



Triple Play

Multimedia für alle

Kurz & bündig

Internet: Nicht jeder kann und will

Produkte

Neuer Communicator

# Home Office

## Die Schattenseite der Schnäppchenjagd



Der Werbeslogan »Geiz ist geil« ist inzwischen altbekannt. Oft wird bei der Schnäppchenjagd jedoch nicht bedacht, dass Billigangebote den eigenen Wohlstand eher gefährden, als ihm nützen.

Besonders originell findet die markigen Werbe-Worte »Geiz ist geil« fast niemand mehr, zumal Verbraucherorganisationen immer wieder feststellen, dass die werbende Handelskette längst nicht immer zu den günstigsten Anbietern zählt. Gleichwohl können sich nur die wenigsten Konsumenten davon frei sprechen, bei einer geplanten Neuanschaffung nicht auch nach »Schnäppchen« Ausschau zu halten.

Im Zeitalter der Globalisierung hat der gezielte Kauf von Sonderangeboten aber auch eine Schattenseite, die viele Verbraucher gar nicht bedenken. Wer beim Kauf einer neuen Waschmaschine das Billigmodell für 199 Euro wählt oder beim Notebook-Kauf dem No-Name-Modell für gerade einmal 400 Euro den Zuschlag erteilt, der entscheidet sich fast immer für ein Produkt von einem chinesischen Hersteller. Natürlich kann man keinem Chinesen den Wunsch nach mehr Wohlstand verübeln, aber mit dem Kauf solcher Billigwaren entscheidet sich der Verbraucher auch gegen Errungenschaften, die in Deutschland oder anderen europäischen und nordamerikanischen Staaten eine Selbstverständlichkeit sind: Hier erhalten Mitarbeiter auch dann Lohn vom Arbeitgeber, wenn sie er-

kranken. Die Firmen zahlen auch dafür, dass Arbeitslose vom Staat unterstützt werden. All das macht ein Produkt teurer. Chinesische Hersteller brauchen solche Ausgaben hingegen nicht in ihre Preise einzukalkulieren, denn eine soziale Absicherung ist dort quasi nicht vorhanden. Wer also gezielt solche »Schnäppchen« kauft, entscheidet sich indirekt gegen soziale Sicherheit und den Erhalt des eigenen Arbeitsplatzes.

Ihr

Horst Keitel

### Kurz & bündig

## Professionelle Dienstleistung wird belohnt

Schlechter Kundenservice verärgert die Deutschen mehr als andere Europäer. Wie eine Umfrage ergab, würden mehr als zwei Drittel lieber einen Zahnarztbesuch in Kauf nehmen, als mit schlechtem Service konfrontiert zu sein.

Die Frustrationstoleranz der Deutschen gegenüber schlechtem Kundenservice ist

relativ gering – vielen reißt schnell der Geduldsfaden. Fast 70 Prozent würden lieber etwas Lästiges in Kauf nehmen, wie das Putzen ihres Badezimmers, einen Zahnarztbesuch oder eine Autopanne, als mit schlechtem Service konfrontiert zu sein. Die Zufriedenheit deutscher Kunden mit dem Service ist dabei sehr branchenabhängig. Im öffentlichen Sektor ist die Zu-

friedenheit sehr gering, 17 Prozent sind mit dem Service von Ämtern und Behörden betont unzufrieden. Relativ gut schneiden Banken und Versicherungen sowie Technologieanbieter ab. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie von Right Now Technologies, für die Ende letzten Jahres 1.000 Erwachsene deutschlandweit online befragt wurden.

Der entscheidende Faktor, der Deutsche dazu bewegt, einem Unternehmen treu zu bleiben, ist ein guter Kundenservice. 34 Prozent der Befragten beurteilten diesen Faktor als »extrem wichtig«. Weiterhin ergab die Studie, dass 93 Prozent der Befragten bereit sind, einer Firma in hohem Maße oder zumindest verstärkt Aufträge zu erteilen, wenn sie dort regelmäßig einen exzellenten Kundenservice erleben. 80 Prozent würden eine Firma oder Organisation aufgrund ihres professionellen Services weiterempfehlen.



## Auf DECT folgt CAT-iq

Seit rund einem Jahrzehnt funken Schnurlos-telefone in Büros und Wohnzimmern auf Basis des DECT-Funkstandards – weltweit rund 200 Millionen Mal. Die Technologie soll ab diesem Jahr schrittweise durch »CAT-iq« abgelöst werden. Neben einer verbesserten Sprachqualität integrieren die neuen Geräte erstmals Breitbandanwendungen.

DECT-Schnurlostelefone erfreuen sich großer Beliebtheit. Fast überall dort, wo ein Festnetz-Telefonanschluss vorhanden ist, sorgen die vergleichsweise preisgünstigen Funk-Telefone für drahtlose Freiheit. Damit das Interesse des Verbrauchers an Schnurlostelefonen nicht nachlässt, werden noch in diesem Jahr neue Geräte auf den Markt kommen, die auf dem DECT-Nachfolgestandard »CAT-iq« basieren. Beschlossen hat diese Strategie das internationale DECT-Forum, dem prominente Hersteller wie Avaya, Panasonic, Philips, Sagem und Siemens angehören. Dem Nutzer soll der DECT-Nachfolger mehr Komfort bringen: So wollen die Hersteller mit der neuen Technik den Zugriff auf internet-

basierte Telefonbücher möglich machen. Als »Megatrend« sehen die Produzenten auch Audiostreaming- und Internetradio-Angebote an, die mit CAT-iq-Telefonen auf einfache Weise verwendbar gemacht werden können.

Die geplanten Produktfeatures offenbaren den Hauptunterschied zu heutigen Schnurlosapparaten: CAT-iq setzt einen Breitbandzugang wie ADSL oder VDSL voraus, während jedes DECT-Telefon heute mit einem analogen oder ISDN-Telefonanschluss auskommt. Damit der Kunde Appetit auf die neue Gerätegeneration bekommt, sollen diese eine stark verbesserte Sprachqualität bieten – vergleichbar mit professionellen Audio- und Videokonferenzsystemen. Internet-Features wie der Abruf des Telefonbuchs oder Internet-Radio werden allerdings erst die CAT-iq-Modelle der zweiten Generation bieten, deren Markteinführung für den Sommer 2008 geplant ist.



CAT-iq-Modellstudie: Mit dem DECT-Nachfolger soll bei Schnurlostelefonen und Heim-Gateways auch ein völlig neues Produktdesign Einzug halten.

Internet:  
[www.dect.org](http://www.dect.org)  
[www.siemens.de/gigaset](http://www.siemens.de/gigaset)  
<http://de.wikipedia.org/wiki/DECT>

## Kein Internet bei einem Drittel der Deutschen

Aus einer repräsentativen Studie des Essener Marktforschungsinstituts Academic Data geht hervor, dass ein Drittel der Deutschen keine Möglichkeit hat, das Internet zu nutzen.

Unter den Personen, die keinen Zugang zum Internet haben, ist der Anteil der Frauen (45 Prozent) deutlich höher als der Prozentsatz der Männer (24 Prozent). Es gibt auch Internet-Muffel, die trotz vorhandener Möglichkeit das neue Medium nicht verwenden: Sechs Prozent der Befragten erklärten, zwar die Möglichkeit zu haben, aber trotzdem nicht ins Web zu gehen.

Von den aktiven Internet-Nutzern surfen 55 Prozent täglich, 27 Prozent gehen mehrmals pro Woche ins Netz. Männer sind dabei deutlich häufiger online als Frauen. Während unter den Herren 63 Prozent täglich surfen, halten sich die Damen mit nur 46 Prozent deutlich zurück. Mehr als zwei Drittel der Nutzer kaufen über das Internet ein. Genauso viele Anwender nutzen Nachschlagewerke und Suchmaschinen, jeder zweite beteiligt sich an Auktionsbörsen. Nur drei Prozent der Nutzer betreiben hingegen ein Weblog, neun Prozent lesen regelmäßig Online-Tagebücher. An der Umfrage nahmen 1.008 Männer und Frauen im Alter von 16 bis 65 Jahren teil.



# Home Office: Sinnvolle Alternative?



Dank moderner Kommunikationsmittel arbeiten immer mehr Menschen vom heimischen Schreibtisch aus. Das geht heute mit Hilfe der richtigen Technik genau so effektiv wie am Bürotisch. Allerdings ist nicht jeder Arbeitsplatz gut für das Home Office geeignet.

Noch vor wenigen Jahren war die Arbeit daheim eine Ausnahme: Vielfach war es technisch und organisatorisch einfach zu umständlich, den Arbeitsplatz in die heimische Umgebung zu verlagern. Dazu kamen Resentiments auch von der Arbeitnehmerseite. „Home Office“ klang für viele nach Haushalt und Häkeln. Das sieht heute anders aus: Ausgerüstet mit Laptop, schnellem DSL-Anschluss und Smartphone ist das Heimbüro für viele Arbeitskräfte schon zur Routine geworden. Gewiss kann nicht jeder Arbeitsplatz ins heimische Arbeitszimmer verlagert werden – und auch nicht jeder Arbeitnehmer ist der geborene Heimarbeiter. Doch in einigen Bereichen können Mitarbeiter durch das Home Office die Themen Familie und Beruf besser miteinander vereinbaren. Das wiederum trägt dazu bei, die Motivation im

Berufsalltag zu verbessern. Für manche Unternehmen sinken zudem die Ausgaben für Büroräume und Ausstattung.

Möglich ist die zeitweise Arbeit von zu Hause aus fast immer dort, wo der persönliche Kundenkontakt nicht an der Tagesordnung ist. So setzen viele Versicherungskonzerne auf Heimarbeit, aber auch Werbeagenturen, Verlage und Verwaltungen. Von den rund 22.000 Beschäftigten bei IBM in Deutschland sind heute beispielsweise bereits etwa 14.000 mit einem Telearbeitsplatz ausgestattet. Viele IBM-Mitarbeiter können mindestens einen Tag pro Woche von zu Hause aus arbeiten.

Allerdings ist für Unternehmen die Schaffung von Heimarbeitsplätzen auch eine Investition, die gut überlegt sein sollte: Nicht jede Arbeitskraft will gerne daheim arbeiten, manche Mitarbeiter sind zu Hause zu abgelenkt oder können sich nicht ausreichend motivieren. Schwierig wird es beispielsweise dann, wenn die jeweils zu bearbeitende Aufgabe viel Abstimmung mit anderen Kollegen

oder Vorgesetzten benötigt. Gerade für neue Mitarbeiter kann sich durch im Home Office arbeitende Kollegen die Einarbeitungsphase verlängern. Bestehen Zweifel am Nutzen der Heimarbeit, sollte die „Auslagerung“ deshalb erst einmal in ausgewählten Teams getestet werden.

Trotzdem das „Home Office“ sicher kein Allheilmittel ist, kann die Einführung für das Unternehmen auch sehr förderlich sein: In Zeiten globaler Konkurrenz müssen Mitarbeiter immer öfter Zeitzonen überschreitend erreichbar sein – das Heimbüro ist dabei sehr hilfreich. Kostensenkungen sind teilweise auch durch die effizientere Nutzung der Büroräume möglich. In einigen Unternehmen nutzen die – hauptsächlich daheim arbeitenden – Angestellten nicht mehr einen bestimmten Schreibtisch, sondern einen so genannten E-Place, den man sich mit anderen Kollegen teilt. Bei manchen Unternehmen ließen sich dadurch rund 25 Prozent der Büroarbeitsplätze einsparen, teure Gebäude-Erweiterungen oder die Anmietung neuer Räume entfielen.

Auch Forschungsarbeiten belegen den Trend hin zum Home Office: So kommt eine Untersuchung im Auftrag der Europäischen Union zu dem Schluss, dass sich 80 Prozent aller Angestellten wünschen, ab und an von zu Hause arbeiten zu können. Viele Unternehmen haben bereits gehandelt: Das SIBIS-Projekt (Statistical Indicators Benchmarking the Information Society) der Europäischen Union errechnete, dass rund 17 Prozent aller 39,6 Millionen Erwerbstätigen in Deutschland Telearbeiter sind. Das Statistische Bundesamt zählte im Jahr 2004 bereits 5,1 Millionen Beschäftigte, die entweder ganz oder teilweise ihre Arbeitszeit im häuslichen Büro verbringen.

Nicht zuletzt fördert der technische Fortschritt den Trend zum Home Office: Noch nie war es so einfach, Daten zu übertragen und miteinander zu kommunizieren. Ein DSL-Internet-Anschluss gehört heute in vielen Haushalten zum Standard. Moder-

ne Telefonsysteme ermöglichen es, dass der Heimarbeiter unter seiner regulären Büro-Rufnummer erreichbar ist und auch auf Knopfdruck zum Kollegen nebenan verbinden kann. E-Mails landen wahlweise auf dem heimischen Personal Computer, auf dem Laptop oder auf dem Smartphone. Eine gewünschte Auswertung hat der Vorgesetzte deshalb auch dann am nächsten Morgen pünktlich parat, wenn der Mitarbeiter nicht an „seinem“ Platz sitzt. So trägt moderne Kommunikationstechnik einmal mehr zu hoher Effizienz bei.



## Der Handheld-PC verschwindet

Dem Handheld-PC droht ein Nischendasein auf dem Markt der mobilen Endgeräte. Die Hersteller des Klassikers unter den Kleincomputern verkauften im vergangenen Jahr fast dreißig Prozent weniger Geräte.

Weil in den immer beliebteren Smartphones und Multimedia-Handys Funktionen wie Navigation, Adress-Speicher, Kalender und

E-Mail-Funktion sowie kabellose Schnittstellen eingebaut sind, interessieren sich immer mehr Anwender für diesen Zwitter aus Mobiltelefon und Kleincomputer. Auch für den mobilen Internetzugang wird eher das kleine Notebook oder das große Handy statt des klassischen Handheld-PC ohne Telefonfunktion genommen. Der auch PDA (Personal Digital Assistant) genannte Produkttyp verkauft sich deshalb immer seltener: Im vierten Quartal 2006 lag das Minus bei 35,9 Prozent. Das waren 1,5 Millionen Exemplare weniger, als im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, berichtet das renommierte Marktforschungsunternehmen IDC in einer aktuellen Studie. Weltweit wurden im Jahr 2006 nur noch 5,5 Millionen Handheld-PCs verkauft. Für die Marktforscher ist der Tiefpunkt damit noch lange nicht erreicht. In wenigen Jahren dürfte das smarte Mobiltelefon den elektronischen Organizer von einst vollständig abgelöst haben.

Smartphone statt PDA: Mobiltelefone wie hier das „Asus P535“ werden immer beliebter.



Impressum:

Ausgabe Nr. 1/2007

Redaktion und Gestaltung:

Reys/Partner/Werbeagentur GmbH, Düsseldorf  
Folker Lück (Verantwortlicher/Text)

Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Für Fehler im Text, in Bildern usw. kann die Redaktion weder eine juristische noch irgendeine Haftung übernehmen.

Bildnachweis:

DECT-Forum · T-Com · Turio · Nokia · Fotolia · photocase.com · Asus · Corbis

## ... Buchtipps: Mehr Erfolg durch professionelle Gesprächsführung

Erfolgreiches Führen im Alltag ist ohne Gespräch nicht denkbar – sei es mit Mitarbeitern, Vorgesetzten, Kunden oder Partnern, Kindern und Freunden. Dieses Sachbuch zeigt deshalb sehr anschaulich die Zusammenhänge zwischen der menschlichen Psyche und unseren alltäglichen Gesprächserfahrungen im Privat- und Geschäftsalltag auf. Der Autor Christian-Rainer Weisbach geht auf die verschiedenen Elemente eines Gesprächs ein. Themen sind unter anderem: Der Nutzen des aktiven Zuhörens, Gesprächspausen, Widerstände beim Gegenüber bis hin zu Gesprächsstörern. Mehrere Kapitel bieten praktische Tipps, etwa „Vier Möglichkeiten zu reagieren“ oder „Für die Ohren des anderen argumentieren.“ Aufgrund der zahlreichen Praxis-Ratschläge ist der Band fast eine Art „Lehrbuch“ für Führungskräfte sowie diejenigen, die es werden wollen. Ebenso ist es lesenswert für Menschen, die im Gespräch leicht „verführt“ werden könnten. Der Autor Christian-Rainer Weisbach lehrt und forscht an den Universitäten Hohenheim und Tübingen und arbeitet seit fünfundzwanzig Jahren in der Fort- und Weiterbildung als Personalentwickler, Coach und Trainer-Referent.



**Christian-Rainer Weisbach**  
Broschiert, 480 Seiten, EUR 12,-  
Verlag DTV Beck  
ISBN-13: 978-3423058452



## Kurz & bündig

# Multimedia für mehr Haushalte

Wenn es um die Zukunft von Fernsehen, Telefon und Internet geht, fällt oft das Schlagwort „Triple Play“. Dem Multimedia-Angebot aus einer Hand – Telefon, Internet und Fernsehen über eine Leitung – sagen Marktbeobachter eine große Zukunft voraus.

Die großen Telefongesellschaften in Deutschland haben sich „Triple Play“ ganz groß auf die Fahnen geschrieben. Die Unternehmen, die im vergangenen Jahr damit in ersten Regionen Deutschlands gestartet sind, wollen kräftig in die Technik investieren und ihre Angebote ausbauen.

Um Triple Play zu beziehen, gibt es zwei Möglichkeiten: über schnelle DSL-Internetzugänge oder über Kabelanschlüsse. Beide Branchen – Telefon- und Kabelgesellschaften – machen sich dabei kräftig Konkurrenz.

Als erster Anbieter in Deutschland hatte die in Hamburg ansässige Hanse Net im Mai letzten Jahres mit „Alice homeTV“ ein Triple-Play-Angebot gestartet. Die Deutsche Telekom zog im Oktober mit ihrer Offerte „T-Home“ nach. Für Pauschalpreise zwischen rund 80 und 90 Euro im Monat können die Bündelangebote

aus Internet, Telefonie und TV-Inhalten in zehn Ballungsgebieten in Deutschland genutzt werden, die bereits über das Hochgeschwindigkeitsnetz VDSL verfügen. Laut Telekom können derzeit rund sechs Millionen Haushalte an das VDSL-Netz angeschlossen werden. Der Konkurrent Arcor präsentiert in diesem Frühjahr erstmals ein eigenes Triple-Play-Angebot. Auch die Kabelanbieter schlafen nicht: Nach Angaben des Deutschen Kabelverbands ist derzeit in rund 13,5 Millionen

Haushalten Triple Play per Kabel möglich. Das entspricht etwa der Hälfte aller erreichbaren Haushalte. Bis Ende 2008 soll das Angebot in rund 90 Prozent aller erreichbaren Haushalte verfügbar sein. Die Stiftung Warentest warnt interessierte Verbraucher indes vor zu großer Euphorie bei den neuen Multimedia-Angeboten. Besonders bei Triple Play über den DSL-Anschluss gebe es noch viele Störungen – ähnlich wie in der Anfangsphase der DSL-Technik.



## ... PRODUKT-TRENDS

### Faltbare Notebooktasche

Wer sich einen Laptop für mehrere hundert Euro kauft, möchte dass sein Gerät möglichst lange wie neu aussieht und nicht durch Schmutz, Feuchtigkeit oder Stöße beschädigt wird. Jetzt naht preisgünstige Abhilfe.

Der Hersteller AMVi Tech bietet extrem leichte, widerstandsfähige und einfach zu faltende Schutzhüllen an, die Notebooks von 11 bis 15,4 Zoll Bilddiagonale aufnehmen. Mit der Serie „10TURIO“ – in Anlehnung an das Römische Reich, wo der Centurio mit seinem Schild für Wehrhaftigkeit stand – bietet das deutsche Unternehmen AMVi Tech Schutzhüllen mit integrierter Schaumgummi-Protektion für wirkungs-

vollen Rund-um-Schutz an. Sie passen samt Notebook in jeden Aktenkoffer oder in die Schultertasche. Die Protektionshüllen sind in den Farben Oliv, Grün, Orange und Rot verfügbar und kosten je 18,90 Euro.

**Farbenfroher Notebook-Schutz:**  
„10TURIO“ von AMVi Tech

[www.10turio.com](http://www.10turio.com)



## ... PRODUKT-TRENDS

### Communicator ganz neu

Die „Mutter“ aller Smartphones, der „Communicator“ von Nokia, erscheint jetzt völlig neu überarbeitet.

Das mit 210 Gramm nicht ganz leichtgewichtige Mobil-Modell namens „E 90 Communicator“ funkt als Quadband-GSM-Telefon und in UMTS-Netzen. Dort, wo ein so genannter Hotspot für den Zugang zum Internet vorhanden ist – etwa in vielen Restaurants, auf Flughäfen und Bahnhöfen – kann man mit dem Telefon auch dieses drahtlose Netzwerk nutzen. Der interne Speicher fasst 128 Megabyte, über zusätzliche Micro-SD-Karten



lassen sich bis zu zwei Gigabyte Speicherplatz nachrüsten. Vorhanden ist zudem eine 3,2-Megapixel-Kamera mit Autofokus-Objektiv. Mit GPS und der

„Maps“-Anwendung kann das „E 90“ sogar als mobiles Navigations-System verwendet werden. Der neue „Communicator“ soll im Frühsommer auf den Markt kommen und ohne Handy-Vertrag 750 bis 800 Euro kosten.

**Smartphone-Pionier:**  
„E 90 Communicator“ von Nokia

[www.nokia.de](http://www.nokia.de)

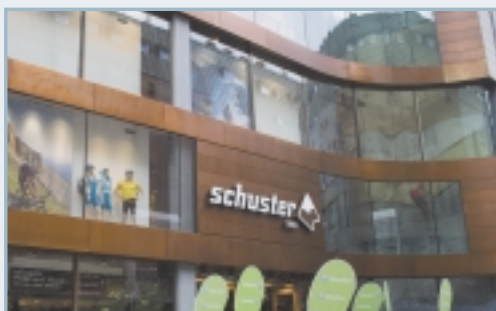
## SPORTHAUS SCHUSTER – SPORTLICHE DYNAMIK AUCH IN DER TELEKOMMUNIKATION

Nach mehrmonatiger Planungs- und Bauzeit entstand im Herzen von München das neue Berg- und Sporthaus, wie es kein zweites in Europa gibt. Das traditionsreiche Sporthaus Schuster hat seine dezentralen Telekommunikations-Systeme zu einer zentralen Voice- und Applikationsplattform zusammengeführt. Voice-over-IP reduziert hier nicht nur die Leitungskosten, sondern stellt auch den vernetzten Standorten wie dem Logistikzentrum und dem Flagship Store des amerikanischen Outdoor-Spezialisten The North Face die Applikationen wie CTI und Unified Messaging zur Verfügung. Die Außenstandorte sind in dem Rufnummernplan des Haupthauses eingebunden und somit über die Zentrale Sport Schuster erreichbar.

Über eine Wireless-LAN-Verbindung konnte ohne eine kostenintensive leitungs-technische Anbindung die ausgelagerte

Verwaltung im Rückgebäude direkt mit dem zentralen System zusammengeführt werden. Das zum Sporthaus Schuster gehörende Sporthaus Münzinger am Marienplatz in München wird zu einem späteren Zeitpunkt ebenfalls in das Netz integriert.

Mit dem gewählten Kommunikationssystem Alcatel Enterprise und dem Service der **MTG** wurde das sportliche Team vom Sporthaus Schuster zum Kundennutzen ergänzt.



## MITARBEITERPORTRAIT

Ute Schaumann  
Chefsekretärin



Die Jahrtausendwende brachte für **MTG** „frischen Wind“ ins Chefsekretariat. Voller Elan kam eine junge

Badenserin nach München und überzeugte ihren neuen Chef sehr schnell von ihrem Organisationstalent und Leistungswillen. Neben den Aufgaben der Chefsekretärin übernahm sie auch die anfallenden Formalitäten für die Aus- und Weiterbildung und unterstützt durch ihr kreativ-gestalterisches Talent die Öffentlichkeitsarbeit.

Damit nicht genug, vor vier Jahren wurde Frau Schaumann auch das komplette Fuhrparkmanagement übertragen. Die Verwaltung der über 70 Firmenwagen samt Ein- und Verkauf nehmen einen guten Teil ihrer heutigen Arbeitszeit in Anspruch. Mit der bayerischen Gemütlichkeit ist es für manchen **MTG**-Mitarbeiter schnell vorbei, wenn Frau Schaumann die Ordnung der Autos überprüft!

Doch ansonsten lässt sich die gebürtige Niedersächsin aus der Lüneburger Heide nicht so schnell aus der Ruhe bringen. Das liegt vermutlich auch daran, dass sich die „Starnberger See Liebhaberin“, wie sie sich selbst bezeichnet, sportlich *im – am – und auf* dem See erholt.

Ihr zweites Hobby gilt den Tieren. Die Reiterin ist diplomierte in alternativer Tiermedizin und hilft so manchem Warm- und Kaltblüter über Schwächen hinweg. Und wenn Delphine sprechen könnten, hätten sie sich sicher schon längst bei Frau Schaumann persönlich für deren Einsatz um ihren Fortbestand bedankt.

## BERUFGENOSSENSCHAFTLICHE UNFALLKLINIK MURNAU – SEIT ÜBER 25 JAHREN KUNDE VON **MTG**



**MTG** ist seit über 25 Jahren Dienstleister für Kommunikations- und Sicherheitstechnik in der Unfallklinik Murnau. Begonnen hat alles im Jahr 1980. Damals gewann **MTG** die Ausschreibung Schwachstromtechnik für den Neubau, 1. Bauabschnitt. **MTG** hatte somit die Möglichkeit ihre Fachkompetenz als Komplettanbieter für Kommunikationstechnik unter Beweis zu stellen. Im Laufe der Jahre wurde **MTG** mit weiteren

Neu- und Umbauten beauftragt. Bis heute sind drei Lichtrufsysteme Fabrikat Ackermann clino phon 95, ein System clino com 21 sowie sieben Systeme clino opt 99 verbaut worden. Das Brandmeldesystem Fabrikat Esser mit vernetzten Zentralen der Serie 8000 ist auf ca. 1.000 Busteilnehmer an automatischen und nichtautomatischen Meldern angewachsen. Ein vernetztes Sprechanlagen-system Fabrikat Ringmaster mit ca. 250 Teilnehmern ergänzt das vorhandene Telekommunikationssystem.

In einem ständig wachsenden Klinikum mit modernsten Behandlungsmöglichkeiten kann auf ein funktionierendes Kommunikationsnetz nicht verzichtet werden. **MTG** dankt der Berufsgenossenschaftlichen Unfallklinik Murnau für das entgegengebrachte Vertrauen in den vergangenen Jahren.

### MTG-Kommunikations-Technik GmbH

Truderinger Straße 250  
81825 München  
Telefon 0 89/4 51 12-0  
Telefax 0 89/4 51 12-330  
info@mtg-muenchen.de  
www.mtg-muenchen.de

### MTG-SHOP

Truderinger Straße 250  
81825 München  
Telefon 0 89/4 51 12-424  
Telefax 0 89/4 51 12-420  
shop@mtg-muenchen.de

### MTG-Kommunikations-Technik GmbH

Portitzer Allee 8  
04329 Leipzig  
Telefon 03 41/25 80-0  
Telefax 03 41/25 80-100  
info@mtg-leipzig.de  
www.mtg-leipzig.de

