

TENOVIS

INFORMATION ▶ VERBINDUNG ▶ DIALOG

1. 2002

A man in a white shirt and a woman in a grey blazer and orange turtleneck are shaking hands over a large, rolled-up document. The man is on the left, looking towards the woman on the right, who is smiling broadly. The background is bright and slightly blurred.

Zauberformel Migration

**So bleiben Sie auf lange Sicht
wettbewerbsfähig und jederzeit
offen für Wachstum**

Design

Mit innovativen Formen sind
Sie der Konkurrenz voraus

Voice over IP

Mehrwert schaffen durch die
Sprach-Daten-Integration

Jack Welch

Wie Sie Mitarbeiter zu neuen
Höchstleistungen führen



Liebe Leserin, lieber Leser,

haben Sie schon darüber nachgedacht, wie viel Wachstum Ihr Unternehmen verträgt? Noch nicht? Dann wird es höchste Zeit. In dieser Ausgabe liefern wir Ihnen wertvolle Anregungen, wie Sie Ihre TK-Infrastruktur parallel zu den steigenden Anforderungen entwickeln können. Im Zuge der Migration kommen Sie wahrscheinlich nicht umhin, sich mit dem Thema Voice over IP auseinander zu setzen. Der Transport von Sprache in komprimierten Datenpake-

ten entwickelt sich zum Zauberwort – vor allem für Mittelständler. Wir sagen Ihnen, ob und wie Ihr Betrieb von der neuen Technologie profitieren kann. Die Behandlung so zukunftsorientierter Themen macht deutlich, dass sich Tenovis zum umfassenden Dienstleister für Businesskommunikation in Europa gewandelt hat. In dieser Funktion verstehen wir uns als Berater und Partner des Mittelstands. Kompetenten Rat bieten auch die namhaften Autoren, die

► Inhalt

4



12



Tenovision

4 Erwin Staudt

Für Erwin Staudt, Deutschland-Chef von IBM, ist es unerlässlich, alle Kräfte zu bündeln, die die Informationsgesellschaft gestalten wollen.

Titelgeschichte

6 Migration

Mit dem modularen Kommunikationskonzept von Tenovis bleiben Unternehmen gleich welcher Größe flexibel im Wachstum und für steigende Anforderungen gerüstet.

9 Interview

Manfred Riesterer, Geschäftsführer der Freiburger Firmengruppe Connect, kann mit Hilfe des Integral Communication Center auf lange Sicht planen.

Technologie

10 Voice over IP

Lassen Unternehmen künftig Sprache und Daten über ein gemeinsames Netzwerk laufen, verbessern sie den Informationsfluss und sparen erhebliche Betriebskosten.

Lösungen

12 Design

Wer bei zunehmend austauschbaren Produkten heutzutage Akzente setzen will, sollte in professionelle Formgebung investieren und damit zugleich das Image verbessern.

14 Sondernetze

Bei Polizei, Rettungsdiensten oder der Feuerwehr garantieren ausgefeilte TK-Systeme höchste Sicherheit und Verfügbarkeit der Daten.

6 Viele Wege führen zum Wachstum. Das neue Kommunikationskonzept von Tenovis unterstützt die Firmen dabei.

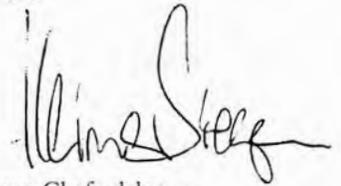


für Sie zur Feder gegriffen haben: Erwin Staudt, IBM-Chef in Deutschland, fordert dazu auf, die derzeitige Wirtschaftskrise als Chance zur strukturellen Erneuerung unserer Gesellschaft zu nutzen. Und Jack Welch, Ex-Chef des US-Industriegiganten General Electric, hält es für eine der wichtigsten Managementaufgaben, das Selbstvertrauen der Mitarbeiter zu fördern – auch oder gerade wenn sie Fehler begehen.

Insgesamt blicken wir zurück auf ein turbulentes Jahr 2001, das von rezessiven Gedanken statt von Optimismus geprägt war. Auch wenn aus den USA weiter pessimistische Töne angeschlagen werden: Europa muss sich selbst helfen. Mit der Einführung der Gemeinschaftswährung haben wir die einmalige Chance, das Zusammenwachsen Europas als Wirtschaftsraum durch Denken und Handeln ernsthaft zu fördern. Besonders

mittelständische Firmen wie Tenovis und seine Kunden sind hier gefordert.

Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches Jahr 2002 und eine abwechslungsreiche Lektüre.



Heiner Sieger, Chefredakteur



14



16

20

Jack Welch, Ex-Chef von General Electric, bietet Einblick in seine Managementgrundsätze.

Märkte

16 Marketing

Mit dem richtigen Marketingmix erzielen Firmen gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mehr Aufmerksamkeit.

Management

18 Nachfolge

Damit der Stabwechsel im Unternehmen gelingt, müssen Firmenchefs mehrere Alternativen in Betracht ziehen.

20 Essay

Jack Welch, der bekannteste Manager der Welt, formuliert seine Grundsätze für den Unternehmensalltag.

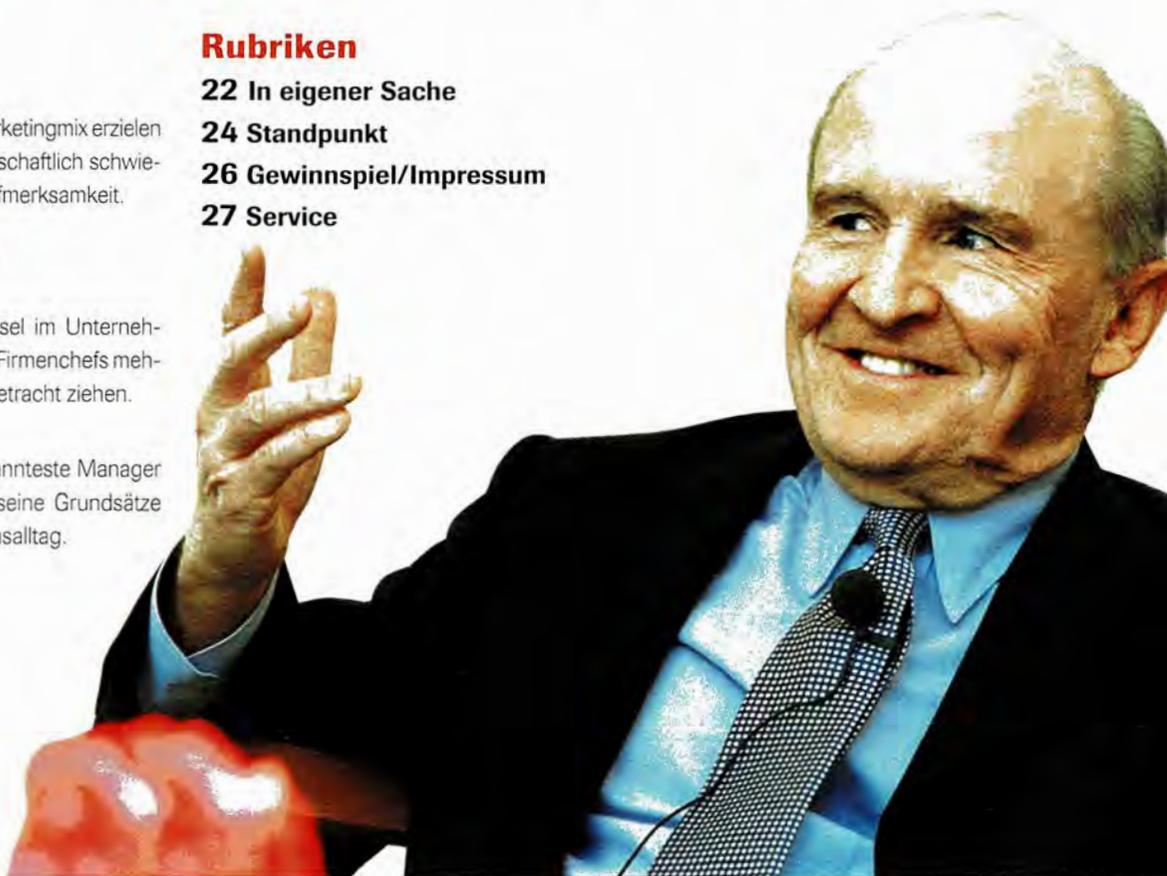
Rubriken

22 In eigener Sache

24 Standpunkt

26 Gewinnspiel/Impressum

27 Service



► Unsere Mischung: Zusatzinfos und attraktive Preise

Tenovis **Information**

Sie finden unsere Artikel interessant, benötigen aber noch weitere Informationen? Fordern Sie unsere Checklisten, Broschüren und Fachartikel per Faxabruf an. Oder surfen Sie unter www.tenovis.com auf unsere Internetseiten.

Tenovis **VERBINDUNG**

In diesem Heft versehen wir zwei Beiträge mit einer zusätzlichen Gewinnchance. Sie müssen nur unsere Hotline anrufen oder eine Postkarte schreiben. Diesmal verlosen wir eine Reise nach Mailand und die Autobiografie von Jack Welch.

Tenovis **DIALOG**

Genügen Ihnen die in dieser Ausgabe gelieferten Informationen noch nicht? Kein Problem. Schicken Sie uns einfach Ihre Fachfragen per Mail, Fax oder Post, und unsere Experten gehen detailliert auf Ihre Probleme ein.

Chance zur **Erneuerung**

IBM-Deutschland-Chef Erwin Staudt fordert mittelständische Firmen dazu auf, verstärkt ins E-Business zu investieren und den Wandel zur Informationsgesellschaft zu beschleunigen. So ließe sich ein weiterer Wirtschaftsabschwung verhindern.

► **In Kürze**

Um in der heutigen Informationsgesellschaft zu bestehen, müssen Firmen in ganz Europa ihre Prozesse konsequent auf das Internet ausrichten.

Nicht nur in Deutschland hat die Wirtschaft mit großen Unsicherheiten zu kämpfen. Besonders seit dem 11. September sind quer durch alle europäischen Länder ganze Branchen wie gelähmt, allen voran die Transport- und Reiseunternehmen. Andere, wie die Konsumgüterwirtschaft, trafen die Ereignisse in einer ohnehin schwierigen Zeit. Doch Lamentieren hilft jetzt nicht weiter. Aus der Krise wächst vielmehr die Chance zur Erneuerung.

Zurzeit werden wir Zeuge eines tief greifenden strukturellen Wandels von der

Industrie- zur Informationsgesellschaft. Wir erleben, wie die Internet-Technologie viele Unternehmen und öffentliche Institutionen genauso wie unsere eigene Arbeits- und Lebenswelt grundlegend verändert. Dieser Wandel, vergleichbar nur mit dem Einzug der Elektrizität oder der Verbreitung des Ottomotors, schreitet mit unvermindertem Tempo voran. Jüngst hat eine Studie ergeben, dass Firmenlenker weltweit ihre Ausgaben für E-Business-Projekte in den kommenden zwölf Monaten um 15 Prozent erhöhen wollen – trotz der unsicheren konjunkturellen Lage.

Dies sind sehr hoffnungsvolle Ansätze. Denn wir alle müssen den begonnenen Umbau der Wirtschaft unter Einbeziehung des Internets vorantreiben. Daran führt kein Weg vorbei. Was aber leider noch immer viele Mittel-

ständler ignorieren: Das Internet hilft gerade kleinen Firmen, die Vorteile ihrer mittelständischen Struktur voll auszuspielen. Denn diese Betriebe sind durch kurze Entscheidungswege und kleinere Organisationen viel schneller als Großunternehmen in der Lage, ihre Geschäftsprozesse auf das Web umzustellen. Genau diese Vorteile müssen sie sich zu Nutze machen.

Kleine und mittlere Betriebe können nur Produktivitätsfortschritte erzielen, wenn sie die neuen Technologien effektiv einsetzen. Damit sind sie der Konkurrenz gleich mehrere Schritte voraus – durch schnelleren und maßgeschneiderten Service, durch bessere Nutzung des firmeninternen intellektuellen Kapitals oder durch die Teilnahme an elektronischen Marktplätzen.

Veränderungen gestalten

Mit dem verstärkten Einsatz des Internets im Mittelstand lässt sich auch ein weiterer Wirtschaftsabschwung verhindern. Dabei müssen wir einen weiteren Punkt beachten. Es kann nämlich nicht sein, dass Zehntausende von Arbeitsplätzen in der IT-Branche unbesetzt bleiben – größtenteils Stellen für Akademiker –, weil keine Fachkräfte verfügbar sind. Die E-Society braucht gut ausgebildete Menschen. Menschen, die sich nicht nur mit den neuen Technologien auskennen, sondern auch die Fähigkeit haben, Veränderungen zu gestalten.

Genauso wenig können wir es uns erlauben, die Hälfte der Bevölkerung auf dem Weg in die Internetgesellschaft abzuhängen. Die Gefahr einer digitalen Spaltung unserer



Zur Person Erwin Staudt absolvierte ein Studium der Wirtschaftswissenschaften an den Universitäten Stuttgart und Freiburg. Seine Karriere bei der IBM Deutschland GmbH startete er im Jahr 1973. Hier durchlief der gebürtige Leonberger zunächst verschiedene Positionen in Vertrieb, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Im Jahr 1994 wurde er Geschäftsführer der IBM Deutschland Informationssysteme GmbH. Anschließend ging er als Vice President Marketing in die europäische IBM-Zentrale nach Paris. Seit dem 1. November 1998 ist Staudt Vorsitzender der Geschäftsführung von IBM Deutschland. Darüber hinaus sitzt er im Aufsichtsrat verschiedener deutscher Unternehmen.

Gesellschaft ist real. Studien weisen darauf hin, dass im Jahr 2003 rund 21 Millionen Bundesbürger das Web nicht nutzen werden. Das ist alarmierend. Denn es sind Gruppen, die bereits auf der Schattenseite unserer Gesellschaft stehen: ältere Mitbürger, Menschen mit geringerer Bildung und Bewohner strukturschwacher Gebiete.

fen allzu gewohnt sind. Die Aussicht auf ein wachsendes Staatsdefizit kann zudem die Zinsen steigen lassen und damit Kredite für notwendige Investitionen verteuern. Als Konsequenz unterlässt die Wirtschaft wichtige Ausgaben für strategische Projekte – mit fatalen Auswirkungen auf die kurzfristige Auftragslage und die langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Wirtschaftspolitik sollte sich insbesondere auf die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen konzentrieren, allen voran eine nachvollziehbare Steuergesetzgebung und einen soliden Finanzhaushalt. Daher müssen alle beteiligten Regierungen in Euro-land konsequente Maßnahmen zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte ergreifen. Damit hätte die Europäische Zentralbank größeren Spielraum für weitere Zinssenkungen, die der Konjunktur mehr dienen als wirtschaftspolitischer Aktionismus im nationalen Alleingang.

Fotos: IBM (2)

„Das Geld muss in die Taschen der Bürger.“

Erwin Staudt, Geschäftsführer IBM Deutschland

Um diese Probleme zu lösen, haben wir die Initiative D21 ins Leben gerufen. In zahlreichen Projekten und Arbeitsgruppen versuchen wir nicht nur, alle gesellschaftlichen Kräfte zu bündeln, die die Informationsgesellschaft aktiv gestalten wollen. Als Vereinigung von rund 300 Unternehmen der deutschen Wirtschaft wird D21 auch dazu beitragen, den Wandel flächendeckend zu beschleunigen und die Chancen für Wachstum und Beschäftigung besser zu nutzen. Die Gestaltung dieses Übergangs ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe von Politik und Wirtschaft.

Größerer Spielraum

Mittelfristig erweisen sich strukturpolitische Maßnahmen, die den Wandel zur Informationsgesellschaft fördern, als beste Stütze für die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes. Einfach ausgedrückt gilt hier wie im übrigen Europa die Faustregel: Das Geld muss in die Taschen der Bürger, damit es von dort wieder in die Wirtschaft fließt.

Ob dies ein staatliches Konjunkturprogramm à la John Maynard Keynes erreicht, bezweifle ich. Der britische Ökonom empfahl in den zwanziger Jahren, mit staatlichen Mitteln die Wirtschaft anzukurbeln und dafür eine höhere Verschuldung in Kauf zu nehmen. Das kann heute kein gültiges Rezept sein, da es unter anderem ein falsches Signal an all jene Branchen sendet, die staatliche Hil-



Angesichts ständig neuer Herausforderungen verlieren Firmen schnell den Überblick. Um Geschäftsprozesse auf lange Sicht vorausplanen zu können, sind flexible Lösungen gefragt, die mit steigendem Bedarf wachsen.

► **In Kürze**

Mit einem modularen Servicekonzept können Unternehmen einzelne Lösungen auswählen und diese je nach Bedarf beliebig erweitern.

Wer sich zu hohe Ziele setzt, kann schnell tief fallen. Bis in den Himmel sollte der babylonische Turm reichen – da waren die Arbeiter zu Zeiten von Nebukadnezar schlichtweg überfordert. Das Ende ist bekannt: Die babylonische Sprachverwirrung verhinderte die Vollendung des gigantischen Baus.

Ähnlich erging es in den letzten Jahren vielen Firmen, die monströse Kommunikationssysteme erhielten, davon aber meist nur einen geringen Teil benötigten. Das Geschäft wurde häufig durch langfristige Verträge besiegelt, die wenig Platz für

Anpassungen ließen. Statt den Informationsfluss intern und zum Kunden zu optimieren, sorgten die zahlreichen Applikationen zudem für ein heilloses Durcheinander.

Kompakte Technik

Gerade in Zeiten, in denen neue Technologien mit unvermindert hohem Tempo vorangetrieben werden und sich den Firmenchefs permanent neue Möglichkeiten bieten, die Geschäftsprozesse weiter zu verbessern, hat es fatale Folgen, wenn sich Unternehmen an allzu starre Produkte binden. Vielmehr müssen sie skalierbare Lösungen einsetzen, die sich den neuen Anforderungen problemlos anpassen und sich somit als investitionssicher erweisen.

Diesen Anspruch erfüllt Tenovis nun mit einem modularen Servicekonzept, das der integrierten Kommunikation völlig neue Möglichkeiten eröffnet. Als Basis dient das Integral Communication Center (ICC), das Firmen gleich welcher Größe erlaubt, je nach Bedarf bestimmte Bausteine herauszugreifen oder die komplette Lösung in die bestehende Architektur einzubinden. Um in den vollen Genuss des Communication Centers zu kommen, müssen Betriebe nicht erst in den Himmel wachsen. Durch die kompakte Technik lässt sich das ICC in jedes beliebige IT-Umfeld integrieren. „Dieser Integrationsgedanke ist das Innovative“, meint Volker Bengert, Produktmanager ICC bei Tenovis. „Wir bieten dem Kunden alles aus einer Hand, egal welche Hard- oder Software er bereits einsetzt.“

Dass das Zusammenspiel der Lösungen untereinander reibungslos klappt und alle Beteiligten eine Sprache sprechen, zeigt die GFT (Gesellschaft für Telekommunikation) Baden mbH in Offenburg. Das im Jahr 1994 gegründete Unter-

Wege z



nehmen zählt zu den größten Handyvermarktern hierzulande. Über Shops an sechs Standorten oder das Internet können Kunden ihre Handys beziehen, sich beraten lassen oder technischen Support in Anspruch nehmen.

Einheitliche Servicenummern

Seit einem Jahr werden die Badener durch das Integral Communication Center unterstützt. Dabei nimmt das Call-Center den größten Raum ein. Alle 60 Mitarbeiter sind als Kundenberater tätig und können über eine CTI-Lösung (Computer-Telefonie-Integration) die jeweiligen Nummern der Kunden am Bildschirm sehen, Adressen im Outlook verwalten und individuelle Informationen zeitgleich mit dem Anruf abfragen. So lassen sich alle Wünsche schnell und kompetent beantworten. Dass keine Anfrage verloren geht und jeder Kunde automatisch zum richtigen Ansprechpartner weitergeleitet wird, garantiert das Anrufverteilungssystem. „Eine permanente Erreichbarkeit ist für uns unerlässlich“, betont Rainer Groß, Geschäftsführer der GFT. „Statistische Auswertungen und ein Mitarbeiter, der die Auslastung zentral überwacht, helfen uns, das Call-Center immer weiter zu optimieren.“

m Wachstum

Zur erhöhten Kundenzufriedenheit trägt bei, dass Servicrufnummern unternehmensweit über Themen auf verschiedene Agenten verteilt werden. So können Shops ihren Kunden einheitlich eine 0180-Nummer für Telefon und Fax bereitstellen. Zu Vorreitern der Branche zählen die Badener auch als Servicestützpunkt für den finnischen Handyhersteller

Nokia. „Für unseren Partner ist es wichtig, dass wir mit solchen Lösungen den Service verbessern“, meint Groß. „Da hat sich die Tenovis-Lösung auf jeden Fall bezahlt gemacht.“ Beim Web-Auftritt profitieren die Badener ebenfalls vom modularen System. Kunden können über eine Warenkorblösung bestellen, via Mail mit Mitarbeitern kommunizieren oder

Informationen online abfragen. Der Geschäftsführer legt Wert darauf, dass die Reaktionszeit kurz bleibt und alle Anfragen am gleichen Tag bearbeitet werden. Für Verbesserungen zeigt er sich immer aufgeschlossen: „Wir machen jede technische Entwicklung mit, weil sich das einfach rentiert.“ Da das Unternehmen seine internen Prozesse effizienter abwickelt, steigerte es den Umsatz schon deutlich.

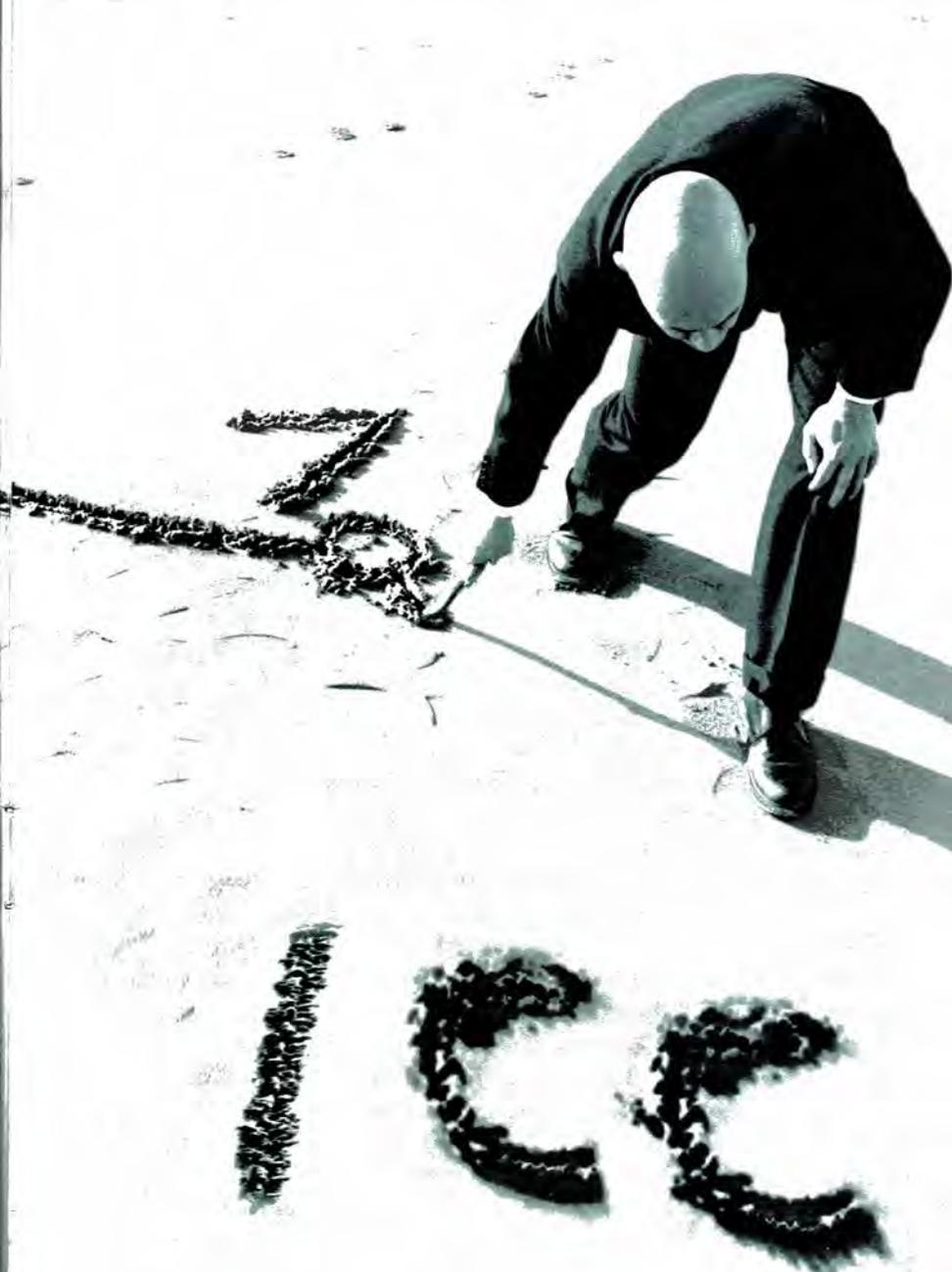
Nicht alle Firmen beweisen so viel Weitsicht wie die GFT Baden. Vor allem Mittelständler zeigen sich beim Thema Migration größtenteils unvorbereitet. Da sie aber an der Einbeziehung des Internets künftig nicht vorbeikommen und Kunden immer anspruchsvoller werden, müssen sie auf zukunftssichere Technik setzen. Darin liegt der Vorteil eines modularen Systems. „Gleichgültig wie sich Geschäftsbedingungen mit der Zeit ändern, diese Lösung lässt alle Optionen offen“, fasst Tenovis-Mann Bengert zusammen.

Offene Standards

Experten sind sich einig. Offene Standards und hohe Skalierbarkeit sind ein Muss für wettbewerbsfähige Systeme. „Am Anfang und am Ende jedes Projekts sollte die Frage stehen: Wie verbessert die neue Lösung meine Kernprozesse heute und für einen Planungszeitraum von zwei bis fünf Jahren?“, empfiehlt Florian Matthes, Professor für Softwaresysteme an der Technischen Universität in Hamburg-Harburg. Firmenchefs sollten bedenken, dass sich IT- und TK-Strukturen selbst in regelmäßigen Abständen verändern. Dabei sei das Internet ein wesentlicher Katalysator.

Wer also weder Zeit noch Kosten für permanente Neukonfigurationen aufwenden will, sollte auf Lösungen vertrauen, die sich beliebig erweitern lassen und vorhandene Daten und Strukturen problemlos einbinden.

Fotos: [M] gettyone Stone/Beatsie Van der Meer (1), Tenovis (1)



Tenovis **Information**

So profitieren Unternehmen vom ICC

Migration Das Communication Center sichert langfristig die Investitionen, da sich neue Anwendungen problemlos in bestehende Technologien einbinden lassen.

Integration Eine einheitliche Plattform und standardisierte Schnittstellen ermöglichen das perfekte Zusammenspiel der Lösungen. Auf Grund der 19-Zoll-Technik lässt sich das System als kompletter Kommunikationsserver ins bestehende Local Area Network (LAN) integrieren.

Individueller Bedarf Das System richtet sich an Firmen jeder Größe. Sie können einzelne Bausteine oder das komplette Produktportfolio von Tenovis übernehmen.

Externe Kommunikation Durch den verbesserten Informationsfluss erhöhen Firmen die Zufriedenheit ihrer Kunden.

Wünschen Sie mehr Informationen zum ICC? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 018 03/0 00 62 00. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.



Verbesserte mit dem Communication Center den internen Workflow: **Karl Müller**, Geschäftsführer Karl Müller Maschinenbau

Der Konkurrenz einen Schritt voraus sind Firmen auch, wenn sie auf das harmonische Zusammenspiel der Anwendungen untereinander achten. So lassen sich im ICC alle Konfigurationen über eine einheitliche Plattform mit offenen Standardschnittstellen nutzen. Diese Abkehr von Insellösungen hält Professor Matthes für berechtigt: „Sonst werden lediglich lokale Funktionsverbesserungen durch globale Prozessverschlechterungen erkauft.“ Schließlich rät er auch zur langfristigen Zusammenarbeit mit Dienstleistern, da sie mit den spezifischen Anforderungen der Firma bereits vertraut sind und so das Wachstum optimal begleiten können.

Kurzfristige Änderungen

Stetiges Wachstum ist auch für die Karl Müller Maschinenbau in Winterbach bei Stuttgart eine Herausforderung. Das Unternehmen feierte mit seinem 25-jährigen Jubiläum den Einzug ins neue Geschäftsgebäude. Begonnen als Einmannbetrieb, agiert Karl Müller heute weltweit mit rund 90 Mitarbeitern und den beiden Geschäftsbereichen Müller + Kurtz Sondermaschinen GmbH sowie Müller Sägen und Technologie. Seit einem Jahr vertraut die Firma auf das ICC.

„Mit unserem neuen Profil hat sich der Service gewandelt“, sagt Geschäftsführer Karl Müller. „Kunden erwarten kürzere Reaktionszeiten.“ Solche Wünsche erfüllt Unified Messaging. Von der Lösung profitieren bislang 35 Beschäftigte. Sie können Faxe über Outlook empfangen und senden sowie Sprachnachrichten direkt am Computerbildschirm öffnen. Mitarbeiter im Außendienst haben die Möglichkeit, am Arbeitsplatz eingegangene Nachrichten auf ihr Notebook weiterzuleiten. „In Projektphasen kann es zu kurzfristigen Änderungen kommen“,

Die Dienste von Tenovis sind in einem Outsourcing-Vertrag fixiert. Zum Serviceangebot gehört auch die Auswahl des Internet-Providers. Vor allem im Sägenbereich planen die Schwaben, den Web-Auftritt auszubauen. Bereits heute können Kunden Informationen und Angebote abfragen oder die „Säge des Monats“ bestellen. Firmenchef Müller blickt bereits voraus: „Diese Kommunikationslösung ist eine Zukunftsentscheidung. Damit sind wir offen für Wachstum und können in ein paar Jahren die ideale Betriebsgröße erreichen.“

„Eine permanente Erreichbarkeit ist für uns unerlässlich.“

Rainer Groß, Geschäftsführer GFT Baden

erklärt Michael Lenz, IT-Leiter bei Müller. „Da dürfen keine Informationen verloren gehen.“

Derzeit testet der Sondermaschinen- und Sägespezialist eine CTI-Lösung, die an das interne Produktplanungssystem angeschlossen ist. Lenz: „Hier müssen noch Anpassungen an unsere Datenbank vorgenommen werden. Wenn sich die Lösung positiv entwickelt, lässt sie sich auch in größerem Umfang bei uns einsetzen.“

Einen Schritt weiter geht die Firmengruppe Connect in Freiburg, die fast das komplette ICC nutzt. „Um in diesen schnelllebigsten Zeiten mitzuhalten, ist eine so flexible Lösung wichtig“, betont Geschäftsführer Manfred Rieserter (siehe Interview). Vom permanenten Wandel sind alle Branchen betroffen. Wer sich nicht die Zukunft verbauen will, sollte versuchen, seine interne und externe Kommunikation rechtzeitig in den Griff zu bekommen.

Interview

Mehr Zeit für Kunden

Manfred Riesterer, Geschäftsführer der Connect Computer & Netzwerktechnik GmbH in Freiburg, vertraut beim Wachstum seines Unternehmens auf Tenovis.

Tenovis Hinter der Firmengruppe Connect liegt ein ungeheures Wachstum. Konnte die Technik mithalten?

Riesterer Ja. Zunächst haben wir unsere IT-Architektur vereinheitlicht. Mit dem Einzug ins neue Gebäude im Mai letzten Jahres laufen bei uns alle 25 Serversysteme auf Windows-2000-Basis und einheitlich integriert in 19-Zoll-Technik. Seit diesem Zeitpunkt setzen wir auch das Integral Communication Center ein. Praktisch jeden Monat haben wir ein neues Modul in Betrieb genommen.

Warum fiel die Wahl auf Tenovis?

Riesterer Die Grundphilosophie von Connect ist es, stets die effektivste Lösung einzusetzen. Absolute Priorität hatte für uns immer eine CTI-Lösung (Computer-Telefonie-Integration), die uns das ICC jetzt bietet. Bei uns läuft die gesamte Telefonie vom PC aus. So können wir unter anderem nachverfolgen, wer wann versucht hat, wen zu erreichen. Auch Fax und SMS verschicken wir über Outlook.

Wie profitiert der Außendienst von diesen Lösungen?

Riesterer Wir haben rund 40 Techniker direkt beim Kunden vor Ort. Da wir sie bisher immer anrufen mussten, wurden sie bei der Arbeit gestört. Da fühlt sich der Kunde nicht optimal betreut. Heute können wir dem Techniker eine SMS schicken, die er jederzeit und überall abrufen kann.

Neben Unified Messaging und CTI setzen Sie auch die Call-Center-Funktion ein.

Riesterer Mit großem Erfolg. Im neuen Gebäude kann sich jeder mit seinem mobilen Schreibtischcontainer an jeden freien Platz setzen. Alle 80 Mitarbeiter, die zugleich als Call-Center-Agenten tätig sind, können sich mit ihrem Laptop ans Call-Center anmelden und sind dann unter ihrer Nummer am neuen Platz erreichbar. Das ist eine geniale Lösung, die sich weiter optimieren lässt.

Inwiefern?

Riesterer Wir wollen künftig unser Telefonverhalten auswerten und überprüfen, wie lange jemand in der Leitung warten muss. Wegen der verschiedenen Unternehmensbereiche ist es auch wichtig, dass wir die Kosten klar zuordnen können.

Welche Module ziehen Sie noch in Betracht?

Riesterer Customer-Relationship-Management kann ich mir gut vorstellen. Damit beschäftigen wir uns schon seit zwei Jahren. Wir wollen alle Informationen über den Kunden parat haben, wenn er anruft. Dann fühlt er sich optimal betreut. Auch ein Multimedia-Call-Center mit Webrouting beziehen wir in unsere Planung ein. Ziel ist es, einfach besser zu sein als die Konkurrenz.

Porträt Manfred Riesterer und Edgar Fehrenbacher gründeten 1993 mit sieben Mitarbeitern die Connect Computer & Netzwerktechnik GmbH in Freiburg. Schwerpunkte sind Lösungen für Netzwerk- und Speichermanagement sowie Datensicherheit. Um sich weiter zu spezialisieren, kamen vier Gesellschaften hinzu, die sich jeweils auf Beratung und Coaching, Dokumentenmanagement, Überwachungssysteme und Software-Entwicklung konzentrieren. Heute zählt die Firmengruppe 100 Mitarbeiter.

Wie weit ist das Internet in Ihre Geschäftsprozesse eingebunden?

Riesterer Übers Web läuft bei uns fast alles. Man muss ja immer präsent sein. Unseren Mitarbeitern bieten wir spezielle Zugänge, mit denen sie verschlüsselt auf alle Daten zugreifen können. Auch Kunden sollen künftig unsere Website zum Waren- und Informationsaustausch nutzen – wenn sie dazu berechtigt sind.

Das klingt nach dauernder Migration. Unterstützt Sie das ICC dabei?

Riesterer Klar, weil es uns hilft, langfristig zu planen. Wir versuchen permanent, unsere Prozesse in Frage zu stellen.

Es gibt immer etwas anzupassen oder zu verbessern. Um in diesen schnelllebigen Zeiten problemlos mitzuhalten, ist eine so flexible Lösung wichtig.

Wir arbeiten jetzt viel schneller und effektiver und haben mehr Zeit für den Kunden.



Wie aus einem Guss

Voice over IP wird immer populärer. Mit der Vereinigung von Sprache und Daten in einem Netzwerk lassen sich auf lange Sicht die Betriebskosten reduzieren und bestehende Anwendungen optimieren.

► In Kürze

Eine Kommunikation ohne Medienbrüche bietet finanziell und organisatorisch klare Vorteile gegenüber dem mehrgleisigen Standard.

Schon in naher Zukunft könnte die Trennung von Sprach- und Datennetzen ein Auslaufmodell sein. In der Vergangenheit waren IP-Netze (Internetprotokoll) ausschließlich für den Transport von Daten vorgesehen. Doch mit Voice over IP (VoIP) wird jetzt auch Sprache zu komprimierten Datenpaketen geschnürt und über das Netz geschickt. Für dieses Lösungsmodell aus einem Guss entschied sich beispielsweise auch die

Compositum GmbH in Fulda. Die Kommunikationsagentur bietet Corporate-Identity-Konzepte, Online-Auftritte, Werbekampagnen und Cross-Media-Lösungen aus einer Hand. Jeder Mitarbeiter sitzt acht bis zwölf Stunden täglich am Computer. „Der Rechner ist unsere Kommunikationsschnittstelle zum Kunden“, erklärt Geschäftsführer Gregor Pchalek.

Mit dem Einzug in die neuen Geschäftsräume im Informationstechnologie-, Gründer- und Multimediazentrum Fulda (ITZ) hat das Unternehmen auf IP-Telefonie umgestellt. Den Hauptnutzen der Tenovis-Lösung sieht die Agentur in der vollständigen Computer-Telefonie-Integration (CTI). Ruft ein Kunde an, erscheinen künftig seine Daten auf dem Bildschirm. Weitere Vorteile verspricht sich Pchalek dadurch, dass sich Voice- und



E-Mail integrieren lassen. So kann das Unternehmen den Informationsfluss optimieren und den Verwaltungsaufwand erheblich reduzieren. Darüber hinaus haben Mitarbeiter die Möglichkeit, an jedem Arbeitsplatz-PC in der Firma oder von zu Hause aus ihre spezifischen Anwendungen zu starten – unabhängig davon, wo sie sich einloggen. „Ein innovatives Unternehmen braucht die interne und externe Mobilität seiner Mitarbeiter“, ist Pchalek überzeugt.

Wie die Fuldaer betrachten immer mehr Firmen die Sprache als Datenapplikation. Dabei muss es nicht zum radi-

„Wir brauchen den Mehrwert zur Basistelefonie.“

Boris Wetzel, Leiter Technik bei Ision

kalen Schnitt kommen. Wer sich nicht mit einem Schlag von der klassischen Telefonie verabschieden will, verfolgt eine sanfte Migrationsstrategie. So ist es möglich, zunächst nur einzelne Unternehmensbereiche umzustellen oder die IP-Technik auf Applikationsebene einzuführen. Mit der Zeit lassen sich immer mehr Komponenten einbinden.

Flexibel im Wachstum

Nach Ansicht der britischen Marktforscher von TekPlus steigt das weltweite Volumen für VoIP-Anlagen von 365 Millionen US-Dollar im vergangenen Jahr auf 1,59 Milliarden im Jahr 2003. Die Zahl verkaufter Systeme wird im selben Zeitraum von 660 000 auf 3,6 Millionen zunehmen. Neue Anwendungen und ein schnellerer Return on Investment (ROI) als bei traditionellen TK-Anlagen seien dafür die wichtigsten Gründe. Dies bestätigt eine Studie von Forrester Research Inc. in Cambridge, Massachusetts. Auf fünf Jahre an einem Fallbeispiel gerechnet, können Unternehmen mehr als zehn Prozent ihrer Betriebskosten sparen, wenn sie ihre alte TK-Anlage direkt durch eine VoIP-Anlage ersetzen. „Zumindest in einem Umfeld mit so komplexer Vernetzung wie im Technologiezentrum ist Voice over IP eine lohnende Investition“, sagt Klaus Ertner, verantwortlich für die Entwicklung Service Provisioning bei Tenovis.

Das ITZ in Fulda war in der glücklichen Lage, ohne den Ballast alter Systeme zu starten. So wurde die IT- und TK-Struktur in einem Wurf nach dem neuesten technischen Stand gestaltet. Realisiert wurde das Projekt mit einem Tenovis-Partner vor Ort, dem Internetdienstleister und Application Service Provider regio.NET. Die Hessen zeichnen als Housing-Betreiber der Technik verantwortlich. Neben der Compositum GmbH können die übrigen zehn Firmen des Zentrums kostengünstig die Infrastruktur nutzen. Diese wird komplett vom Betreiber vorfinanziert. Zieht ein neues Unternehmen ein, kann es von Beginn an die vorhandenen Ressourcen in Anspruch nehmen. Bezahlt wird nur die monatliche Nutzung. „Ohne teure Startinvestitionen



Erhöht mit Voice over IP die Mobilität seiner Mitarbeiter: Gregor Pchalek, Geschäftsführer der Compositum GmbH

genießen die Firmen die volle VoIP-Funktionalität und sind flexibel im Wachstum“, meint Ertner.

Diese Vorteile überzeugten auch die Niederlassung Süd-West der Ision Sales and Services GmbH & Co. KG in Mannheim. Für seine neuen Büroräume setzt der E-Business Solution Provider auf das Integral Communication Center. In der Startphase werden 20 Arbeitsplätze mit IP-Technik ausgestattet. Bis zu 100 sind für den gesamten Gebäudekomplex geplant, damit auch andere Firmen die Technik nutzen können. „Wir brauchen zusätzlich zur Basistelefonie den Mehrwert der Internet-Telefonie“, erzählt Boris Wetzel, Leiter Technik von Energis-Ision. Voice- und E-Mail-Integration sind für ihn unentbehrliche Features. Zugleich will er potenziellen VoIP-Kunden demonstrieren, wie gut die Technologie im eigenen Unternehmen schon funktioniert.

Illustration: Markus Fricmann/ Die Artillerie; Foto: Compositum GmbH

Tenovis Information

Was Sie bei der Einführung von Voice over IP beachten sollten

Gehen Sie den Weg der sanften Migration, wenn Sie erst kürzlich in die klassische Telefonie investiert haben und trotzdem nicht auf die Vorteile von Voice over IP verzichten wollen. Dabei können Sie parallel zur bestehenden TK-Architektur ein VoIP-System installieren.

Bereiten Sie Ihre Mitarbeiter ebenso wie die interne Organisationsstruktur rechtzeitig auf den Wechsel zur IP-Telefonie vor.

Senken Sie Ihre Personal- und Investitionskosten, indem Sie die Leistungen des VoIP-Systems bei einem Service-Provider mieten.

Nutzen Sie die Möglichkeiten von VoIP nicht nur für die Kommunikation nach außen, auch die internen Arbeitsabläufe lassen sich damit erheblich verbessern.

Erhöhen Sie die Mobilität Ihres Personals. Egal wo sich der Mitarbeiter einloggt, mit VoIP hat er alle Funktionen sofort verfügbar.

Haben wir Ihr Interesse für das Thema Voice over IP geweckt? Dann informieren Sie sich weiter über den Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 01. Sie können uns auch eine Mail senden an tenovis.magazin@tenovis.com oder uns postalisch erreichen unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

Faible für Form

Heutzutage werden sich Produkte immer ähnlicher. Um diese Beliebigkeit zu vermeiden, sollten Unternehmer verstärkt ins Design investieren. Damit setzen sie nicht nur Akzente, sondern sparen auch Entwicklungskosten.



► In Kürze

Mit innovativen Designansätzen können sich Firmen von der Konkurrenz abheben und entlang der Prozesskette ihre Kosten im Griff halten.

Design ist out.“ Mit diesem Anspruch provozierte der französische Staravantgardist Philippe Starck unlängst seine Branche und gab mal wieder Anlass, über Geschmack zu streiten. Seiner Ansicht nach dient Design nur noch dazu, Dinge zu verkaufen. Doch das Enfant terrible der Szene ver-

folgt ein anderes Ziel: „Wir können es uns nicht leisten, Dinge zu konsumieren, die stilistisch schon drei Monate später obsolet sind. Langlebigkeit ist der wichtigste und modernste Parameter.“ Damit setzt der Gewinner des iF Produkt Design Award 2000 einen Kontrapunkt zur schnelllebigen Zeit.

Dass eine perfekte Form das Produkt unverwechselbar macht, hat Starck oft bewiesen: Marken wie Alessi, Duravit oder Vuitton erlangten durch den Pariser Designer bereits Kultstatus.

Frage des Überlebens

Heutzutage haben Mittelständler mit immer kürzeren Produktionszyklen und dadurch auch mit hohen Kosten zu kämpfen. Für die meisten Firmen ist das eine Frage des Überlebens. Ralph Wiegmann, Geschäftsführer der International Forum Design GmbH und des Industrie Forum Design Hannover e.V., weist aber darauf hin, dass zwischen langlebigen

Investitions- und kurzfristigen Konsumgütern zu unterscheiden ist. Aus ihren unterschiedlichen Entwicklungs- und Produktionszyklen ergeben sich die jeweiligen Gestaltungskriterien. So müssen für jedes einzelne Produkt die passende Form kreiert und die firmeninternen Abläufe darauf ausgerichtet werden. Für

„Kreativität passt nicht in ein allgemein bestimmendes Schema.“

Horst Diekherbers, Tenovis

Tenovis **VERBINDUNG**



MAILAND Diese Stadt hat zu viel zu bieten, als dass sie sich in wenigen Worten beschreiben ließe. Der Mailänder Dom und das berühmteste Opernhaus der Welt, die Mailänder Scala, wären allein schon einen Besuch wert. Aber mit der Reise für zwei Personen, die Tenovis in dieser Ausgabe verlost, ist auch der Eintritt in das interessanteste Museum der Stadt verbunden: ins Museo Nazionale della Scienza e della Tecnica. Es befindet sich im ehemaligen Kloster San Vittore aus dem 16. Jahrhundert. Erleben Sie in reizvoller Umgebung die Geschichte der Wissenschaft und Technik.

Rufen Sie uns an unter 08 00/3 47 32 88, oder schreiben Sie uns: Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt.

Wiegmann zählt der Designprozess daher zum festen Bestandteil der Unternehmensstrategie: „Unabhängig davon, ob es sich um Investitions- oder Konsumgüter handelt – professionelle Designleistungen sind für die Markenbildung und Marktpositionierung von großer Bedeutung.“ Das hat die Mehrheit der Betriebe noch nicht erkannt. Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg kooperieren nur 15 Prozent der Firmen hierzulande mit professionellen Formgebern. Alex Buck, CEO der design.net AG in Frankfurt am Main, hält das für leichtfertig: „Ohne klare Designstrategie sind



Tenovis Information

So starten Sie Ihre Designoffensive

Formulieren Sie klar die Ziele, die Sie über den Designprozess erreichen wollen. Planen Sie langfristig, denn das Design Ihrer Produkte wird Sie über Jahre hinweg begleiten. **Investieren Sie** in die Entscheidungs- und Entwicklungsphase der Formgebung. Das Geld, das hier effektiv eingesetzt wird, zahlt sich bei gelungenem Design in der Prozesskette mehrfach aus.

Klären Sie die Verständnisebenen zwischen Designer und Entwicklungsteam. Alle Beteiligten müssen dabei an einem Strang ziehen.

Wählen Sie Designer mit Erfahrung und Kenntnissen aus Ihrer Branche. Sie müssen auf jeden Fall zu Ihrer Firmenphilosophie passen.

Möchten Sie auch ins Design investieren? Dann fordern Sie weitere Informationen zu diesem Thema an – über den Faxabruf: 018 03/0 00 62 02, per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com, oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

Innovatives Design für den TK- und IT-Markt: das Telefon T3 von Tenovis (o.) und der iMac von Apple (u.)

Produktion und Vertrieb nicht mehr wettbewerbsfähig.“ Denn perfektes Design verbessert nicht nur das Image eines Produkts, sondern reduziert auch den Fertigungsaufwand und die damit verbundenen Kosten.

Akzente im Markt

Damit ist Design nichts anderes als das Management der gesamten Prozesskette. Bereits bei der Planung vermittelt der Designer zwischen Marketing und Ingenieuren und setzt detailliert die Vorgaben aus Gesprächen mit der Unternehmensführung um. Die Produktion profitiert davon, dass in der Entwicklung die optimalen Materialien festgelegt wurden, um Kosten langfristig im Griff zu behalten. „Unternehmer sollten den Designprozess zur Chefsache machen“, rät deshalb Experte Buck.

Ein Beispiel für ebenso mutiges wie innovatives Design liefert die Apple Computers Inc. im kalifornischen Cupertino. Der Mac-Spezialist hat die Gestaltung von Büroeinheiten weltweit beeinflusst. Nicht nur in der Formgebung, auch beim Verwenden von Farben und durchsichtigen Materialien beschritten die Amerikaner neue Wege. Dies zeigt sich besonders am futuristisch anmutenden iMac, der Rechner und Bildschirm in einem Gehäuse vereint.

Akzente im Markt zu setzen war 1994 auch das Ziel von Tenovis beim Entwurf der T1-Linie. Vor allem die rund geformte Hörerauflage erntete bei diesen Telefonen breite Anerkennung. Das Industrie Forum Hannover verlieh dafür ein Jahr später den Preis „Gute Industrieform“. „Beim Design der Telefone geben wir den Kreativen im Rahmen des Briefings freie Hand“, so Horst Diekherbers, Marke-

ting-Coach Terminals, Peripherie und Mobility bei Tenovis. „Kreativität passt nicht in ein allgemein bestimmendes Schema.“ Dafür gelten aber Regeln der Ergonomie und Bedienbarkeit. So ist die Fünf als mittlere Taste gekennzeichnet, um Sehbehinderten die Orientierung zu erleichtern. Mit der neuen Telefonserie T3 ist ein zusätzlicher Anspruch verbunden. Nach der Umfirmierung von Bosch Telecom in Tenovis sollte die neue Marke auch über die Form der Apparate einen neuen Ursprung erhalten. José Delhaes, Inhaber des Büros für Produktdesign Design Planet in Mühlheim am Main, blickt zurück: „Wir wollten ein modernes Design schaffen, das sich in wenigen Minuten in jedes Büro integriert und zum Teamplayer auf dem Schreibtisch wird.“

Besondere Aufmerksamkeit schenkte Delhaes während der zweijährigen Entwicklungszeit der Tastengeometrie, den Funktionsqualitäten und der Farbgebung.

So wurde etwa geprüft, wie der Hörer bei längeren Gesprächen in der Hand und am Ohr liegt oder wie sicher er in die Ablageschale fällt.

Doch nützt die schönste Form nichts, wenn die Funktionalität nicht gewährleistet ist.

So erweist sich diese Produktlinie zum Beispiel auch durch die IP-Fähigkeit (Internetprotokoll) als zukunftssicher.



Höchste Alarmstufe

Bei Polizei, Feuerwehr und Rettungsdiensten sind schnelle Einsätze an der Tagesordnung. Mit speziellen TK-Systemen können sie auf Notrufe kurzfristig reagieren.

► In Kürze

Sondernetze stehen für spezielle Anforderungen. Eine hohe Funktionssicherheit ist dabei unverzichtbar für Polizei und andere schnelle Helfer.

Klingelt in der Leitstelle im Polizeipräsidium Traunstein das Telefon, steht eines vor dem Gespräch meist fest: Es handelt sich um einen Notruf. An dem mit modernsten Rechnern und TK-Anlagen gespickten Arbeitsplatz kommen alle Anrufer an, die im Großraum Traunstein die 110 gewählt haben. Dabei geht es fast immer um Sekunden – und nicht selten um Menschenleben.

In der Leitstelle sorgt ein ausgefeiltes Zusammenspiel des digitalen Telefonnetzes mit den Servern und Workstations des von Tenovis installierten Arbeitsplatzes dafür, dass Beamte die Notrufe möglichst schnell und effektiv bearbeiten können. So erscheinen im System vermerkte Daten zum anstehenden Anruf immer gleich mit auf dem Bildschirm. Alle Telefonate werden automatisch aufgezeichnet, um auch im Nachhinein Zugriff auf Namen und Adressen zu haben. Treffen gleichzeitig oder zeitnah mehrere Notrufe ein, zeigt der Bildschirm der Leitstelle eine Liste aller aktuellen Verbindungen mit sekundengenauer Angabe.

Optimale Unterstützung

Eine weitere Sonderfunktion garantiert, dass keine Anfrage verloren geht: Muss ein Hilfesuchender nämlich länger als 40 Sekunden darauf warten, dass ein Beamter das Gespräch annimmt, informiert eine Anzeige über die Dringlichkeit des Anrufs. Selbst wenn am anderen Ende wieder aufgelegt wird, liefert das System die nötigen Informationen, damit die Polizei zurückrufen oder nachrecherchieren kann. „Das System ist darauf ausgelegt, dass die Mitarbeiter alle ankommenden Notrufe mit möglichst wenig Stress bearbeiten können“, erläutert Harald Vagts, der bei Tenovis den Vertrieb von TK-Systemen für Sondernetze verantwor-



tet. „Dabei ist eine optimale technische Unterstützung natürlich absolut notwendig.“

Nicht nur externe Hilferufe stellen hohe Anforderungen an die technische Infrastruktur von Polizei, Feuerwehr oder Rettungsdiensten. Genauso wichtig im Alltag der Sicherheitsbehörden ist die Kommunikation innerhalb der Dienststellen sowie die schnelle Abstimmung mit

anderen Revieren oder Streifenwagen. Das Polizeipräsidium Frankfurt am Main setzt daher künftig ebenfalls auf das Integral Communication Center von Tenovis. So werden zum Beispiel 22 Revierwachen im Stadtgebiet

sikalische Angriffe zu schützen, werden die Server auf 20 Netzwerkräume verteilt und per Glasfaser miteinander verbunden. Damit bleibt beim Ausfall eines oder mehrerer Server der restliche Netzverbund einsatzfähig.

mit einem Mal zu erneuern. So können Polizei und andere Organisationen nach und nach neue Applikationen einbeziehen wie etwa Videokonferenzen, Internetzugang oder Breitbandvernetzung. Auf diese Weise ist die Migration bestehender Anlagen für jeden neuen Kommunikations- und Vernetzungsbedarf gewährleistet.

„Alle Notrufe lassen sich mit möglichst wenig Stress bearbeiten.“

Harald Vagts, Tenovis-Experte für Sondernetze

Frankfurt über digitale Festverbindungsleitungen mit dem Kommunikationsserver vernetzt. Dabei läuft die interne Kommunikation komplett digital ab. Dies hat den Vorteil, dass Sprache und Daten über ein gemeinsames Netz verschickt werden können.

Auch wenn die Anlässe der dienstlichen Telefonate selten erfreulich sind – zumindest an Zuverlässigkeit und Bedienungsfreundlichkeit lässt das neue System nichts zu wünschen übrig. Mit der Software wird die Polizei auch in kritischen Situationen den Überblick behalten. Beispielsweise garantieren Teamfunktionen im gesamten Netzverbund einschließlich der 22 Wachen eine reibungslose Kommunikation.

Wie Tenovis-Experte Vagts erläutert, sind mit diesen Lösungen auch wirtschaftliche Vorteile verbunden: „Neben günstigen Anschaffungskosten spart unser System durch gezielt minimierten Raum- und Strombedarf sowie geringen Aufwand bei Service und Reparaturen. Und durch die ergonomische Bedienung lassen sich die Trainingskosten reduzieren.“

Besonderer Clou: Das modulare Konzept ermöglicht Organisationen gleich welcher Größe die schrittweise Modernisierung und den bedarfsgerechten Ausbau ihrer Systeme. Gerade im öffentlichen Bereich ist es wegen des oftmals geringen Budgets nicht möglich, die komplette Kommunikationsinfrastruktur einer Dienststelle, einer Region oder eines Bundeslandes

Verweist auf die wirtschaftlichen Vorteile der TK-Systeme für Sondernetze: **Harald Vagts, Tenovis**



Hohe Funktionssicherheit

Dass eine TK-Anlage bei der Polizei strengste Sicherheitskriterien erfüllen muss, liegt auf der Hand. Am Eingang der Frankfurter Polizeiwachen befinden sich Sicherheitsschleusen mit optischer Überwachung. Die im Stadtgebiet verteilten Revierwachen werden in den Netzverbund integriert. So können sich räumlich getrennte Teams zu Benutzergruppen zusammenschließen, was für die Einrichtung von Sonderkommissionen wichtig ist. Den Beamten stehen dann gemeinsam definierte Telefonkurzwahlen sowie Konferenzschaltungen mit bis zu zehn Teilnehmern zur Verfügung.

Die Funktionssicherheit des Gesamtsystems wird durch die dezentrale Architektur und redundant ausgelegte Systemkomponenten garantiert. Um die TK-Infrastruktur im Frankfurter Polizeipräsidium gegen phy-

Tenovis Information

Diese Anforderungen erfüllen Sondernetze

Servicefreundlichkeit Neben geringem Wartungsaufwand garantieren Sondernetze eine hohe Ausfallsicherheit und die schnelle Abwicklung von Servicefällen.

Betriebssicherheit Die modulare Systemarchitektur und auf Mehrfachsicke- rung ausgelegte Steuerungskomponenten bieten ein Höchstmaß an Funktions- und Betriebssicherheit.

Zukunftsfähigkeit Entsteht der Bedarf an zusätzlichen Funktionen, können Organisationen ihre Sondernetze problemlos nachrüsten lassen.

Kompatibilität Die offene Systemplattform erleichtert die Integration in bestehende und zusätzliche Netzkomponenten, auch von anderen Herstellern. Außerdem arbeiten Sondernetze von Tenovis reibungslos mit internen Kommunikationssystemen zusammen.

Datensicherheit Spezielle Sicherheitsmaßnahmen wie ein abgestufter Zugriffsschutz bieten Sicherheit gegen unbefugten Zugriff von außen. Redundante Systeme gewährleisten zudem die Verfügbarkeit der Datenbestände.

Möchten Sie mehr wissen über Sicherheit in Sondernetzen? Dann fordern Sie Informationen über unseren Faxabruf an: 018 03/0 00 62 03. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

Effektvolle Inszenierung

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten machen Sanierer vor allem vor Marketingbudgets nicht Halt. Wer jedoch am falschen Ende spart, wird am Markt nicht bestehen.

► In Kürze

Mit dem richtigen Marketingmix und einer durchdachten Strategie erzielen Firmen bei ihren Kunden große Aufmerksamkeit.

Umsatzeinbrüche, Anzeigeneinbußen und Börsenflaute – lang ist die Liste, die Unternehmen heute zu schaffen macht. Da kommt die Nachricht etwas überraschend: In diesem Jahr werden die Ausgaben für Werbungverhalten steigen.

Das zumindest ist das Ergebnis einer Studie,

die die Gesellschaft für Konsumgüterforschung in Nürnberg und die Wirtschaftswoche bei 151 Werbeleitern und 30 Agenturgeschäftsführern in Deutschland durchgeführt haben. Demnach werden die Investitionen vor allem in klassischen Medien wie Tageszeitung und TV getätigt. Das Web gewinnt jedoch in diesem Umfeld an Bedeutung. So stellen ARD und ZDF in ihrer aktuellen Studie zur Online-Nutzung fest, dass 38,8 Prozent aller Deutschen über 14 Jahre das Internet intensiv nutzen.

Gerade für mittelständische Unternehmen mit begrenztem Marketingbudget stellt sich da natürlich die Frage, wie sich Kunden und Interessierte am besten erreichen lassen – mit Fernseh- oder Radiowerbung, mit Anzeigen in Tageszeitungen und Fachzeitschriften oder vielleicht sogar mit aufwendigen Messeauftritten und Roadshows. Viele Firmen sind überfordert, die richtigen Schwerpunkte zu setzen. Oder sie erachten Marketingaktionen als zu kostspielig.

Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbandes der Mittelständischen Wirtschaft (BVMW) in Berlin, hält das für bedenklich: „Kleine und mittlere Betriebe investieren durchschnittlich zwischen fünf und zehn Prozent ihres Umsatzes allein in Marketing. Wer glaubt, darauf in einer Phase des konjunkturellen Abschwungs verzichten zu können, ist bald weg vom Markt.“

Ausgefeilte Web-Präsenz

Die enorme Bedeutung strategischen Marketings für mittelständische Firmen ergibt sich daraus, dass diese fast ausnahmslos in sehr wettbewerbsintensiven Märkten agieren und ihre Position über Produktqualität und Preise allein nicht ausbauen können. Oft ist es nur eine Frage der Zeit, bis Mitbewerber mit besseren oder günstigeren Angeboten auftauchen. Um kurzfristig auf Marktveränderungen zu reagieren, haben Mittelständler nur begrenzte Möglichkeiten.

„Unternehmen sollten bestehende Kundenkontakte viel stärker nutzen.“

Professor Bernd Skiera, Universität Frankfurt am Main

Eine Verbesserung ihrer Position erhoffen sich die meisten Betriebe von einer ausgefeilten Web-Präsenz.

Wie sich übers Internet höhere Umsätze erzielen lassen, zeigt die Alternative Computerversand GmbH aus dem hessischen Linden. Das Unternehmen gewann den vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie



(BMWi) in Berlin ausgelobten Deutschen Internetpreis 2001 und schrieb mit seinem Online-Shop bereits im ersten Jahr schwarze Zahlen. Zunächst diente das Web nur als weiterer Vertriebskanal für den bestehenden Versandhandel, bei dem Kunden per Telefon, Fax oder Post orderten. Mittlerweile generieren die Hessen



einen großen Teil ihres Umsatzes übers Netz. Vom Kundenkontakt bis zur Auslieferung erfüllt der Online-Shop alle wichtigen Anforderungen. Auf Wunsch werden Kunden per SMS über den Stand ihrer Bestellungen informiert. Neben Homepage und Online-Shop stehen bei Unternehmen E-Mail-Newsletter hoch im Kurs. Dieser Kontakt ist preiswert und garantiert die kontinuierliche Kommunikation mit Kunden. Osvalds Dimpers, Geschäftsführer von Tenovis Direct, ist überzeugt: „Da der Empfänger das Abo jederzeit kündigen kann, ist davon auszugehen, dass der größte Teil der Adressaten den Newsletter auch nutzt.“ Das Reporting-System zeigt zudem, wie viele Interessenten welche Artikel gelesen haben. So lässt sich deren Informationswunsch genauer bestimmen.

Tenovis Information

Wie Sie auch in schwierigen Zeiten große Wirkung erzielen

Setzen Sie bei der Auswahl Ihrer Marketingberater und Agenturdienstleister auf langfristige Partnerschaften. Eingespielte Abläufe versprechen nicht nur Optimierungspotenzial, aus einer langjährigen Zusammenarbeit erwachsen häufig auch Synergieeffekte.

Gestalten Sie Ihre Kommunikation mit, und passen Sie Ihre Maßnahmen flexibel neuen technischen Möglichkeiten an.

Suchen Sie sich für die Umsetzung erfahrene und motivierte Partner, die auch zur Unternehmensphilosophie passen.

Legen Sie frühzeitig Ihre Kommunikationsziele fest, und verfolgen Sie dabei eine klare Strategie.

Behalten Sie stets den Kunden im Auge. Gehen Sie direkt auf seine Bedürfnisse ein, und versuchen Sie, Anforderungen der Branche so früh wie möglich zu erkennen.

Wünschen Sie mehr Informationen über Marketing? Dann nutzen Sie den Faxabruf: 018 03/0 00 62 04. Per Mail erreichen Sie uns unter tenovis.magazin@tenovis.com, postalisch unter Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

Zu dieser Form der Personalisierung rät auch Professor Bernd Skiera, Inhaber des Lehrstuhls für E-Commerce an der Universität Frankfurt am Main: „Unternehmen sollten viel stärker bestehende Kundenkontakte nutzen und über Permission-Marketing eine lang anhaltende Wertschöpfung erzielen.“ Dabei stimmt der Kunde zu, über Dienstleistungen oder Produkte regelmäßig informiert zu werden; er kann dies aber auch jederzeit widerrufen. Indem Firmen nur Botschaften versenden, die erwartet oder gewünscht werden, sichern sie sich eine höhere Aufmerksamkeit beim Kunden. Und genau die wird angesichts der ständigen Reizüberflutung immer wertvoller. Dagegen warnt Skiera vor offensiven Werbeformen wie Banner, die die meisten Kunden als störend empfinden.

Durchdachte Strategie

Statt sich blind auf neue Werbeformen zu stürzen, müssen Unternehmer den richtigen Marketingmix wählen und eine klare Strategie verfolgen. Gehen sie mit plakativen Auftritten an die Öffentlichkeit, geschieht dies oft aus einem aktuellen Anlass wie einer Messe oder Produktpräsentation. Entsprechend kurzlebig sind die Resultate. Solche Aktionen müssen professionell nachbereitet und miteinander vernetzt werden. Schließlich sind Web-Präsenz und E-Mail-Newsletter nur erfolgreich, wenn sie mit der Unternehmensphilosophie harmonieren. Zur Strategiefrage gehört auch die Auswahl geeigneter Agenturen. Screening-Partner wie die MLC Corporate Spirit Consulting GmbH aus Starnberg helfen den Firmen, indem sie Agenturen nach bestimmten Kriterien auswählen. Nach Ansicht von Geschäftsführer Marc Lindgens haben viele Firmen nur eine vage Vorstellung von ihren Kommunikationszielen. Daher setzt er in den Betrieben selbst an. „Zuerst müssen die Verantwortlichen ihre Anforderungen genau definieren. Dann erst ist eine seriöse Empfehlung möglich.“

Foto: Brot & Spiele

Nahtloser Übergang

Weil sie keine Kinder haben, die ihren Betrieb übernehmen wollen, fühlen sich viele Unternehmer überfordert. Dabei stehen ihnen zahlreiche Alternativen zur Auswahl.

► In Kürze

Für den Stabwechsel im Unternehmen gibt es viele Varianten. Firmenlenker müssen nur rechtzeitig loslassen können.

Manchmal ist es unvermeidbar, persönliche Dinge von anderen betreuen zu lassen. Dann sollen sich wenigstens vertraute Hände der Sache annehmen. Das denken sich auch viele Unternehmer, die jahrelang ihr Herzblut für den eigenen Betrieb hingegeben haben und sich im Alter davon trennen müssen. Sie wünschen sich, dass das Lebenswerk nach ihrem Ausscheiden in Familienbesitz bleibt. Doch von rund 380 000 Familienbetrieben, die nach Angaben des Instituts für Mittelstands-

forschung (IfM) in Bonn zwischen 1999 und 2004 zur Übergabe anstehen, werden nur wenige vom Nachwuchs weitergeführt. Rund 40 Prozent der Unternehmer hierzu-

lande können ihre Nachfolge voraussichtlich nicht familienintern regeln. Evelyn Schröer, Mittelstandsexpertin beim IfM, verwundert das kaum. „Unternehmerkinder kriegen genau mit, was ihre Eltern leisten müssen, um den Betrieb erfolgreich zu führen.“ Bei vielen Chefs kommt die Familie zu kurz, weil sie auch am Wochenende arbeiten. Zudem eröffnet das breite Ausbildungsangebot den Kindern andere attraktive Perspektiven. „Daher sollten Unternehmer bei ihrer Planung auch externe Nachfolgealternativen in Betracht ziehen“, rät Schröer.

Optimale Vorbereitung

Wie reibungslos die Übergabe verlaufen kann, zeigt das Beispiel der Hülskens Holding GmbH und Co. KG in Wesel. Das traditionelle Unternehmen aus der Kies-,

Sand- und Betonwerkbranche mit rund 1100 Mitarbeitern wird seit Jahrzehnten von den Familien Krieger und Küppers geleitet. Da bei keinem der geschäftsführenden Gesellschafter unmittelbare Nachkommen als Juniorchefs in Frage kamen, kümmerten sich Konrad Krieger und Kurt Küppers frühzeitig um die Nachfolge. Die Wahl fiel auf dessen Neffen Werner Schaurte-Küppers.

Um optimal auf die Geschäftsübernahme vorbereitet zu sein, absolvierte der Hoffnungsträger nach der Banklehre ein Studium der Wirtschaftswissenschaften und sammelte Berufserfahrung als Prokurist bei einem Zementhersteller sowie als Berater einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Denn Schaurte-Küppers weiß, dass der Familienbonus allein nicht ausreicht: „Ich muss dieselben

Hat frühzeitig die Nachfolge geregelt: **Wolfgang Schaal** mit Kronprinz **Tilo Kraus** (vorn), Schaal Bad und Design GmbH



fachlichen Qualifikationen vorweisen wie ein externer Geschäftsführer.“ Seit einem Jahr leitet der mittlerweile 39-Jährige Seite an Seite mit seinem Onkel und Krieger die Firma. So kann Kurt Küppers beruhigt sein, da die Zukunft der Firma gesichert ist.

Größere Verantwortung

Auch Wolfgang Schaal muss sich keine Sorgen machen. Der Inhaber und Geschäftsführer der Schaal Bad und Design GmbH in Leonberg bei Stuttgart hat den Generationswechsel bei der Neugründung im Jahr 1999 eingeleitet. Seinen Mitgesellschafter und -geschäftsführer Tilo Kraus kennt er seit rund 25 Jahren. Kraus arbeitete sechs Jahre lang als Klempner- und Sanitärmeister im damaligen Einzelunternehmen Wolfgang Schaal. „Ich stamme aus einer Unternehmerfamilie und wollte mich weiterentwickeln“, erzählt er. So übertrug ihm sein Chef immer mehr Verantwortlichkeiten. Im Jahr 1999 legten Schaal und Kraus die Personengesellschaft still und gründeten eine GmbH mit 24 Angestellten. Dabei informierten sie Mitarbeiter und Kunden über die einzelnen Übergabeschritte. Kraus: „Da ich lange im Betrieb gearbeitet hatte, kannten wir uns alle sehr gut. Das war von Vorteil.“

„Vor dem Einstieg in die Firma muss alles Finanzielle geklärt sein.“

Tilo Kraus, Schaal Bad und Design

Je nachdem, wie sich die wirtschaftliche Situation entwickelt, werden dem Jungunternehmer in den nächsten sechs Jahren alle Gesellschafteranteile übertragen. Langfristig kann sich Kraus wieder eine Doppelspitze vorstellen. Dem potenziellen Geschäftspartner rät er, zuerst verschiedene Kreditangebote einzuholen und auch Fördermittel zu nutzen. „Vor dem Einstieg in die Firma muss alles Finanzielle geklärt sein“, betont Kraus. In Rechts- und Steuerfragen helfen den Unternehmern ihre langjährigen Berater. „Beim eigentlichen Abablungsprozess von der Firma sind sie aber die falschen Ansprechpartner“,

schränkt der Münchner Psychologe und Buchautor Bernd LeMar ein. Diese Berater hätten meist eine langfristige Geschäftsbeziehung zum Seniorchef aufgebaut und würden den Kunden nicht gern verlieren. Daher müssen Unternehmer verstärkt den Dialog mit ihrer Familie und den potenziellen Nachfolgern suchen. „Firmenchefs sollten spätestens mit 50 Jahren alles in die Wege leiten“, meint

LeMar. Natürlich falle den Patriarchen das Loslassen nicht leicht. Doch gehöre es zur unternehmerischen Verantwortung, die Firma rechtzeitig zu versorgen – und so für den Krankheitsfall gewappnet zu sein. So früh wie möglich sollten Mittelständler auch überprüfen, ob die TK-Infrastruktur der Firma auf dem neuesten Stand und auf lange Sicht konkurrenzfähig ist. Kein Nachfolger will seine Laufbahn mit unnötigen Ausgaben starten. Geben Seniorchefs die Verantwortung für einzelne Bereiche schon vor der endgültigen Übergabe ab, lässt sich der Betrieb auch technologisch für den Stabwech-

sel fit machen. Denn eine optimale technische Ausstattung, die flexibel erweiterbar ist, wird künftig zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Dies alles hat auch Rüdiger Götzen bedacht. Auf dem Flug von China nach Düsseldorf wurde dem damals 47-Jährigen plötzlich klar: „Wenn dir jetzt etwas zustößt, steht deine Firma vor einem Problem.“ Weder in der Familie noch im Betrieb war ein Nachfolger in Sicht. Der Geschäftsführer der MAE Maschinen- und Apparatebau Götzen GmbH & Co. KG in Erkrath bei Düsseldorf prüfte daher mehrere Verkaufsangebote. Mit der Mittelstandsholding Wuppertaler GESCO AG wurde er schließlich handelseinig. „Bei diesem Unternehmen behält mein Betrieb den mittelständischen Charakter“, begründet Götzen die Entscheidung. Inzwischen hat er all seine Anteile verkauft, doch ist er weiter als angestellter Geschäftsführer bei MAE tätig. Auch die anfangs skeptischen Mitarbeiter hat er überzeugt. „Es gab keine verkaufsbedingten Entlassungen, und der Standort Erkrath wurde gehalten“, freut sich Götzen. „Zudem sind wir bei unseren Entscheidungen im operativen Geschäft unabhängig und zugleich für den Notfall abgesichert.“

Tenovis Information

Dies sollten Sie beim Generationswechsel beachten

Suchen Sie frühzeitig nach einem oder mehreren Nachfolgern. Ein solide geplanter Generationswechsel braucht in der Regel fünf bis zehn Jahre. Je früher Sie beginnen, desto besser. Schließlich müssen Sie auch eine Strategie entwickeln, wie Sie für Ihren Lebensabend ausreichend Privatvermögen aufbauen.

Checken Sie rechtzeitig alle Übergabevarianten. Kommen weder Verwandte noch Firmenmitglieder dafür in Betracht, müssen Sie die Firma nicht zwangsweise an einen Konzern verkaufen. Denkbar sind auch eine externe Geschäftsführung oder der Verkauf an eine Mittelstandsholding.

Bedenken Sie, dass Sie Ihrem Nachfolger eine einwandfrei funktionierende TK-Infrastruktur überlassen müssen und der Übergang auch in technologischer Hinsicht reibungslos verläuft.

Stellen Sie sicher, dass die Technik sich mit steigenden Anforderungen problemlos erweitern lässt und Ihr Nachfolger für künftiges Wachstum gerüstet ist. Planen Sie Ihre Anschaffungen langfristig, und stimmen Sie neue Einkäufe mit Ihrem Nachfolger ab.

Wünschen Sie zusätzliche Informationen zur Nachfolge? Dann fordern Sie sie einfach über unseren Faxabruf an: 0 18 03/0 00 62 05. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com, oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

Mit Zuckerbrot und Peitsche

Für Jack Welch gehört es zu den wichtigsten Aufgaben eines Unternehmers, die Mitarbeiter zu Leistungen anzuspornen, die sie sich selbst nie zugetraut hätten.

► In Kürze

Firmenchefs müssen das Selbstvertrauen ihrer Mitarbeiter fördern und ihnen auch dann zur Seite stehen, wenn sie Fehler begehen.

Das letzte Eishockey-Match einer miserablen Saison lag vor uns. Ich war zweiter Spielführer der Schulmannschaft der Salem High School. Die ersten drei Spiele hatten wir gewonnen, dann aber die nächsten sechs Begegnungen verloren. Gegen unseren Erzrivalen Beverly Hills

rechneten wir uns echte Chancen aus. Das Spiel ging beim Stand von 2:2 in die Verlängerung. Dann gelang dem Gegner der entscheidende Treffer. In meiner Enttäuschung schleu-

derte ich den Schläger aufs Eis. Nach dem Spiel stürmte meine Mutter in die Umkleidekabine. „Du Holzkopf“, brüllte sie. „Wenn du nicht verlieren kannst, wirst du nie gewinnen lernen!“

Anspruchsvolle Ziele

Meine Mutter. Kein anderer Mensch hat so großen Einfluss auf mich genommen wie Grace Welch. Sie lehrte mich den Wert des Wettbewerbs und brachte mir bei, Siege zu genießen und Niederlagen mit Anstand hinzunehmen. Wenn ich einen Führungsstil, eine Methode zur Motivation von Menschen habe, so verdanke ich ihn meiner Mutter. Sie besaß viel Mitgefühl und war ihren Freun-

den gegenüber großzügig. Doch wer ihr in die Quere kam, musste sich in Acht nehmen. Menschen, die ihr Vertrauen missbrauchten, verzieh sie ihr Leben lang nicht.

Diese Beschreibung trifft ebenso gut auf mich selbst zu. All meine Grundsätze für das Management wurden von meiner Mutter geprägt: Stelle dich dem Wettbewerb. Stelle dich der Wirklichkeit. Motiviere die Menschen durch Zuckerbrot und Peitsche. Stecke dir anspruchsvolle Ziele. Und lasse die Leute nie aus den Augen, damit sie ihre Aufgabe auch tatsächlich erfüllen. Die Lektionen, die sie mir einschärfte, habe ich nie vergessen. Eine ihrer Lieblingsaussagen lautete: „Mach dir nichts vor. Die Dinge sind, wie sie sind.“ Und sie warnte mich: „Wenn du nicht lernst, wirst du niemand sein. Absolut niemand.“ Wann immer ich dazu neige, mich der Illusion hinzugeben, ein geschäftliches oder betriebliches Problem werde auf wunderbare Weise verschwinden, holen mich ihre Worte in die Wirklichkeit zurück.

Die vielleicht wertvollste Eigenschaft, die mir meine Mutter mitgab, war Selbstvertrauen. Diese Eigenschaft versuchte auch ich bei jedem Manager zu fördern, der je mit mir zusam-

Tenoris **VERBINDUNG**



Der bekannteste Manager der Welt hat seine Autobiografie veröffentlicht. Über zwei Jahrzehnte führte Welch den US-Industriegiganten General Electric. Gespickt mit zahlreichen amüsanten Anekdoten aus dem Privatleben und Weisheiten aus dem Unternehmensalltag, zeichnet das Buch mit dem Titel „Was zählt“ ein aufregendes Leben nach. In Deutschland steht das Werk schon seit langem auf den Bestsellerlisten. Wenn Sie mehr über die lebende Legende wissen wollen – kein Problem. Wir verlosen zehn Exemplare dieser einmaligen Autobiografie.

Rufen Sie uns unter 08 00/3 47 32 88 an, oder schreiben Sie uns: Tenoris, Stichwort Tenoris Magazin, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt.



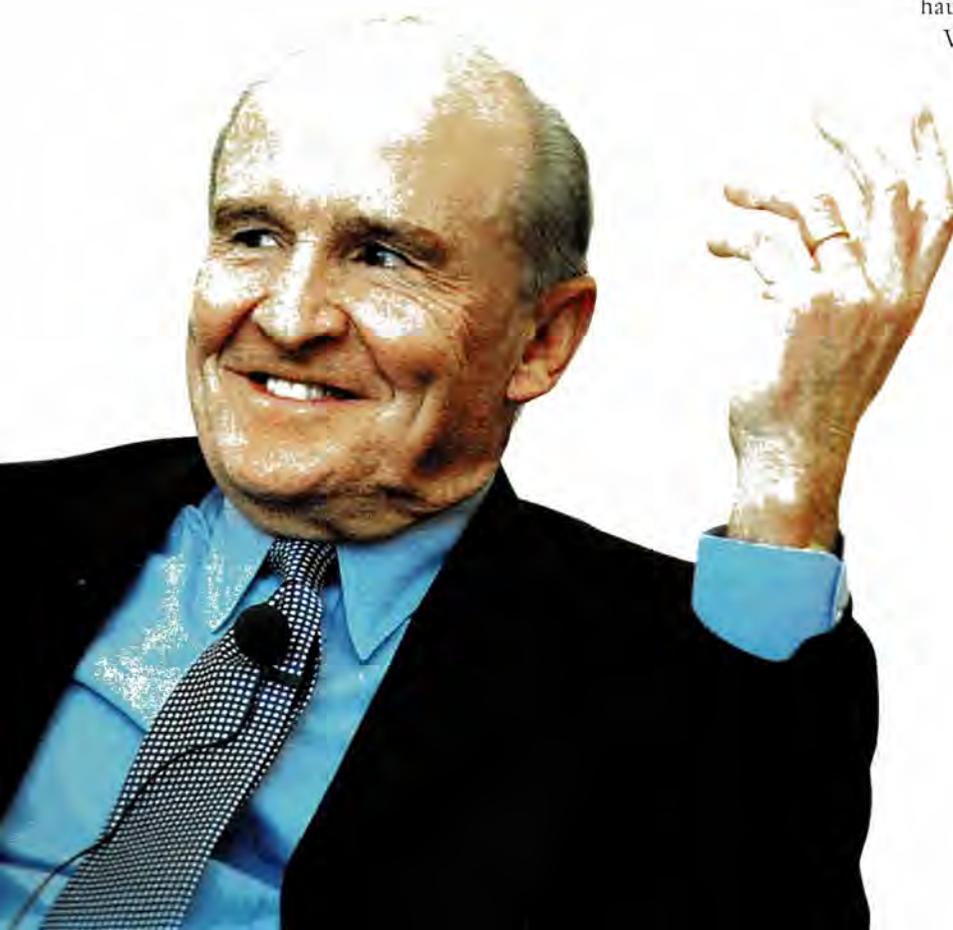
mengearbeitet hat. Selbstvertrauen gibt Mut und vergrößert den Handlungsspielraum. Firmenchefs müssen ihren Mitarbeitern immer neue Möglichkeiten eröffnen, sie mit Herausforderungen konfrontieren und sie dazu bewegen, Dinge zu tun, die sie sich nie zugetraut hätten. Vor allem aber müssen sie ihre Beschäftigten für jeden Erfolg so gut wie möglich belohnen.

Ein Beispiel: Anfang der siebziger Jahre versuchten wir bei General Electric, eine revolutionäre Glühbirne namens Harlac zu entwickeln. Sie sollte zehnmal länger leben als normale Glühbirnen, aber nur einen Bruchteil der Energie verbrauchen. Uns schwebte ein perfektes, umweltfreundliches Produkt vor. Harlac war ein großes Vorhaben, das 50 Millionen Dollar kostete. Das Problem war nur, dass niemand bereit war, knapp elf Dollar für eine einzige Glühbirne zu bezahlen – egal wie revolutionär sie sein mochte. Unser Projekt scheiterte.

Doch statt die Verantwortlichen zu bestrafen, feierten wir ihre beeindruckenden Bemühungen. Wir vergaben Managementauszeichnungen in Form von Bargeld und beförderten einige Leute, die an dem Projekt beteiligt gewesen waren. Obwohl niemand mit den Ergebnissen

„Ich liebe es, Ideen anderer Leute in Frage zu stellen.“

Jack Welch



Zur Person Jack Welch promovierte 1960 als Ingenieur und begann ein Jahr später seine Karriere bei General Electric (GE). Mit 45 Jahren wurde er jüngster Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Während seiner Amtszeit, die im September 2001 endete, nahm er eine radikale Umgestaltung vor. Die einst von Thomas Alva Edison gegründete Glühlampenfirma wurde unter Welch zu einem internationalen Mischkonzern und dem mit Abstand profitabelsten Unternehmen der Welt.

zufrieden war, ließen wir keinen Zweifel daran, dass wir die Anstrengungen des Teams zu schätzen wussten. Wir wollten dem ganzen Unternehmen zu verstehen geben, dass es in Ordnung war, zu einem großen Schlag auszuholen und ins Leere zu hauen.

Ehrliche Auseinandersetzung

Auf einem Fehler herumzureiten, wenn jemand schon am Boden zerstört ist, gehört zu den schlimmsten Dingen, die man tun kann. In diesem Fall geraten die Betroffenen schnell in eine Abwärtsspirale. Ich habe erlebt, wie selbstbewusste Leiter von Milliarden Dollar schweren Geschäftsbereichen in diese Lage gerieten. Lange lief alles bestens, doch irgendwann können sie einen Betriebsplan nicht einhalten, oder sie schließen ein schlechtes Geschäft ab. Dann sind sie bereit, allem zuzustimmen, nur um aus dem Büro des Vorgesetzten herauszukommen und einen weiteren Tag zu überstehen. Ich habe mich stets bemüht, den Leuten in diesem Moment zu helfen – oder eine solche Situation überhaupt zu vermeiden.

Verstehen Sie mich nicht falsch. Ich liebe es, die Ideen anderer Leute in Frage zu stellen. Niemand hat mehr Freude an einer leidenschaftlichen Diskussion als ich.

Es geht nicht darum, einer direkten und ehrlichen Auseinandersetzung aus dem Weg zu gehen. Aufrichtigkeit gehört zum Job. Und auch ein Gespür dafür, ob jemand ein aufmunterndes Wort oder einen Tritt in den Hintern braucht. Arrogante Menschen, die sich weigern, aus ihren Fehlern zu lernen, haben in einem Unternehmen nichts verloren. Doch wenn sich gute Leute auf Grund eines Fehlers mit Selbstvorwürfen peinigern, ist es unsere Aufgabe, ihnen beizustehen.

Fotos: Ecom Verlag (1); AP (1)

Interview

„Persönlicher Kontakt entscheidet“

Mit einem eigenen Customer Care Center beschreitet die Pro Fiducia Treuhand AG im schweizerischen Hergiswil neue Wege bei der Kundenbetreuung. Romeo Maggi, Präsident des Verwaltungsrates, erläutert seine Entscheidung.



Offeriert seinen Kunden die Auslagerung arbeitsintensiver Aufgabenbereiche: **Romeo Maggi**, Geschäftsführer Pro Fiducia Treuhand, www.treuhand.ch

Tenovis Sie bieten die klassischen Leistungen eines Treuhänders wie Buchhaltung, Vermögensverwaltung oder Steuerberatung. Was unterscheidet Ihr Unternehmen von der Konkurrenz?

Maggi Seit unserer Gründung im Jahr 1991 stehen wir in engem Kontakt zu unseren Kunden. Dabei hat sich gezeigt, dass sich viele Firmen oft mit zeitaufwendigen Aufgaben beschäftigen, die nicht ihrer Kernkompetenz entsprechen. Eine Auslagerung dieser Prozesse in die Hände von Spezialisten ist viel effizienter. Deshalb offerieren wir heute einen First-Level-Support im Namen unserer Kun-

den. Technisch und organisatorisch stützen wir unser Angebot durch das integrierte Customer Contact Center ab. **Was bietet dieser Support?**

Maggi Unsere Kunden können arbeitsintensive und administrative Aufgabenbereiche wie Abrechnung oder Debitorenverwaltung ausgliedern. Damit richten sie schnell und kostengünstig eine kompetente Anlaufstelle für ihre eigenen Kunden ein. Von Rechnungsstellung über Mahnung und Adressänderung bis zum Aushandeln eines Teilzahlungsplans ist alles denkbar.

Die Nachfrage ist sicher groß?

Maggi Eindeutig ja. Denn heute entscheiden persönlicher Kontakt, Erreichbarkeit und die Kompetenz des Gesprächspartners über die Akzeptanz am Markt. Lagert der Auftraggeber erhebliche Lasten aus, gewinnt er Potenzial für sein Kerngeschäft und vermeidet hohe Fixkosten.

Wie stärken Sie die Kundenbindung?

Maggi Ein entscheidender Vorteil ist die Servicenummer. Egal zu welchem Thema ein Kunde Kontakt wünscht, er erhält ihn zentral über eine einzige Telefonnummer. Kunden werden somit immer mit dem richtigen Ansprechpartner verbunden. Dank der Statistikfunktion kann der Supervisor jederzeit auf aktuelle Anforderungen wie Rechnungsläufe oder Saisonschwankungen reagieren. Wichtig war auch, dass sich die Call-Center-Technik in die bestehende Infrastruktur eingliedern ließ.

Können Sie noch effizienter werden?

Maggi Da unsere Kunden nicht nur telefonisch mit uns Kontakt aufnehmen, binden wir sukzessive Medien wie Fax, E-Mail oder Briefpost in die Lösung ein. Um noch wirtschaftlicher zu arbeiten, werden unsere Hard- und Softwarestrukturen optimal mit dem Call-Center vernetzt.

Im Interesse der Kunden

Kapitalmarkt Über die britische Finanzierungsgesellschaft Tenovis Finance Ltd. hat Tenovis eine Kapitalmarkt-Anleihe in Höhe von 300 Millionen Euro am europäischen Anleihemarkt platziert. Dabei handelt es sich um Asset Backed Securities (ABS), die auf abgeschlossenen Mietverträgen über

Kommunikationslösungen basieren. In Großbritannien und den USA ist dies eine übliche Finanzierungsform. Hierzulande gehört Tenovis zu den ersten mittelständischen Unternehmen, die diesen Weg beschreiten. Ziel der Transaktion ist in erster Linie eine größere Unabhängigkeit gegenüber der Banken- und Kre-

ditpolitik. Die internationalen Ratingagenturen Moody's und Standard & Poor's vergaben mit A+/A2 sehr gute Noten für die Anleihe. Mit dem Erlös finanziert Tenovis die Entwicklung von Lösungen sowie das Mietgeschäft, um Kunden weiterhin eine günstige Finanzierung der TK-Services anzubieten.



Spielerisch Karriere machen

Jobbörse Assessment-Center online ist der neueste Clou auf dem Arbeitsmarkt. Mit Unterstützung von Tenovis hat die Hamburger Cyquest Internet AG bereits zum zweiten Mal die Karrierejagd-Saison eröffnet. Unter www.cyquest.de können Studierende, Absolventen und Young Professionals mit bis zu drei Jahren Berufserfahrung am internetbasierten Auswahlverfahren teilnehmen. Interessenten werden rund zwei Stunden lang durch ein Spiel geleitet, bei dem es eine Reihe kniffliger Fragen zu beantworten gilt. Neben Persönlichkeitstests müssen auch unternehmerische Aufgaben erfüllt werden wie etwa die Terminplanung für eine virtuelle Arbeitskraft, die Suche nach der richtigen Strategie für angeschlagene Firmen oder das Erstellen von Notfallplänen.

Aus diesen Angaben entsteht ein anonymisiertes Bewerberprofil, auf das die beteiligten Unternehmen Zugriff haben. Neben Tenovis mit von der Partie: VW, PricewaterhouseCoopers, Unilever, Beiersdorf, Ernst & Young, Allianz und SAP. Haben die Firmen ihren Wunschkandidaten ausgemacht, vermittelt Cyquest den Kontakt. Sollte es für die jungen Leute nicht zum Jobangebot reichen, winken wertvolle Geld- und Sachpreise als Trost. Rund 1700 Mitspieler zählte Cyquest beim ersten Mal. Das zweite Spiel dauert nun bis Ende Mai 2002.

Entscheidung in Sekunden

Eine neue Notrufzentrale in Wien garantiert, dass Sanitäter noch schneller reagieren können.

Rettungsdienst Je effizienter Anrufe in einer Notrufzentrale bearbeitet werden, desto schneller können Rettungsdienste die Betreuung oder den Transport von Patienten einleiten. Daher hat der Arbeiter-Samariter-Bund Österreichs (ASBÖ) die TK-Infrastruktur seiner Zentrale völlig erneuert. Konnten die Helfer in der Vergangenheit Notrufe nur am Telefon entgegennehmen, beantworten sie mit dem neuen System auch E-Mails und Faxe. Dies erleichtert die Koordination der Kranken- und Transportwagen erheblich. „Wir wollen damit schneller auf die Wünsche unserer Patienten und Kunden reagieren und sie noch besser betreuen“, erklärt Franz Müller, technischer Leiter des ASBÖ.



In Zukunft wird die Notrufzentrale des Arbeiter-Samariter-Bundes in Wien noch schneller und effizienter sein

Mit dem Business Call Center von Tenovis wertet der Samariterbund über eine Statistikfunktion die angenommenen Telefonate, E-Mails und Faxe aus. Auf dieser Grundlage nehmen die Verantwortlichen dann die Personalplanung für die 24-Stunden-Bereitschaft vor. Im Ernstfall können die schnellen Helfer auch via Sammelalarmierung eine SMS-Nachricht an alle Zivilärzte versenden. Darüber hinaus brauchen Mitarbeiter die Kundendaten wie beispielsweise Adressen von Arztpraxen oder Ansprechpartnern nicht mehr selbst einzugeben. Durch die ISDN-Rufnummernübergabe stellt das System die Daten automatisch auf dem Bildschirm bereit. Erhebliche Telefonkosten spart der Bund schließlich durch eine Voice-over-IP-Verbindung zum Stützpunkt Stadlau. Hier findet sich auch ein Call-Center, das die Zentrale bei Überlastung unterstützt.

Fotos: Pro-Edicina (D), Cyquest (D), ASB Wien (D)

Standpunkt

Jede Reklamation ist ein Gewinn



Berater Michael Hasenkamp rät Unternehmern, die Beschwerden der Kunden ernst zu nehmen.

Geschäft zu machen. Ist er enttäuscht, dankt er für die Möglichkeit, seine Enttäuschung zu äußern. Diese offensive Ansprache reduziert die Frustration.

Unternehmern muss klar sein: Jede Reklamation ist ein Gewinn. Denn wer sich beschwert, bleibt länger treu. Eine Partnerschaft erreicht echte Intensität erst durch gemeinsam durchgestandene Krisen. Wer die Beziehung zum Kunden ernst nimmt, wendet sich also mit großer Aufgeschlossenheit dessen Beschwerde zu. Nicht mit der Angst, wichtige Zeit zu vergeuden. Nicht mit der Befürchtung, einen Kunden zu verlieren und damit wirtschaftliche Einbußen hinzunehmen. Sondern mit der Begeisterung, jetzt ein Highlight zu erreichen. Auch wenn dieses Eingeständnis nicht immer

leicht fällt – der Kunde hat einfach das Recht, sauer zu sein. Deshalb braucht er unsere Unterstützung. So erst entsteht eine echte Beziehung zum Kunden. Wenn er eine angenehme Bearbeitung der Reklamation erfahren hat, bleibt er sechsmal länger als der, der nicht reklamiert hat. Ein unzufriedener Kunde, der seinen Unmut nicht äußert, wechselt stillschweigend zur Konkurrenz. Diesen gilt es aufzuspüren.

Der endgültigen Entscheidung, nicht mehr zu kaufen, geht die innere Scheidung voraus. Genau hier müssen wir den Kunden packen. Nur wenn wir ihm in dieser Zeit klar zu verstehen geben, dass wir uns mit seinen Klagen ernsthaft befassen und aus Fehlern lernen wollen, können wir ihn halten. An diese Gespräche wird er immer erfreut zurückdenken.

George Walther, der amerikanische Telefonpapst, nennt den Telefonanruf nach dem ersten Geschäft den „Welcome on board call“. Den Kunden nach dem ersten Abschluss direkt anzugehen, ist von großer Bedeutung. Ist er zufrieden, vermittelt ihm die offensive Nachfrage die Gewissheit, dass es dem Verkäufer nicht nur darum ging, ein schnelles

Einmal Volltanken bitte!

Handy Prepaid-Karten für Mobiltelefone erfreuen sich großer Beliebtheit. Kunden im D- und E-Plus-Netz hatten unabhängig vom Erstvertragspartner bislang schon die Möglichkeit, über die Internetseite www.handytanke.de der Krefelder Victorvox AG ihre abtelefonierten Karten wieder aufzuladen.

Um den Service auszubauen, bietet das Unternehmen seit kurzem die Auflademöglichkeit auch per

Telefon an – und zwar unter der kostenfreien Rufnummer 08 00/5000 511. Die Anwender brauchen nach der Anmeldung nur ihre Handynummer und PIN einzugeben, und der Aufladecode wird per SMS aufs Handy gesendet. Die Abrechnung erfolgt durch Lastschrift vom Konto des Nutzers.

Für den nötigen Datenaustausch zwischen der Spracheinheit des

Call-Centers sowie der Abrechnungssysteme entwickelte Tenovis eine Verbindung, die die Kommunikation der Systeme untereinander ermöglicht. „Wir wollen weiterhin zu den am schnellsten wachsenden Marktteilnehmern gehören. Daher setzen wir auf modernste Systeme und scheuen auch künftig

nicht den Implementierungsaufwand“, er-

läutert Kersten Eckert, Vorstand Customer Relationship Management und Logistik bei Victorvox.



Tenovis **DIALOG**

Haben Sie Fragen zu den einzelnen Lösungen? Unsere Adresse: Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, Mail: tenovis.magazin@tenovis.com, Fax: 08 00/3 47 32 86.



➤ **Wer kann** Ihnen sagen,
wie man **Fortbildungskosten** um
über **60%** reduziert?

**Antwort: Jemand, der das bereits
erfolgreich getan hat.**

Entdecken Sie jetzt bei Cisco.de, was im Internet alles möglich ist.

Wer in Zeiten hart umkämpfter Märkte zu den Gewinnern gehören will, muss das Wissen seiner Mitarbeiter ständig auf dem Laufenden halten. Doch traditionelle Fortbildungsprogramme ziehen oft Fehlzeiten am Arbeitsplatz nach sich. Und das kann teuer werden. Die Lösung? Fortbildung per Internet. Das spart nicht nur Zeit und Wege, sondern ermöglicht Ihren Mitarbeitern auch ein

effizienteres Lernen zu niedrigeren Kosten. Und wenn die Zeit drängt, kann sich Ihr Personal mit dieser flexiblen Lernmethode jederzeit und überall das benötigte Wissen aneignen. Mit dieser Strategie konnten wir unsere eigenen Fortbildungskosten um über 60% senken. Wenn Sie jetzt wissen möchten, wie so was funktioniert und wie Cisco Ihnen dabei helfen kann, klicken Sie einfach Cisco.de an.

CISCO SYSTEMS

EMPOWERING THE
INTERNET GENERATIONSM

Mit den Bayern in die Bundesliga



Wir verlosen 10 x 2 Eintrittskarten für ein Bundesligaspiel des Champions-League-Siegers FC Bayern München. Um teilzunehmen, brauchen Sie nur die Erklärungen den Antworten richtig zuzuordnen und den jeweiligen Buchstaben ins Kästchen einzutragen. Alle Antworten finden Sie auch in diesem Heft. Das Lösungswort schicken Sie bitte mit dem beiliegenden Faxbogen an Tenovis.

ERKLÄRUNGEN

1. Mit dieser neuen Produktlinie hat Tenovis ein modernes Design geschaffen, das sich in wenigen Minuten in jedes Büro integriert.
2. Solche Systeme finden sich häufig bei Polizei und Rettungsdiensten und garantieren ein Höchstmaß an Funktions- und Betriebssicherheit.
3. Mit dieser Lösung beschreitet die schweizerische Pro Fiducia Treuhand AG neue Wege bei der Kundenbetreuung.
4. Hinter dem modularen Servicekonzept von Tenovis verbirgt sich diese offene Kommunikationsplattform.
5. Damit kann die GFT Baden GmbH ihre Kundenadressen zentral über Outlook verwalten und bei einem Anruf sofort abfragen.
6. Diese Technologie lässt Sprache und Daten über ein gemeinsames Netzwerk laufen und bietet somit enorme Einsparpotenziale.

ANTWORTEN

- **E:** Sondernetze
- **I:** Integral Communication Center
- **D:** T3-Telefon
- **G:** Computer-Telefonie-Integration (CTI)
- **S:** Customer Care Center
- **N:** Voice over IP

LÖSUNGSWORT

1	2	3	4	5	6
<input type="text"/>					

Die Verlosung findet vier Wochen nach Einsendeschluss statt. Die Gewinner werden direkt benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Bitte übertragen Sie das Lösungswort auf das beiliegende Faxantwortblatt. Einsendeschluss ist der 11.03.02.

IMPRESSUM

Herausgeber: Heiner Sieger, Tenovis GmbH & Co. KG, Unternehmenskommunikation, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt am Main, Tel.: 0 69/75 05-0
Verlag: Yukom Medien GmbH, Schleißheimer Str. 141, 80797 München, Tel.: 0 89/3 06 20-0, Fax: 0 89/3 06 20-100
Redaktion Tenovis: Holger Knauer, Heiner Sieger (verantwort.)
Redaktion Yukom: Markus Czeslik, Marcus Ehr Gott, Burkhard Engelmann, Johannes Fritsche, Agnes Schmid, Peter Schneider, Eva Tauber
Autoren: Gerold Hahn

Titelbild: zefa/Pinto
Art-Direktion: Filippo Cirri (Junior AD), Sandro Faganello
Layout: Marianne Fornetran, Birte Janzen
Produktion: Franz Kantner, Robert Kring, Silvana Mayrthaler
Bildredaktion: Beate Blank
Druckerei: Bechtle Verlag & Druck, Esslingen, Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Nachdruck: Für den Nachdruck von Beiträgen – auch auszugsweise – ist die schriftliche Genehmigung von Tenovis erforderlich. Dies gilt auch für die Aufnah-

me in Datenbanken und für die Vervielfältigung auf Datenträgern (z. B. CD-ROM). Alle verwendeten Produktbezeichnungen sind Marken der Tenovis GmbH & Co. KG oder anderer Unternehmen.
Copyright: © 2002 by Tenovis GmbH & Co. KG and Yukom Medien GmbH. Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht auf Verbreitung, Nachdruck von Text und Bild, Übersetzung in Fremdsprachen sowie Vervielfältigung jeder Art durch Fotokopien, Mikrofilm, Funk- und Fernsehsendung für alle veröffentlichten Beiträge einschließlich Abbildungen.
Gesellschafter: (Yukom Medien GmbH)

Manfred Hasenbeck, Journalist, 65653 Aying, mit 24,5 %, Uwe Hasenbeck, Journalist, 82024 Taufkirchen, mit 24,5 %, Axel Springer Verlag Aktiengesellschaft, Berlin, mit 51 %; (Aktionärsangabe: Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co., Berlin, 50 % plus 1 Aktie; Printbeteiligungs-GmbH, München 40,08 %)
Aufsichtsrat: Prof. Dr. Bernhard Servatius (Vors.), Friede Springer, Dr. Leo Kirch, Klaus Krone, Dr. Michael Otto, Axel Sven Springer, Wolfgang Steinriede, Dr. Joachim Theye, Giuseppe Vita

Unsere Zusatzinfos

Sollten Ihnen die Informationen in diesem Heft nicht ausreichen, fordern Sie einfach weiter gehende Auskünfte an. Über Tenovis-Dialog können Sie per Mail, Fax oder Post auch Fragen an unsere Experten stellen. Wissenswertes bieten wir Ihnen darüber hinaus im Internet auf unserer Homepage www.tenovis.com.

MIGRATION Wünschen Sie weitere Informationen zum modularen Servicekonzept? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 018 03/0 00 62 00. Faxabruf von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 21. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

VOICE OVER IP Interessieren Sie sich für Voice over IP? Dann informieren Sie sich weiter über unseren Faxabruf: 018 03/0 00 62 01, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 22. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

DESIGN Möchten auch Sie ins Design investieren? Dann fordern Sie weitere Informationen zu diesem Thema an. Faxabruf: 018 03/0 00 62 02, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 23. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

SONDERNETZE Sind Sie am Thema Sicherheit in Sondernetzen interessiert? Dann fordern Sie weitere Informationen über unseren Faxabruf an: 018 03/0 00 62 03, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 24. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

MARKETING Wünschen Sie weitere Informationen über Marketingansätze? Dann fordern Sie sie über unseren Faxabruf an: 018 03/0 00 62 04, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 25. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

NACHFOLGE Möchten Sie mehr über Nachfolgealternativen wissen? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 018 03/0 00 62 05, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 26. Sie erreichen uns auch per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com oder unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt.

IN EIGENER SACHE Schicken Sie Ihre Fragen an unsere Experten. Unsere Adresse: Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt, Mail: tenovis.magazin@tenovis.com, Fax: 08 00/3 47 32 86.

Alle Gewinne im Überblick

Wir verlosen wieder attraktive Preise. Um teilzunehmen, müssen Sie nur unsere Hotline anrufen oder eine Postkarte schreiben.



1

Mailand In Italiens Modehauptstadt erwartet Sie neben dem prachtvollen Dom das historische Museo Nazionale della Scienza e Tecnica.

Mehr dazu auf Seite 12



2

Armbanduhr Wenn Sie den beiliegenden Fragebogen ausfüllen und an uns zurückschicken, können Sie diese wertvolle Uhr gewinnen. Also: Mitmachen lohnt sich.



3

Buch Nehmen Sie an unserer Verlosung teil, und gewinnen Sie die ebenso amüsante wie spannende Autobiografie von Jack Welch.

Mehr dazu auf Seite 20

TENOVIS



Starten Sie mit uns in die Zukunft der Business Kommunikation

- Wir verbinden klassische Telekommunikation mit web-basierter Informationstechnologie.
- Die besten Produkte und Dienstleistungen kombinieren wir zu intelligenten Lösungen.
- Unsere Kunden betreuen wir persönlich in einem flexiblen europaweiten Service- und Vertriebsnetz.
- Durch clevere Ideen entwickeln wir Ihren Vorsprung im modernen Geschäftsalltag.

www.tenovis.com Tel. 0 800/2 66 10 00

TENOVIS
Business Communication.

Ihr Wegweiser durch das Heft

Sie haben wenig Zeit und wollen schnell und ziel-sicher durch das Tenovis Magazin blättern. Hier finden Sie alle unsere Themen, sortiert nach den darin enthaltenen Lösungen, Branchen und Unternehmen.

Lösungen

Call-Center	Seite 6, 22, 23
Design	Seite 12
Kommunikationsserver	Seite 6
Messaging	Seite 23
Mobilkommunikation	Seite 24
Sondernetze	Seite 14
Unified Messaging	Seite 8
VoIP	Seite 10

Branchen

Agenturen	Seite 10
Dienstleistung	Seite 6, 19
E-Business	Seite 11
Finanzen	Seite 22
IT	Seite 9
Maschinenbau	Seite 8, 19
Öffentliche Organisationen	Seite 14, 23
Telekommunikation	Seite 24
Verarbeitendes Gewerbe	Seite 18

Unternehmen

Apple Computers Inc.	Seite 13
Arbeiter-Samariter-Bund Österreichs	Seite 23
Compositum GmbH	Seite 10
Connect Computer & Netzwerktechnik GmbH	Seite 9
Cyquest Internet AG	Seite 23
Design.net AG	Seite 12
Design Planet	Seite 13
General Electric Inc.	Seite 20
GFT Baden GmbH	Seite 6
Hülskens Holding GmbH & Co. KG	Seite 18
IBM Deutschland GmbH	Seite 4
Industrie Forum Design e.V.	Seite 12
International Forum Design GmbH	Seite 12
Ision Sales und Services GmbH & Co. KG....	Seite 11
ITZ Fulda	Seite 10
Karl Müller Maschinenbau	Seite 8
MAE Maschinen- und Apparatebau Götzen GmbH & Co. KG	Seite 19
MLC Corporate Spirit Consulting GmbH	Seite 17
Pro Fiducia Treuhand AG	Seite 22
Regio.NET	Seite 11
Schaal Bad und Design GmbH	Seite 19
Victorvox AG	Seite 24

Intelligente Lösungen von Tenovis:

Wir sind da, wo Sie uns brauchen

► Tenovis
Schillerstraße 59, **10627 BERLIN**
Tel.: +49 (0)30/3 27 62-0, Fax: +49 (0)30/3 27 62-1 15

Tenovis
Degglingstraße 93, **44141 DORTMUND**
Tel.: +49 (0)2 31/54 14-0, Fax: +49 (0)2 31/54 14-1 15

Tenovis
Kleyerstraße 94, **60326 FRANKFURT**
Tel.: +49 (0)69/75 96-0, Fax: +49 (0)69/75 96-11 15

Tenovis
Nagelsweg 24, **20097 HAMBURG**
Tel.: +49 (0)40/23 92-101, Fax: +49 (0)40/23 92-20 50

Tenovis
Max-Wallraf-Straße 13, **50933 KÖLN**
Tel.: +49 (0)2 21/49 78-0, Fax: +49 (0)2 21/49 78-1 15

Tenovis
Truderinger Straße 4, **81677 MÜNCHEN**
Tel.: +49 (0)89/4 13 03-0, Fax: +49 (0)89/4 13 03-1 15

Tenovis
Wernerstraße 1, **70469 STUTTGART**
Tel.: +49 (0)7 11/1 35-01, Fax: +49 (0)7 11/1 35-11 15

Infoservice in Deutschland zum Nulltarif
Tel.: 08 00/2 66 10 00
Fax: 08 00/2 66 12 19

► Tenovis
Hüttenbrennergasse 5, **A-1030 WIEN**
Tel.: +43 (0)8 00/24 10 10, Fax: +43 (0)1/8 78 70-73 70

► Tenovis
Ifangstraße 1, **CH-8952 SCHLIEREN**
Tel.: +41 (0)1/7 38-72 72, Fax: +41 (0)1/7 38-72 18