



**DIE 2 GEHEIMNISSE,
DIE SIE KENNEN MÜSSEN
UM DEN HERAUSFORDERUNGEN
IN DIESEM BESONDEREN
MOMENT ENTGEGENTRETEN
ZU KÖNNEN**

VERDIENEN SIE WIEDER GELD

Und Zwar So Wie Sie Es Gewohnt Sind!

By Maurizio Porta

DIE 2 GEHEIMNISSE, DIE SIE KENNEN MÜSSEN UM DEN HERAUSFORDERUNGEN IN DIESEM BESONDEREN MOMENT ENTGEGENTRETEN ZU KÖNNEN



Momentan sehe ich eine sehr positive Zeit, nicht für jeden, aber im Durchschnitt sehe ich Kunden, die mit großem Mut den Herausforderungen des Augenblicks begegnen.

UND DAS SIND DIE BEIDEN!

1. STRATEGIE
2. SKALIERBARKEIT

**NAHEZU ALLE PROBLEME FINDEN IHREN
URSPRUNG IN DIESEN BEIDEN URSPRÜNGEN**

MÖCHTEN SIE DIESE PROBLEME LÖSEN

.... DANN FOLGEN SIE MIR, ICH WEISS WIE!

GEHEIMNIS: STRATEGIE

Heutzutage können Ihre Konkurrenten Ihr Produkt schnell kopieren. Das Geheimnis besteht darin, Ihren "Mehrwert" nicht im Produkt, sondern in der STRATEGIE zu schaffen.

Warum bin ich zu dieser Schlussfolgerung gekommen?

Ihre STRATEGIE ist, wenn sie gut eingerichtet ist, eine Waffe, die kaum kopiert werden kann!

Das Produkt kann viel einfacher kopiert werden.

**WENN SIE IHRE STRATEGIE EFFIZIENTER
GESTALTEN; WERDEN IHRE KONKURRENTEN INS
TRUDELN GERATEN!**

Bei den vielen Unternehmen die ich besuche, bemerke ich einen großen Unterschied in den

STRATEGIEN: Unternehmen, die auf Beschwerden der Marktforderung nach kleinen/mittleren Mengen reagiert haben, andere hingegen haben sich mit einer sehr EFFEKTIVEN STRATEGIE strukturiert.

Letztere haben ihr Geschäftsmodell geändert, d. H. zuvor waren sie darauf ausgerichtet, auf große Lose mit dem Einsatz von Transfermaschinen zu reagieren.

WENN SIE IHRE STRATEGIE EFFIZIENTER GESTALTEN; WERDEN IHRE KONKURRENTEN INS TRUDELN GERATEN!

Jetzt haben sie verstanden, dass die Reaktion auf kleine/mittlere Lose eine Möglichkeit geworden ist, neue Kunden anzusprechen!

Einmal den Kunden mit kleinen/mittleren Chargen gelockt, können sie dann auch die grösseren Losgrößen bedienen.

Wie Sie sehen, ist die so konzipierte STRATEGIE ein programmierter Weg, um neue Kunden zu gewinnen und geht über das Produkt hinaus.

In der Tat, Ihr Produkt wird zur STRATEGIE, es ist nicht mehr das, was Sie tun, sondern WIE SIE ES TUN!

Heutzutage können Sie nicht mit dem Markt in Verbindung treten, der Ihr Produkt (Backend) sofort verkauft. Sie müssen ein Produkt "Magnet" (Frontend) haben, um Kunden anzulocken, das Front-End-Produkt ist NIEMALS das Produkt, mit dem Sie marginalisieren.

Um es einfacher zu machen, ist es so, als ob du ein Mädchen fragst:

"Kann ich zwei Minuten mit dir reden, um herauszufinden, ob du mich heiraten willst?"

Zu plump!

Wie Sie wissen, beginnt es mit einem Gespräch, dem Austausch von Telefonnummern, Nachrichten in WhatsApp, dann ein Aperitif mit viel, viel Alkohol, dann versuchen Sie ... Nein, nein, ich mache Witze ... dann haben Sie ein Abendessen und so weiter, bis Sie, wenn Sie die verschiedenen Schritte passieren, das Endziel erreichen, das Sie vom ersten Tag an im Sinn hatten: Heirat (nur um in der Romantik zu bleiben ...)

Wenn wir den persönlichen Bereich verlassen und versuchen, in das geschäftliche zu gehen, sehen wir zum Beispiel im Inkjet-Drucker-Bereich, wo der Drucker zum Front-End-Produkt wird: Es wird damit nicht ausgegrenzt, sondern man kauft es für 39,90 Euro während das Produkt Back-End, die Tintenpatronen für 49,90 € zu haben sind und die braucht man deutlich öfter.

Oder, wieviele Telefongesellschaften geben Ihnen das Telefon (kostenlos) mit einem 24-Monats-Vertrag, ein

Front-End-Telefon, ein Back-End-Vertrag.

Ein Front-End-Produkt zu haben, um zum Back-End-Produkt zu gelangen, ist ein strategischer Weg, der, wie Sie sehen, über das Produkt selbst hinausgeht!

Aus diesem Grund haben sehr fähige Unternehmen (wenige), statt sich über die vom Markt geforderten kleinen/mittleren Mengen zu beschweren, verstanden, dieses Problem in eine Chance zu verwandeln, die es zu einem Frontend-Produkt macht.

Diese innovativen Unternehmen haben begonnen, ihre Front-End-Produkte, d.h. die Produktion von kleinen/medium Lose, eine sehr "NICHT SINNMACHENDE" Bewegung, auf den ersten Blick ein Selbstmord, niemand will diese Probleme ...

Tatsächlich blieb der Wettbewerb kurz nachdem der neue Kunde den Front-End-Service von kleinen und mittleren Losen schätzte. Erst danach war die Fortsetzung dieser Dienstleistung an den Kauf der großen Lose (Backend) gebunden, die alle anderen Wettbewerber angeboten haben, um die Marktanteile zu erhöhen.

Hätten diese Unternehmen ihr Backend-Produkt sofort angeboten, hätten sie keine Chance gehabt, den Kunden zu akquirieren, aber dank des Front-End-Produkts kamen sie dann, um das Backend zu verkaufen.

Theoretisch können Sie mit der industriellen Rechnungslegung den Punkt erreichen, dass Sie mit dem Frontend-Produkt nicht marginalisieren oder gar Verluste eingehen und sich dann mit dem Back-End-Produkt erholen.

Warum habe ich Ihnen diese Geschichte der Geschäftsstrategie erzählt?

Zunächst einmal, um Ihnen einen Ausgangspunkt und einen Anreiz zu geben, Ihr Geschäftsmodell zu ändern. Vor ein paar Jahren wurde es noch nicht benötigt. Heute müssen Sie klare STRATEGIEN haben, um Ihr Endprodukt auf den Markt zu bringen.

Ich bin mir sicher, dass es in der Branche, in der Sie tätig sind, viele andere Unternehmen gibt, so wie Sie, die sich sehr bemühen, dem Endkunden Ihre Stärken aufzuzeigen

In dem Bemühen, auf Ihren differenzierenden Punkt hinzuweisen, sieht der Kunde Sie und andere auf der gleichen Ebene und das logische für Ihn ist (und Sie würden es auch tun ...) für das gleiche Produkt der einzige verfügbare Hebel der Preis ist ... und so fallen wir hier in den Preiskrieg, und wir alle kennen die relativen negativen Folgen. In der Lage zu sein, sich durch eine Strategie anders als Ihre Konkurrenz zu positionieren, ermöglicht Ihnen einen Angriffswinkel, den andere nicht haben, also denken Sie an ein Front-End-Produkt, um erst nach dem Back-End-Produkt anzukommen, Sie positionieren anders und es erlaubt es Ihnen, nicht in den Preiskrieg zu geraten, weil Sie sich nicht mit anderen vergleichen können.

*Ich bin mir sicher, dass es in der Branche,
in der Sie tätig sind, viele andere
Unternehmen gibt, so wie Sie, die sich
sehr bemühen, dem Endkunden Ihre
Stärken aufzuzeigen*

Wir alle wollen 3 Dinge NICHT:

1. mit anderen Wettbewerbern in unserem Sektor verglichen werden;
2. in einen Preiskrieg geraten;
3. Umgang mit Kunden ohne Geld.

Zweitens, wenn Sie in der Herstellung von Werkstücken mit TRANSFER-Maschinen tätig sind, könnte die Herstellung von kleinen und mittleren Losgrößen Ihre NEUE STRATEGIE sein.

Drittens, die WICHTIGSTE: Sie müssen wissen, dass mit der Methode der PRODUKTIVEN FLEXIBILITÄT, nur noch produzieren was Sie verkaufen, Sie weniger Stress haben und deutlich mehr Rendite. Lernen Sie mit kleinen und mittleren Losgrößen umzugehen und stürzen Sie Ihre Konkurrenten ins Chaos!!

**DIESES FUNKTIONIERT NUR, WENN SIE SICH
VERÄNDERN WOLLEN; SAGEN SIE NICHT: WIR
MACHEN DAS SCHON IMMER SO!**

Mit der METHODE können Sie nicht nur marginalisieren, was in der Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens sehr wichtig ist, sondern dank der Flexibilität und Geschwindigkeit des Umrüstens auch deutlich liquider bleiben, also weniger Lagerbestand und mehr Cash auf dem Konto haben!

Ich bin zu dem Schluss gekommen, dass unternehmerischer Gewinn wichtig ist, aber er ist nur Theorie, Geld ist Realität!

Ich weiß, dass viele meiner Vision nicht zustimmen werden, aber die Rechnungen, die Investitionen, die Sie mit dem Gewinn tätigen, oder das Geld auf dem Konto?

Offensichtlich müssen wir verstehen, über welches Geld wir sprechen, denn wenn das Geld, das Sie haben, nur das Ergebnis von Bankkrediten ist, ist es offensichtlich "schlechtes" Geld.



Das größte Hindernis, das ich oft sehe, ist der Widerstand gegen Veränderungen. Sie möchten unterschiedliche Ergebnisse erzielen, ohne etwas ändern zu wollen.

Aber nach Ihrer Meinung ... wenn Sie Ihr Verhalten nicht ändern, wie hoch sind dann Ihre Chancen auf Verbesserung?

Ich weiß es ... Ich weiß es ... ich weiß es

NULL!!

Wenn Sie an einem WECHSEL interessiert sind, vertiefen Sie dieses Thema und besellen Sie das Buch von über 220 Seiten, zum Thema PRODUKTIONSFLEXIBILITÄT. Neben der Methode finden Sie auch viele Anwender die bereits sehr positive Erfahrungen gemacht haben!



Um das Buch zu erhalten, gehen Sie auf:

www.buch-ueber-flexible-produktion.de

**UND JETZT GEHEN WIR ZUM ZWEITEN GEHEIMNIS:
SKALIERBARKEIT**

Heute sehe ich Unternehmen die sehr gut auf dem Markt positioniert sind, aber mit einem Problem der Skalierbarkeit des Geschäfts.

Was meine ich mit Skalierbarkeit?

Der erste Schritt besteht darin, ein ausgezeichnetes Produkt/eine ausgezeichnete Dienstleistung für den Verkauf auf dem Markt zu haben. Dies ist normalerweise nie das Problem, viele, viele Unternehmen haben ausgezeichnete Produkte. Deshalb stelle ich die Hypothese auf, dass Sie bereits in dieses Problem gelöst haben.

Also, lassen Sie uns doch einfach mal die Frage stellen:

Ist mein Geschäft skalierbar?

Im Allgemeinen ist ein Unternehmen und seine Fähigkeit dann skalierbar, wenn es schnell auf der Grundlage der Marktnachfrage wachsen kann.

Im Geschäft entscheidet klar skalierbare Lösungen oft über den Erfolg eines Unternehmens.

Die Frage die Sie sich also stellen müssen:

“Wenn der Markt nach 10, 100, 1000 mal mehr meiner Produkt verlangt, kann ich einer solchen Anfrage gerecht werden?”

Hauptsächlich zeigt diese Übung die berühmten

Engpässe auf, d.h. Abteilungen, Lieferanten, Rohstoffe, also Bereiche in denen es scheinbar unmöglich ist, mehr zu produzieren um den Markt zu versorgen und es dann einfach der Konkurrenz überlassen dies zu tun.

In letzter Zeit habe ich Unternehmen kennengelernt, die Bereiche mit "Engpässen" identifiziert haben, und ich wurde in Frage gestellt, um Lösungen zu finden.

Dazu gebe ich Ihnen eine unmittelbare Prämisse: Diese "Engpässe" sind in Unternehmen aufgetreten, die ganze Batterien von Bearbeitungszentren arbeiten.

Ja, weil das Konzept der Skalierbarkeit zu oft nur nach oben gedacht wird, aber sie muss auch nach unten praktikabel sein.

Alles funktioniert wie das manuelle Schalten Ihres Autos: Ein gutes Rennen der Formel 1 braucht Gangwechsel, sowohl nach oben, aber in bestimmten Abschnitten auch nach unten.

Der Gewinner ist derjenige, der rechtzeitig in den richtigen Gang schaltet!

Sehen wir uns nun an, wie die METHODE PRODUKTIVE FLEXIBILITÄT ein neues Geschäftsmodell enthält, das herauf- und herunterskaliert werden kann.

SKALIERBAR NACH OBEN:

Erinnern wir uns noch einmal an die Definition von skalierbar:

"Die Fähigkeit, schnell den Marktanforderungen folgen zu können."

Das FLEXIBLE PRODUKTIONS-Verfahren ist eine Methode, mit der wir die Aufwärtsskalierbarkeit erreichen, wenn wir es mit einer Batterie von Bearbeitungszentren vergleichen.

Wenn Sie auch diese Anzahl von Bearbeitungszentren einsetzen ... dann habe ich etwas Interessantes für Sie, denn ich kenne die 7 Probleme, die Sie in diesem Bereich haben und wie sie die Skalierbarkeit Ihres Unternehmens behindern!

Wenn Sie das alles auch herausfinden wollen, holen Sie sich mein neues Buch:

BEARBEITUNGSZENTREN: ZUVIEL FLEXIBILITÄT MACHT IHRE PRODUKTIVITÄT ZUNICHTE!



Um das Buch zu erhalten, gehen Sie auf:

www.maurizioporta.de

Auf den letzten Seiten finden Sie Erfahrungsberichte derjenigen, die diese Methode bereits erfolgreich umsetzen!

In dem Buch finden Sie auch, wie sie nach oben streben, und die WIRKSAMKEIT stetig erhöhen, das heißt wettbewerbsfähig zu produzieren.

Nun, wenn Sie sich nochmal erinnern, haben Sie in diesem Artikel gelesen, wie Sie die Methode PRODUKTIVE FLEXIBILITÄT anwenden können, indem Sie den Weg in die entgegengesetzte Richtung der PRODUKTIVITÄT gehen.

Sie werden sich daran erinnern, wie die METHODE den Vorteil der FLEXIBILITÄT beschrieben hat, die darauf abzielt, kleine/mittlere Losgrößen auch mit dem Frontend Produkt zu marginalisieren und Ihnen zukünftig erlaubt, liquider zu bleiben ...

In diesem Fall wurde ich von Firmen angerufen, die TRANSFER-Maschinen benutzen und hatte das Problem der kleinen mittleren Mengen.

Schlussfolgerungen:

Die Methode ist ein skalierbares Abwärts- (Buch 1) und Aufwärts-Geschäftsmodell (Buch 2).

Es ist kein Zufall, dass die METHODE auf zwei Worte getauft wurde: Erstens, die FLEXIBILITÄT, die Ihnen die Möglichkeit bietet, die Möglichkeiten Ihrer Firma nach unten zu reduzieren. Zweitens, das Wort PRODUKTION, das die Gelegenheit bietet, die Produktionsgeschwindigkeit deutlich zu erhöhen!

Jetzt habe ich Ihnen alle Basics gegeben, um zu verstehen, wie Sie investieren müssen, damit Ihr Unternehmen skalierbar ist und Sie daran erinnert, dass:

Im täglichen Geschäft entscheiden klar skalierbare Lösungen oft über den Erfolg eines Unternehmens.

... und das WECHSEL oft das größte Hindernis ist, das Sie von einem neuen Siegermodell trennt!

Grundsätzlich ist das Ansprechen und Umsetzen des WECHSEL der erste Schritt zum SIEG!

Jetzt haben Sie keine Ausreden mehr, ich bringe Sie auf den richtigen Weg, die Wahl liegt nur bei Ihnen!

ERGEBNISSE, nicht PRODUKTE...



Jeder von uns verkauft ein Ergebnis.

Oder besser gesagt, jeder unserer Kunden kauft nur eine Sache von uns: ERGEBNISSE!

Wenn Ihnen das nicht klar ist, riskieren Sie, das Sie Ziel Ihres Unternehmens verlieren und generell eine falsche Sichtweise.

Betrachten Sie meinen Fall zum Beispiel. Erst als ich verstand, dass ich vom Verkauf des PRODUKTS zum Verkauf des ERGEBNISSES gehen musste, begannen sich die Dinge in die richtige Richtung zu drehen.

Viele Leute denken, dass der Erfolg, den ich habe, dem Produkt zu verdanken ist, das ich anbiete, dem MULTICENTER, aber ich verrate Ihnen ein Geheimnis:

So ist es nicht...

Viele Leute gratulieren mir zu dieser schönen Erfindung ... Aber vor dem MULTICENTER existierten fast identische Maschinen (naja, aber nur fast 😊).

Eigentlich habe ich nichts neues erfunden, weil die Kunden schon vor dem MULTICENTER die geforderte Produktion erreichen konnten, wenn vielleicht auch nicht ganz so befriedigend...

Ich habe eine Frage entschlüsselt, die bereits vorher existierte, also argumentiere ich, dass ich nichts erfunden habe, aber diese Frage wurde damals noch anders beantwortet.

Manchmal, indem man TRANSFER-Maschinen

einsetzte, die versuchen, Flexibilität wie Revolverköpfe und Drehklemmen einzuführen, aber trotzdem noch immer eine Transfermaschine bleiben und nicht im wahrsten Sinne des Wortes flexibel sind.

Zu anderen Zeiten dann von ganzen Batterien von Bearbeitungszentren oder Doppelspindelzentren, die zwar auch sehr produktiv sind, aber immer noch unproduktiv bleiben und sehr offensichtliche Einschränkungen haben.

Ich stellte mich dem Markt vor, indem ich eine METHODE, keine Werkzeugmaschine, die Methode PRODUKTIVE FLEXIBILITÄT anbot, für die ich 2015 ein Buch veröffentlichte, das jetzt in 9 Sprachen übersetzt wurde.

Seit ich auf dem Markt bin, um ein ERGEBNIS zu verkaufen, hat sich alles verändert!

Welches Ergebnis verkaufe ich denn nun?

In Wirklichkeit gibt es zwei grundlegende Ergebnisse, die Sie erhalten können, je nachdem, welches Problem Sie haben.

Die Methode PRODUKTIVE FLEXIBILITÄT entstand ursprünglich, um die Probleme zu lösen, die mit der Produktion von kleinen Mengen/Chargen verbunden sind, die die Benutzer von TRANSFER-Maschinen mit hoher Produktivität belasten und immer wieder schikanieren.

In der Tat verkauft die METHODE für dieses Ziel von Kunden das folgende Ergebnis:

**PRODUZIEREN SIE NUR WAS
SIE VERKAUFEN, KEINE
LAGERHALTUNG, KEIN STRESS,
BESSERE RENDITE!**

Die ersten 50 Exemplare des Buches sind kostenlos,
gehen Sie einfach auf:

www.buch-ueber-flexible-produktion.de

Was bedeutet dieser Satz?

Da ist es! Es ist das Ergebnis!

Es ist kein Produkt, keine Werkzeugmaschine, sondern ein ERGEBNIS!

In der Tat, wenn Sie den Satz analysieren, ist es sehr effektiv, es ist ein ERGEBNIS, dass alle Unternehmer erreichen wollen ...

Produzieren Sie nur die verkaufte Menge, ohne Lager, ohne Stress und mit mehr Gewinn!

Ein Traum!

Aber dank einer Maschine, die darauf ausgelegt ist, dieses spezifische Ergebnis zu erzielen, ist es möglich, diesen Traum zu verwirklichen!

Natürlich verkaufe ich das MULTICENTER, aber es ist

eine Konsequenz.

Das Verfahren der PRODUKTIONSFLEXIBILITÄT kann auch angewendet werden, um ein zweites ERGEBNIS zu erreichen.

Es gibt Kunden, die nicht das Problem kleiner/mittlerer Produktionsmengen haben, sondern im Gegenteil das Problem haben, mehr Mengen zu geringeren Kosten produzieren zu müssen.

In diesem Fall verkauft die METHODE das Ergebnis:

**QUADRUPLIKIEREN SIE IHRE
PRODUKTION MIT WENIGER RAUM,
WENIGER ENERGIE UND WENIGER
PERSONALEINSATZ!**

Die ersten 50 Bücher sind kostenlos, besuchen Sie:

www.maurizioporta.de

Wie Sie sehen, rede ich immer noch über ERGEBNISSE, nicht über Maschinen oder Produkte.

Für dieses zweite Kundenziel habe ich ein brandneues Buch veröffentlicht, welches Unternehmen gewidmet ist, die ganze Batterien von Bearbeitungszentren einsetzen, um die Produktivität zu steigern.

Dank dieser METHODE können Sie heute ein ERGEBNIS erzielen, das viel besser ist als das, das Sie in der Produktion verwenden, z. B. einspindlige oder zweispindlige Bearbeitungszentren.

Egal, ob Sie Transfermaschinen mit dem Problem kleiner/mittlerer Chargen oder ein Anwender von Bearbeitungszentren in Batterien mit dem Problem der Produktionssteigerung einsetzen, die METHODE bietet Ihnen ein anderes Geschäftsmodell als Sie es gewohnt sind.

Wenn Sie das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens ändern, erhalten Sie unterschiedliche ERGEBNISSE.

***Hier ist das Geheimnis des Erfolgs!
Verkaufen Sie keine PRODUKTE,
verkaufen Sie RESULTATE!***

www.flexibleproduction.de

Erfahrungen eines Kunden der die Methode "Flexible Produktion" anwendet



BOEME SRL

DAS HABE ICH MIT MULTICENTER GELÖST!

Im Folgenden gebe ich 3 Fragen wieder, die ich einem Kunden stellte, der das MULTICENTER benutzt.

Apropos, wir zeigen auch Vornamen und Nachnamen, denn es gibt zu viele Testimonials, die erfunden wurden, wo die Produkte gelobt werden, aber es gibt seltsamerweise nie die Möglichkeit, sie zu überprüfen, und diese Tatsache, das Ergebnis von Science-Fiction-Marketing, geht mir ziemlich auf den Keks.

Warum? Nun... Weil am Ende dieser Testimonials keine Unterschrift erscheint, weiß man nicht, wer dieser überaus zufriedene Kunde ist und im Namen des Datenschutzes darf man es auch nicht erfahren... Was ist das doch wieder für eine nette italienische Erfindung!

ALSO, WAS HABE ICH GEMACHT?

Ich habe einfach die 3 Fragen gestellt und gefragt, ob ich sie als Testimonials (unter Beachtung des Datenschutzes) mit allen entsprechenden Referenzen veröffentlichen darf, damit auch Sie den Autor kontaktieren und die überprüfen können, was hier geschrieben steht!

Hier im Folgenden die 3 Fragen und die 3 Antworten, genau so, wie ich sie vom Kunden erhalten habe:

1) Welches Problem hatten Sie, bevor sie über das MULTICENTER verfügten?

Mit dem Kauf des MULTICENTER habe ich die richtige Wahl getroffen, da ich (obwohl ich keine anderen ähnlichen Maschinen im Werk habe) den richtigen Kompromiss von "PRODUKTIONSLEISTUNG" und "FLEXIBILITÄT" gefunden habe. Wir haben zahlreiche Teile, die sich auf Ihrer Maschine in manchmal sehr kleinen Chargen (500/1.000 Stück) und manchmal in größeren Produktionslosen (15.000/20.000 Stück) abwechseln. Diese Teile wurden vorher mit einzelnen Bearbeitungszentren oder Drehmaschinen mit 2 Spindeln hergestellt.

2) Wie haben sie dieses Problem mit dem MULTICENTER gelöst?

Wir haben festgestellt, dass die Zeiten für die Werkzeugumrüstung des MULTICENTER ähnlich sind, wie bei den vorherigen Maschinen, aber die Produktionsleistung ist im Durchschnitt FÜNF MAL HÖHER als vorher (laut Jahresbericht). Vorher hatten wir eine Maschine mit zwei Spindeln und zwei der Herstellung dieser Teile gewidmete Bearbeitungszentren, und oft mussten wir die Produktion extern vergeben. Jetzt ist MULTICENTER völlig ausreichend, und wir haben sogar noch eine beachtliche Sicherheitsmarge.

3) Welche positiven Ergebnisse haben sie durch die Verwendung des MULTICENTER erzielt?

Wir sind Ihnen dankbar für die Planung der Ausrüstungen, Ihr Projekt hat es uns ermöglicht, die Befestigung des Werkstücks auf extrem einfache und leistungsstarke Art auszuführen. Wenn eventuelle potentielle Käufer eines MULTICENTER uns für Auskünfte kontaktieren möchten, kein Problem!

*Ing. Carlo Medina
Inhaber
Boeme S.r.l.
Via dello Strego, 1
28010 Cavallirio (NO) – ITALY
www.boeme.com*