

#### Inhalt

| Mittelstandslösungen     | Titel |
|--------------------------|-------|
| Systemlösungen           | 2     |
| Contact Center Solutions | 4     |
| Terminals                | 5     |
| Business Networks        | 6     |
| Managed Services         | 7     |
| Tenovis Direct           | 8     |
| Adler                    | 9     |
| Tenovis Databurg         | 10    |
| Tenovis Comergo          | 11    |
| Telecom Services         | 11    |
| SolutionFactory          | 12    |

#### Editorial



Liebe Mitarbeiterinnen,  
liebe Mitarbeiter,

wer hätte vor acht Monaten geglaubt, dass Tenovis in Internet-Speed seinem Anspruch gerecht wird, als

erstes europäisches Unternehmen eine tragfähige Brücke zwischen Telekommunikation und Internet zu schlagen? Wer hätte geglaubt, dass Tenovis ein Geschäftsjahr 2000 abschließt, das sich hinter dem vorausgegangenen Jahr nicht verstecken muss?

Den ersten Meilenstein haben wir geschafft. Dafür danke ich Ihnen allen! Ohne Ihre Mitarbeit ist unser erfolgreiches „Start-up“ gar nicht denkbar. Wir alle wissen, dass der Prozess der Neustrukturierung noch nicht abgeschlossen ist. Mit den Business Units haben wir Einheiten geschaffen, von denen jede für sich lebensfähig ist. Es ist nun an uns allen, sie wachsen zu lassen. Darauf freue ich mich.

Ihr Peter B. Záboji

## ► Mittelstandslösungen

### Europäische Marktposition ausbauen

Geschäftsauftrag der Business Unit Mittelstandslösungen ist die Bereitstellung und Vermarktung von TK/JT-Lösungen für mittelständische Kunden. Neben der Geschäftsausweitung in Deutschland wird insbesondere auch der Marktanteilsgewinn in unseren sieben europäischen Regionen im Fokus der Wachstumsstrategie stehen. Zum 1. Januar 2001 ist die Business Unit Mittelstandslösungen gestartet. Heutiger Schwerpunkt und Träger des Geschäfts sind die Produkte Integral 1, Integral 3 und Integral 5 mit den zugehörigen Lösungsmodulen wie etwa UMS. Im Fokus der **Innovationsstrategie** stehen zielgruppenorientierte Lösungspakete auf Basis von IP-ba-

sierten PBx sowie branchenspezifischen Applikationen. „Unser Anspruch muss sein, den Technologiewechsel positiv für Tenovis zu nutzen und unsere europäische Marktposition massiv auszubauen“, so Henning Weise, Coach des Managementteams der BU. Neben dem Direktvertrieb wird die BU in Zukunft verstärkt auch den indirekten Vertrieb über geeignete Händler und Distributoren sowie den Vertrieb via WEB/Call Center über Tenovis Comergo nutzen.

Der Geschäftsbereich ist wie ein „Mittelständler“ mit allen unternehmerischen Funktionen ausgestattet. Mit der Stärkung der Vertriebsunterstützung,

**Fortsetzung auf Seite 2**





Foto: The Stock Market/Larry Williams

dem Aufbau einer Datenbasis über die Bedürfnisse unserer Kunden sowie einem Lösungsmarketing wird zukünftig die Kundenorientierung massiv gestärkt werden, damit wir unsere Innovationskraft noch besser auf unsere Kunden fokussieren können. Kaufmännische Aufgaben und Stabsfunktionen runden den Geschäftsbereich ab.

Die BU wird bereits 2001 den Mittelständlern ein Lösungspaket für die Bü-

rokommunikation auf Basis der Integral 3 und 5 bieten, in dem TK, CTI und Unified Messaging integriert angeboten werden. Schrittweise werden die Lösungspakete mit neuen Endgeräten auf IP-Basis aufgebaut werden. Mittelfristig wird sich die BU als der Lösungsanbieter für die Bürokommunikation positionieren, womit auch IT-Netzwerke in den Fokus der Produktstrategie rücken werden.

Branchenorientierte Applikationen – im Regelfall durch kompetente Partner bereitgestellt – werden das Lösungsportfolio abrunden.

Schon heute spielen indirekte Vertriebskanäle wie TelPartner, aber auch der TK-Fachhandel oder lokale Systemhäuser eine große Rolle im Mittelstandsgeschäft. Der Aufbau eines schlagkräftigen indirekten Vertriebs mit Marktanteilen in der Größenordnung unseres Direktvertriebs wird deshalb ein Schwerpunktthema der Neuausrichtung des Mittelstandsgeschäftes sein. Der Geschäftsbereich freut sich auf den intensiven Dialog mit den regionalen Vertriebsseinheiten. Nur wenn es uns gelingt, in ständigem Dialog unsere Produkte auf die Bedürfnisse unserer Kunden auszurichten, werden wir nachhaltig erfolgreich sein. Der Geschäftsbereich wird gemeinsam mit den Vertrieben Dialogforen einrichten, um dieses Ziel zu erreichen. Dabei wird es zukünftig auch verstärkt darauf ankommen, Lösungen für die weitere Zukunft gemeinsam zu definieren und damit den Weg in ein stärker standardisiertes Mittelstandsgeschäft zu beschreiten.

## ► Systemlösungen

### *Der Kunde ist König*

Die Kunden der Geschäftseinheit Systemlösungen sind mittlere bis große Unternehmen im In- und Ausland. Wir bieten ihnen Lösungen für die Erhöhung ihrer Produktivität und die Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Dafür stellen wir ein komplettes Angebot von Dienstleistungen und Produkten der Sprach- und Datenkommunikation bereit. Branchenlösungen für den Hotel-, Seniorenheim- und Klinikbereich werden in einem selbständigen Ge-

schäftsfeld entwickelt und vermarktet. Basis und Ausgangsprodukt ist das Kommunikationssystem Integral 33. **Entsprechend den Kundenbedürfnissen** werden zusätzliche Anwendungen entwickelt. Dieses Kernprodukt werden wir verstärkt an die zu erwartenden Marktveränderungen anpassen – dazu erweitern wir die I33 um die IP-Fähigkeit. Der Kundenwunsch nach schneller Verfügbarkeit eines rein IP-basierten Kommunikationssystems

wurde bereits letztes Jahr umgesetzt: Im Dezember wurde der erste Kunde mit dem vollständig von Tenovis entwickelten System Integral IPS ausgestattet. Zur Systems im Herbst 2001 wird dann der große Wurf im Bereich Systemlösungen erfolgen: Die Integral 33 wird durch die Integral 55 abgelöst. Zusätzlich führen wir zeitgleich eine neue Terminalfamilie inklusive IP-Telefonen ein, deren Leistungsumfang mit dem der ISDN-Apparate identisch ist.



Der Kundennutzen steht für uns im Vordergrund. Notwendig ist dazu eine an das Zielkundensegment angepasste Ansprache, bestehend aus Kommunikation, Produktzusammenstellung und Betreuung. Dies gilt für Kunden verschiedener Marktsegmente, aber auch für Meinungsbildner wie Consulter. Die Ansätze der Lösungsvermarktung, wie sie heute beim ICC stattfindet, werden daher verstärkt werden. Dazu wird die Business Unit Applikationen zur Abrundung des Produktportfolios – selbst entwickelt oder als Handelsware – zur Verfügung stellen.

Als nächste Stufe werden wir die **Integral mit Linux**, einem offenen Betriebssystem, ausstatten und damit ein System für den sich abzeichnenden Markt der Application-Service-Provider schaffen. Um die angepeilten Ziele zu erreichen, sind große Anstrengungen auch im Be-

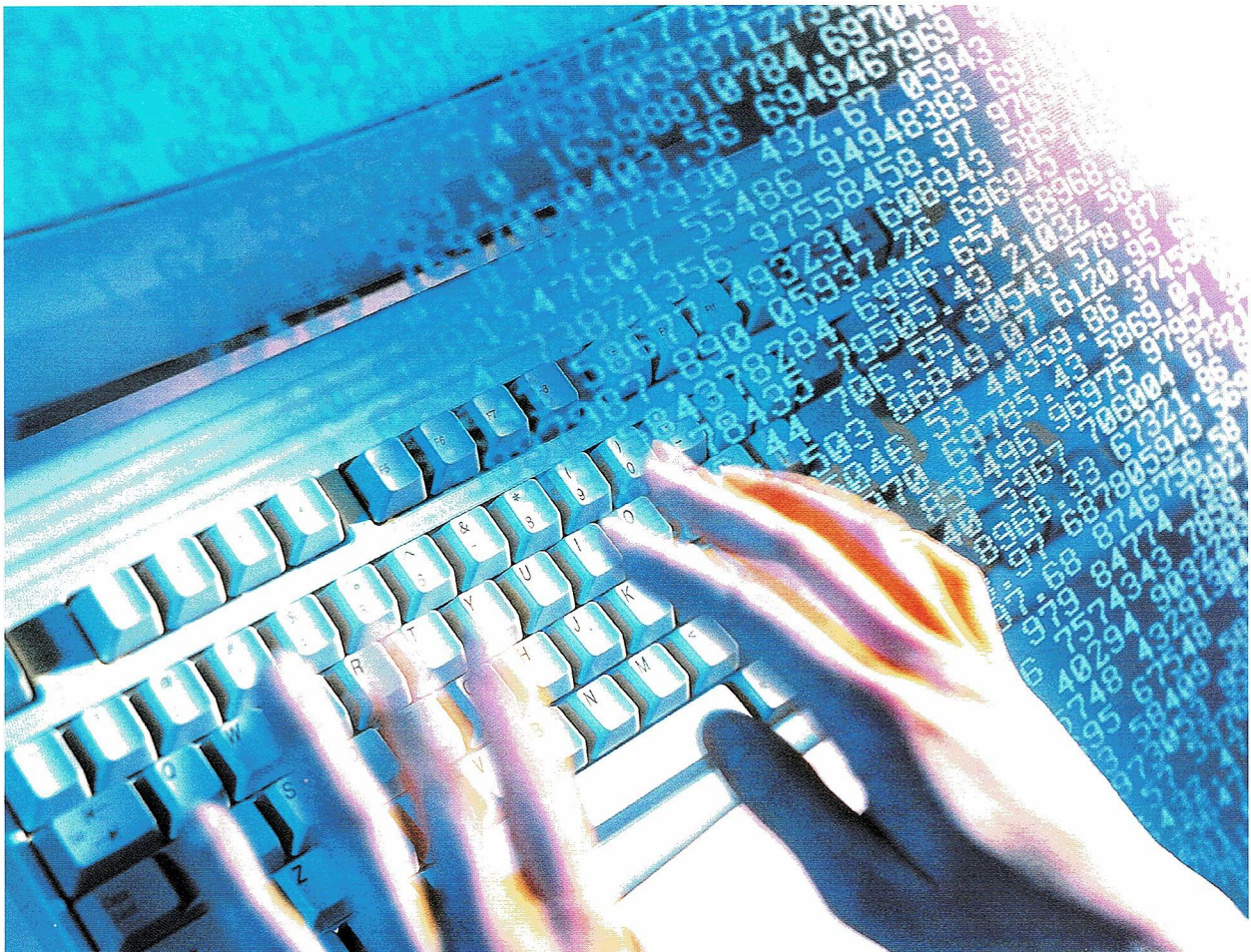
reich der Entwicklung notwendig. Wir haben uns als Ziel eine drastische Verkürzung der Produktbereitstellungszeiten gesetzt. Daher wird die Business Unit projektorientiert strukturiert, damit die Verantwortung des Projektleiters erst beim Kunden endet. Ferner werden wir kurzfristige Kundenanforderungen, die insbesondere bei Großprojekten auftreten, **flexibel und zügig** erfüllen. Auftragsentwicklungen mit entsprechender Verrechnung werden ein wichtiger Bestandteil der neuen Business Unit sein.

Wir sind als Business Unit ein Unternehmen im Verbund mit anderen Unternehmen. Wir werden unsere Produkte und Dienstleistungen über verschiedene Vertriebskanäle vermarkten. Die Mengen und Konditionen werden wir gemeinsam mit dem Abnehmer verhandeln. Dieses „Contracting“ wird

vom neu gegründeten Channel-Management umgesetzt werden.

Wir sind bislang in unseren Strukturen auf unseren eigenen Direktvertrieb konzentriert. Neue Vertriebschancen bieten sich aber verstärkt auch durch andere Kanäle. Diese zu identifizieren und nach deren Bedürfnissen effektiv und erfolgreich zu bedienen, das ist eine der großen Herausforderungen für dieses Jahr.

Zu den neuen Strukturen gehört ebenfalls ein Support, der neue Wege beschreitet. Wir werden im Bereich Sales Support all die genannten Aktivitäten bündeln. Angefangen vom Pre-Sales bei der Unterstützung komplexer Ausschreibungen über den Projektrealisierungssupport bis zur Hotline, die jederzeit die jeweilige Serviceorganisation unterstützt, sind diese Aufgaben dort konzentriert.





## ► Contact Center Solutions

### Mit Händlersystemen wachsen

Seit 1994 vertreiben wir mit stetig wachsendem Erfolg Call Center Lösungen, zunächst in Form der ACD-Varianten, dann seit 1998 auf Basis der Business Call Center Plattform (BCC). Der Gesamtumsatz unserer Call Center Mark in 1999 (In- und Ausland). Ähnlich positiv verhält es sich mit den Personal- und Workgroup-CTI Produkten, vom Com4Tel über conneCTion bis zu den Applikationen SnapWare und Phonetic. Insgesamt erreichten wir 1999 ohne Dienstleistungen einen CC/CTI-Gesamtaußenumsatz von etwa 63 Millionen Mark. Zusammen mit dem Bereich **Trading und Sondernetze** lag der Außenumsatz 1999 bei mehr als 100 Millionen Mark.

Um in Zukunft die Möglichkeiten am Markt noch besser ausschöpfen zu kön-

nen, wurde im Rahmen der Neustrukturierung die Entscheidung getroffen, das BCC/CTI Geschäft in einer eigenen Business Unit zu betreiben. Die Unit Contact Center Solutions (CCS) wird in den Geschäftsfeldern Contact Center, Trading und Sondernetze tätig sein und folgende Lösungen und Dienstleistungen an die Vertriebsseinheiten und zum Teil an andere Units liefern:

- Call und Contact Center Lösungen, wie zum Beispiel BCC, IP-based Contact Center, integrierte Frontoffice- und E-CRM-Applikationen,
- Lösungen für Trading und Sondernetze,
- Dienstleistungen wie Consulting, systemintegrative Dienstleistungen sowie Schulungen.

Wir liegen im deutschen Call Center Markt zurzeit mit rund zwölf Prozent

Marktanteil auf dem vierten Platz. Ziel ist, den Marktanteil bis 2003 auf knapp 20 Prozent zu erhöhen, wobei der Schwerpunkt des Wachstums besonders im unteren und mittleren Segment der Systemausbaustufen erwartet wird. Dies ist realistisch, weil in Zukunft spezielle Marketingmaßnahmen, die auf dezidierte Zielbranchen ausgerichtet sind, und neue Vertriebsformen eingeführt werden. In den Kundenzentren des Tenovis-Vertriebs werden Contact Center-Teams für die Produkte des Geschäftsbereichs CCS eingesetzt. Ein weiteres Ziel besteht darin, durch die signifikante Verbesserung der Marktanteile im europäischen Markt zum „European Player“ zu werden.

Die **strategische Priorität** im Bereich Sondernetze/Händlersysteme liegt im Segment Händlersysteme. Tenovis hat hier aufgrund einer technologisch führenden Positionierung des Produktes Chancen, in einem stagnierenden Marktumfeld den Marktanteil in Zentraleuropa zu erhöhen.





Die Unit wird mit schlanker Struktur und insgesamt 142 Mitarbeitern noch im Jahr 2001 starten. Von Seiten der Entwicklung wird neben den Produktplattformen ein neuer Bereich zur Abwicklung von Kundenprojekten (Projektlösungsgeschäft) etabliert. Im Bereich Marketing/Vertrieb werden Channel-Manager die Aufgabe der Be-

treuung der Vertriebskanäle übernehmen. Für 2001 sind gegenüber der gegenwärtigen Situation verstärkte Marketingmaßnahmen bei Werbung, Werbemitteln, Messe- und Kongressteilnahme und zusätzlich eigene Marketing-Events geplant. Strategische Planungen, wie beispielsweise die Produktstrategie und die Analyse mögli-

cher Partnerschaften, werden noch im Verlauf dieses Jahres unmittelbar gestartet.

Dies alles gibt uns die Chance, unser Geschäft noch erfolgreicher als bisher zu betreiben. Lassen Sie uns gemeinsam den neuen Weg bahnen und ihn für die Zukunft zu einer sicheren Straße ausbauen.

## ► Terminals

### Projektorientierte Produktentstehung

Das Kerngeschäft unserer Unit ist die Bereitstellung von Endgeräten für die Systeme I1/I3/I5 und I33/55. Hauptprodukte sind die digitalen Systemtelefonfamilien T1 und zukünftig NTP sowie die Mobility-Komponenten auf der Basis von DECT. Dieses Angebot wird ergänzt durch Zubehör und Handelswarenpunkte vom Zusatzlautsprecher bis zum hochwertigen Faxgerät.

Wir gehen für die nächsten Jahre von einer stabilen Marktentwicklung aus, sehen jedoch eine **deutliche Verschiebung zu IP-basierten Lösungen**. Diesem Trend werden wir durch entsprechende Eigenentwicklungen und Kooperationen Rechnung tragen. Gute Beispiele hierfür sind:

- IP-DECT als anlagenunabhängige Mobility-Lösung im IP-Umfeld,
- die Weiterentwicklung unserer Mobility-Lösungen auf der Basis von Bluetooth,
- die Entwicklung eines Softphone und eines IP-Phone.

Diese Produkte entstehen jeweils in enger Absprache mit den anderen Business Units, ohne dass wir den Aspekt der anlagenunabhängigen Vermarktung aus dem Auge verlieren würden.

Um den zukünftigen Ansprüchen gerecht zu werden, wird die Business Unit

eine Hybridstruktur aufweisen. Die Bereiche Marketing, Entwicklung und Controlling sind bereits heute vorhanden, der Prozess der Produktentstehung wird jedoch projektorientiert ablaufen. Die Verantwortung und die Kompetenzen der Projektleiter werden erweitert. Das Projekt gilt erst dann als erfolgreich abgeschlossen, wenn das Produkt beim Kunden einsatzbereit ist. Durch diese Projektstruktur wollen wir die Zusammenarbeit der einzelnen Bereiche erheblich verbessern, die Prozesse beschleunigen und die Entwicklungszeiten deutlich verkürzen.

Als Business Unit werden wir wie ein eigenständiges Unternehmen agieren und wollen unsere Produkte über verschiedene Vertriebswege vermarkten. Mengen und Konditionen werden mit den Abnehmern verbindlich ausgehandelt und in Kontrakten festgeschrieben. Diese Aufgabe wird das neu gegründete **Channel-Management** übernehmen. Hier wird auch die Verantwortung für die Identifizierung und Gewinnung neuer Absatzwege im Rahmen des neu zu schaffenden OEM-Geschäftes lie-



gen. Dies bedingt eine verstärkte Kundenorientierung und Stärkung des Vertriebssupports.

Das Geschäft mit der Handelsware werden wir in einer eigenen Gruppe zusammenfassen, um mit minimalem Aufwand eine effektive Abwicklung zu erreichen. Von der Marktanalyse bis zum Produkt-Outphasing werden dort sämtliche Aufgaben übergreifend wahrgenommen.

Um unsere wirtschaftliche Entwicklung zu messen, ist ein internes Controlling erforderlich. Nur durch Transparenz können sinnvolle Entwicklungen gefördert und Fehlentwicklungen frühzeitig erkannt werden.

Um langfristig am Markt erfolgreich zu agieren, bedarf es einer deutlichen Ausweitung des Geschäftes. Die Neuentwicklungen in Verbindung mit geänderten Strukturen und der Aufbau des OEM-Geschäftes werden hierfür die Basis darstellen.



## ► Business Networks

### Zukunftsmarkt Multimedia

Der viel versprechende Zielmarkt Business Networks im Konvergenzfeld der Sprach-/Datenkommunikation entwickelt sich rasant. Zielsetzung unseres Unternehmens ist, daran in gebührendem Maße teilzuhaben. Zeitgleich mit der Vorstellung der neuen Geschäftsbereiche wurde deshalb auch ein eigenständiger Geschäftsbereich „Business Networks“ gegründet – der Startschuss für die Neustrukturierung unserer Aktivitäten in dem Aufgabenbereich Multimedia/Datennetze.

Zielsetzung des Geschäftsbereiches ist es, unseren Kunden Lösungen im Bereich der **integrierten Sprach- und Datenkommunikation** bereitzustellen und die für einen reibungslosen Betrieb erforderliche technische Unterstützung zu gewährleisten. Das bedeutet in der Praxis, unsere Kunden bei der Gestaltung ihrer kommunikationstechnischen Infrastruktur zu beraten, den Aufbau der Infrastruktur zu planen und bei der Implementierung und dem Betrieb der technischen Einrichtungen unterstützend mitzuwirken.

Unser Unternehmen verfügt über ein weit reichendes Fachwissen auf dem Gebiet der Sprach- und Datenkommunikation sowie ihrer Integration. Da unser eigenes Produktspektrum – vor allem im Bereich der IP-Vernetzung – derzeit noch nicht das gesamte Anforderungsspektrum der Vernetzungs-Infrastruktur unserer Kunden erfüllt, werden wir es durch den Zukauf geeigneter Technologie ergänzen. Den Vorsprung für unsere Kunden entwickeln wir durch die Integration der gesamten elektronischen Kommunikation von Daten, Sprache und Video aus einer Hand. Unsere Kunden können sich dadurch verstärkt auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Durch die stärker werdende **Bedeutung des Sicherheitsaspektes** bietet sich Business Networks eine hervorragende Möglichkeit, den Vernetzungsmarkt zu erschließen. Network-Security ist deshalb ein integraler Bestandteil der technischen Aktivitäten des Geschäftsbereiches. In Ergänzung zu dem Fachwissen im Bereich der Vernet-

zungs-Infrastruktur wird deshalb in dem Geschäftsbereich auch Fachwissen im Security-Bereich, das heißt Zugriffssicherheit am Terminal und über das Netz (Firewall) sowie Verschlüsselung bei der Übertragung, aufgebaut.

Bei der Vermarktung der Dienstleistungen wird sich Business Networks zunächst auf die bestehende vertriebliche Infrastruktur unseres Unternehmens stützen. Dieser Vermarktungsweg wird aber dort, wo es erforderlich ist, durch eine eigenständige Vertriebsorganisation ergänzt. Zunächst ist geplant, in jeder Region eine eigene Geschäftseinheit für den Vertrieb von Business Networks-Lösungen aufzubauen. In Zusammenarbeit mit dem bestehenden Vertrieb soll sie diese Lösungen flächendeckend anbieten können.

Derzeit laufen die Vorbereitungen in allen organisatorischen Bereichen, damit pünktlich zum 1. Januar 2001 der Geschäftsbereich Business Networks seine eigenständigen Aktivitäten geschäftsverantwortlich aufnehmen und weiterentwickeln kann.





## ► Managed Services

### Dienstleistungen für Kunden, die es gerne einfach haben

Im Zuge der Vermarktung des TK-Outsourcing-Angebotes trifft der Teno-vis-Vertrieb immer öfter auf die Forderung, dass Telefonanlagen unterschiedlicher Hersteller bei einem Kunden von einem externen Dienstleister betrieben werden sollen. Dies hat zum einen seine Ursache in der verbreiteten Strategie großer Telekommunikationskunden, Telefonanlagen bei unterschiedlichen Herstellern zu kaufen oder zu mieten, um die Abhängigkeit von einem einzigen Hersteller zu vermeiden. Aber auch Firmenzusammenschlüsse führen dazu, dass plötzlich Telefonanlagen unterschiedlicher Hersteller im Unternehmen existieren. Da die Serviceabteilungen der großen Telekommunikations-Hersteller (inklusive Teno-vis) in der Regel nur ihre eigenen Produkte servitieren und betreiben können, kamen bisher als Dienstleister für die Übernahme des Betriebs nur Anbieter in Frage, die das technische Know-how für die gesamte Palette der Telefonanlagen-Hersteller bieten konnten. Das sind Serviceanbieter, wie zum Beispiel EDS, SBS oder Debis, oder aber Netzbetreiber wie die Deutsche Telekom.

An diesem Punkt setzt die Geschäftseinheit Managed Services an: Die BU übernimmt den gesamten TK-Betrieb bei den oben genannten Kundentypen und kauft Serviceleistungen, die sie nicht selbst erbringen kann, zusätzlich ein. Die Vermarktung dieser Leistungen eröffnet der Geschäftseinheit die Chancen für die **Erschließung eines neuen Marktsegmentes**, die Lieferung eigener Produkte im Outsourcing, die Erhöhung der Wertschöpfung sowie dauerhafte Kundenbeziehungen. Managed Services übernimmt den Betrieb der gesamten TK-Infrastruktur



(Telefonanlagen, Peripherie, Server, Gebäudeverkabelung, Carrier-Anschlüsse, Carrier-Verbindungsleistungen et cetera) des Kunden. Managed Services bringt damit Transparenz in die Kommunikationskosten des Kunden und ermöglicht dessen Konzentration auf nur einen Ansprechpartner für die Belange seiner TK-Infrastruktur. Aus Störungsmeldungen resultierende Aktivitäten werden gemäß den vereinbarten Serviceklassen veranlasst. Managed Services erstellt monatlich eine nutzungsgerechte Abrechnung für jeden verwendeten Endgeräte-Anschluss an den Telefonanlagen.

Folgende Varianten werden von Teno-vis Managed Services berücksichtigt:

- Für vorhandene Telefonanlagen von Teno-vis werden bestehende Miet-/Wartungsverträge in Outsourcing-Verträge umgewandelt.
- Für Telefonanlagen anderer Hersteller übernimmt Managed Services die Funktion des First-Level-Supports für die Kontakte zu den Herstellern der Telefonanlagen.

- Neue Teno-vis-Telefonanlagen werden zu den bekannten Outsourcing-Konditionen zur Verfügung gestellt. Zielgruppe sind Unternehmen in der Industrie und im Dienstleistungssektor, die über mehrere Standorte mit vernetzten oder nichtvernetzten Telefonanlagen verfügen – unabhängig von der Größe der einzelnen Anlagen und der Anzahl der Nebenstellen pro Standort. Die Dienstleistungen der Geschäftseinheit bieten **unschätzbaren Nutzen** für Teno-vis:

- Die Vermarktung der Leistung „Herstellerneutrale PABX-Services“ erschließt ein neues Marktsegment.
- Es besteht die Chance, bei Ablauf der Kundenverträge für Nicht-Teno-vis-Anlagen eigene Produkte im Outsourcing zu installieren und betreiben und auf diese Weise die Kundenbeziehungen langfristig zu stabilisieren. Mit zunehmendem eigenen Know-how für die Telefonanlagen anderer Hersteller kann der Service auch von der BU erbracht und die Wertschöpfung noch weiter erhöht werden.



## ► Tenovis Direct

### Dienstleistungen für den schnellen Kunden

Hauptaufgabe der Business Unit Tenovis Direct mit Sitz in Offenbach ist es, unseren Vertragskunden kommunikationsnahes Verbrauchsmaterial – also Zubehör für Faxe, Bürobedarf aber auch Telefonanlagen – innerhalb von 24 Stunden zur Verfügung zu stellen. Das Geschäft wird mit eigens definierten Ablaufprozessen und eigener IT über den Versandhandel abgewickelt.

Bei Tenovis Direct erfolgt die Abwicklung aller Prozesse aus einer Hand: Vom eigenen Call Center aus werden die Daten in das Warenwirtschaftssystem eingetragen und von dort per Datenübertragung an das Lager weitergeleitet. Der Versand der Waren ist der einzige Bereich, der nicht in Eigenregie betrieben wird, sondern mittels eines Dienstleisters, der den 24-Stunden-Lieferservice gewährleistet. Die Buchhaltung wiederum erledigen wir intern,

und auch das Reklamationswesen übernehmen wir selbst.

Wichtig für Tenovis Direct ist es, den Kunden **umfassenden Service aus einer Hand** zu gewähren. Anders als bei Kaufhäusern oder Telekommunikationsfachhändlern können sich Kunden mit Problemen rund um das Produkt über die gängigsten Kommunikationsmedien direkt an Tenovis Direct wenden. Es steht ein eigenes Call Center zur umfassenden Betreuung zur Verfügung, das die Kunden per Telefon, Fax oder E-Mail erreichen können, so dass eine sofortige Bearbeitung sichergestellt ist.

#### **Innovative Bestellmöglichkeiten**

Bei der Kundenansprache setzt man auf eine zweigleisige Strategie: Die Kunden erhalten auf „klassischem“ postalischen Weg einen Katalog, können aber seit

2001 genauso gut über das Internet bestellen. Die Anforderungen an die zugrunde liegenden Systeme steigen überproportional: Wurden bisher schätzungsweise 65 000 Aufträge im Jahr bei einem Bestand von 1 300 Artikeln abgewickelt, sollen es 2001 satte 80 000 Aufträge bei 3 400 erhältlichen Artikeln sein. Ziel der jüngsten Anstrengungen war es, das Produktportfolio auf Verbrauchsmaterialien für das Büro auszuweiten und den Kundenstamm von 20 000 Geschäftskunden auf 50 000 zu erweitern.

Dank der effizienten Weiterentwicklung hat sich die Tenovis Direct also nun zu einem Büroartikelversand gemausert, der den Unternehmen ein Vollsortiment liefern kann. Als besonderen Clou bietet die Geschäftseinheit ab jetzt den Unternehmen durch kostenstellen- beziehungsweise abteilungsbezogene Bestellmöglichkeiten eine **einmalige Kostentransparenz**. Durch Online-Zugriff können die jeweiligen Bestelldaten jederzeit abgefragt werden. Zurzeit sind bei Tenovis Direct 17 Mitarbeiter beschäftigt, der Umsatz betrug im letzten Geschäftsjahr zehn Millionen Mark.

Unabhängig von dem Versandgeschäft werden bei Tenovis Direct neue Lösungen verwirklicht, die die Kommunikation im Web vereinfachen und das tägliche Geschäft effizienter machen. So war diese Geschäftseinheit Keimzelle folgender Entwicklungen:

- CEO-(Tenovis)-Portal,
- Abwicklung (Billing und Support) für EcoTarif,
- Useful Clicks mit vollkommen neuen Ansätzen, zum Beispiel die Weihnachstkarte „Basteln mit Tenovis“,
- Adressqualifizierungen im Web.





## ► Adler

### Mobile Sicherheit – individuell gestaltet

Das Ziel der Business Unit Adler ist es, der führende Partner für Geschäftskunden in allen Fragen der innerbetrieblichen Kommunikation, mobilen Sicherheit und Kleinserienfertigung zu werden. Die Business Unit entwickelt, fertigt und vermarktet funkbasierte Produkte und Systeme. Heute sind wir in Deutschland der Marktführer im On-Site-Paging. Unsere Kundenbasis umfasst 10000 namhafte Geschäftskunden allein in Deutschland – Kunden, die ihre innerbetriebliche Kommunikation auf dem Firmen- und Betriebsgelände individuell gestalten wollen. Unsere jahrzehntelangen Erfahrungen mit kundenspezifischen Projekten gewährleisten optimale Systemlösungen und ein tiefes Verständnis für den Lösungsbedarf unserer Kunden.

**Unser Erfolg** wird durch eine starke, flächendeckende Vertriebsorganisation mit Direktvertrieb, langjährig bestehende und praktizierte Partnerschaften sowie die enge Zusammenarbeit mit Tenovis ermöglicht. Entwicklung und Fertigung sind zentral, mit Sitz in Salzgitter, zusammengefasst. Besonders stolz sind wir auf unseren 48-Stunden-Reparaturservice und auf unseren Vor-Ort-Service.

Der nächste Schritt in unserer Unternehmensentwicklung ist die Ausrichtung auf Businesslösungen für die persönliche Sicherheit („Wireless Security“) von Unternehmensmitarbeitern. Neu ist auch, dass wir seit Beginn des Jahres 2001 unseren Kunden Fertigungs-Know-how mit den entsprechenden Services anbieten können. Dabei konzentrieren wir uns auf das Marktsegment Klein- und Mittelserien mit bis zu 30000 Units. Hier ist ein großer Bedarf nach effizienten und qua-



litativ hochwertigen Lösungen festzustellen. Für Tenovis übernehmen wir die Fertigung von modernen DECT-Endgeräten.

Gleichzeitig haben wir eine neue Organisationsstruktur implementiert, die klar diese zukünftige Ausrichtung reflektiert. Mit rund 200 Mitarbeitern planen wir im Jahr 2001 einen Umsatz von mehr als 50 Millionen Mark.

**Unsere Kernkompetenzen** sind Telekommunikationssysteme für On-Site-Paging, die als Features Text, Alarmierung, Sprache und Messaging bieten,

sowie Systeme für persönliche Sicherheit. Wir bieten unseren Kunden Fertigungs-Know-how und -services in den Bereichen Produktkonzeption und -design, Materialmanagement und Komponentenfertigung, Montage, Test und Qualitätssicherung sowie Versand und Distribution.

Adler bietet Lösungen für folgende Branchen: Industriekunden (Maschinen-, Anlagenbau, Prozessindustrie, Chemie), Krankenhäuser, Alten-/Pflegeheime, Behörden/Verwaltungen sowie Dienstleistungen.



## ► Tenovis Databurg

### Das Rückgrat der Internetwirtschaft



Foto: argum / B. Bostelmann

Nicht nur das Internet hat sich explosionsartig entwickelt. Im gleichen Tempo mitgewachsen ist für alle Unternehmen die Notwendigkeit, das Internet aktiv sowohl in das Geschäftskonzept als auch in die Vermarktungsaktivitäten einzubinden. Daraus ergeben sich für die Firmen anspruchsvolle Anforderungen an die Themen

- Datenverfügbarkeit, Datensicherheit und Datenhandling,
- Betrieb von Internetauftritten sowie internetbasierten Services in gesicherter Umgebung sowie
- Bedarf an hohen Bandbreiten für den Datentransfer und die Bereitstellung von Applikationen.

Für diese Anforderungen stellt Tenovis in der Tenovis Databurg zuverlässige Dienstleistungen bereit. Der Name steht als **Symbol für eine besonders sichere Behandlung** aller ihr zur Verfügung gestellten Daten. Zum Service zählen ein Zugangskontrollsystem, Network-Operations zur kontinuierlichen Information über Infrastruktur, Brandschutz, Einbruchssicherung, Vi-

deoüberwachung und Sicherheitspersonal 24/7. Ausgehend von einer rackbasierten Standardlösung bis hin zu großen Rechenzentrumsflächen können die Wachstumsanforderungen der Kunden flexibel abgedeckt werden. Deren Vorteil: Hohe Investitionen und Betriebskosten einer solchen Umgebung im eigenen Haus werden damit umgangen.

In der Frankfurter City ist das neu gegründete Unternehmen die erste Adresse für die Bereiche Telehousing und Telehosting. Beim Telehousing stellt die Tenovis Databurg Kunden technisch gemanagten Raum, inklusive ausfallsicherer Stromversorgung, und neutralen Zugriff auf zahlreiche Carrier zur Verfügung. Dazu kommen je nach Kundenbedarf maßgeschneiderte Dienstleistungen wie

- First-Level-Support, zum Beispiel durch Servicetechniker, die rund um die Uhr Störfälle verhindern beziehungsweise beheben,
- zielgruppenadäquate Anbindung an Netzbetreiber,

- Wartung und Pflege des technischen Equipments.

Beim Telehosting stellt das Unternehmen die geeignete technische Umgebung für das Web-Hosting für Internet-Service-Provider (ISP) und Applikation-Service-Provider (ASP) zur Verfügung. Gleichzeitig ist die Tenovis Databurg ein riesiger virtueller Marktplatz: So bedienen sich etwa die ISP der Dienstleistungen zahlreicher Carrier. Internet-Service-Provider wiederum betreuen eine Vielzahl von Geschäftskunden in der von der Databurg bereitgestellten Umgebung.

Die **Dienstleistung für Banken** ist in erster Linie das „Business Recovery Center“, eine hochverfügbare Ausweichlösung für die hiesige Finanzwelt mit mehr als 200 Arbeitsplätzen. Beim Auftreten eines Störfalles im Datensystem der Kundenbank ist die Wiederaufnahme der Arbeitsfähigkeit innerhalb von vier Stunden garantiert. Kein Wunder, dass viele Frankfurter Banken längst zum Kundenkreis des Unternehmens zählen. Zehn Bandbreiten-Dienstleister – vom City-Carrier bis zum internationalen Blue Chip – vertrauen ebenfalls auf die Databurg. Im Bereich ISP und ASP bauen die ersten wichtigen Anbieter dieser zukunfts-trächtigen Technologien bereits Plattformen dort auf.

Am Markt operiert die Tenovis Databurg mit enormen Wettbewerbsvorteilen wie der Nähe zum Frankfurter Stadtzentrum, der äußerst kurzen Entfernung zum internationalen Internetknoten (wichtig für die Übertragung extrem großer Bandbreiten), der Carrierneutralität sowie einem hermetisch abgeschirmten und videoüberwachten Gelände.



## ► Tenovis Comergo

### *Denn Zeit ist Geld*

Rechnen Sie 2001 mit Tenovis Comergo: Denn wir entwickeln ein integriertes Geschäftssystem, das kleinen und mittelständischen Unternehmen zeitraubende Tätigkeiten abnimmt. Unsere internetbasierte Serviceplattform beschleunigt und vereinfacht Arbeitsprozesse. Von maßgeschneiderten Telekommunikationslösungen über verschiedenste Büroservices (zum Beispiel Sekretariatsaufgaben, Präsentationserstellungen oder Übersetzungen) und branchengerechte Projektmärkte bis hin zu umfassenden Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten reicht unser ständig wachsendes Angebot.

#### *Das bedeutet für unsere Kunden:*

- Sie können bei Bedarf und ohne Fixkosten auf eine breite Infrastruktur zurückgreifen.
- Anstatt sich mit der Auswahl, dem Beziehungs- und Rechnungsmanagement verschiedener Dienstleister aufzuhalten, haben unsere Kunden einen Ansprechpartner, der unterstützende und administrative Leistungen integriert – und eine einzige Rechnung stellt.
- Sie können sich **Zeit sparen** für das, was ihnen wirklich wichtig ist.

Das Jahr 2001 steht bei uns ganz im Zeichen des Wachstums und des Ausbaus.

Nach dem Start unserer Informationsseiten unter [www.tenovis-comergo.de](http://www.tenovis-comergo.de) Anfang Dezember freuen wir uns, bald die ersten Funktionen anbieten zu können. Auf der CeBIT werden wir unser Serviceangebot erstmals vor größerem Publikum präsentieren. Unsere Kunden werden wir stets via Direct-Mailing und Serviceanrufen auf dem Laufenden halten. So können sie verfolgen, wie unser Angebot wächst – und sich ständig völlig neue Möglichkeiten bieten.

Registrieren Sie sich jetzt unter [www.tenovis-comergo.de](http://www.tenovis-comergo.de). Wir informieren Sie umgehend über unsere neuen Leistungen.

## ► Telecom Services

### *Virtueller Netzbetreiber ohne eigenes Netz*

Die Business Unit Telecom Services bietet Geschäftskunden professionelle Netzbetreiber- und Internet-Service-Provider-Dienstleistungen an. Hierzu werden die bisherigen Aktivitäten im Bereich der Leistungen Voice, Data und Internet gebündelt und weiter ausgebaut:

- Sprachleistungen wie Direktanschlüsse, Preselection-Leistungen und Servicenummern,
- SDSL-Anschlüsse der KKF.net,
- ISDN-Anschlüsse der Deutschen Telekom AG,
- Internet-Leistungen wie Internet Access und Web-Hosting,
- Wide Area Networks auf Projektbasis.

Telecom Services agiert als **virtueller Netzbetreiber** ohne

eigenes Netz und nutzt die Leistungen von strategischen Partnern, zum Beispiel von Colt Telecom, GTS, Deutscher Telekom, nextra, Vanco und KKF.net. Als virtuellem Netzbetreiber ist es Telecom Services möglich, für jedes Produkt den „Best-in-Class“-Carrier zu wählen. Der Kunde erhält alle Leistungen in optimaler Qualität aus einer Hand.

In Vorbereitung sind Produkte im Bereich Mobilfunklösungen sowie der Ausbau der Produkte für Wide Area Networks. Hierdurch wird das Portfolio abgerundet. Telecom Services ermöglicht es damit Geschäftskunden, sich auf den Marktüberblick von Tenovis auch im Bereich dieser Leistungen zu verlassen. Der Kunde profitiert von der Marktdynamik, ohne dabei eigene Ressourcen zu binden.

Darüber hinaus ist ein wesentlicher Bestandteil der **Produktstrategie**, integrierte Lösungen in Zusammenarbeit mit anderen Business Units zu entwickeln. Hiermit spielt Tenovis einen wesentlichen strategischen Vorteil im Markt aus: Komplettlösungen aus einer Hand. Zusätzliche Schritte der Telecom Services in den nächsten Wochen sind die Zusammenfassung aller wesentlichen Teilprozesse in der Business Unit in Frankfurt, die Zentralisierung der Abwicklungsprozesse mit Hilfe des neuen Angebots- und CRM-Tools ICE, die Installation von qualitativen und effizienten Abwicklungs- und Supportprozessen, die Bereitstellung eines kundenorientierten Supports für Vertriebsbeauftragte und Geschäftskunden sowie die Ausweitung der Aktivitäten in ganz Europa.





**Herausgeber:** Tenovis GmbH & Co. KG  
Kleyerstraße 94, 60326 Frankfurt/Main

**Redaktion:** Heiner Sieger (V.i.S.d.P.),  
Marcus Ehrgott, Holger Knauer

**Kontakt:** Heiner Sieger  
Tel.: +49(0)6975 05 21 99  
Fax: +49(0)6975 05 22 21  
E-Mail: heiner.sieger@tenovis.com

**Auflage:** 10 000

**Gestaltung:** Yukom Medien GmbH

**Druck:** Color Offset, Geretsrieder Str. 10,  
81379 München

# ► SolutionFactory

## Keine Lösung von der Stange

Die SolutionFactory ist ein Kompetenzzentrum für Lösungen, das sich von dem Begriff „customer-driven Innovation“, also kundengetriebener Innovation leiten lässt. Der Gedanke dahinter ist einfach: Alle Lösungen und Applikationen der SolutionFactory werden in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden realisiert. Neue Geschäftsideen werden im Vorfeld in Form von Pilotprojekten geprüft. Statt vom Gedanken eines Produktes geführt zu werden, konzentriert sich die SolutionFactory auf die aktuellen Wünsche und Anforderungen des Kunden und verwirklicht vor allem die ergänzenden Komponenten, die erforderlich sind, um eine Komplettlösung vollständig zu machen. Diese Komponenten heißen **SmartLinks** und bilden ein sehr wichtiges Tätigkeitsfeld der SolutionFactory. SmartLinks werden in Form von kundenspezifischen Projekten realisiert, die ein individuelles Problem bei einem Kunden lösen. Dafür verwenden wir entweder vorhandene Software oder schreiben selbst eine Komponente, die wir in die Systemumgebung des Kunden implementieren.

Für unsere „internen Kunden“, die regionalen Geschäftseinheiten, stellen die SmartLinks eine wesentliche Unterstützung dar, die bisher fehlte beziehungsweise bei externen Firmen zugekauft werden musste. Mit der SolutionFactory ist es möglich, diese Dienstleistung von Tenovis-Mitarbeitern erbringen zu lassen. Das erhöht die **Flexibilität bei der Umsetzung von Kundenprojekten** und trägt zur Imagebildung – insbesondere in neuen Technologien – bei. Für Tenovis ist es vorteilhaft, die Wertschöpfung im eigenen Hause zu erzielen sowie das Know-how in diesem zukunftsorientierten Segment zu erhalten und auszubauen. Aus der Zusammenarbeit mit den Regionen ergibt sich eine weitere Chance für die SolutionFactory. SmartLinks, die häufig von verschiedenen Regionen angefordert werden, können thematisch zusammengefasst werden, um daraus ein Lösungsfeld abzuleiten. Für ein so gefundenes Lösungsfeld erstellt die SolutionFactory einen Baukasten von fertigen Komponenten. Aus dem Baukasten ergeben sich zwei Vorteile: Zum einen können zukünftige SmartLinks in diesem Lösungsfeld anhand der vorgefertigten Komponenten effizienter und preisgünstiger realisiert werden. Zum anderen kann sich die SolutionFactory aktiv in diesem Feld als Lösungsanbieter vermarkten. Ein erstes Lösungsfeld konnte in der beschriebenen Form im Bereich CRM

gionen ergibt sich eine weitere Chance für die SolutionFactory. SmartLinks, die häufig von verschiedenen Regionen angefordert werden, können thematisch zusammengefasst werden, um daraus ein Lösungsfeld abzuleiten. Für ein so gefundenes Lösungsfeld erstellt die SolutionFactory einen Baukasten von fertigen Komponenten. Aus dem Baukasten ergeben sich zwei Vorteile: Zum einen können zukünftige SmartLinks in diesem Lösungsfeld anhand der vorgefertigten Komponenten effizienter und preisgünstiger realisiert werden. Zum anderen kann sich die SolutionFactory aktiv in diesem Feld als Lösungsanbieter vermarkten. Ein erstes Lösungsfeld konnte in der beschriebenen Form im Bereich CRM

(Customer-Relationship-Management) in einigen Projekten umgesetzt werden. Auf der Basis von Kundenanforderungen wurde das Integral Front Office als ein Tool für den Mittelstand realisiert. Jeder weitere Auftrag wird mittels eines Projektes durch die SolutionFactory umgesetzt, so dass die Lösung immer auf die spezifischen Bedürfnisse des jeweiligen Kunden abgestimmt ist und in seine vorhandene Systemumgebung integriert wird. Weitere Tätigkeitsfelder sind im Bereich E-Business sowie im Umfeld von Web-basierten Lösungen in Vorbereitung.

Auftraggeber der SolutionFactory sind neben unseren Bestandskunden und den Vertriebsregionen auch interne Bereiche. So wurde im Projekt Web-Machine ein Teilprojekt an die SolutionFactory vergeben. Weiterhin wurden wir mit der Erstellung des Tenovis Portals beauftragt. Aus diesen und anderen internen Projekten werden Geschäftsideen abgeleitet, die auch an Kunden vermarktet werden können.

Die SolutionFactory besteht zurzeit aus rund 30 Mitarbeitern aus den ehemaligen Bereichen Entwicklung, Marketing und Systemhaus. Diese gemischte Gruppe bringt die Fähigkeiten mit, die für die oben beschriebene Arbeitsweise erforderlich sind: Eine hohe technische Kompetenz, Erfahrung mit Kundenprojekten, Ausrichtung auf den Markt und ein tiefes Verständnis für den Vertrieb kennzeichnen diese kleine, flexible Einheit, die eine enge Zusammenarbeit mit den Kunden und Geschäftsbereichen pflegt.

