

Weltneuheit – der Bildschirm zum Klicken

Vodafone bietet exklusiv das erste Smartphone mit einem druckempfindlichen Touchscreen an – das BlackBerry Storm

Jeder kennt das Problem – längere Texte mit dem Handy zu schreiben, ist eine Geduldsprobe und erfordert hohe Konzentration – auch bei den neuen Handys mit Touchscreen. Der kanadische BlackBerry-Hersteller RIM, der seit Jahren praktische „Taschen-Büros“ liefert, macht jetzt auch einfaches und präzises Tippen leicht.

Einfach und intuitiv

Glanzlicht des neuen Storm ist der berührungsempfindliche Bildschirm, eine Weltneuheit. Das Display funktioniert etwas anders als man es von solchen Bildschirmen gewöhnt ist. Während man Objekte mit dem Finger verschiebt, muss man hier ein bisschen Kraft aufwenden, um eine Aktion wie den Start des E-Mail-Programms auszulösen. Dabei gibt der Bildschirm ein wenig nach. Das 480 x 360 Pixel große LCD-Farbdisplay reagiert damit ähnlich wie eine echte Tastatur. Das dürfte gerade Touchscreen-Neulingen den Umstieg erleichtern.



Mike Lazaridis, Gründer und CEO von RIM (l.), und Frank Rosenberger, Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG Privatkundengeschäft, bei der Vorstellung des BlackBerry Storm in Düsseldorf

Auch das für ein E-Mail-Handy entscheidende Tippen von Texten erweist sich als durchdacht: Im Hochformat-Modus kann der Vodafone-Kunde zur Eingabe von Texten eine Tastatur mit Worterkennung nutzen. Das Gerät besitzt einen integrierten Lagesensor – dreht man es zur Seite, erscheint eine vollständige QWERTZ-Tastatur auf dem Touchscreen im Längsformat.

Dank schnellem Prozessor, hochauflösendem Bildschirm und vorinstalliertem HTML-Browser zeigt der Storm Websei-



ten zügig und zuverlässig an. Mit dem Finger auf dem Touchscreen können Seiten sehr einfach geblättert oder gezoomt werden. Und die mobile Funktechnik HSDPA sorgt mit bis zu 7,2 Megabit/Sekunde für schnelle Anlieferung der Daten.

Innovativer Alleskönner

Auch alles weitere, was anspruchsvolle Smartphone-Nutzer erwarten, ist an Bord: GPS zum Navigieren, eine 3,2-Megapixel-Kamera mit Blitz, Autofokus und Videoaufnahme, die Funktechnik Bluetooth sowie ein Speicherkarten-Slot, der den eingebauten Speicher von 1 Gigabyte auf bis zu 17 Gigabyte erweitern kann.

Das System spielt Videos, Musik und Diashows ab. Business-Nutzer freuen sich über die Anzeige von PDF-Dateien und die Möglichkeit, Office-Dokumente zu bearbeiten und per E-Mail zu versenden. Darauf ist Mike Lazaridis, Gründer und CEO von RIM, zu Recht stolz. Bei der Vorstellung seines neuen „Babys“ in Düsseldorf erklärte er: „BlackBerry hat mit seiner Push-E-Mail einen goldenen Standard gesetzt.“ Frank Rosenberger, Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG Privatkundengeschäft, begeisterte sich bei dieser Gelegenheit für die Entertainment-Qualitäten des

„BlackBerry Storm ist nicht nur das perfekte Taschen-Büro; der Sound ist auch einfach hervorragend. Er beweist, dass dieses Smartphone durchaus als mobile HiFi-Anlage taugt.“

Frank Rosenberger, Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG Privatkundengeschäft



Storm: „Der Sound ist einfach hervorragend. Er beweist, dass dieses Smartphone durchaus als mobile HiFi-Anlage taugt.“

Maßgeschneiderte Tarife

Passend zum BlackBerry Storm bietet Vodafone drei spezielle Datentarifoptionen an, welche perfekt auf Email- und Internet-Nutzung mit dem Gerät abgestimmt sind und schon ab 2,95 Euro/Monat beginnen.

Breitband-Hoffnung für die weißen Flecken

Die Versorgung mit Highspeed-Internet kann dank der digitalen Dividende ländliche Regionen für Bürger und Unternehmen erheblich attraktiver machen

Zu DDR-Zeiten nannte man die Gegend um Dresden scherzhaft „Das Tal der Ahnungslosen“ – weil dort kein Empfang des West-Fernsehens möglich war. Auch heutzutage gibt es noch Täler der unfreiwillig Ahnungslosen bzw. weißen Flecken auf der Breitband-Internet-Karte.

Breitband-Versorgung per Funk

Bis zu zehn Prozent der Bevölkerung, ca. drei Millionen Haushalte in 2000 Gemeinden, sind entweder unter- oder gar nicht mit schnellen Internetanschlüssen per DSL versorgt. Ein dringendes Thema für unsere



Gesellschaft, wie Friedrich Jousen, CEO von Vodafone Deutschland und Arcor, meint: „Wenn Sie heute keinen Breitbandzugang haben, weil Ihre Gemeinde, Ihr Landkreis nicht mit DSL versorgt ist, ist das ein Riesenthema, weil Industrieansiedlung

„Breitband-Internet ist heutzutage eine Grundvoraussetzung für die Ansiedlung von Industrieunternehmen“

Friedrich Jousen, Vorsitzender der Geschäftsführung Vodafone Deutschland und Arcor

nicht mehr stattfindet und weil die Menschen die Lebensqualität als eingeschränkt einschätzen.“

Das Unternehmen macht sich deshalb dafür stark, diese ländlichen Gebiete mit Breitband-Internet zu versorgen. Konventionelle Leitungen zu legen ist in relativ dünn besiedelten Gebieten nicht rentabel. Die Versorgung kann und muss deshalb drahtlos über Funk geschehen.

Freigewordene Frequenzen nutzen

Das Zauberwort heißt „digitale Dividende“. Hierbei handelt es sich um die Funkfrequenzen, die durch

die Digitalisierung des Fernseh- und Rundfunks (Umstellung auf DVB-T) freigeworden sind (ca. 400 Megahertz). Die Sender brauchen nun weniger Spektrum, um ihre Programme zum Kunden zu senden.

Hier setzt die Vodafone-Initiative an. Ein Teil dieser digitalen Dividende soll dafür genutzt werden, in bislang unterversorgten Regionen Internet mit DSL-Tempo über Mobilfunk zu ermöglichen. Zudem könnte das Spektrum dazu dienen, auch in den Städten die Kapazitäten zu erweitern.

Mit diesen Frequenzen wären Mobilfunkanbieter in der Lage, mit relativ wenigen Basisstationen eine große Fläche abzudecken, also auch

kleine und verstreut liegende Dörfer.

Die Idee von Friedrich Jousen: Die Betreiber bewerben sich und ein Teil dieser Frequenzen wird in einem öffentlichen Verfahren versteigert.

Chancengleichheit herstellen

Dazu wird als Rahmenbedingung festgeschrieben, dass eben diese zehn Prozent der Haushalte mit mobilem Breitband zu versorgen sind. Also insofern ein sehr bewährtes transparentes Verfahren, um eben die Chancengleichheit für die ländlichen Gebiete sicherzustellen. Hier ist nun die Politik gefordert.

Vodafone macht mobil – privat und geschäftlich

In diesem Winter bringt das Düsseldorfer Kommunikationsunternehmen eine ganze Reihe neuer Services für mehr Mobilität, Flexibilität und Kostenkontrolle auf den Markt

Wir wollen unsere Kunden begeistern



Frank Rosenberger ist für das Privatkundengeschäft verantwortlich. Er setzt auf transparente Tarife, noch mehr Nähe zum Kunden sowie innovative Produkte und Service-Angebote

Was ist Ihr Ziel für das Privatkundengeschäft?
Mein Ziel ist es, attraktive und konkurrenzfähige Produkte auf den Markt zu bringen. Dafür brauchen wir die Nähe zum Kunden und diese haben wir nur, wenn Marketing und Vertrieb eng zusammen arbeiten. Beispielsweise entwickeln wir gerade im Marketing von Vodafone und Arcor ein neues Produkt, mit dem der Kunde direkt nach dem Kauf mit dem Surfen via UMTS starten kann - ohne weiter auf den DSL-Anschluss zu warten. Wir bieten damit den Kunden „Vodafone Instant DSL“.

mobile Sprachnutzung sich im Sprach-Volumen immer stärker der des Festnetzes nähert. Starkes Wachstum erwarte ich auch weiterhin im Bereich des mobilen Internets und E-Mail-Verkehrs. Hier dürfte die Penetration mit stationären Angeboten gleichziehen. Die DSL-Bandbreiten werden rasant steigen. So werden Fernsehen und Video-on-Demand in HDTV-Qualität möglich.

Ihr Unternehmen setzt jetzt auf Flat-Tarife. Was ist mit dem Prepaid-Angebot von Vodafone?
Seit Anfang Oktober kosten mit dem neuen Prepaid-Tarif CallYa 5/15 Telefongespräche innerhalb des Vodafone-Netztes ohne Vertragsbindung und ohne Mindestumsatz fünf Cent pro Minute. Anrufe in alle anderen deutschen Netze kosten lediglich 15 Cent pro Minute. Und im Wehnachtsgeschäft setzen wir mit CallYa 1/15 noch einen drauf. Der bis Januar erhältliche Promotioantarif erlaubt netzinterne Gespräche für 1 Cent. Damit ist unser neues Prepaid-Angebot nicht nur einfach, sondern auch sehr günstig.

Vodafone will seine Kunden begeistern, zu Fans machen. Wie wollen Sie das erreichen?
Für Vodafone ist die Weiterempfehlungsbereitschaft seiner Kunden äußerst wichtig. Die Transparenz von Tarifen und Preisen ist dabei ein ganz wichtiger Faktor. Neben den neuen einfachen Tarifen verbessern wir die Beratungskompetenz bei der Kundenhotline und in den Shops. Außerdem gestalten wir die Vodafone-Geschäfte in einem neuen kundenfreundlichen Design. Dabei haben wir nur ein Ziel vor Augen: Wie können wir unsere Kunden begeistern?

Und wie wollen Sie diese Begeisterung messen?
Entscheidend für uns ist, dass der Kunde, der bei Vodafone kauft, nicht nur zufrieden ist sondern bereit ist, uns weiter zu empfehlen. Und das ist ein Kunde nur, wenn er sich auch gut beraten fühlt. Mit anderen Worten, wir wollen sie zu unseren Fans machen. Der Net Promoter Score (NPS) - also die Empfehlungsbereitschaft - hilft uns dabei, dieses Ziel zu messen. Über diesen Index erfahren wir täglich, wie die von uns durchgeführten Maßnahmen von unseren Kunden angenommen werden und welche Dinge wir noch ändern müssen.

Welche Rolle haben Sie dabei Ihren Mitarbeitern zugeachtet?
Die Mitarbeiter von Vodafone und Arcor spielen dabei die wichtigste Rolle, denn sie können nur dann Kunden und Interessenten überzeugen, wenn sie selbst motiviert und begeistert sind. Das heißt, hier ergeben sich ganz besonders für Vertrieb und Marketing neue und interessante Herausforderungen. Da der Telekommunikationsmarkt schon immer ein innovativer und dynamischer Markt war, der in Hinblick auf die Flexibilität hohe Anforderungen stellt hat, sind die Mitarbeiter von Vodafone und Arcor für diese neuen Aufgaben bestens gerüstet.

Die moderne Kommunikation ist die Infrastruktur der Zukunft. Wie trägt Vodafone Deutschland dazu bei, sie zu verbessern und im europäischen Vergleich konkurrenzfähig zu machen?
Vodafone und Arcor investieren Jahr für Jahr hunderte Millionen in den Ausbau und die Weiterentwicklung der Infrastruktur für die Festnetz- und Mobilfunktechnik. Unsere Kunden profitieren davon, wie erst vor kurzem die Zeitschrift Connect in ihrem Netztest bestätigte, dass Vodafone das beste Mobilfunknetz für seine Kunden bereit stellt.

Superflatrate

Vodafone sorgt für größtmöglichen Durchblick bei den Mobilfunktarifen. Mit monatlichen Basispreisen von 4,95 bis 79,95 Euro (Laufzeit 24 Monate ohne vergünstigtes Handy) und der Möglichkeit, weitere Optionen für Messaging und Internet hinzuzubuchen, wird für jeden Kunden das passende Kommunikationspaket angeboten. Die neuen Tarife sind optimal an die unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten angepasst und sorgen für Kostentransparenz. Mit 4,95 Euro pro Monat bietet die Vodafone SuperFlat Wochenende einen sehr günstigen Einstieg in die Welt der Flatrates. Kunden können am Wochenende ohne zusätzliche Kosten nationale Standardgespräche in das deutsche Vodafone- und Festnetz führen. Mit der Vodafone SuperFlat Festnetz/Mobil für monatlich 14,95 Euro hat der Kunde die Wahl zwischen einer Telefonie-Flatrate in das deutsche Vodafone- oder Festnetz. Die Vodafone SuperFlat deckt bei einem monatlichen Basispreis von 29,95 Euro die gesamte Telefonie in das deutsche Vodafone- und Festnetz ab. Vieltelefonierer gehen mit der Vodafone SuperFlat Allnet für monatlich 79,95 Euro auf Nummer sicher - ihre Flatrate umfasst Telefongespräche in alle deutschen Mobilfunk- und Festnetze. Ausgenommen sind jeweils Anrufe zu Sondernummern.

ab 4,95 € die SuperFlat Wochenende

All Inclusive

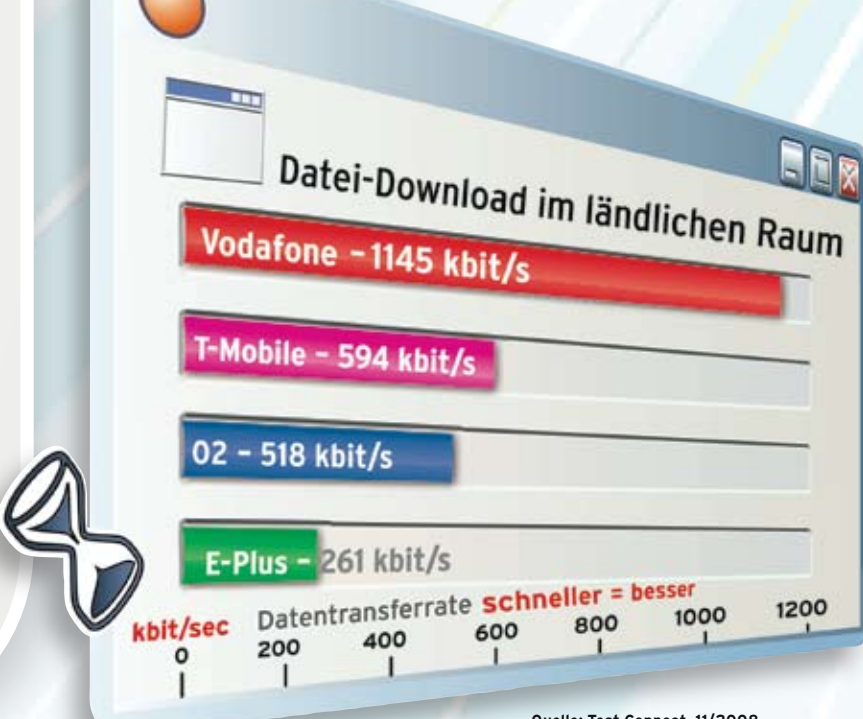
All Inclusive zum festen Preis - so macht nicht nur der Urlaub, sondern auch Telefonieren und Internet-Surfen Spaß. Mit dem DSL-All-Inclusive-Paket für Zuhause von Vodafone bekommt der Kunde nicht nur eine schnelle Internet-Verbindung, sondern auch absolute Kostenkontrolle. Zusatzkosten wie Grund- oder Anschlussgebühr entfallen, dafür gibt es Rundum-Sorglos-Service mit zum Beispiel einer kostenlosen Installations-Hotline. Für 19,95 Euro monatlich in den ersten zwölf Monaten und anschließend 29,95 Euro ist in dem Paket die DSL Internet-Flatrate mit bis zu sechs Mbit/s und die Telefon-Flatrate ins deutsche Festnetz enthalten. Mit der Top-Speed-Option kann der Nutzer sogar mit bis zu 16 Mbit/s surfen und erhält zusätzlich ein kostenloses WLAN-Modem!

Musikfinder

Wer kennt das nicht - man hört irgendwo einen Song und kommt trotz Grübelns weder auf den Titel noch den Interpreten? Der MusicFinder-Client von Vodafone bietet das Rätsels Lösung. Mit ihm wird der bereits 2003 eingeführte MusicFinder-Service noch schneller und komfortabler. Die entsprechende Handy-Software lässt sich direkt aus dem Vodafone live-Portal herunterladen und auf dem Handy installieren. Um ein unbekanntes Musikstück zu identifizieren, muss der Kunde lediglich den MusicFinder starten und das Handy in die Nähe der Musikkuelle halten. Die Erkennung des unbekanntes Musikstücks läuft dann völlig automatisch ab. Das Ergebnis wird mit dem CD-Cover oder Bild des Künstlers ansprechend präsentiert. Zusätzlich bekommt der Nutzer detaillierte Informationen zum Interpreten und dem Musik-Album angezeigt. Auf Wunsch können die Vodafone-Kunden auch Musik-Produkte zum erkannten Song (Musikstück, ganzes Album, Klingelton, Freizeichenton, Musik-Video je nach Verfügbarkeit) komfortabel aus dem Vodafone MusicShop herunterladen.

Videothek

Die neue Vodafone Videothek hat rund um die Uhr und überall dort geöffnet, wo sich der Kunde gerade befindet. Über das Video-on-Demand-Angebot von Vodafone können Kunden nicht nur aktuelle Kinofilme, sondern auch TV-Serien mobil auf dem Handy anschauen. Die Filme können bequem im Vodafone live! Portal oder über den Vodafone MobileTV-Client ausgewählt werden. Auch zuhause ist die Vodafone Videothek am PC oder Laptop über das Vodafone-Internetportal nutzbar. Dazu sind lediglich ein Internet-Zugang mit einer Geschwindigkeit von zwei Mbit/s und der Windows Media Player notwendig. Die Kosten bleiben dabei überschaubar: Für eine Verleihdauer von 24 Stunden werden Spielfilme schon ab 1,99 Euro und TV-Serien ab 0,99 Euro angeboten. In diesem Zeitraum können die gebuchten Video-Inhalte über Handy und PC mehrfach angeschaut werden.



In ganz Deutschland mit Highspeed mobil

Vodafone stellt erneut den ersten Platz im bundesweiten „Connect“ Netztest und damit seine Technologie- und Innovationsführerschaft unter Beweis

Es gibt nichts, was sich nicht noch steigern lässt... Aus einem Prädikat „gut“ kann man ein „sehr gut“ machen - wie Vodafone jetzt beim großen Netztest der Fachzeitschrift „Connect“. Damit ist das Unternehmen schon zum vierten Mal in Folge an der Spitze. Besonders punkten konnten die Düsseldorfer bei den Datendiensten: zudem verbesserten sie Netzqualität und Performance gegenüber den Vorjahresergebnissen. Die Tester waren im August und September quer durch Deutschland unterwegs und haben bei Privatnetzen im PKW und in ICES unter anderem die Gesprächsqualität und die Gesprächsauflaufzeit ermittelt und mit welcher

Geschwindigkeit sich Daten über die Mobilfunknetze herunterladen lassen. Bei den Datentests wurde ein besonderer Fokus auf die Dienste Webseiten-Download, E-Mail-Down- und Upload und Datei-Download gelegt. Raum verdoppelt Vodafone fast das Ergebnis des schon schnellen Zweitplatzierten T-Mobile. Das zeugt von einem exzellenten Breitbandigen UMTS-Netzausbau in kritischen Gebieten mit geringer Bevölkerungsdichte.“ Auch wer unterwegs seine E-Mails herunterladen will, hat bei Vodafone die höchsten Geschwindigkeiten und schnellsten Zugriffszeiten - die Tester ermittelten eine über zehn Prozent höhere Datenrate als bei der Konkurrenz. Die Investitionen, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren im Netzausbau getätigt hat, zahlen sich aus. Schon heute sind mehr als

2250 Städte und Gemeinden mit der dritten Mobilfunkgeneration ausgestattet. Immer schneller Zusätzlich bietet Vodafone auch EDGE als Ergänzung an, um so insgesamt mehr als 95 Prozent der Bevölkerung mit mobiltem Breitband Internet versorgen zu können. Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung haben schon heute Zugang zu HSDPA mit bis zu 7,2 Mbit/s und HSUPA mit bis zu 1,45 Mbit/s. Und mit der nächsten Ausbaustufe von HSDPA und HSUPA lassen sich im Vodafone-Netz nochmals deutlich höhere Datenraten als heute erzielen: An HotSpots im gesamten Bundesgebiet profitieren Kunden noch in diesem Jahr von Geschwindigkeiten bis zu 14,4 Mbit/s im Downlink und bis zu 5,8 Mbit/s im Uplink. Die Kunden können Internetdienste über das mobile Breitbandnetz von Vodafone Deutschland also mobil mit der gleichen hohen Geschwindigkeit nutzen, die sie aus dem Büro oder von Zuhause gewohnt sind. Hartmut Kremling, Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG, Ressort Technik: „Die Testergebnisse bestätigen unsere Strategie, Kunden nicht nur in

Webkonferenz

Unternehmen, die Meetings als Webkonferenzen abhalten, sparen enorme Kosten. Arcor und Vodafone stellen dafür eine kostengünstige, einfache und sichere Lösung bereit. Die Webkonferenz kann über ein Online-Formular angemeldet werden, danach laden die Beteiligten ihre Inhalte über den bereitgestellten Server hoch und können sich anschließend einwählen und online präsentieren. Den Teilnehmern steht ein breites Funktionsspektrum zur Verfügung - von der Präsentation über den Datenaustausch und Chat bis zum Screen Sharing. Die Vorteile liegen auf der Hand: Für diese Webkonferenzen werden weder eine spezielle Hardware, noch eine Anmeldung oder eine Vertragsbindung benötigt. Die Einwahl erfolgt aus dem deutschen Festnetz kostengünstig für nur 14 Cent pro Minute. Personalisierter Zugang, geschlossene Benutzergruppen und die verschlüsselte Datenübertragung sorgen für Sicherheit.



Websessions

Oft kommt die böse Überraschung erst lange nach der Geschäftsreise - mit der Rechnung für mobile Internetnutzung. Nicht so bei den Vodafone Websessions International. Der Kunde bucht dazu eine auf 24 Stunden begrenzte Internetsession mit maximal 50 MB und erhält so absolute Kostentransparenz. Während der Session kann er sich beliebig oft ein- und auswählen. Die Abrechnung erfolgt entweder über das Prepaid-Konto, die Kreditkarte oder die Mobilfunkrechnung. Der Service ist in fast allen EU-Mitgliedsländern sowie in Ägypten, Australien, Neuseeland und Japan erhältlich - in der Pro-Variante auch in den USA, in Indien, Malaysia, Singapur, Hongkong und Südafrika.



Mobile E-Mail

Mit den leistungsstarken E-Mail-Diensten BlackBerry Enterprise und Windows Mobile E-Mail von Vodafone bleiben alle Mitarbeiter zu jeder Zeit und an jedem Ort immer auf dem neuesten Stand. Sie können automatisch E-Mails empfangen, sie unterwegs lesen, bearbeiten, versenden und löschen, Microsoft Word-, Excel- und PowerPoint- sowie PDF-Anhänge lassen sich einfach auf dem Display anzeigen. Zudem werden alle Termine, Kontakte und Aufgaben automatisch mit dem Firmenserver synchronisiert. Eine spezielle Datenverschlüsselung garantiert dabei hohe Sicherheit.

Vodafone Surf Sofort Paket

Einen DSL-Anschluss beantragen und sofort ins Internet gehen? Davon können viele Kunden hierzulande bislang nur träumen: Oft dauerte es viele Tage, bis der neue Anschluss freigeschaltet war. Was schon für Privatleute ärgerlich ist; Freiberufler und Gewerbetreibende kann es ruinieren. Das „Vodafone Surf Sofort Paket“ schafft nun Abhilfe. Und so einfach geht es: Wer in einem Vodafone-Shop ein DSL-Paket bucht, erhält zugleich ein innovatives Hardware-Paket, und zwar für einen symbolischen Euro. Es besteht aus einem WLAN-Modem für drahtloses Surfen zuhause, einem UMTS-Stick und einer SIM-Karte. Die Karte legt man einfach in den Stick und diesen stöpselt man ins Modem - fertig. Nun noch den PC verbinden, und schon kann man via UMTS ins Internet. Bis zur DSL-Freischaltung surft man bequem und kostenfrei bis zu drei Monate lang über das schnelle UMTS-Netz von Vodafone. Und auch die DSL-Einrichtung ist mit dem neuen Hardware-Paket ein Kinderspiel: Internet- und Sprachanschluss werden am Anschaltetag schlicht durch die Eingabe eines Codes installiert. Per Sprachanschluss hilft das WLAN-Modem, die DSL-Easy-Box, dabei. Wer zuhause Vodafone-DSL nutzt, kann auch unterwegs mit Höchstgeschwindigkeit surfen - einfach mit dem praktischen UMTS-Stick am Laptop. Vodafone offeriert dazu nach drei Monaten passend fürs Individuelle Surfverhalten günstige Mobile Connect Tarife.



Wir bieten unseren Kunden individuelle Komplettlösungen



Vodafone und Arcor wachsen zu einem integrierten Kommunikationskonzern zusammen. Jan Geldmachers Credo: Business-Kunden-Lösungen aus einer Hand

Geschäftskunden von Vodafone profitieren seit Sommer diesen Jahres von konvergenten Lösungen für alle Kommunikationsbedürfnisse. Dabei spielt die Technik für den Kunden keine Rolle mehr. Festnetz, Mobilfunk und Internet - als integrierter Kommunikationskonzern kann Vodafone seinen Business-Kunden die jeweils beste Lösung maßgeschneidert auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten anbieten. Und Jan Geldmacher denkt noch weiter: „Unser Ziel ist Vodafone ICT - dahinter steckt die Verschmelzung von Telekommunikation und IT auf einer technischen Plattform.“ Damit kommt das Unternehmen einem weiteren Bedürfnis seiner Kunden entgegen. Denn diese möchten mit einem verlässlichen und starken Partner ihre Anforderungen umsetzen und dafür nur einen Ansprechpartner haben.

Rundum-Sorglospaket bieten

Befragt nach etwaigen Konsequenzen der aktuell angespannten wirtschaftlichen Lage auch in Deutschland gibt sich Geldmacher optimistisch: „Ich sehe eine echte Chance, dass Vodafone gerade durch seine integrierten und damit günstigen Lösungen in der derzeit schwierigen Situation einen Marktanteil gewinnt.“ Der Verkauf von Kommunikationslösungen ist dabei nur ein Teilspekt. „Unsere oberste Priorität ist die Kundenzufriedenheit. Wir möchten Kunden bei der Optimierung der Nutzung ihrer Kommunikationsmittel unterstützen. Dazu gehört auch, dass sie bei ihrer Kostenkalkulation professionell beraten werden“, so Geldmacher. Erreichen will Vodafone das durch innovative Produkte und eben diese kompetente Beratung. Sie soll zu einer Effizienzsteigerung bei den Kunden beitragen und im Idealfall zu einer Umsatzsteigerung. Dazu gehören für Geldmacher schnelle Abläufe und geringere Kosten. Mit einer simplen Botschaft will Vodafone mittelständische Unternehmer von der Qualität der angebotenen Services und Produkte überzeugen. „Unsere Message ist ganz einfach: Ihr Erfolg ist unser Ziel. Der Kunde erhält von Vodafone alles wofür er sonst mehrere Anbieter benötigt. Der Kunde erhält das Rundum-Sorglospaket aus einer Hand“, erläutert Geldmacher.

Kundenzufriedenheit messen

Jan Geldmacher (Jahrgang 1962) ist Geschäftsführer Vodafone Deutschland und Vorstand Arcor AG für das Firmenkundengeschäft. Davor war der Betriebswirt unter anderem als Chief Executive Officer bei British Telecom BT (Germany), als Mitglied des Executive Board bei T-Systems International, bei der Deutschen Telekom, bei Debis Systemhaus und bei der o.tel.o Communications tätig.

Doch Geldmacher zeigt sich auch als Branchen- und damit selbstkritisch. „Ich sehe bei Telekommunikationsunternehmen vor allem Nachholbedarf im Service und in der Beratung. Den meisten Wettbewerbern geht es nur um reinen Abverkauf von Produkten, um über den Umsatz konkurrenzfähig zu bleiben.“ Vodafone will deshalb - im wörtlichen Sinne - einen neuen Maßstab setzen. „Mit dem so genannten Net Promoter Score für Geldmacher schnelle Abläufe und geringere Kosten. Mit einer simplen Botschaft will Vodafone mittelständische Unternehmer von der Qualität der angebotenen Services und Produkte überzeugen.“

Innovative Lösungen für Unternehmenseffizienz

Um seinen Geschäftskunden maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können, arbeitet Vodafone mit mehreren Systemanbietern zusammen. Eine Ausweitung dieser so genannten Application Avenue ist geplant. Neben der Entwicklung eigener mobiler Anwendungen wird die Kooperation mit den Partnern weiter ausgebaut. Jan Geldmacher: „Wir werden unseren Kunden vermehrt komplette Lösungen für den Einsatz von individuellen mobilen Anwendungen bieten. Auch hier steht die professionelle Beratung im Vordergrund, die dem Kunden ein Maximum an Effizienz bietet.“



Jedem eine Vielzahl an Möglichkeiten bieten

Vodafone will für seine Mitarbeiter eine Arbeitswelt schaffen, in der Beruf und Familie vereinbar sind, in der Talente unterstützt und die individuellen Potenziale gefördert werden



Für Inken Nonnenmann, 29, begann schon der Start ins Berufsleben nach dem Studium extrem abwechslungsreich: „Zum Beispiel durfte ich am Produkttraining für neue Außendienstmitarbeiter im Vertrieb teilnehmen oder einen Messestand auf der Produktroadshow in Berlin, Hamburg und München betreuen.“ Sie lernte beim Trainee-Programm Challengers@Vodafone nicht nur die Konzernstruktur kennen und knüpfte internationale Kontakte. „Für mich persönlich war die größte Lernerfahrung, dass man sich auch in einem großen Konzern vieles selbst aufbauen muss. Wir haben von Anfang an sehr viel Verantwortung übernommen und sehr viel Gutes einfach ‚on the job‘ gelernt“, erzählt die Betriebswirtschaftlerin begeistert. Und die Begeisterung hält an: Seit ihrem Einstieg 2006 als Trainee hat sie es schon zur Business Development Managerin in der Vertriebssteuerung des Geschäftskundenvertriebs gebracht.

Rahmenbedingungen schaffen

Das zeigt: Um beruflich durchstarten zu können, müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Das Düsseldorfer Kommunikationsunternehmen unterstützt deshalb seine Mitarbeiter mit umfassenden Programmen zu den Themen Vergütung, Gesundheit sowie Beruf und Familie. Zu den Maßnahmen gehört zum Beispiel ein attraktives Vergütungssystem mit wertvollen Zusatzleistungen wie integrierte Altersvorsorge, Pensionsplänen und Aktienoptionen. Um diese Leistungen noch transparenter zu machen, stellte Vodafone z.B. gerade allen Mitarbeitern eine neue, persönliche Gesamtvergütungsübersicht zur Verfügung.

Beruf und Leben gut vereinbaren

Geld allein ist jedoch nicht alles. So steht allen Mitarbeitern bei Fragen zur Gesundheit und Medizin ein eigenes, sehr gut ausgestattetes betriebsärztliches Zentrum zur Verfügung und bietet eine große Bandbreite medizinischer Betreuung. Auch der Work-Life-Balance spricht der Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird große Bedeutung beigemessen. Vodafone-



In der betriebseigenen Kindertagesstätte „Seesternchen“ (Foto) in der Düsseldorfer Vodafone-Zentrale und in der Arcor-Kita in Eschborn sind die Kinder der Mitarbeiter bestens aufgehoben

Mitarbeiter, die in der Düsseldorfer Unternehmenszentrale am Seestern arbeiten, können ihre Kinder in der betriebseigenen Kindertagesstätte „Seesternchen“ unterbringen; in Eschborn wurde für die Kinder der Arcor-Mitarbeiter gerade eine Kita mit zehn Plätzen eröffnet. Die Kinder profitieren von der liebevollen Betreuung, die Eltern von flexiblen Öffnungszeiten und der Nähe zum Arbeitsplatz. Bundesweit arbeitet Vodafone mit dem pme Familienservice zusammen. Er unterstützt die Mitarbeiter z.B. bei der Suche nach geeigneten Kinderbetreuungseinrichtungen.

Die Eigenverantwortung stärken

Mitarbeiterzufriedenheit lässt sich aber nicht allein durch die Vereinbarkeit des persönlichen Lebensmodells mit der Arbeit erreichen. Die Möglichkeit, eigene Ideen zu verwirklichen, sowie Ein- und Aufstiegschancen geboten zu bekommen, ist ebenso entscheidend. Man darf die Potenziale der Arbeitnehmer nicht durch starre Vorschriften und Hierarchien eingengen. Hier setzt das Unternehmensprogramm „Inspired“ an. „Wir müssen die Menschen bei Vodafone ermutigen zu sagen, was sie denken und die Eigenverantwortung und Entscheidungsfreiheit jedes Einzelnen stärken. Das bedeutet natürlich auch, für die Mitarbeiter die entsprechenden Freiräume zu schaffen und sie auf Ziele hin, nicht nur an Aufgaben arbeiten zu lassen“, erläutert Michele Verna, Personal-Geschäftsführer von Vodafone Deutschland.

Werte erfahrbar machen

Für den gebürtigen Italiener stehen im Mittelpunkt seiner Arbeit die drei Säulen Mensch, Struktur und Kultur. Verna: „Ich liebe es, mit Menschen zu arbeiten. Das geht beim Recruiting los bis hin zur Entwicklung der Mitarbeiter. Um diese Aufgaben zu erfüllen, brauche ich natürlich die richtige Struktur und Organisation.“ Der herausfordernde Teil ist für ihn allerdings die Kultur. „Der entscheidende Punkt dabei ist, dass Werte nicht das sind, was du gesagt bekommst, sondern was du wirklich erfährst, siehst und spürst. Diesem Anspruch müssen wir uns stellen. Denn machen wir uns nichts vor: Ich kann als Mitarbeiter nur Kunden zu Fans machen, wenn ich selbst Fan meiner Firma bin“, so Verna abschließend.



„Kunden zu Fans machen, ein Anspruch, der nur gelingen kann, wenn ich selbst Fan meiner Firma bin“

Michele A. Verna

Michele A. Verna (Jahrgang 1968) ist Geschäftsführer Vodafone Deutschland für Personal. Zuvor leitete er von Juli 2004 an bei Vodafone Omnitel (Vodafone Italien) den Bereich Personal als Human Resources & Organization Director.



Chancengleichheit und gesellschaftliches Engagement fördern

Innovative Bildungsinitiative: Teach First gewinnt für den Einsatz an Schulen in sozialen Brennpunkten Hochschulabsolventen als Lehrkräfte auf Zeit

In kaum einem anderen Industrieland bestimmt die soziale Herkunft den Bildungserfolg eines Kindes so stark wie in Deutschland. Viele Bildungsangebote in Deutschland führen zu einer größeren Wissensklüft zwischen bildungsfernen und bildungsnahen Bevölkerungsgruppen.

Potenziale ausschöpfen

Hier setzt Teach First Deutschland an, ein Projekt, das von der Vodafone Stiftung als Gründungs-partner unterstützt wird. Chancengleichheit und gleichzeitig das gesellschaftliche Engagement fördern - auf dieser geradezu idealen Kombination basiert das Projekt. Es gewinnt persönlich und fachlich herausragende Ab-

solventen als Lehrkräfte auf Zeit („Fellows“) für einen zweijährigen Einsatz an Schulen in sozialen Brennpunkten. Mit Hilfe dieser Lehrer auf Zeit sollen die Schüler ihre Potenziale besser ausschöpfen. Als Vorbilder motivieren sie die Schüler und helfen ihnen, ihre Leistungen zu verbessern. Die Fellows von Teach First Deutschland werden zusätzlich zu regulären Lehrstellen eingesetzt. An den Einsatzschulen werden die Fellows durch einen von der Schule zu bestimmenden Mentor aus dem Lehrerkollegium betreut. Darüber hinaus werden die Fellows durch einen von Teach First Deutschland finanzierten Tutor unterstützt und sowohl vorab als auch parallel zu ihrem Einsatz in Theorie und Praxis ausgebildet. So werden zum Beispiel ab



dem Schuljahr 2009/2010 bis zu 30 Hochschulabsolventen verschiedener Studienrichtungen für jeweils zwei Jahre an Schulen in sozialen Brennpunkten in Berlin unterrichten.

Die Vodafone Stiftung finanziert Teach First Deutschland.

Verantwortung übernehmen

„Wir fördern engagierte Menschen aus unterschiedlichen Berufen- und Erfahrungsfeldern, die sich trotz zahlreicher anderer Karriere-möglichkeiten dafür entscheiden haben, eine innovative Bildungsinitiative zu verwirklichen. Daher ist Teach First Deutschland ein perfekter Partner für unser Programm ‚World of Difference‘, das beispielhaft für das Engagement junger Menschen ist, die mit großer Leistungsbereitschaft Verantwortung in unserer Gesellschaft übernehmen“, so Dr. Mark Speich, Geschäftsführer der Vodafone Stiftung Deutschland.

Schüler brauchen Vorbilder

Der Berliner Bildungssenator Prof. Dr. E. Jürgen Zöllner begrüßte den Start des innovativen Programms: „Ein anderes Wort für die Zukunft Berlins ist Bildung. Denn Bildung ist der Kraftstoff dieser Stadt. Schwächere Schüler und Schüler brauchen nicht nur Förderung, sondern auch Vorbilder. Ich bin davon überzeugt, dass der wissenschaftliche Nachwuchs bei den Schülern ungeahnte Kräfte freisetzen kann.“