

**Zeitschrift:** Arbido  
**Herausgeber:** Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek  
Information Schweiz  
**Band:** 19 (2004)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Monitoring Informationswirtschaft : Millionen-Markt im Nano-Bereich  
**Autor:** Holländer, Stephan  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-768797>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 16.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Dies sind Experimente, wo wir auch immer wieder Grenzen erfahren, die deutlich machen, wie wichtig die Vernetzung ist, die Zusammenarbeit mit didaktischen Experten, von denen wir lernen können. In unserer Kooperation ist das vor allem die Volkshochschule Stuttgart.

In der medienpädagogischen Arbeit für Kinder, im Bereich Internetnutzung und Recherchekompetenz wird die Bibliothek selbst zur «Teaching Library» und vermittelt ihre spezielle Kompetenz in Kursen für ihre Kunden.

Ein deutlich steigender Bedarf liegt bei individuellen Beratungsangeboten. Junge Erwachsene, die in der Bücherei den Textverarbeitungs-PC nutzen, um eine Bewerbung zu schreiben, aber Schwierigkeiten mit der deutschen Sprache haben, wünschen sich Ansprechpartner in der Bibliothek, die bei der Formulierung und Gestaltung unterstützen. Oder ältere Menschen, die mit der neuen Technik nicht klar kommen und ganz einfache Grundfragen haben, beispielsweise «wie gehe ich mit einer Maus um», wünschen sich persönliche Unterstützung in der Bücherei.

Hier geht es wieder um die Balance zwischen digitalen Angeboten und der realen Situation – Beratung und Unterstützung, zugeschnitten auf die individuellen persönlichen Bedürfnisse –, ich sehe hier eine zentrale Zukunftsaufgabe, die nur die Bibliotheken erfüllen können.

In verschiedenen Stadtteilbüchereien erproben wir erste Schritte zur Förderung der Selbstlernkompetenz unserer Kunden, vom Internet-Help-Desk für Jugendliche über die individuelle Internetsprechstunde bis zur persönlichen Hilfestellung beim Schreiben einer Bewerbung.

#### **Die Bibliothek kreiert Netzwerke – virtuell und real**

Ein Beispiel für ein Wissensnetzwerk war das Projekt «Stuttgarter Netzwerk Sprachen», das die Stadtbücherei Stuttgart im Jahr 2001 anlässlich des europäischen Jahrs der Sprachen koordiniert hat.

Es sind in diesem Projekt viele Kooperationen entstanden, die über das Sprachenjahr hinaus nachhaltig weitergeführt werden. Das Projekt ist ein Beispiel für Lernen in vernetzten Strukturen, in denen Kultur- und Bildungseinrichtungen zu-

sammengearbeitet haben. Jeder hat seine Kompetenz eingebracht, der Synergieeffekt lag in der Bündelung, die zu einer anderen öffentlichen Wahrnehmung geführt hat.

Ein weiteres Beispiel ist das gemeinsame Programm mit der Volkshochschule bei den Lernfesten 2000 und 2002. Das Lernfest 2004 präsentiert die Vernetzung vieler Weiterbildungseinrichtungen in der Stadt.

Die Bibliothek ist ein zentraler Knoten im Netzwerk des Wissens in einer Stadt. Sie ist ein Forum für die Brücke zwischen den Wissensquellen, der Information und dem Diskurs, ein Forum für Kooperationen und offenes Lernen. Lernen ist Vorfreude auf sich selbst, sagt der Philosoph Peter Sloterdijk. Eine Lernwelt zu schaffen, die Freude macht, Neugier weckt und die Entdeckung des eigenen Ichs stärkt, ist die Idee der Bibliothek 21 – auch schon heute. ■

#### **contact:**

E-Mail: [ingrid.bussmann@stuttgart.de](mailto:ingrid.bussmann@stuttgart.de)

Internet:

[www.stuttgart.de/stadtbuecherei](http://www.stuttgart.de/stadtbuecherei)

## **Informationswirtschaft**

### **Monitoring Informationswirtschaft**

# **Millionen-Markt im Nano-Bereich**

■ **Stephan Holländer**  
SVD-ASD-Redaktor *Arbido*  
Präsident Think Tank  
SVD-ASD  
Wissenschaftlicher  
Dokumentar



**A**m 19. und 20. November 2003 fand in München der 2. Branchengipfel über die Strategien der Onlinehosts und Datenbankanbieter statt. Die Lage der Informationswirtschaft in Deutschland wurde in einem Bericht, der vom Bundeswirtschaftsministerium der Bundesrepublik Deutschland in Auftrag gegeben worden war, im weltweiten Vergleich analy-

siert. Hervorgehoben wurde in Vorträgen die Lage der Hosts, die in der Bundesrepublik tätig sind. Benutzer und Hosts verglichen Wünsche und Marktrealitäten im Dialog.

Im Vorfeld zum Genfer Weltgipfel zur Informationsgesellschaft jagte eine Veranstaltung die andere zu diesem Thema. Bei aller Diskussion über wichtige Fragen wie Digital Divide und Infrastrukturfragen über den Zugang zum World Wide Web ging ein wichtiges Thema aus dem Blickwinkel des professionellen Beobachters fast verloren, nämlich die gute Versorgung mit Wirtschafts- und Fachinformation. Sie sind ein wichtiges Element in einer entwickelten Informationsgesellschaft.

Führende Datenbankanbieter, wichtige Grosskunden, Vertreter der Berufsverbände aus den deutschsprachigen Nachbarländern und Angehörige aus der Informationswissenschaft kamen auf Initiative von

Willy Bredemeier (IIE und Password) und Sabine Graumann (NFO Infratest) zusammen, um im Rahmen des vom Bundeswirtschaftsministerium der Bundesrepublik Deutschland finanzierten Forschungsprojekts den 3. Trendbericht zur Informationswirtschaft zu diskutieren.

#### **Die Zielsetzungen des Berichts**

Rolf Franke vom Bundeswirtschaftsministerium erläuterte in einem kurzen Exposé die Absichten seines Ministeriums mit diesem Bericht:

- Herstellen von Markttransparenz
- Erkennen von Chancen und Handlungsbarrieren
- Vorstellen der Resultate des Berichts zugunsten einer interessierten Öffentlichkeit

In den Kernaussagen hält der Bericht fest, dass die Folgen der weltweiten Konjunkturschwäche auch an der deutschen



Informationswirtschaft nicht spurlos vorübergegangen sind. Die Bundesrepublik Deutschland konnte ihre Wettbewerbsfähigkeit unter den führenden Ländern in der Informationswirtschaft knapp halten.

So fiel nach Angaben des European Information Technology Observatory (EITO) das Wachstum des deutschen Marktes für Telekommunikation im Jahr 2002 mit 1,3 Prozent (2001: 3,2 Prozent) nur sehr schwach aus. Der Markt für Informationstechnik schrumpfte sogar um 3,7 Prozent (2001: +0,8 Prozent). Erstmals seit über zehn Jahren ist laut Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) 2002 die Zahl der IKT-Kräfte in Deutschland zurückgegangen. Die Branche zählte im Vorjahr nur noch 784 000 Beschäftigte.

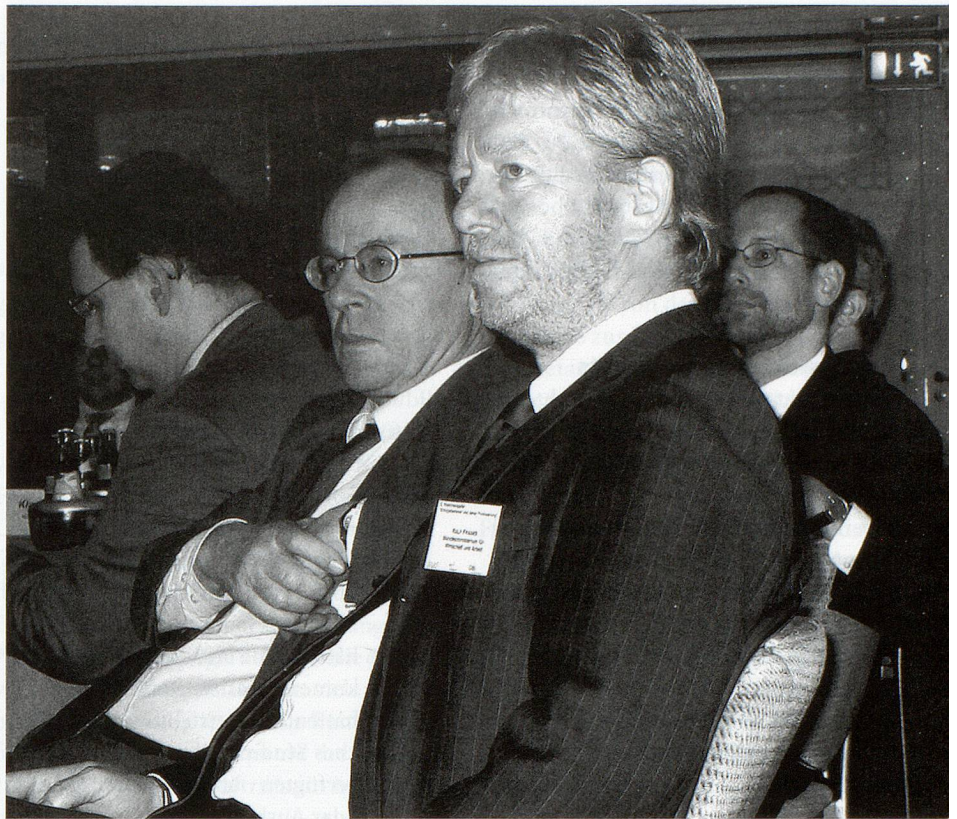
### Die wirtschaftliche Flaute

Da die Rezession allerdings weltweit und insbesondere auch in anderen europäischen Ländern zu spüren ist, behält die deutsche IKT-Industrie eine Spitzenposition in mancherlei Hinsicht: So ist Deutschland auch 2003 weltweit der drittgrößte Ländermarkt für IKT mit einem Weltmarktanteil von 5,8 Prozent nach den USA (31,5 Prozent) und Japan (12,5 Prozent). Mit 131,2 Milliarden € Umsatz bleibt Deutschland in Europa Marktführer mit einem Anteil von 21,6 Prozent. Auch im Bereich Telekommunikation führt Deutschland mit 66,3 Milliarden € Umsatz den europäischen Markt an. Auf dem Markt für Informationstechnik liegt Deutschland mit 64,9 Milliarden € in Europa an zweiter Stelle nur knapp hinter dem Spitzenreiter Grossbritannien (65,8 Milliarden €).

### Weitere Ergebnisse

Insbesondere im elektronischen Handel hat Deutschland im internationalen Vergleich eine Vorreiterrolle. Deutschland ist vor Skandinavien und Grossbritannien europäischer Marktführer im E-Commerce. Sein Weltmarktanteil nach Gesamtumsätzen lag 2002 bei 4,8 Prozent und wird sich bis 2004 auf 9 Prozent fast verdoppeln. Der deutsche E-Commerce-Umsatz wird nach Schätzungen des Forschungs- und Beratungsunternehmens eMarketer für 2003 103,0 Milliarden € betragen (Grossbritannien: 95,5 Milliarden €).

Nach E-Commerce (Electronic Commerce) wurde auch der M-Commerce (Mobile Commerce) als neuer Teilmarkt analysiert. Die Anbindung von Handies und PDAs (Personal Digital Assistants) an das Internet ermöglicht auch unterwegs



Wenn Nutzer und Hosts die Dinge aus unterschiedlichem Blickwinkel sehen, ist gerade das gemeinsame Gespräch von grosser Wichtigkeit.

Foto: Willy Bredemeier

den Zugriff auf das Internet. Einfache Bedienung und die Möglichkeit, in Abhängigkeit von seinem Standort den Nutzer gezielt mit Informationen zu versorgen, sind zwei der Schlüsselmerkmale von M-Commerce. Es gilt, zu vermerken, dass mit mehr als 20 Millionen Handynutzern in Deutschland die Anzahl der Nutzer bereits jetzt doppelt so hoch ist als die der Internet-Nutzer. Im M-Commerce war Deutschland mit 6 Millionen € Umsatz im Jahr 2002 europäischer Marktführer, gleichauf mit Grossbritannien, vor Italien mit 5 Millionen €.

Im B2C-Bereich, also dem elektronischen Handel zwischen Unternehmen und Endverbrauchern, sind die Deutschen Trendsetter: Hier haben die Internetnutzer nach neuesten Umfrageergebnissen Grossbritannien und Japan überholt und liegen mit einem Anteil von 26 Prozent Online-Shoppern weltweit an dritter Stelle hinter den USA (32 Prozent) und Südkorea (31 Prozent). In Europa rangiert Deutschland damit an erster Stelle vor Grossbritannien (25 Prozent) und Norwegen (23 Prozent). Sowohl im europäischen Vergleich als auch in Relation zum weltweiten Durchschnitt geben die Online-Shopper in Deutschland mehr Geld im Internet aus als in anderen Ländern, auch wenn sich die einzelnen Summen zu 89 Prozent zwischen 1 und 500 € bewegen.

Etwa 86 Prozent des weltweiten E-Commerce-Volumens werden vom

Handel zwischen Unternehmen generiert. Mit einem B2B-E-Commerce-Umsatz von 81,4 Milliarden € ist Deutschland europäischer Spitzenreiter und hält am weltweiten B2B-Markt einen Anteil von 4,4 Prozent, der bis 2004 auf 8,3 Prozent zunehmen soll.

Diese positive Entwicklung ist auch auf die deutlichen Fortschritte deutscher Unternehmen bei der Einführung von E-Business zurückzuführen: 97 Prozent der deutschen Betriebe haben laut dem Department of Trade and Industry (London) mittlerweile Internetzugang (2000: 87 Prozent). Auch in Schweden und Italien besitzen bereits nahezu 100 Prozent der Unternehmen Internetzugang. In Japan, Grossbritannien und den USA sind es ebenfalls über 90 Prozent. Bei der Anwendung mobiler Internetzugangstechnologien gehören deutsche Unternehmen neben britischen und US-amerikanischen international zu den Spitzenreitern.

85 Prozent der deutschen Unternehmen waren 2002 mit einer eigenen Präsenz im Internet vertreten, im Jahr 2000 waren es erst 66 Prozent. Ein solcher signifikanter Zuwachs von Unternehmen mit einer Website liess sich nur noch in Japan feststellen.

Zusammen mit Australien und Schweden konnte Deutschland im Jahr 2002 ausserdem einen Zuwachs an Unternehmen verzeichnen, die Online-Handel betreiben. Ihr Anteil an allen Unternehmen



stieg im Zeitraum 2001–2002 von 23 Prozent auf 30 Prozent.

Auch bei der Zahl der B2B-Plattformen im Internet gehört Deutschland zu den internationalen Spitzenreitern: In Europa verfügt Deutschland mit Abstand über die meisten B2B-Marktplätze (222), dies bedeutet weltweit den zweiten Rang hinter den USA.

### Erfolgsfaktoren der Hosts

Die Referate an der Tagung richteten den Blick auf die Informationswirtschaft. Als ein wichtiger Teilmarkt für Informationsfachleute wurde der Markt der Hosts aus zwei Blickwinkeln analysiert. Wolfgang Stock von der Universität Düsseldorf stellte in seinem Vortrag die erhobenen Erfolgsfaktoren aus Sicht der Wirtschaftshosts dar (vgl. Tabelle weiter unten).

### Wie sehen die deutschen Information-Professionals die Hosts?

Rita Weissenberger (i2k service gmbh, München) hat in einem zweiten Vortrag die Einschätzungen der Information-Professionals im professionellen Gebrauch der Online-Datenbanken erhoben. Der in der Pause vorgebrachten Meinung eines Vertreters der Hostbranche, dass die Umfrage bei nur 30 versandten Fragebogen und

einem Rückfluss von 14 beantworteten Fragebogen als nicht repräsentative Erhebung zu gelten habe, muss angesichts der vorgestellten Antworten aus Nutzersicht widersprochen werden. Die anwesenden Nutzer fanden sich in den vorgestellten Antworten wieder. Kein Nutzer widersprach im Plenum den vorgestellten Antworten, es war vielfach beipflichtendes Nicken festzustellen.

Interessant war die Erhebung zur Ausbildung der Informationsfachleute. Hier war für den Schweizer Beobachter interessant, mit welchen Ausbildungen die Informationsfachleute vertreten sind:

- 9% verfügen über ein Studium der Informationswissenschaften,
- 15% über eine Ausbildung zum Dokumentar,
- 5% hatten eine Ausbildung zum Dokumentarassistenten,
- 34% hatten ein betriebswissenschaftliches Studium absolviert,
- 37% verfügten über andere Studien oder Ausbildungen.

In den einzelnen Branchen sind die Informationsfachleute je nach Branche in unterschiedlichem Umfang spezialisiert. Vergleicht man den Spezialisierungsgrad der Online-Rechercheure an ihren jeweiligen Stellen, so ergeben sich interessante Branchenunterschiede:

Auf ein bestimmtes Gebiet punkto Recherchen sind  
87,5% der Informationsfachleute in den Banken,  
33,3% der Informationsfachleute in Industrie oder Dienstleistungsbranche,  
100% der Informationsfachleute der Consulting-Branche spezialisiert.

Befragt man die Information-Professionals der drei Branchen nach der Nutzung der einzelnen Hosts durch die Informationsvermittlungsstellen der jeweiligen Branchen, so ergibt sich folgendes Bild (stammt aus einer Umfrage im Jahr 2002, könnte jetzt ganz anders aussehen, v.a. bei Lexis/Nexis.):

Datastar	67%	Consulting
	100%	Industrie
	50%	Banken
Dialog	67 %	Consulting
	80 %	Industrie
	62,5%	Banken
Factiva	89%	Consulting
	60%	Industrie
	75%	Banken
GBI	100%	Consulting
	80%	Industrie
	100%	Banken
Genios	100%	Consulting
	80%	Industrie
	100%	Banken
Lexis/Nexis	89%	Consulting
	40%	Industrie
	62,5%	Banken

Erfolgsfaktoren	GBI	Genios	Factiva	Dialog
Ausweitung des B-to-C Marktes	2	2	2	5
Ausweitung des B-to-B Marktes	3	1	1	1
Strategische Allianzen mit anderen Unternehmen der eigenen Branche	2	2	1	3
Strategische Allianzen mit Unternehmen der New Economy	5	2	–	5
Strategische Allianzen mit Bibliotheken	2	3	4	1
Strategische Allianzen mit Verlagen	1	1	1	1
Noch mächtigere Bool'sche Retrievalsysteme	6	2	2	3
Noch mächtigere Systeme automatischer Indexierung	4	1	1	3
Grösseres Angebot an Datenbanken	2	3	1	1
Einheitliche Indexierung über alle Datenbanken	2	1	1	1
Volltexte ausschliesslich im Originallayout	5	1	4	2
Weniger intellektuelle Indexierung	2	–	–	5
Branchenmarketing	4	2	3	2
Kooperation mit den Hochschulen	1	2	2	1

Zu beachten: Es gilt das deutsche Bewertungssystem 1 (= besonders relevant) bis 6 (= völlig irrelevant).

Anzeige

**www.archivschachtel.ch ?** **www.oekopack.ch !**  
juerg.schwengeler@oekopack.ch

Oekopack AG, Rougemont 7, CH-3604 Thun, Tel: +41(0)33 654 66 06; Fax: +41(0)33 654 28 89



Dies lässt den Schluss zu, dass die Informationsvermittlung in Deutschland aufgrund der wirtschaftlichen Flaute firmenintern unter immer stärker werdenden Kostendruck gerät.

Befragt zu den Gründen und den Wünschen sind die Aussagen, je nach Host und Datenbankanbietern gegliedert, aufschlussreich. Hier seien, stellvertretend für die ganze Branche, einige Hosts bzw. Datenbankanbieter erwähnt:

#### *Lexis/Nexis*

Von den Befragten wurden die intransparente Preisgestaltung und die teuren Tarife kritisiert sowie der geringe Bedarf an angebotenen Quellen genannt, wobei hier sicher der zu wenig grosse Umfang an deutschsprachigen Quellen gemeint ist.

Die deutschsprachige Website bringt keinen Mehrwert, da sie den gleichen Inhalt hat wie ihr englischsprachiges Vorbild. Ein Wunsch wäre auch die geringere Mitarbeiterfluktuation bei Lexis/Nexis Deutschland.

#### *Factiva*

Hier ist die Preispolitik des Hosts das einzig ausschlaggebende Motiv zur Kündigung des Vertrags.

#### *Thomson/Dialog*

Hier wird seitens der befragten Informationsfachleute eine Stagnation bei der Entwicklung der deutschsprachigen Quellen festgehalten.

#### *Dun&Bradstreet*

Bei Dun&Bradstreet wird bemängelt, dass das automatische Frühwarnsystem bei jedem Einloggen ausgeschaltet werden muss, um die Dienstleistung nicht verrechnet zu bekommen. Unter der alten Oberfläche war dies gerade umgekehrt gewesen.

Unabhängig von einzelnen Hosts werden als Gründe für die Kündigung von Verträgen von mehreren Nutzern angeführt, dass man sich bei einer Evaluierung von Konkurrenzprodukten aus Kostengründen für einen von zwei Hosts zu entscheiden hat. In einzelnen Fällen gab auch die mangelnde Kundennachfrage den Ausschlag. Mangelnde Flexibilität oder fehlendes Servicebewusstsein von Anbietern wurde auch unter den Kündigungsgründen genannt. Angesichts des grossen Kostendrucks ist es das Ziel von Information-Professionals, das Nutzungsprofil mit möglichst genau dazupassenden Datenbanken bei einer

möglichst geringen Anzahl von Hosts abzudecken.

### **Die Weiterentwicklungen bei den Hosts werden aufmerksam registriert**

In der Umfrage kommt deutlich zum Ausdruck, dass die Nutzer die Verbesserungen und Neuerungen bei den Hosts sehr genau wahrnehmen:

#### *Genios*

Beim neuen Webauftritt von Genios werden die kostenlose Suche, das KWIC-Format und der Zugang zu den Factiva-Quellen positiv vermerkt. Weniger zu gefallen wusste das Layout, das als zu überladen, unübersichtlich empfunden wurde. Die Ladezeiten der Seiten sind zu langsam. Auch kann die Navigation und die Suche verbessert werden, da hier zu viele Clicks notwendig sind. Die Admin-Funktionen funktionierten zum Zeitpunkt der Lancierung des neuen Webauftritts im Mai noch nicht.

#### *GBI*

Das bessere Angebot an deutschen Firmeninformationen wird positiv hervorgehoben. Der neue Webauftritt wird als sehr unkompliziert und benutzerfreundlich empfunden. Die schnellen Antwortzeiten und das leichtere Auffinden einzelner Quellen wird von den Nutzern einhellig gelobt.

#### *Factiva*

Die komfortable Suchoberfläche erlaubt effizientere Suchstrategien und zeichnet sich durch ein umfangreicheres Quellenangebot aus. Negativ äusserten sich die Nutzer zum Ende der Kooperation mit Genios, denn so muss nun auf zwei Hosts recherchiert werden, um die wichtigsten Quellen bei einer Recherche abdecken zu können.

### **Dialog zwischen Nutzern und Hosts**

Im sich anschliessenden Gedankenaustausch zwischen Hosts und Nutzern wurde klar, dass die Hosts über den kleinen Markt der Information-Professionals hinauswachsen müssen. Dem Enduser wird schon jetzt mit spezifischen Nutzeroberflächen das Recherchieren schmackhaft gemacht.

Dies geht aber an den Realitäten in den Unternehmen vorbei. Dort sind meist die Intranetportale die Angebote, die von Gelegenheitsrechercheuren genutzt werden. Für diese ist meist nicht ersichtlich,

was im Hintergrund dieser Oberfläche abläuft. Ein weiteres Abschreckungspotential hat die Preispolitik einiger Hosts für KMUs, besonders für Firmen, die über keinen eigenen Information-Professional verfügen.

Wie von einer deutschen Kollegin aus dem Bankenbereich treffend bemerkt wurde, sei sie von der Fachfrau der Online-Recherche zur Inhaltsverantwortlichen des Intranetangebots ihres Arbeitgebers geworden. Sollten diese Entwicklungen anhalten, so muss seitens der Hosts die restriktive Haltung gegenüber dem Einstellen von Inhalt ihrer Datenbanken in das Firmenintranet neu überdacht werden.

Der von Wolfgang Stock gemachte Vorschlag, dass die DGI ein Gütesiegel einführen soll, stiess auf ein geteiltes Echo. Der Ruf nach mehr deutschsprachigen Quellen scheint ein Dauerbrenner unter deutschen Nutzern zu sein und findet im Lichte der weltweit agierenden Grosskunden der Hosts seine Relativierung.

### **Zum Schluss ein frommer Wunsch**

Anwesende Hosts und Nutzer waren sich einig, dass es Sabine Graumann und Willy Bredemeier verstanden haben, in einer interessanten und gut organisierten Veranstaltung Nutzer und Hosts miteinander ins Gespräch zu bringen.

Aus Schweizer Sicht wäre es sicher sinnvoll, wenn die Studie auch auf die deutschsprachigen Nachbarländer ausgedehnt werden könnte und sich die Schweiz an einer Kofinanzierung der Studie beteiligen würde. Inter-Reg-Förderungsmittel könnten ja einen zusätzlichen Anreiz für die beteiligten Länder bilden. Ein sehr frommer Wunsch, angesichts der Lage der Bundesfinanzen, wie der Schreibende aus eigener Erfahrung weiss. ■

#### **contact:**

E-Mail: [hollaender@bluemail.ch](mailto:hollaender@bluemail.ch)



Arbido  
**IM ABO**

TEL. 031 300 63 41, FAX 031 300 63 90  
E-Mail: [abonnemente@staempfli.com](mailto:abonnemente@staempfli.com)