

ABZ

Inhalt

- S. 02 **TANNER-Hochschulwettbewerb: Preisverleihung auf der tekem-Frühjahrstagung**
- S. 03 **»INKA 2008« ist gestartet**
- S. 04 **TRILUX verwaltet Lieferantenkataloge mit SAP SRM-MDM**
- S. 05 **Mit Redaktions-Know-how und CMS zum effizienten Übersetzungsprozess**
- S. 07 **PIM oder MDM: Marktstudie untersucht Unterschiede**
- S. 08 **TANNER AG erneut mit dem Gütesiegel »Top Job« ausgezeichnet**



»Von der Sonne durch den Schatten ans Licht.«
TRILUX GmbH & Co. KG.

Editorial

»Gute Vorsätze sind wie ein Startschuss, dem kein Rennen folgt«, merkte einmal der Schauspieler Klaus Löwitsch an. Um solche Misserfolge zu vermeiden, ist die beste Strategie, die guten Vorsätze öffentlich zu machen. Nun hat man für alle sichtbar die Messlatte gelegt und kann sicher sein, im Zweifelsfalle von Dritten mahndend erinnert zu werden.

In diesem Sinne wollen wir nicht verheimlichen, was wir uns für 2008 vorgenommen haben: Wir möchten bei unseren Dienstleistungen erneut Top-Qualität im Prozess und im Ergebnis erzielen. Indem wir unsere Produktionsverfahren weiter industrialisieren, möchten wir Ihre individuellen Wünsche zu einem immer besseren Preis-Leistungsverhältnis ermöglichen. Und wir möchten unser Portfolio gemäß Ihren aktuellen Herausforderungen kontinuierlich weiter entwickeln.

Ob wir dabei erfolgreich sind, lesen wir Schwarz auf Weiß aus Ihren Feedback-Bögen zur Kundenzufriedenheit ab. Messen Sie uns!

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

Ihr Stefan Kügel



TANNER-Hochschulwettbewerb: Gewinner werden auf der tekomp-Frühjahrstagung bekannt gegeben

Bereits zum zweiten Mal führt die TANNER AG derzeit einen Hochschulwettbewerb durch. Der Startschuss fiel bereits auf der tekomp-Jahrestagung 2007 im November in Wiesbaden. Der TANNER-Hochschulwettbewerb wird in diesem Jahr in Zusammenarbeit mit dem Befestigungsspezialisten Hilti durchgeführt.

Fünf Studententeams aus Aalen, Furtwangen, Hannover und Karlsruhe stellten sich der Aufgabe, bis Ende Februar 2008 eine Bedienungsanleitung zum fachgerechten Setzen eines Hilti-Durchsteckankers zu formulieren. Wer das Rennen gemacht hat, wird im Rahmen der tekomp-Frühjahrstagung am 3. und 4. April in Friedrichshafen bekannt gegeben.

»Wir wollen natürlich den Titel von 2007 verteidigen. Die Aufgabe in diesem Jahr ist aus unserer Sicht klein, aber oho! Eine tolle Herausforderung, um das Gelernte aus dem Studium umzusetzen. Aktuell befinden wir uns gerade auf der Zielgeraden. Wir sind sehr gespannt auf die Lösungen der anderen Teams.«

Esther Müller, Stefan Eike, Thomas Hopp, Janina Höfer [TEAM FH HANNOVER]

»Im TANNER-Hochschulwettbewerb möchten wir unser theoretisches Wissen in einem praktischen Projekt anwenden. Wir hoffen, unter Wettbewerbsbedingungen interessante Ideen entwickeln und zu Höchstleistungen auflaufen zu können. Im ersten Moment schien uns die Aufgabenstellung nicht viel Freiraum für eine kreative Umsetzung zu lassen. Nach einem gemeinsamen Brainstorming entschieden wir uns für das »All-in-One«-Prinzip, um eine hohe Verständlichkeit beim Anwender zu erzielen.«

Karola Janz, Isabelle Koch, Fiona Allan und Sabrina Bauer [TEAM HS KARLSRUHE I]

»Auf Grund unserer positiven Erfahrungen beim letztjährigen TANNER-Hochschulwettbewerb stand für uns spontan fest, dieser Herausforderung noch mal entgegenzutreten. In unsere Lösung haben wir schon sehr viele Überlegungen, wie Kosten, Zielgruppe, Rechtssicherheit einfließen lassen und hoffen, dabei eine gute Anleitung entwickelt zu haben.«

Mirko Trepzik [TEAM HS KARLSRUHE II]

Anmeldungen für »INKA – Der Wettbewerb« ab sofort möglich

»INKA – Industrie. Kataloge. Kommunizieren.«, die Initiative rund um das Thema Produktkataloge, geht in die zweite Runde. Seit Mitte Februar sind wieder Anmeldungen für »INKA – Der Wettbewerb« möglich. Verliehen werden die INKAs 2008 für hervorragende Industrie-Kataloge. In einem unabhängigen Verfahren wird die Qualität von technischen Print- und Online-Katalogen bewertet.

Katalog-Macher profitieren von einer Teilnahme am Wettbewerb gleich doppelt: Neben einer ausführlichen Analyse des Katalogs und einem Profil mit Potenzialanalyse erhalten die Teilnehmer eine Standortbestimmung darüber, wo ihr Katalog im Vergleich zur Konkurrenz positioniert ist. Bewertet werden die Print-Kataloge hinsichtlich Produktsuche, Produktauswahl, Bestellung sowie Design. Bei Online-Katalogen sind es die Kriterien Katalogaufbau und -konzeption, Suchfunktionalität, aktuelle Produktinformation, Bestellvorgang sowie ebenfalls Design.

Zur Teilnahme am Wettbewerb sind alle Unternehmen aufgerufen, die Print- und Online-Kataloge für die B-to-B-Kommunikation technischer Produkte erstellen. Einsendeschluss ist der 15. Juli 2008.

Unabhängige Jury entscheidet

Die Jury setzt sich aus Vertretern der Bereiche Industrie, Marketing, Design, Produktion und Forschung/Lehre zusammen und wird im September 2008 über die Gewinner entscheiden. Die Galaveranstaltung zur Preisverleihung findet am Abend des 19. November im Festspielhaus in Bregenz statt. Verliehen werden die »INKAs 2008« im Rahmen des Fachkongresses »INKA – Das Katalog-Forum« (19. und 20. November) in Lindau.

► Alle Informationen zur INKA-Initiative 2008 unter www.inka2008.de.

INKA-Kalender 2008

- | | |
|--|-----------------------|
| ► Katalog-Einreichungen zu »INKA – Der Wettbewerb« | ab sofort möglich |
| ► Einsendeschluss | 15. Juli 2008 |
| ► Preisverleihung | 19. November 2008 |
| ► »INKA – Das Katalog-Forum« | 19./20. November 2008 |



► »INKA« wird auch 2008 gesponsert von der SAP.



TRILUX verwaltet seine Lieferantenkataloge mit SAP SRM-MDM

Effektives Katalogmanagement ist der Schlüssel zu einem nahtlosen Informationsaustausch zwischen Lieferanten und Einkäufern in Beschaffungsprozessen. Mit SAP SRM-MDM (Supplier Relationship Management-Master Data Management) verwendet SAP das Know-how der MDM-Technologie nun auch für das Einkaufs-Katalogmanagement. Dass eine solche Lösung sich einfach und schnell umsetzen lässt, zeigt ein aktuelles Kundenprojekt, das TANNER als empfohlener SAP-Partner für das Management von Produktinformationen umgesetzt hat.

Nutznieser der Lösung ist die TRILUX GmbH & Co. KG. Das Arnsberger Unternehmen, das sich auf die Entwicklung und die Produktion von Leuchten und die Bereitstellung von Lichtlösungen spezialisiert hat, entschied sich bei der Neustrukturierung des Lieferantenmanagements für die Lösung von SAP. Für die Strukturierung und Verwaltung der Katalogdaten, die Konfiguration der Importschnittstellen und das Anwendertraining war TANNER zuständig. Die Integration der Katalog-Komponente in das bestehende SRM-System und die Konfiguration des Web-User-Interface übernahm die Telekom-Tochter T-Systems. In nur einer Woche konnten TANNER und T-Systems die Standard-SAP-Lösung bei TRILUX integrieren.

Nutzerfreundliche Katalogstruktur sehr wichtig

Der Einkauf bei TRILUX muss bei seinen Bestellungen auf sechs elektronische Lieferantenkataloge zugreifen. Ein direkter Vergleich der Produkte war bislang nicht möglich, sie mussten mühsam in den Online-Katalogen gesucht werden. Die Zielsetzung lautete, alle Lieferanten-Kataloge zusammenzuführen, daraus ein eigenes Wunschsortiment festzulegen und als »Intranet-Shop« für den Einkauf von C-Artikeln bereitzustellen. Laut Petra Hönnemann, Mitarbeiterin im Einkauf bei TRILUX, spielte die Katalogstrukturierung bei den Überlegungen im Vorfeld eine entscheidende Rolle: »Eine übergeordnete, nutzerfreundliche Katalogstrukturierung war notwendig, damit unsere Mitarbeiter gezielt die für sie passenden Produkte finden können und gleichzeitig Kataloge verschiedener Hersteller zusammengeführt werden können.«

Neben der Erstellung von Print- und Online-Katalogen können mit SRM-MDM auch mehrere Lieferantenkataloge zu einem »Intranet-Katalog« für bislang vier Zielgruppen kombiniert werden. Hönnemann zeigt sich von der Lösung überzeugt: »Die SRM-MDM-Applikation bietet uns eine leicht zu bedienende Oberfläche, um Lieferanten-Kataloge zu importieren, die Artikel zu verwalten und unseren eigenen »Intranet-Shop« für den Einkauf von C-Artikeln zu betreiben.«

Beschaffungsprozesse lassen sich merklich optimieren

Christoph Kohler, Senior Consultant im SAP-Umfeld bei TANNER, nennt einen weiteren Vorzug der SRM-MDM-Komponente: »Der Aufwand für die Tool-Konfiguration ist dank des mitgelieferten Datenmodells und der Oberfläche auf das notwendige Minimum reduziert.« SAP habe damit sichergestellt, dass der Kunde nach kurzer Zeit Geschäftsprozesse selbstständig anpassen und optimieren kann. Kohler: »TRILUX ist nun in der Lage seinen Mitarbeitern nur das kostengünstigste Standardmaterial, wie z. B. Papier, zu präsentieren und dadurch von den jeweils besten Einkaufskonditionen zu profitieren.«

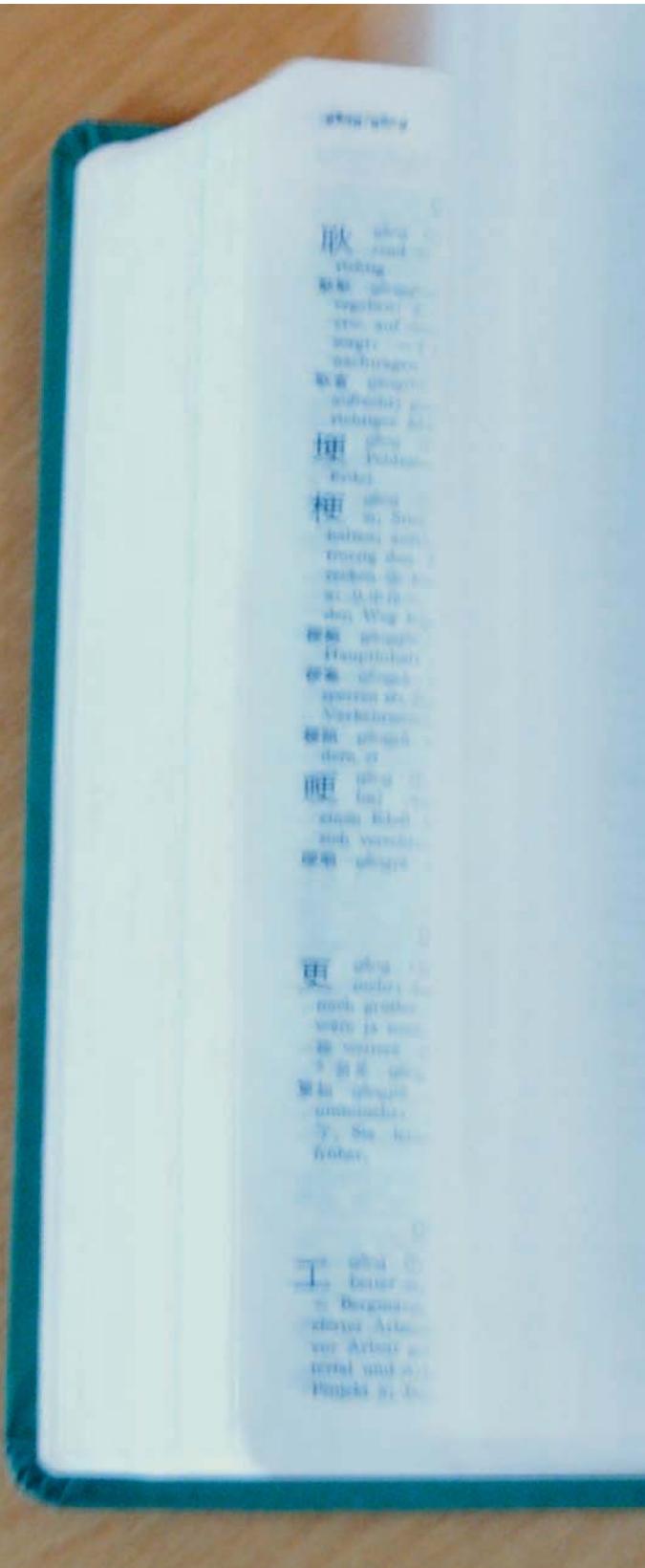
»In naher Zukunft wollen wir weitere Lieferanten-Kataloge im System einpflegen«, erläutert Hönnemann den nächsten Schritt des Unternehmens. »Dank der einfachen Handhabung des Systems ist es uns möglich, dies selbstständig durchzuführen – auch ohne Programmierkenntnisse.«

Dienstleistung TANNER

- Einführung SRM-MDM
- Importschnittstellen für Lieferantenkataloge
- Anwendertraining
- Katalogmanagement (Upload, Anreicherung, Prüfung und Freigabe von Lieferantenkatalogen)



Mit Redaktions-Know-how und CMS zum effizienten Übersetzungsprozess



Der abschließende zweite Teil der Artikelserie

»Mit Redaktions-Know-how und CMS zum effizienten

Übersetzungsprozess« zeigt auf, wie die technische

Umsetzung mit dem Content Management System (CMS)

funktioniert. Der Artikel formuliert die Inhalte des

Workshops, den TANNER-Mitarbeiterin Margot Poschner

auf der tekomp-Jahrestagung 2007 gehalten hat.

Der erste Teil der Serie ist in der Ausgabe 05/2007 des

»ABZ« nachzulesen.

Technische Umsetzung im CMS

Eine objektorientierte Datenbank bildet die Grundlage für das CMS. Die Datenbasis besteht aus einer Sammlung von Objekten. Auf diese Weise können Strukturen (z. B. XML-Instanzen) abgebildet und Objekte hierarchisch zueinander in Beziehung gesetzt werden. Die objektorientierte Datenbank ist außerdem Voraussetzung für ein Übersetzungsmanagement-System, das Delta-Übersetzungen ermöglicht (s. u.).

Auf Datenebene basieren die Module auf dem Topic-Modell des DITA-Standards. Ein Topic ist eine Informationseinheit, die durch Titel und Inhalt bestimmt wird. Diese Einheit ist knapp genug, um ein einzelnes Thema, z. B. ein Kapitel, zu behandeln. Sie ist jedoch umfangreich genug, um ein inhaltlich abgeschlossenes Modul zu bilden, das eigenständig weiterentwickelt werden kann.

Entsprechend der Klassifikation werden die Module in der Datenbank abgelegt. Dabei muss die Ablagestruktur so gestaltet sein, dass ein Redakteur die Inhalte möglichst intuitiv und rasch findet. Dies legt nahe, dass der Redakteur zuerst nach passenden Inhalten sucht, bevor er ein neues Modul anlegt.

Die als DITA-Topics in der Datenbank abgelegten Module stehen nun beliebig vielen Dokumenten als Re-Use-Quelle zur Verfügung. Dabei verstehen wir unter Re-Use die Wiederverwendung definierter, in sich gekapselter Module. Über die Referenzierung wirken sich Änderungen an einer Re-Use-Quelle auf alle Dokumente aus, die diese Re-Use-Quelle nutzen. ▶

Fortsetzung auf Seite 6

Übersetzungsmanagement-Prozess

Für die Übersetzung ergibt sich nun folgende Situation: In der Regel erkennt ein CMS nur, dass sich ein Modul in der Datenbank geändert hat, jedoch nicht wo. Dadurch gelangen auch Inhalte in die Übersetzung, die eigentlich schon übersetzt sind. Sie werden beim Durchlauf durch das Translation Memory als 100%-Matches identifiziert und in der Regel auch vom Übersetzungsdienstleister in Rechnung gestellt.

Ausschlaggebend ist die Größe der wieder verwendeten Module. Je kleiner die Module sind, desto weniger 100%-Matches werden entstehen. Um 100%-Matches ganz zu vermeiden, müssten Module auf Satzebene gebildet und wieder verwendet werden. Diese Module sind jedoch nur schwer zu verwalten. Abhilfe schafft ein Übersetzungsmanagement-Prozess, der die Inhalte in der Datenbank prüft und Änderungen auf Wortebene erkennt. Nur geänderte oder neu eingefügte Inhalte werden zur Übersetzung freigegeben. Änderungen in Re-Use-Quellen, die in einem Dokument wieder verwendet werden, werden ebenfalls zur Übersetzung ausgespielt.

Bei der Erst-Übersetzung legt das Übersetzungsmanagement-System die Ablagestruktur für die Übersetzung in der Datenbank an und spielt die Informationen als XML-Daten zur Übersetzung aus.

Bei jeder weiteren Übersetzung prüft das Übersetzungsmanagement-System, welche Daten sich seit der letzten Übersetzung geändert haben. Somit gleicht es die Struktur von erfassten und bereits übersetzten Daten miteinander ab. Geänderte Instanzen werden zweisprachig ausgespielt. Bereits übersetzte Teile (Elemente) werden durch ein Attribut gekennzeichnet und dürfen im Übersetzungsprozess nicht überschrieben werden. Da schon einmal übersetzte Teile nicht in die Übersetzung gelangen, lassen sich die Kosten für Übersetzungsdienstleistungen drastisch reduzieren.

Häufig lässt sich jedoch ein Modul nicht sinnvoll um eine weitere Variante (Delta) erweitern. In diesem Fall kopiert und bearbeitet der Redakteur einen vorhandenen ähnlichen Baustein. Bei der nächsten Übersetzung wird das Modul als komplett neu erkannt, obwohl die Inhalte und ihre Übersetzungen teilweise in der Datenbank vorhanden sind. Bei der Übersetzung werden diese als 100%-Matches in Rechnung gestellt.

Wurde das Modul mit der erweiterten Kopierfunktion dupliziert, wird der Kopiervorgang bei Checkout in der Zielsprache nachvollzogen, so dass letztendlich nur eine Delta-Übersetzung erforderlich ist. ◀

精选
德汉
词典

PIM oder MDM: Marktstudie untersucht Unterschiede

Wie hat sich das Thema Produktkommunikation in den letzten zwei Jahren in den Unternehmen verändert? Diese Frage beantwortet die Lucas-Nülle Consulting mit der »Marktstudie 2007«. Die auffälligste Änderung gegenüber der Vorgängerstudie von 2005 ist die Gegenüberstellung von Product Information Management (PIM) auf der einen und Master Data Management (MDM) auf der anderen Seite. Hinter beiden Modellen, so die Studie, stünden unterschiedliche Visionen.

11.000 Unternehmen waren zwischen Februar und Juni 2007 aufgerufen, ihre internen Erfahrungen mit den Themen PIM und MDM mitzuteilen. Mehr als 350 Datensätze von Unternehmen des DACH-Marktes wurden eingereicht und bilden damit die Basis der aktuellen Studie.

Bewusstsein für Produktkommunikation wächst

Über die beiden untersuchten Cluster »Industrie« und »Handel« hinweg kommt die Studie insgesamt zu einem zweiseitigen Ergebnis. So hätten im Gegensatz zu 2005 die Unternehmen das Thema Produktkommunikation zwar stärker beachtet. Allerdings würden die Zahlen auch zeigen, dass sich der grundsätzliche Status der Projekte und IT-Systeme in den Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren kaum verändert habe. Demnach pflegt der größte Teil der Unternehmen seine Daten nach wie vor weitgehend unkoordiniert in vielen verteilten Systemen.

Zukunft gehört MDM-Ansatz

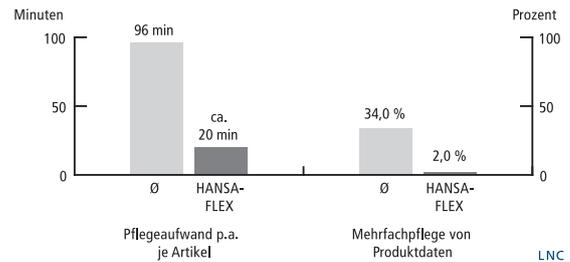
Hatte die Marktstudie von 2005 MDM-Systeme noch gemeinsam mit klassischen PIM-Systemen unter einem Dach betrachtet, so stellt die aktuelle Untersuchung beide Ansätze als strategische Alternativen gegenüber: »Unternehmen mit vielen Stammdaten, weltweiter Organisationsstruktur und hohem Synchronisierungsdruck setzen ihren Fokus tendenziell eher auf den MDM-Ansatz«, schreiben die Analysten der Lucas-Nülle Consulting.

Der MDM-Ansatz biete so die Chance, »als zentrale Plattform für jegliche Form von Informationen und Stammdaten zu dienen und diese allen weiteren Systemen zur Verfügung zu stellen.«

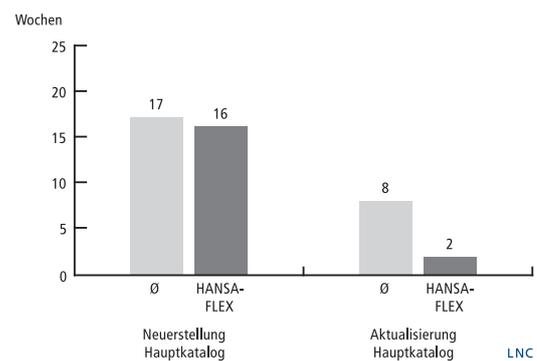
Werde dieser Ansatz konsequent auf alle Anwendungen – also auch auf Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM) etc. – im Unternehmen angewendet, so entstehe eine serviceorientierte IT-Struktur, die auf Basis von zentralen Stammdaten die jeweiligen Services abrufen und Prozesse, Transaktionen oder zum Beispiel auch Outputs abwickeln könne. Insgesamt, so die Studie, sei also der MDM-Ansatz »im Vergleich zu PIM wesentlich strategischer ausgerichtet.«

Best Practice HANSA-FLEX

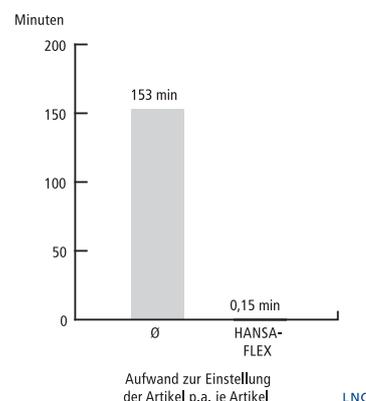
Belegt wird die positive Bewertung des MDM-Ansatzes unter anderem am Beispiel der Katalogerstellung der HANSA-FLEX Hydraulik GmbH. Seit Juni 2006 erstellt das Unternehmen seine Print- und Online-Kataloge direkt aus SAP NetWeaver Master Data Management (SAP NetWeaver MDM). Für die komplette Umsetzung von der System-Implementierung bis zu den fertigen Katalogen zeichnet die TANNER AG verantwortlich.



- Lediglich 2 % seiner Produkte muss HANSA-FLEX noch mehrfach pflegen. Mit 10 bis 30 Minuten je Produkt liegt der jährliche Aufwand für Datenpflege weit unter dem Industrie-Durchschnitt, der 96 Minuten beträgt.



- Für die Katalogproduktion benötigt HANSA-FLEX mit 16 Wochen deutlich weniger Zeit als vorher. Im Bereich Aktualisierung ist das Unternehmen mit zwei Wochen dem Industrie-Durchschnitt weit voraus.



- Auch der Aufwand zur Einstellung der Artikel in den Internetkatalog ist bei HANSA-FLEX extrem gering. Trotz der 35.000 präsentierten Artikel benötigt das Unternehmen durchschnittlich nicht einmal 10 Sekunden pro Artikel.

► Die »Marktstudie 2007« ist für 199 Euro online unter www.in-consulting.de zu bestellen.

TANNER AG

erneut mit Gütesiegel »Top Job« ausgezeichnet

Die TANNER AG zählt zu den 100 besten Arbeitgebern 2008 im deutschen Mittelstand. Das hat die aktuelle Untersuchung des bundesweiten, branchenübergreifenden Unternehmensvergleichs »Top Job« unter der wissenschaftlichen Leitung der Universität St. Gallen ergeben. Bei der Preisverleihung am 25. Januar nahm der Marketingleiter der TANNER AG, Dr. Sven Bergert, die Urkunde vom Mentor der Mittelstandsinitiative und Bundeswirtschaftsminister a. D., Wolfgang Clement, entgegen. Nach 2007 wird damit bereits zum zweiten Mal die Personalarbeit des Lindauer Unternehmens gewürdigt.



Ausgezeichnet wurde TANNER in den Bereichen »Führung und Vision«, »Motivation und Dynamik«, »Kultur und Kommunikation«, »Mitarbeiterentwicklung und Perspektive«, »Familien- und Sozialorientierung« sowie »Internes Unternehmertum«. Insbesondere in der letztgenannten Kategorie sowie dem Bereich »Kultur und Kommunikation« erreichte TANNER Spitzenwerte.

Besonders bemerkenswert fand die Jury die wöchentlichen »Dienstagsworkshops – Weiterbildung von Mitarbeitern für Mitarbeiter« sowie die bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen, in denen die Mitarbeiter gemeinsam an der Zukunft des Unternehmens arbeiten.

Für hochqualifizierte Arbeitnehmer zukünftig noch attraktiver

Um die Ehrung zu erhalten, musste sich TANNER einem strengen dreistufigen Verfahren des Instituts für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen stellen. Mit einem Fragebogen erfassten die Personalexperten um Industriedirektorin Dr. Heike Bruch zunächst die Kennzahlen des Unternehmens. In einem zweiten Schritt folgte eine detaillierte Online-Mitarbeiterbefragung. Abschließend prüfte das St. Galler Team die Managementinstrumente des Betriebs im Personalbereich. Stolz zeigten sich auch die Vorstände, Stefan Kügel und Georg-Friedrich Blocher: »Wir zählen jetzt zwei Jahre in Folge zu den besten Arbeitgebern im deutschen Mittelstand. Das macht uns für hochqualifizierte Arbeitnehmer zukünftig noch attraktiver.«

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
http://www.tanner.de

Verantwortlich: Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:
Dr. Sven Bergert, Andreas Hett,
Christoph Kohler, Stefan Kügel, Margot
Poschner, Lena Sattler, Heike Süß

Druck: Druckerei Kling

Foto Titelseite: TRILUX GmbH & Co. KG.

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 Braunschweig

Carl-Miele-Straße 4, D-38112 Braunschweig
Tel. +49 531 2157858
Fax +49 531 2317531
E-Mail: braunschweig@tanner.de

Niederlassung Duisburg

Bismarckstraße 142, D-47057 Duisburg
Tel. +49 203 2988668
Fax +49 203 3466443
E-Mail: duisburg@tanner.de

Niederlassung Erlangen

Nürnberg Straße 24-26, D-91052 Erlangen
Tel. +49 9131 4010280
Fax +49 9131 4011250
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 Nürnberg

Regensburger Str. 334 a, D-90480 Nürnberg
Tel. +49 911 21450-0
Fax +49 911 21450-11
E-Mail: nuernberg@tanner.de

Niederlassung Paderborn

Balduinstraße 1, D-33102 Paderborn
Tel. +49 5251 879718-11
Fax +49 5251 879718-88
E-Mail: paderborn@tanner.de

Niederlassung Reutlingen

Am Heilbrunnen 47, D-72766 Reutlingen
Tel. +49 7121 144934-0
Fax +49 7121 144934-20
E-Mail: reutlingen@tanner.de

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

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.

TANNER