

SENDERUMSTELLUNG 6. Mai 2014

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage.....	3
2. Inhalt und Datum der Umstellung	3
3. Genereller Nutzen der Umstellung (Kundensicht).....	4
4. Die Teilbereiche im Detail.....	5
4.1 Neue Sendersortierung.....	5
4.1.1 Kundenorientiertere Sendersortierung in Anlehnung an upc.....	5
4.1.2 Sortierung nach LCN	7
4.1.3 Anzahl betroffene Kunden (manueller Suchlauf).....	8
4.1.4 Auswirkungen Suchlauf LCN nach Anbieter UPC	9
4.1.5 Technische Info-Massnahmen zur Abschwächung Kundenreaktionen	9
4.2 Wegfall SD/HD-Simulcast	10
4.2.1. Übersicht betroffene Sender	10
4.3 Transkodierung nach MPEG-4 sämtlicher Sender in SD-Qualität	10
4.3.1 Anzahl betroffene Kunden	11
4.4 Einführung neue Pay-TV Struktur	11
4.4.1 Gründe für die Einführung einer neuen Pay-TV-Struktur.....	11
4.4.3 In sieben Schritten zur neuen Pay-TV-Struktur.....	12
4.4.4 Die Angebots-Struktur im Detail.....	14
4.4.5 Die Veränderungen im Überblick	15
4.4.6 Vermarktungs-Strategie.....	16
4.4.7 Wahlfreiheit bestehende HD Premium Kunden (3 Monate Testsehen)	17
4.4.8 Preiserhöhung beim All-in-One.....	17
4.4.9 Take2 Premium Kunden erhalten neu das EXTRA	19
4.4.10 Spezielle Migration MUSIK-Paket	19
4.4.11 Vertragliche Bedingungen	20
4.4.8 Umsetzung Senderpräsentation Online und Offline	20
4.5 Senderschalttag	22
4.5.1 überall verfügbare Regionalsender	22
4.5.2 Quantitative und qualitative Auswirkungen in den Grundangeboten	22
4.5.3 Quantitative qualitative Auswirkungen in den Pay-TV-Paketen.....	23
4.5.4 Wording Senderangebot in Bezug auf Anzahl Sender	24

Autor: Marco Goetschi
Projektverantwortlicher: Marco Goetschi, Finecom
Doc.-Version: 1.2
Datum: März

1. Ausgangslage

Die Struktur des Kabelnetzes weist eine beschränkt verfügbare Anzahl an Frequenzen auf, die aktuell sowohl für analoge (TV/Radio) und digitale (Internet/Festnetz/TV) Mehrwertdienste genutzt werden. Obwohl im Jahre 2012 die analoge Must Carry Verbreitungspflicht aufgeweicht wurde, besteht nicht zuletzt wegen der Mehrfachübertragung diverser Sender, der zunehmenden Standardisierung von Fernsehen in HD-Qualität und Etablierung interaktiver TV-Funktionalitäten der Marktzwang, im Netz mehr Kapazitäten zu schaffen, um dem Kunden mittel-/langfristig digitale Mehrwerte zu ermöglichen. Gleichzeitig muss eine verbesserte Bündelung der Bandbreiten erfolgen. Zusätzlicher Druck entsteht durch die flächendeckende Einführung von Glasfasernetzen der Konkurrenz. Die grosse Senderumstellung stellt ein wichtiger Schritt dar, um weiter ganz vorne im Infrastruktur-Wettbewerb mitzumischen. **Fazit:** *Mit einer technisch getriebenen Senderumstellung im Mai 2014 sollen die Rahmenbedingungen für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Quickline geschaffen werden.*

Bei der grossen Senderumstellung handelt es sich um ein Projekt der Digital Cable Group (DCG). Neben Quickline sind auch die Kabelnetze SASAG, STAG, Yetnet, TB Suhr und GGA Maur betroffen.

2. Inhalt und Datum der Umstellung

Die grosse Senderumstellung (BigBang) lässt sich in 5 grössere Teilbereiche gliedern:

1. **Neue Sendersortierung:** Etablierung einer neuen, kundenorientierteren Sendersortierung. Diese lehnt sich an die aktuelle Sortierung der upc cablecom an.
2. **Wegfall SD/HD-Simulcast:** Sofern ein HD-Senderversion verfügbar ist, dann wird auf ihre SD-Simulcast-Version verzichtet.
3. **MPEG-4:** Sämtliche verbleibenden SD-Sender werden nur noch im MPEG-4 Format ausgestrahlt.
4. **Neue Pay-TV-Struktur:** Eine neue, übersichtlichere Pay-TV-Struktur wird eingeführt. Die alten SD-Themenpakete werden eingefroren.
5. **Senderschalttag:** Neue Sender werden aufgeschaltet, SD-Sender wenn immer möglich durch ihre HD-Version ersetzt.

Die Umstellung hat grosse Auswirkungen auf Kundenseite: Sämtliche Kunden mit einem nicht von Quickline unterstützten Endgerät (Set-Top-Box, CA-Modul) oder Nutzer des digital unverschlüsselten Grundangebots (Empfangbar via integriertem DVB-C-Tuner des TV-Geräts) müssen unmittelbar nach erfolgter Umstellung einen manuellen Suchlauf tätigen. Im Weiteren müssen heute noch nicht HD-taugliche Kunden ihre bestehenden Empfangsgeräte ersetzen (Teilbereich MPEG-4). Die Schätzungen insgesamt von der grossen Umstellung betroffener Kunden sind auf rund 100'000 angesetzt.

Bei der grossen Senderumstellung vom **6. Mai 2014** handelt es sich um eine einmalige Umstellung und sie findet im gesamten Quickline Verbreitungsgebiet gleichzeitig statt. Das Datum wurde unter Berücksichtigung sämtlicher Feiertage und sportlichen Grossereignissen wie olympische Winterspiele, sowie Eishockey- und Fussballweltmeisterschaften ausgewählt. Das Datum wurde aus Gründen des arbeitsintensiven Vorlaufs rund 1 Jahr im Voraus gewählt.

3. Genereller Nutzen der Umstellung (Kundensicht)

Bei der grossen Umstellung handelt es sich hauptsächlich um ein technisch getriebenes Projekt, das darauf abzielt, die vorhandenen und neu geschaffenen Kapazitäten besser zu nutzen. Der mit der Umstellung verbundene manuelle Suchlauf, der die betroffenen Nutzer zwingend tätigen müssen, um die TV-Bilder zu empfangen, wird zu Ärgernissen und negativen Kundenerlebnissen führen. Der Grund für die grosse Umstellung ist für den Kunden nicht unmittelbar ersichtlich und gerade weil der Nutzer aus seinen Gewohnheiten (Senderreihenfolge) gerissen wird, das mit Zusatzaufwand verbunden ist, können diese negativen Kundenerlebnisse die positiven Effekte der Senderumstellung überstrahlen. Es wird vor allem für die Kommunikation Herausforderung sein, den Nutzen (kurzfristig/langfristig) der Umstellung zu betonen.

Kurzfristig	Mittel-/Langfristig
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nutzenorientierte Senderliste: beliebte Sender sind vorne platziert; Thematische Gliederung der Sender 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Zeitversetztes TV in HD: Befähigung der zeitversetzten Dienste in HD-Qualität, wenn auch runterskaliert.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wegfall Doppelspurigkeiten: Der gleiche Inhalt ist dank Wegfall SD-Simulcast nur noch einmal verfügbar. Dies erleichtert das Zapping. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mehr Internet-Bandbreite: Ermöglichung höherer Internet-Bandbreiten sowohl für Down- und Upload
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verschiebung Pay-TV nach hinten: Durch eine allgemeine Verschiebung der Pay-TV-Sender in hintere Bereiche entstehen in den vorderen Regionen keine Programmlücken mehr 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neue Dienste: Ermöglichung neuer Mehrwegdienste wie Cloud-Services oder Einbindung OTT-Angebote
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Regionalsender überall: Durch die Verbreitung sämtlicher konzessionierter Regionalsender wird das Programm noch schweizerischer. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neues interaktives TV: Nachfolge-Plattform von Verte! mit noch mehr Funktionalitäten und Optimierungen
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Qualitative Sendervielfalt: Insgesamt und durch Wegfall der SD-Simulcast-Versionen vergrössert sich die Anzahl Sender zwar nicht, doch inhaltlich und qualitativ erlebt der Kunde einen Mehrwert durch zusätzliche, neue Programme 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ (Fast) alles in HD: Wenn immer möglich sollen die TV-Sender in HD-Qualität ausgestrahlt werden.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mehr Sender in HD-Qualität: Nach der Umstellung werden massiv mehr Sender in HD-Qualität verfügbar sein. 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Attraktiveres Pay-TV-Angebot: Kundennähere Pakete, wenn immer möglich in HD-Qualität, neue Sender 	

4. Die Teilbereiche im Detail

Die 5 Teilbereiche der grossen Senderumstellung vom 6. Mai werden hier im Detail beschrieben.

4.1 Neue Sendersortierung

Die heutige Sendersortierung wird überarbeitet. Aus Kundensicht wird die Sendersortierung grundlegend geändert. Um von der neuen Sendersortierung zu profitieren müssen sämtliche Digital-TV Empfänger, welche nicht über eine von Quickline unterstützte Set-Top-Box verfügen, einen manuellen Suchlauf starten.

4.1.1 Kundenorientiertere Sendersortierung in Anlehnung an upc

Die heute gültige Sendersortierung datiert aus den Einführungszeiten des digitalen Fernsehens im Quickline Gebiet. Bei der Sortierung wurde der Fokus mehr auf technische Kriterien gelegt. Die neue Sortierung soll den Fokus stärker ans Nutzerverhalten ausrichten. Als Benchmark diente hier die Liste der upc cablecom. Die Angleichung der Senderliste an upc cablecom kann gleichzeitig als Kundennutzen bei Umzügen herangezogen werden, da er sowohl im Quickline als auch Cablecom-Gebiet eine ähnliche Sortierung erwarten kann und dies kein radikaler Eingriff in vorhandene Nutzungsgewohnheiten darstellt. Das Grobraster (Cluster von sich nahe stehenden Sendern) der neuen Sendersortierung sieht im Vergleich zur aktuellen Sendersortierung und der von UPC Cablecom wie folgt aus:

The image displays three vertical lists of TV channels, each representing a different sorting method. Each channel entry includes a small icon, the channel name, and technical details like resolution (HD) and number of channels (e.g., 2 HD, 3 HD).

- DCG 2013:** Shows a list of channels such as 'öffentl. rechtl.', 'reg. konzess.', 'privat top', 'Sport free', 'Kinder free', 'Doku pay', 'Nachrichten', 'Sport free', 'Sport pay', 'Kinder free', 'Kinder pay', 'privat free', 'Jugend free', 'Musik Pop pay', 'Musik V/K pay', 'Diverse free', 'jeweils free und pay', 'Erotik pay', 'free/pay', and 'Teleclub SD/HD'.
- DCG 2014:** Shows a list of channels such as 'öffentl. rechtl.', 'reg. konzess.', 'privat free', 'Sport free', 'privat free CH Vers.', 'Jugend free CH Vers.', 'Kinder free CH Vers.', 'öffentl. rechtl. Sparten', 'Nachrichten', 'reg. ausserh. k. Geb.', 'Diverse free', 'privat top HD', 'privat free D/A Vers.', 'Diverse free', 'Musik V/K pay', 'Musik Pop pay', 'Kinder pay', 'Doku pay', 'Film pay', 'Sport pay', 'Erotik pay', 'jeweils free und pay', and 'Teleclub SD/HD'.
- upc cablecom 2013:** Shows a list of channels such as 'öffentl. rechtl.', 'privat top', 'Sport free', 'Kinder free', 'Jugend free', 'privat free', 'Doku pay', 'Nachrichten', 'Diverse free', 'privat top HD', 'Doku pay', 'Film pay', 'Kinder pay', 'Musik Pop pay', 'Musik V/K pay', 'Sport pay', 'Erotik pay', 'jeweils free und pay', 'Teleclub SD', and 'free/pay'.

Die Sortierung nach Sender wird erfolgen, sobald die definitive Aufschaltliste für den 6. Mai 2014 bekannt ist. Die wesentlichen Änderungen lesen sich wie folgt:

- Regional konzessionierte Sender sind auf Sendepplatz 4 – 8
- CH-Privatsender mit Relevanz wie bspw. 3+, 4+, S1 TV oder Joiz TV wiederfinden sich zwischen Platz 9 – 20
- Die 1. Öffentlich-rechtlichen Programme der deutschsprachigen Nachbarländer sind auf Platz 21 – 24.
- Wichtige dt. Privatsender RTL und ProSieben Sat1 sind zwischen 25 – 30
- Dritte dt. Programme der ARD sind auf 31 – 37. Gleich anschliessend folgen Kultursender wie Arte HD und 3 Sat HD
- Nicht regional relevante Programme sind auf Sendepplatz 81 - 92
- Die verschlüsselten Versionen von RTL und ProSieben Sat1 sind im hinteren Bereich angesiedelt rund um Sendepplatz 100 – 114. Hier halten wir uns an UPC
- Sämtliche verschlüsselten Sender kommen in der neuen Sendersortierung hinter den unverschlüsselten Sendern.

Im Vergleich zur aktuellen Sendersortierung bietet die neue Sendersortierung folgende Vorteile:

- **Schweizer Privatsender stärken:** Aufgrund der sich verstärkenden Medienvielfalt und zahlreicher neuer Sender werden diese Programme auf vorderster Position nach den SRF und regional konzessionierten Sender platziert. Dadurch erhalten sämtliche Sender in Bezug auf Bühlen um Zuschauergunst die gleichen Spiesse.
- **Verschiebung deutsche Privatsender nach vorn:** Beliebte Sender mit hohen Einschaltquoten wie RTL, ProSieben oder Sat1 werden auf vordere Programmplätze verschoben.
- **Verschiebung dritte deutsche Programme nach hinten:** „Nischensender“ wie SWR oder BR werden in der Programmliste weiter hinten angesiedelt.
- **Thematischer Übergang:** In der Logik ist beinhaltend, dass nahe stehende Thematiken wenn immer möglich ineinanderfliessen (Kinder & Jugend).
- **Trennung Pay-TV und Free-TV:** Der deutschsprachige Free-TV Bereich wird zusammengefasst in den vorderen Regionen, die thematischen und deutschsprachigen Pay-TV-Sender werden in den hinteren Regionen platziert. Der wesentliche Vorteil zu heute liegt darin, dass sich ein Nicht-Pay-TV Abonnent nicht mehr durch die Pay-TV-Sender zappen muss, um zu einem anderen Free-TV-Sender zu gelangen.
- **Bündelung sämtlicher Sprachensender:** Alle nicht-deutschsprachigen Pay-TV und Free-TV Sender sind gebündelt angesiedelt.

Die grosse Umstellung bringt gleichzeitig den Wegfall der SD-Simulcast mit sich, was das Zapping deutlich bequemer macht.

4.1.2 Sortierung nach LCN

Im Zuge der Umstellung wird der Default-Modus des technischen Sortierungsverfahrens bei den Quickline Set-Top-Boxen geändert:

Heute	Ab 6. Mai 2014
Sortierung nach Channel ID	Sortierung nach LCN (Logical Channel Numbering)

Für die heute bei Quickline-Kunden im Einsatz stehenden Set-Top-Boxen bedeutet dies, dass unmittelbar vor der Umstellung ein neuer Software Release auf die Set-Top-Boxen ausgespielt werden muss. Folgende sich im Einsatz befindende STB erfahren ein Release:

- **Kaon KCF-SA700PCO**
- **Kaon KCF-S271HDLCO**
- **Kaon KCC-S660HDCO**
- **Kaon KC-B3001HCO**

Andere oft sich im Einsatz befindende Set-Top-Boxen wie Thomson Modelle, KCF-S270, Technisat-Modelle wie **K2 PVR, DigiCorder Isio C** und Wisi werden kein Software-Release erfahren. Sofern diese STB kein LCN unterstützen, dann kann der Suchlauf weiterhin nach Channel ID oder nach einem anderen Sortierungsverfahren erfolgen.

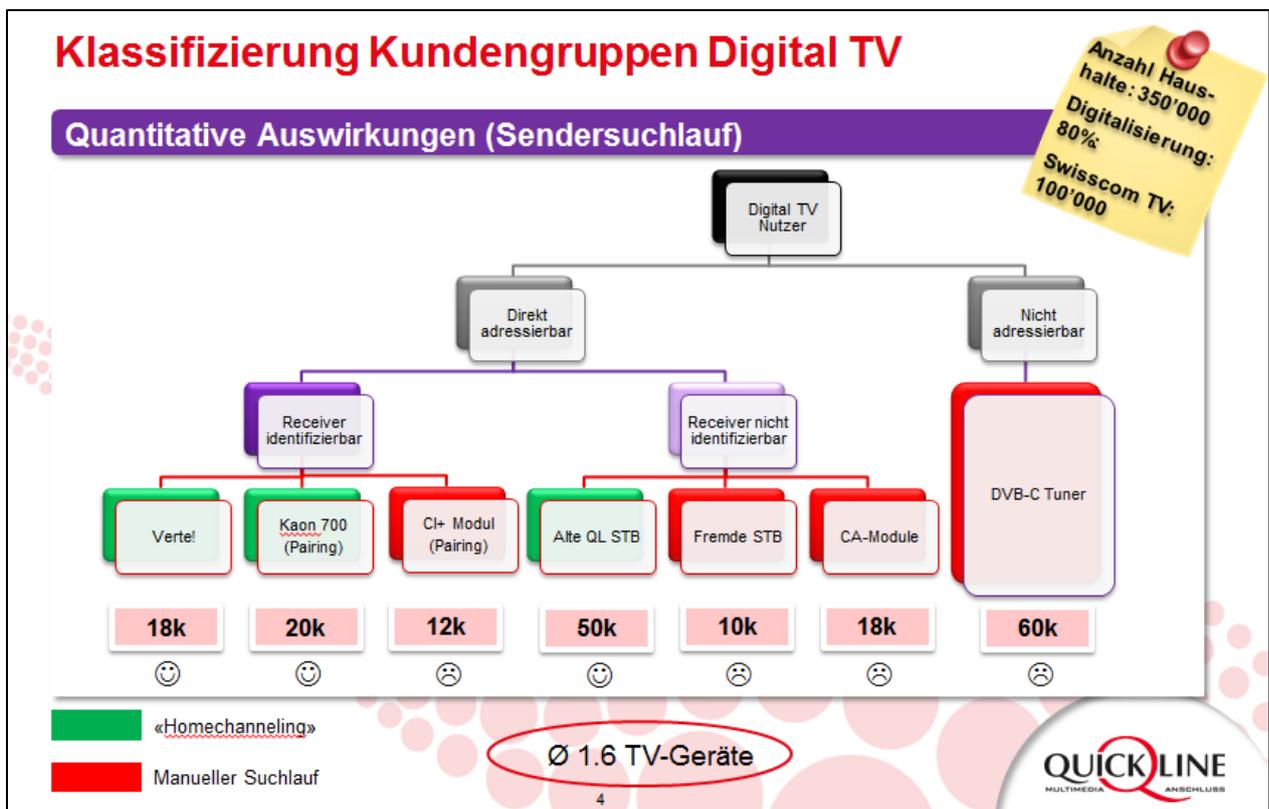
Bei den TV-Geräten mit integriertem DVB-C Tuner ist LCN seit einigen Jahren als Standard-Sortierungsverfahren etabliert. Sofern nicht, dann gilt beim Suchlauf das gleiche Prinzip wie bei den Set-Top-Boxen (siehe oben).

4.1.3 Anzahl betroffene Kunden (manueller Suchlauf)

Folgende Herausforderungen erschweren die Quantifizierung der von einem manuellen Suchlauf betroffenen Kunden:

- **Nicht registrierte Endgeräte:** Erst mit der Einführung des Pairing im Mai 2012 ist ersichtlich, über welche Endgeräte der Digital-TV Kunde verfügt. Erschwerend ist dieser Umstand vor allem bei der Anschrift und Botschaft an die adressierbaren Kunden.
- **Nicht identifizierbare Digital-TV Kunden:** Sämtliche Kunden, welche lediglich das unverschlüsselte digitale Grundangebot beziehen via integriertem DVB-C-Tuner beziehen, sind weder identifizier- noch registrierbar.

Die zwei Tatsachen erschweren eine exakte Quantifizierung. Eine ungefähre Quantifizierung kann lediglich durch Annahmen und Werten aus vorliegenden Umfragen herbeigezogen werden. Basierend auf aktuellen Daten und Umfragen und einer damit verbundenen Extrapolation ergibt sich für April 2014 folgender Überblick.



Per April 2014 ist mit einer 80% Digitalisierung auf den 1. TV-Gerät zu rechnen. Im Quickline Gebiet sind rund 100'000 Swisscom TV-Kunden (oder andere digitale TV-Substitute) angesiedelt. Basierend aus den Datensätzen aus dem QMC lässt sich die Anzahl Digital-TV Empfänger mit integriertem DVB-C-Tuner berechnen. **Fazit:** Rund 100'000 Kunden müssen am Tag der Umstellung (oder allenfalls später) bei Ihrem 1. TV-Gerät einen manuellen Suchlauf vornehmen. Sämtliche Kunden mit einer Quickline Set-Top-Box haben das Homechanneling integriert und müssen am Tage der Umstellung nichts unternehmen (Suchlauf wird im Hintergrund und ohne Zutun des Kunden hergestellt). Auch bei Vertel Kunden erfolgt der Suchlauf automatisch und ohne Zutun des Kunden.

Weiter zu beachten sind die 1.6 TV-Geräte pro Haushalt. Die Digitalisierung der 2. und 3. TV-Geräte ist deutlich niedriger und es ist davon auszugehen, dass neben dem manuellen Suchlauf vor allem auch viele Set-Top-Boxen (oder TV-Geräte) ersetzt werden müssen, da diese noch nicht MPEG-4 fähig sind.

4.1.4 Auswirkungen Suchlauf LCN nach Anbieter UPC

Im Zuge der Umstellung vom Sortierungsverfahren Channel ID nach LCN soll ab dem 6. Mai zum Anstossen des Suchlaufs durch den Kunden der Anbieter UPC als Parameter ausgewählt werden. Dies hat für zukünftige Senderaufschaltungen/-mutationen folgende Vorteile:

Durch die Festlegung auf die Option Anbieter UPC erfolgt bei zukünftigen Änderungen des Senderangebots der Sendersuchlauf automatisch. Werden neue Sender aufgeschaltet oder Sender verschoben, so muss der Kunde keinen Suchlauf mehr durchführen. Die neue Sortierung erfolgt automatisch im Hintergrund und kann gleichgesetzt werden wie das Homechanneling bei den Quickline Kaon Set-Top-Boxen. Im Hinblick auf zukünftige Änderungen hat dies einen grossen Einfluss für den Kunden. Die Anzahl Support-Fälle sollten aus diesem Grund deutlich abnehmen, sofern der Kunde über ein TV-Gerät der neuen Generation verfügt und die Einstellung LCN nach Anbieter UPC eingestellt hat.

Um die Sortierung nach diesem neuen Prinzip zu gewährleisten ist bei jedem Kunden zwingend die Auswahl nach Anbieter UPC notwendig. Bei einigen TV-Geräten wie beispielsweise Panasonic hat dies zur Konsequenz, dass am 6. Mai der Kunde das Gerät auf Werkseinstellungen zurücksetzen muss, damit bei zukünftigen Umstellungen kein Suchlauf mehr getätigt werden muss. Im Geräte-Menü lässt sich die Auswahl Anbieter UPC nur im Zuge der Inbetriebnahme bewerkstelligen und kann im Anstossen zum Suchlauf nicht vollzogen werden. Für andere weitverbreitete Modelle von Samsung, Sony, Phillips oder LG ist die Auswahl auf Anbieter UPC im Menü zum Anstossen des Suchlaufs gewährleistet.

4.1.5 Technische Info-Massnahmen zur Abschwächung Kundenreaktionen

Für den Tag der Umstellung ist mit einer sehr grossen Anzahl an Kundenanfragen zu rechnen. Neben kommunikativen Massnahmen und Aktivitäten am Point-of-Sale stehen folgende technische Hilfsmittel zur direkten Kundeninformation zur Verfügung:

- **Keine Verschiebung bei beliebtesten Programmen:** Folgende beliebt Programme verbleiben auf dem gleichen Programmplatz, sofern der Kunde nach der Umstellung nicht unmittelbar einen manuellen Suchlauf tätigt: SRF1 HD, SRF 2 HD, ORF eins HD, ORF 2 HD, Das Erste HD, ZDF HD, 3sat HD, SWR HD, BR HD, WDR HD, NDR HD, RTL HD, RTLII HD, VOX HD, Super RTL, Sat1 HD, ProSieben HD, kabeleins HD, SIXX HD, alle Teleclub (nur WWZ). Diese Massnahme kann zu einer Verlagerung der Anrufe zum Kundendienst bewirken.

- **Laufschriften:** Rund ein Monat vor der Umstellung werden auf 8 Programmen Laufschriften eingeblendet. Die Auswahl der Sender, der Text, sowie die Anzahl Einblendungen ist zu definieren.
- **Ankündigung Simulcast-Abschaltung via EPG:** Rund 1-2 Wochen vor der Abschaltung der SD-Simulcast-Versionen kann auf ausgewählten Simulcast-Versionen ein statischer EPG-Eintrag mit Informationen über die Umstellung erstellt werden.
- **Aufschaltung Infobild bei kritischen Simulcast-Programmen:** Für wenige Tage nach der Umstellung wird auf den SD-Simulcast-Sender eine Info-Tafel aufgeschaltet. Bestens geeignet hierfür sind SRF1 und SRF2.

4.2 Wegfall SD/HD-Simulcast

Mit der Umstellung fallen fast alle SD/HD-Simulcast-Sender weg.

4.2.1. Übersicht betroffene Sender

Der Wegfall erfolgt sowohl in den Grundangeboten als auch im Pay-TV. Folgende Grafik gibt einen Überblick, welche SD-Versionen nach dem 6. Mai 2014 nicht mehr verfügbar sein werden:

SRF 1 Schweiz, deutsch	Vollprogramm mit Informationen, Unterhaltung, Sport, Serien und Spielfilmen		entfällt	3sat Deutschl./Österr./Schweiz, de.	Öffentlich-rechtlicher Sender mit Kultur und Informationen		entfällt
SRF zwei Schweiz, deutsch	Kindersendungen, Spielfilme, Serien und Sportübertragungen		entfällt	arte Deutschland/Frankreich, de., fr.	Doku, Bildung, Kultur, Spielfilme in deutscher und französischer Sprache		entfällt
3+ Schweiz, deutsch	Unterhaltung made in Switzerland: Top-Serien, Spielfilme, Dokus, Kurznews		entfällt	Planet deutsch	Dokumentarfilme Politik, Sport, Wissenschaft, Kunst		entfällt
Das Erste Deutschland, deutsch	Das erste Deutsche Fernsehen, Vollprogramm		entfällt	National Geographic Ch. D deutsch, englisch	Dokumentarfilme Geografie, Tierwelt, Natur		entfällt
ZDF Deutschland, deutsch	Das zweite Deutsche Fernsehen, Vollprogramm		entfällt	PHOENIX deutsch	Deutsche Politik, Dokumentations-sendungen, Weiterbildung		entfällt
ORF eins Österreich, deutsch	Das erste Österreichische Fernsehen, Vollprogramm		entfällt	Auto Motor und Sport Ch. deutsch, englisch	Technik, Reportagen und Dokumentationen rund ums Auto		entfällt
ORF 2 V Österreich, deutsch	Das zweite Österreichische Fernsehen, Vollprogramm		entfällt	RTS un Schweiz, französisch	Das erste Fernsehen der Romandie		entfällt
SWR Fernsehen BW Deutschland, deutsch	Südwestrundfunk, mit Regionalmagazinen für Baden-Württemberg		entfällt	RTS deux Schweiz, französisch	Das zweite Fernsehen der Romandie		entfällt
Bayerisches FS Süd Deutschland, deutsch	Bayerischer Rundfunk, mit Regionalmagazinen für Süd-Bayern		entfällt	M6 Suisse Frankreich/Schweiz, französisch	Filme, Serien, Sport, Unterhaltung		entfällt
WDR Köln Deutschland, deutsch	Westdeutscher Rundfunk, Vollprogramm		entfällt	RSI LA 1 Schweiz, italienisch	Das erste Fernsehen des Tessins		entfällt
NDR FS NDS Deutschland, deutsch	Norddeutscher Rundfunk, Vollprogramm		entfällt	RSI LA 2 Schweiz, italienisch	Das zweite Fernsehen des Tessins		entfällt
Romance TV deutsch	Romantische TV Movies, Telenovelas und Serien rund um die Uhr		entfällt	Rai HD Italien, italienisch	Inhalte der anderen Rai-Sendern in HD-Qualität		entfällt
TNT Serie D deutsch	Brandneue sowie bekannte internationale Topserien		entfällt	BBC One englisch	Umfassendes Programmangebot mit Unterhaltung, Nachrichten, Sport		entfällt
AXN D deutsch	Serien, Spielfilme, Reality, Abenteuer		entfällt	BBC Two englisch	Umfassendes Programmangebot mit Serien, Filmen, Dokus, Geschichte und Kunst		entfällt
Syfy deutsch	Science Fiction (Filme, Serien und Dokus sowie Eigenproduktionen)		entfällt	itv englisch	Unterhaltung, Spielfilme, Serien, Dokumentationen und Nachrichten		entfällt
TNT Film D deutsch, englisch	Filmklassiker und aktuelle Blockbuster		entfällt	BBC News englisch	24 Stunden Nachrichten		entfällt
zdf_neo deutsch	Dokumentarfilme, Musiksendungen, Spielfilme, Comedy, Serien		entfällt	sport1 US englisch	Nord-Amerikanische Sportarten		entfällt
ZDFinfo deutsch	Servicisendungen von ZDF und 3sat Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft		entfällt				
zdfkultur deutsch	Popkultur und alle Formen des Spiels, vom Theater bis zum Computerspiel		entfällt				

Der Wegfall bedeutet gleichzeitig eine Schmälerung der Anzahl Sender im Angebot. Dieser soll aber mit Neuaufschaltungen so gut wie möglich kompensiert werden.

Bei folgenden Sendern kommt es aufgrund vertraglichen und angebotsbegründeten Situationen weiterhin zu einer SD/HD-Simulcast-Ausstrahlung:

ProSieben, Sat1, Kabeleins, Sixx, RTL, RTL II, Super RTL, VOX (gleiches wird für HD-Sender von den gleichen Programmveranstaltern gelten wie bspw. RTL Nitro oder n-tv)

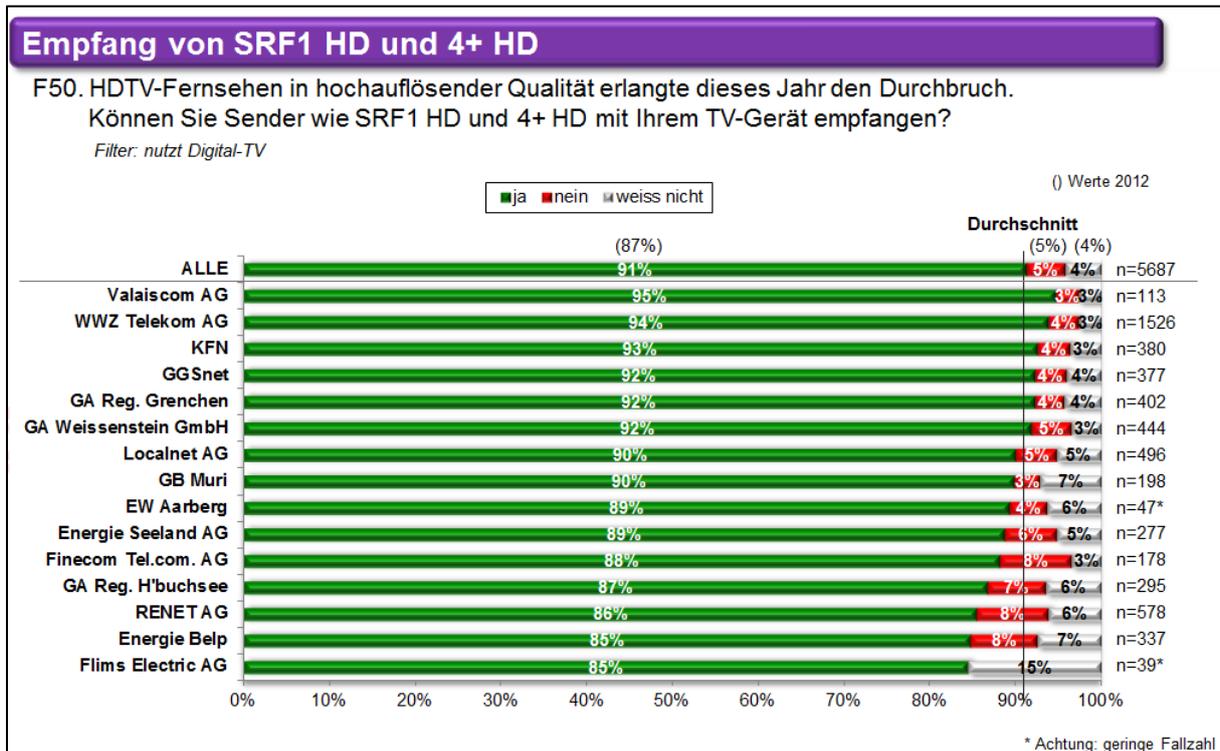
4.3 Transkodierung nach MPEG-4 sämtlicher Sender in SD-Qualität

Am 6. Mai 2014 kommt es zur letzten Etappe der MPEG-4 Transkodierungs-Projekte. Nach den Transkodierungen der SD-Sender aus den Sprachenpaketen (29. Oktober 2013) und den SD-Sendern aus den Themenpaketen (28. Januar 2014) werden bei der Umstellung noch sämtliche verbleibenden SD-Sender aus den Grundangeboten ins MPEG-4 Format

transkodiert. Durch die Transkodierung kann bis zu 40% an Bandbreite des Videosignals eingespart werden.

4.3.1 Anzahl betroffene Kunden

Durch die zwei Transkodierungs-Projekte konnten bereits eine grosse Anzahl an betroffenen Kunden mit neuen MPEG-4-fähigen Endgeräten ausgerüstet werden. Gemäss der Kundenumfrage 2013 (Befragung im September) waren 5% der Quickline Digital-TV Kunden noch nicht mit einem MPEG-4 fähigen Endgerät ausgestattet. Dieser Wert wird im Zuge der stattfindenden Transkodierungs-Projekte noch einmal verringert.



Anzumerken bleibt hierbei, dass in diesem Wert die Anzahl 2. und 3. TV-Geräte nicht berücksichtigt sind und sämtliche Nutzer des digitalen Grundangebots nicht befragt werden konnten. Es ist hier von einer Dunkelziffer auszugehen, die insbesondere für logistische Aspekte berücksichtigt werden muss (Lagerbestand Set-Top-Boxen).

4.4 Einführung neue Pay-TV Struktur

Mit der grossen Senderumstellung wird das Pay-TV-Angebot umgestellt. Die bisherigen SD-Themenpakete werden eingefroren und ein vereinfachtes, schlankeres HD-Angebot wird eingeführt. Nichts verändert wird an den Sprachenpaketen.

4.4.1 Gründe für die Einführung einer neuen Pay-TV-Struktur

Im April 2011 wurde neben den bestehenden SD-Themenpaketen ein HD-Paket eingeführt. Dies führte zu einer Inkonsistenz im Pay-TV Angebot: Zeichnete sich die SD-Struktur mit thematischen Paketen aus wie SPORT, SPORT PLUS, FILM, DOKUMENTATION, FAMILIE und MUSIK, so waren im HD-Paket nicht zuletzt wegen vertraglicher Restriktionen sämtliche Themenbereiche vereint. Aufgrund des Marktdrucks und des stetigen Zuwachs an verfügbaren HD-Sendern wurde das Paket im Oktober 2012 mit zusätzlichen Programmen angereichert. Dies konnte jedoch nur dank einer Preiserhöhung von CHF 12 auf CHF 19 erfolgen. Nun steht eine weitere Erweiterung an und gleichzeitig möchte man auf eine Simulcast-Übertragung verzichten. Folgende Herausforderungen mussten gelöst werden:

- Wie kann das sehr erfolgreiche HD-Paket weitergeführt werden?
- Wie können wir die bestehenden SD-Abonnenten halten ohne Umsatzverlust?
- Mit welcher Struktur und Bündel-Massnahmen lassen sich eine möglichst hohe Anzahl Abonnenten erreichen, um die Programmkosten so niedrig wie möglich zu halten?
- Welche Struktur und Angebotspräsentationen sind zu berücksichtigen, um die vertraglich festgehaltenen Paketierungsforderungen der Programmveranstalter umzusetzen?
- Wie kann die durch Wegfall SD-Simulcast entstandene Angebotslücke im erweiterten Grundangebot aufgefangen werden, ohne dass dabei Umsatz verloren geht?

4.4.3 In sieben Schritten zur neuen Pay-TV-Struktur

Die Entstehung der neuen Pay-TV-Struktur lässt sich in folgenden 7 Teilschritten realisieren:

1. **Verschiebung 3. deutsche Programme:** Durch Wegfall der SD-Simulcast-Programme müssen die dritten deutschen Programme wie SWR ins unverschlüsselt verfügbare Grundangebot verschoben werden. Dabei entsteht im Grundangebot Plus HD eine Angebotslücke, die inhaltlich geschlossen werden muss, um weiterhin die Rechtfertigung für ein kostenpflichtiges Zusatzangebot zu erlangen.
2. **Integration Musiksender ins Grundangebot Plus HD:** Die bisher im Musik-Paket angebotenen Sender werden neu ins erweiterte Grundangebot integriert. Abo-Struktur-Analysen haben ergeben, dass Musik das Themenpaket darstellt, welches am häufigsten mit anderen Pay-TV-Paketen kombiniert wird, aber gleichzeitig ist es auch Paket mit den niedrigsten Abo-Zahlen und einem rückläufigen Wachstum. Das Hinzufügen der Musiksender eignet sich insbesondere, weil mit einer Erweiterung der Radiosender von music choice auch das Radiosender-Angebot im Vergleich zum Grundangebot einen Mehrwert darstellt. Durch die Internationalität und Universalität von Musiksendern erfahren auch die vielen ausländischen Abonnenten eine qualitative Verbesserung. Im Zuge der Einführung neuer Pay-TV-Struktur wird das Grundangebot Plus HD umbenannt. Aktuell wird der Arbeitstitel BASIS+ verwendet.
3. **Verkaufsstopp SD-Themenpakete (Einfrierung):** Zum Zeitpunkt der Einführung der neuen Struktur werden die existierenden SD-Themenpakete eingefroren und auf keinen Werbematerialien mehr ersichtlich sein. Sämtliche Abonnenten können ihre Pakete weiterhin behalten. Betroffen sind folgende Pakete: SPORT, SPORT PLUS, FILM, FAMILIE, DOKUMENTATION und MUSIK. Das EROTIK-PAKET wird weitergeführt. Sofern SD-Abonnenten auf die neue Struktur wechseln wollen, dann müssen sie selber aktiv werden. Der bisherige 3 für 2 Rabatte wird bei bestehenden Kunden weiterhin angewendet. In der neuen Struktur wird er nicht mehr angewendet.
4. **HD-Version ersetzt SD-Version in den Themenpaketen:** Wenn HD verfügbar, dann werden in den Themenpaketen die SD-Versionen mit HD ersetzt. Aufgrund der bereits vorher durchgeführten MPEG-4 Transkodierungen vom 28. Januar 2014 werden sämtliche Themenpaket-Abonnenten mit HD-fähigen Endgeräten ausgestattet sein. Durch den Ersatz der SD-Version mit HD in den einzufrierenden Themenpaketen lässt sich zusätzlich Bandbreite gewinnen, durch Beibehaltung des Endkundenpreises und Schaffung eines Mehrwerts wird jedoch der Druck gemindert, auf die neue Paket-Struktur zu wechseln.
5. **Migration Einzel-Musik-Paket-Abonnenten ins BASIS+:** Sämtliche MUSIK-Paket, welche das MUSIK-Paket ohne 3 für 2 Regelung abonniert haben, werden automatisch ins BASIS+ migriert. Preislich werden sie einen Vorteil erfahren.
6. **Aufteilung HD Premium in neue Pakete:** Das HD Premium Paket wird erweitert und neu unter dem Namen PREMIUM angeboten. Gleichzeitig werden aus den verfügbaren Sendern neue Pakete erschaffen. Bestehende HD Premium Kunden haben die Wahlfreiheit (Mehr in 4.4.5).

7. Neue Struktur entstehen lassen: Ab 6. Mai wird folgende Angebotsstruktur für den Kunden verfügbar sein:

- ✓ **BASIS+:** Heutiges Grundangebot Plus HD und Musikpaket vereint
- ✓ **EXTRA:** Vereinigung Themenbereiche FAMILIE, FILM und DOKUMENTATION
- ✓ **SPORTS:** Sportsender als Einzelbedürfnis
- ✓ **EROTIK:** Vereinigung Hard- und Soft-Erotiksender
- ✓ **PREMIUM:** Vereinigung der Paket BASIS+, EXTRA und SPORTS sowie Soft Adult. Dieses Paket ist die Erweiterung des bisherigen HD Premium Pakets

4.4.4 Die Angebots-Struktur im Detail

Erkenntnisse aus Interner Abo-Struktur-Analyse und Studie der Angebote der nationalen Konkurrenz und Anbieter aus dem DACH – Raum haben folgende Angebots-Struktur entstehen lassen:

Paket	Sender	Value Proposition
BASIS+	Mix aus FTA und Pay-TV (nur Auszug aus Sender):  ✓ Private dt. Programme in HD (RTL, Sat1, usw.) ✓ Ausländische und deutschsprachige FTA-Sender	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Da ist Musik drin ✓ Mehr als nur Fernsehen (MC) ✓ BASIS+ als Einstieg für vielseitige Unterhaltung ✓ Im Take2 und All-in-One immer mit dabei ✓ BASIS+ als Gatekeeper zum Pay-TV
SPORTS		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Das Paket für Sportbegeisterte ✓ Die Sportwelt in seiner ganzen Vielfalt. Von Segeln über Kampfsport zu Fussball. ✓ Live-Sport, packende Dokumentation und Hintergrundberichte
EXTRA		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Der Fernseh-Spass für Jung und Alt ✓ Unterhaltung für die ganze Familie ✓ Dokumentationen aus den verschiedensten Bereichen.
PREMIUM		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Das Komplett-Paket ✓ Für 6 Monate zum halben Preis ✓ Volle Unterhaltung – angereichert mit einer Prise Soft-Erotik ✓ Die totale TV-Unterhaltung – am besten kombiniert mit einem All-in-one oder Take 2 ✓ Der Bestseller deckt alle Bedürfnisse! ✓ Der Spass für die ganze Familie – auch wenn die Kinder schon Schafe zählen.
EROTIK		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Die volle Dosis konzentriert

Sämtliche Sender stehen wenn immer möglich in HD-Qualität bereit. Dies ist aber abhängig von der Verfügbarkeit und den Vertragsverhandlungen mit den Programmveranstaltern. Die aktuelle Aufstellung ist zu betrachten ohne Gewähr und wird final rund 8 Wochen vor der Einführung bereitstehen.

Sender wie bio und Silverline werden in der neuen Struktur nicht mehr angeboten. Extreme Sports wird in der neuen Struktur mit Fast'n'Fun gleichwertig ersetzt. Auch Mezzo findet keinen Platz mehr in der neuen Struktur, Video Italia wird nur noch im Italiano Paket angeboten.

Eine Weiterführung in Form eines Super-Kombis wie mit DELUXE angedacht wird in der neuen Struktur nicht mehr angeboten.

4.4.5 Die Veränderungen im Überblick

In der folgender Ansicht wird die Migration von bestehenden Senderpaketen in die neue Pay-TV-Struktur beschrieben/dargestellt.

Paket	Preis heute	Bestehende Abonnenten	Angebot neu (Arbeitstitel)	Preis neu	Beschreibung (Veränderung ggü. heute)
Grundangebot	Fr. 0.00		Grundangebot	Fr. 0.00	Wegfall Simulcast SD/HD, Mehr Sender
Grundangebot Plus HD	Fr. 5.00		BASIS+	Fr. 5.00	vereint "Grundangebot Plus HD" + "Musik" Verschiebung Simulcast ins Grundangebot
Musik	Fr. 6.00				
Sport	Fr. 8.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD	SPORTS	Fr. 11.00	Neue Sender in HD, ohne Soft Erotik
Sport Plus	Fr. 12.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD			
Film	Fr. 8.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD	EXTRA	Fr. 22.00	Vereint bisherige Sender aus Paketen FILM, FAMILIE und DOKUMENTATION; Einbau neuer Sender in HD
Familie	Fr. 6.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD			
Dokumentation	Fr. 8.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD			
HD Premium	Fr. 19.00		PREMIUM	Fr. 33.00	Kombination BASIS+, EXTRA, SPORTS + Soft Adult
Erotik	Fr. 24.00	Wird direkt migriert	EROTIK	Fr. 24.00	vereint Hard- und Soft-Erotiksender
3 für 2 Themenpakete		Wird bei eingefrorenen Paketen weiterhin so verrechnet			3 für 2 wird nicht mehr angeboten
Super Kombi	Fr. 50.00	Wird eingefroren, Ersatz mit HD			Super Kombi wird nicht mehr angeboten

4.4.6 Vermarktungs-Strategie

Damit Paketierungs-Vorgaben und Minimumgarantien der Programmveranstalter erfüllt werden können, werden die Pakete mit unterschiedlichen Priorisierungen vermarktet.

Priorität	Pakete	Vermarktungs-Massnahmen	Verkaufspreis
Priorität 1	PREMIUM	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dauerpromotion: Die ersten 6 Monate zum halben Preis. Einführung ab Oktober 2014 ✓ Integration in bestehende Bundles All-in-One Platin und Take 2 Premium HD. Bestehende Abonnenten werden nicht eingefroren. ✓ Vorzugsplatzierung in sämtlichen on- und offline Promotionen ✓ Prominente Positionierung auf der Quickline Website (Angebotspräsentation) ✓ Berücksichtigung Vermarktungs-Aspekte bei Product Redesign im Hinblick auf Vision-Einführung ✓ Steuerung durch Incentives in den verschiedenen Vertriebskanälen (Provisionen) 	CHF 33.-
Priorität 2	BASIS+	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BASIS+ als Einstiegs-Modell positionieren für Pay-TV. Mit Hilfe Promotionen und Up-Selling Massnahmen soll der ARPU gesteigert werden können im Laufe des Kunden-Lebenszyklus (bspw. Testseh-Aktionen) ✓ Mit Verte!, All-in-One und Take 2 ist BASIS+ immer mit dabei ✓ Einsteiger-Bundlings mit Hardware: Neukunden erhalten Hardware (CA-Modul oder STB) gratis oder zu Vorzugspreis, wenn sie das BASIS+ für Mindestens 1 Jahr nehmen. ✓ Weniger prominente Platzierung auf Website als Premium ✓ 1:4 Regelung behält im BASIS+ ihre Gültigkeit. Es wird auf Anfrage angeboten und kann als Verkaufsargument verwendet werden. ✓ Detaillierte Ausführungen in den Senderlisten 	CHF 5.-
Priorität 2	SPORTS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Einsteiger-Bundlings mit Hardware: Neukunden erhalten Hardware (CA-Modul oder STB) gratis oder zu Vorzugspreis, wenn sie das SPORTS für Mindestens 1 Jahr nehmen. ✓ Weniger prominente Platzierung auf Website als Premium ✓ Detaillierte Ausführungen in den Senderlisten 	CHF 11.-
Priorität 2	EXTRA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Einsteiger-Bundlings mit Hardware: Neukunden erhalten Hardware (CA-Modul oder STB) gratis oder zu Vorzugspreis, wenn sie das EXTRA für Mindestens 1 Jahr nehmen. ✓ Weniger prominente Platzierung auf Website als Premium ✓ Detaillierte Ausführungen in den Senderlisten 	CHF 22.-
Priorität 3	EROTIK	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Für die Nische. Erwähnung in Senderlisten. ✓ Swisscom hat's nicht. Es bringt gutes Geld und treue Kunden 	CHF 24.-

4.4.7 Wahlfreiheit bestehende HD Premium Kunden (3 Monate Testsehen)

Das heute existierende HD Premium wird erweitert mit Pay-TV-Sendern aus allen Bereichen und wird neu zum PREMIUM. Eine Preiserhöhung ist aufgrund steigender Paketkosten unweigerlich und eine Einfrierung der bestehenden HD Premium Kunden ist aufgrund von Minimumgarantien nicht möglich. Insofern muss versucht werden, so viele Kunden HD Premium Kunden zu PREMIUM Kunden zu machen. Heute wird zwischen zwei Arten von HD Premium Kunden unterschieden:

1. **HD Premium im Bundle:** Inbegriffen sind hier sämtliche Abonnenten des All-in-One Platin und Take 2 Premium HD (Rund 1/3 der HD Premium Abos)
2. **HD Premium only:** hier handelt es sich um Kunden, die das HD Premium einzeln abonniert haben und die Abo-Gebühren nicht in einem Kombi-Angebot inkludiert sind (Rund 2/3 der HD Premium Abos)

Während in den Bundles aufgrund der steigenden Programmkosten spezielle Massnahmen notwendig sind (4.4.8 ff.), erhalten sämtliche HD Premium only Kunden ab 6. Mai sämtliche neuen Sender des PREMIUM Pakets aufgeschaltet. Parallel werden sie brieflich angeschrieben und informiert, dass sie die neuen Sender während **3 Monaten zum gleichbleibenden Preis von CHF 19.-** testsehen können. Ab dem 4. Monat gilt dann der neue Preis von **33.-**. Im Brief wird gleichzeitig die neue Struktur vorgestellt. Sofern der HD Premium Abonnent findet, dass er mit dem SPORTS-Paket bedient ist, dann kann er den Wechsel zum SPORTS-Paket aktiv initiieren. Gleiches gilt für das Paket EXTRA.

Aufgrund der beschriebenen Massnahme und der in den Grundzügen erläuterten Vermarktungs-Strategie soll die Abo-Verteilung im Quickline Gebiet im Detail wie folgt aussehen:

- ✓ **PREMIUM:** 50% Anteil
- ✓ **EXTRA:** 30% Anteil
- ✓ **SPORTS:** 20% Anteil

Das BASIS+ Abo wird aufgrund seiner Sonderrolle (Gatekeeper zwischen verschlüsselt und unverschlüsseltem Angebot) und seines Bundling-Potenzial nicht in diese Verteilung miteinbezogen.

Sämtliche Neukunden können die neuen Pakete ab 6. Mai zu den oben definierten Preisen abonnieren. Bei den bestehenden HD Premium Kunden wird während der Promophase ein Rabatt von 14.- ausgewiesen sein.

4.4.8 Preiserhöhung beim All-in-One

Das AiO Platin Angebot wird von CHF 121.10 auf CHF 131.10 erhöht. Dazu gibt es aber deutlich mehr Leistung. Betroffen von dieser Preiserhöhung und Leistungssteigerung sind ca. 2185 Kunden. Die betroffenen Kunden erhalten ab Einführung 3 Monate die neuen Leistungen zum alten Preis (CHF 121.10). Preiserhöhung erfolgt dementsprechend auf den 4. Monat.

Vorher	Nachher
Preis: CHF 121.10 200/10 Mbit/s 24 h gratis in CH-Festnetz 190 TV-Sender, über 60 in HD	✓ Preis: CHF 131.10 ✓ 200/10 Mbit/s ✓ Flat Telefonie alle CH-Netze ✓ 230 TV-Sender, über 100 in HD (PREMIUM)

Kunden, welche sich in der Promophase (6 Monate zum halben Preis) befinden, erhalten per 6. Mai die neuen Leistungen (mehr Sender, 24h All flat) zum vereinbarten Promopreis bis zum Ablauf ihrer Promo (60.-/Mt. über ganze Promodauer). Nach Ablauf der Promo gilt der neue Preis von CHF 131.10. Sämtliche betroffenen Kunden werden brieflich im Vorab informiert. Die betroffenen Kunden haben jederzeit und ohne Einschränkungen, die

Möglichkeit für einen Downgrade auf Ende Monat, sofern sie die neuen Bedingungen nicht annehmen wollen. Eine allfällige restliche Dauer-Promozeit wird beim neuen Abo angerechnet. Die Downgrade-/Kündigungsmöglichkeit besteht bis zu 3 Monaten nach Beendigung der Testseh-Phase. Selbstverständlich besteht auch die Möglichkeit zur sofortigen ausserordentlichen Kündigung per Ende Monat. Um den administrativen Aufwand möglichst schlank zu halten müssen bei allen Helpdesk- und Kundendienst-Mitarbeiter die Berechtigungen im QMC gegeben sein. Auf der Rechnung wird ein Rabatt von 10.- ausgewiesen sein (Dauerpromo 5.-).

Damit der Kundendienst und auch der KNU die Kündigungen bzw. Downgrades ohne Probleme eigenben können, werden die Migrierten Kunden gemerkt und bei diesen das Cancel- und Downgrade Lock entfernt und nach 6 Monaten wieder hinzugefügt.

Die Promo wird nach folgendem Regelwerk abgebildet (nur Migrierte Kunden):

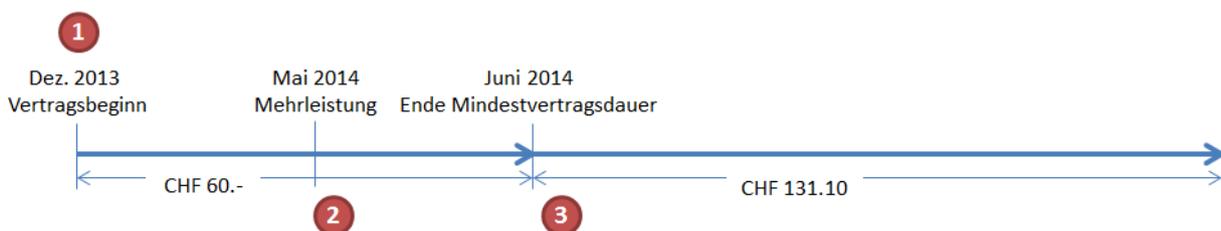
- 1) Kunde hat AiO in Promo & AiO Platin->5.- Rabatt
- 2) Kunde hat keine AiO Promo mehr & hat AiO Platin und ist in Testsehphase -> 10.- Rabatt

„Bevorteilte Kunden“



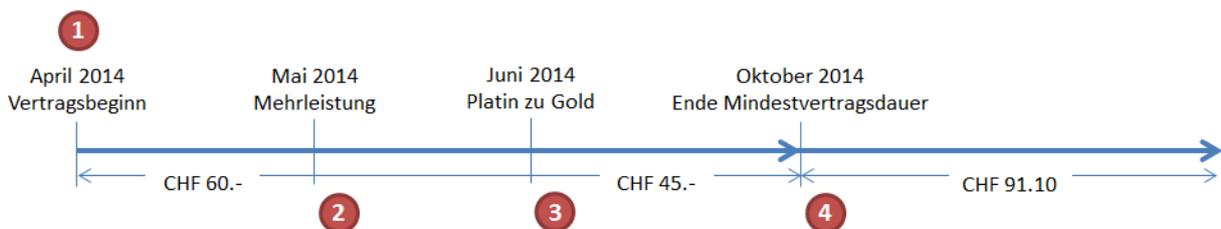
- (1) Kunde bezieht ab April das AiO Platin Produkt
- (2) Ab Mai bis Oktober profitiert Kunde von Mehrleistungen (mehr Sender & Tel All Flat)
- (3) Ab Oktober gilt der neue Preis von 131.10

„Benachteiligte Kunden“



- (1) Kunde bezieht ab Dezember das AiO Platin Produkt
- (2) Ab Mai bis Juni „profitiert“ Kunde von Mehrleistungen (mehr Sender & Tel All Flat)
- (3) Bereits ab Juni gilt der neue Preis von CHF 131.10

Downgrade Darstellung am Beispiel AiO Platin zu AiO Gold.



- (1) Kunde bezieht ab April das AiO Platin Produkt
- (2) Ab Mai bis Oktober profitiert der Kunde durch die Senderumstellung
- (3) Wechselt sein Abo von AiO Platin zu AiO Gold

(4) Ab Oktober gilt der neue AiO Gold Preis von CHF 91.10

4.4.9 Take2 Premium Kunden erhalten neu das EXTRA

Das Take2 Premium Angebot bleibt von CHF 86.10 bestehen. Betroffen von dieser Migration sind aktuell 604 Kunden (Stand Ende Januar). Die betroffenen Kunden profitieren von mehr Leistungen zum gleichen Preis.

Vorher	Nachher
50/5 Mbit/s 190TV-Sender, über 60 in HD	✓ 50/5 Mbit/s ✓ 220 TV-Sender, über 90 in HD (EXTRA)

Sämtliche betroffenen Kunden werden brieflich im Vorab informiert. Kritisch ist dies Anpassung trotz gleich bleibendem Preis, dass bestehende Sender aus dem Angebot entnommen werden im Bereich SPORT. Es handelt sich um Sport1 US HD, Eurosport HD und Auto Motor & Sport HD. Aus diesem Grund haben die betroffenen Kunden jederzeit und ohne Einschränkungen die Möglichkeit für ein Downgrade wie bspw. auf Take2 Premium und optional SPORTS Paket, sofern sie die neuen Bedingungen nicht annehmen wollen. Eine allfällige restliche Promozeit wird beim neuen Abo angerechnet. Selbstverständlich besteht auch die Möglichkeit zur sofortigen ausserordentlichen Kündigung.

Auch hier werden im QMC Cancel & DowngradeLock entfernt, damit Kundendienst und KNU die Mutationen durchführen kann. Vertragsdaueranpassung wird nach 3 Monaten rückgängig gemacht!

4.4.10 Spezielle Migration MUSIK-Paket

Folgende Paket-Angebote werden migriert:

Paket	Auswirkungen an Kunden
MUSIK ohne 3 für 2	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neue Musiksender: Classica, i-concerts, (MTV Live HD) ✓ Wegfall Musiksender: Mezzo, Video Italia ✓ Alle zusätzlichen Sender aus BASIS+ ✓ Neuer, tieferer Preis (CHF -1.00)
MUSIK ohne 3 für 2 + Grundangebot Plus HD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neue Musiksender: Classica, i-concerts, (MTV Live HD) ✓ Wegfall Musiksender: Mezzo, Video Italia ✓ Alle zusätzlichen Sender aus BASIS+ ✓ Neuer, tieferer Preis (CHF -6.00)

Die Regel wird wie folgt lauten: Es werden sämtliche Kunden mit dem Musik Paket nicht migriert, welche in der Abrechnung vom April eine „3 für 2 Gutschrift“ auf einem beliebigen Paket erhalten haben.

Folgende Kombinationen werden eingefroren:

Paket	Auswirkungen an Kunden
MUSIK + 3 für 2	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sender bleiben gleich ✓ HD ersetzt SD (Jukebox & RCK TV) ✓ Preis bleibt gleich
MUSIK + 3 für 2 + Grundangebot Plus HD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neue Musiksender: Classica, ✓ Bereits im Plus HD: i-concerts, MTV Live HD ✓ Alle zusätzlichen Sender aus BASIS+

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ HD ersetzt SD ✓ Preis bleibt gleich
--	--

4.4.11 Vertragliche Bedingungen

Mindestvertragslaufdauer:	Die Mindestvertragslaufdauer beträgt 1 Monat für BASIS+, EXTRA, SPORTS und PREMIUM (solange keine Dauerpromo).
Mindestvertragslaufdauer Dauerpromo Premium:	Die Mindestvertragslaufdauer für das PREMIUM Paket beträgt 12 Monate, inklusive 3 Monate Kündigungsfrist.
Kündigungsfristen	Die Kündigungsfrist beträgt jeweils 1 Monat
Upgrade	Ein Upgrade auf ein höherwertiges Paket ist jederzeit möglich. Wenn der Kunde beim Wechsel in einem Vertragsmindestlaufdauer ist, wird dieser fortgesetzt. Nur beim Upgrade auf das PREMIUM Paket wird der Mindestvertragslaufzeit von 12 Monaten neu gestartet. Dies erfolgt jedoch erst im Zuge der Einführung Dauerpromo für PREMIUM.
Downgrade	Downgrade kann nach Beendigung der Mindestvertragslaufzeit unter Einhaltung der Kündigungsfristen jederzeit erfolgen. Beim Downgrade auf ein neues Paket wird die Mindestvertragslaufzeit von vorne starten (bspw. von PREMIUM auf EXTRA).
1:4 Regel	Die 1:4 Regel gibt es beim Grundangebot Plus HD und besagt, dass für den Kunden lediglich das erste Abo vom Grundangebot Plus HD kostenpflichtig ist. Bis zu drei weitere Grundangebot Plus HD Abos sind für den Kunden kostenlos. Dies gilt sowohl für Einzelkunden Digital TV, für Verte! Einzelkunden als auch für Kombi-Kunden (All-in-One, Take 2). Die heute gängige Praxis wird für das BASIS+ übernommen. Weitere Informationen sind dem FAQ zu entnehmen.

4.4.8 Umsetzung Senderpräsentation Online und Offline

Gemäss Schwerpunkte der Vermarktung soll in der Senderpräsentation Online (Website) und Offline (Senderlisten, Flyer, usw.) vor allem das PREMIUM Paket offensiv vermarktet und hervorgehoben werden. Als wesentliche Informationsgrundlage muss das frei verschlüsselte Grundangebot in seinen Details dargestellt werden (Sender im Detail, Anzahl Sender, Anzahl Sender in HD). Unmittelbar nach dem Grundangebot wird das PREMIUM dargestellt als Komplett-Pay-TV (ohne Hardcore-Erotik) mit dem 6-Monatigen Vorzugspreis und sämtlichen Details zum Angebot. Als Referenzbeispiel kann hier UPC beigezogen werden. Ziel der Darstellung soll sein, dass der Kunde den grössten Mehrwert hat mit dem Komplett-Paket, wo alle verschiedenen Präferenzen gestillt werden können.

Grundangebot

0.-*

FREE-TV (FTA)

Grundangebot

15.-**

PREMIUM

* Unverschlüsselt empfanbar.

** Ab 7. Monat 30.-

Insbesondere auf der Website muss das PREMIUM-Angebot sehr präsent sein und beim ersten Seitenaufruf direkt ins Auge fallen. Die ab 6. Mai stattfindende Migrationsphase der HD Premium Kunden in die neue Paketstruktur empfiehlt eine Einführung der Dauerpromotion erst nach abgelaufener Migrations-Phase, um die Kunden nicht zu verärgern. In diesem Falle wären hier Neukunden klar bevorzugt gegenüber den Neukunden. Um hier die Migration so sanft wie möglich über die Bühne bringen zu können, empfiehlt sich die Einführung der Dauerpromotion erst im Zuge des Quickline Product Redesign am 1. Oktober 2014.

Die weiteren Pakete, die mehr auf Einzelbedürfnisse zugeschnitten sind, werden mittels Optionen und weiterführenden Informationen dargestellt. Es muss aber immer vermerkt sein, dass sämtliche Angebote unmittelbar nach dem Grundangebot zu erwerben sind und keine weiteren Bedingungen vorliegen.

Zusätzliche Pakete werden optional dargestellt

	5.-	✓ BASIC+	<ul style="list-style-type: none"> ✓ In jedem Duo Play und Triple Play mit dabei ✓ Hier ist Musik drin!
	20.-	✓ EXTRA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Der Fernsehspass für Jung und Alt ✓ Kindersender, Dokumentationen und Spielfilme ✓ der Extraklasse
	10.-	✓ SPORTS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Das Paket für Sportbegeisterte ✓ Die Sportwelt in seiner ganzen Vielfalt!
	25.-	✓ EROTIK	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lustanregende Bilder für angenehme Stunden

No Buy through! ↑

4.5 Senderschalttag

Im Zuge der grossen Umstellung findet gleichzeitig ein regulärer Schalttag statt. TV- und Radiosender werden aufgeschaltet, ersetzt oder abgeschaltet. Die definitive Aufschaltliste wird Ende Januar 2014 bekanntgegeben und erfährt in regelmässigen Abständen bis zum 6. Mai 2014 eine Aktualisierung. Per Mitte April sollte die definitive Liste bekannt sein.

4.5.1 überall verfügbare Regionalsender

Neu werden im Quickline Gebiet sämtliche verfügbaren konzessionierten Regionalsender im Grundangebot zugänglich sein. Hier tun wir es Swisscom und upc gleich, die diesen Schritt bereits anfangs 2012 vollzogen haben. Folgende Regionalsender werden neu überall im Quickline Gebiet verfügbar sein:

Tele Bärn, Tele Bilingue, Tele Basel, Tele1, TeleZüri Plus, Tele Top, Tele M1, Schaffhauser Fernsehen, Tele D, Tele Südostschweiz, Kanal 9, TV Ostschweiz.

4.5.2 Quantitative und qualitative Auswirkungen in den Grundangeboten

	Quantitativ	Qualitativ
Grundangebot (unverschlüsselt)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rund 14 TV-Sender weniger (Wegfall SD-Simulcast) ✓ Rund 8-10 zusätzliche Regionalprogramme ✓ Neue Sender mit Bezug zur Schweiz ✓ Weniger Sender als bisher mit Blick auf künftige Erweiterungen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mehr Swisness (Regionalität/Dialekt) ✓ Inhaltlich grössere Anzahl an TV-Sender aufgrund Wegfall Simulcast ✓ Mehr Radiosender

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Erweiterung Radioangebot mit zusätzlichen Regionalprogrammen und anderen Sender 	
Erweitertes Grundangebot (verschlüsselt)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wegfall von rund 11 TV-Sender (-> Verschiebung ins Grundangebot) ✓ Rund 25 zusätzliche TV-Programme zwecks Beibehaltung Attraktivität ✓ In den rund 25 TV-Sender inklusive sind die Low-Pay-TV Musiksender ✓ Rund 45 Radioprogramme (ohne Moderation) von Music choice 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Erweiterung Internationalität ✓ Mehr Musik ✓ Zusätzliche deutsche und englische Programme

Da das Grundangebot bereits heute über ein umfangreiches Angebot verfügt, soll von einer zusätzlichen Erweiterung abgesehen werden. Das Grundangebot Plus (neu: BASIS+) soll ein Mehrwert darstellen für einen Kunden, der sich für das verschlüsselte Angebot entscheidet. Aufgrund der Marktentwicklungen ist es sowohl für Schweizer Programmveranstalter als auch für etablierte ausländische Veranstalter durch die Digitalisierung einfacher geworden, einen TV-Sender zu lancieren. In der Schweiz zeigen dies neue Sender wie S1TV, TV24, CHTV, 4+ und 5+. Im deutschsprachigen Markt sprechen wir hier von Sender wie RTL Nitro oder Sat1 Maxx. Der Druck wird gross sein, diese ins unverschlüsselte digitale Angebot zu platzieren. Insofern ist in den nächsten Jahren eine Erweiterung des unverschlüsselten Grundangebots zu erwarten.

4.5.3 Quantitative qualitative Auswirkungen in den Pay-TV-Paketen

	Quantitativ	Qualitativ
Pay-TV (deutschsprachig)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Simulcast-Wegfall von rund 9 Sender ✓ Ersatz mit mehr Sender 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mehr Kindersender ✓ Mehr Sportsender ✓ Wenn immer möglich in HD ✓ Mehrere Interessen zusammengefasst.
Pay-TV (fremdsprachig)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sukzessive Erweiterung vor allem vom italienischen Angebot ab 6.5.2014 ✓ Erweiterung Englischangebot (Expats) ab Q3 2014 ✓ Etablierung Spanisch-Paket ab Q3 2014 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Teilweise Ersatz der italienischen Sender durch ihre HD-Version ✓ Neue italienische Programme

4.5.4 Wording Senderangebot in Bezug auf Anzahl Sender

Angebot	Anzahl Sender
Grundangebot	Über 130 TV-Sender (davon 59 in HD); über 190 Radiosender
BASIS+	Über 190 TV-Sender (davon 75 in HD); über 230 Radiosender
Vertel	Über 190 TV-Sender (davon 75 in HD); über 230 Radiosender
AiO Bronze/Gold; T2 HD	Über 190 TV-Sender (davon 75 in HD); über 230 Radiosender
Take2 Premium HD	Über 210 TV-Sender (davon 100 in HD); über 230 Radiosender
AiO Platin	Über 220 TV-Sender (davon 105 in HD); über 230 Radiosender
Total	Über 490 TV- und Radiosender (davon 110 in HD)

Der Name Take2 Premium wird abgeändert in Abhängigkeit der neuen Namen für die Pay-TV Pakete.