



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Sie alle kennen inzwischen die Devise unseres CEO David Winn, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nur diejenigen überleben werden, die hart und schnell an Anpassungen und Verbesserungen arbeiten. Im vergangenen Jahr haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa weiter verschlechtert. Und auch das erste Quartal 2003 lässt wenig Hoffnung auf Verbesserung der Lage zu. Der jähe Beginn des – hoffentlich bald beendeten – Irakkrieges dämpft die Investitionsbereitschaft der Unternehmen zusätzlich. Nur die Schnellen werden diese harten Zeiten meistern. Tenovis gehört dazu! Denn wir haben viele Maßnahmen eingeleitet, um Tenovis wettbewerbsfähig zu halten. Das „Business Development Program“ ist eines unserer zentralen Instrumente zur Überwindung der Krise. Darin sind alle wichtigen Projekte zusammengefasst, mit denen unser Transformationsprozess vorangetrieben wird. Wobei unter Transformation alle Maßnahmen zur Anpassung an die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu verstehen sind. Jetzt, ein halbes Jahr nach dem Start, freue ich mich als Verantwortlicher für das BDP, Ihnen im nebenstehenden Leitartikel einen Überblick über erste Erfolge geben zu können.

Ihr Andreas von Meyer zu Knorow

Business Development Program

Um Tenovis wettbewerbsfähig zu halten, hat das Management zielgerichtet Projekte definiert und initiiert, die unter dem Dach des Business Development Program strukturiert und koordiniert werden.

► **Das Business Development Program (BDP)** wurde im Oktober 2002 von der Geschäftsleitung gestartet. Alle notwendigen Projekte, mit denen unser Transformationsprozess vorangetrieben wird, sind darin zusammengefasst. Die einzelnen Projekte sind nach ihrer Zielsetzung in die Blöcke Kosten-/Cashoptimierung, Prozessverbesserung, Finanzsteuerung, IT und strategische Wachstumsinitiativen eingeteilt. Die Projekte entwickeln ihren Einfluss auf alle Unternehmensbereiche, Regionen und Landesgesellschaften. Beispiele für Projekte: „Reduktion der Ware auf Montage“ (Kosten/Cash), „Optimierung der Geschäftsprozesse im Vertrieb für die mobile Telearbeitsstruktur“ (Prozesse), „Controlling von Großprojekten“ (Finanzsteuerung) und „Osteuropa Strategie“ (Wachstum). Die Auswirkungen der Projekte sind bereits deutlich spürbar. So haben wir es durch das Kosten- und Investitionsmanagement geschafft, unsere Ertragsziele in 2002 zu erreichen. Dadurch verstärken wir das Vertrauen bei unserem Shareholder KKR und gewinnen mehr unternehmerische Spielräume.

Die hohe Komplexität des Produkt- und Service-Portfolios konnte abgebaut werden. Beispiel: Bis Ende März wurde die Zahl der Vertriebs-einzelpositionen – also der verkaufbaren Produkte – von 7.000 auf 1.900 reduziert. Der europaweite Rollout eines neuen Logistik-Systems wird dazu beitragen, bis zum Ende des Jahres 2003 die Lagerbestände im Wert von 16,8 Millionen Euro auf einen Bestand von 9 Millionen abzubauen. Durch das Projekt „Ware auf Montage/Work in Progress“ werden wir die Ware auf Montage, also die Vorräte, die auf einen Kundenauftrag geliefert werden, im Vergleich zum Stand 2002 um 19,1 m² (42%) verringern. Die Liege- und Bearbeitungszeit wird dabei von durchschnittlich 80 Tagen auf 24 Tage im Standardgeschäft gesenkt. Durch den IT-Masterplan, der unsere IT-Investitionen in den nächsten Jahren steuert, wird nicht nur die Vielzahl der bei Tenovis verwendeten IT-Applikationen durch Standardisierung abgebaut. Es werden dank Prozessverbesserungen auch unsere hohen IT-Ausgaben reduziert. In zwei Jahren wollen wir die IT-Ausgaben von



derzeit 6% vom Umsatz auf 3–4% reduzieren – was dann vorbildlich in unserer Branche ist. Ferner laufen und starten weitere Projekte zur Marktpenetration mit dem Ziel, kurz- und mittelfristig Wachstum zu erzeugen. Im Vordergrund steht die Identifizierung und Ausnutzung von Potenzialen für Mehrerlöse. Drei dieser Projekte sind „Selling and Pricing Priorities“, „Pricing Management“ und „Sales Force Management“. Auf Basis der Analyse der Ertragssituation nach Produkten, Zielgruppen und Märkten werden bei Selling und Pricing Prioritäten

gesetzt, um eine Ausrichtung auf mögliche Umsatzsteigerungen zu erreichen. Beispiele: Schwerpunkt auf profitables Vermietungs- und Operations-Geschäft (MAS), Priorität auf den Verkauf von langjährigen Wartungsverträgen sowie Bepreisung und Verkauf von Professional Services. Zum „Pricing Management“ und „Sales Force Management“ gehört etwa die entsprechende Ausrichtung des Incentive-Systems und die Bereitstellung von Steuerungsmechanismen für den Vertrieb. Weitere Informationen zum BDP finden Sie im Intranet. **AMK/JL**



Schnelle Hilfe für Ärzte

► **Manchmal gibt es** Projektanfragen, da wird jedem sofort klar: „Wenn hier nicht alle mitziehen wird das nix...“ Das Projekt „Ärztliche Körperschaften“, die Interessenvertretung aller Ärzte in Niedersachsen mit Sitz in Hannover, war eine solche Anfrage. An 14 Standorten sollten über 2.000 Ports realisiert werden, gefordert waren alle Übertragungsmedien von IP bis zur Richtfunkstrecke. Die richtige Herausfor-

derung für das Tenovis Team unter der Leitung von Wolfgang Feldner und Martin Ehlert. Weil Jürgen Mußfeld (PA), Günther Saakel (KB) und Frank Jäger (SE) kompetenten Support auch in kritischen Projektphasen leisteten, Verkäufer Dirk Dralle, Lars Amann (M&S) und Vertriebsdirektor Udo Treuer ihnen in perfektem Zusammenspiel assistierten, konnte das Projekt in weniger als fünf Monaten, statt der veran-

schlagten zwölf, realisiert werden. Das entscheidende Wochenende verbrachten die Techniker nicht im Kreis ihrer Familien, sondern im Keller des Kunden. Restlos begeistert war der Kunde auch von der übersichtlichen Abrechnung, die Claudia Burg erstellt hat. Fazit: Ein erfolgreich abgeschlossenes Projekt ist nicht nur eine gute Referenz, sondern auch eine hervorragende Motivation für die nächste Herausforderung. **RH**

MAZ-Umfrage: Das wollen Sie lesen

► **Ein äußerst erfreuliches** Echo fand unsere MAZ-Leserumfrage. Bis Anfang März gingen 340 komplett ausgefüllte Fragebögen in der MAZ-Redaktion ein mit einer Fülle von Themenvorschlägen, Anregungen, aber auch kritischen Anmerkungen zum Kommunikationsmedium Mitarbeiterzeitung. Das genaue Ergebnis mit den wichtigsten Verbesserungsvorschlägen und Leserwünschen finden Sie zusammengefasst auf Seite vier.

Wussten Sie schon ...

► **dass die Mitarbeiter-Zeitung** nur für den internen Gebrauch bestimmt ist? Sie enthält überwiegend vertrauliche Informationen, die nicht für die breite Öffentlichkeit bestimmt sind, sondern in erster Linie die Kolleginnen und Kollegen bei Tenovis angehen. In der Mitarbeiter-Zeitung finden Sie zum Beispiel Hintergrundberichte über wichtige Umstrukturierungsmaßnahmen. Da es sich hierbei in der Regel um Firmeninterna handelt, bitten wir Sie, bei der Weitergabe an Außenstehende die entsprechende Vorsicht walten zu lassen. Selbstverständlich ist jedoch nichts dagegen einzuwenden, wenn auch die Familie einen Blick hineinwirft.

► **dass die MAZ durch** Ihre Mithilfe noch interessanter werden kann? Haben Sie eine Idee für einen Beitrag? Mailen Sie Ihren Vorschlag an mitarbeiter-zeitung@tenovis.com.

Technischer Service bündelt Kräfte

Mit Program Management richtet sich der Technische Service konsequent auf die Kundenanforderungen von morgen aus. Ziel: Alle Abläufe vereinfachen, vereinheitlichen und standardisieren.

► **Aufgrund der** Neuausrichtung von Tenovis haben sich viele Schnittstellen und Ansprechpartner geändert. Im Technischen Service wurden die Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereichen, wie zum Beispiel M&S und Controlling, im Program Management zusammengefasst. Nachfolgend erhalten Sie einen ersten Überblick, wer jetzt für welche Aufgaben Ihr Ansprechpartner ist: Das Program Management ist der neue „Backbone“ des Technischen Service.

Sein Ziel ist es, alle organisatorischen beziehungsweise umfangreicheren Aufgaben zu übernehmen, um dadurch die wachsende Komplexität in der Fläche zu verringern und im Prozess ausführbare Standardpakete in den Regionen zu schnüren. Darüber hinaus sind im Program Management Supportabteilungen zusammengefasst, die für die gesamte Organisation tätig sind und die Belange des Technischen Service für bestimmte Teilbereiche vertreten. Diese Teilbereiche sind:

Die Program Management Organisation (PMO). Hier werden Abläufe sowie Aufgaben und Verantwortlichkeiten definiert, geplant, umgesetzt und geprüft. PMO ist die zentrale Steuereinheit, die festlegt, wie und mit welchen Hilfsmitteln wir unser Geschäft betreiben.

Die Service-Preisgestaltung sowie Kalkulation, Unterstützung im Vertriebsprozess, Konzepte, Vertragsgestaltungen, aber auch die Bewertung einzelner Projekte aus Sicht des Technischen Service liegen in der Verantwortung des Business Development (PMD).

Das Technische Projektmanagement (PMT) ist für die technische Realisierung aller überregionalen und komplexen Projekte sowie deren Migration in den Serviceprozess verantwortlich.

An der Übergabeschnittstelle tritt Business Operations (PMB) in die ganzheitliche Betreuung von Servicekunden im Tagesgeschäft ein. Der Vorteil für die Servicekunden liegt in einem festen Ansprechpartner,



der sich um alle operativen Themen kümmert. Der Focus liegt hier schwerpunktmäßig im Third-Party-Geschäft.

Der Bereich Program Management Serviceabrechnung (PMA) trägt die Verantwortung für die gesamte MSA-Abrechnung einschließlich der Dekadenberichte. Darüber hinaus hat PMA die Verantwortung für die gesamte Projektabrechnung aus den Third-Party-Geschäften.

Das Produkt Management (PMP) bildet das Interface bezüglich der Tenovis Produktpalette zu M&S. Es sorgt für die

Abstimmung und Berücksichtigung aller Themen des Technischen Service im Rahmen des „Product Life Cycle“. Das Produktmanagement eigener Dienstleistungen sowie die Schulungskoordination werden ebenfalls vom PMP voll verantwortlich durchgeführt.

Weitere aktuelle Informationen zum Program Management, aber auch zur regionalen Service-Struktur und zu den Aufgaben des Helpdesks können Sie auf der Startseite des Service-Portals im Intranet finden. **SM**

Stressfrei durch Telearbeit

► **Reiner Morgenstern**, 39, Teamleiter Kundendienst der Region Südwest, startete Anfang März als einer der ersten Test-User mit mobiler Telearbeit. Als Führungskraft des Serviceteams TSW/ST-4 zeichnet er für unsere Kunden und Kundendiensttechniker in der Frankfurter Innenstadt verantwortlich. Der mobilen Telearbeit sieht der Serviceteamleiter optimistisch entgegen, hat er doch schon nach wenigen Arbeitstagen erste positive Erfahrungen gemacht. Begeistert ist Morgenstern vor allem von der flexiblen Zeiteinteilung: „Das ist für mich ein großer Vorteil, weil ich so die allmorgendliche Rushhour umgehen kann. Das spürt auch der Kunde, denn ich komme stressfrei an.“ Ende Februar hat der verheiratete Vater von zwei Kindern sich mit viel Liebe ein kleines Büro im Erdgeschoss seines Hauses im Bremthal im Taunus eingerichtet. Als Test-User steht Reiner Morgenstern in engem Kontakt mit der IT-Abteilung, um kleine Unzulänglichkeiten im Umgang mit dem technischen Equipment und der Software sofort klären zu können. Zu monieren hat er bislang nicht viel: „Die Technik funktioniert erstaunlich zuverlässig.“ **SM**

Nachgefragt bei ... Tim Kanters

Tim Kanters, Leiter des Key Account Management über die Zukunft des Technischen Service.

► **Tenovis MAZ:** Worin sehen Sie künftig die Aufgaben des Key Account Managements des Technischen Service?

Tim Kanters: Die Aufgabe des Technischen Service ist es, den IT-/TK-Dienstleistungsbereich weiter auszubauen, da am Markt immer häufiger derartige Dienstleister nachgefragt werden. Wir treten hier als kompetenter, flexibler und flächendeckender Dienstleister auf. Das Key Account Management unterstützt diesen Ausbau durch die Akquise neuer Kunden und der Gewinnung neuer Kooperationspartner.

Tenovis MAZ: Welche Maßnahmen haben Sie dazu ergriffen?

Tim Kanters: Zunächst sind wir Partnerschaften mit Wincor-Nixdorf, Omnetica und EDS eingegangen. Angefangen haben wir dabei mit nur zwei Mitarbeitern. Jetzt verstärken wir unser Team mit je einem Key Account pro Tenovis Region. Zur Umsetzung der Projekte haben wir ein Kalkulationstool, feste Service-Level und Leistungsbeschreibungen entwickelt. Bei der Umsetzung und Begleitung neuer Projekte unterstützt uns das Program Management.

Tenovis MAZ: Was ist der bisher größte Erfolg?

Tim Kanters: Die Zusammenarbeit mit Wincor-Nixdorf, die wir jeden Monat ausbauen. Ziel ist es, Preferred Partner im Dienstleistungsbereich für Point-of-sale IT-Systeme zu sein. Außerdem das World Trade Center in Amsterdam. Dort haben wir bewiesen, dass wir nicht nur Entstörungen meistern, sondern ein kompetenter Dienstleister für Consulting, Konzeption, Implementierung und Betrieb sind. Inzwischen sind wir sogar Referenz für das Blade-Server-Konzept von Fujitsu Siemens.

Tenovis MAZ: Welches Potenzial sehen Sie für Tenovis in den Dienstleistungen des Technischen Service?

Tim Kanters: Mit dem unkonventionellen Einstieg über technische Dienstleistungen eröffnen sich weitere Chancen für das Telekommunikations-Geschäft, sowohl bei Neukunden als auch bei den bestehenden Kunden. Um diese neue Herausforderung gut zu meistern, werden wir den Kontakt mit dem Tenovis Vertrieb weiter intensivieren, und gemeinsam wollen wir in Zukunft verstärkt große Dienstleistungsprojekte angehen. **SM**



Sieht große Potenziale im Third-Party-Geschäft: Tim Kanters, Leiter Key Account Management, Technischer Service

Tenovis Teams auf der CeBIT

► Der Einzelne ist nichts, die Mannschaft alles. Die Bilder zeigen Teams, die zum Erfolg beigetragen haben. Im Fokus hier das Technik-Team: Immer im Hintergrund, aber ständig präsent. Technik, so weit das Auge reicht. Zwei große

Lüfter versuchen, die Luft in dem kleinen, fensterlosen Raum erträglich zu machen. Dennoch ist die Stimmung gut, manchmal fällt auch ein kurzer, trockener Witz über die Kollegen vorn auf dem Stand, deren einzige Werkzeuge „Kamm



Region West: (v.l.n.r.) Klaus-Heinrich Markhoff, Peter Ossege, Lukas Baur, Jörg Nüsken

Frankfurt: (hinten v.l.n.r.) Konstantin Nowak, Khalil Kammoun (vorne v.l.n.r.) Mike Weiss, Heiner Sieger, Ralf Hecker, Bernd Rothgerber, Michaela Dalchow, Steffen Storbeck, Sandra Schnellert

Security-Team: (v.l.n.r.) Guido Burchartz, Georg Gesele, Jens Kalecinski, Sven Heinig, Thorsten Chytrek

Region Nord: (v.l.n.r.) Markus Falk, Jasmin Naweito

Region Südwest: (v.l.n.r.) Thomas Schmidt, Dirk Ziehm, Srdjan Nedeljkov, Frank Lunardi, Rainer Barreiß, Dieter Kimmelman, Andreas Winter

Regionalleiter Südwest

Hans-Jürgen Bahde verantwortet seit dem 10. März 2003 bei Tenovis als Regionalleiter den Vertrieb der Region Südwest.

► **Mit effizienten und effektiven** Vertriebsprozessen und einer profitablen auf Bestandskunden-Durchdringung und Neukunden-Gewinnung ausgerichteten Kundenstrategie will Bahde das hohe Marktpotenzial in der Region weiter ausschöpfen sowie die Verschmelzung der Region Südwest vorantreiben. Dabei kommen ihm seine langjährigen Erfahrungen aus vergleichbaren Integrations- und Transformationsprozessen bei General Electric zugute. „Insbesondere die Professionalität in der Strukturierung von Veränderungsprozessen und die entsprechende Umsetzungskonsequenz habe ich schätzen gelernt.“ Hans-Jürgen Bahde baut auf eine langjährige Managementenerfahrung in Vertrieb, Marketing und Consulting-Services bei namhaften IT-Unternehmen wie SAP, SerCon/IBM und GE Capital IT Solutions. Der studierte Diplom-Kaufmann und Wirtschaftsinformatiker ist verheiratet, stolzer Vater von drei Töchtern und wohnt bei Mannheim – im Herzen der Region Südwest.



IN

Sport schafft Vertrauen

► **Mit der kleinen** Scheibe aus Hartgummi, die zum Eishockeyspiel benötigt wird, hat die Erfolgsstory angefangen. Schnell und dynamisch sehnt sich der Puckjäger nach dem Torerfolg, genauso wie der Verkäufer nach dem Auftrag. Tenovis hat in Kassel vor einigen Jahren mit dem Sponsoring begonnen. Unser Firmenlogo zielt aufmerksamkeitsstark den Mittelkreis und unsere Kunden folgen gerne den Einladungen zum Eishockey beim DEL-Club Kassel Huskies. Über den Geschäftskontakt kamen Mitarbeiter und Kunden auf eine andere Beziehungsebene. Es gelang schnell, Vertrauen in Tenovis, seine Mitarbeiter und deren Leistungen aufzu-



bauen. Wir bekamen Zugang in die Netzwerke der Kasseler Businesswelt. Unterstützt durch Potenzialanalyse und umfangreiche Adressdateien gelang es, den Neugeschäftsanteil um 30 Prozent zu steigern. Pro Saison knüpfen wir 100 direkte Neugeschäftskontakte und dringen dabei in den Top-Level-Bereich ein. Inzwischen reichen unsere Kontakte über IT-Unter-

nehmer, Anwender, Mittelstandsvereinigungen, Marketingclubs, Wirtschaftsförderungen, Technologiestiftungen sowie Forschung und Lehre bis zu den Verantwortlichen von Stadt und Land. Schon 30 mal berichteten Zeitungen über unsere Partnerschaft mit den Huskies, genauso oft waren wir in Internetbeiträgen und im Fernsehen präsent. **RB**

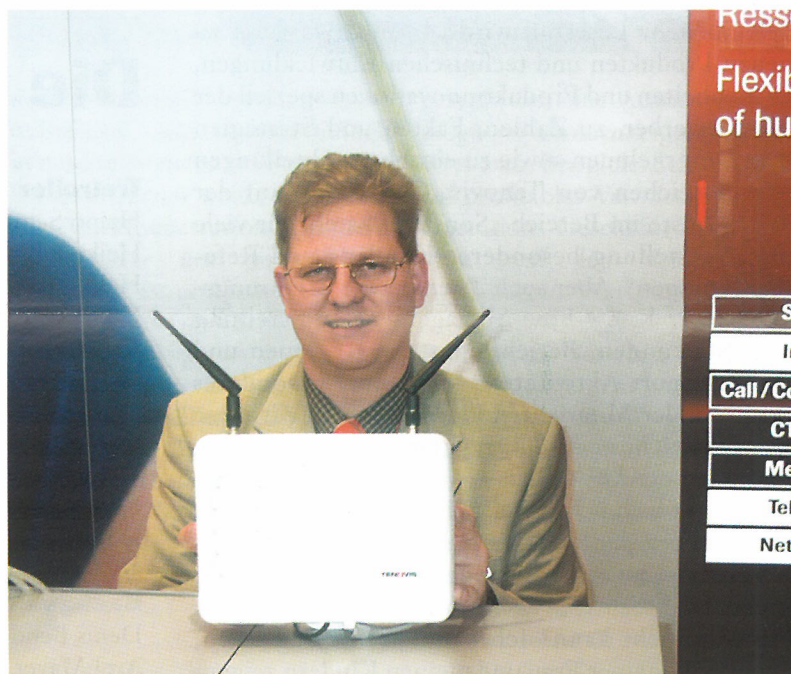
Tenovis setzt Trends in der Business-Kommunikation

„Womit verdient Ihr Unternehmen sein Geld?“ Mit dieser Frage begannen viele Messengespräche auf der CeBIT 2003.

► **Der Kunde oder Interessent** beschreibt dann – oft mit viel Stolz – sein „Kerngeschäft“ und die entsprechenden Prozesse. Dabei geht es in der Regel um Erreichbarkeit, Kostenmanagement und Sicherheitsaspekte. Im Verlauf des Gesprächs wird es konkret: Mit welcher Tenovis Lösung kann der Kunde seine Kommunikation und damit seine Betriebsergebnisse optimieren. Ein Trend der CeBIT war mobile Kommunikation. Tenovis zeigt hier Lösungen, die heute schon verfügbar sind. Die Rufumleitung auf das Handy ist ein alter Hut. Jetzt kann der Angerufene vom Handy aus direkt an den Kollegen im Büro oder auch unterwegs weiterverbinden – mit dem „Teleserver Mobile Pro“. Dessen Einsatz erhöht die Erreichbarkeit des Unternehmens und spart Verbindungskosten. Mit den Bluetooth-Lösungen für mehr Mo-

bilität am Arbeitsplatz ist Tenovis Trendsetter: Die winzige Antenne am T3-Apparat, das Handset „Blue Voice“ sowie das schnurlose Headset für Vieltelefonierer setzen Maßstäbe. In die Kategorie „Intelligente Lösungen“ gehört auch das kleine Kästchen mit den zwei kurzen Antennen darauf, zum Beispiel für den PC im Netz. In der Box sind zwei weitere DECT-Antennen versteckt. Anschaltet wird das Kästchen über einen ganz normalen Ethernet-Anschluss. So werden mit „DECT over IP“ und „W-LAN“ in einer Box – der Produktname ist CORS (Combined Office Radio System) – die Kosten für die Infrastruktur erheblich reduziert. Ein weiterer Nutzen für die Kunden: Sie verfügen über mobile Sprachkommunikation und mobile Datenkommunikation in jeweils bester Qualität.

Sehr interessante Diskussionen gab es immer wieder auch rund um das Thema Sicherheit. Ein möglicher „Security Check“ war vielfach der Aufhänger für weiterführende Gespräche. Dabei ging es nicht zuletzt auch um die Frage der persönlichen Haftung von IT-Leitern und Geschäftsführern. Wer 35 Euro (!) für eine CeBIT-Eintrittskarte ausgibt, hat ernsthaftes Interesse an neuen Kommunikationslösungen. Wider aller Erwartungen haben die Tenovis Mit-



Tenovis Mitarbeiter Björn Weidner mit der neuen CORS-Box

arbeiter auf der CeBIT 27 Prozent mehr Fachgespräche geführt als im Jahr 2002. Und beim Anblick unseres Messestandes (siehe die Bilder im Intranet) zweifelt kein Kunde, kein Interessent und auch kein Wettbewerber an der Leistungsfähigkeit von Tenovis. **ST/RH**

& Kugelschreiber“ sind. Ob das BCC unter den vielen Vorführungen leidet oder der Assistent der Standleitung wieder mal sein Outlook nicht bedienen kann: schnell und geräuschlos wird eingegriffen. Übrigens: Dieses Team hat 8.000

Meter Netzkabel und 4.000 Meter Telefonkabel verlegt, 104 PCs vernetzt, 14 Server und fünf vernetzte TK-Systeme in Betrieb genommen. Unser besonderer Respekt und Dank gilt den Kollegen im CeBIT-Technikraum. **RH**



Region Süd: (v.l.n.r.) Sven Deckert, David Günther, Josef Scheidler, Thomas Widl



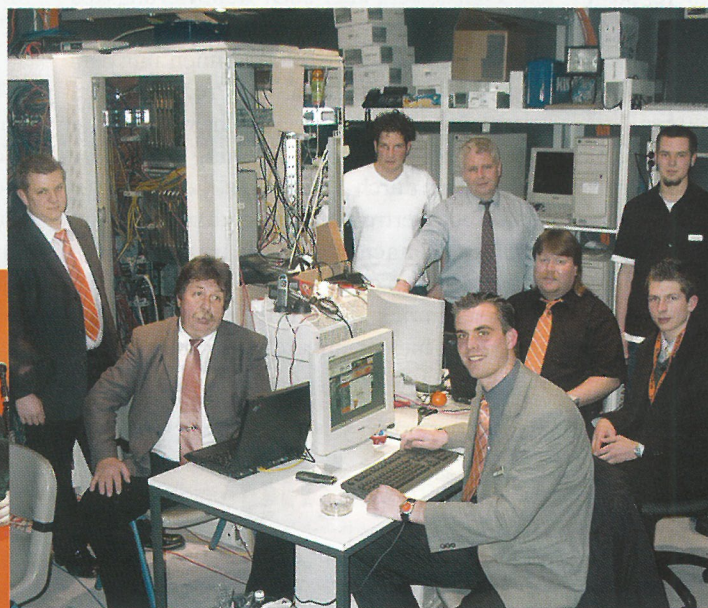
„Service“: (v.l.n.r.) Gerhard Teichmann, Jürgen Urbitsch, Konstantin Nowak, Guido Burchartz, Martin Hildebrandt



Back- und Frontoffice: (hinten v.l.n.r.) Joachim Thielen, Sara Hansen, Petra Maya-Stahlmann, Martina Drach, (vorne v.l.n.r.) Jessica Stelzer, Viola Pfuhl, Emilie Goury



Solist: Bernhard Flindt



Technik: (v.l.n.r.) Marc Heldmann, Ralf Pingel, Daniel Menges, Ronald Fiedler, Benjamin Schulz (sitzend v.l.n.r.) Jan Schad, Michael Schenk, Christian Bös

Dank an die Fotografen Peter Gärtner und Jürgen Urbitsch

Mitarbeiterzeitung stößt auf Zustimmung

Zwar gibt es auch kritische Stimmen, die grundsätzlich die Existenz einer Mitarbeiterzeitung hinterfragen, doch die Mehrheit der Mitarbeiter sieht in der MAZ eine wichtige Ergänzung zum Intranet.

„Warum wird die Mitarbeiterzeitung in Papierform versendet?“ „Vorwärts, es geht zurück?“ „Wozu brauchen wir eine Mitarbeiterzeitung, wir haben doch dazu das Intranet als Plattform für die betriebsinterne Kommunikation?“ Fragen dieser Art bildeten den Schwerpunkt der Kritik der Mitarbeiter. Sie lassen jedoch außer Acht, dass derzeit rund 2.000 Tenovis Mitarbeiter über keinen Intranetzugang verfügen. Auch diese Kollegen sollten sich regelmäßig über die wichtigsten Vorgänge im Unternehmen informieren können.

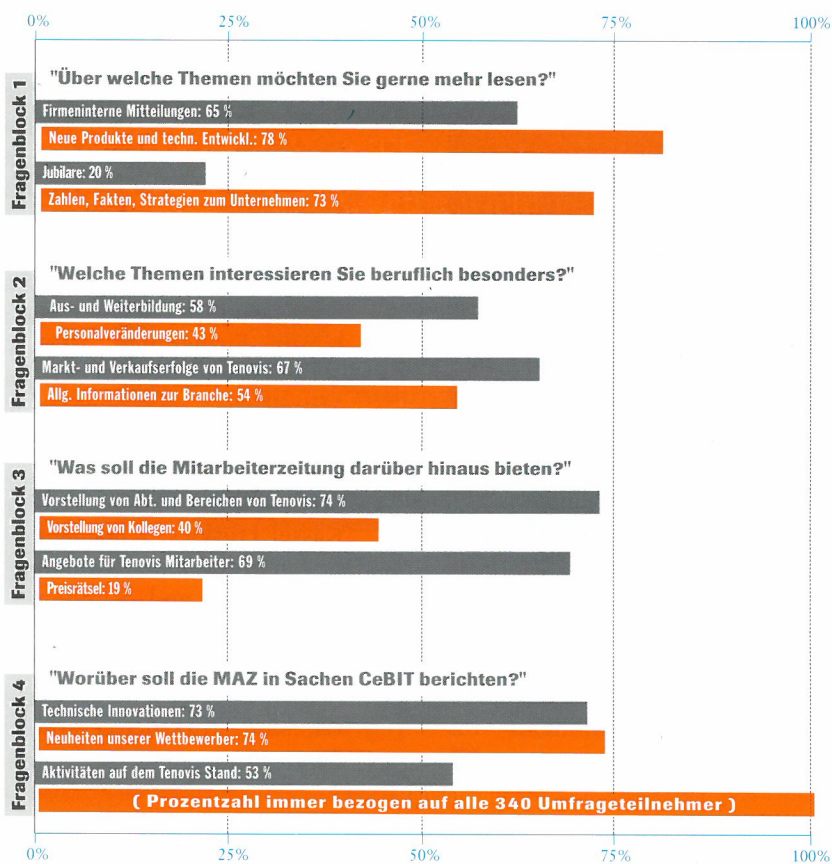
Das ist gerade jetzt wichtiger denn je, da Tenovis in vielen Bereichen vor großen Umstrukturierungen steht und die Geschwindigkeit des Wandels weiter zunimmt. Die Mitarbeiterzeitung schließt somit eine klaffende Lücke in der internen Kommunikation.

Dabei will die Mitarbeiterzeitung aber keineswegs in Konkurrenz zum Intranet treten. Sie ist vielmehr gedacht als wichtige Ergänzung zum eher aktuell und auf Detailinformationen ausgerichteten Portal und will sich mehr mit den Menschen bei Tenovis, mit Hintergründen, Strategie und Wettbewerb befassen.

Dieser Ansicht ist auch die große Mehrheit der MAZ-Leser, wie die nebenstehende Auswertung belegt. Mehr Lesestoff wird vor allem verlangt zu neuen Produkten und technischen Entwicklungen, zu Neuheiten und Produktinnovationen speziell der Wettbewerber, zu Zahlen, Fakten und Strategien zum Unternehmen sowie zu einzelnen Abteilungen und Bereichen von Tenovis. Ganz oben auf der Wunschliste im Bereich „Sonstiges“ steht für viele die „Vorstellung besonderer Kunden- und Referenzlösungen“. Aber auch Themen wie Erfahrungsaustausch, Know-how-Management, Vorstellung von Neukunden, Berichte aus den Regionen und Betriebssport-Aktivitäten sind ein besonderes Anliegen der Mitarbeiter. Gerne nehmen wir diese und zahlreiche andere Anregungen in den nächsten Ausgaben der MAZ auf.

Nicht unerwähnt bleiben soll das Statement eines Mitarbeiters, der besonders anschaulich den Unterschied zwischen Mitarbeiterzeitung und Intranet auf den Punkt brachte: „Was kann eine Zeitung, was das Intranet nicht kann? Ich kann sie im Zug lesen, Freunden, meiner Frau und meinen Kindern zeigen, sie ist öffentlicher als das Intranet ...“

JF



Die Gewinner sind ...

Tretroller

Heino Schmidt, Frankfurt
Heike Lehnert, Dresden
Helmut Hock, Frankfurt
Udo Hielscher, Frankfurt
Ralf Oellerich, Völklingen

Uhr

Horst Moder, Dietzenbach
Karsten Behnke, Frankfurt
Jan Haberland, Berlin

Backgammon

Denis Bender, Stuttgart
Axel Mayer, München
Rabea Wesselmann, Essen

MAZ
Befragung



Thomas Schmitt, Frankfurt
Liese Philipp, Ammersbek

Irmgard Rannersmann, Stuttgart
Hendrik Grabow, Bielefeld

In letzter Minute

Frühjahrsaktion bei E-Plus

E-Plus hat für die Tenovis Mitarbeiter für deren private Nutzung eine besondere Frühjahrsaktion gestartet. Noch bis zum 30. April 2003 bietet E-Plus ein attraktives Tarifmodell mit 65,- € Startguthaben, Rabatte auf die Gesprächsminutenpreise und drei günstige Handys (Nokia 6310i, Nokia 3510i, Siemens C55). Weitere Informationen dazu im Tenovis Intranet oder bei Petra Siefert, Mitarbeiterin im Einkauf am Standort Frankfurt.

Kunde zurückerobert

Atos Origin ist wieder Tenovis Kunde: Ende Februar erteilte das Unternehmen den Auftrag für eine MCC-Lösung in Verbindung mit dem Cisco Call Manager am neuen Helpdesk-Standort Hamburg. Das Unternehmen hatte im vergangenen Jahr in Nürnberg auf Grund von Umstrukturierungen die dort im Einsatz befindliche MCC-Lösung an der TK-Anlage Philips Sopho gekündigt. Nachdem ein Wettbewerber zuvor an dem Hamburger Projekt gescheitert war, wurde nun Tenovis erneut mit der Realisierung beauftragt.

Neuer Auftrag der Deutsche Bahn AG

Die zentrale Betreuung der Deutschen Bahn AG trägt weiter Früchte. Nach dem Auftrag im Herbst 2002 für den Berliner Standort am Potsdamer Platz entschied sich die DB AG auch bei der Telekommunikationslösung für den Gebäudeverbund in der Stephensonstraße sowie der Mainzer Landstraße in Frankfurt für Tenovis.

Umfrage zur mobilen Telearbeit

Ab Anfang April wird die Firma TA Telearbeit im Auftrag von Tenovis eine Mitarbeiterbefragung bei all den Mitarbeitern vornehmen, die in die mobile Telearbeit gehen. Ziel der anonymisierten Online-Befragung ist es, das momentane Meinungsbild zur Telearbeit aufzunehmen. In etwa drei Monaten wird diese Befragung wiederholt werden. Die Umfragen sollen den Prozess unterstützen, um das Telearbeitskonzept für alle Beteiligten zu optimieren.

ST

Häufig gestellte Steuerfragen zur mobilen Telearbeit

Nachdem Service-Chef Mike Weiss in der letzten Ausgabe Steuerfragen zur mobilen Telearbeit nur streifen konnte, gibt unsere Steuerabteilung nun einige grundlegende Antworten zu diesem Thema.

Wann und in welcher Höhe kann ich ein häusliches Arbeitszimmer geltend machen?

Alle Aufwendungen hierfür, wie etwa anteilige Wohnungsmiete, Strom- und Heizkosten, aber auch Renovierungskosten. Allerdings werden an ein solches Arbeitszimmer erhebliche Anforderungen gestellt: Diese Kosten können nur dann geltend gemacht werden, wenn mehr als 50 Prozent der gesamten Arbeitszeit im Arbeitszimmer verbracht werden oder wenn kein anderer Arbeitsplatz zur Verfügung steht. Dies können unsere Mitarbeiter durch Verweis auf die Zusatzvereinbarung zu ihrem Arbeitsvertrag gegenüber dem Finanzamt immer nachweisen. Dann können Kosten von bis zu 1.250 Euro im Jahr als Werbungskosten geltend gemacht werden. Nur dann, wenn das Arbeitszimmer den Mittelpunkt der Arbeit darstellt, sind die Kosten hierfür unbeschränkt abzugsfähig. Ob das bei einem mobilen Telearbeiter gegeben ist, beurteilen

die Finanzämter uneinheitlich. Tipp: die Rechtsprechung hat das häusliche Arbeitszimmer bei Reisenden oder Handelsvertretern mehrfach als Tätigkeitsmittelpunkt anerkannt. Weisen Sie bei Problemen Ihr Finanzamt auf das BFH-Urteil vom 2.2.1994, VI R 109/89 (BStBl II 1994, S. 422) hin.

Welche Kosten kann ich noch geltend machen?

Auch wenn es banal klingt: Es können nur solche Kosten als Werbungskosten abgezogen werden, die der Arbeitnehmer auch selbst getragen hat. Eine Besonderheit stellen dabei pauschale Kostenerstattungen durch den Arbeitgeber dar, die immer voll zu versteuern sind. Aus diesem Grund stellt Tenovis dem Arbeitnehmer die IuK-Technik zur Verfügung, behält das Eigentum daran und erstattet im übrigen nur nachgewiesene Kosten, etwa dann, wenn ein Telefon-Zweitanschluss nicht möglich ist.

Gibt es Änderungen bei der Versteuerung meines Dienstwagens?

Ja. Wird das häusliche Arbeitszimmer nämlich zur regelmäßigen Arbeitsstätte, dann sind die Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte nicht mehr zu versteuern. Da aber gleichzeitig der korrespondierende Werbungskostenabzug entfällt, muss das nicht unbedingt finanzielle Folgen haben.

An wen kann ich mich mit weiteren Steuerfragen wenden?

Die Personal- und die Steuerabteilung hilft Ihnen gerne weiter – allerdings sind uns durch das restriktive Steuerberatungsgesetz die Hände gebunden, weshalb wir nur sehr allgemeine Auskünfte geben dürfen. In der Regel wird es besser sein, einen Steuerberater aufzusuchen und sich dort ausführlich zu informieren.

WT

Richtigstellung

Irrtümlich wurden in dem Artikel „Gehaltsverzicht“, Ausgabe 1 im Februar 2003, einige Angaben vergessen. Richtig hätte es heißen müssen: „Bei der Tenovis Comergo GmbH stimmten insgesamt 98,4 % der Mitarbeiter dem Beschäftigungssicherungsmodell zu. 90,3 % der Mitarbeiter haben sich dabei für einen teilweisen Bonusverzicht bis zu 10 % in 2003 und 8,1 % der Mitarbeiter für eine Arbeitszeitverkürzung bis zu 12,5 % mit entsprechender Gehaltsanpassung entschieden“.

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

Redaktion: Heiner Sieger (HS), V.i.S.d.P., Hans-Joachim Jaquet (HJJ), Susanne Theisen (ST), Ralf Hecker (RH), Sandra Manurka (SM), Heinz-Günter Schmidt (HGS), Jürgen Hoffmann (JH), Ilka Neugebauer (IN)

Weitere Autoren: Andreas von Mayer zu Knorow (AMK), Jens Lappoehn (JL), Rainer Beuyshausen (RB), Werner Thumbs (WT)

Projektleitung: Carolin Ernst-Teichert

Vertriebskoordination: Emilie Goury

Konzeption & Realisierung: Konzepthaus Medien & Marketing GmbH München **Verlagsleitung:** Sascha Mennel

Redaktionsleitung: Jürgen Franke **Textchef:** Alexej Grigo **Bildredaktion:** Michaela Beck **Fotos:** Mathias Woltmann, Getty Images/Photodisc (I) **Layout:** Sandro Faganello, Joseph R. Ambs, Marc Ziegler **Lektorat:** Svenja Geithner, Bernhard Schnüriger

Produktion: Robert Kring **Litho:** MXM München **Druck:** Evers Druck, Meldorf

Kontakt: mitarbeiter-zeitung@tenovis.com

Impressum