

Tenovis Inside



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wünschen sich nichts sehnlicher, als dass die vielen Veränderungen endlich ein Ende haben und Ruhe einkehrt ins Unternehmen. Doch die Zeit ist noch nicht gekommen. Noch gilt es, neue Herausforderungen zu bestehen, um Tenovis zukunftssicher zu machen.

Im August haben wir die zweite Phase des Transformationsprozesses gestartet. Nachdem es bisher darum ging, die Kosten in den Griff zu bekommen, wollen wir jetzt echte „operational Excellence“ erreichen. Das Projekt „Atlas“ etwa ist darauf ausgerichtet, höchste Effizienz in sämtlichen Arbeitsabläufen zu erzielen. In den nächsten Monaten werden wir ein durchgängiges Product-Management installieren, die Auftragsabwicklung im Bereich Supply-Chain-Management zusammenführen, das Angebotswesen im Vertrieb verbessern und SAP Enterprise einführen. Für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringt Atlas Klarheit darüber, wer intern wem zuarbeitet und welche Unternehmensziele durch die eigene Arbeitsleistung erreicht werden können. Das Ergebnis: ein Unternehmen, das wesentlich besser zu steuern ist.

Ihr David Winn

Anders sein als die anderen

Auf das frostige Klima am engen TK-Markt reagiert Tenovis mit Differenzierung: Voice over IP, Eco-Services und Outsourcing-Angebote markieren den Trend – und machen das Unternehmen zum Top Player in Europa



Wir zeigen Profil: Nicht mit ruinösem Preis-Dumping, sondern mit einem gut strukturierten Angebot positioniert sich Tenovis.

► **Die Bilanz** zur Jahresmitte hat es gezeigt: Nach wie vor agiert Tenovis in einem sehr engen Markt. Preisverfall, schrumpfende Margen und „Kampfangbote“ der Konkurrenz im Kaufgeschäft kennzeichnen zurzeit den Alltag des Vertriebs. Die Kunden dagegen zeigen sich einerseits kostenbewusst – da wird auf Leistungen verzichtet, wenn dadurch Geld gespart werden kann –, erwarten aber andererseits allerneueste Technologie.

Das ruinöse Preisdumping einiger unserer Wettbewerber macht Tenovis nicht mit. Denn damit wird keinem geholfen, nicht heute und auch in Zukunft. Für uns ist die Situation eine Herausforderung, den Preisverfall aufzuhalten und uns vom Wettbewerb zu unterscheiden.

Von den definierten Trend- und Schwerpunktthemen überzeugen momentan drei die Kunden ganz besonders, auf Tenovis zu setzen: Voice-over-IP-Lösungen (VoIP),

Wirtschaftlichkeit mit Eco-Services sowie Outsourcing-Angebote.

In der Sprach- und Datenintegration hebt sich Tenovis durch das Migrationskonzept erfolgreich vom Wettbewerb ab. Im zurückliegenden Jahr, dem Jahr der Markteinführung unserer Konvergenzlösung auf Basis des Communication Server Integral 55, hat Tenovis bereits über 150 VoIP-Systeme installiert. In diesem Jahr werden wir die Anzahl auf 300 Installationen verdoppeln. Bis Anfang August 2003 waren bereits mehr als 220 Systeme mit VoIP ausgeliefert. Wichtig ist dabei: Kaum eine installierte Lösung ist eine reine IP-Lösung. Fast immer ist ein Nebeneinander von konventioneller und IP-Technologie die Anforderung.

Das VoIP-Angebot von Tenovis wird jetzt auch von externen Analysten positiv beurteilt. So konnten wir uns in der Bewertung durch die Gartner Group massiv verbessern. Während Ericsson und Mitel deutlich an Boden verloren haben und unsere Hauptwettbewerber Cisco, Alcatel, Siemens, Nortel und Avaya praktisch unverändert eingeschätzt werden, hat Tenovis stark aufgeholt und

wird von Gartner nun als „Herausforderer“ eingestuft. Tenovis bekommt durch diese neutrale und objektive Einschätzung der Analysten das Prädikat „Top Player in Europa“.

Die Angebote der Eco-Services sind ein Argument, mit dem wir glaubhaft machen können, dass Tenovis ernsthaft daran gelegen ist, die Wirtschaftlichkeit der Kunden zu erhöhen. Durch unsere Angebote holen wir den größtmöglichen Profit für unsere Kunden heraus.

Es gibt inzwischen Vertriebsteams, die 20 Prozent des Auftragseingangs über Eco-Services generieren. Tenovis verkauft übrigens als Reseller inzwischen jährlich 300 Millionen Telefonminuten.

Das Outsourcing-Angebot von Tenovis ist – als gleichwertiges Element neben dem Kauf- und dem Mietgeschäft – ein wichtiges Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerb. Auch wenn die Konkurrenz am Markt in letzter Zeit verschiedene Anstrengungen unternimmt, Tenovis diesen Vorsprung durch Nachahmer-Angebote streitig zu machen, so gilt: Echt ist nur das Original. ST

VoIP-Projekt

Tenovis vernetzt Institut in Venezuela

► **Der Vertriebspartner** von Tenovis für Venezuela, Telenorma C.A., erhielt im Januar 2003 den bis dahin größten Auftrag für VoIP-Vernetzung mit Integral 55 Systemen. Im September wurde die Installation in den 26 Standorten des Staatlichen Instituts für Agrarwissenschaften zu

vollen Zufriedenheit des Kunden abgeschlossen. Entscheidend für den Zuschlag: Kostenvorteile bei der Sprachkommunikation über das Datennetz sowie die Services Gebührenabrechnung, Sprachspeicher und Administration. Auftragshöhe: eine Million US-Dollar. MR



26 Standorte mit Integral 55 vernetzt: Mauricio Pena, Projektleiter bei Telenorma C.A., mit Entwicklungs-Leiterin Dorris Torres und IT-Leiter Felix Carreno vom Institut INIA.

Klare Entscheidung bei Namenswettbewerb

► **Sie haben entschieden:** „Tenovis Inside“ ist der neue Name unserer Mitarbeiterzeitung. Mit 246 von 630 Stimmen lag dieser Titel bei der Wahl über Intranet Voting, Fax, Post und telefonische Meldungen klar vor „Tenovision“ und „Tenovis News“. Die Schlusslichter bildeten „Tenovoice“, „Tenor“ und „News for us“. Vielen Dank fürs Mitmachen – die Gewinner finden Sie auf Seite 4. CET

„Tenovis Inside“ lebt von Ihnen

► **Forum, Chronik, Mittel der Orientierung** und Information: Medienforscher geben viele Antworten auf die Frage nach dem Sinn einer Zeitung. Eines steht für sie jedoch stets an erster Stelle: die Zeitung als Medium, das Gemeinschaft stiftet und Öffentlichkeit herstellt. Und das gilt auch für unsere Mitarbeiterzeitung. „Tenovis Inside“ ist eine Plattform für alle Kollegen. Wir wollen informieren, unterhalten, motivieren – und gerade in schwierigen Zeiten die Möglichkeit zum Dialog bieten. Dialog im Wortsinn umfasst aber immer zwei Seiten: Eine „MAZ“ ist daher weder kritikloses Mitteilungsblatt noch Vehikel für einseitige Attacken. Unsere Bitte an Sie, liebe Kolleginnen und Kollegen: Machen Sie mit! Schicken Sie uns Ihre Ideen und Beiträge! „Tenovis Inside“ lebt davon, dass wir gemeinsam daran arbeiten. Das ist auch der Grund, warum in der Redaktion Mitarbeiter aller Bereiche vertreten sind – vom Betriebsrat über den Vertrieb bis zum Marketing. SK

Zwischen Nordsee und Ardennen geht's steil bergauf

Namhafte Kunden, Aufträge bei Regierungsbehörden und ordentliche Wachstumsraten: Bei unseren Kollegen in Benelux stehen die Zeichen auf Wachstum



In der belgischen Hauptstadt setzen besonders die Regierungsbehörden auf Tenovis. Insgesamt arbeiten 200 Kollegen in unseren drei Niederlassungen in den Benelux-Ländern – und betreuen über 6000 Kunden.

► **Tenovis Benelux** – das sind die Niederlande, Belgien und Luxemburg. 200 Kollegen von uns arbeiten in den Benelux-Ländern: 170 in Belgien und Luxemburg, 30 in den Niederlanden. Wir haben drei Niederlassungen und sogar ein Verkaufsbüro im World Trade Center Amsterdam. Tenovis Benelux, das sind aber auch über 6000 Kunden – 95 Prozent von ihnen haben einen Wartungsvertrag,

50 Prozent mieten Lösungen von Tenovis.

Managed Services (MAS) ist ein wichtiger Faktor für Tenovis Benelux. Bis zum Ende dieses Jahres haben wir in den drei Ländern rund 125 MAS-Kunden, allein 100 davon im World Trade Center Amsterdam. Während es sich bei den Kunden im Welthandelszentrum um Unternehmen mit überschaubaren Mitarbeiterzahlen handelt,

spielt in Belgien der öffentliche Bereich eine besondere Rolle – zum Beispiel Regierungsbehörden.

Grund: der gute Ruf unseres Unternehmens in den Benelux-Ländern und die hervorragenden Referenzen. Dazu gehören klangvolle Key Accounts wie Volkswagen, Groupe4, Domo oder Desserloo Industrie. Namen, auf denen sich Tenovis allerdings nicht ausruhen will: In

den vergangenen zwei Jahren hat das Neugeschäft insgesamt rund 70 Prozent des gesamten Auftragsvolumens ausgemacht. Selbst im SME-Geschäft in Belgien, in dem wir zunächst Kunden verloren haben, zieht Tenovis wieder kräftig an.

Nach oben geht die Wachstumskurve aber auch in den Niederlanden. Hier haben wir weitere Marktanteile hinzugewonnen, weil einige Wettbewerber an Boden verloren haben und sich Tenovis besonders gut im Bereich SeCom positionieren konnte. Hier macht das Neukundengeschäft ganze 90 Prozent des SeCom-Geschäftes aus.

Der Ausblick für Tenovis Benelux in 2004 ist viel versprechend: In den Niederlanden arbeiten wir darauf hin, unseren Marktanteil von heute sieben Prozent auf 10,5 Prozent zu steigern – mehr als das Dreifache unseres Marktanteils aus dem Jahre 2000.

Während es gilt, den Miet- und Wartungsbestand zu halten, soll das MAS-Geschäft weiter ausgebaut werden. Und in der Innenorganisation richtet sich das Augenmerk künftig noch stärker auf den Ausbau des Vertriebs.

AR/MG

Tenovis am Campus

Vorzeigeprojekt in Leiden verhilft Studenten zu schnellem Internet und kostenlosen Telefonaten

► Im Rahmen eines viel beachteten Vorzeigeprojekts haben die niederländische Gesellschaft für Studentenwohnheime Leiden (SLS) und die Universität Leiden Studentenwohnheime mit modernster Kommunikationstechnik ausgestattet. Zusammen mit Lijbrandt Telecom, TK-Partnern und Netzbetreibern aus Hillegom versorgt Tenovis den Campus mit Internet-Anschlüssen, Telefonleitungen und Kabel-TV. Für die erste Phase des Projekts hat Tenovis einen Rahmenvertrag für die Lieferung, Implementierung und den Betrieb der kompletten Ausstattung in Höhe von 2,7 Millionen Euro. Die Studenten bekommen nicht nur preiswertes, ultraschnelles Internet – sie können jetzt auch untereinander kostenlos telefonieren. MG



Kommunikativer Campus: die Uni Leiden.



Setzt auf Teamwork: Danny Waardenburg

Nachgefragt bei ... Danny Waardenburg

Danny Waardenburg, Managing Director Tenovis Benelux: Mit klaren Zielen auf Erfolgskurs

► **Tenovis:** Tenovis: Die Zahlen in Benelux weisen kräftig nach oben. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Waardenburg: Ein gutes Team ist das A und O eines jeden Erfolges. Mein Team weiß genau, was am Markt los ist und ist bereit, ganz neue Projekte anzugehen und umzusetzen. Meine Leute wissen genau, was ich von

ihnen erwarte. Ich setze manchmal harte Ziele, aber ich kommuniziere diese auch sehr klar und vereinbare sie mit ihnen.

Tenovis: Wie funktioniert die erfolgreiche Mischung zwischen den drei Ländern Belgien, Luxemburg und den Niederlanden?

Waardenburg: Es sind drei verschiedene Länder – aber es ist

nicht so, dass die Niederländer vom Mars und die Belgier vom Pluto sind. Natürlich macht man hin und wieder Witze: So heißt es, die Niederländer seien geizig, die Belgier äßen nur Pommes Frites und die Luxemburger seien alle reich. Im Prinzip ist es so, dass eine Strategie für alle drei Länder einheitlich geplant wird, die Um-

setzung auf Kundenebene aber sehr lokal erfolgen muss.

Tenovis: Danny, derzeit sind Sie sehr oft in Frankfurt – was sind Ihre momentanen Aufgaben dort?

Waardenburg: Ich wirke dabei mit, das BDP-Sales Force Management Projekt europäisch auszurichten.

AR/MG

Teams und Köpfe aus Europa

► **Die Gesichter von Tenovis** – so vielfältig und bunt wie Europa. Das beste Beispiel sind die Beneluxländer: Fünf verschiedene Sprachen spricht man dort, und jedes Land hat seine Eigenheiten, seinen eigenen Charme. Doch bei der Arbeit un-

serer Kollegen in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg gibt es zweifelsohne mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede. Und genau das gilt auch für die anderen Standorte von Tenovis in ganz Europa.

SK



Klaus Odenbrett, Systemberater P.A., Telekommunikation, Köln



Udo Dorstijn, Vertriebsdirektor Niederlande



Pascale Boterbergh, Personalleiterin Benelux



Dieter Bonn, Systemberater P.A., Breitengeschäft/Secom, Köln



Carmen Herrera, Customer Service Administrator, Belgien, Niederlande

Wenn die Drähte heiß laufen

Bei den Tenovis Servicehotlines ist immer was los: Über 2.500 Mitarbeiter des technischen Services erbringen Dienstleistungen für über 175.000 Kunden – und jeder Kunde hat Anspruch auf höchste Qualität

► **7:44 Uhr.** Bei der Service Hotline von Tenovis Österreich wird der Totalausfall der Telefonanlage eines Bezirksgerichts gemeldet. Ein Blick auf die Kundendaten zeigt: Der Servicefall hat höchste Priorität.

Schnell stellt sich bei der ersten Kontaktaufnahme des Online-Teams mit dem Kunden heraus, dass eine Behebung der Störung per Fernwartung nicht möglich ist. Ein Hardwarefehler macht

den Technikereinsatz vor Ort nötig.

Service Call Center Magdeburg, 8:21 Uhr. Es ist nicht der Tag der Gerichte. Bei einem Sozialgericht in Rheinland-Pfalz lädt nach einem Stromausfall eine Nebenstelle die Software nicht mehr. Die Störung wird an den Helpdesk weitergeleitet. Um 9:14 Uhr setzt sich der Mitarbeiter mit dem Kunden in Verbindung und führt Diagnosearbeiten aus. Der Softwarefehler wird behoben, aber nach einigen Minuten steht fest: Der Hörer ist defekt und muss ausgetauscht werden. Kunde und Helpdesk-Mitarbeiter vereinbaren den Besuch eines Technikers am Nachmittag.

Bei unseren Servicehotlines ist immer viel los. Es gilt, für europaweit mehr als 175.000 Kunden Support zu leisten. Über 1,3 Millionen Serviceanforderungen werden jährlich angenommen und bearbeitet oder weitergelei-

tet. Mehr als 2.500 Mitarbeiter sorgen dafür, dass die Servicevereinbarungen in höchster Qualität erfüllt werden.

Um 9:20 Uhr macht sich Alexander Handler in Österreich auf den Weg zum Gericht. In seinem Wagen hat er alles, was er für den Einsatz benötigt. Nach einer Stunde Anfahrt kann er die Anlage des Kunden, eine Integral 33 xe W1 überprüfen. Diagnose: Defekt der Leiterplatten. Er tauscht das Material aus, fährt das System wieder hoch. Um 12:09 Uhr meldet er den Auftrag nach einer Systemprüfung als abgeschlossen.

Tenovis ist bekannt dafür, einen hervorragenden „Kundendienst“ zu bieten. Doch diesen Begriff hört Mike Weiss, in der Geschäftsleitung verantwortlich für den Technischen Service in Europa, nicht gerne. „Seit der unternehmensweiten Neuausrichtung im Herbst 2002 sind wir europaweit im Unternehmensprozess für



Einsatzbereit: Service-Wagen von Tenovis.

die Dienstleistungen Installation und Projektmanagement sowie die gesamten Service- und Wartungsleistungen verantwortlich. Wir verstehen uns als umfassender, branchenübergreifender Dienstleister. Daher ist die Bezeichnung „Technischer Service“ treffender.“

Wie am Morgen vereinbart, kommt um 16:15 Uhr der Techniker zum Gericht. Jetzt kann auch in Rheinland-Pfalz wieder telefoniert werden.

Wer bei Tenovis einen Service-Vertrag abschließt, legt durch die Wahl der Serviceklassen als Kunde selbst den Rahmen der technischen Dienstleistungen fest. Die Klassen unterscheiden sich in Punkten wie Reaktionszeiten, Leistungsumfang und Bereitschaftszeiten.

Doch unabhängig von der gewählten Serviceklasse: Die Mitarbeiter des Technischen Service beliefern alle Kunden mit konstant hoher Qualität. TS/SM

Hochbetrieb bei den Hotlines: 1,3 Millionen Serviceanforderungen werden jährlich angenommen und weitergeleitet.



„Neuer Türöffner beim Kunden“

Vertriebsbeauftragte ziehen positive Bilanz aus Pilotgeschäft mit Office Management Pro: Deutschlandweiter Roll-out

► **In Zusammenarbeit** mit Panasonic haben unsere Kollegen im Münchner Raum erfolgreich ein sechsmonatiges Pilotgeschäft zur vertrieblichen Vermarktung von multifunktionalen Geräten abgeschlossen. Die Geräte integrieren Funktionen zum Faxen, Kopieren, Scannen und Drucken. Bereits in den ersten Monaten konnten über 40 Geräte vermarktet werden.

Eine besonders erfolgreiche Bilanz zog Alexander Senn vom Münchner Vertrieb. „Multifunktionsgeräte sind Türöffner bei Interessenten sowie ein weiteres Instrument, um unsere monatlichen Einnahmen aus Mietverträgen zu sichern“, so Senn. Die Lösung mit dem Namen Office Management Pro wird jetzt deutschlandweit angeboten.

Senn konnte sich bei der Kfz-Innung in München sogar gegen einen günstigeren Mitbewerber durchsetzen. Sein Argument: „Mit Tenovis bekommen Sie einen Ansprechpartner für die gesamte Kommunikation in Ihrem Unternehmen.“ Der klare Vorteil für den Kunden: „Office Management Pro ist eine Mehrleistung, die gleichzeitig eine Kostenoptimierung darstellt.“

Für unser Unternehmen bieten sich hingegen weitere Vermarktungsmöglichkeiten im IT-Umfeld, da die Multifunktionsgeräte in die EDV-Struktur beim Kunden integriert werden. Mit dem Eintritt in ein wachsendes Marktsegment sehen wir die Chance, einen größeren Anteil am TK/IT-Budget unserer Kunden für uns zu sichern. CL

Erfolgreiche Pressearbeit

Medien-Mix mit maximalem Effekt: Tenovis PR erreichte in den ersten sechs Monaten über 185 Millionen Leser

► **Die Pressearbeit** nimmt im Mix der Unternehmenskommunikation einen besonderen Stellenwert ein. Ermöglicht sie es doch, mit intelligentem Einsatz der Mittel unser Unternehmen, unsere Produkte und Lösungen sowie die Menschen, die Tenovis ausmachen, kostengünstig in die Öffentlichkeit zu bringen.

Im ersten Halbjahr 2003 waren wir in Deutschland insgesamt 957 Mal in den Medien vertreten. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das eine Steigerung von fast 40 Prozent (2002: 690 Clippings). Zu 97 Prozent konzentriert sich die Berichterstattung über Tenovis auf die Printmedien, also auf die Fach- und die Tagespresse. Allein über diese Medien haben wir weit über 185 Millionen Leser erreicht.

Tenovis streut die PR-Aktivitäten über zahlreiche Medien. So berichteten 176 verschiedene Presseorgane über unser Unternehmen. In wichtigen Fachmedien wie „Funkschau“, „Computer Telephony“ und „Tele Talk“ waren wir kontinuierlich vertreten. Wichtig sind aber auch die vielen Berichte in lokalen Medien. Denn die Entscheidungsträger sind in der Regel stark regional verwurzelt.

Die Top-Themen waren: Sponsoring-engagements (592 Beiträge), Messen und Veranstaltungen (75) sowie Nachrichten, die das Unternehmen allgemein betreffen (47). Bei Berichten über Lösungen und Produkte liegen Call- und Contact-Center (35 Beiträge), Voice over IP (30) sowie Bluetooth- und DECT (16) an der Spitze. ST/AB

Menschen im Fokus

► **Im Kundendialogcenter** (KDC) in Hamburg steht der persönliche Kontakt an erster Stelle: Das KDC für die Region Nord ist seit 2001 die Schnittstelle zwischen den Abteilungen und dem Außendienst. Zehn Mitarbeiter sor-

gen dafür, dass die rund 150 Kollegen in der Region Nord immer für unsere Kunden erreichbar sind. Kundenanliegen werden aufgenommen, ihre Bearbeitung sofort veranlasst oder gleich selbst erledigt. Dies wirkt sich positiv bei Anlagen-Erweiterungen oder der kompletten Abarbeitung von Auftragsunterlagen aus. Unsere Kunden danken uns dies mit einer hohen Akzeptanz. CL



Ina Oleff, Auftragsbearbeitung (KAB), Köln



Armand Zigrand, Vertriebsleiter Luxemburg



Monika Hasbach, Auftragsbearbeitung (KAB), Köln



Didier Wauters, Account Group Manager, Belgien



Persönlicher Kontakt zum Kunden steht an erster Stelle: das Team im Kundendialogcenter in Hamburg.

Goldene Allianz

Cisco und Tenovis: Gemeinsam zum Erfolg

Seit 1997 ist Tenovis Vertriebspartner von Cisco Systems in Deutschland, seit 1998 Goldpartner. Schon lange gehört Tenovis zur Top Ten der Cisco-Partner. „Jetzt ist es wichtig, die gute Kooperation in den Regionen weiter auszubauen“, kündigt Andreas von Meyer zu Knonow von Tenovis an.

Gemeinsam arbeiten die beiden Unternehmen an wichtigen technologischen Entwicklungen und bieten sie als Kundenlösungen an – Access, Breitband, WLAN oder Security. In einer Reihe von Cisco-Geschäftsfeldern gibt es eine enge Kooperation, die unter anderem zur

Entwicklung von Cisco-Lösungspaketen für LAN-Installationen geführt hat.

Fest steht: Unsere Kunden wünschen integrierte Lösungen mit den zugehörigen Dienstleistungen. Knonow: „Uns geht es darum, die Service-Stärken von Tenovis mit Komponenten von Cisco ideal zu verbinden.“

Mit der vor kurzem erneuerten Goldpartner-Zertifizierung steht die Basis für eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit. Tenovis nimmt zudem an zahlreichen Promotionprogrammen teil, um alle Möglichkeiten für wettbewerbsfähige Angebote auszuschöpfen.

Boom bei den BKK

Betriebskrankenkassen im Umbruch

Tenovis Comergo hat mit ARGE IS KV, dem einzigen Hersteller von Software für Betriebskrankenkassen (BKK), einen Kooperationsvertrag abgeschlossen. Hintergrund: der Umbruch, vor dem die 377 BKK heute stehen. Weil immer mehr Kunden von den gesetzlichen Krankenkassen zu den BKK abwandern, wächst der Bedarf an TK-Kapazitäten erheblich. Die Anforderungen an die Kundenkommunikation wachsen – der ideale Türöffner für unser Unternehmen.

Ein Beispiel: Tenovis liefert Applikationen für Call/Contact Center auch

für TK-Anlagen von Fremdanbietern. Damit kommen auch BKK in Frage, die bislang kein System von Tenovis einsetzen. Als zertifizierter Servicecenter-Lösungspartner der ARGE IS KV kann Tenovis den BKK eine Reihe von Vorteilen bieten: Prozessbeschleunigung durch Computer Telephony Integration (CTI), effizientere Verteilung von einkommenden Requests und die Möglichkeit zum Telemarketing – und das sind nur einige Stichpunkte.

Vertriebliche Unterstützung kommt vom Sales Consultant Team aus Bargtheide: 04532 / 269-108. SJ

Jubiläen August-September

45 Jahre

Max Strasser

35 Jahre

Andreas Bartusch, Karl-Heinz Behrens, Jürgen Bernhardt, Horst Donath, Hartmut Eichner, Reiner Friedl, Hans-Günter Giermann, Klaus-Peter Grigoleit, Erik Groß, Norbert Hauck, Joachim Hecker, Johann Heinrich, Wilhelm Heintzel, m Klaus Heller, Dieter Hinder-schied, Klaus Hölling, Horst Ihm, Uwe Jakoby, Gerhard Kantsperger, Gerhard Kästle, Rolf Krischak, Jörg Laue, Michael Leber, Alfred Lech, Ernst Mangold, Werner Michele, Richard Müller, Hans-Joachim Nett, Hans-Dieter Oepen, Martin Peters, Dietmar Rauer, Rudolf Remy, Klaus-Martin Roberz, Jens-Uwe Roth, Oswin Rupp, Hans-Dieter Schaub, Rainer Schink, Otto Schmidl, Alfred Schmutzer, Wolfgang Schultz, Karl-Heinz Schwert, Helmut Sofsky, Harald Spahn, Jürgen Spiegel, Horst Sturm, Klaus Thalhäuser, Manfred Ungeheuer, Manfred Weber, Rudolf Weiner, Werner Weller, Jürgen Wessnat, Jürgen Wiczorek, Wilhelm Zie-be, Achilles Zylla

30 Jahre

Daniel Cockx, Jorge Javier Crespo Y Alvarez, Francois De Smedt, Freddy Gregoire, Christine Eugene, Josef Medved, Günther Rinner, Eduard Sandtner, Siegfried Schaden

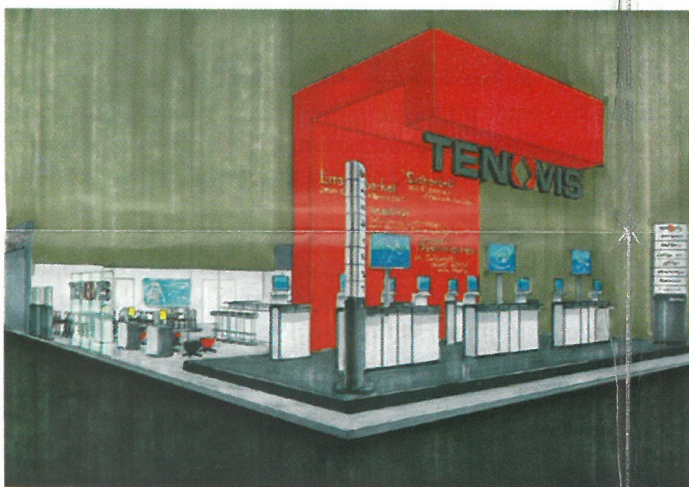
25 Jahre

Helmut Albrecht, Thomas Bartsch, Joachim Beck, Ronald Bernt, Werner Biergans, Hans-Joachim Bock, Michael Brandt, Ralf Brill, Heinz Brinkert, Klaus Bühmann, Sylvia Büttner, Andreas Butz, Klaus Damm, Horst Diekherbers, Dieter Dorn, Andreas Duimovics, Otto Ebinger, Doris Fischer, Gerald Fischer, Ulrich Fleischer, Martina Gehrmann, Holger Gestmann, Heike Gotstedter, Regina Hahn, Sybille Happel, Wolfgang Helwig, Wolfgang Hilpert, Klaus Hohlfeld, Thomas Horlemann, Gerda Huys, Dieter Jeck, Norbert Jeck, Karl-Heinz Kienle, Hans-Joerg Klingebiel, Dieter Kolb, Volker Krämer, Wolfgang Krämer, Guenter Kramm, Christof Kricke, Werner Lichtenberg, Falk Lincke, Hans-Joachim Löptien, Birgit Menzel, Horst Moder, Berthold Möser, Michael Müller, Horst Neumann, Dirk Odenthal, Olaf Parting, Harald Pater, Reinhold Pownug, Ralf Rensch, Thomas-Michael Roth, Wolfgang Schantz, Artur Scheurer, Udo Schindler, Torsten Schmidt, Siegfried Schneider, Peter Schöttke, Andreas Schröer, Andreas Schulze, Karl-Heinz Senk, Knud Siggelkow, Rudolf Spoden, Andreas Spohner, Norbert Stadlbauer, Manfred Stäpel, Reiner Stein, Ulrich Stellmacher, Angelika Suk, Burkhard Trampenau, Ulrich Trelenberg, Stefan Weber, Jacob Woinowski, Iris Wolf, Paul Wolkow, Gisela Wacker, Michael Zajicek

Liebe Kolleginnen und Kollegen, leider konnten die Jubiläen für den Monat Oktober noch nicht in diese Ausgabe aufgenommen werden. Wie Sie sehen, hat der Platz einfach nicht ausgereicht. Sie finden die Oktober-Jubilare aber in der nächsten Ausgabe. Vielen Dank für Ihr Verständnis. Ihre Tenovis Inside Redaktion.

Signale für mehr Wirtschaftlichkeit

Effiziente und kundenorientierte Lösungen stehen im Vordergrund: Vom 20. bis 24. Oktober präsentieren wir uns unter dem Motto „Zuhören – Verstehen – Lösen“ auf der Systems 2003



Kundennah und kreativ: Der Auftritt von Tenovis auf der Systems 2003 in München.

Die orangene Klammer als Eye-Catcher und bewährtes Symbol für die Offenheit von Tenovis bleibt. Ganz im Zeichen der Trendthemen Sprach-/Datenintegration, Sicherheit, Mobilität und Erreichbarkeit präsentieren wir wirtschaftliche Lösungen auf der Systems 2003 in München. Voice over IP, Bluetooth und Unified Messaging – das sind Lösungen mit Mehrwert für unsere Kunden, die Tenovis auf 350 Quadratmetern Standfläche zeigt.

Weiteres Highlight: Das Thema Service. Das Systems-

Team aus München und Frankfurt setzt hohe Erwartungen in sich und den Messeauftritt. „700 Leads mit Qualität Direktkontakt“, also Kundenbesuche mit nachfolgenden Angeboten bzw. Besuchsterminen – das und eine hinterlegte AE-Erwartung sind die Messlatte für unsere Wirtschaftlichkeit bei diesem Auftritt.

Kreativität in Sachen Wirtschaftlichkeit gibt's übrigens auch bei der Verpflegung von Standpersonal und Kunden auf der Systems: Für Wasser, Bier und Brot sorgen Sponsoren. Engagierte Auszubildende übernehmen den Service. CET

Technik geht auf Tour

In Nürnberg fiel jetzt der Startschuss für die Solutions Tour Technik 2003

Und wieder geht es los: Die Solutions Tour Technik 2003 startete vor kurzem in Nürnberg. Rund ein Drittel unserer Kollegen im Technischen Service erhält auf insgesamt sechs Veranstaltungen Informationen zu Updates und neuen Produkten von Tenovis. M&S-Mitarbeiter aus dem Team um Thilo Meisel referieren über die Schwerpunktthemen „Voice over IP“ (VoIP), „Mobility“, „Erreichbarkeit“

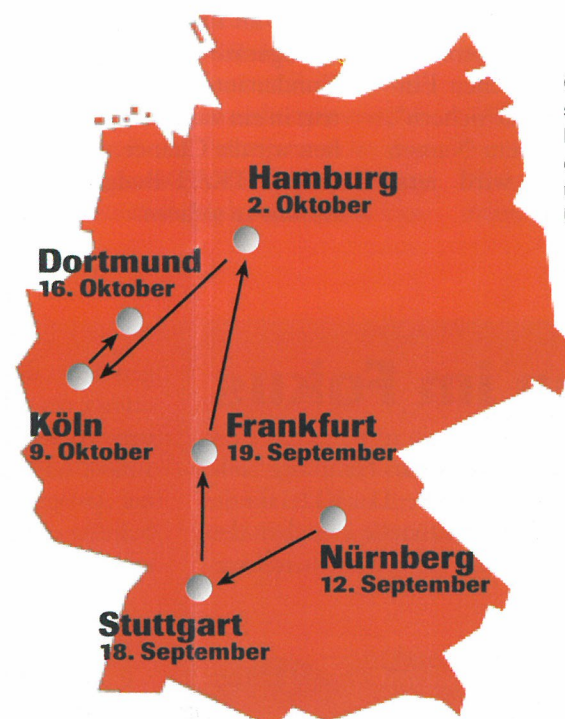
und „Integral Communication Center“ (ICC). Wie auf der Vertriebstour sind auch bei der Technik Tour 2003 Mitglieder der Geschäftsleitung bei jeder Veranstaltung dabei.

Die Solutions Tour Technik ist aber auch mit einer besonderen Herausforderung verbunden: Während die Teilnehmer in jeweils 3,5 Stunden pro Veranstaltung geballte Informationen erhalten, muss das Tagesgeschäft in den jeweiligen Regionen in die-

ser Zeit ohne sie weiterlaufen. Das bedeutet vor allem ein gutes Stück Organisationsarbeit: Unser Dank gilt daher den Koordinatoren und Teamkollegen, die durch ihren Einsatz wesentlich zum Gelingen der Technik Tour beitragen.

Zu kurz kommt trotzdem niemand: Die Mitarbeiter des Technischen Service, die nicht persönlich an den Veranstaltungen teilnehmen können, werden im Anschluss an die Tour in Teammeetings von ihren Kollegen informiert.

Zudem hat jeder die Möglichkeit, Informationen über die Schwerpunktthemen im Intranet nachzulesen. SM



Geballte Information: Auf sechs Veranstaltungen können sich Kollegen aus dem Technischen Service über neue Produkte und Updates informieren.

Tenovis Inside: The Winner is ...

Jürgen Frohnäpfel aus Bayreuth hatte die Idee für den Titel „Tenovis Inside“. Herzlichen Glückwunsch und viel Spaß mit dem edlen Tenovis Backgammonspiel! Bei der Verlosung zur Namenswahl haben folgende Mitarbeiter jeweils eine Uhr gewonnen: Ulrike Görz (Innsbruck), Bernd Sautter (Stuttgart), Charly

Smijers (Brüssel), Harald Kempf (Frankfurt) und Christoph Schiller (Köln). Die Skate Scooter gehen an: Sascha Krüger (Köln), Nicole Bahn (Leipzig), Frank Klemann (Frankfurt), Lars Hauptmeier (Bielefeld) und Martina Gottschalk (Hamburg).

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

Impressum

Redaktion: Andreas von Meyer zu Knonow (AMK) V.i.S.d.P., Susanne Theisen (ST), Jürgen Hoffmann (JH), Ralf Hecker (RH), Sandra Maniurka (SM), Andrea Rinnerberger (AR), Mireille Gourraud (MG), Susanne Jobst (SJ), Peter Gärtner (PG), Christian Laplace (CL)

Weitere Autoren: Michael Rembold (MR), Anke Bayer (AB)

Projektleitung: Carolin Ernst-Teichert (CET)

Konzeption & Realisierung: Konzeptionhaus Medien & Marketing GmbH München

Redaktionsleitung: Jürgen Franke (JF), Stephan Kamps (SK) Bildredaktion: Michaela Beck Fotos: Mathias Woltmann, Tenovis, Mauritius/Vidler Layout: Sandro Faganello, Joseph R. Amb, Marc Ziegler Lektorat: Miriam Imhof Produktion: Robert Kring Litho: MXM München Druck: Amper Werbedruck, Fürstenfeldbruck

Kontakt: mitarbeiter-zeitung@tenovis.com