TENOVIS
INFORMATION ▸ VERBINDUNG ▸ DIALOG
2.2002

Intelligente Kommunikation

Dem Kunden genau zuhören
Sein Geschäft verstehen
Individuelle Lösungen bieten

Autobahn ins Netz
Schnelle DSL-Verbindung für effizientes E-Business

Unified Messaging
Wie Sie sämtliche Medien optimal integrieren

Netzwerksicherheit
Umfassender Schutz durch ganzheitliche Konzepte

Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn Sie noch nicht sicher sind, wie Sie Ihr Unternehmen kommunikationstechnisch weiterentwickeln wollen, werden Sie auch in diesem März mit einem Auge nach Hannover schauen. Oder sogar selbst die weltgrößte Computermesse, die CeBIT 2002, besuchen.

Tenovis finden Sie in diesem Jahr in der Halle 13. Mit unserem offenen Messekonzept und unserem Motto „Zuhören, verstehen, lösen" bieten wir Ihnen ein informationsreiches Erlebnis. Dabei möchten wir zunächst von Ihnen erfahren, wie Sie Ihr Geschäft verstehen und betreiben. Mit unseren versierten Kollegen können Sie dann gleich vor Ort innovative Konzepte entwickeln, die es Ihnen erlauben, zukunftssichere Kommunikationslösungen in Ihrem Unternehmen zu nutzen. Selbstverständlich auch unter Einbeziehung der bisher eingesetzten Technologie. Unsere Mitarbeiter freuen sich auf Ihre Fragen.

Inhalt

4

30

Tenovision

4 Bolko von Oetinger
Nach Ansicht von Bolko von Oetinger, Senior Vice President der Boston Consulting Group, müssen sich Führungskräfte in Zeiten wirtschaftlicher Umwälzungen mehr Handlungsspielräume offen halten.

Titelgeschichte

6 Intelligente Kommunikation
Das flexible Servicekonzept von Tenovis bietet Kunden die Möglichkeit, ausschließlich jene Lösungen auszuwählen, die sie für ihre Geschäftsprozesse auch wirklich benötigen.

Technologie

12 DSL und ASP
Vor allem in Verbindung mit einem schnellen Internetzugang rentiert sich das Mieten von Software übers Web.

Lösungen

16 Hotel
Moderne Telekommunikationslösungen unterstützen Manager in allen Phasen der Geschäftsreise und verwandeln das Hotelzimmer auf Wunsch in ein zweites Büro.

18 Unified Messaging
Die Integration sämtlicher Kommunikationskanäle in einem System garantiert den Unternehmen, dass kein Auftrag verloren geht und die Kundenzufriedenheit steigt.

Märkte

22 Consulting
Externe Berater helfen Firmenlenkern, Prozesse effizienter zu gestalten, neue Technologien auszuwählen und diese Gewinn bringend einzusetzen.

6 **Mit verschiedenen Bausteinen für integrierte Lösungen deckt Tenovis den individuellen Bedarf des Kunden ab.**

Im zurückliegenden Jahr hat Tenovis an anspruchsvollen Plattformen gearbeitet und sich den Wünschen unserer europäischen Kunden entsprechend zum Anbieter von maßgeschneiderten Dienstleistungen rund um das Feld der Business Communications weiterentwickelt. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen unseren Ansatz für modulare Kommunikationslösungen vor. Je nach Umfang der Geschäftsprozesse wählen Sie sich künftig die zu Ihrem individuellen Bedarf passenden Bausteine aus.

Damit Sie sich angesichts ständig neuer Technologien besser zurechtfinden, stellen wir Ihnen zusätzlich wieder zahlreiche richtungweisende Anwendungsbeispiele aus dem Kreis unserer mittelständischen Kunden vor. Wie immer laden wir Sie zum Dialog mit unseren Experten ein. Ich freue mich über Ihre Anregungen, wie wir die regelmäßige Kommunikation mit Ihnen noch mehr in Ihrem Sinne gestalten können, und wünsche Ihnen weiterführende Erkenntnisse bei der Lektüre des Heftes.

Heiner Sieger, Chefredakteur

22

16

Management

25 Change!
Peter B. Záboji, CEO von Tenovis, fordert Manager dazu auf, ihr Geschäftsmodell ständig zu hinterfragen.

26 Kooperationen
Partnerschaften sind nur erfolgreich, wenn sich die Beteiligten vorab über die Führungsstruktur einigen.

30 Netzwerksicherheit
Ganzheitliche Konzepte schützen vertrauliche Unternehmensdaten vor dem Zugriff von außen.

32 Essay
Wolfgang Reitzle, Chef der Premier Automotive Group, empfiehlt, Mitarbeitern noch mehr Verantwortung zu übertragen.

Rubriken

34 In eigener Sache

37 Standpunkt

38 Gewinnspiel/Impressum

39 Service

18

Mit Unified Messaging binden Betriebe ihren Außendienst optimal in den Nachrichtenverkehr ein.

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

Zwei Beiträge versehen wir mit einer zusätzlichen Gewinnchance. Sie müssen uns nur per Postkarte oder Fax das Lösungswort senden. Wir verlosen einen SDSL-Zugang oder ASP-Service sowie das neue Buch von Wolfgang Reitzle.

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 darauf ein.

Strategiespiel für Entsch

Ständig ändern sich die Rahmenbedingungen in Politik und Wirtschaft. In diesen Umbruchphasen versagen auch gewohnte Managementmethoden. Doch clevere Führungskräfte bauen rechtzeitig vor und bewahren sich ihren Handlungsspielraum.

In Kürze

In Zeiten wirtschaftlicher Umwälzungen müssen Manager stets verschiedene Szenarien durchspielen, um sich alle Optionen offen zu halten.

Kann man Wirtschaft mit Krieg vergleichen? Diese Frage wird mir oft gestellt. Meine Antwort: Nein. Denn Wirtschaft schafft Werte – Krieg zerstört sie. Und Wirtschaft hat immer einen Kundennutzen. Krieg jedoch kennt keinen Kunden.

Warum ich mich dennoch aus Sicht der Wirtschaft mit Krieg beschäftige? Der Krieg zeigt in einer Art Zeitkompression die Palette strategischer Entscheidungen, die man vielleicht im Laufe eines Wirtschaftslebens über zehn Jahre verteilt fällt. In der Tat sind Krieg und Wirtschaft durch ein Merkmal verbunden: Strategie.

Erinnern wir uns an ein berühmtes Beispiel. Carl von Clausewitz, der die napoleonischen Kriege und ihre revolutionären Vorläufer als Offizier hautnah miterlebt hat, war nicht nur General. Mit dem Phänomen Krieg hat er sich wie kein Zweiter auch philosophisch auseinander gesetzt. Ihn beschäftigte vor allem die Frage, wie Feldherren im Kriege – unter höchster Ungewissheit – langfristige Entscheidungen treffen.

Auch wir erleben Brüche, die das Leben ungewisser machen. Angesichts der technischen, ökologischen und wirtschaftlichen Umwälzungen wissen wir nie, wohin uns die Entwicklung führt. Um in diesem Nebel der Situationen rechtzeitig die wertvollsten Optionen ausmachen zu können, müssen wir zu einem klaren strategischen Denken zurückkehren.

In den letzten Jahren haben wir Strategien zu sehr instrumentalisiert. Reengineering, Benchmarking, Balanced Scorecard – für alles gibt es Metho-

Fotos: dpa

eider

den und Werkzeuge, und wir glauben, damit könnten wir ein Unternehmen wie an einem Steuerpult führen. Werkzeuge funktionieren, solange man es mit stabilen, sich wiederholenden Situationen zu tun hat. Verlaufen die Entwicklungskurven nicht mehr geradlinig und kommt es zu einem revolutionären Umbruch, versagen die meisten Instrumente.
Nehmen wir den 11. September. Dieser Tag hat uns vor Augen geführt, was Ungewissheit bedeutet. Wir haben das Ereignis zehnmal am Bildschirm gesehen und können die Tragweite des Geschehens noch immer nicht richtig fassen. In solchen Umbruchphasen fällt es schwer, die Zeichen zu deuten. Aber auf genau diese Stunden müssen sich Führungskräfte vorbereiten.

Dialektisches Denken

Clausewitz war ein Verfechter des Vorbereitens – szenarienartig durchdenken und nicht warten, was passiert. Dieses Ausleuchten einer undurchsichtigen Situation erfordert dialektisches Denken. So müssen Führungskräfte immer die jeweiligen Gegensätze einbeziehen. Im Sinne von Clausewitz umfasst der erfolgreiche Angriff stets auch die Verteidigung, der Krieg den Frieden, die Strategie die Taktik. Der General legte Wert auf etwas, was wir heute nicht mehr praktizieren: die Polaritäten als Spannungsfeld möglichst lange bestehen zu lassen, um sämtliche Möglichkeiten in Betracht ziehen zu können. Solange, bis sich die Gegensätze endlich in der Entscheidung der Führungskraft lösen.
Wenn wir heute in der Wirtschaft ein wenig dialektischer dächten, hätten wir manche neuen Wachstumsmöglichkeiten nicht verschlafen. Klar, der Kunde ist Käufer. Aber wir wissen doch spätestens seit Linux und der Open-Source-Bewegung, dass er Mitentwickler sein will. Ja, er ist sogar König und mit seinem gnadenlosen Preisvergleich auch Feind. Diese Gegensätze dürfen wir nicht auflösen, denn darin erkennen wir neue Wege des Kundennutzens und der Kundenbindung.
Auch der Wettbewerber ist Freund und Feind zugleich. Sie fragen, ob man mit jemandem zusammenarbeiten kann, mit dem man sich auf dem Markt streitet? Man kann. Ein schönes Beispiel sind die Einkaufsportale, die DaimlerChrysler gemeinsam mit General Motors, Renault und Ford entwickelt hat. Dort arbeiten die Wettbewerber, auf dem Markt die härtesten Konkurrenten, friedlich zusammen und wickeln das E-Business mit ihren Zulieferern ab.
Ein weiterer Vergleich: Für Clausewitz bedeutet Strategie die Verknüpfung vieler Gefechte zu einem Feldzug, dessen militärische Ziele sich mit einer politischen Absicht verbinden. Er fordert, keinen Krieg ohne eine politische Zielsetzung zu beginnen. In der Wirtschaft ist es ganz ähnlich, allerdings haben wir in der letzten Dekade die falschen Prioritäten gesetzt und uns, verkürzt gesagt, auf den Börsenwert konzentriert. Aber Firmen haben einen höheren Zweck, als nur Gewinn zu machen. Das Ökonomische steht zu sehr im Vordergrund.

„Firmen haben einen höheren Zweck, als Gewinn zu machen."
Bolko von Oetinger, Boston Consulting Group

Maßstäbe des Handelns

Denken wir nur an primitivere Kulturen, bei denen der Austausch von Gütern ausschließlich symbolische und psychologische Bedeutung hat. Heute scheinen wir mit dem Austausch nur finanzielle Ziele zu verfolgen. Den gesellschaftlichen und anthropologischen Wert haben wir längst vergessen. Dabei möchte man doch Anerkennung, Einfluss, Macht und Status erringen, man möchte sein Umfeld gestalten, den Dingen eine Bedeutung verleihen. Und ist nicht diese Spur, die wir in unserem Unternehmen und im Markt dauerhaft hinterlassen, der wirkliche Maßstab unseres Handelns?

Zur Person Bolko von Oetinger ist seit 1974 für die Boston Consulting Group tätig – zunächst im kalifornischen Menlo Park, dann in Paris und München. Bei dem weltweit renommierten Beratungsunternehmen zeichnet er als Senior Vice President verantwortlich. Darüber hinaus leitet der gebürtige Berliner das BCG Strategieinstitut, eine internationale Forschungseinrichtung, in der namhafte Wissenschaftler verschiedener Fachrichtungen zusammen mit BCG die Natur der Strategie interdisziplinär untersuchen. Eines der Forschungsprojekte ist dem Denkansatz von Carl von Clausewitz gewidmet. Zu Bolko von Oetingers zahlreichen Veröffentlichungen gehört unter anderem das „Boston Consulting Strategiehandbuch".

Meil

Rundum-sorglos-Pakete von der Stange erreichen keinen Adressaten mehr. Kunden wünschen sich zunehmend maßgeschneiderte Lösungen, die ihnen für die Zukunft genügend Spielraum für Erweiterungen lassen.

In Kürze

Auf der Basis intensiver Gespräche mit dem Kunden ermittelt Tenovis den individuellen Bedarf und stellt das jeweils beste Portfolio zusammen.

Bei dieser Hotline laufen die Drähte heiß. Zahlreiche Leser und Kunden der Lüdenscheider Nachrichten nutzen ausgiebig die kostenfreien 0800er-Nummern der Märkischen Zeitungsverlags GmbH & Co. KG, um Fragen zum Vertrieb oder Abonnement zu stellen. Hinter dem erfolgreichen Service steht ein hauseigenes Call-Center, das den Kundenservice und die Leserbindung erheblich verbessert. Doch ist das Call-Center nur der vorläufige Höhepunkt einer technologisch wie wirtschaftlich rasanten Entwicklung. Als kompetenter Berater und Partner stand Tenovis dem Verlag von Beginn an zur Seite.

Blicken wir zurück: Der Startschuss für die Zusammenarbeit fiel im Jahr 1993, als die Lüdenscheider die Vorteile der ISDN-Technologie für ihre Geschäftsprozesse nutzen wollten. Damals gehörte der Verlag zu den ersten, die auf digitale Bildübertragung zwischen mehreren Standorten setzten. Drei Jahre später startete das Projekt Computer to Plate, bei dem die fertigen Seiten per ISDN direkt zum Druckzentrum nach Meinerzhagen geschickt wurden. Die Investitionen in die neue Technik machten sich schnell bezahlt, wie Carsten Hirschel, EDV-Leiter des Märkischen Zeitungsverlags, bestätigt: „Unsere ständigen Kurierfahrten zwischen Zentrale und Filialen beziehungsweise Druckzentrum sind mit der digitalen Übertragung überflüssig geworden."

Dabei wollten es die Zeitungsmacher nicht belassen. Für sie war ISDN nur der erste Schritt ins Informationszeitalter. So definierte das Internet Ende 1996 die Rolle der Printmedien völlig neu. Für die Lüdenscheider Nachrichten ergab sich damit eine einmalige Chance: „Wir wollten über das neue Medium sowohl Leser und Online-Abonnenten gewinnen als auch bestehende Kunden binden", erinnert sich Hirschel.

Mutiger Schritt

Die Gründung von come-on.de als Online-Redaktion und Informationsdienst im Jahr 1996 war ein mutiger Schritt, der sich in jeder Hinsicht lohnte. Problemlos fügte sich die Internetplattform in die bisherige Infrastruktur ein. Der Verlag schlüpfte in die Rolle des Providers und konnte seinen Lesern den heute selbstverständlichen Service als einer der ersten Dienstleister bieten.

Im selben Jahr erfolgte die vollständige Modernisierung des Verlagshauses. Dabei wurde der komplette Altbau mit modularer LAN-Technik (Local Area Network) neu verkabelt, so dass das Unternehmen über eine viel sicherere

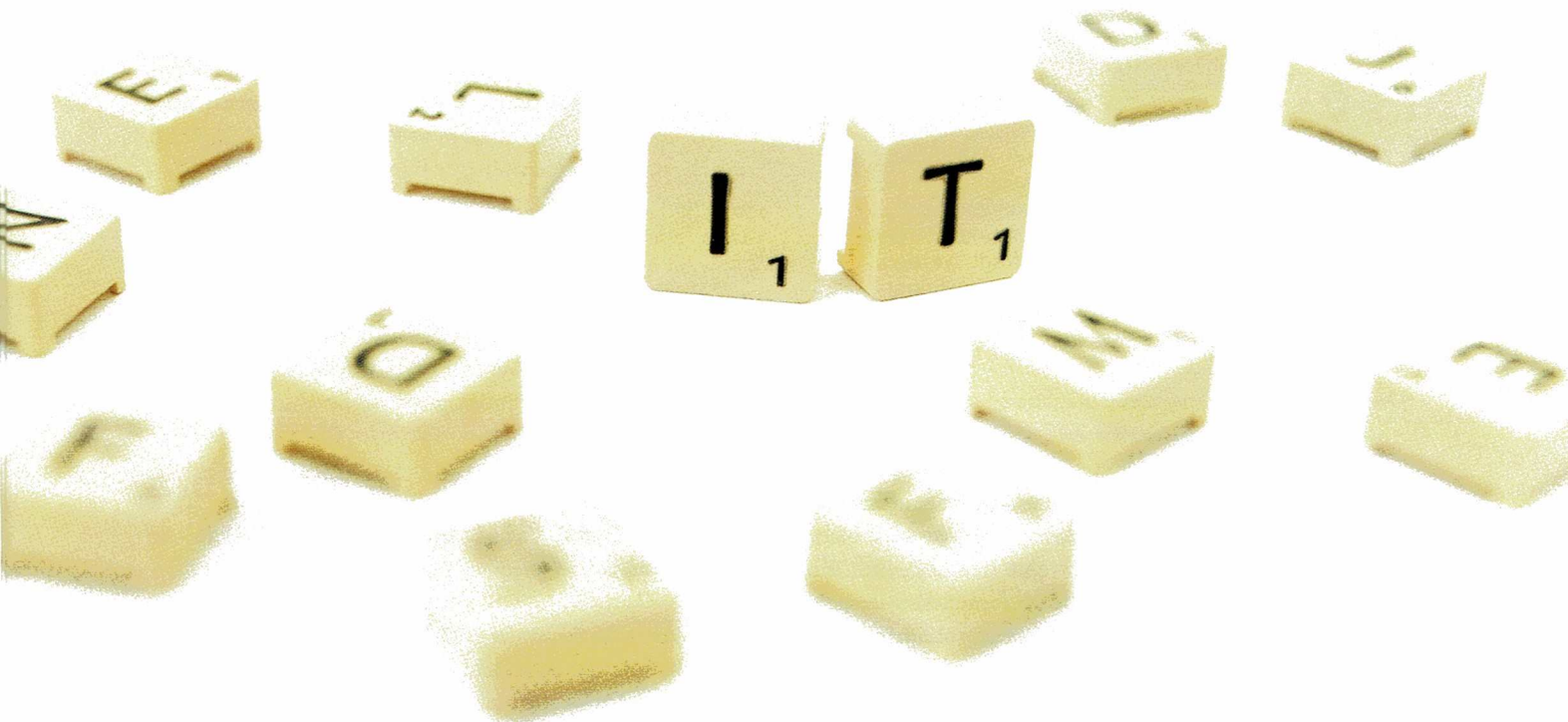
Tenovis Information

Mit Services und Internet managen Sie Ihr Wachstum

Mehr Zeit für Kunden Das ausgeklügelte Servicepaket erlaubt es Unternehmen gleich welcher Größe, sich ganz auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren, ohne interne Ressourcen für die Kommunikationsinfrastruktur binden zu müssen.

Zugang zu neuen Märkten Tenovis öffnet mit Highspeed-Anschlüssen das Tor zum Internet. Zum Leistungsspektrum gehören unter anderem E-Shop-Lösungen und Webhosting. Das interaktive Tool Live WebContact ermöglicht die direkte Kommunikation via Internet. Darüber hinaus können Firmen leistungsfähige Applikationen übers Web mieten.

ensteine zum Erfolg



Infrastruktur verfügt. Da der Datenaustausch zwischen den Filialen und der Lüdenscheider Zentrale immer umfangreicher wurde, entschied sich der Verlag dafür, die bisherige Wählverbindung zu Gunsten einer Standleitung aufzugeben. So verbesserte und beschleunigte Tenovis die Anbindung der Außenstellen über WAN-Technologien (Wide Area Network).

Den vorläufigen Schlusspunkt setzt das Call-Center. Dank der statistischen Erfassung der Anrufe für unterschiedliche Geschäftszweige wie Vertrieb, Marketing oder Kleinanzeigen lassen sich Personal und Ressourcen viel effizienter planen. Zudem konnte die Erreichbarkeit speziell für Privatkunden verbessert werden.

„In diesem Jahr testen wir die Anbindung über Voice over IP."
Carsten Hirschel, Märkischer Zeitungsverlag

Immer noch stehen die Zeichen auf Wachstum. EDV-Mann Hirschel hat bereits eine neue Zukunftstechnologie fest im Blick: „In diesem Jahr testen wir die Anbindung unserer sechs Filialstandorte über Voice over IP." Auch hier setzt man auf die Zusammenarbeit mit Tenovis. So hat der TK-Dienstleister das Unternehmen von Beginn an begleitet, in intensiven Gesprächen immer wieder die optimale Lösung ermittelt und den ständig steigenden Anforderungen mit erweiterten Services Rechnung getragen. Ein Musterbeispiel, wie sich Wachstum effizient managen lässt.

Fotos: Mathias Wollmann (1)

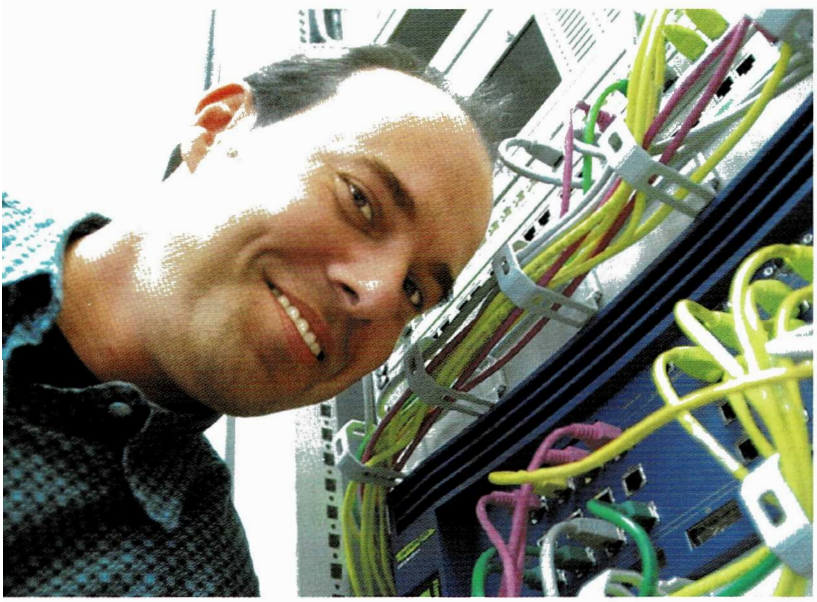
Tenovis Information

Qualifiziertes Beziehungsmanagement mit Call-Center und CTI

Kundenkontakte schnell und kompetent Mit Call- beziehungsweise Contact-Center-Technologie lässt sich der Kundendialog aktiv steuern und somit erheblich verbessern – unabhängig davon, welches TK-System bereits im Unternehmen installiert ist. Die Systeme unterstützen außerdem alle marktgängigen Front-End-Applikationen. Firmen garantieren mit Call-Centern die ständige Erreichbarkeit ihrer Mitarbeiter und erhalten darüber hinaus statistische Informationen über das Telefonverhalten. So lässt sich der Personaleinsatz viel besser planen.

Individuelle Kundenpflege Kundenspezifische Informationen – beispielsweise über die letzte Bestellung, aktuelle Reklamationen oder persönliche Vorlieben – laufen in einem System zentral zusammen und können bei jedem Anruf sofort per Mausklick abgefragt werden. Integral Front Office als Tenovis-Lösung für das Customer-Relationship-Management (CRM) ist das ideale Instrument, um die Kundenbindung weiter zu verstärken.

Hinter der erfolgreichen Zusammenarbeit steht ein modulares Servicekonzept. Firmen können für umfangreiche Geschäftsprozesse alle Module nutzen oder sich bei geringerem Bedarf einzelne Bausteine herausgreifen. Entsprechend bedeutet intelligente Kommunikation, jedem Kunden das passende Lösungspaket zu schnüren. So erhalten Firmen gleich welcher Größe und quer durch alle Branchen die optimale Kombination aus den sieben Bausteinen Networking, Telefonie, Messaging, Customer-Relationship-Management/Computer-Telefonie-Integration, Call-/Contact-Center sowie Internet und Services. Offene Standards garantieren, dass sich die einzelnen Module reibungslos verknüpfen und in der Zukunft kontinuierlich erweitern lassen.



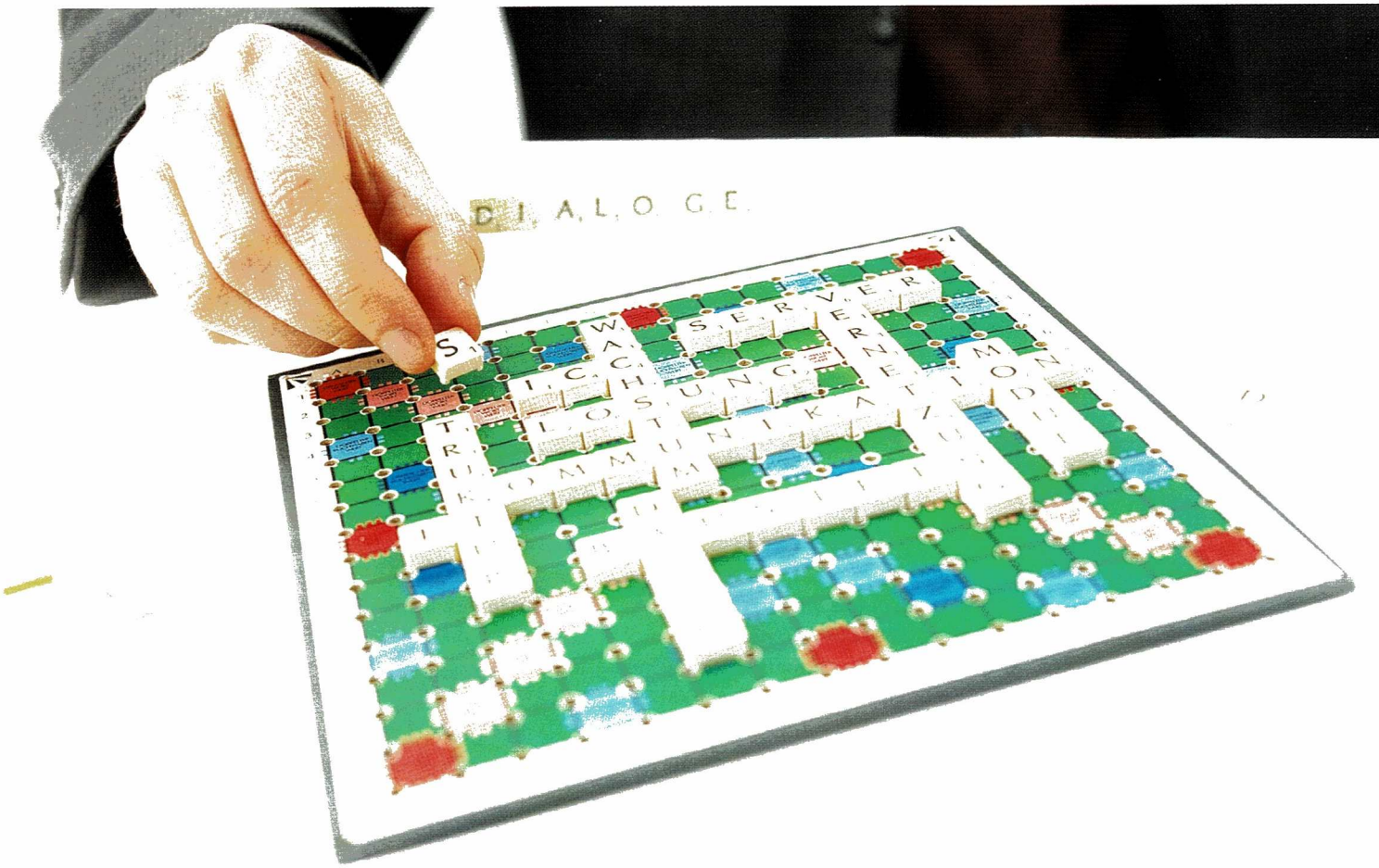
Hat stets neue Technologien im Blick: **Carsten Hirschel**, EDV-Leiter Märkischer Zeitungsverlag

Erhöhte Sicherheit

Das ideale Zusammenspiel verschiedener Lösungen veranschaulicht ein Beispiel aus dem Nachbarland Belgien. Hier hat Tenovis den vor mehr als 150 Jahren eröffneten und weit über die Ländergrenzen hinaus bekannten Zoo Antwerpen ebenso mit neuer TK-Infrastruktur ausgestattet wie auch das 30 Kilometer entfernte Außengelände in Planckendael. „Im Vordergrund steht für uns der Kundenservice", erklärt Patrick Vanderroost, verantwortlich für die technische Installation in Planckendael. „Zugleich wollten wir die Sicherheit der Besucher erhöhen."
Um den Ticketverkauf zu optimieren, wählten die Flamen zunächst den Baustein Contact-Center. Diese Tenovis-Lösung dient dazu, Anrufe zwischen den fünf Mitarbeitern besser zu verteilen. Auch lässt sie sich auf bis zu 30 Arbeitsplätze problemlos aufstocken. Damit ist der Antwerpener Zoo im Vorfeld von Großereignissen wesentlich flexibler. Gleichzeitig erfasst das Contact-Center

„Im Vordergrund steht für uns der Kundenservice."
Patrick Vanderroost, Tierpark Planckendael

die Anzahl von verkauften Tickets, so dass eine fundierte Statistik über Besucherzahl und -struktur vorliegt.
Für das mehr als 40 Hektar große Tierparkgelände in Planckendael in der Nähe von Mechelen wurde zudem ein kleinformatiges mobiles Kommunikationsnetz realisiert. Um die Verbindung sicherzustellen, sind insgesamt 13 Antennen über das Gelände verteilt. Vanderroost: „Beim bisherigen System war immer nur ein Mitarbeiter zu erreichen. Mit den DECT-Telefonen werden jetzt alle gleichzeitig alarmiert." So fühlen sich die Zoobesucher noch sicherer. Denn Mitarbeiter können sich via Mobilfunk schnell absprechen, wenn Personen belästigt oder Einbrüche gemeldet werden.
Darüber hinaus garantiert ein zentrales System die direkte Verbindung zu einer Brüsseler Wachfirma, die einige Gebäude und Freiflächen im Park betreut. Besonderer Clou ist die speziell für Koalabären eingerichtete Schutzfunktion: Die Pfleger der kälteempfindlichen Tiere werden automatisch informiert, wenn die Temperatur im Gehege unter ein gewisses Level fällt. So bleibt für die Verantwortlichen des Zoos kaum ein Wunsch offen.
Beispiele wie diese zeigen, wie sich Lösungen individuell einsetzen lassen. Im Mittelpunkt steht der konkrete Bedarf des Kunden. Dabei ermittelt Tenovis, welche Schwer-



punkte das jeweilige Unternehmen bei seinen Geschäftsprozessen setzt. Spielt zum Beispiel eine durchgängige, strukturierte Verkabelung die entscheidende Rolle, wählen Unternehmen den Baustein Networking. Sollen Mitarbeiter ständig und überall erreichbar sein, ist Messaging erste Wahl. Qualifizierte und aktiv gesteuerte Kundendialoge inklusive statistischer Auswertungen garantieren die Call- und Contact-Center.

Gerade auf diesem Markt wächst der Bedarf enorm. Die von der Hamburger Profitel GmbH durchgeführte Benchmark-Studie 2001 kommt zu dem Ergebnis, dass das Call-Volumen im Inbound- und Outbound-Bereich explosionsartig gestiegen ist. Gegenüber den Jahren 1998 bis 2000 verzeichnet der Markt eine Zunahme um rund 70 Prozent. Dazu passt, dass wachstumsorientierte Firmen die Zahl der Kundenbetreuer durchschnittlich alle zwei Jahre verdoppeln.

Zugleich sind die Erwartungen an Qualität und Service klar gestiegen. So zeigen sich Anrufer immer weniger bereit, längere Zeit auf einen Kundenbetreuer zu warten. Für Burkhard Radtke, Consulter bei Profitel, steht fest: „Da sich die Produktqualität konkurrierender Unternehmen auf ähnlich hohem Niveau eingependelt hat, wird der Service und dabei primär die kommunikative Qualität künftig zum entscheidenden Erfolgskriterium."

Das weiß niemand besser als der FC Bayern München. Ob Weltpokal-Sieger, Champions-League-Gewinner oder Rekordmeister – lang ist die Liste der sportlichen Erfolge. Und auch in der Fanbetreuung gehört der Vorzeigeklub längst zu den Spitzenreitern. Um für Anhänger und Mitglieder so oft wie möglich erreichbar zu sein und keine Wünsche offen zu lassen, haben die Münchner die Geschäftsstelle in der Säbener Straße und den Fanartikel-Versandhandel in Oberhaching mit Call-Center-Technik von Tenovis ausgestattet.

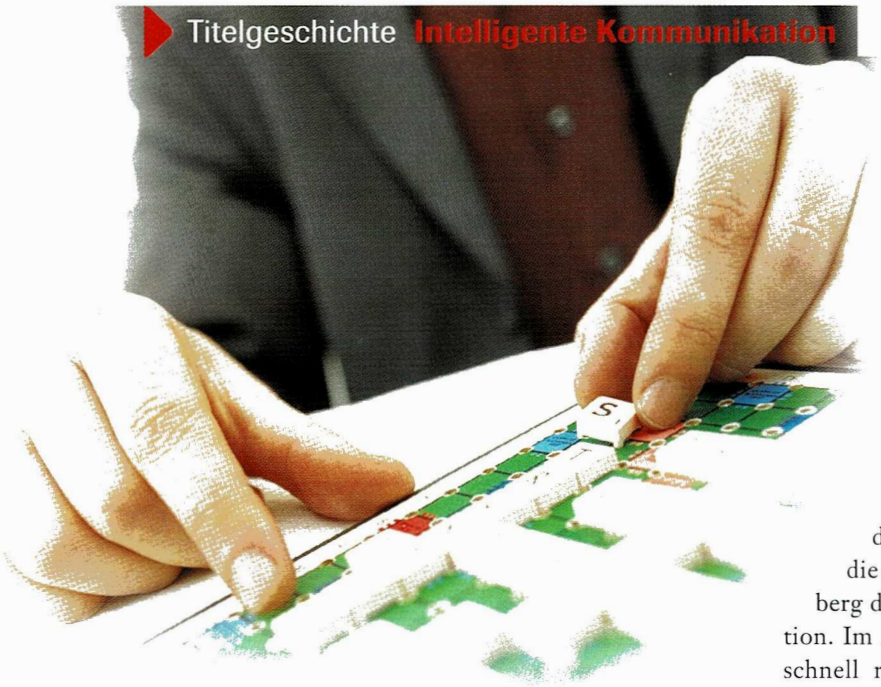
„Wir haben die Plattform für eine bessere Erreichbarkeit geschaffen."
Manfred Angermeyer, FC Bayern

Geeigneter Mix

Kartenvorverkauf, Mitgliederbetreuung und die FC-Bayern-Infoline werden von der Säbener Straße aus abgewickelt. Bis zu 5000 Anrufe pro Stunde kann das Call-Center in Spitzenzeiten zuverlässig bedienen. Die telefonische Auftragsannahme von Fanartikelbestellungen übernimmt der Versandhandel. Dort ist das Call-Center für einen Bedarf von 2000 Anrufen pro Stunde ausgelegt. „Wir haben jetzt die Plattform für eine bessere Erreichbarkeit geschaffen", nennt Manfred Angermeyer die Hauptvorteile der Lösung. Er ist beim FCB Sicherheitsbeauftragter und verantwortlich für die Kartenlogistik.

Derzeit prüft das Team um Angermeyer, wie sich ein Teilbereich des Anrufaufkommens outsourcen lässt. Dabei begleitet Tenovis die Münchner konzeptionell und technologisch. „Mit dem geeigneten Mix aus eigenem Call-Center und Outsourcing können wir künftig alle Anfragen unserer Mitglieder und Fans zur vollsten Zufriedenheit abwickeln."

Fotos: Mathias Woltmann (1); privat (1)



Sprach-Daten-Integration

Wieder andere Anforderungen hatte die Herforder Firmengruppe wellteam. Damit die Mitarbeiter der IT-Abteilung ihre eigentlichen Aufgaben erledigen können und sich nicht mit Organisation und Betrieb der TK-Struktur aufhalten müssen, entschieden sich die drei zu wellteam zusammengeschlossenen Firmen Schöneberg Verpackungen, wellcarton Verpackungen und Displays sowie wellformat Wellpappenwerk für einen Outsourcing-Vertrag. Das Unternehmen betraute Tenovis damit, alle drei Standorte in Löhne, Diebrock und Herringhausen zu vernetzen und den Internetzugang herzustellen. „Damit wollen wir langfristig hohe Qualität bieten und immer die neueste Technologie zur Verfügung haben", sagt Sieghard Schöneberg, Geschäftsführer von wellcarton.

Schon seit längerer Zeit plante die wellteam-Gruppe, ihre Datennetze über 2-MBit-Festverbindungen miteinander zu vernetzen sowie die nicht mehr zeitgemäßen und überlasteten Wählleitungen abzulösen. „Da zwischen den einzelnen Standorten erheblicher Abstimmungsbedarf besteht und das Telefonaufkommen im Laufe der Zeit ständig zugenommen hat, wollten wir die Datenleitung mitnutzen", begründet Schöneberg die Entscheidung für die Sprach-Daten-Integration. Im Anlagenverbund ließen sich die Telefonkosten schnell reduzieren. Ausschlaggebend dafür war, dass Tenovis innerhalb der Firmengruppe die einheitliche Rufnummernwahl einführte. Während jeder Standort für externe Anrufer eine eigene zentrale Nummer hat, sind die Durchwahlen einheitlich geregelt. Vorteil für die rund 330 Mitarbeiter: Sie benötigen für interne Telefonate lediglich diese Durchwahl.

„Wir wollen langfristig hohe Qualität bieten."
Sieghard Schöneberg, wellcarton

Unternehmen wie wellteam gehen mit dem Outsourcing-Konzept auf Nummer Sicher. Das Auslagern von Prozessen reduziert nicht nur die Kosten, sondern setzt auch Ressourcen für andere Ziele frei. Angesichts des derzeit herrschenden Fachkräftemangels können Firmenlenker auf diesem Wege das Problem geschickt umgehen. Nach einer Studie der US-Marktforscher von Gartner Group Inc. in Stamford/Connecticut wird der Outsourcing-Markt bis 2005 voraussichtlich ein jährliches Wachstum von 14 Prozent verzeichnen. In Deutschland wird eine Umsatzsteigerung von zirka 7,6 Milliarden Euro im Jahr 2001 auf rund 8,7 Milliarden noch in diesem Jahr erwartet.

Für Roger Cox, Vice President von Gartner Research, steht fest: „Das Konzept des Kaufens aller Produkte, Dienstleistungen und Ressourcen wird schon bald der Vergangenheit angehören." Insbesondere in Zeiten wirtschaftlichen Rückgangs sei die Ausgliederung von Services strategisch attraktiv, um neue Initia-

Tenovis Information

Erhöhte Flexibilität durch Messaging, Telephony und Networking

Jederzeit und überall erreichbar Tenovis macht seine Kunden mobil. Mit Hilfe von Unified Messaging sind eingegangene Nachrichten per E- und Voice-Mail, Fax oder SMS sowie Termine und Adressen von jedem System oder mobilen Telefon abrufbar. Mitarbeiter bleiben somit an jedem Ort bestens informiert.

Richtig verbunden Für Firmen unterschiedlicher Größe bietet Tenovis flexible TK-Systeme und Kommunikationsserver der Integralfamilie. Kunden haben hier wie auch bei den Systemtelefonen die Wahl zwischen analoger und digitaler Kommunikation sowie IP-Integration.

Infrastruktur effizient betreiben Bei Gestaltung, Implementierung und Betrieb der TK-und IT-Infrastruktur werden Kunden kompetent beraten und technologisch optimal unterstützt. Ganzheitliche Sicherheitskonzepte runden das Portfolio ab.

Möchten Sie mehr wissen über einzelne Themenbausteine? Sie erreichen uns unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 00

tiven zu bewältigen. Weiterer Nutzen: Unternehmen können flexibler auf Marktveränderungen reagieren und ihre Position gegenüber der Konkurrenz behaupten.

Ideale Lösung

Auch die Puschmann Produktservice Vertriebsgesellschaft mbH (PPS GmbH) im schwäbischen Hochdorf bei Plochingen schloss einen Outsourcing-Vertrag ab. Das 1990 gegründete Unternehmen offeriert auf dem europäischen Markt verschiedene Produkte zur Schädlingsbekämpfung und ist kompetenter Ansprechpartner für alles, was sich um Holz- und Bautenschutz, Fanggeräte für Fluginsekten oder den Hygienestandard von Lebensmitteln dreht. Mitte des letzten Jahres hat die Firma einen Neubau bezogen. Hier konnten die rund 30 Mitarbeiter von Beginn an die Vorteile einer strukturierten Vernetzung genießen. Seit dem Umzug nutzen alle Beschäftigten Unified Messaging und Computer-Telefonie-Integration.

„Speziell die Anruferidentifizierung über Outlook hilft uns enorm weiter", lobt Bernd Schrimpf, Geschäftsführer der PPS GmbH. „Wir haben mit dem Anruf sofort das Kundenprofil vorliegen und können automatisch den Kontakt herstellen." Größter Vorteil: Ruft der Kunde an, muss er nicht endlose Warteschleifen in der Zentrale durchlaufen, sondern hat stets einen kompetenten Ansprechpartner auf der anderen Seite. Schrimpf: „Für unser Telefonmarketing ist diese Lösung ideal." Und falls der Ansprechpartner nicht erreichbar ist? Kein Problem. Der Kunde hinterlässt einfach eine Nachricht auf der Box, und der jeweils zuständige Verkäufer erkennt über Outlook, dass eine Anfrage vorliegt.

„Technisch sehe ich kaum Verbesserungspotenzial."
Bernd Schrimpf, PPS GmbH

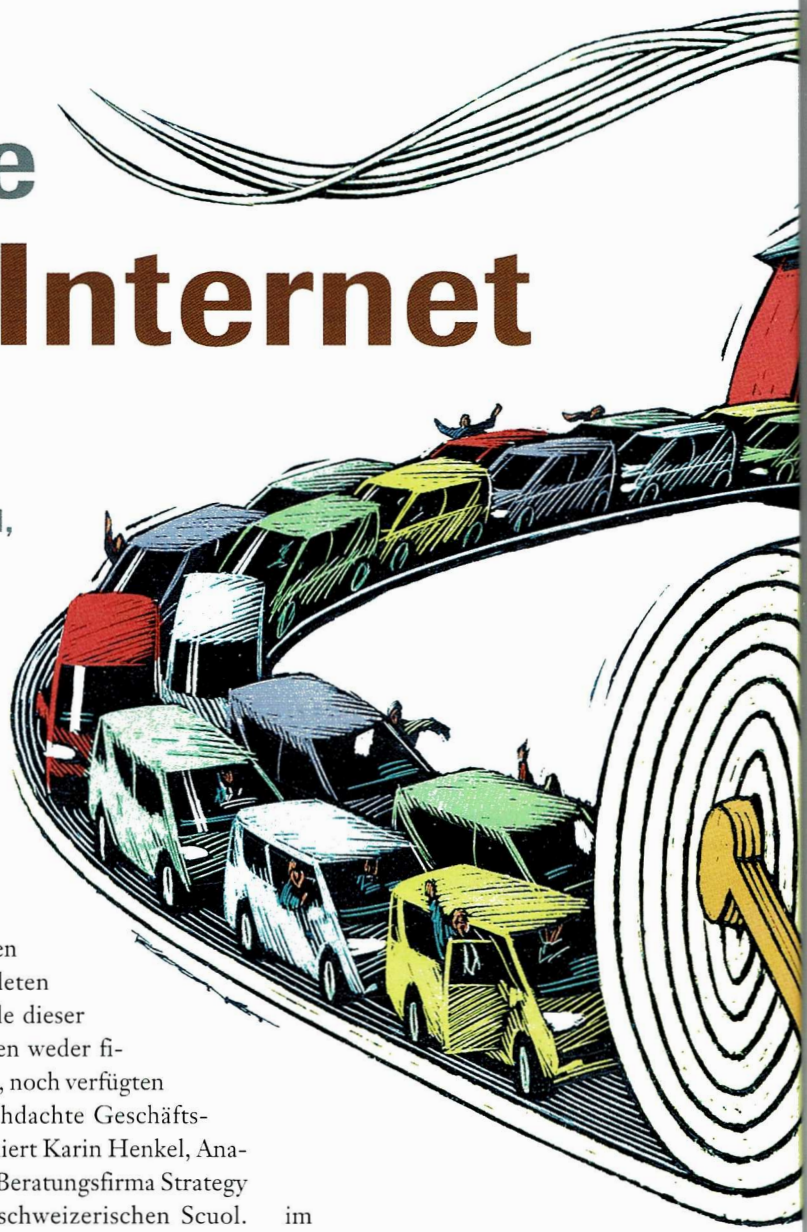
Tenovis hat auch dieses Projekt von Anfang an begleitet. Für ein Unternehmen, das zuvor weder Fax noch Voice-Mail integriert hatte, bedeutete das neue System schließlich eine erhebliche Umstellung. „Aber innerhalb weniger Wochen hatte sich jeder eingearbeitet", erklärt Schrimpf. „Heute will die neue Lösung niemand mehr missen." Mit einem weiteren Service wartet Puschmann nach Feierabend auf. Dann werden alle Anrufe zu einem externen Call-Center umgeleitet, das rund um die Uhr besetzt ist. Am nächsten Tag laufen die Anfragen als Fax oder E-Mail in der Firma ein. So finden Kunden Tag und Nacht ein offenes Ohr.

Immer zur Stelle

Mit Hilfe von Tenovis dazugekommen ist kürzlich die Festverbindung ins Internet mit eigener IP-Adresse und ADSL-Router (Asynchronous Digital Subscriber Line). Auch hier kann sich Schrimpf über mangelnden Service nicht beklagen: „Bei Reklamationen ist das Team spätestens am nächsten Tag zur Stelle." Seiner Meinung nach hat der Betrieb bereits aus dem Vollen geschöpft: „Technisch sehe ich kaum Verbesserungspotenzial. Jetzt liegt es an unseren Leuten, die Prozesse weiter zu optimieren." Ist der Grundstein einmal gelegt, stehen alle Möglichkeiten offen. Dabei lässt sich für jeden Weg, den ein Unternehmen künftig beschreitet, das passende Lösungspaket schnüren.

Fotos: Mathias Woltmann (2)

Schnellstraße ins Internet



Wer Software übers Web mieten will, ist auf große Übertragungsraten angewiesen. Clevere Unternehmer setzen daher auf Dienstleister, die Services und Breitbandanschluss aus einer Hand bieten.

In Kürze

Mietsoftware lässt sich vor allem in Verbindung mit DSL effizient nutzen. Ohne lange Wartezeiten können Firmen damit große Datenmengen empfangen.

Als vor zwei Jahren der Begriff Application Service Providing (ASP) durch die Presse ging, schwärmten Anbieter und Nutzer vom Geschäftsmodell der Zukunft. Nicht zu Unrecht, denn richtig eingesetzt, bietet ASP gerade Mittelständlern zahlreiche Vorteile.

Hinter dem Kürzel steht die Idee, einem Unternehmen individuell benötigte Programme und Lösungen über das Internet zu vermieten. Dazu betreibt der Application Service Provider ein Rechenzentrum und stellt Programme, Server, Infrastruktur und Netzanbindung bereit. Das erspart den Nutzern eigene Investitionen in teure Hard- und Software. Ein ASP-Kunde bindet sich über einen kurzen Zeitraum und bezahlt lediglich die Produkte und Services, die er wirklich nutzt.

Doch der allgemeinen Euphorie folgte schon bald die Ernüchterung. Zu unterschiedlich waren die Konzepte der zahlreichen neu gegründeten Firmen. „Viele dieser Anbieter waren weder finanziell stabil, noch verfügten sie über durchdachte Geschäftsideen“, resümiert Karin Henkel, Analystin der IT-Beratungsfirma Strategy Partners im schweizerischen Scuol. „Da niemand den ersten Schritt wagte, erlosch das Interesse schnell.“

Zwei Jahre nach dem großen Hype hat sich die Situation gewandelt. Unsolide Start-ups, die mit Mietsoftware schnelles Geld verdienen wollten, sind vom Markt verschwunden. Die übrig gebliebenen Soft- und Hardwarevermieter haben erkannt, dass nicht die Konzentration auf das technisch Machbare zum Erfolg führt, sondern die Orientierung an den Kundenwünschen. So wollen die meisten Firmenlenker unternehmensspezifische Programme lieber im eigenen Haus haben. Außerdem verlangen diese Programme oftmals die Anpassung an individuelle Unternehmensbedürfnisse, die vom Application Service Provider nur schwer geleistet werden kann. Als Mietsoftware gefragt sind vielmehr kleinere, einfach zu administrierende Anwendungen, deren Kauf sich für Mittelständler meist nicht rentiert.

„Der Durchbruch des ASP-Modells kommt mit Sicherheit.“
Karin Henkel, Strategy Partners

„Firmen gehen beim Mieten von Applikationen ganz selektiv vor“, weiß Carsten Biermann zu berichten. Er

Illustration: David Rooney/Whichart

konjunkturelle Lage wirkt dabei als Katalysator." Denn in Zeiten knapper Budgets und fehlender IT-Fachleute gehen Unternehmer auf Nummer Sicher und ziehen Mietsoftware vor.

Zu diesem Ergebnis kommt auch eine Studie der Unternehmensberatung Frost & Sullivan Inc. in San Jose, Kalifornien. Sie bescheinigt dem Geschäft mit Mietsoftware glänzende Aussichten. So soll der Umsatz in Europa bis zum Jahr 2005 jährlich um durchschnittlich 90 Prozent wachsen – auf mehr als 16 Milliarden Euro. Die Vorteile sind evident: Quer durch alle Branchen können sich Firmen so besser auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und die Investitionen deutlich reduzieren. Nach Experteneinschätzung sind Einsparpotenziale von bis zu 30 Prozent bei den IT-Ausgaben realistisch.

Standortübergreifendes Arbeiten

ASP-Services stellt auch Tenovis seinen Kunden zur Verfügung. Der TK-Dienstleister bietet mit Exchange Client eine Plattform für die Office-Organisation. Sie erlaubt den Unternehmen, Kalender, Adressbücher, E-Mails und Aufgabenplaner effizient zu nutzen. Mitarbeiter können diese Verzeichnisse von jedem Ort aus abrufen. Dabei lassen sich unterschiedliche Sicherheitsstufen einstellen und vertrauliche Informationen vor unberechtigtem Zugriff schützen. Unternehmen sparen sich somit die mehrfache Datenhaltung und erleichtern ihren Mitarbeitern das standortübergreifende Arbeiten. Voraussetzung ist lediglich ein Internetanschluss.

Ergänzt wird das Angebot durch den Online-Back-up. Dahinter verbirgt sich die Möglichkeit, Daten eines Unternehmens über eine verschlüsselte Internetverbin-

ist bei Tenovis zuständig für den Bereich Service Provisioning. So werden Unternehmen nicht mit einem Schlag, sondern sukzessive Leistungen auf den Rechenzentrumbetreiber übertragen. „Der Durchbruch des ASP-Modells kommt mit Sicherheit – wenn auch nicht in der Größenordnung wie einst vermutet", prophezeit auch Analystin Henkel. „Die schlechte

Tenovis Information

Schneller Internetzugang für jeden Bedarf

ADSL (Asymmetric DSL) garantiert eine Datenrate von bis zu 8 MBit/s zum Empfangen und 800 kBit/s zum Senden und bietet vor allem Privatkunden einen breitbandigen Netzzugang.

SDSL (Symmetric DSL) garantiert als Standleitung die symmetrische Anbindung mit bis zu 4 MBit/s in beide Richtungen und eignet sich vor allem als Internetzugang und zur Standortverbindung.

VDSL (Very High Bitrate DSL) erlaubt sowohl eine asymmetrische Anbindung mit bis zu 51 MBit/s zum Kunden und 2 MBit/s in Netzrichtung als auch eine symmetrische Anbindung mit bis zu 25 MBit/s in beide Richtungen – aber nur über geringe Distanzen.

Wünschen Sie noch weitere Informationen zu ASP und DSL? Sie erreichen uns unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 01

Sieht Mietsoftware kurz vor dem Durchbruch: **Karin Henkel,** Strategy Partners

dung in einem zentralen Datencenter zu sichern. Dabei spielt es keine Rolle, wo sie vorgehalten werden, ob in PCs am Arbeitsplatz oder in den Laptops der Außendienstmitarbeiter. Der Back-up erfolgt zu beliebigen Zeitpunkten. Umgekehrt können die Mitarbeiter von überall jederzeit auf die Speicher zugreifen.

Effiziente Nutzung

Da beim Application Service Providing viele Teilnehmer gleichzeitig auf die Server des Anbieters zugreifen und somit größere Datenmengen übertragen werden, raten Experten zu breitbandigen Internetanschlüssen. Denn nur so lassen sich die Möglichkeiten der genutzten Applikationen voll ausschöpfen. Teure ISDN-Wählverbindungen sind dem kaum gewachsen, und breitbandige Richtfunkstrecken eignen sich nur bedingt, da sie Sichtverbindung benötigen. „Wer ASP effizient nutzen will, sollte deshalb auf die DSL-Technologie setzen", empfiehlt Ralf Hecker, im Tenovis-Vertriebsmanagement verantwortlich für die Vermarktung von Dienstleistungen. Um seinen Kunden ASP-Services und breitbandige Internetanschlüsse aus einer Hand zu bieten, schloss Tenovis eine Partnerschaft mit dem DSL-Spezialisten KKFnet AG im ost-westfälischen Minden.

Foto: Mathias Woltmann

Mittlerweile ist das Kürzel xDSL (Digital Subscriber Line) in aller Munde. Dabei steht das x als Platzhalter für verschiedene Services. Je nach individuellem Bedarf können Unternehmen auf diese unterschiedlichen Varianten zurückgreifen. Bei ADSL beispielsweise ist die Bandbreite zum Senden kleiner als die zum Empfangen von Daten. Ein solches asymmetrisches Verfahren ist interessant für diejenigen Nutzer, die große Datenmengen aus dem Internet auf ihren Rechner herunterladen, selbst aber in geringem Umfang Informationen wie etwa E-Mails versenden. Dabei lassen sich Telefonie und Internet in verschiedenen Frequenzbereichen über die vorhandene Telefonleitung führen.

Beim SDSL-Verfahren hingegen sind die Bandbreiten zum Senden und Empfangen gleich groß, also synchron. Hier erfolgt die Anschaltung über eine separate Kupferdoppelader und garantiert so eine extrem hohe Verfügbarkeit. „Diese Variante ist erste Wahl für Geschäftskunden, die häufig umfangreiche Dateien erhalten und verschicken", unterstreicht Hecker.

„Wir können stets die neueste Version haben, ohne sie zu kaufen."

Dirk Vangenhassend, Vangenhassend GmbH

Enorme Datenmengen

Zu diesen Unternehmern gehört auch Dirk Vangenhassend, Geschäftsführer der Düsseldorfer Vangenhassend GmbH. Seine Firma entwirft und produziert Corporate-Design-Schilder sowie Orientierungs- und Leitsysteme für Flughäfen, Tiefgaragen und Gebäude. Dazu müssen enorme Datenmengen, die Vorlagen der Kunden, bearbeitet werden. Oft hat ein einzelnes Bild mehr als 100 Megabyte – zu viel für die ISDN-Leitung. Aus diesem Grund nutzt Vangenhassend den Umzug des Unternehmens an einen neuen Standort, um auf die SDSL-Technologie umzusteigen.

Und weil die Firma mit verschiedenen DTP- und CAD-Programmen (Computer-aided Design) arbeitet, einige davon aber seltener gebraucht werden, rentiert es sich nicht, bei jedem Update neue Lizenzen zu erwerben. „Für diese Exotenprogramme ist das ASP-Modell die ideale Lösung", erläutert der Geschäftsführer. „So können wir stets die neueste Version haben, ohne sie zu kaufen."

Tenovis VERBINDUNG

Highspeed-Zugang Optimal nutzen lässt sich Mietsoftware mit der DSL-Technologie. Wir bieten Ihnen über einen Zeitraum von sechs Monaten einen SDSL-Zugang, mit dem Sie sich Multimediadaten ins Haus holen können. Alternativ stellen wir Ihnen einen ASP-Service zur Verfügung. Dazu beantworten Sie bitte die folgende Frage und schreiben das Lösungswort auf eine Postkarte:

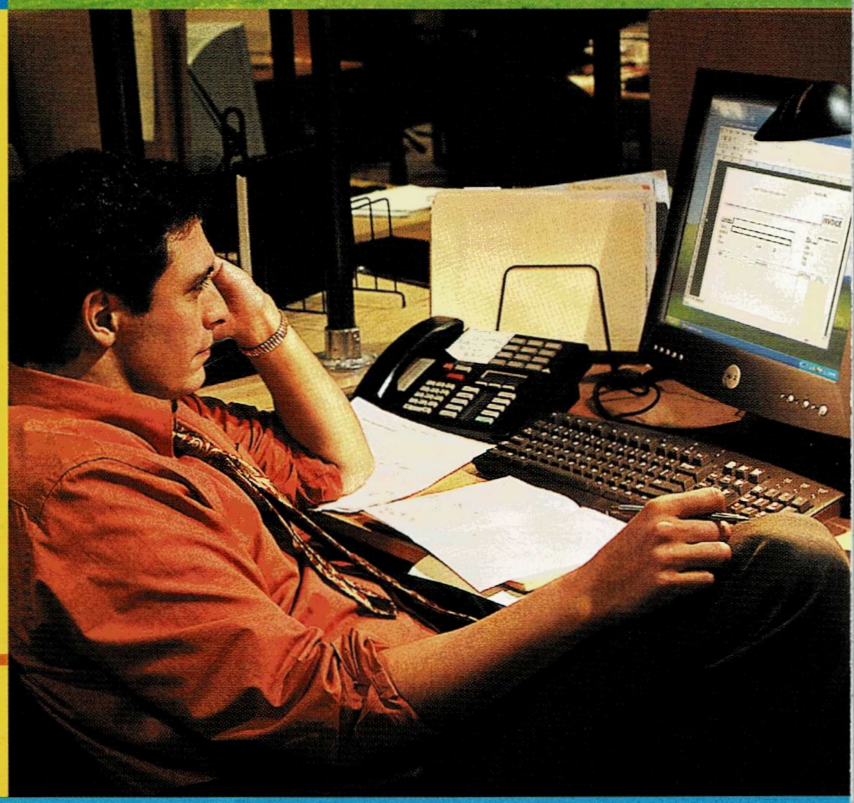
Bei welcher DSL-Variante sind die Bandbreiten zum Empfangen und Senden von Dateien gleich groß?

Unsere Adresse: Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt, oder per Fax: 08 00/3 47 32 86.

Microsoft

Sie arbeiten rund um die Uhr.

Von Ihren Computern
erwarten Sie dasselbe.



Alles wird leichter.

Die neue Art der Zuverlässigkeit. Das neue Microsoft Windows XP setzt einen neuen, höheren Sicherheitsstandard. Anders ausgedrückt, es ist das zuverlässigste Windows, das es je gab. Mit Features wie Windows File Protection, Systemwiederherstellung und Gerätetreiberzurücksetzung. Außerdem können Sie mit der Remoteunterstützung den Bildschirm eines Benutzers aufrufen, Diagnosen erstellen und Probleme lösen. So, als ob Sie direkt vor dem PC sitzen würden. Kurz gesagt, Sie bekommen weniger Helpdesk-anrufe und damit weniger Kopfschmerzen. Windows XP bedeutet einen Riesenschritt voraus für Sie und Ihre Anwender. Alles wird leichter. www.microsoft.com/germany/windowsxp

intel inside
pentium 4

Windows® XP mit Pentium® 4 Prozessor-Optimierungen

Manche Anwendungen können Internet- oder Netzwerkanschluss oder zusätzliche Hardware erforderlich machen. © 2001 Microsoft GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Microsoft®, Windows® und das Windows® Logo sind entweder eingetragene Marken oder Marken von Microsoft. Pentium®, Intel Inside und das Intel Inside Logo sind entweder eingetragene Marken oder Marken von Intel.

Microsoft Windows xp

Stressfreie Reise

Führungskräfte haben unterwegs genug damit zu tun, ihre Termine einzuhalten. Damit der Businesstrip von der Vorbereitung über den Check-in bis zur Abrechnung reibungslos verläuft, setzen Hotels ganzheitliche Kommunikationslösungen ein.

In Kürze

Um Managern den Aufenthalt so bequem wie möglich zu machen, bieten Hotels eine optimale technische Ausstattung.

Kilometerlange Sandstrände, reizvolle Nationalparks und nicht zuletzt die imposanten Kreidefelsen ziehen jedes Jahr zahlreiche Touristen auf die Insel Rügen. Nicht ganz so ausführlich kann Norbert Geske die Umgebung genießen. Für den Chef einer Elektronikfirma aus Viersen steht der geschäftliche Anlass im Vordergrund. Schon seit Jahren organisiert Geske seine Führungskräftetagung auf der Ostseeinsel. Doch bei allem Konferenzstress kann er sich als Stammgast des Hotels Vier Jahreszeiten in Binz auch über viele Annehmlichkeiten freuen. Das beginnt bei der Vorbereitung: Ob auch dieses Jahr noch Suiten und Zimmer frei sind, fragt Geske bequem im Internet ab. Wenige Mausklicks später ist die Online-Buchung perfekt, als Bestätigung erhält der Unternehmer eine E-Mail.

Kundenprofil auf Abruf

Technische Grundlage des ebenso schnellen wie individuellen Service ist eine leistungsfähige Kommunikationslösung von Tenovis, die die Daten aller Gäste speichert und

verwaltet. Für Hoteldirektor Peter Schwarz ergeben sich daraus klare Vorteile: „Wir können jedem Gast je nach Anlass ein individuelles Angebot ins Haus schicken." Dank des ausgeklügelten Informationssystems weiß er, wann die Stammgäste am liebsten anreisen und welche Wünsche sie vor Ort haben. Ruft ein Interessent an, lädt das System auf Grundlage der Telefonnummer blitzschnell das Datenprofil. Sofort können die Mitarbeiter alles Nötige veranlassen: einen Overheadprojektor im Tagungsraum, Laptop samt Fax im Zimmer oder Karten für kulturelle Veranstaltungen. „Dezente Aufmerksamkeit", umschreibt Schwarz den besonderen Service.

meint Stefan Brehm, Geschäftsführer der Hamburger Softwarefirma. Dabei werden die Daten ständig aktualisiert und über eine sichere Router-Verbindung ausgetauscht, so dass Unbefugte keinen Zugriff haben.

Zwar konnten Geschäftsreisende die Kapazitäten bisher auch online abfragen, doch die Buchung war dem Hotel vorbehalten. Jetzt reservieren die Unternehmer selbst, wobei der neue Auftrag in wenigen Sekunden im Front-Office-System des ausgewählten Hauses erscheint. Für die Angestellten im Vier Jahreszeiten bedeutet das eine enorme Arbeitserleichterung, da die Bestätigung automatisch per E-Mail versendet wird. „Wir haben den

Innovative Technik in stilvollem Ambiente: Hotel Vier Jahreszeiten in Binz auf Rügen

„Wir haben den Verwaltungsaufwand deutlich reduziert."

Peter Schwarz, Hotel Vier Jahreszeiten, Rügen

Von der komplexen Technik hinter den Kulissen erfahren Geschäftsreisende wenig. Für sie ist es selbstverständlich, dass bei der Ankunft das Telefon sofort freigeschaltet ist und Gebühren automatisch aufs Zimmer gebucht werden. Der Gast kann auch seine Wecktermine in Auftrag geben oder sie selbst per Telefon speichern. Sogar der Anrufbeantworter lässt sich in der Landessprache des Gastes automatisch aktivieren. Fax- und PC-Anschlüsse gehören fast schon zum Standard, die persönliche Faxnummer und eigene E-Mail-Adresse erhöhen den Komfort zusätzlich.

Schnittstelle zum Web

Nicht nur via Telefon kommt das System voll zur Geltung, sondern auch über eine Schnittstelle zum Internet. Dank der Kooperation von Tenovis und der Hotel1 Unity Online GmbH lassen sich Kontingente zwischen Hotel-EDV und Internet verwalten. Freie Kapazitäten fragt der Web-Server ab. So sind es nur wenige Klicks, bis die Anzahl der verfügbaren Zimmer auf der Homepage des Hotels erscheint. „Übers Internet möchten viele Gäste auch spontan wissen, zu welchen Konditionen die Zimmer zu haben sind", Verwaltungsaufwand deutlich reduziert", freut sich Hotelchef Schwarz. Unabhängig von der Größe des Betriebs und den persönlichen Vorlieben, macht sich die Tenovis-Lösung schnell bezahlt. „Wer sich keine komplexen EDV-Systeme leisten will, erhält von uns TK-Lösungen, die trotzdem den Komfort des Hauses steigern", erklärt Hans-Wilhelm Hargens, Tenovis-Produktmanager in Frankfurt. So können sich Betriebe weitere Leistungen offen halten und die Anlage modular ergänzen. Das kommt Schwarz entgegen: „Um unseren Gästen den Aufenthalt so bequem wie möglich zu machen, kommt nur ein Servicepaket in Frage, das kontinuierlich den neuesten Stand der Entwicklung sichert."

Dazu gehören integrierte Gesamtlösungen, die den Unternehmer während der ganzen Reise begleiten – bis zur Abschlussrechnung. Sollte der nächste Termin schon rufen, wählt der Gast einfach den Express-Check-out. Auch hier erledigt das System alles automatisch. Die Rechnung flattert der Firma wenige Tage später ins Haus – mit schönen Grüßen aus Rügen.

Tenovis Information

So profitieren Gäste von Hotellösungen

Online-Buchung Gäste können Zimmerkapazitäten in Echtzeit abfragen und selbständig reservieren. Die Buchungsbestätigung erhalten sie per E-Mail.

Telekommunikation Internet- und Datenzugänge sind über Anschlussdosen auf dem Zimmer vorhanden und freigeschaltet. Jeder Kunde erhält auf Wunsch seine persönliche Faxnummer und E-Mail-Adresse. Über anfallende Gebühren wird automatisch ein Einzelnachweis geführt.

Unterwegs im Hotel Die Daten des Gastes sind für die Hotelmitarbeiter überall abrufbar, sei es im Restaurant, im Tagungsraum oder im Wellnessbereich. Dadurch profitiert der Reisende von einem individuellen Service.

Check-out Das System hat bereits alle Kosten erfasst. Auf Wunsch kann der Gast den Express-Check-out nützen, wobei ihm das Hotel die Rechnung nachschickt.

Möchten Sie noch mehr über Hotellösungen erfahren? Dann fordern Sie einfach weitere Informationen an – unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 02

Fotos: Mathias Woltmann (1); Hotel Vier Jahreszeiten (1)

Ende der Warteschleife

Wenn Unternehmen alle Kommunikationskanäle in ein einziges System integrieren, behalten sie stets den Überblick über sämtliche eingegangenen Aufträge.

In Kürze

Mit Unified Messaging bleiben Mitarbeiter im Büro ebenso wie im Außendienst zu jeder Zeit für Kunden erreichbar.

Allzu wörtlich nehmen viele Firmen den Begriff Multimedia. Zwar rühmen sie sich damit, dass Kunden über sämtliche Kommunikationskanäle bestellen können – doch werden diese Medien meist getrennt voneinander eingesetzt. Zum Alptraum wird der Büroalltag, wenn Mitarbeiter ihre Mailbox nicht abfragen, das Faxgerät Papierstau meldet, der Drucker streikt und der Außendienstmitarbeiter das Handy ausgeschaltet hat. So gehen wertvolle Aufträge verloren, und der Kunde wandert am Ende ab zur Konkurrenz.

Glücklich können sich da jene Unternehmen schätzen, die die Vorteile des integrierten Nachrichtenverkehrs nutzen und Fax, E- oder Voice-Mail über ein zentrales System verwalten. Zu diesen Firmen gehört das Haufe Service Center (HSC) in Freiburg. Um die bisher dezentralen Call-Center-Aktivitäten der Haufe Mediengruppe auszugliedern und auf einer zentralen Plattform zusammenzuführen, wurde im Juli 2000 das HSC als eigenständiger Dienstleister gegründet. Die derzeit 185 Mitarbeiter wickeln die Bestellannahme, den Kundenservice sowie die redaktionelle Hotline ab. Davon leisten rund 60 Beschäftigte für den ebenfalls zur Mediengruppe gehörenden Finanzsoftware-Anbieter Lexware umfassenden Softwaresupport.

Zukunftssichere Technologie

Damit das Kundenkontaktzentrum im neuen Geschäftshaus mit zukunftssicherer Technologie ausgestattet ist, entschied sich das Unternehmen für ein Telefonsystem in Verbindung mit einem Call-Center. Im September 2000 wurde das System inklusive Server, Telefonen und Fax-/Voice-Server installiert. Einen Monat später startete das HSC mit 70 Kundenberatern, mittlerweile zählt das Call-Center 185 Beschäftigte. Diese können neben eingehen-

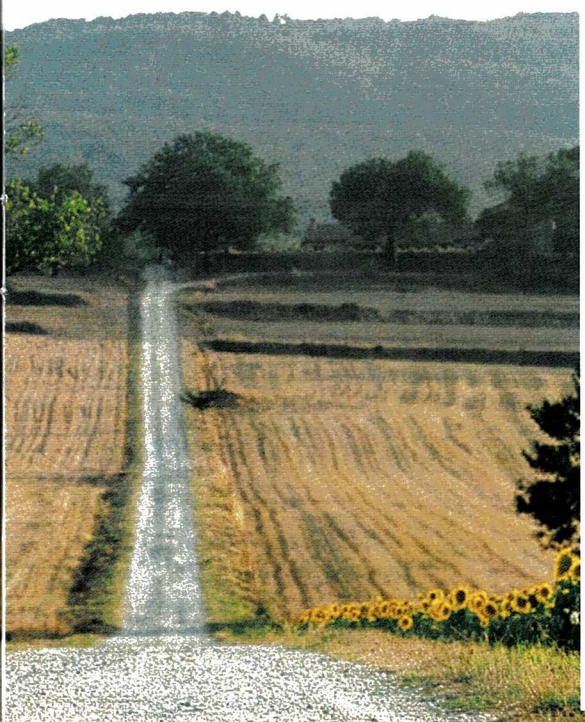
Erzielt entscheidende Vorteile gegenüber der Konkurrenz: **Daniel Herrmann,** Geschäftsführer HSC

den Faxen auch Voice-Mails am Bildschirm abrufen und bearbeiten. Getestet wird außerdem das intelligente E-Mail-Routing. „Dann können wir auf persönliche Mailadressen verzichten und die Aufträge auf verschiedene Gruppen verteilen", erklärt HSC-Geschäftsführer Daniel Herrmann. „Am Ende soll jede Anfrage binnen 24 Stunden bearbeitet werden."
Für Haufe ergeben sich mit Unified Messaging klare Vorteile gegenüber der Konkurrenz. „Jetzt haben wir die Sicherheit, dass kein Auftrag verloren geht, wenn ein Mitarbeiter kurzfristig ausfällt", sagt Herrmann. „Da wir jeden Anruf zurückverfolgen können, haben wir auch eine größere Transparenz im Kundenservice."
Durch die Zentralisierung ergeben sich für Haufe deutliche Kosteneinsparungen im Routing. Und nicht zuletzt lässt sich der Personaleinsatz besser planen. Da die Implementierung bislang reibungslos verlaufen ist, hat Tenovis den nächsten Schritt vorbereitet – die Integration der Computertelefonie. Herrmann: „Sobald die CTI-Schnittstelle zu unserem SAP-R/3-Rechner realisiert ist und der direkte Zugriff in Echtzeit auf alle Kundendaten möglich ist, können wir unsere Prozesse noch beschleunigen."
Experten sind sich einig: Der Wunsch nach ständiger Erreichbarkeit wird

„Jetzt haben wir die Sicherheit, dass kein Auftrag verloren geht."
Daniel Herrmann, Haufe Service Center

den Anbietern von Unified-Messaging-Lösungen goldene Zeiten bescheren. So prognostiziert das US-Marktforschungsinstitut Frost & Sullivan Inc. im kalifornischen San Jose, dass sich der europäische Umsatz auf diesem Markt bis zum Jahr 2006 von 135 Millionen Dollar auf 18,1 Milliarden mehr als verhundertfachen wird. In Europa ist Deutschland mit rund 21 Prozent Anteil am UM-Gesamtumsatz mit Abstand der wichtigste Markt.
Die gewaltigen Wachstumsraten führen die Analysten auf erhebliche Produktivitätssteigerungen zurück, die sich wiederum aus dem signifikanten Zeitgewinn ergeben. Aktuelle Studien zeigen, dass eine Bürokraft durchschnittlich sechseinhalb Minuten täglich für den Nachrichtenempfang über unterschiedliche Endgeräte be-

Fotos: Raybeam (1); privat (1)



Tenovis Information

Diese Anforderungen erfüllen Unified-Messaging-Lösungen von Tenovis

Einheitliches Postfach Firmen können Faxe, E- und Voice-Mails sowie in einem weiteren Schritt auch SMS-Nachrichten einheitlich über ein zentrales System wie etwa Microsoft Outlook oder Lotus Notes verwalten und bearbeiten. Der neue Tenovis Integral Messenger erlaubt es zudem, diese Medien unabhängig vom PC über die TK-Anlage oder das DECT-Telefon zu nutzen.

Erhöhte Mobilität Jeder Mitarbeiter hat von unterwegs Zugriff auf das Firmentelefonbuch, um sich eine Nummer herauszusuchen. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, die Rufumleitung des TK-Systems zu steuern oder die Mailbox abzufragen. Eingegangene Nachrichten werden auf Wunsch per Text-to-Speech-Funktion vorgelesen. Umgekehrt können Außendienstmitarbeiter ihren Kollegen im Büro SMS-Nachrichten senden – auf den PC oder auf das System- oder DECT-Telefon.

Zukunftsfähigkeit Durch den modularen Aufbau lassen sich die Lösungen an die jeweiligen Kommunikationsbedürfnisse des Unternehmens anpassen und jederzeit reibungslos in die bestehende Infrastruktur einbinden. So können sich Firmen als Einstieg zunächst für das Fax-Routing entscheiden und sukzessive für die Pflege, Wiederherstellung und Optimierung von Netzwerken.

Möchten Sie noch mehr wissen über die Unified-Messaging-Lösungen von Tenovis? Sie erreichen uns unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 03

nötigt – mit Unified Messaging nur die Hälfte der Zeit. Bei mobilen oder Telearbeitern beträgt die Zeitersparnis sogar mehr als zwei Drittel.

Hohes Einsparpotenzial

„Maximaler Kundenservice bei kurzen Durchlaufzeiten ist mehr denn je ein Alleinstellungsmerkmal für die Kundenbindung", betont Martin Puhlmann, Senior Consultant bei der ConBer GmbH Consult Berlin. „Hier bietet sich der Einsatz von Unified Messaging als erster Schritt in die aktive Kundenbetreuung an." Diese Ansicht teilt Bernd Bärenfänger, Marketingmanager Messaging-Systeme bei Tenovis in Frankfurt: „Wenn Firmen jede Nachricht zeitnah erhalten und sofort reagieren, sind sie auf dem besten Weg in Richtung Customer-Relationship-Management." Damit Unified Messaging zum Erfolg des Unternehmens beiträgt, müssen die verantwortlichen Systemadministratoren auf die reibungslose Integration der neuen Lösung achten und die Anwender umfassend schulen. „Das Einsparpotenzial ist umso höher, je besser es der Firma gelingt, die Lösungen nahtlos in die bestehende Infrastruktur einzubinden", bestätigt Consulter Puhlmann.

Tenovis Information

Vorteile des integrierten Nachrichtenverkehrs

Erreichbarkeit Fällt ein Mitarbeiter kurzfristig aus, geht dennoch kein Auftrag verloren, da alle Anfragen zentral hereinkommen und sich unabhängig vom Medium weiterleiten lassen.

Zeitersparnis Im Vergleich zum Zugang über unterschiedliche Endgeräte ergibt sich für Mitarbeiter ein signifikanter Zeitgewinn, da sie sich nur auf ein System konzentrieren müssen.

Kundenbindung Kunden fühlen sich optimal betreut, da ihre Anfrage stets beim richtigen Ansprechpartner landet.

Ursprünglich umfasste Unified Messaging nur die Möglichkeit, im Mailingsystem auch auf andere Dokumente wie Faxe und Voice-Mails zugreifen zu können. Doch ist die Technik nicht stehen geblieben. Das Thema der Zukunft heißt drahtlose Anbindung. So verleihen die Zunahme von mobiler und Telearbeit sowie der Internetboom den Lösungen einen kräftigen Schub. Mit dem Message Routing System (mrs) von Tenovis können sich Außendienstler beispielsweise per WAP-Handy über eingehende Anrufe informieren und sie sich durch die Text-to-Speech-Funktion vorlesen lassen. Selbst die Rufumleitung der TK-Anlage im Büro lässt sich problemlos mit dem Handy aktivieren. „Damit kann jede Nachricht zu jedem Zeitpunkt von jedem Ort aus gelesen werden", stellt Tenovis-Experte Bärenfänger fest.

Diesen Anspruch verfolgt auch die Hannoversche Informations- und Kommunikationstechnik (HIT). Die IT-Spezialisten wickeln für rund 6000 Mitarbeiter der RegionHannover die komplette Sprach- und Datenkommunikation ab. Dazu unterhält die HIT ein Wide Area Network mit zirka 25 eigenen Standorten und Verbin-

„Unseren Kollegen wird die Arbeit sehr erleichtert."

Rainer Schnese, HIT, über das Unified-Messaging-System

dungen zu den Städten und Gemeinden. Zunächst hat die Ablösung des völlig überforderten Faxsystems durch die mrs-Lösung von Tenovis absolute Priorität. Läuft das System rund, soll Outlook alle eingegangenen Faxe signalisieren, damit die Beschäftigten sie bearbeiten und wahlweise als Fax oder E-Mail weiterleiten können. Ziel ist ein einziges System, dass für die gesamte interne und externe Kommunikation zur Verfügung steht. „Unseren Kollegen wird die Arbeit sehr erleichtert, wenn sie sich beim Nachrichtenempfang nur noch auf Outlook konzentrieren müssen", meint Rainer Schnese, Teamleiter Anwendungsmanagement bei der HIT. „Daher haben wir auch keinen separaten Fax-Client installiert." Kurzfristig wollen die Niedersachsen auch Voice-Mail und für Teilbereiche SMS (Short Message Service) integrieren.

Noch einmal deutlich reduziert wird der Arbeitsaufwand mit dem neuen Tenovis Integral Messenger. Mit dieser Lösung werden alle Medien der Bürokommunikation integriert und sowohl über das System- als auch das DECT-Telefon nutzbar gemacht. Über diese Endgeräte können Mitarbeiter ihre E-Mails lesen, weiterleiten oder neue verfassen. Auch Voice-Mails werden auf dem Telefondisplay angezeigt. Diese Nachrichten lassen sich bequem am PC über eine Soundkarte oder am Telefon abhören. Der Messenger ist auch die erste Applikation, die das Senden und Empfangen von SMS-Nachrichten mit jedem System- und schnurlosen Telefon erlaubt. So verlieren Angestellte weder im Büro noch unterwegs den Überblick und können die wachsende Infoflut jederzeit beherrschen.

Foto: Rayboom

gramm.de

Mit viel Drive ein Vermögen schaffen? Ja, machen wir's doch einfach.

Die Technik ist perfekt. Ihr Kapital profitiert von der idealen Balance zwischen Rendite und Risiko. So leistet unser professionelles **Vermögensmanagement** das Optimale für Ihr Depot und Sie haben damit den Dreh raus, Ihrem Vermögen den richtigen Schwung zu geben.

www.nordlb.de

Die norddeutsche Art.

NORD/LB

Abschied vom Orakel

Die Wahl des richtigen Kommunikationssystems muss sich an den Geschäftsprozessen des jeweiligen Unternehmens orientieren. Wer sich dabei auf die Hilfe von Consultern verlässt, ist in jeder Hinsicht gut beraten.

In Kürze

Berater suchen für Firmen das passende Kommunikationssystem aus und zeigen, wie sich die neue Technologie Gewinn bringend einsetzen lässt.

In grauer Vorzeit konnte sich jeder, der verzweifelt und auf guten Rat angewiesen war, an einen Priester wenden und seine Fragen an ihn richten. Dieser wiederum erhielt die Weissagungen von einer Gottheit und gab sie an den Fragenden weiter. Das hört sich leicht an – doch ob die Sprüche des Orakels so oft weiterhalfen, sei dahingestellt. Ebenso geringe Erfolgsaussichten haben heute Unternehmer, die bei der Auswahl des passenden Kommunikationssystems ihr Glück auf eigene Faust versuchen. Wieder andere ziehen Berater hinzu, die an fachlicher Kompetenz einem Orakel durchaus vergleichbar sind.

Über solche Probleme kann Michael Eckensberger nur müde lächeln. Der Geschäftsführer und IT-Leiter der Kraftverkehr Kurt Nagel GmbH & Co. hat in jeder Hinsicht die richtige Entscheidung getroffen. Da die Spedition aus dem westfälischen Versmold in den vergangenen Jahren ein immenses Wachstum verzeichnete und inzwischen zahlreiche Niederlassungen im In- und Ausland an die Zentrale angeschlossen sind, war es allerhöchste Zeit, die Kommunikationsstrukturen zu erweitern und zu modernisieren. „Unser Datennetz ist immer häufiger an seine Kapazitätsgrenzen gestoßen", erklärt Eckensberger. Mittlerweile sind es rund 5000 Angestellte, die den Einsatz einer stetig wachsenden Lkw-Flotte koordinieren.

Profitierte von der Zusammenarbeit mit Beratern: Michael Eckensberger, Geschäftsführer Kurt Nagel

Erfreuliches Ergebnis

Bei der Auswahl eines optimal auf seinen Bedarf abgestimmten Angebots verließ sich Eckensberger auf die Unterstützung eines Beratungsunternehmens. So konnten interne Ressourcen geschont werden. „Unsere Mitarbeiter hatten schließlich mit ihren eigenen Aufgaben genug zu tun", begründet der Unternehmer sein Vorgehen. Das Ergebnis fiel für alle Beteiligten sehr erfreulich aus: Statt wie früher zahlreiche Standleitungen zu mieten, teilen sich die Versmolder jetzt ein so genanntes Frame-Relay-Netz mit anderen Firmen.

Je nach Datenvolumen können die Unternehmen nun mehr oder weniger Kapazität in diesem Datennetz nutzen – zu mehr oder weniger günstigen Tarifen. Für Eckensberger hat sich die Beratung auf jeden Fall gelohnt: „Durch die Neuorganisation der Kommunikationsstruktur haben wir so viel Geld gespart, dass sich die Honorarkosten für die Beratung über die Vertragslaufzeit amortisieren werden."

Nach Auffassung von Hans-Joachim Otto, Geschäftsführer der Abteilung Information, Organisation und Wirtschaftsberatung bei der IHK Frankfurt, ist es leider immer noch die Ausnahme, dass sich Firmenlenker auf Berater verlassen. Dafür zeigt er wenig Verständnis: „Der IT- und TK-Markt ist so komplex geworden, dass er sich allein gar nicht mehr durchschauen lässt." Internationalisierung, immer kürzere Innovationszyklen und der steigende Kosten- und Margendruck stellten viele Unternehmen vor unlösbare Probleme. Da sei externes Know-how dringend erforderlich. Bei der Wahl des Beraters empfiehlt Otto den Betrieben, genau zu hinterfragen, ob der Berater

Fotos: privat (1); Getty Images/Nick Clements (1)

wirklich unabhängig oder über Provisionen an bestimmte Hersteller gebunden ist. „Denn genau das ist häufig der Fall", weiß der IHK-Experte aus Erfahrung.
Diese Einschätzung teilt auch Lutz Hellweg, Präsident des europäischen Informations- und Kommunikationsverbandes euTel.co e.V. mit Sitz in Hamburg, zu dem sich Mitte 1999 mehrere TK-Consultingunternehmen zusammengeschlossen haben. Entscheidendes Kriterium bei der Auswahl des richtigen Beraters seien vor allem Referenzen und nachweisbare Marktkenntnis: „Werden komplexe Dienstleistungen erbracht, so müssen Preis und Qualität in Einklang stehen", stellt Hellweg klar.

Zeichen für Seriosität

Experten sind sich einig: Hinter unseriösen Angeboten stecken in den meisten Fällen mangelhaft ausgebildete Einzelkämpfer, die gar nicht über die Kapazität verfügen, den komplexen Telco-Markt allein zu beobachten. Demgegenüber ist es ein klares Zeichen für Seriosität, wenn Berater ihr Honorar vom Erfolg abhängig machen. Eine Prämisse, die auch Oliver Spreitzer bei seiner täglichen Arbeit berücksichtigt. Als Coach der Geschäftseinheit Tenovis Consulting unterstützt er Unternehmen bei sämtlichen Fragen im Bereich Business Communication. Das Lösungsspektrum reicht von der Entscheidungsunterstützung über die Einführung neuer Technologien bis zum Prozessmanagement in Vertrieb,

„Der Markt lässt sich allein nicht mehr durchschauen."
Hans-Joachim Otto, IHK Frankfurt

Marketing und Service. Pre- und After-Sales-Strategien fließen ebenso in die Beratung ein wie Workflow- und Qualitätsmanagement.
Bei all dem geht das Team um Spreitzer der zentralen Frage nach: Wie zahlen sich Investitionen in eine moderne Kommunikationsstruktur konkret aus? „Die aufwendigste Lösung ist natürlich nicht immer die beste", unterstreicht der Tenovis-Experte. Dass manche Kun-

Schätzt, dass die knappen Kapazitäten in der Beratungsbranche bald erschöpft sein werden: **Lutz Hellweg,** Präsident euTel.co

den alles in Euro und Cent vorgerechnet bekommen wollen, stört den Münchner nicht. Ganz im Gegenteil: „Wir sind durchaus bereit, die Höhe unseres Honorars vom Erreichen der Zielsetzung abhängig zu machen", meint Spreitzer. Sein Team konzentriert sich nicht nur darauf, innovative Technologien und Trends zu erkennen, sondern diese vor allem in neue Geschäftsmodelle zu übersetzen. Also steht nicht die Auswahl konkreter Hardwareprodukte im Vordergrund. „Viel wichtiger ist es, zusammen mit dem Kunden herauszufinden, welche Dienste er für die Umsetzung seiner Firmenprozesse benötigt", so Spreitzer.

Um die gemeinsam formulierten Ziele zu erreichen, unterteilt Tenovis Consulting den Beratungsprozess in vier Phasen: In der Analysephase werden zunächst einmal sämtliche zu einem detaillierten Verständnis benötigten Informationen durch Datenanalyse und Interviews gesammelt. Auf dieser Grundlage entwickelt das Team dann verschiedene Ansätze, die zur Lösung des Problems führen sollen. Hierbei ist die Mitarbeit des Kunden unbedingt erforderlich. In der dritten Phase werden Teillösungen entwickelt, um die Umsetzung en détail zu planen. Die letzte Phase umfasst schließlich die Implementierung als Ganzes.

Sorgfältige Auswahl

Dass einige Betriebe mit ihrer Entscheidung für ein bestimmtes Beratungsunternehmen nicht unbedingt richtig liegen, lässt nach Auffassung von Christoph Hüning auf zu wenig Sorgfalt beim Auswahlprozess schließen. Der Senior-Berater bei der Diebold Deutschland GmbH im hessischen Eschborn rät mittelständischen Firmenchefs dringend davon ab, vorschnell in neue Hardware zu investieren oder unüberlegt in eine Partnerschaft einzuwilligen. Zuvor sollten sie die Struktur ihrer Geschäftsaktivitäten gründlich analysieren. „Für Mittelständler, die dezentral organisiert sind, viele mobile Anwender beschäftigen oder innovative Technologien einsetzen, lohnt sich eine Beratung auf jeden Fall", betont Hüning. Dabei sei zu bedenken: „Je kleiner ein Unternehmen, desto genauer muss es mit dem Berater vertraglich fixieren, welchen Erfolg seine Dienste eigentlich bringen sollen."

„Die aufwendigste Lösung ist nicht immer die beste."

Oliver Spreitzer, Tenovis Consulting

Allzu lange sollten sich Firmenchefs nicht mit der Entscheidung Zeit lassen, ob sie einen Berater hinzuziehen oder sich allein durch den Tarif- und Gerätedschungel kämpfen. „Wer dieses Jahr in seinem Betrieb etwas ändern will, sollte das schnell tun", warnt euTel.co-Präsident Hellweg. Er hat beobachtet, dass Themen wie der Jahrtausendwechsel oder die Euro-Einführung abgearbeitet sind und sich die Firmen wieder auf die Optimierung ihrer eigentlichen Geschäftsprozesse konzentrieren. „Wer jetzt Beratungsbedarf definiert hat, sollte sich rechtzeitig orientieren", rät er. Denn die Kapazitäten bei den etablierten Beratungsunternehmen würden wegen der vermehrten Nachfrage langsam knapp. Angesichts der steigenden Anforderungen, denen Firmen gegenüberstehen, sieht auch Tenovis-Mann Spreitzer Eile geboten: „Nur wer sich den immer neuen Herausforderungen stellt und sie als Chance, nicht als Handikap im Wettbewerb erkennt, verschafft sich einen klaren Vorsprung."

Foto: Chris Rogge

Tenovis Information

Das sollten Sie bei Auswahl und Zusammenarbeit mit Beratern bedenken

Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Ressourcen ausschließlich für Ihr Kerngeschäft nutzen. Das bedeutet auch, dass der Berater als Dienstleister Ihr Geschäft unterstützen soll.

Lassen Sie sich nicht durch günstige Angebote blenden. Wer große Projekte für kleines Geld anbietet, erweist sich meist als unseriöser Partner. Berücksichtigen Sie, dass eine umfassende Projektbegleitung ihren Preis hat.

Fixieren Sie im Vorfeld genau, welchen Erfolg die Leistungen der Berater erbringen sollen. Seriöse Berater machen die Höhe des Honorars davon abhängig, ob sie am Ende die vereinbarten Ziele erreicht haben.

Bieten Sie den Beratern in allen Projektphasen möglichst umfassende Unterstützung. Nur wenn Sie gemeinsam die Probleme angehen und alle Informationen liefern, die zu einem detaillierten Verständnis Ihrer Situation erforderlich sind, können die Berater die passende Lösung finden.

Mehr Mut zum Wandel

Change! Der Titel des neuen Buchs von Peter B. Záboji, CEO von Tenovis, ist Programm. Demzufolge müssen Mittelständler die Weichen völlig neu stellen.

In Kürze

Die Wirtschaftsgiganten der Zukunft zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihr Geschäftsmodell immer wieder hinterfragen und sich radikal neu ausrichten.

Bei der Suche nach innovativen Geschäftsmodellen der Now Economy geht es weniger um die Eroberung von Weltmärkten als um dienstleistungsorientierte, hoch profitable Nischen. Dabei ist die Beantwortung der Frage, wo in Zukunft unternehmerischer Wert geschaffen wird, immer kürzeren Zyklen und Entwicklungen unterworfen. Niemand darf sich sicher fühlen, mit seinem heutigen Geschäftsmodell auch morgen noch auskömmliche Gewinne erzielen zu können. Glauben Sie mir, die Giganten in 50 Jahren werden voraussichtlich nicht General Motors, Allianz, Sony, McDonalds, Microsoft, Deutsche Bank oder DaimlerChrysler heißen. Das Schöne und ausgesprochen Spannende daran ist: Niemand weiß heute, welche Namen die Superstars der Zukunft tragen.

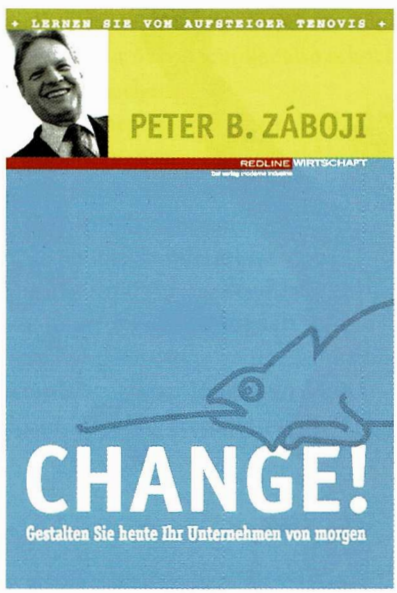
Vielleicht hat Ihr Unternehmen die Kraft dazu? Eines ist sicher: Nicht so sehr die Technik, sondern neue betriebliche Organisationsformen und Geschäftsmodelle beschleunigen die Wirtschaft. Der Firmenerfolg hängt auch künftig ab von dem Einsatz, Erfindungsreichtum und Unternehmergeist Ihrer Mitarbeiter.

Was müssen wir also tun, um den Zug nicht zu verpassen in einem Umfeld, dessen einzige Konstante der Wandel ist? Mit meinem neuen Buch „Change!“ möchte ich diese zentrale Frage beantworten und Sie gleichzeitig zur Diskussion einladen. Auszugsweise stelle ich Ihnen hier die wichtigsten Thesen vor.

Respektvoller Umgang

1. Ersetzen Sie Bürokratie und Hierarchie durch Selbstbestimmung und Unternehmertum – und zwar an jedem nur erdenklichen Arbeitsplatz. Schaffen Sie außergewöhnlich hohe Freiheitsgrade.
2. Vertrauen Sie Ihren Angestellten rückhaltlos, und behandeln Sie Ihr Umfeld mit höchstem Respekt. Ihre Ziele erreichen Sie erheblich leichter durch die Motivation entfesselter Mitarbeiter.
3. Richten Sie Ihr Augenmerk auf die Schaffung einer Leistungskultur. Dazu gehört auch, sich immer wieder von den schlechtesten Mitarbeitern zu trennen.
4. Ruhen Sie sich niemals auf den Lorbeeren aus. Stellen Sie Ihr Geschäftsmodell jederzeit in Frage, und suchen Sie ständig nach neuen Chancen und Herausforderungen.
5. Achten Sie bei der Besetzung von Schlüsselpositionen darauf, dass Aufgabe und Person zusammenpassen. Auf keinen Fall sollten Sie Führungskräfte wie beliebig austauschbare Klone züchten.
6. Führen Sie, indem Sie Mitarbeiter gezielt auswählen und Ihnen präzise sagen, was Sie erwarten. Lassen Sie Ihre wertvollsten Angestellten überproportional an der Wertsteigerung des Unternehmens teilhaben.
7. Vergessen Sie Reengineering und das Konzept vom permanenten Verbesserungsprozess. Glauben Sie an kurzfristige Veränderungen, und nehmen Sie echte Weichenstellungen vor. Aber werfen Sie nicht alles über Bord, und bauen Sie auf die traditionellen Stärken Ihres Unternehmens.
8. Schaffen Sie ein Klima für offene, rückhaltlose und kritikfähige Kommunikation. Das fördert Lebendigkeit und schafft Lust.

Die Suche nach Geschäftsideen ist ein kreativer Akt. Jetzt bin ich auch auf Ihre Anregungen gespannt.



Peter B. Záboji präsentiert in Change! provokante Thesen zum neuen Unternehmertum

Tenovis DIALOG

Haben Sie Fragen an Peter B. Záboji?

Unsere Adresse: Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, Mail: tenovis.magazin@tenovis.com, Fax: 08 00/3 47 32 86.

Die Stunde der Teamplayer

In Kürze

Gehen Firmen eine Kooperation ein und wollen sie dabei Konflikte vermeiden, müssen sie sich vorab mit der Führungsstruktur auseinander setzen.

Im Verbund können Mittelständler einen klaren Wettbewerbsvorsprung erzielen. Um erfolgreich zu sein, müssen aber alle Partner an einem Strang ziehen.

Milliardenbeträge investierten vor zwei Jahren die großen Telcos, um sich eine der begehrten Lizenzen für den neuen Mobilfunkstandard UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) zu sichern. Doch dann erkannten die Lizenzinhaber, dass sie die Kosten für den Netzaufbau nicht allein bewältigen können. So wurden eiligst Kooperationen abgeschlossen, damit Masten, Antennen und Basisstationen rechtzeitig zum Start installiert sind.

Perfekte Ergänzung

Kein Zweifel: Die Stunde der Teamplayer hat geschlagen – quer durch alle Branchen. Immer mehr Firmen gehen Partnerschaften ein, sei es um Märkte zu erschließen, Lieferzeiten zu verkürzen oder Preisvorteile zu erzielen. Wie sich Partner perfekt ergänzen, zeigt die neu gegründete car-Initiative. Unter dem Dach des Competence Center Automotive Region Aachen haben sich mehr als 50 zum größten Teil mittelständische Unternehmen und zahlreiche Forschungseinrichtungen aus der Automobiltechnik zusammengeschlossen. Mit einem Jahresumsatz von zwei Milliarden Euro und zirka 9000 Mitarbeitern demonstrieren die Mitglieder eine immense wirtschaftliche Stärke in der Region.

Günther Gebhardt, Leiter des Continental-Werkes Aachen und Erster Vorsitzender von car, formuliert die Ziele: „Wir erwarten uns sowohl eine Stärkung der eigenen Position als auch des gemeinsamen Standortes." Die Startvoraus-

setzungen könnten nicht besser sein. In der Mitgliederliste finden sich neben den Namen von Reifenbauern, Motorenspezialisten, Fahrwerksentwicklern und Werkstoffforschern auch die von Aachener Hochschulprofessoren. So ist ein Kompetenznetzwerk entstanden, in dem die Partner ihr Know-how austauschen und gemeinsame Projekte realisieren. „Jeder hat sein Eigenleben, aber jeder bringt sich auch ein", gibt Gebhardt die Spielregeln vor. „Informationen dürfen nicht nur in eine Richtung laufen."
Gemeinsame Interessen verfolgen die Mitgliedsunternehmen auch auf dem Arbeitsmarkt. Sowohl für Berufserfahrene als auch für Einsteiger attraktive Stellen könnten laut Gebhardt sofort besetzt werden. Einziges Problem: Es fehlt an qualifizierten Bewerbern. Recruiting-Messen, Vorlesungen und Studentenabende sollen neue Wege ebnen, Mitarbeiter zu finden.

Konflikte entschärfen

Damit die Partner ihre Ziele so schnell wie möglich erreichen, empfiehlt Professor Michael Reiß, Inhaber des Lehrstuhls für Organisation an der Universität Stuttgart, sich frühzeitig mit der Führungsstruktur des Netzwerks auseinander zu setzen: „Dreh- und Angelpunkt ist nicht das Vereinbaren von Kooperationen, sondern deren Management." Erreicht die Partnerschaft eine gewisse Größe, hält Reiß auch einen hauptamtlichen Moderator oder Koordinator für dienlich. Dessen Aufgabe sei es, Verantwortlichkeiten zuzuweisen und Unstimmigkeiten zu beseitigen. „So lässt sich im Vorfeld viel Konfliktpotenzial entschärfen."
Michael Meinersmann, der bei Tenovis für das Management der Partnerschaften verantwortlich zeichnet, ist ebenfalls davon überzeugt, dass neben dem gemeinsamen wirtschaftlichen Interesse vor allem die zwischenmenschliche Ebene stimmen muss: „Tauschen die Seiten untereinander ihr Wissen aus, erfordert das ein hohes Maß an gegenseitigem Vertrauen" (siehe Interview Seite 28). Seiner Auffassung nach sind Kooperationen nur dann von Erfolg gekrönt, wenn alle Partner an einem Strang ziehen.
Nachdenklich stimmt da eine Studie der Stuttgarter Dekra Consulting GmbH. Den Analysten zufolge scheitert die Zusammenarbeit von mittelständischen Unternehmen vor allem am tief verwurzelten Konkurrenzdenken, Misstrauen und ausgeprägten Machtinstinkt einzelner Führungskräfte. In diesem Fall ist es für Unternehmer umso wichtiger, sich auch rechtlich frühzeitig abzusichern.
Besonders in international organisierten Partnerschaften ist angesichts der unterschiedlichen Rechtssysteme größte Sorgfalt vonnöten. „Wer glaubt, einfach so weitermachen zu können wie im Inlandsgeschäft, bekommt schnell Probleme", warnt Thomas Dilba vom Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie (ZVEI) in Frankfurt am Main. Ein typischer Fehler sei es, die vertrauten Regelungen einfach auf das Ausland zu übertragen. Denn nicht selten würden deutsche Urteile in anderen Ländern gar nicht anerkannt.

„Jeder hat sein Eigenleben, aber jeder bringt sich auch ein."
Günther Gebhardt, Competence Center Automotive Region Aachen

Plädiert bei größeren Kooperationen für einen Moderator: **Professor Michael Reiß,** Uni Stuttgart

Strenge Kriterien

Im Fall des vorzeitigen Endes einer Partnerschaft plädiert Rechtsanwalt Dilba für eine Schiedsvereinbarung, in der Verfahrensregelungen klar festgelegt sind: „Anders als die Urteile nationaler Gerichte lassen sich Schiedssprüche fast überall problemlos vollstrecken." Die Kosten dafür können sich für Mittelständler also schnell bezahlt machen.
Meist lassen sich all diese Probleme verhindern, wenn die Auswahl künftiger Partner nach strengen Kriterien verläuft. Ob nationale oder internationale Zusammenarbeit – hier wie dort ist die Prüfung der Eigentümerstruktur, Kreditwürdigkeit und Geschäftsfelder des jeweiligen Betriebs absolutes Muss. Erst dann kann das Team all seine Trümpfe ausspielen.

Tenovis Information

In diesen Unternehmensbereichen bieten sich Kooperationen an

Entwicklung Bei Simultaneous und Tele-Engineering arbeiten Ingenieure gleichzeitig an verschiedenen Projektstufen und senden ihre Daten rund um den Globus.

Einkauf Auf Grund der größeren Nachfragemacht erzielt eine Einkaufskooperation bessere Konditionen bei Lieferanten und Dienstleistern.

Vertrieb Wer seinen Vertrieb vernetzt oder eine Gesellschaft bildet, die alle Marketingmaßnahmen koordiniert, kann neue Märkte erschließen.

Distribution Die Partner nutzen gemeinsame Lagerhaltung sowie standardisierte Verpackungen, Transportmittel und Dokumente. Beispielhaft ist die Entwicklung einheitlicher Artikelnummernsysteme für verschiedene Produkte.

Planen Sie auch eine Kooperation, oder wollen Sie sich informieren? Sie erreichen uns unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 04

Fotos: Getty Images/Phillipe Poulet/Mission (1); privat (1)

Interview

Hohes Maß an Vertrauen

Michael Meinersmann entwickelt und begleitet die strategischen Allianzen von Tenovis. Nach seiner Auffassung sind kooperierende Firmen gegenüber der Konkurrenz in der besseren Position, um mit Produkten schneller am Markt zu sein.

Tenovis Welche strategische Bedeutung haben Kooperationen speziell für Tenovis?

Meinersmann Das Unternehmen expandiert in innovative Wachstumsmärkte wie etwa die Konvergenz von Sprache und Daten sowie herstellerübergreifende Lösungen und Services. Hier spielt ein starkes Netzwerk aus sich gegenseitig ergänzenden Partnern eine entscheidende Rolle. Wir wollen deshalb unsere Allianzen schnell und umfassend ausbauen – unabhängig von der Größe der jeweiligen Unternehmen. Ausschlaggebend ist vor allem deren Innovationskraft.

Wird die Bedeutung von Kooperationen nach Ihrer Erfahrung unterschätzt?

Meinersmann Ich denke ja. Dabei müsste klar sein: Wer alles selbst herstellen und entwickeln will, wird es am Markt sehr schwer haben. Angesichts des verschärften Wettbewerbs ist es mehr denn je erforderlich, qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen und sich damit von der Konkurrenz abzuheben.

Damit sind Partnerschaften vor allem für den Mittelstand interessant.

Meinersmann Genau. Mit dem zunehmenden Druck, sich auf Kernkompetenzen konzentrieren zu müssen, rückt dieses Thema für kleine und mittlere Betriebe verstärkt in den Mittelpunkt. Allianzen einzugehen ist für diese Firmen wichtiger als für Konzerne. Großunternehmen tun sich nämlich leichter, komplette Lösungen und Services allein anzubieten.

Wann ist eine Zusammenarbeit sinnvoll?

Meinersmann Insbesondere wenn Produkt- und Prozess-Know-how fehlen. Empfehlenswert ist eine Kooperation auch, wenn ein Unternehmen in regionaler Hinsicht schlecht aufgestellt ist und der Partner diesen Standortnachteil ausgleichen kann. Ein ebenso wichtiges Motiv, das aber oft vergessen wird: Vernetzt arbeitende Firmen agieren häufig schneller und sind mit ihren Produkten eher am Markt als Konzerne, die oftmals langwierige interne Abstimmungsprozesse benötigen.

Nach welchen Kriterien sollten die Partner ausgesucht werden?

Meinersmann Zunächst muss ein beiderseitiges geschäftlich begründetes Interesse bestehen. Auf jeden Fall zu vermeiden sind einseitige Abhängigkeiten. Das lässt sich im Vorfeld klären. Damit die Kooperation gelingt, sollten die Partner auch eine gemeinsame Vision haben. Kurz: Eine Partnerschaft muss leben, und sie wird nur durch schnelle pragmatische Umsetzung zum Erfolg.

Also geht eine Kooperation weit über das klassische Zulieferverhältnis hinaus?

Meinersmann Richtig. Dabei steht der Mensch, in diesem Fall der Kunde, immer im Vordergrund. Wenn die Beteiligten untereinander ihr Wissen austauschen, erfordert das ein hohes Maß an gegenseitigem Vertrauen.

Welche Bedeutung haben in diesem Zusammenhang internationale Partnerschaften?

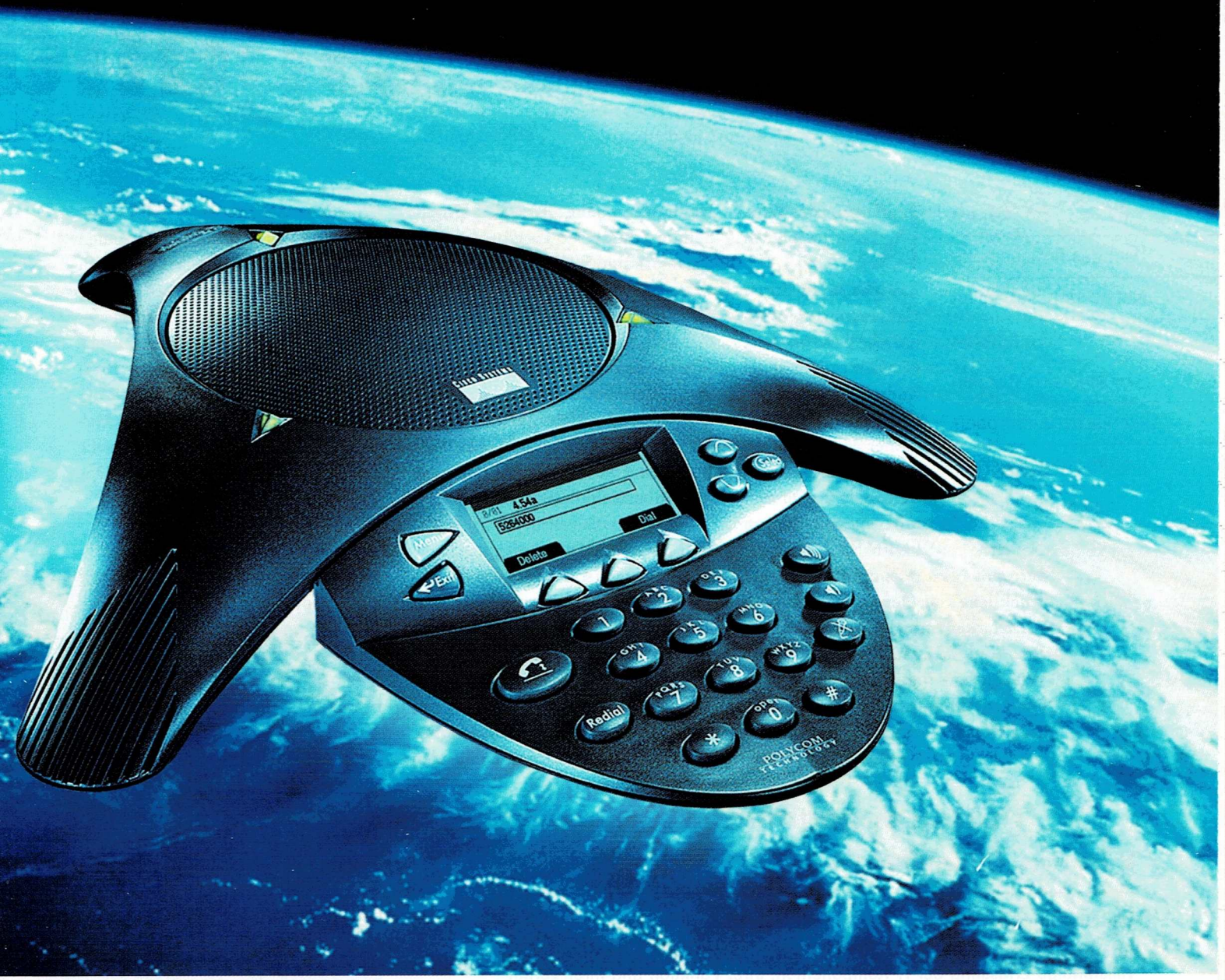
Meinersmann Eine sehr große. Denn komplexe Produkte werden in den einzelnen Ländern häufig in unterschiedlichen Versionen nachgefragt. Zudem ist die Ansprache der Kunden regional verschieden. Partnerschaften können gleichzeitig diese Besonderheiten berücksichtigen und europaweite Lösungen aus einer Hand bieten. Begrenzte Lieferkapazitäten können ein weiterer Grund sein, über Ländergrenzen hinweg zu kooperieren.

Und wie profitieren die Kunden von der Partnerschaft?

Meinersmann Sie erhalten komplette Services zu günstigen Konditionen aus einer Hand. Darüber hinaus können sie flexibler auf neue Trends reagieren und ihre Kosten langfristig optimieren. So ziehen alle Beteiligten daraus entscheidende Wettbewerbsvorteile.

Lassen Sie uns über

Netzwerke reden!



IP-Telefonie ist die Spitzenapplikation moderner Telekommunikationstechnik für die Integration von Sprach- und Datennetzen.

Um Investitionen in bestehende TK-Anlagen zu schützen, kann die Cisco IP-Technologie TK-Anlagen integrieren, um eine sanfte Migration zu ermöglichen.

Mit großem Erfolg fand am 12. Dezember 2001 der erste XML-Contest statt. XML steht für Extended Markup Language – ein Standard, der das Zusammenwachsen von Sprache und Internet beschleunigen wird.

20 Partner aus der XML-Community haben insgesamt 23 Anwendungen der Jury zur Bewertung vorgestellt. Als Sieger gingen die Firmen Telesnap AG, Stuttgart, (1. Platz) mit der Anwendung „Snapware" für Computer-Telefonie-Integration und die net Stemmer GmbH, Olching, (2. Platz) mit der Anwendung „Interaktiver Eingangsbereich" aus dem Wettbewerb hervor. Beide Firmen werden Deutschland im EMEA-Wettbewerb im Januar 2002 repräsentieren.

Neben XML-Integrationswerkzeugen, Computer-Telefonie-Integrationen und Informationsportalen, die über Cisco IP-Telefone navigiert werden können, wurden integrierte Lösungen zur Gebäude-Automatisierung / Überwachung und Integrationen mit geschäftskritischen Applikationen demonstriert.

Wenn Sie ausführliche Informationen wünschen, klicken Sie einfach cisco.de/xml-contest/ an und besuchen Sie uns auf der CeBIT vom 13.-20.3.2002, in Halle 13, Stand C 58.

Cisco Systems

Empowering the Internet Generation℠

©2001 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Daten hinter Sch und

Binden Firmen das Web in ihre Geschäftsprozesse ein, wächst die Gefahr von außen. Ein umfassendes Sicherheitskonzept hilft, Datendieben das Handwerk zu legen.

In Kürze

Um das firmeneigene Netzwerk bestmöglich vor Hackerangriffen zu schützen, müssen technische und organisatorische Voraussetzungen erfüllt sein.

Kaum eine Woche vergeht, in der die IT-Branche nicht durch Hackerangriffe verunsichert wird. Erst kürzlich befiel der als Bildschirmschoner getarnte Mail-Wurm Goner Millionen von Computern weltweit. Zeitweilig fraß er sich mit einer Rate von bis zu 100 000 Rechnern pro Minute durch und richtete erhebliche Schäden an. So machen sich Hacker oftmals einen Spaß daraus, Computerschädlinge wie Viren, Würmer und Trojaner in Umlauf zu bringen. Damit ist Sicherheit längst zum Thema Nummer eins in der Softwarebranche geworden.

Doch wer denkt, dass alle Unternehmen durch die Horrorszenarien alarmiert sind, hat weit gefehlt. Besonders Mittelständlern fehlt größtenteils noch ein ausgeprägtes Sicherheitsbewusstsein. „Die meisten Firmen sind sich weder des Werts ihrer Daten bewusst noch können sie die Bedrohung richtig einschätzen", bestätigt Michael Dickopf vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) in Bonn.

Sorgloser Umgang

Entsprechend sorglos gehen die Betriebe mit ihren Informationen um. Allzu leicht vergessen sie, dass sich online verschickte Dokumente ohne größere EDV-Kenntnisse mitlesen und verändern lassen. Das Londoner Marktforschungsinstitut Datamonitor plc schätzt die dadurch entstehenden jährlichen Verluste auf 15 Milliarden Dollar weltweit. Bei einem einzelnen Unternehmen entstehen leicht Kosten in Millionenhöhe – abgesehen von den Imageschäden und dem Vertrauensverlust bei Kunden. Allein in Deutschland werden nach Angaben des Bundesverbandes Informationstechnik, Telekommunikation und Neue Medien e. V. (BITKOM) in Berlin mehr als die Hälfte aller Betriebe das Opfer von Hackern und Datendieben. Demzufolge hätten die Sicherheitssysteme kleiner und mittlerer Betriebe die größten Lücken.

Doch gibt es auch rühmliche Ausnahmen. Als elektronischer Marktplatz für das Gesundheitswesen bringt das im letzten Jahr gegründete Dortmunder Unternehmen Medicforma.com zahlreiche Krankenhäuser und Lieferanten zusammen. Vom chir-

Tenovis Information

Wie Sie Unbefugten den Zugriff auf Ihr Netzwerk verwehren

Security-Check Zur Risikoanalyse gehören die systematische und damit vollständige Erfassung der IT-Komponenten, ihrer Funktion und ihrer Verbindungen nach innen und außen. Auf dieser Grundlage wird der Schutzbedarf ermittelt und die individuelle Sicherheitskomponente bestimmt.

Firewall Diese Schutzmauer zwischen zwei Netzen kontrolliert und analysiert die Kommunikation auf Netzwerk- und Applikationsebene. Firewalls überprüfen, welche Rechnersysteme und welche Nutzer miteinander kommunizieren dürfen.

Intrusion-Detection Diese Systeme dienen als Alarmanlage hinter der Firewall im internen Netz. Sie überwachen Netzwerk und Endgeräte, erkennen Angriffe frühzeitig und leiten entsprechende Gegenmaßnahmen ein.

Virenscanner Sie garantieren nur dann umfassende Sicherheit, wenn die Updates regelmäßig vorgenommen werden.

Möchten Sie wissen, wie Sie Ihr Netzwerk am besten schützen? Sie erreichen uns unter Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 05

loss Riegel

Erfolg mit ganzheitlichem Sicherheitskonzept: **Michael Bartilla,** Unternehmensverbände Dortmund

urgischen Besteck bis zu endoskopischen Geräten können Krankenhäuser alle Produkte elektronisch ordern. Somit sinken die Bestellkosten um bis zur Hälfte. Auf der anderen Seite muss gewährleistet sein, dass kein Unbefugter in die Datenbank eindringt. „Denn gerade in Krankenhäusern lagern hochsensible Daten", betont Oliver Zumbeel, Leiter ERP-Integration bei Medicforma.com.

Damit der Handel auf dem elektronischen Marktplatz reibungslos funktioniert, wurde Tenovis mit der Sicherheitsprüfung und dem Aufbau eines Virtual Private Network (VPN) beauftragt. Der TK-Dienstleister hat das Netzwerk von Medicforma.com auf organisatorische sowie bauliche Schwachstellen und Risiken überprüft und ein umfassendes Sicherheitskonzept erarbeitet, das auch mit wachsenden Nutzerzahlen und Inhalten problemlos Schritt halten kann.

Über ein privates Netzwerk sind alle Krankenhäuser und Lieferanten miteinander verbunden. Die Orders laufen jeweils über gesicherte Verbindungen, die wie interne Telefongespräche aufgebaut und behandelt werden. Eine Firewall schützt vor Zugriffen von außen. „Wachsende Datenmengen durch Inter-, Intra- und Extranet sowie der zunehmende Informationsaustausch setzen solche leistungsfähigen und sicheren Netzwerke voraus", erklärt Dieter Suffner, Coach Product Management Business Networks bei Tenovis in Frankfurt.

Diese Anforderungen stellte auch die Vereinigung der Unternehmensverbände für Dortmund und Umgebung an den Aufbau ihres Extranets. Die drei regionalen Arbeitgeberverbände verschickten ihre Informationen bisher per Fax oder Post an die mehr als 200 Mitgliedsunternehmen. Heute können sich rund 40 000 Mitarbeiter in diesen Betrieben unter der Plattform www.unternehmensverbaende-dortmund.de alles Wissenswerte zu Arbeits- und Tarifrecht, Bildungsarbeit und vieles mehr herunterladen.

Sicherheit aus einer Hand

Wichtig war, dass diese sensiblen Daten in einem geschützten Bereich ausschließlich für Mitgliedsunternehmen zugänglich sind. So gelangen etwa juristische oder finanzielle Details nicht in falsche Hände. Darauf können nur autorisierte User zugreifen, die ein SSL-Zertifikat (Secure Socket Layer) auf ihren Rechnern installiert haben und sich per Nutzerkennung und Passwort anmelden.

„Wachsende Datenmengen setzen sichere Netzwerke voraus."

Dieter Suffner, Tenovis

Konzeption, Betrieb und Sicherung des Extranets übernahm Tenovis. „Entscheidend war, dass wir Service und Technik aus einer Hand bekommen", sagt EDV-Leiter Michael Bartilla. Nach einem ausführlichen Security-Check entwickelte Tenovis einen Maßnahmenkatalog. Dazu gehören eine Firewall als Schutzmauer zwischen dem Internet und Netzwerk der Verbände, ein System, das Angriffsversuche von außen meldet, sowie ein ständig aktualisierter Virenscanner. Zudem müssen sich alle an organisatorische Regeln halten, denn Sicherheit fängt in den Köpfen der Mitarbeiter an.

Fotos: Zefa/R. Fischer (1); privat (1)

Auflösung der Hierarchien

Wolfgang Reitzle, Chef der Premier Automotive Group, sieht Luxusprodukte als Motor für Innovation – vorausgesetzt, Manager überdenken ihren Führungsstil.

In Kürze

Firmen steigern ihre Effizienz nur, wenn sie die Eigenverantwortung der Mitarbeiter stärken und ihnen unternehmerische Funktionen übertragen.

Auch wenn es auf den ersten Blick verwundern mag – zwischen Luxus und Arbeit sehe ich einen direkten Zusammenhang. Die Massenproduktion zielt aus Kostengründen tendenziell auf die Abschaffung der Arbeit und hat sie inhaltlich und qualitativ nivelliert. Luxusprodukte erfordern hingegen höhere Fähigkeiten von den Mitarbeitern eines Unternehmens. Mit ihnen werden die Strukturen der Wertschöpfungsketten verändert und neue, qualitativ hochwertige Arbeitsplätze an dezentralen Standorten geschaffen.

Potenzial nutzen

Was wir benötigen, sind Innovationen in Prozess, Ablauf und Struktur. Dies ist die eigentliche Herausforderung für Unternehmen. Prozessinnovationen bilden das Grundgerüst für Produktinnovationen, sind aber schwieriger umzusetzen, da sie direkt den Menschen betreffen und auf ihn einwirken. Damit sind wir beim zentralen Punkt angelangt – der Rolle der Unternehmensführung. Die meisten Leser werden die neuen Managementmethoden kennen, die in den letzten Jahren eine breite Basis gefunden haben. Kontinuierlicher Verbesserungsprozess, Funktionsintegration oder Total Quality und Lean-Management sind nur einige Beispiele. Entkleidet man all diese Konzepte ihres modischen Beiwerks, so bleibt ein gemeinsamer Kern. Aufgegeben wird die Vorstellung von einer innerbetrieblichen Hierarchie, in der ein zu allem befähigtes Management dem Arbeitnehmer vorgibt, was wann wie zu tun ist. Stattdessen werden Geist, Fantasie, Kreativität und die Leistungsbereitschaft jedes Einzelnen gefordert, mobilisiert und im Wertschöpfungsprozess eingesetzt.

Firmenlenker müssen das Potenzial in den Köpfen der Mitarbeiter konsequent nutzen. Wir benötigen dringend Strukturen, die den Ideenhaushalt der Unternehmen kontinuierlich vergrößern helfen. Diese Fülle an produktiven Gedanken wird natürlich umso stärker gefördert, je mehr der einzelne Arbeitnehmer sich ganzheitlich mit einem Produkt oder einer Dienstleistung befassen kann.

Anbieter von Leistung

Dies führt uns zur eigentlichen Managementaufgabe: ein verbindliches, von allen akzeptiertes Ziel zu definieren, das den Mitarbeitern die Motivation, aber auch den notwendigen Handlungsspielraum gibt, zum Unternehmenserfolg bestmöglich beizutragen. Denn jeder Beschäftigte muss sich mit den übergeordneten Zielen des Unternehmens identifizieren. Aus dem Arbeitnehmer im herkömmlichen Sinn, dem man sagt, was er zu tun hat, wird im Idealfall ein Anbieter von Leistung im unternehmerischen Sinn. Dieser handelt kreativ, eigenverantwortlich und verantwortungsbewusst. Gleichzeitig weiß er genau, was er leistet.

„Luxusprodukte fördern die private Initiative."
Wolfgang Reitzle, Premier Automotive Group

Um unternehmerische Funktionen an Mitarbeiter übergeben zu können, muss die Rolle des Managements neu definiert werden. Der wichtigste Inhalt von Führung ist nicht mehr das Formulieren von Aufgaben und die Kontrolle, also die klassische Machtausübung, sondern die Organisation selbststeuernder Prozesse. Erfolgreiche Firmen sind bereits dabei, diesen Wandel zu vollziehen.
Meiner Ansicht nach werden in Zukunft nur diejenigen Unternehmen im Wettbewerb bestehen, die das Wissen und die Fähigkeiten aller Mitarbeiter konsequent nutzen. Dabei muss natürlich jede Firma ihren eigenen Weg beschreiten. Doch das Ziel bleibt für alle dasselbe. Die Beschäftigten müssen zu einer Wertschöpfungsgemeinschaft zusammenschmelzen und dies in ihrem Selbstverständnis verinnerlichen. Demgegenüber werden all jene Unternehmen hoffnungslos zurückbleiben, die krampfhaft an Führungsstrukturen von gestern festhalten und um die Aufrechterhaltung längst vergangener Zuständigkeiten kämpfen. Ein solches Verständnis von Management verhindert nur, dass sich Prozesse positiv verändern und die Effizienz im vernetzten System gesteigert wird.
Wir sind heute fast so weit, dass sich Leistung nicht mehr lohnt, und derjenige, der mehr Leistung bringt, sich sogar dafür entschuldigen muss. Dann brauchen wir uns auch nicht zu wundern, wenn sich das Verhalten der Menschen ändert und Bequemlichkeit, gepaart mit Anspruchsverhalten, um sich greift. Damit verliert natürlich das gesamte System an Eigendynamik. Luxusprodukte haben auch in diesem Fall eine positive Wirkung auf die Dynamik gesellschaftlicher Prozesse. Sie sind nämlich der sichtbare Anreiz, Erfolge zu erbringen. Sie fördern die private Initiative und schaffen neue Ideen. Luxusprodukte sind der Motor für Leistung, Absatz und Innovation.

Zur Person Wolfgang Reitzle begann seine Karriere 1976 bei der BMW AG in München. Hier wurde er im Jahr 1985 Leiter der Produktentwicklung. Zwei Jahre später verantwortete der gebürtige Neu-Ulmer den Bereich Forschung und Entwicklung. Als Chairman der Rover-Group zeichnete Reitzle von 1995 bis 1997 verantwortlich. Seit März 1999 ist er Vorstandsvorsitzender der Premier Automotive Group (PAG) mit den Luxusmarken des Ford-Konzerns (Aston Martin, Volvo, Jaguar, Land Rover, Lincoln, Mercury).

Tenovis VERBINDUNG

Bestseller Mit seinen provokanten Thesen hat Wolfgang Reitzle viel Aufsehen erregt. Wir verlosen zehn Exemplare seines neuesten Buches „Luxus schafft Wohlstand – Die Zukunft der globalen Wirtschaft". Wenn Sie sich auch ein Exemplar dieses Bestsellers sichern wollen, brauchen Sie nur die folgende Frage zu beantworten:

Bei welchem Unternehmen startete Wolfgang Reitzle im Jahr 1976 seine Karriere?

Die Antwort finden Sie in diesem Beitrag. Das Lösungswort schicken Sie bitte per Postkarte an folgende Adresse:

Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt, oder per Fax: 08 00/3 47 32 86.

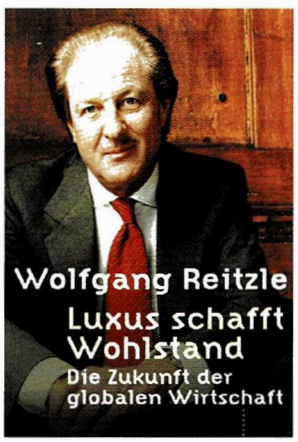


Foto: dpa

Interview

Qualität unter der Lupe

Eine neue Geschäftseinheit von Tenovis mit mehr als 200 Mitarbeitern bietet Firmen aus allen Branchen professionelle Entwicklungs- und Prüfleistungen. Die Ziele von Engineering and Services Solutions (ESS) formuliert Coach Klaus Hannappel.

Hilft den Firmen, ihre Kosten zu optimieren und Produkte schneller auf den Markt zu bringen: **Klaus Hannappel**, Coach Engineering and Services Solutions (ESS)

Tenovis Welche Vorteile haben Unternehmen, die Entwicklungs- und Prüfleistungen an externe Dienstleister vergeben?

Hannappel Gerade in der derzeit angespannten wirtschaftlichen Situation müssen sich Firmen darauf konzentrieren, ihre eigentlichen Kompetenzen voll auszuspielen. Aus diesem Grund geben sie zunehmend alle Aufgaben und Prozesse, für die sie Spezialisten benötigen, an verlässliche Partner weiter. Damit sind sie Wettbewerbern einige Schritte voraus.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Hannappel Für Kunden, die eine klare Geschäftsidee verfolgen, übernehmen wir die komplette technische Realisierung bis zur Markteinführung. Unsere Kompetenzen liegen in der Hard- und Software-Entwicklung sowie in Testdienstleistungen und Projektmanagement. Der Aufbau eigener Entwicklungsbereiche, um komplexe Projekte durchzuführen, ist für Mittelständler ja finanziell wie personell kaum zu meistern.

Haben Sie ein konkretes Beispiel parat?

Hannappel Sicher. Für das Telekommunikationsunternehmen Marconi plc mit Sitz in London prüfen wir die elektromagnetische Verträglichkeit (EMV) und führen Sicherheitsmessungen sowie Entstörungen durch. Damit helfen wir Marconi dabei, die europäische CE-Norm zu erlangen. Abgesehen vom TK-Markt sind wir auch in der Automobilbranche aktiv. So unterziehen wir etwa mechanische Komponenten einem Qualitätstest, damit diese nach DIN-Norm zertifiziert werden können.

Wie profitiert letztlich der Kunde von Ihrem Angebot?

Hannappel Indem er seine Kosten beherrscht und optimiert und die Zeit zur Markteinführung deutlich reduziert. Mit festen Projektpreisen erreichen Firmen eine Kostentransparenz, die nicht möglich wäre, wenn sie die Tests selbst durchführten. Zusätzlich helfen wir, die Kundenzufriedenheit mit dem neuen Produkt zu erhöhen und die Qualität kontinuierlich zu verbessern.

Serviceangebot erweitert

Portfolio Der Tenovis Geschäftsbereich Telecom Services erweitert sein Angebot an Servicenummern. Damit Firmen ihren Kundenkontakt optimieren können, kommt zu den seit langem erhältlichen 0180- und 0800-Nummern auch die 0190 hinzu. Diese Servicenummer ist entgeltpflichtig und bietet sich besonders für jene Unternehmen an, die ihren Kunden hochwertige Informationsdienste bereitstellen wollen. Beispielsweise können sie auf diesem Wege Beratungsleistungen am Telefon refinanzieren. Aber auch Auftragsvermittlungen, Faxabrufe oder Gewinnspiele lassen sich einfach und umsatzsteigernd über eine 0190-Nummer schalten. Die festgelegten Tarife, die den Nutzern in Rechnung gestellt werden, liegen zwischen 0,41 und 1,86 Euro pro Minute und sind frei wählbar. Eine Telefonnummer, auf die die Gespräche geleitet werden, genügt als Voraussetzung für die Installation.

Führungsteam jetzt komplett

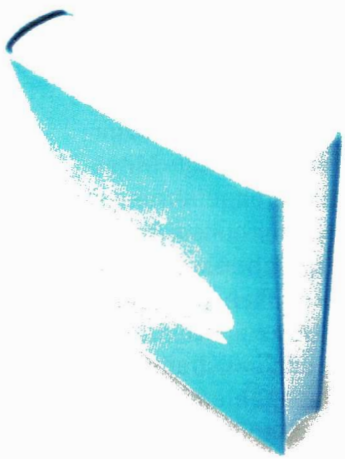
Mit vier neuen Positionen im Management vollzieht Tenovis den Wandel zum ganzheitlichen Anbieter für Businesskommunikation.

Dr. Günther Koch (50) hat am 1. November 2001 die neu geschaffene Position des Chief Financial Officer (CFO) übernommen. Er verantwortet Controlling, Finanzen und Informationstechnologie sowie alle administrativen Bereiche. Koch war zuletzt in gleicher Funktion bei der im SMAX notierten elexis AG tätig. Zuvor war er fünf Jahre verantwortlich für das Finanz- und Rechnungswesen der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. „Zusätzlich zu den strategischen Aufgaben wartet auf uns ein umfangreiches Arbeitsprogramm in der Optimierung der Geschäftsprozesse", formuliert Koch die Herausforderung für seinen Verantwortungsbereich.

Andreas von Meyer zu Knonow (39) hat seit dem 1. Dezember 2001 die neue Position des Chief Project Officer (CPO) inne. Als Mitglied der Geschäftsleitung verantwortet er die Gestaltung der internen Prozesse sowie die Führung strategischer Projekte. Von Meyer zu Knonow war zuletzt als Head of Corporate Strategy, Merger & Acquisition bei der Siemens AG in München für Strategie und Business-Alliances verantwortlich. Zuvor baute er von Boston aus das Softwaregeschäft von Siemens Nixdorf Informationssystems Ltd. in den USA auf. „Mit meinen Erfahrungen aus verschiedenen Change-Management- und Reengineering-Projekten werde ich die Transformation von Tenovis beschleunigen", gibt von Meyer zu Knonow die Richtung vor.

Albert Schöppl (37) hat mit Wirkung vom 1. Januar 2002 als neues Mitglied der Geschäftsleitung die Position des Chief Information Officer (CIO) übernommen. Schöppl gründete im Jahr 1997 ein eigenes IT-Systemhaus für Netzwerkdienstleistungen und Sicherheitslösungen. Zuletzt war er Geschäftsführer der Biodata Security Maintenance GmbH in München. „Auch wenn Bits und Bytes durch meine Adern fließen, ist es mir besonders wichtig, dass der Faktor Mensch im Unternehmen nicht zu kurz kommt", stellt Schöppl klar. „Hier sehe ich im Unternehmen ein wertvolles Potenzial, und ich freue mich darauf, es noch stärker zu aktivieren."

Michael Meinersmann (36) ist bereits seit Juni 2000 Mitglied der Geschäftsleitung und mit Wirkung vom 1. Januar 2002 der neue Corporate Alliances Officer. Zuvor arbeitete er in mehreren Unternehmen in Deutschland, Südafrika, USA und Großbritannien im Bereich Enterprise Business Systems und E-Commerce, zuletzt bei Andersen Consulting in London. Bei Tenovis war Meinersmann bisher verantwortlich für die Informationstechnologie. Sein Ziel ist es, bestehende Partnerschaften weiterzuentwickeln und neue Kooperationen einzuleiten – sowohl mit etablierten Partnern als auch mit kleineren innovativen Firmen.



Online-Lexikon für Wissbegierige

Fachbegriffe Fast täglich wird die TK- und IT-Branche von neuen Abkürzungen und Begriffen überflutet. Ohne Insiderwissen stehen viele Nutzer vor einem Rätsel. Für sie hat Tenovis die Auflösung parat. Der TK-Dienstleister stellt auf seiner Homepage www.tenovis.de ein Online-Lexikon zur Verfügung, in dem technische Begriffe aus der Informationstechnologie und Telekommunikation einfach und verständlich erklärt werden. Mit einem einzigen Klick auf das jeweilige Wort in der übersichtlich sortierten Liste lässt sich alles Wissenswerte erfahren. Doch das Lexikon bietet noch einen besonderen Service: Durch einen virtuellen Berater, den so genannten Avatar, kann der Nutzer weiter gehende Informationen – etwa über den Einsatz moderner TK-/IT-Lösungen – in Bild und Ton abfragen. In der bislang einmaligen multimedialen Animation werden aktuelle Themen wie Application Service Providing, Voice over IP oder Interactive Voice Response präsentiert und in Anwendungsbeispielen veranschaulicht.

Fotos: privat (1); Zefa/Schuster (1); R. Ons (1)

Integrierte Contact-Center sehr gefragt

Kooperation Mit der USU AG in Möglingen bei Stuttgart, einem Spezialisten für Knowledge-Business-Lösungen, hat Tenovis eine OEM-Partnerschaft (Original Equipment Manufacturer) geschlossen. Künftig setzt der TK-Dienstleister die USU-Software eConsultant ein. Sie ermöglicht Contact-Center-Mitarbeitern, ihre Kunden live übers Web zu beraten. Die Unterhaltung wird via Textchat, ISDN-Telefon, Handy oder IP-Telefonie geführt. Auf diese Weise schaffen Unternehmen neue wertsteigernde Kommunikationsmöglichkeiten. Sowohl die Kundenbindung als auch der Online-Umsatz können so nachhaltig erhöht werden.

Die Entscheidung für die Integration der USU-Software erfolgte auf Grund der hohen Skalierbarkeit und Flexibilität der Anwendung. Zudem bleiben der Installations- und Schulungsaufwand gering. Nach Ansicht von Udo Bühler, bei Tenovis verantwortlich für den Bereich Contact-Center, unternimmt der TK-Dienstleister damit einen wichtigen Schritt zur Vervollständigung des Produktportfolios: „Die USU AG ist der ideale Partner, damit wir unsere Contact-Center-Lösungen um Web-Funktionalitäten ergänzen können. Daher hat die Zusammenarbeit einen hohen strategischen Stellenwert." Beide Seiten erwarten durch die Kooperation in den nächsten zwölf Monaten nennenswerte Umsatzzuwächse.

Effizienter lernen mit Tenovis Campus

eLearning Wissen lässt sich nicht anhäufen und „auf Vorrat" aneignen. Es muss aktuell vermittelt werden und sich sowohl an den Bedürfnissen des Einzelnen als auch des gesamten Unternehmens ausrichten. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei, Lerninhalte zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in der erforderlichen Qualität bereitzustellen. Als logische Konsequenz rücken Lernformen wie virtuelle Klassenzimmer oder Web based Training in den Mittelpunkt des Interesses.

Nach der anfänglichen Euphorie zeigt sich jetzt, dass auch der Umgang mit diesen neuen Methoden erst einmal gelernt werden muss. Im Geschäftsbereich Tenovis Campus werden daher erste eigene Erfahrungen durch verschiedene Pilotprojekte gesammelt und diese dann in gezielte Maßnahmen umgesetzt. Bei technischen Trainings erstellt der Campus beispielsweise für alle Seminare zum Thema Communication-Server eine eDocumentation. In vielen anderen Themengebieten wird anhand einzelner Pilotprojekte getestet, wie die unterschiedlichen Zielgruppen auf eine eDocumentation reagieren. Eine ideale Ergänzung zu Präsenzseminaren sind Web based Trainings. Mit einer solchen computerbasierten Selbstlernsequenz ist das Lernen für Teilnehmer unabhängig von Zeit und Ort möglich.

Das Lernen im virtuellen Klassenzimmer bedeutet die konsequente Fortführung von Web based Trainings. Im Gegensatz zu den Selbstlernsequenzen steuert hierbei ein Trainer den Unterricht und steht bei Fragen direkt Rede und Antwort. Neben den entfallenden Reisezeiten und -kosten bietet der eClassroom auch den Vorteil, dass der Mitarbeiter an seinem Arbeitsplatz präsent ist. Innerhalb des derzeit laufenden Pilotprojekts hat der Campus bereits mehrere Seminare im virtuellen Klassenzimmer für rund 100 Mitarbeiter durchgeführt – mit einer sehr hohen Akzeptanz. Daher werden in diesem Jahr noch weitere Seminare in unterschiedlichen Themengebieten über das virtuelle Klassenzimmer realisiert.

Fotos: TIB/Emmerich (1); Getty Images/Charles Thatcher (1); privat (1)

Standpunkt

Erlaubt ist, was gefällt

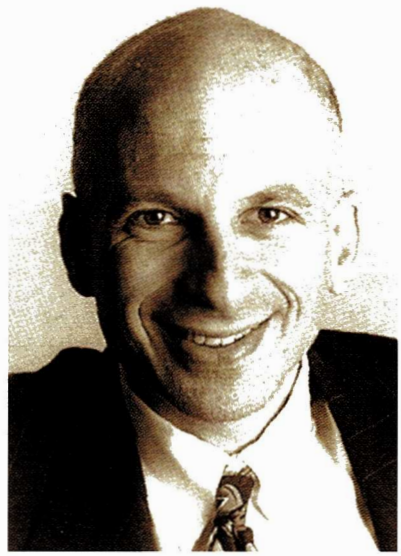
Seth Godin, weltweit renommierter Internetpionier, sieht für Werbebotschaften nur eine Chance, wenn sie vom Kunden ausdrücklich gewünscht sind.

Kunden sind heute einem Überangebot an Informationen ausgesetzt. Gleichzeitig haben sie nur eine begrenzte Menge an Aufmerksamkeit. Entsprechend wird der Prozentsatz an Werbebotschaften, die den Kunden überhaupt erreichen, immer kleiner. Wollen Firmen mit ihren Angeboten durchkommen, sollten sie ihrer Marketingkampagne ein entscheidendes Element hinzufügen: die Erlaubnis.

Erlaubnismarketing gibt dem Verbraucher die Möglichkeit, sich der Vermarktung freiwillig zur Verfügung zu stellen. Dies garantiert zugleich einen höheren Aufmerksamkeitsgrad des Kunden.

Ich will ihnen drei entscheidende Vorteile des so genannten Permission-Marketing nennen. Diese Werbung wird erwartet, ist persönlich und relevant. Die Menschen freuen sich darauf, von ihnen zu hören, die Botschaften beziehen sich direkt auf den jeweiligen Kunden, und die Vermarktung betrifft Dinge, die den Verbraucher interessieren.

Fünf Schritte führen dabei zum Erfolg: Zunächst muss jeder Vermarkter dem potenziellen Kunden für die gewünschte Erlaubnis einen Anreiz bieten – sonst wird sie wie andere Werbeformen ignoriert. Also muss der Inhalt interessant genug sein, um einen ersten Kontakt herzustellen. Darf der Vermarkter die Aufmerksamkeit des Kunden in Anspruch nehmen, kann er sich voll darauf konzentrieren, auf spezifische Weise die Vorzüge des Produkts anzupreisen. Um sich die Aufmerksamkeit weiterhin zu sichern, sollte der Vermarkter als dritten Schritt den Anreiz verändern und auf die jeweiligen Bedürfnisse eines jeden Kunden abstimmen.



Viertes Ziel ist, dass der Kunde mit der Zeit eine immer umfassendere Erlaubnis erteilt. Dann können auch Informationen über seine Hobbys oder Interessen gesammelt werden. Oder der Kunde erklärt sich damit einverstanden, dass man ihm eine neue Produktkategorie vorstellt.

Zum Schluss benutzt der Vermarkter die Erlaubnis dazu, das Verhalten des Kunden über einen längeren Zeitraum zu verändern – ihn also dazu zu bringen, sein Jawort zu geben. So wird die Erlaubnis zum Profit.

Natürlich erfordert Permission-Marketing viel Geduld. Es ist nicht so einfach, wie eine Anzeige noch mal zu schalten. Und nicht so billig wie die Erstellung einer Website. Dafür ist es ein messbarer Prozess. Je mehr Sie darin investieren, desto besser funktioniert es auch. So entwickelt sich Erlaubnismarketing weiter und wird zu einem Vermögen mit wachsendem Wert.

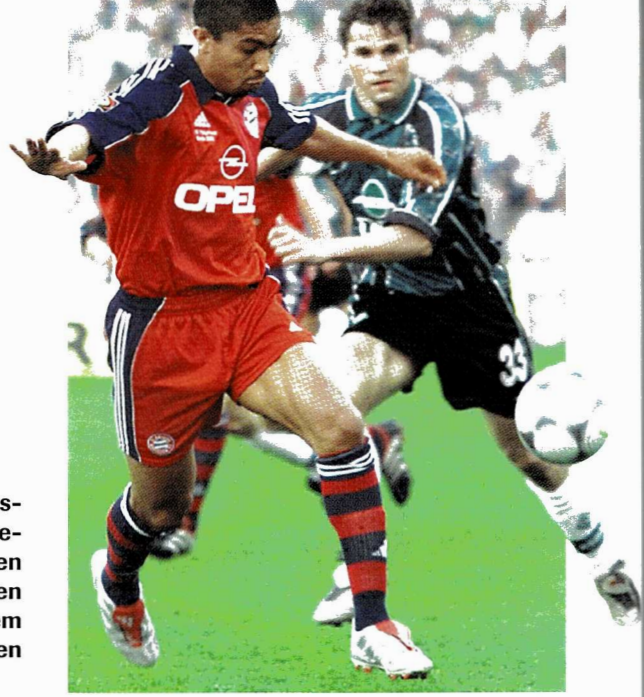
Der Kunde steht im Mittelpunkt

Infoforum Unter dem Titel „Kundenbindung durch neue Medien" stand das CRM-Informationsforum (Customer-Relationship-Management) Ende des vergangenen Jahres in den Räumen der IHK Würzburg-Schweinfurt. Dabei wurden die wichtigsten Grundsätze und neuesten Trends der CRM-Integration diskutiert und verschiedene Basistechnologien vorgestellt. Zu den Referenten gehörten Arno Wolter, Coach Call-Center, CTI und Applikationsintegration bei Tenovis Region Süd, Wolfgang Grond, Leiter des Kompetenzzentrums für E-Commerce KEGOM in Bayreuth, sowie Rudolf Thomas, Inhaber der CRM Akademie in Obernbreit und Kunde von Tenovis. Im Anschluss daran stellte Tenovis Region Süd die individuell auf den Mittelstand abgestimmte CRM-Lösung Integral Front Office vor.

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.



Heißer Kampf für Champions

Wir verlosen 5 x 2 Eintrittskarten für ein Heimspiel des Rekordmeisters FC Bayern München in der kommenden Champions-League-Saison. Um teilzunehmen, brauchen Sie lediglich 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. Bei dieser Hotellösung erstellt das System automatisch die Abschlussrechnung und schickt sie dem Gast wenige Tage später nach.

2. Künftig integriert Tenovis diese Software der USU AG in ihre Contact-Center-Lösungen, um die Online-Beratung noch effizienter zu gestalten.

3. Unterschiedliche Varianten dieser Technik versprechen den Highspeed-Anschluss ins Internet.

4. Zu diesem Netzwerk haben sich Unternehmen der Automobilbranche in der Region Aachen zusammengeschlossen, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

5. Diese Systeme dienen als Alarmanlage hinter der Firewall im internen Netz.

6. Kunden geben bei dieser Werbeform ihre Einwilligung, dass Firmen ihnen aktuelle Produktinformationen zusenden dürfen.

7. Bei Tenovis prüft dieser Bereich elektronische Bauteile auf Sicherheit, Zuverlässigkeit und Stabilität.

8. Drei Buchstaben stehen für das Geschäftsmodell, bei dem Firmen ihre Software über das Internet mieten.

ANTWORTEN

•**T:** xDSL

•**T:** ASP (Application Service Providing)

•**N:** E-Consultant

•**N:** Erlaubnismarketing

•**E:** Car

•**E:** Engineering and Services Solutions (ESS)

•**R:** Intrusion-Detection

•**I:** Express-Check-out

LÖSUNGSWORT

1	2	3	4	5	6	7	8

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 29.05.02.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Tenovis GmbH & Co. KG,
Unternehmenskommunikation,
Kleyerstr. 94, 60326 Frankfurt am Main, Tel.: 08 00/3 47 32 88
Verlag: Yukom Medien GmbH,
Schleißheimer Str. 141,
80797 München, Tel.: 0 89/3 06 20-0,
Fax: 0 89/3 06 20-1 00
Redaktion Tenovis: Holger Knauer, Heiner Sieger (verantwortlich; Anschrift siehe Herausgeber)

Redaktion Yukom: Markus Czeslik, Peter Schneider (Leitung); Frank Baecke-Heger, Marcus Ehrgott, Sascha Lintermann, Jutta Schreiner
Autoren: Iris Quirin
Titelbild: TIB/Simon Wilkinson
Art-Direktion: Filippo Cirri
Layout: Anette Pulcher
Produktion: Franz Kantner
EBV: Silvana Mayrthaler
Bildredaktion: Bogdan Kramliczek
Druckerei: Art & Print GmbH, Wailandstraße 7, 63741 Aschaffenburg
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Nachdruck: Für den Nachdruck von Beiträgen – auch auszugsweise – ist die schriftliche Genehmigung von Tenovis erforderlich. Dies gilt auch für die Aufnahme 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 und 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.
Anzeigenleitung: Holger Knauer, Anschrift siehe Herausgeber

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. Ausführliche Infos bieten wir Ihnen darüber hinaus im Internet auf unserer Homepage www.tenovis.com.

INTELLIGENTE KOMMUNIKATION Wünschen Sie weitere Informationen zum flexiblen Servicekonzept von Tenovis? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 00, Faxabruf von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 21. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

DSL und ASP Sie möchten mehr wissen über Application Service Providing oder die DSL-Technologie? Dann informieren Sie sich weiter über unseren Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 01, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 22. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

HOTEL Wünschen Sie mehr Informationen zu branchenspezifischen Hotellösungen? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 0 18 03/ 0 00 62 02, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 23. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

UNIFIED MESSAGING Haben Sie noch Fragen zum integrierten Nachrichtenverkehr? Dann fordern Sie weitere Informationen an über unseren Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 03, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 24. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

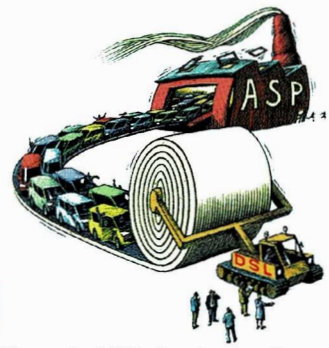
KOOPERATIONEN Planen auch Sie die Zusammenarbeit mit einem schlagkräftigen Partner? Dann geben wir Ihnen weitere Auskünfte über den Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 04, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 25. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

NETZWERKSICHERHEIT Sie möchten mehr Informationen über umfassende Sicherheitsstrategien? Dann nutzen Sie unseren Faxabruf: 0 18 03/0 00 62 05, von außerhalb Deutschlands: +49-69-8 09 08-4 26. Sie erreichen uns auch unter der Adresse Tenovis, Stichwort Tenovis Magazin, Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt, oder per Mail unter tenovis.magazin@tenovis.com.

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 uns nur das jeweilige Lösungswort per Fax oder Post schicken.

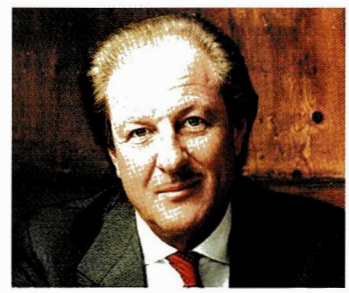


1

DSL und ASP Gewinnen Sie wahlweise für sechs Monate einen schnellen SDSL-Zugang oder einen ASP-Service von Tenovis. **Mehr dazu auf Seite 14**

2

Memorybird Wenn Sie den beiliegenden Fragebogen beantworten, können Sie dieses vielseitige Memorybird gewinnen. Damit lassen sich Daten problemlos speichern und mitnehmen.



3

Bestseller Wir verlosen zehn Exemplare des Titels „Luxus schafft Wohlstand – Die Zukunft der globalen Wirtschaft“ von Wolfgang Reitzle.
Mehr dazu auf Seite 33

Fotos: Fotofinder (1); dpa (1); Fujitsu Siemens (1)

Besuchen Sie uns live auf der CeBIT, Halle 13, C 20

Die Lösung der K*Frage.

(*Kommunikation)
Nehmen Sie sich noch mehr Zeit für Ihre Kunden!
Wir unterstützen Sie mit unseren individuellen und modularen Lösungen für die Telekommunikation und die webbasierte Informationstechnologie.
So wird aus intelligenter Technik Ihr Wettbewerbsvorteil!

Wir freuen uns auf Ihren Anruf: 0800-266 10 00

TENOVIS
Business Communications.

hr Wegweiser durch das Heft

e haben wenig Zeit und wollen schnell und ziel-cher durch das Tenovis Magazin blättern? Hier fin-en Sie alle unsere Themen, sortiert nach den darin nthaltenen Lösungen, Branchen und Unternehmen.

Lösungen

SP ..... Seite 12
all-Center ..... Seite 6, 9, 36
RM ..... Seite 37
Learning ..... Seite 36
otellösung ..... Seite 16
ternet ..... Seite 6
ommunikationsserver ..... Seite 7
obility ..... Seite 8
etzwerke ..... Seite 7, 30
etzzugang ..... Seite 12
utsourcing ..... Seite 10
ervicenummern ..... Seite 34
nified Messaging ..... Seite 18
oice over IP ..... Seite 7

Branchen

utomobilbranche ..... Seite 26
onsulting ..... Seite 22
ienstleistung ..... Seite 14, 31, 34
-Business ..... Seite 30, 36
otels ..... Seite 16
-Dienstleister ..... Seite 20
edien ..... Seite 6, 18
apierindustrie ..... Seite 10
erarbeitende Industrie ..... Seite 10

Unternehmen

ompetence Center Automotive ..... Seite 26
uTel.co e.V. ..... Seite 23
C Bayern München ..... Seite 9
rmengruppe wellteam ..... Seite 10
annoversche Informations-
nd Kommunikationstechnik ..... Seite 20
aufe Mediengruppe ..... Seite 18
otel1 Unity Online GmbH ..... Seite 17
KFnet AG ..... Seite 14
raftverkehr Kurt Nagel GmbH & Co. ..... Seite 22
exware ..... Seite 18
ärkischer Zeitungsverlag
mbH & Co. KG ..... Seite 6
edicforma.com ..... Seite 30
emier Automotive Group ..... Seite 32
uschmann Produktservice
ertriebsgesellschaft mbH. ..... Seite 11
nternehmensverbände Dortmund ..... Seite 31
SU AG.. ..... Seite 36
ngenhassend GmbH ..... Seite 14
oologischer Garten Planckendael ..... Seite 8

Intelligente Lösungen von Tenovis:

Wir sind da, wo Sie uns brauchen

Tenovis
Großbeerenstraße 34 – 40, **12107 BERLIN**
Tel.: +49 (0)30/3 27 62-0, Fax: +49 (0)30/3 27 62-1 15

Tenovis
Deggingstraße 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 92-1 01, 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