft der After-Sales-Informationen?

Editorial

Vieles spricht dafür, dass wir aktuell den Anfang einer neuen Hochzeit des mündigen Bürgers erleben. Auch wenn dieser Rückschluss nicht belegbar ist – ihren Anfang scheint diese Entwicklung im Mitmach-Web gehabt zu haben. Und dort wird sie sich wohl auch künftig weiter entfalten.

Mögliche Beteiligungsformen für »Wutbürger«, »Mutbürger« und »Mitmachbürger« – und auch für Kunden – gibt es im Netz viele. Ein aktuelles Beispiel dazu kommt aus den USA. Dort will die Consumer Product Safety Commission (CPSC) im März laut einem Bericht der Washington Post eine öffentliche Datenbank für Produktbeschwerden einrichten, zu der alle Bürger beitragen können. Jede Beschwerde soll nach einer schnellen Prüfung veröffentlicht und damit für andere Verbraucher sichtbar gemacht werden.

Und die Industrie? Die ist laut Washington Post gar nicht begeistert. Verständlich, denn es gibt ja nichts Schlimmeres als Produktkritik über Kanäle, bei denen man als Hersteller außen vor bleibt. Unter anderem mit dieser Frage und möglichen Lösungsstrategien beschäftigen wir uns in diesem ABZ.

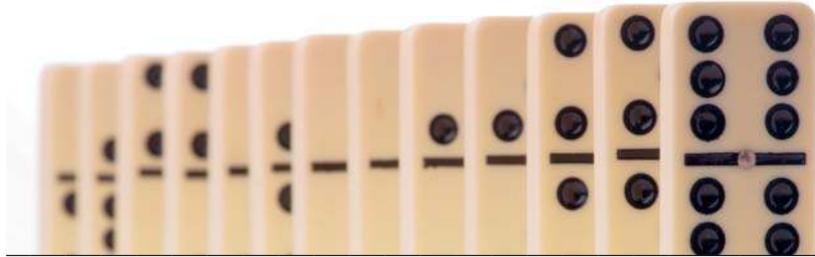
*Ich wünsche Ihnen
aufschlussreiche Informationen.*

Ihr Georg-Friedrich Blocher



TANNER bietet die »Top Jobs«

Der bundesweite branchenübergreifende Unternehmensvergleich »Top Job« zeichnet jedes Jahr die besten Arbeitgeber Deutschlands aus. 221 TANNER-Mitarbeiter wurden dazu im Mai 2010 von der Universität St. Gallen befragt und das Personalmanagement des Unternehmens untersucht. Das Ergebnis: 2011 gehört die TANNER AG zum vierten Mal zum Kreis der besten Arbeitgeber.



TANNER punktet mit der Bandbreite der Maßnahmen

Mit dem Ende Januar verliehenen Gütesiegel »Top Job« würdigt die renommierte Wirtschaftsinitiative erneut – nach 2007, 2008 und 2010 – den umfangreichen Maßnahmenkatalog der TANNER AG für ihre Belegschaft: Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen messen die Stimmung im Unternehmen, Schulungen vermitteln zentrale Strategien der optimalen Arbeitsgestaltung und ein eigenes Kinderhaus lässt die Eltern entspannter zur Arbeit gehen.

TANNER-Kinderhaus beeindruckt am meisten

Die Umfrage zeigt, dass ein Kindergarten und eine Kinderkrippe für ein Unternehmen dieser Größenordnung eher ungewöhnlich sind – aber folgerichtig, wenn knapp 50 Prozent der Belegschaft weiblich sind. Damit der Technischen Dokumentation der Nachwuchs nicht ausgeht, hat sich die TANNER AG am Stammsitz Lindau der Initiative »Haus der kleinen Forscher« angeschlossen. In dieses Projekt, das die Begeisterung der Jüngsten für technische und naturwissenschaftliche Phänomene fördern will, sind etliche Mitarbeiter eingebunden: TANNER-Auszubildende haben beispielsweise die Homepage erstellt. Andere Kollegen übernehmen Patenschaften und führen gemeinsam mit den Kleinen im internen Kinderhaus oder in anderen Kindergärten Experimente durch.

TANNER gehört zu den 72 besten Arbeitgebern im Mittelstand

Prof. Dr. Heike Bruch und ihr Team vom Institut für Führung und Personalmanagement an der Universität St. Gallen untersuchten die Arbeit von 169 Personalabteilungen mittelständischer deutscher Firmen aller Branchen. Die 72 »Top Job«-Unternehmen beschäftigten im Schnitt 493 Mitarbeiter und planten 2010 durchschnittlich 74 Neueinstellungen.

»Die Auszeichnung basiert auf der Meinung unserer Mitarbeiter, das macht uns schon stolz. Außerdem wissen wir nun noch besser, was die Belegschaft über unser Arbeitsklima denkt. Das ist uns wichtig, denn nur so können wir uns als guter Arbeitgeber langfristig weiter entwickeln und die richtigen Maßnahmen verfolgen.«



STEFAN KÜGEL,
Vorstandsvorsitzender der TANNER AG

2 Jahre TANNER-E-Learning-Portal: ein Erfahrungsbericht

»Wenn es darum geht, Wissen im Zusammenhang mit technischen Produkten zu vermitteln, ist E-Learning eine optimale Ergänzung. Es ist aus wirtschaftlicher und didaktischer Sicht sinnvoll.« Diese Erfahrung wird wohl jedes Unternehmen teilen, das seinen Einstieg in diese multimediale und selbstbestimmte Lernform gut geplant hat. Ebenso ist bekannt: Gute E-Learning-Inhalte sind heute relativ einfach, sehr schnell und wirtschaftlich zu erstellen. Gleichzeitig sind viele Verantwortliche unsicher, wie und mit welchem Aufwand sie diese Inhalte ihren Zielgruppen verfügbar machen können. Dieser Artikel beschreibt, welche Erfahrungen die TANNER AG mit dem Einsatz eines Learning Management Systems für die eigenen Mitarbeiter gemacht hat.

Die Zielsetzung für die Einführung eines Learning Management Systems (LMS) war in erster Linie kundengetrieben, erklärt Stefan Kügel, Vorstandsvorsitzender der TANNER AG: »In den vergangenen Jahren haben wir unser Unternehmen gemäß den Anforderungen unserer Kunden zunehmend dezentral aufgestellt. Der Anteil unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland, der nicht mehr am Hauptsitz in Lindau arbeitet, wächst beständig. Entsprechend haben wir nach Lösungen gesucht, wie wir die gewachsenen Strukturen und Schulungsangebote an unserem Hauptsitz an diese veränderte Situation anpassen konnten.« Ein wichtiger Baustein dabei sind E-Learning-Angebote.

Von FrameMaker bis Arbeitssicherheit

Seit knapp zwei Jahren nutzen die TANNER-Mitarbeiter die E-Learning-Angebote. Die Inhalte sind nach drei Schwerpunktthemen gegliedert:

- **Spezifisches Fachwissen:** In dieser Rubrik sind Lerninhalte rund um Tools und fachspezifische Methoden und Verfahren versammelt. Einige der Schulungsangebote können auf Basis von online durchgeführten Tests mit einem Zertifikat abgeschlossen werden.
- **»Dienstagsworkshops«:** Die Dienstagsworkshops sind ein internes Schulungsangebot mit Tradition. In regelmäßigen Abständen informieren dort Mitarbeiter interessierte Kollegen über aktuelle Projekte, Neuerungen und Innovationen oder geben wertvolles Hintergrundwissen. Dieses Angebot ist ausdrücklich gedacht für den Wissens- und Erfahrungsaustausch über die Abteilungsgrenzen hinweg. Die Präsentationen werden aufgezeichnet. Mit entsprechenden Autoresystemen und »Rapid E-Learning-Tools« werden daraus E-Learnings produziert. Anschließend werden diese über das Lernportal den Mitarbeitern an allen Standorten verfügbar gemacht.

- **Organisatorisches:** Hier finden die Mitarbeiter Lektionen und geführte Präsentationen zu Themen wie der Betrieblichen Altersvorsorge, werden durch den Dschungel der korrekten Reisekostenabrechnung geleitet oder absolvieren die jährliche Wiederholungsunterweisung zur Arbeitssicherheit. Der besondere Vorteil hier wie auch bei anderen Pflichtkursen: Das Unternehmen kann auf diese Weise jederzeit den Nachweis führen, dass jeder Mitarbeiter die Kurse tatsächlich absolviert hat. Durch Kontrollfragen wird auch das individuelle Verständnis protokolliert.

| Kursname | Gruppe | Verfügt von | Verfügt bis | Ergebnis | Status | Ergebnis | Ergebnis (Prozent) | Ergebnis (Prozent) | Datum | Uhrzeit | Aktionen |
|----------|------------------|------------------|------------------|----------|--------------------|----------|--------------------|--------------------|------------------|-------------|-----------|
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 1 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 10.09.2010 17:13 | 09:09:08.18 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 1 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 14.12.2010 17:21 | 09:09:08.18 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 2 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 03.06.2010 13:26 | 09:01:19.82 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 1 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 28.07.2010 11:13 | 09:01:02.63 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 2 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 02.09.2010 09:44 | 09:12:44.78 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 3 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 02.12.2009 09:05 | 09:07:00.89 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 1 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 09.03.2009 18:18 | 09:09:52.37 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 1 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 02.07.2010 11:12 | 09:02:02.01 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 3 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 14.02.2011 19:09 | 09:09:07.21 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 2 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 19.07.2010 12:28 | 09:12:45.62 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 2 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 04.01.2010 14:58 | 09:02:24.01 | Statistik |
| TAG11 | EL_00_2000_00_00 | 31.12.2011 23:59 | 31.12.2011 23:59 | 3 (100) | gute abgeschlossen | 100% | 100% | 100% | 09.02.2011 19:08 | 09:02:42.98 | Statistik |

Komfortable Verwaltung und Kontrolle

»Aus der inzwischen gesammelten Erfahrung können wir ein durchweg positives Fazit ziehen«, resümiert Ralph Muhsau. Der Projektleiter ist sowohl für die Konzeption und Erstellung der Inhalte als auch für die Administration und zentrale Verwaltung des Learning Management Systems bei TANNER verantwortlich. »Wir verwalten heute Kurse, Lerner und Termine unternehmensweit ohne nennenswerten Aufwand. Begeistert war ich von der schnellen und unkomplizierten Einrichtung des Systems zu Beginn.«

Da das System mandantenfähig ist, kann es jederzeit auch Kundenunternehmen als Plattform verfügbar gemacht werden. Beschaffung, Installation und Betrieb entfallen – und die Erstellung der Inhalte kann auf Wunsch gleich mitgeliefert werden.

Was ist »Rapid E-Learning«?

- Rapid E-Learning bezeichnet ein etabliertes Vorgehen für die schnelle Erstellung von Lerninhalten in einem vordefinierten Rahmen.

Vorteile von E-Learning

- Einfache und eindeutige Vermittlung von Wissen
- Effiziente Schulung – besseres Lernergebnis
- Höhere Qualität – nachhaltigere Wirkung gegenüber klassischer Schulungsliteratur
- Leicht integrierbar in bestehende Systemlandschaften

Coming up soon: »Crowd Service« – Die Zukunft der After-Sales-Informationen?



Die Experten sind sicher: Der Kundenservice der kommenden Jahre wird einen hohen Automatisierungsgrad durch Self-Services aufweisen und Social Media werden als Kommunikationskanäle in den Kundenservice integriert. Prognosen gehen davon aus, dass deutsche Unternehmen im Jahr 2015 bereits 25 Prozent ihres gesamten Kontaktvolumens mit Kunden online abwickeln werden. Dieser Artikel beschreibt die Hintergründe dieser Trends, skizziert mögliche Praxisszenarien für den Service und zeigt Chancen auf, die sich daraus für eine messbare, kontinuierliche Optimierung von After-Sales-Informationen ergeben.

Für den After-Sales-Service gilt das Gleiche, was auch der Maßstab für die Kommunikation mit dem Kunden im Kaufanbahnungsprozess ist: Allein der Markt bestimmt die notwendige Komplexität der Produktinformationen und Erstellungsprozesse. Nicht die Kunden drehen sich um unsere Kommunikationsinstrumente, sondern die Instrumente um die Kunden.

Der autonome Kunde

Auch die Erwartungshaltung des Kunden an die Kommunikation mit dem Lieferanten variiert nach dem Kauf nicht wesentlich: Der Kunde will in seinem individuellen Entscheidungs- bzw. Serviceprozess immer und überall die auf ihn zugeschnittenen Informationen und Leistungen aus einer Hand zu seinen persönlichen Konditionen. In der Folge wird der Kunde autonomer: Er ist zunehmend vernetzt, kommuniziert mobil und entwickelt das gesteigerte Bedürfnis nach zeitlich unabhängiger Nutzung von Serviceleistungen.

Self-Services und Social Media

Für die After-Sales-Kommunikation resultieren daraus zwei Entwicklungen: In einer aktuellen Studie der Munich Business School vom August 2010 gaben 85 Prozent der befragten Entscheider aus deutschen Unternehmen an, dass sie für die Zukunft von einem Ausbau von Self-Service-Angeboten ausgehen. 70 Prozent glauben, dass Social Media ein bedeutender Servicekanal wird. Etwa ein Drittel der Befragten denkt ferner, dass beide Trends noch in diesem oder im nächsten Jahr in ihren Unternehmen ankommen.

Bob Thompson, Chef des Unternehmens CustomerThink, hat für diese Entwicklung den Begriff »Crowd Service« geprägt. In seinem Blog gibt Thompson dafür folgende Definition: Die Idee ist, auf einer Plattform sowohl den konventionellen Kundendienst (Fallmanagement und Wissensdatenbank) als auch Anwender- und Expertennetzwerke (Q&A-Foren) zu integrieren.



Service!

Gefahr: Kundenunzufriedenheit

Das positive Beispiel Infusionsoft zeigt, dass Unternehmen mit Crowd-Service-Angeboten nicht nur ihren Aufwand für das Fallmanagement senken, sondern auch die Kundenzufriedenheit steigern können. Studien gehen davon aus, dass Self-Service-Interaktionen im Schnitt 85 Prozent weniger Kosten verursachen als Vorgänge, in die ein Service-Agent involviert ist. Unternehmen profitieren hierbei eben nicht nur vom Problem-, sondern auch vom Lösungswissen ihrer Kunden. Doch wer sich angesichts solcher Zahlenspiele nur über mögliche Kosteneinsparungen freut, hat auf dem Käufer- und Dienstleistungsmarkt bereits verloren. Wichtiger Eckpfeiler in der Konzeption von Crowd-Service-Angeboten muss es sein, diese als zusätzliche und nicht als ersetzende Bausteine der Kundenkommunikation zu sehen.

So ist beispielsweise nicht davon auszugehen, dass Kunden künftig das Telefon als Kommunikationskanal zum Unternehmen sehr viel seltener nutzen werden als bislang. Die Häufigkeit wird laut Munich Business School eher auf gleichem Niveau stagnieren, während andere Kanäle zulegen werden.

Auch haben Crowd-Service-Angebote langfristig nur eine Erfolgchance, wenn sie vom Expertenwissen sowohl der Kunden als auch des Anbieters selbst gespeist werden. Und hierbei dürfte Service-Mitarbeitern eine ganz gewichtige Rolle als Moderatoren, Impulsgeber und Wissensträger zukommen. Hier liegt ein Aufwand, den sie bislang nicht hatten. Doch nur so können die Potenziale zur Differenzierung im Markt tatsächlich erschlossen werden.

Messbar bessere Informationen

Die eine zentrale Idee hinter Crowd Services ist, das Problemlösungswissen von Kunden für andere Kunden verfügbar zu machen. Die andere ist es, die Kunden über einen kontinuierlichen Dialog ans Unternehmen zu binden. Zu einem solchen Dialog gehört natürlich auch, die von Kunden erstellten Inhalte, ihre Anregungen und Kritikpunkte aktiv zu honorieren und zu nutzen.

Dazu ist ein fortlaufendes Monitoring der Kundenkommunikation unabdingbar. Unternehmen gewinnen dadurch aus erster Hand Erkenntnisse, welche Informationsbedarfe ihre Kunden haben und wie Kunden die aktuellen Produktinformationen bewerten. Das ermöglicht es, die eigenen After-Sales-Informationen rund um Betrieb, Wartung, Reparatur und Schulung qualitativ zu messen, sie gezielt auf die Kundenbedarfe hin zu optimieren und zu erweitern. Optimierte oder zusätzliche Informationen werden dann erneut in den Dialog mit den Kunden eingebracht.

Daraus kann sich ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess gemeinsam mit den Kunden entfalten.

Thema ist längst keine Kür mehr

Der Einstieg in Crowd-Service-Angebote ist mit kleinen Schritten und den in den Dokumentations- und Serviceabteilungen vorhandenen Informationen relativ leicht möglich. Sich mit dem Thema prüfend auseinander zu setzen, gehört jedoch längst nicht mehr zur Kür.

Denn eines sollte uns allen bewusst sein: Die schlechteste Variante sind Kunden, die dort über unser Unternehmen und seine Produkte sprechen, wo wir es nicht erfahren und nicht frühzeitig unterstützend oder korrigierend eingreifen können. Und dafür bietet das Internet heute ausreichend öffentliche Hinterzimmer.

Termine 2011



► 2. Forschertag für Kinder 2. April 2011

»Kleine Forscher – Große Entdeckungen«
| TANNER-Denkfabrik in Lindau

► 5. TANNER-Hochschulwettbewerb

– Einsendeschluss für die Wettbewerbsbeiträge 31. März 2011
– Preisverleihung 18. Mai 2011
| TANNER-Denkfabrik in Lindau

► DOKU-FORUM 2011 19. Mai 2011

| TANNER-Denkfabrik in Lindau

► FMB – Zuliefermesse Maschinenbau 9.–11. November 2011

| Messezentrum in Bad Salzfluten

► »INKA – Der Wettbewerb« 2011

– Frühbucherrabatt bis 30. April 2011
– Anmeldeschluss 31. Dezember 2011
– »INKA – Die Preisverleihung« März 2012
| TANNER-Denkfabrik in Lindau

Anmeldung und Information:

Lena Sattler | Tel. +49 8382 272-119 | info@tanner.de
Alle Termine unter www.tanner.de im Bereich Termine.

»INKA – Der Wettbewerb«:

Wer hat den besten Katalog 2011?

Bereits seit dem 1. Januar 2011 können Unternehmen ihre technischen Print-Kataloge und Online-Shops zu »INKA – Der Wettbewerb« einreichen. Die ersten Anmeldungen liegen bereits vor. Zu Torschlusspanik besteht jedoch kein Anlass – die Anmeldefrist endet erst am 31. Dezember 2011.

Die Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre Kataloge einer ausführlichen Prüfung zu unterziehen und sich dem Wettbewerb mit anderen Katalogen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum zu stellen. Natürlich müssen die Teilnehmer nicht Monate auf das Ergebnisprofil mit den drei wichtigsten Optimierungspotenzialen warten. Dieses erhalten sie auf Wunsch bereits wenige Wochen nach der Einsendung ihres Katalogs.

Sonderkategorie »Medienübergreifender Katalog«

Bei gemeinsamer Anmeldung von Print-Katalog und Online-Shop vergleichen wir beide Kataloge miteinander – ohne zusätzliche Teilnahmegebühr. Wie harmonisieren sie in Struktur, Informationsdichte und Präsentation? Den Sieger in dieser Kategorie würdigen wir mit einem Sonderpreis.

Frühbucherrabatt bis 30. April 2011

Bei einer Anmeldung bis zum 30. April 2011 profitieren die Teilnehmer von stark reduzierten Teilnahmebeiträgen. Welche Unternehmen die besten Kataloge erstellen, wird auf der Preisverleihung von »INKA – Der Wettbewerb« bekannt gegeben. Diese findet wie immer im Rahmen von »INKA – Das Katalog-Forum« statt, diesmal im März 2012.

Informieren Sie sich über Wettbewerb, Frühbucherrabatt sowie Teilnahmebedingungen auf unserer neu gestalteten Homepage www.inka-wettbewerb.de.



5. TANNER-Hochschulwettbewerb

Bearbeitungsphase gestartet

Am 10. Januar 2011 wurde die Aufgabenstellung zum 5. TANNER-Hochschulwettbewerb für Technische Dokumentation versandt. Insgesamt stellen sich dieses Jahr zehn Teams von sechs Hochschulen aus ganz Deutschland der anspruchsvollen Herausforderung aus dem Bereich der modernen Redaktion. Die Teams sollen sich in die Entwicklungsphase eines neuen Franke-Kaffeevollautomaten hineindenken. Für diesen Prototypen – der aus unterschiedlichen Rohstoffen vollautomatisch hochwertige Getränke zubereitet – sollen die Studierenden ein Konzept zur grafisch-geführten Programmierung der Getränke entwickeln. Es soll nicht nur den Endnutzern möglich sein, ihre Wunschgetränke eigenständig und möglichst einfach zu definieren. Das neue Touch-Screen-Interface soll auch den Service-Technikern die Kalibrierung in besonderen Einsatzsituationen erleichtern und ihre Arbeit beschleunigen. Bis zum 31. März 2011 haben die Studierenden Zeit, ihr Können unter Beweis zu stellen und die Ergebnisse einzureichen.

Fach-Jury aus Industrie und Dienstleistung

Am 21. April 2011 wird eine fachkundige Jury die Lösungsvorschläge bewerten und einen Gewinner bestimmen. Neben Industrievertretern der Unternehmen Franke Coffee Systems, ALSTOM (Schweiz) AG, HILTI Entwicklungsgesellschaft mbH, Gebr. Märklin & Cie. GmbH und Dethleffs GmbH & Co. KG ergänzt auch beim diesjährigen Hochschulwettbewerb ein TANNER-Experte die Jury. Das Siegerteam wird schließlich am 18. Mai 2011 auf der feierlichen Preisverleihung am Vorabend des DOKU-FORUMS 2011 in der TANNER-Denkfabrik in Lindau bekannt gegeben.

Zeitplan

| | |
|--|----------------|
| ► Einsendeschluss für die Wettbewerbsbeiträge | 31. März 2011 |
| ► Tagung der Fach-Jury und Ermittlung der Gewinner | 21. April 2011 |
| ► Preisverleihung am Vorabend des DOKU-FORUMS 2011 | 18. Mai 2011 |

Information:

Lena Sattler | Tel. +49 8382 272-119 | info@tanner.de

IMPRESSUM

Herausgeber
TANNER AG
 Kemptener Straße 99
 D-88131 Lindau (B)
 T +49 8382 272-0
 F +49 8382 272-900
 E info@tanner.de
 www.tanner.de

Verantwortlich: Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:
 Georg-Friedrich Blocher, Sascha Jung,
 Lena Sattler, Andreas Schlenkhoff

Druck: Druckerei Kling

Adressen

TANNER AG

Kemptener Straße 99, D-88131 Lindau (B)
 Tel. +49 8382 272-119
 Fax +49 8382 272-900
 E-Mail: info@tanner.de

Niederlassung Erlangen

Henkestraße 91, D-91052 Erlangen
 Tel. +49 9131 970028-15
 Fax +49 9131 970028-88
 E-Mail: erlangen@tanner.de

Niederlassung Frankfurt-Eschborn

Mergenthalerallee 77, D-65760 Eschborn
 Tel. +49 6196 77933-95
 Fax +49 6196 77933-98
 E-Mail: frankfurt@tanner.de

Niederlassung Hamburg

Lübecker Straße 1, D-22087 Hamburg
 Tel. +49 40 702918-75
 Fax +49 40 702918-83
 E-Mail: hamburg@tanner.de

Niederlassung München

Freisinger Landstraße 74, D-80939 München
 Tel. +49 89 321957-37
 Fax +49 89 321957-34
 E-Mail: muenchen@tanner.de

Niederlassung Paderborn

Balduinstraße 1, D-33102 Paderborn
 Tel. +49 5251 879718-12
 Fax +49 5251 879718-88
 E-Mail: paderborn@tanner.de

Niederlassung Reutlingen

Gerhard-Kindler-Straße 6, D-72770 Reutlingen
 Tel. +49 7121 144934-0
 Fax +49 7121 144934-20
 E-Mail: reutlingen@tanner.de

TANNER s.r.l.

Via G. Mazzini 2, 22073 Fino Mornasco, Italy
 Tel. +39 031 40525-00
 Fax +39 031 40525-01
 E-Mail: info@tanner.it

TANNER Vietnam Ltd.

House 43D/8 Ho Van Hue St. Ward 9, Phu Nhuan District, VN-70999 Ho Chi Minh City
 Tel. +84 8 9973-452
 Fax +84 8 9973-465
 E-Mail: vietnam@tanner.de

Tanner Translations GmbH+Co

Markenstr. 7, D-40227 Düsseldorf
 Tel. +49 211 179665-0
 Fax +49 211 179665-29
 E-Mail: info@translations.tanner.de

TANNER

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung erlaubt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt die TANNER AG keine Haftung.

Das ABZ erscheint sechs- bis achtmal jährlich und wird kostenlos an Interessenten verteilt. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.