

„INKA 2007“ – Erfolgreicher Start der neuen Plattform

„Kataloge im Spannungsfeld zwischen Automatisierung und Design“ – unter diesem Motto kamen über 180 Katalog-Verantwortliche am 15. und 16. November 2007 in der TANNER-Denkfabrik in Lindau zusammen.

In Vorträgen, Key Notes und Fallbeispielen zeigten 15 Referenten, wie sie sich in ihren Unternehmen der Herausforderung einer automatisierten Produktion von schönen Produktkatalogen gestellt und diese erfolgreich gelöst haben. Spannend wurde es am

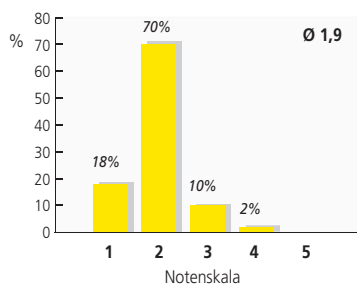
Abend des 15. November im Festspielhaus Bregenz, als die Gewinner der „INKAs 2007“ vergeben wurden. Diese ABZ-Sonderausgabe liefert gebündelt alle Informationen rund um die INKA-Initiative 2007.

Hohe Teilnehmer-Zufriedenheit

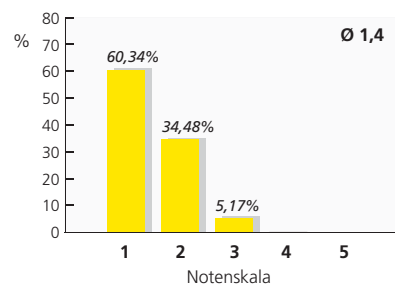
Durchweg positive Rückmeldungen erreichten die Organisatoren zur INKA-Initiative 2007. 60 Feedbackbögen wurden von den Teilnehmern ausgefüllt, was wirklich repräsentative Rückschlüsse erlaubt. Über 90 Prozent bewerteten die Veranstaltung mit gut

oder sehr gut. Besonders gelobt wurden die Organisation vor Ort, die Abendveranstaltung im Festspielhaus in Bregenz und die Kommunikation durch die Veranstalter im Vorfeld. Aber auch die Vorträge der Referenten fanden großen Gefallen bei den Teilnehmern.

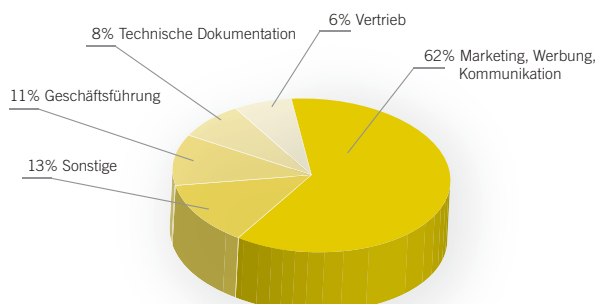
Wie ist Ihr Gesamturteil zu „INKA – Das Katalog-Forum“?



Wie zufrieden waren Sie mit der Organisation vor Ort?



Teilnehmerstruktur



EDITORIAL



Im Frühjahr dieses Jahres haben wir für alle Katalog-Verantwortlichen der Industrie eine neue Initiative gestartet: „INKA – Industrie.

Kataloge. Kommunizieren.“ Ziel war es, bestehende Maßnahmen rund um das Thema Kataloge gemeinsam mit neuen Ideen zu einer übergreifenden Plattform zu bündeln.

Heute können wir sagen, dass dieses Angebot schon im ersten Anlauf auf breite Akzeptanz gestoßen ist und allen Teilnehmern weitestgehend bereits den erhofften Nutzen geschaffen hat.

Woher nehmen wir dieses Selbstbewusstsein? 150 eingereichte Kataloge bei „INKA – Der Wettbewerb“, mehr als 180 Teilnehmer bei „INKA – Das Katalog-Forum“, knapp 20 Aussteller und eine Gesamtzufriedenheit von 1,9 – diese Zahlen sprechen für sich.

An dieser Stelle möchte ich allen Teilnehmern, Sponsoren, Ausstellern, Referenten und unserem Partner INDUKOM für ein erfolgreiches „INKA“-Jahr danken! Wir werden Ihre Anregungen für den nächsten Durchlauf gerne aufgreifen. Also – bleiben wir im Dialog.

Ihr Georg-Friedrich Blocher

INHALT

Die Herausforderung eines „ausgezeichneten“ Katalogs	2
Spannende Atmosphäre bei „INKA – Die Preisverleihung“	3
Sieger im Interview – Kategorie Print und Online	3/4
Impressum	5
Über neueste Trends und Technologien informieren	5
Nachgefragt beim TANNER-Analyseteam	6

Die Herausforderung eines „ausgezeichneten“ Katalogs

Ist industrialisierte Schönheit überhaupt möglich? Im ersten Vortrag bei „INKA – Das Katalog-Forum“ von Georg-Friedrich Blocher ging es zunächst um Grundsätzliches. „Die Automobilindustrie“, so Blocher, „zeigt, dass Industrialisierung und hochwertiges Design sich nicht ausschließen.“ Im Gegenteil: Sie verzahne automatisierte Fertigungsmethoden, Prozessorientierung und exzellentes Design miteinander.

Im Folgenden präsentierten die Referenten ausführlich die Praxis ihrer alltäglichen strategischen und operativen Arbeit am Katalog. So zeigte Lorenz Mayer-Kaupp von Zumtobel Lighting auf, wie das Corporate Design eines Unternehmens für den Automatismus praktikabel verfügbar gemacht werden kann. Die Systematik eines Katalogs und die Vorzüge von SAP NetWeaver MDM zur automatisierten Katalogerstellung demonstrierte Richard Beha von der TANNER AG mit dem Produktkatalog von HANSA-FLEX Hydraulik.

Marktspezifische Produktinformationen

Dass sich anspruchsvolles Design und die automatische Erstellung von marktspezifischen Produktinformationen nicht ausschließen, zeigte Martin Schreiber von den fischerwerken Arthur Fischer. Anhand eines älteren und des jüngsten Hauptkataloges seines Unternehmens beschrieb er die unterschiedlichen Layout-Vorgehensweisen. Effiziente Marketingprozesse mit der richtigen

Automatisierungstechnik sind laut Bernd Rieth von Festo Didactic erreichbar: „Vor allem der Gesichtspunkt, effizient und schnell Kataloge in andere Sprachen umsetzen zu können, war die Motivation unseres Unternehmens bei der Umstellung auf die automatisierte Produktion der Werbemittel.“ Mit gleichen Ressourcen konnte Festo so seine Katalogproduktion enorm steigern.

Dirk Bensien von Google Deutschland entführte die Teilnehmer des Forums mit seiner Key Note unter der Thematik „Finden und gefunden werden“ in das „größte Nachschlagewerk der Welt“. Vor allem „visibility“ und „usability“ einer Website würden, um Neukunden gewinnen zu können, eine große Rolle spielen.

Anregungen und Impulse für die Katalog-Kommunikation im kleinen Kreis

Eine Plattform der anderen Art lieferten die am Nachmittag der Veranstaltung durchgeführten Breakout Sessions, die von den Teilnehmern frei besucht wer-



den konnten. Im kleinen Kreis gaben Experten aus der Industrie den Interessierten ihr Know-how preis und lieferten wertvolle Tipps.

„Wie lange hat Ihr Unternehmen für die Umstellung auf das neue System gebraucht?“, „Inwiefern beachten Sie den Stil der Sprache bei der Übersetzung in andere Sprachen?“, „Müssen bei der Bildproduktion auch die länderspezifischen Besonderheiten beachtet werden?“ Vertieftes Wissen wurde während und nach den Sessions von den Zuhörern abgefragt und dankbar aufgenommen.

Deutlich war zu spüren, dass die Teilnehmer darauf brannten, „die Gunst der Stunde“ zu nutzen und die Referenten nach ihren Erfahrungen direkt zu befragen. Ehrliche Antworten und wertvolle Ratschläge begeisterten die Zuhörer: „Gehen Sie bei der Umstellung Ihrer Katalog-Produktion behutsam vor ... Riskieren Sie 'keine Operation am offenen Herzen'!“

Beni Anderhalden, Technical Editor,
maxon motor ag:

„Spannende Referate und interessante Gespräche in inspirierender Atmosphäre der TANNER-Denkfabrik. Das Abendprogramm mit dem schönen Ambiente des Bregenzer Festspielhauses verlieh der Veranstaltung den richtigen Rahmen.“



André Helminiak, Marketing Communication,
Wampfler AG:

„Durch das Katalog-Forum habe ich einen sehr guten Einblick bekommen, was im Augenblick der aktuelle Stand der Technik ist. Die zahlreichen Praxisbeispiele der Referenten haben mir Einsatzmöglichkeiten aufgezeigt, die auch in eigenen Unternehmen umgesetzt werden können.“



Spannende Atmosphäre bei „INKA – Die Preisverleihung“

Zu „INKA – Der Wettbewerb“ wurden 150 Kataloge eingereicht. Anhand eines 140 Kriterien umfassenden Bewertungsschemas wurden dann die Shortlists für die Bereiche Print und Online ermittelt.

Im September mussten diese Kataloge der fachlich fundierten Bewertung einer hochkarätigen Jury standhalten – aus der dann letztendlich die Gewinner des

Wettbewerbes entsprangen. Gesamtsieger sind die Haberkorn Ulmer GmbH in der Kategorie „Print“ und die Wiha Werkzeuge GmbH in der Kategorie



„Online“. Bei der Preisverleihung im Festspielhaus Bregenz wurden außerdem die Gewinner der einzelnen Branchen ausgezeichnet.

SIEGER IM INTERVIEW – KATEGORIE PRINT

Die Haberkorn Ulmer GmbH überzeugte die Jury in der Kategorie „Print“. Manuel Gohm, eBusiness Koordinator bei der Haberkorn Ulmer GmbH, über den Erfolg seines Katalogs und die Reaktionen im Unternehmen auf den Gesamtsieg.

ABZ: Was war Ihre Intention, bei "INKA – Der Wettbewerb" teilzunehmen?

Manuel Gohm: Im gesamten Katalogprojekt sind wir seit jeher bemüht, Input von außen zu bekommen, um immer besser zu werden. Da wir 2006, überraschenderweise, unter die Top 5 des KatalogBenchmarks kamen, interessierte es uns natürlich sehr, wie sich unsere Katalogproduktion im Vergleich zum Wettbewerb entwickelt hat. Zumal wir in diesem Jahr versucht haben, die Verbesserungsvorschläge großteils im neuen Baukatalog umzusetzen.

ABZ: Wie waren die Reaktionen bei Ihren Kollegen und den Vorgesetzten auf den Gesamtsieg?

Manuel Gohm: Durch die Bank gab es natürlich Lob und Anerkennung von allen Seiten. Zudem hat dieser Erfolg auch den Stellenwert der automatischen Katalogproduktion hilfreich gesteigert.

ABZ: Was war Ihrer Meinung nach das Zünglein an der Waage, welches die entscheidenden Kriterien, dass Ihr Katalog als „Bester“ Katalog ausgezeichnet wurde?

Manuel Gohm: Ausschlaggebend für den Gesamtsieg waren aus unserer Sicht unter anderem die große Übersichtlichkeit – trotz des bedeutenden Umfangs des Katalogs – die Vorteile in der Produktsuche, die hohe Qualität der Produktbilder und die Durchgän-



gigkeit der Beschreibungen und technischen Daten.

ABZ: Werden Sie wieder bei „INKA – Der Wettbewerb“ teilnehmen?

Manuel Gohm: Eine Teilnahme an „INKA – Der Wettbewerb“ wird von uns sicher wieder angestrebt. Unsicher ist nur noch, ob in der Kategorie Print oder eines Tages im Online-Bereich.

Prof. Dr. Klaus Frank, Professur für Marketing, Produkt- und Projektmanagement, Hochschule Albstadt-Sigmaringen:

„INKA – Das Katalog-Forum“ war eine gelungene Veranstaltung, die durch die inhaltlich sehr kompetenten Vorträge einen echten Mehrwert für Praktiker und Theoretiker geboten hat. Die außerordentlich gute Organisation und die vielen kleinen Diskussionsforen, die sich in den Pausen und der Abendveranstaltung spontan ergaben, trugen dazu bei, dass man aus dem Vollen schöpfen und marketingrelevantes Wissen ‚abgreifen‘ und ‚einspeisen‘ konnte. Großen Dank an die Veranstalter TANNER AG und INDUKOM.“



Maria Garbe, Marketingleiterin, E. Ziegler Metallbearbeitung GmbH, über den Wettbewerb:

„Der Lerneffekt ist hochinteressant für uns. Wir haben konkrete Verbesserungspotenziale erkannt, an denen wir arbeiten werden.“

SIEGER IM INTERVIEW – KATEGORIE ONLINE

Mit ihrem Online-Shop setzte sich die Wiha Werkzeuge GmbH gegen die Konkurrenz durch. Wiha wurde bei der Preisverleihung von „INKA – Der Wettbewerb“ mit dem besten Katalog in der Kategorie „Online“ ausgezeichnet. Jörg Farin, Webmaster bei Wiha, über den Erfolg und die Arbeit, die dahinter steckt.

ABZ: Was bedeutet Ihnen die Auszeichnung, den besten Katalog in der Kategorie „Online“ zu haben?

Jörg Farin: Die Auszeichnung bedeutet uns sehr viel. Sie ist der Lohn für die Arbeit eines ganzen Jahres und die Bestätigung für einen gelungenen Relaunch. Wir haben uns gegen namhafte Konkurrenten durchgesetzt. Darauf sind wir sehr stolz.

ABZ: Haben Sie damit gerechnet, auf den vorderen Plätzen zu landen, oder zumindest eine Auszeichnung zu bekommen?

Jörg Farin: Natürlich hofft man immer möglichst weit vorn zu landen. Aber wirklich damit gerechnet

hat keiner. Schließlich war die Konkurrenz nicht gerade klein. Darum war die Freude dann auch umso größer.

ABZ: Wie viele Menschen sind an dem Erfolg beteiligt?

Jörg Farin: In der täglichen Arbeit sind bei Wiha zwei Personen für die Administration, Pflege und Weiterentwicklung der Website verantwortlich. Der Erfolg hat aber natürlich mehrere Väter; das fängt bei der Geschäftsleitung an, die es uns ermöglicht, kreativ und konzentriert an der Website zu arbeiten, und geht bis zu unserem Internet-Dienstleister infolox.

ABZ: Welchen Nutzen können Sie aus Ihrer Teilnahme aus dem Wettbewerb ziehen?

Jörg Farin: Erstens die gezielte Analyse von Stärken und Schwächen. Wir haben lange an den Konzepten der Website getüftelt und gefeilt. Im Laufe der Zeit wird dann als Webmaster zwangsläufig „betriebsblind“. Deshalb ist es enorm wichtig ein



unabhängiges Feedback zu erhalten. Hier sind Ideen und Hinweise von außen sehr hilfreich. Zweitens natürlich die öffentliche Wirkung. Es kann schließlich nicht jeder von sich behaupten, als bester Online-Shop ausgezeichnet worden zu sein.

ABZ: Werden Sie wieder bei „INKA – Der Wettbewerb“ teilnehmen?

Jörg Farin: 2008 wird Wiha wieder teilnehmen, dann allerdings in der Kategorie „Print“. Dort steht nämlich demnächst eine Neugestaltung an.



Christian Kleindienst, Information Engineer, Siemens AG Automation and Drives:

„Mir hat das Katalog-Forum sehr gut gefallen. Die Veranstaltung hat sich aus meiner Sicht als wertvolle Plattform für den Erfahrungsaustausch von Katalogverantwortlichen etabliert.“



Über neueste Trends und Technologien informieren

Nicht nur die zahlreichen Referenten lieferten Informationen für die Katalog-Erstellung. Auch der Kreis der Aussteller, die für das Katalog-Forum gewonnen wurden, hat im Rahmen des Forums aktuelle Ansätze und Lösungen präsentiert und zur Diskussion gestellt.

An den Ständen der Software-Hersteller, Druckereien, Katalogdienstleister sowie Agenturen wurde Rede und Antwort gestanden und über die neuesten Technologien und Trends berichtet. Thomas Kern, Geschäftsführer der crossbase mediasolution GmbH, hat die Veranstaltung überzeugt: „Die hochkarätigen Vorträge aus der Industriepraxis, die angenehme Gesprächsatmosphäre und die gelungene Organisation waren beeindruckend. Wir freuen uns jetzt schon auf eine Wiederholung in 2008.“

Bereits zum zweiten Mal als Aussteller dabei war das Unternehmen Meyle+Müller. Für Geschäftsbereichsleiter Ralf Jung konnte sich das Katalog-Forum 2007 noch einmal steigern. „INKA – Das Katalog-Forum“ hat durch die neue Form gewonnen. Für Meyle+Müller ist es ein tolles Forum, um seine Produkte und Dienstleistungen

einem interessierten und hochkarätigen Publikum zu präsentieren“, so Jung.

Ebenso hat es Patricia Kastner, Geschäftsführerin von ContentServ, gesehen: „INKA – Das Katalog-Forum“ war auch dieses Jahr eine herausragende Veranstaltung im Bereich professionelle Katalogerstellung.“ Und Ernst Winterhalter von IBA Hartmann lobte das inhaltliche Konzept: „Die Referenten und die Vortragsqualität waren hochinteressant und sehr informativ. Ebenso zeigte sich die Sichtweise unserer Zielgruppe in Bezug auf unsere Loseblatt- und Kataloggestaltung. Auch die Veranstaltungsorganisation vor Ort war perfekt!“

Aufgrund der positiven Bewertungen hat bereits heute eine ganze Reihe von Ausstellern ihr Interesse an einer Teilnahme 2008 bekundet.

O-TON

Mit der Übernahme des Hauptsponsorings bei „INKA – Industrie. Kataloge. Kommunizieren.“ hat die SAP ihre führende Position in der Welt der Katalog-Systeme deutlich untermauert.

Marcus Koblofsky, Field Solution Manager bei SAP, formuliert seine Sicht auf das Engagement so:

„Seit der Markteinführung von SAP NetWeaver MDM konnten wir unsere führende Position im Umfeld der Product Information Management Systeme stetig weiter ausbauen und durch erfolgreiche Kundenprojekte untermauern. Um diese Position auch in der Kommunikation prominent nach außen zu dokumentieren, ist die INKA-Initiative mit Sicherheit die beste Plattform auf dem Markt. Ein Wettbewerb mit 150 Teilnehmern, eine hochkarätige Veranstaltung in außergewöhnlich exklusivem Ambiente und eine punktgenaue Zielgruppen-Ausrichtung machen das besondere Konzept von ‚INKA‘ aus. Die SAP wird sicherlich nicht zum letzten Mal dabei gewesen sein.“



Südpol. Die Agentur.



Adobe



Der Standard für database publishing



IMPRESSUM



Herausgeber

TANNER AG
Kemptener Straße 99
D-88131 Lindau (B)
Telefon +49 8382 272-0
Telefax +49 8382 272-900
E-Mail: info@tanner.de
http://www.tanner.de

Verantwortlich:

Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:
Georg-Friedrich Blocher, Andreas Hett, Melanie Meyer, Doris Müller, Lena Sattler, Heike Süß

Druck
Druckerei Kling

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.



Nachgefragt beim TANNER-Analyseteam

Fast 400 Printkataloge hat das Analyseteam von TANNER inzwischen im Rahmen von Katalog-Wettbewerben unter seine Expertenlupe genommen. Grund genug, bei Dr. Juliane Kraus, verantwortlich für die Analysen, nachzufragen.

ABZ: Frau Dr. Kraus, in diesem Jahr hat das Team die Bewertungskriterien noch einmal deutlich weiterentwickelt. Was wurde konkret verändert?

Dr. Kraus: Neu konzipiert wurde die Bewertung der Gestaltung. In einer neuen Kategorie wurden die Druckqualität und die buchbinderische Weiterverarbeitung der Kataloge beurteilt. Auch die „Komplexität der Kataloge“ wurde im Bewertungsschema berücksichtigt. Anhand von insgesamt 140 Einzelkriterien wurden die Kataloge analysiert.

ABZ: Welchen Zusatznutzen haben die Teilnehmer durch die Weiterentwicklung?

Dr. Kraus: Im Ergebnis erhalten die Teilnehmer einen ganzheitlichen Blick auf ihren Katalog. Ein gerechter Vergleich von ganz dünnen und sehr umfangreichen Katalogen wird durch

die Berücksichtigung der Komplexität garantiert. Ein detailliertes Benchmarking mit noch exakterer Ortsbestimmung im Wettbewerb ist die Folge.

ABZ: Weiterentwickelt haben Sie nicht nur die Kriterien. Auch das Ergebnis-Profil, das die Teilnehmer erhalten, hat sich verändert. Können Sie in drei Sätzen erläutern, worin die wesentliche Veränderung besteht?

Dr. Kraus: Es werden jetzt konkrete Schwerpunkte genannt, an denen für eine echte Optimierung des Katalogs in seinem Gesamtkonzept gearbeitet werden muss. Die Unternehmen bekommen zudem Vorschläge, wie die Optimierung aussehen könnte und eine Begründung für deren Notwendigkeit. Damit wird die schlichte Auflistung einzelner Stärken und Schwächen ohne Gewichtung und konkrete Verbesserungshinweise aus den beiden Vorjahren abgelöst.

PREISVERLEIHUNG „INKA – DER WETTBEWERB“

GESAMTSIEGER KATEGORIE PRINT:

Haberkorn Ulmer GmbH (Katalog Bau 2007)

BRANCHENSIEGER KATEGORIE PRINT:

Handel - **Häfele GmbH & Co. KG**
 Bau - **Haberkorn Ulmer GmbH**
 Maschinen/Geräte - **Festool GmbH**
 Automotive - **VB Autobatterie GmbH & Co. KGaA**
 Werkzeuge - **Festool GmbH**

NOMINIERT IN DER KATEGORIE PRINT: (in alphabetischer Reihenfolge)

EJOT Baubefestigung GMBH (Katalog 2007)
Festo Didactic GmbH Co.KG (Katalog 2008)
Festool GmbH (Katalog Festool 07/08)
Freudenberg Simrit GmbH & Co. KG (Katalog 2007)
Haberkorn Ulmer GmbH (Katalog Bau 2007)
Häfele GmbH & Co. KG (Katalog Möbel-beschläge 2007)
J. Wagner GmbH (Gesamtkatalog 2007/08)
RHEINZINK GmbH & Co.KG (Preisliste 09/2007)
RS Components GmbH (Katalog Oktober 2006 – September 2007)
Siemens AG (Katalog ITC 2008 Sitrain)

GESAMTSIEGER KATEGORIE ONLINE:

Wiha Werkzeuge GmbH (Online-Shop)

BRANCHENSIEGER KATEGORIE ONLINE:

Handel - **Conrad Electronic SE**
 Bau - **E. Ziegler Metallbearbeitung GmbH**
 Maschinen/Geräte - **Bosch Rexroth AG**

NOMINIERT IN DER KATEGORIE ONLINE: (in alphabetischer Reihenfolge)

Bosch Rexroth AG – Bosch Rexroth Pneumatics GmbH (Bosch Rexroth Pneumatics Catalog)
Bechtle AG (Bechtle Online-Shop/ Bechtle bios® Enterprise)
Conrad Electronic SE (Conrad Business-Onlineshop)
Wiha Werkzeuge GmbH (Online-Shop)
Werma Signaltechnik GmbH & Co.KG (E-Shop)

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: lars.riebesell@tanner.de

Niederlassung Duisburg

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

Niederlassung Erlangen

Nürnbergstraße 24-26, D-91052 Erlangen
 Tel. +49 9131 4010280
 Fax +49 9131 4011250
 E-Mail: klaus.krieg@tanner.de

Niederlassung Frankfurt-Eschborn

Mergenthalerallee 77, D-65760 Eschborn
 Tel. +49 6196 7793395
 Fax +49 6196 7793398
 E-Mail: richard.schwinn@tanner.de

Niederlassung Hamburg

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

Niederlassung München

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

Niederlassung Nürnberg

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

Niederlassung Paderborn

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

Niederlassung Reutlingen

Am Heilbrunnen 47, D-72766 Reutlingen
 Tel. +49 7121 144934-0
 Fax +49 7121 144934-20
 E-Mail: gunnar.beschle@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 8477809, Fax +84 8477809
 E-Mail: elmar.dutt@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
 macht Technik verständlich 

www.tanner.de