



### Liebe Kolleginnen und Kollegen,

was tun wir, um in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten wettbewerbsfähig zu bleiben? In den letzten Ausgaben haben wir uns mit den internen Maßnahmen befasst, diesmal fokussiert das Titelthema die Ausrichtung zum Markt und zu den Kunden.

Die Zurückhaltung der Kunden hinsichtlich Investitionen und die Stimmungslage fordern uns heraus, diesem Strom etwas entgegenzusetzen. „Das Jahr der Wirtschaftlichkeit“ als Motto für die Angebote an unsere Kunden signalisiert die Richtung. Wir generieren Kommunikationslösungen für effizientes und kostengünstigeres Arbeiten. Dieses Motto verknüpfen wir mit den Trendthemen, die in Lösungen und Produkten realisiert werden.

Mit Sprach- und Datenkommunikation bieten wir zukunftsorientierte und kostengünstige Kommunikation. Lösungen im Bereich Mobilität erhöhen die Effizienz und Flexibilität. Sicherheit für Daten ist im Internetzeitalter gefragt, und das Thema Erreichbarkeit garantiert in der Umsetzung eine optimale Kundenbetreuung.

Mit dieser Ausrichtung nutzen wir aktuelle Strömungen und setzen die Segel für einen neuen Aufwind.

Ihr Andreas von Meyer zu Knonow

## Jederzeit für den Erfolg erreichbar

Wir machen unsere Kunden fit für den Wettbewerb: Mit den vier Trendthemen Erreichbarkeit, Mobilität, Sicherheit sowie Sprach-/Datenintegration kann das Unternehmen in der gegenwärtigen Marktsituation punkten.

► **Viele mittelständische** Unternehmen stehen bei der eigenen Business-Kommunikation am Scheideweg. Faktoren wie individuelle Beratung, ständige Erreichbarkeit und serviceorientierte Kommunikation sind immer öfter das Zünglein an der Waage, wenn es darum geht, neue Kunden zu gewinnen oder Kaufentscheidungen zu beeinflussen. Viele Unternehmen sind dieser Herausforderung von ihrer Kommunikationsinfrastruktur her noch nicht gewachsen und haben dringenden Optimierungsbedarf.

Gleichzeitig stehen die Kriterien „Wirtschaftlichkeit“ und „Kosten sparen“ an erster Stelle. Tenovis hat vier Trendthemen identifiziert, mit denen wir unsere Kunden fit machen für den Unternehmenserfolg – mit Kommunikationslösungen, bei denen sich Investitionen sofort auszahlen.

### Trendthema Erreichbarkeit

Messaging-Lösungen garantieren ständige Erreichbarkeit und ermöglichen schnelle Reaktionen. Maßgeschneiderte CTI-Systeme sind die Basis für eine effiziente Kundenpflege. Und mit Call-Center-Lösungen werden die Kundenkontakte optimiert.

Der Vorteil für unsere Kunden: Tenovis-Lösungen rund um die Erreichbarkeit ermöglichen den gezielten Kundendialog, verbunden mit einem Höchstmaß an Servicequalität und Flexibilität. Das schafft Kundenzufriedenheit und Vertrauen. Die optimierte Ressourcenausnutzung eröffnet schnelle Einsparpotenziale.

### Trendthema Mobilität

Die Mobility-Lösungen von Tenovis gewährleisten jederzeit den schnellen Zugang zu Daten, Dienstleistungen und Informationen. Unternehmensweit mobile



Erreichbarkeit: Jederzeit für den Erfolg erreichbar



Mobilität: Erfolgreich unterwegs mit mobiler Kommunikation



Sicherheit: Mit Sicherheit freier arbeiten



Sprach-/Datenintegration: In Zukunft alles über ein Netz

integrierte Lösungen für die Sprach- und Datenkommunikation bewirken maximale Flexibilität. Im Home Office auf keinen Kommunikationskomfort verzichten und die Kosten so gering halten, als sei der Arbeitsplatz in der Unternehmenszentrale – mit Tenovis wird diese Vision wahr.

Der Vorteil für unsere Kunden: Mobile Kommunikation wirkt sich positiv auf Produktivität und Servicequalität aus und erhöht die Effizienz im Unternehmen.

### Trendthema Sicherheit

Tenovis orientiert sich bei seinem

Sicherheitsangebot an den individuellen Bedürfnissen seiner Kunden. Die wenigsten haben das Know-how, ihre Netze wirksam gegen Fremdzugriffe zu schützen. Das besondere Angebot von Tenovis: die Sicherheit in die Hand eines zuverlässigen Dienstleisters zu legen. Der Vorteil für unsere Kunden: Sie halten die IT-Sicherheit stets auf dem neuesten Stand – zu fest kalkulierbaren Kosten.

### Trendthema Sprach-/Datenintegration

Die Communication-Server von Tenovis ebnet den Weg, zwei bis-

lang parallel laufende Sprach- und Datennetze in einem Telekommunikationssystem zusammenzuführen. Die einheitliche Plattform bleibt jederzeit erweiterbar. Der Einstieg in die IP-Telefonie im Zuge einer sanften Migration kann der Unternehmensstruktur flexibel angepasst werden und modular erfolgen.

Der Vorteil für die Kunden: Sie erhalten weiter den gewohnten Telefoniekomfort, können je nach Einstiegsszenario aber deutlich Kosten sparen. Bisherige Investitionen in die Kommunikation gehen nicht verloren. ST

## MAZ-Wettbewerb Namensfindung

► **Insgesamt 58 Vorschläge** für den neuen europäischen Namen unserer Mitarbeiterzeitung sind bei uns eingegangen. Das Redaktionsteam hat eine demokratische Vorauswahl getroffen: Sechs Namen gehen nun in die letzte Runde und stehen für Sie zur Wahl. Und wieder können Sie gewinnen. Die nächste Ausgabe trägt dann bereits in allen Ländern den neuen Titel. Wir danken Ihnen für Ihre Teilnahme! CET

## Wussten Sie schon ...

► **dass die Mitarbeiterzeitung** für Deutschland jetzt immer persönlich zu Ihnen nach Hause geschickt wird? Unsere bisherige Verteilung über Standorte und Ansprechpartner in den Regionen war sehr aufwändig, viele Mitarbeiter erhielten die MAZ zu spät. Was für Sie aber in der gegenwärtigen Situation am wichtigsten ist: Wir sparen damit auch Geld. Diese Versandart ist nach genauer Prüfung aller Möglichkeiten die günstigste. Die Versandorganisation in den europäischen Ländern liegt in den Händen unserer Kolleginnen und Kollegen vor Ort. CET

► **dass Sie unter dem Link** <http://portale.intranet.tenovis.com/personal/Article.asp?art=528> alle wichtigen Informationen über die Berechnungs- und Auszahlungsmodalitäten der ERA-Strukturkomponente erhalten? Die Abkürzung ERA steht für „Entgelt-Rahmen-Abkommen“. HGS

# Guter Ruf im Alpenland

In Österreich hat sich Tenovis bei Unternehmen aller Größenordnungen einen Namen gemacht. Auch bei Universitäten und sozialen Einrichtungen steht Tenovis hoch im Kurs.

► **Walter Becvar**, Geschäftsführer von Tenovis Österreich, hat allen Grund, auf das Erreichte stolz zu sein. Schließlich hat unser Unternehmen im Alpenland die besondere Herausforderung geschafft, Kunden aller Unternehmensgrößen gleichermaßen anzusprechen. „Tenovis Österreich ist es gelungen, Unternehmen aller Größenklassen als Kunden zu gewinnen“, sagt Becvar. „Das heißt, auch sehr große Firmen. Und das in einem Markt, der gerade mal zwei Prozent Großbetriebe aufweist.“

Tenovis Österreich ist eine GmbH mit rund 200 Mitarbeitern – ein Mittelständler in der acht Millionen Einwohner zählenden Alpenrepublik. Kundennähe zeigen wir in Österreich mit acht gut erreichbaren Kundenzentren, zum Beispiel in Wien, Salzburg, Klagenfurt und Innsbruck.

Hauptsitz unseres Unternehmens ist Wien. Gut 100 Mitarbeiter arbeiten für Tenovis in der österreichischen Hauptstadt. Die Abteilungen für Finanzen, Marketing und Personal sind hier ebenso angesiedelt wie die Logistik und die Warenbestellung. Beachtlich ist die Zahl der Kundenverträge, die unsere österreichischen Kollegen vor-



Wien: In der österreichischen Hauptstadt liegt auch die Zentrale von Tenovis Austria. Das Unternehmen beschäftigt in Österreich rund 200 Mitarbeiter.

weisen können: Über 14.000 Kunden hat Tenovis Austria.

Darunter befinden sich so bekannte Namen wie die Generali-Versicherung, die Österreichische Post AG und die Le Méridien Hotelkette. Renommiertere Universitäten wie die Uni Innsbruck und die Uni Graz nutzen unser Angebot genauso wie Senioren- und Altenpflegeheime, für die Tenovis als besonders zuverlässiger Ansprechpartner gilt. Der größte Kunde ist

die ehemals staatliche Telekom Austria. „Wir sind bei allen wichtigen Ausschreibungen dabei und genießen bei unseren Kunden einen exzellenten Ruf für den raschen, freundlichen und hilfsbereiten Service unserer Mitarbeiter“, beschreibt Geschäftsführer Walter Becvar die Position unseres Unternehmens in Österreich.

Den guten Ruf von Tenovis Austria erklärt Walter Becvar mit dem nutzenorientierten

Denken seiner Mitarbeiter. „Der Kunde von heute ist kein Technologiekäufer, sondern ein Nutzenkäufer“, sagt Becvar.

Die Pläne für die Zukunft seien klar: „Im momentan schwierigen Marktumfeld die gute Position halten und unsere Kunden noch enger an uns binden“, so Becvar. In den nächsten Jahren werde es vor allem darum gehen, die positive Entwicklung in Österreich weiter voranzutreiben. **AR**

## Boom in Österreich

Wichtige Vorzeigeprojekte unterstreichen Nachfrage nach Managed Services.

► **Zusammen mit Telekom Austria** hat Tenovis in Österreich das größte Tenovis Open-Projekt realisiert. Ein Konsortium aus 50 ÖBAU-Baumärkten entschied sich für die Managed Services von Tenovis, nachdem das Telekommunikationsunternehmen eine Kostendarstellung für einzelne Arbeitsplätze präsentiert und vor allem durch die Flexibilität seiner Lösung überzeugt hatte. Tenovis setzte sich bei der Ausschreibung gegen fünf Mitbewerber durch.

In Oberösterreich implementierte Tenovis unterdessen ein großes Facility-Projekt. Dem Beispiel des Business- und Innovationszentrums Wels, das eine umfassende neue TK-Infrastruktur von Tenovis erhielt, sind mittlerweile auch der SW Park Schloss Hagenberg und das Firmengründerzentrum Innotech in Tirol gefolgt.

Managed Services ist ein Geschäftsmodell, das auf der Idee des Outsourcing basiert. So wird die Planung, Finanzierung, Bereitstellung und der Betrieb von Informations- und Kommunikationstechnik komplett von Tenovis übernommen. Die umfassenden Service-Pakete von Tenovis erlauben es Unternehmen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren, ohne Ressourcen für die Kommunikation zu binden. **AR**



Walter Becvar, Tenovis Austria GmbH

## Nachgefragt bei .... Walter Becvar

Der Geschäftsführer der Tenovis Austria GmbH über die Geschäftsentwicklung in Österreich.

► **Tenovis MAZ:** Was ist Ihr Erfolgsrezept in Österreich?

**Walter Becvar:** Wenn der Kunde uns hier sagt „ich will einen Pfirsich“, dann dürfen wir nicht versuchen, ihm einen Apfel zu verkaufen. Damit will ich sagen, wir hören genau zu, was der Kunde wirklich braucht. Die Zeiten, wo wir einfach verkaufen

konnten, was technologisch up to date war, sind vorbei. Wir müssen dem Kunden helfen, wirtschaftlicher zu sein. Und das können wir mit den Produkten von Tenovis.

**Tenovis MAZ:** Wie unterscheidet sich Tenovis Österreich von seinen Mitbewerbern?

**Walter Becvar:** Heute unter-

scheiden sich moderne Technologieunternehmen kaum mehr in den Produkten, die sie anbieten. Der Vorsprung am Markt wird in der Schnelligkeit der Produktentwicklung und durch die persönliche Beziehung zum Kunden erreicht. In letzterem sehe ich die wesentliche Stärke von Tenovis Österreich.

**Tenovis MAZ:** Worauf sind Sie besonders stolz?

**Walter Becvar:** Tenovis Österreich hat es geschafft, Unternehmen aller Größenklassen als Kunden zu gewinnen. Wir haben unsere Kunden überzeugt, dass Tenovis ein starker Partner ist, und wir bekommen von ihnen laufend neue Aufträge. **AR**

## Teams und Köpfe aus Europa

► **Tenovis** ist ein internationales Unternehmen. Ob im norditalienischen Mailand oder in Wien: Unsere Kollegen arbeiten in ganz Europa – in Italien, Spanien, Belgien, Österreich oder der Schweiz. Schwerpunkt der aktuellen Ausgabe ist

Wien, die charmante österreichische Hauptstadt. Deshalb stellen wir Ihnen heute neben unseren Kollegen aus Hamburg und Spanien ganz besonders die Mitarbeiter der Tenovis Austria GmbH vor. **SK**



Klaus-Friedrich Krone, Planung und Angebote, Hamburg



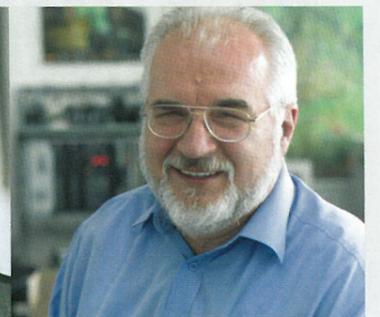
Andreas Kirstein, Planung und Angebote, Hamburg



Nicole Bösch, Assistentin der Vertriebsleitung, Wien



Eric Gibon, Marketing Solutions Intelligence, Wien



Horst Lehmann, HelpDesk/Online-Applikationen NetCom, Hamburg

# Neun Quadratmeter Tenovis zu Hause: Kollegen aus Technischem Service und Vertrieb zur Telearbeit

Wie lebt es sich als „Telearbeiter“? Reiner Kirstein ist Teamleiter im Technischen Service und hat sein Büro neuerdings in den eigenen vier Wänden. Thomas Schmidt, Vertriebsleiter Freiburg, weiß: Der Einstieg in die Telearbeit hat seine Haken.

► **Seit April 2003** befinde ich mich, wie eine Vielzahl von Kollegen aus meinem Arbeitsumfeld, in der Telearbeit. Die Rahmenbedingungen passen: Ich habe in meinem Haus Platz geschaffen für neun Quadratmeter Tenovis, mit Blick auf Wald und Wiese. Meine Tochter ist alt genug, um zu verstehen, dass Papi während seiner Telearbeit nicht zur Verfügung steht. Meine Frau ist

Reiner Kirstein, Teamleiter Technischer Service, hat sein Büro seit April 2003 im eigenen Heim

ebenfalls halbtags außer Haus. Man läuft sich nicht über den Weg. Das ist doch ideal, oder?

Weit gefehlt, denn das Aufstellen und Einhalten der Regeln, die wir in der Familie besprochen hatten, gestalteten sich anfangs schwieriger als gedacht. Manchmal übersehe ich einfach die Grenze zwischen Dienst und Privat, weil die Mail, die ich noch „mal eben“ bearbeiten will, sich zur zweistündigen Aufgabe entpuppt. Das führt auch mal zu Diskussionen. Mittlerweile kann ich meine Freiräume aber besser und konsequenter gestalten.

Telearbeit fordert Vertrauen in die selbstständige Arbeit. Der Kollege im Büro oder über den Flur ist ja nicht mehr da, der „Flurfunk“ fehlt, und Aufgaben erhält man nicht mehr zwischen Tür und Angel. Telearbeit kann also nur funktionieren, wenn klar definierte Prozesse vorliegen: Dann bringt sie mir, wenn ich die Eingewöhnungsphase hinter mir habe, einiges mehr an Flexibilität und Produktivität. **SM**

► **Seit Einführung** der Mobiltenarbeit (MTA) bei Tenovis sind einige Monate vergangen. „Der Anfang war gar nicht so leicht“, sagt Thomas Schmidt, Vertriebsleiter in Freiburg zurückblickend. „Da kam es schon mal vor, dass ein Mitarbeiter um 11:55 Uhr die Nachricht erhalten hat, dass um 12:00 Uhr sein DSL-Anschluss geschaltet wird und er zu Hause sein muss. Das ist natürlich schwierig, auch wenn man nicht gerade bei Kunden unterwegs ist.“ Durch die Unterstützung des Technischen Service hat sich die Situation bei den DSL-Anschlüssen mittlerweile aber verbessert.

Dass bei einer solchen organisatorischen Umstellung nicht von Anfang an

Unterstützt die Mitarbeiter tatkräftig bei der Telearbeit: Thomas Schmidt, Vertriebsleiter in Freiburg



alles reibungslos funktioniert, überrascht niemanden. Besonders der Kontakt innerhalb des Vertriebsteams muss jetzt anders organisiert werden. Die große räumliche Distanz ist hier der Knackpunkt. Da sieht sich Thomas Schmidt besonders gefordert, seine Mitarbeiter zu unterstützen: „Es ist notwendig, flexibel zu sein und sofort zu

reagieren, um gut zusammenzuarbeiten.“ Wie jedes andere Vertriebsteam auch, treffen sich die Kollegen in Freiburg regelmäßig im Kundenzentrum zu einer Vertriebsbesprechung.

Manche Vor- und Nachteile von MTA zeigen sich erst im laufenden Betrieb: Zur Klärung offener Fragen steht die Projektgruppe weiter zur Verfügung. **CL**



## Sponsoring – was bringt uns das eigentlich?

Tenovis geht neue Wege beim Kundenbeziehungsmanagement und verabschiedet sich von den bisherigen Großengagements.



Ohne Stolperfallen: Sportsponsoring mit Effizienzkontrolle

► **In den letzten** Monaten hat Tenovis ein neues Sponsoring-Konzept entwickelt und umgesetzt, das beispielhaft für den B2B-Sektor ist. Ausgerichtet auf die speziellen Bedürfnisse jeder Vertriebsregion, gehen wir jetzt weg von einzelnen Großengagements. Stattdessen konzentrieren wir uns auf kleinere, aber regional bedeutende Engagements – denn

die Entscheidungsträger sind in der Regel ebenfalls stark lokal und regional verwurzelt.

Sponsoring wird dem Vertrieb starke Impulse verleihen: So stehen Maßnahmen zur Vertriebsunterstützung im Vordergrund – Kundenbetreuung in VIP-Lounges, Organisation von Sponsorentreffen und so weiter. Dagegen sind der Marken- und Bekanntheitsaufbau in der breiten Bevölkerung, etwa durch Werbeanzeigen im TV-Bereich, eher zweitrangig. Das ist der Grund, warum Engagements wie beim FC Bayern München nicht

in der bisherigen Form weitergeführt werden.

Sponsoring bei Tenovis bietet unseren Regionen eine Plattform für persönliche Begegnungen und zum verstärkten Auf- und Ausbau von Kontaktnetzwerken. Wir arbeiten eng mit Vereinen zusammen, um das Engagement optimal zu nutzen. So werden gemeinsame Veranstaltungen durchgeführt wie Sponsorentreffen, Praxisforen, Diskussionsrunden und PR-Aktionen. Diese Veranstaltungen sind eine exzellente Basis, um Kontakte zu knüpfen und neue Geschäftsbeziehungen anzubahnen.

Hinter jedem Engagement stehen Zielvorgaben hinsichtlich Kundenbetreuung, Generierung von zusätzlichem Auftragseingang sowie Aufbau von neuen Geschäftskontakten. Alle Sponsorships werden regelmäßig darauf überprüft, ob unsere Ziele damit auch erreicht werden.

Warum konzentrieren wir uns auf Sportsponsoring? Wir werden in der kommenden Saison rund 20 Vereine sponsern – vorrangig Fußball, Eishockey aber auch Basketball und Handball. Attribute wie Flexibilität, Teamgeist und hohe Einsatzbereitschaft werden mit



Treffsicher: Die Dynamik im Sport überträgt sich auf den Sponsor

diesen Sportarten assoziiert und passen daher hervorragend zu unserer Marke Tenovis.

Zugleich fokussieren wir uns damit auf die beliebtesten Sportarten unserer meist männlichen Entscheider-Zielgruppe. Tenovis bringt sich durch Sportsponsoring in Position und schärft sein Profil: Business und Sport passen also bestens zusammen. **KG/STM**

## Menschen im Fokus

► **Urs Sax** ist seit 2001 Marketingleiter von Tenovis Schweiz und in dieser Funktion ein echtes Multitalent. Von seinen Kollegen wird der 34-Jährige schon mal „Mister Tausendsassa“ genannt, weil er sich für alles interessiert

und über alles informiert: Technik, Verkauf, unser Unternehmen und seine Wettbewerber. Sax hat zwar eine Marketing-Ausbildung, aber als Praktiker mit solidem Fundament in der Technik und im Verkauf hat er seine Kenntnisse vor allem im Alltag erworben. Kraft für das Gasgeben im Job tankt Sax zu Hause: Er ist verheiratet, hat eine Tochter und lebt in der Nähe von Luzern. **SK**



Axel Römer, CEO Spanien



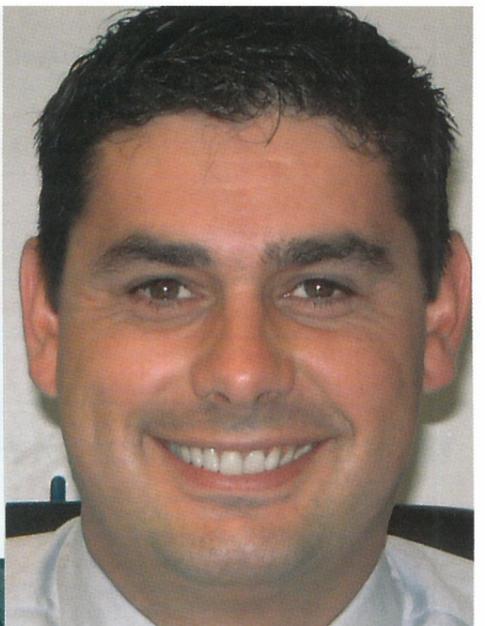
Martina Wenzel, Controlling, Wien



Bernd Ritscher, Onliner und Kundenkoordinator, Hamburg



Hanspeter Zangerle, Key Account Hotellerie, Wien



Urs Sax, Marketingleiter, Tenovis Schweiz, Schlieren

## Neue Aufgabe

Beate Jung übernimmt den erstmals eingerichteten Bereich Supply Chain.



fasst werden. Beate Jung langjährige Erfahrungen bei der Mannesmann VDO AG, der Deutschen Bahn AG sowie zuletzt bei der Dräger Medical AG, wo sie die Verantwortung für die vollständige Supply Chain hatte, sind beste Voraussetzungen für die herausfordernde Aufgabe bei Tenovis.

► **Erstmals bei Tenovis** ist eine Frau Mitglied der Geschäftsleitung. Beate Jung (44) übernimmt den neu geschaffenen Bereich Supply Chain, in dem die Verantwortung für die Logistik und den Einkauf zusammenge-

Als wichtigstes Ziel ihrer neuen Aufgabe nennt Beate Jung, durch kurzfristige Prozessoptimierung und ein effizientes Lieferanten-Management zur Wertsteigerung unseres Unternehmens und zu Kostensenkungen beizutragen.

## Kompetenz für IT

Michael Henze wechselt als CIO in die Geschäftsleitung von Tenovis.



► **Mit Blick auf** die europaweite Konsolidierung der IT-Landschaft von Tenovis sowie die Verbesserung der Tools ist die Neubesetzung des IT-Leiters von unternehmensentscheidender Bedeutung. Michael Henze (41) wechselt von der T-Mo-

bile International AG zu Tenovis. Als Executive Vice President IT Operations für Bonn, London, Wien, Prag und Den Haag war er dort zuletzt für die Konsolidierung, Standardisierung und Harmonisierung der IT-Landschaft verantwortlich – Herausforderungen, die ihn in vergleichbarer Weise bei Tenovis erwarten. Als Leiter IT berichtet er an Christoph Schmidt-Wolf.

Für seine neue Tätigkeit hat Michael Henze sich vorgenommen, mit dem bereichsübergreifenden Projekt „Atlas“ Transparenz und Effizienz zu steigern.

## In letzter Minute

► **Neuer Teamcoach für die Kommunikation**

Andrea Rinnerberger hat Anfang Juli zusätzlich zu ihrer Aufgabe in Österreich die kommissarische Leitung der Unternehmenskommunikation übernommen. In dieser Funktion berichtet sie an Andreas von Meyer zu Knonow. Andrea Rinnerberger wird ihre Erfahrungen in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Verkaufsförderung, Werbung und Marktforschung sehr vertriebsorientiert und mit europäischem Focus in diese Aufgabe einbringen.

► **Bundeseinheitliche Nummern für den Service**

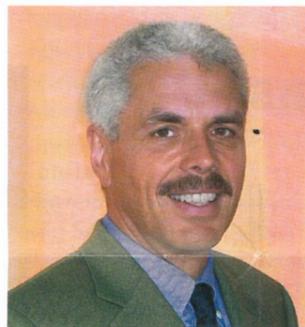
Der Technische Service ist für die Tenovis-Kunden nun noch bequemer und schneller zu erreichen. Seit dem 1. Juli sind bundesweit einheitliche Rufnummern eingerichtet. Die neue Nummer für alle Änderungen, Störungen und Erweiterungen lautet 01 80/2 74 18 52. Die bundesweite Service-Nummer für Fax-Sendungen ist 01 80/2 74 52 10. E-Mail: tenovis.service@tenovis.com

## Starke Position

Erwin Schmietow stellt sich als Vertriebsleiter neuen Herausforderungen.

► **In Zeiten** eines wettbewerbsintensiven Marktumfelds ist die Neubesetzung der Position des Vertriebsleiters bei Tenovis strategisch von besonderer Bedeutung. Dr. Erwin Schmietow (46) war bei GE CompuNet elf Jahre in verschiedenen Positionen im Vertrieb tätig, zuletzt als Senior Vice President Sales und als Chief Operation Officer Distributed IT Services. Dr. Schmietow verantwortet bei Tenovis den Vertrieb in Deutschland sowie den europäischen Regionen.

„In einem Markt, der nicht wächst, die starke Position



von Tenovis weiter ausbauen.“ Das ist die Herausforderung, vor die sich Dr. Erwin Schmietow gestellt sieht. „Entscheidend wird sein, neue Kunden zu gewinnen, und ebenso die Produktivität im Vertrieb zu erhöhen.“

## Solutions-Tour 2003

Vorstellung direkt verkaufter Lösungen in Deutschland ein voller Erfolg.



► **Die Solutions-Tour** fand vom 6. Mai bis 17. Juni in zehn deutschen Städten statt. Das Echo war überwältigend: Mehr als 700 Kollegen aus Vertrieb, Innendienst und Technik nahmen daran teil.

Sie erlebten eine Mischung aus Fachvorträgen, technischer Produktschau zu aktuellen Lösungen, Sales Incentive und persönlichem

Dialog. Das Ganze in einem ansprechenden Rahmen, der eine Menge Raum für Diskussionen und Fachgespräche bot.

Besondere Anerkennung fand die Teilnahme jeweils eines Mitglieds der Geschäftsleitung. Dies gilt auch für die Prämierung der aktuellen Spitzenreiter im Verkaufswettbewerb „Solutions & More“. RQ

► **Jubiläen Juni-Juli**

Wolfgang Schramme, Österreich, 20 Jahre  
Peter Halama, Frankfurt, 25 Jahre  
Jutta Hörmann, Dortmund, 25 Jahre  
Horst Maier, Stuttgart, 25 Jahre  
Victor Mitrovic, Frankfurt, 25 Jahre  
Leo Ranzinger, München, 25 Jahre  
Bernd Sabrowski, Hamburg, 25 Jahre  
Michael Zajicek, Österreich, 25 Jahre  
Hedwig Linhard, Österreich, 30 Jahre  
Josef Medved, Österreich, 30 Jahre  
Günther Rinner, Österreich, 30 Jahre  
Eduard Sandtner, Österreich, 30 Jahre  
Siegfried Schaden, Österreich, 30 Jahre  
Johann Schweizer, Österreich, 30 Jahre  
Hermann Leinweber, Leipzig, 35 Jahre  
Karlheinz Rothermel, Frankfurt, 35 Jahre  
Bernhard Sandbaumhüter, Hamburg, 35 Jahre  
Alfred Schmutzer, Österreich, 35 Jahre  
Adalbert Schreier, München, 35 Jahre  
Peter Werner, Frankfurt, 35 Jahre  
Gerhard Lunglmayr, Österreich, 40 Jahre

## Wählen Sie den besten Namen!

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| Tenovis Inside <input type="checkbox"/> | Tenor <input type="checkbox"/>       |
| Tenovision <input type="checkbox"/>     | News for us <input type="checkbox"/> |
| Tenovis News <input type="checkbox"/>   | Tenovoice <input type="checkbox"/>   |

Einfach Ihre Namensfavoriten ankreuzen und an die MAZ-Redaktion schicken: Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt/Main. Fax: +49(0)69/75 05 28 41. Noch einfacher geht es im Intranet.

**Name:** \_\_\_\_\_  
**Adresse:** \_\_\_\_\_  
**Telefon:** \_\_\_\_\_  
**E-Mail:** \_\_\_\_\_  
**Ihr Gewinnwunsch:** \_\_\_\_\_

## Ein Name für Europa

Welcher Name gefällt Ihnen für die Mitarbeiterzeitung am besten?

► **Bitte wählen Sie** den internationalen Namen für die Mitarbeiterzeitung. Aus 58 Vorschlägen hat das Redaktionsteam eine Vorauswahl getroffen. Jetzt freuen wir uns auf Ihre Entscheidung. Sie können entweder hier ankreuzen und uns das Formular faxen: +49(0)69/75 05 28 41 oder im Intranet Ihre Stimme abgeben. Unter allen „Wählern“ verlosen wir fünf Armbanduhr und fünf Skate Scooter. Der Gewinner, dessen Namensvorschlag gewählt wird, erhält ein edles Backgammonspiel.

Viel Spaß und viel Glück wünscht Ihr MAZ-Team!

## Die Gewinner der letzten Verlosung ...

**Je einen Rucksack haben gewonnen:**

Carlo Memmo  
Daniel Petit  
Stefan Schroer  
Rainer Weibrecht  
Silvano Trotta  
Andreas Pönitzsch  
Klaus Biliensis  
Ekaterini Zinonidou  
Jürgen Frohnapfel  
Frank Lunardi

## Und das können Sie gewinnen:



Unter den Einsendern verlosen wir je fünf Uhren und Skate Scooter. Der Sieger des Namenswettbewerbs erhält ein Backgammonspiel.



**Herausgeber:** Tenovis GmbH & Co. KG, Kleyerstraße 94, D-60326 Frankfurt am Main

**Impressum**

**Redaktion:** Andreas von Meyer zu Knonow (AMK) V.i.S.d.P., Susanne Theisen (ST), Jürgen Hoffmann (JH), Ralf Hecker (RH), Sandra Maniurka (SM), Heinz-Günter Schmidt (HGS), Andrea Rinnerberger (AR)

**Weitere Autoren:** Kerstin Greulich (KG), Ramona Qualitz (RQ), Christian Laplace (CL), Susanne Thiel-Maier (STM)

**Projektleitung:** Carolin Ernst-Teichert (CET)

**Konzeption & Realisierung:** Konzeptionhaus Medien & Marketing GmbH München

**Verlagsleitung:** Sascha Mennel **Redaktionsleitung:** Jürgen Franke, Stephan Kamps **Bildredaktion:** Michaela Beck

**Fotos:** Mathias Woltmann, Mauritius/Hubalka **Layout:** Sandro Faganello, Joseph R. Ambs, Marc Ziegler **Textchef:** Alexej Grigo **Lektorat:** Bernhard Schnüriger **Produktion:** Robert Kring **Litho:** MXM München **Druck:** Evers Druck, Meldorf

**Kontakt:** mitarbeiter-zeitung@tenovis.com