

Datum 21. Februar 2013, 13.30 - 18.30 Uhr

Ort Biel, Residenz-au-Lac

Anwesend EBL (A.Koessler, P.Lanz), E Belp (T.Seiderer), ESAG (R.Eicher, R.Mantese), EW Aarberg (M.Lauper, F.Aeschbacher), GA Grenchen (K. Hohler, S.Studer), GA Weissenstein (M.Eheim, M.Lupi), GB Muri (U.von Arx), ggsnet (M.Berger, R.Kälin), Localnet (M.Rohn, M.Käser), KFN (Ch.Bircher, M.Felber), Renet (H.Beer, M.Grossenbacher), Valaiscom (G.Seewer), WWZ (T.Reber, S.Nieland), R.Simmonds Finecom (N.Perrenoud, F.Goetschmann, N.Gast, M.Renfer, M.Loosli, R.Eggimann, D.Wiedemar, L.Gysling, M.Gaggioli, J.Bühlmann)

Entschuldigt Flims (M.Maron), GA RH (H.J.Köchli), Localnet (U.Gnehm)

Verteiler Alle An- und Abwesenden
Protokollführer Jacqueline Bühlmann

Die Präsentation „QL PV 21.02.13“ wurde vorgängig versendet. Die aktualisierte Version ist Bestandteil dieses Protokolls. Informationsfolien werden an der Sitzung nicht ausführlich diskutiert, es sei denn es gibt Fragen oder Gegenanträge.

	(E) Entscheid, (P) Pendeuz, (I) Info	Zuständig	Termin
0.	Organisation		
	Organisationsreglemente / Stimmrechtsanteile		
(I)	Der Anhang 1 mit der Stimmrechtsverteilung wurde mit den neusten Zahlen aktualisiert und allen Partnern an der Sitzung verteilt. Die elektronische Version wird mit dem Protokoll versendet.	J.Bühlmann	
(P)			
(E)	Die Stimmrechtsverteilung wird einstimmig verabschiedet.		
	PV-Beschlüsse per Zirkularweg		
(I)	Die Komplexität unserer Produkte und die laufenden Marktveränderungen lassen es nicht mehr zu, dass alle Entscheide erst an den Partnerversammlungen vorgelegt und verabschiedet werden können. Es wird über einen Vorgehensvorschlag von Ch.Bircher diskutiert. Details siehe Folienanhang.		
(E)	Nach einem Input von H.Beer einigen sich die Partner auf folgendes Vorgehen: <ul style="list-style-type: none"> • Finecom macht Triage, ob ein Beschluss bis zur PV warten kann oder nicht. • Falls es nicht warten kann, wird der Entscheid durch Finecom getroffen und die QL-Partner erhalten eine Mail-Information, dass dieser Entscheid ohne Gegenbericht bis (ca. 5 AT) so umgesetzt wird. • Entscheide zu Produktpreisen oder Produktleistungen sind 		

	<p>von diesem Vorgehen ausgeschlossen und müssen an der PV vorgetragen werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Das Vorgehen wird die nächsten 6 Monate so gehandhabt und dann neu überprüft. 	PV	Aug. 13
1.	Protokoll		
	Keine Bemerkungen.		
2.	Reporting der Aboentwicklung		
(I)	<p>F.Goetschmann präsentiert die erfreuliche Kundenentwicklung von 2012 im Vergleich zu 2011. Das Wachstum konnte in allen Produktbereichen gesteigert werden und zwar nicht nur durch den Zuwachs der neuen Partner. Details siehe Folienanhang.</p> <p>Heute (inkl. neue Partner + FTTH) zählen wir: 91'075 Internet-Kunden. 41'868 Telefonie-Kunden (exkl. WWZ, da Migration erst 2013). 63'714 DTV-Kunden (Pay-Pakete & HD-Plus) 9'996 Verteil-Kunden 1'003 Mobil-Kunden</p> <p>Auch im Vergleich zu unseren Mitplayern (Swisscom und upc cablecom) verzeichnet Quickline ein viel höheres Wachstum.</p> <p>Eine Trendwende ist allerdings erkennbar in der Entwicklung der Anzahl Haushalte (zunehmende Anzahl Plombierungen). Hier wird ein durchschnittlicher Rückgang von 0,6% verzeichnet. GAG und Valaiscom sogar über 2%. Die Partner bestätigen die Feststellung dieses Trends. Eine grosse Zunahme der Plombierungen ist im Bereich Neubauten/Siedlungen festzustellen. Hier engagiert sich Swisscom stark.</p>		
(P)	Dieses Thema soll im nächsten Strategie-Workshop behandelt werden.	Finecom, N.Perrenoud	tbd
3.	Aus dem Marketing-Ausschuss		
3.1	Produktmanagement		
	Quickline Business		
(I)	L.Gysling präsentiert Ausgangslage, heutige Situation, Konkurrenzsituation und Vorschlag neues Angebotsdesign. Details siehe Folienanhang.		
(I)	<p>Diskussion: Die Herausforderung liegt bei SLA 3. MTTR 6h 7x24 ist gemäss N.Perrenoud keine "harte" Vorgabe mit Penaltys.</p> <p>Valaiscom/GAG: Könnten dies heute organisatorisch nicht gewährleisten.</p> <p>Input GAW: SLA 3 mit dem Vermerk "auf Anfrage" anbieten.</p> <p>Meinung WWZ: auf SLA 3 verzichten, da Umsetzung im Gesamtverbund schwierig und Marktsegment sehr klein.</p> <p><u>Antrag QL Business Internet</u> QL 30 KMU, CHF 70.00 (exkl. MwSt) QL 60 KMU, CHF 95.00 (exkl. MwSt) QL 100 KMU, CHF 150.00 (exkl. MwSt) Option SLA 2 für alle Option SLA 3 "auf Anfrage" anbieten Einführung per 1. Mai 2013</p>		
(E/P)	Dieser Antrag wird einstimmig angenommen.	L.Gysling	1.5.13
(P)	Die heutigen Business-Produkte werden eingefroren. Die Kunden werden schriftlich informiert, und es wird versucht, diese upzusellen.	Finecom, J.Bühlmann	April 13

<p>(E)</p> <p>(P)</p> <p>(I)</p> <p>(E/P)</p>	<p><u>Antrag Kombiangebote mit Analog-Lösung</u> QL Kombi 60, 2 Linien, CHF 109.00 (exkl. MwSt) QL Kombi 100, 2 Linien, CHF 164.00 (exkl. MwSt) Das Angebot ist keine grosse Differenzierung zu den Privat-Abos, jedoch eine Abrundung der Angebotspalette im Business-Bereich und eher kommunikativ anzusehen. Dieser Antrag wird einstimmig angenommen</p> <p>Der Einföhrungstermin wird noch bekannt gegeben.</p> <p><u>Plattformscheid vPBX oder SIP-Trunking</u> Details zu den Herausforderungen s. Folienanhang.</p> <p>Input H.Beer: Findet dass noch zuviele Fragen offen sind und auch der Termin nicht realistisch ist, insofern kein Marktdruck vorherrsche. N.Perrenoud ergänzt, dass es heute lediglich um die Stossrichtung geht. Weitere Details inkl. realistischer Zeitplan werden an der nächsten PV vorgestellt. Das Projekt ist seit Jahren in der Pipeline. Parallel muss auf strategischer Ebene das weitere Vorgehen im Bereich Grosskunden getroffen werden. Input GAW: Sieht Marktdruck anders, die Nachfrage wäre da.</p> <p><u>Antrag:</u> Die vPBX-Lösung soll weiterverfolgt werden. Der Antrag wird mit einer Gegenstimme (Localnet) angenommen.</p>	<p>L.Gysling</p> <p>M.Loosli</p>	
Quickline Mobil			
<p>(E)</p> <p>(E)</p> <p>(P)</p>	<p><u>Antrag</u> Tarifierpassungen per 1. März 2013:</p> <p><u>Quickline Mobil Flat</u> Ab sofort alles unlimitiert!</p> <ul style="list-style-type: none"> • SMS unlimitiert • Daten unlimitiert • Telefonie schweizweit unlimitiert • Grundgebühr neu CHF 110.- • Fair Use Policy <p><u>Quickline Mobil "AiO Rabatt"</u> CHF 5.-- Rabatt mit All-in-One auf Mobil Basic, Extra und Flat</p> <p>Die Tarifierpassungen werden einstimmig angenommen. Neukunden wie auch Bestandeskunden profitieren davon automatisch. Die bestehenden Kunden werden schriftlich informiert.</p>	<p>Finecom, J.Bühlmann</p>	<p>KW 09</p>
Fair-Use Policy			
<p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(E)</p>	<p>Zum Schutz vor übermässiger Nutzung der unlimitierten Leistungen und die dadurch entstehenden hohen Kosten, wird eine Fair-Use Policy eingeföhrt. Die Policy gilt für alle QL Mobil Tarife. Details siehe Folienanhang.</p> <p>Kommunikation: Die Fair-Use Policy wird nur auf der Website unter den Rechtlichen Bedingungen aufgeföhrt. Wir verweisen auf sämtlichen Druckmittel für die aktuellsten Preise und Nutzungsbedingungen immer auf unsere Website.</p> <p>Die Fair-Use Policy für Mobil-Tarife wird einstimmig angenommen.</p>		

	Anpassungen Geräteportfolio Mobil		
(I)	Das Geräteportfolio wird ab sofort monatlich angepasst. Bei Finecom ist Reto Bitschnau, Product Manager Telefonie, dafür verantwortlich. Details zur Geräteauswahl siehe Folienanhang.		
(I)	Kommunikation: Handyflyer, Factsheet, Preisschilder, Website werden neu monatlich aktualisiert. Die Shops erhalten von allen Neugeräten Dummies für die Schaufenster (Verfügbarkeit vorbehalten).		
	Ausblick Mobil		
(I)	Das Tarifportfolio wird voraussichtlich auf Mai angepasst. Die Mai-Kampagne hat Fokus Mobil und AiO. Nachverhandlungen mit Sunrise laufen, um attraktivere, marktfähige Tarife gestalten zu können (Datapreise, Roamingpreise). Alternative Bezugsquellen für Geräte werden geprüft, um attraktivere Preisgestaltung machen zu können.		
	Mobil als Einzelprodukt		
(I)	Rückkommensantrag auf Zirkularbeschluss, da keine einstimmige Meinung erzielt werden konnte. KNUs können heute im QMC bereits "Mobil only" eröffnen. Nicht aber der Endkunde und Vertriebspartner im Bestellprozess.		
(E)	Aus diesen Gründen wird entschieden, nichts zu verändern. D.h. in der Kommunikation wird wie bisher kommuniziert, dass Internet oder AiO Bedingung sind für ein Mobil-Abo.		
	Quickline Mobil-TV		
(I)	L.Gysling stellt das neue Produkt vor. Es ist eine "White-Label-Lösung" von Zattoo und wird als "Quickline App" im Design von Quickline und ohne Werbeunterbrechung angeboten. Die App ermöglicht, TV-Inhalte auf mobilen Geräten anzuschauen. In SD, HD sowie Freeze (30h). Einführung: 1. Mai 2013. Name: Quickline Mobil-TV. Das Produkt wird allen AiO-Kunden gratis hinzugeboten: - AiO Bronze/Silber: Live-TV in «SD» - AiO Gold/Platin: Live-TV in «HD» plus Freeze (30h) Bronze- und Silber-Kunden können die "Option Freeze und HD" zusätzlich aufschalten gegen eine monatliche Gebühr von CHF 4.00 (inkl. CHF 1.10 für UHG).		
(E)	Der Produktvorschlag wird einstimmig angenommen.	Finecom, L.Gysling	
(P)	Entsprechende Detail-Informationen (Factsheets) folgen.		
	Sendermutationen per 23.4.2013		
	Deutsche Private in HD		
(I)	<u>Antrag</u> : Deutsche Private in HD (8 <u>Sender</u> : ProSieben, SAT.1, kabel eins, Sixx; RTL, RTL II, VOX, SuperRTL) sollen am 23.4. auch ohne Vertragslösung im «Grundangebot Plus HD» aufgeschaltet werden.		
(I)	L.Gysling informiert, dass es sich bei den HD-Signalen um Programme handelt, welche als SD Free-to-Air sind und nach schweizerischer Gesetzgebung bereits über den GT1 abgegolten werden. Damit sind die rechtlichen		

	<p>Rahmenbedingungen gegeben, um die HD-Signale ohne weiteres ebenfalls zu verbreiten. Die Aufschaltung zu verantworten haben die KNU. Zum Empfang müssen im Headend Consumer-STB eingesetzt werden. Die deutschen SD-Versionen fallen weg (aber nicht die schweizerischen SD-Versionen, auch Werbefenster genannt). Die Kunden müssen Ende März/Anfang April über den notwendigen Sendersuchlauf informiert werden, da Programme wegfallen und neue hinzukommen.</p>		
(I)	<p>N.Perrenoud ergänzt, es besteht das Risiko, dass sich die Programmanbieter wehren und Karten sperren könnten. Es geht aber darum, dass es eine vorübergehende Lösung ist und damit Bewegung in die Verhandlungen gebracht wird.</p>		
	<p><u>Diskussion:</u> Die Partner sind davon ausgegangen, dass diese Sender im Grundangebot angeboten werden, analog Swisscom. Zudem hätten sie ein schlechtes Gefühl gegenüber den Programmanbietern, wenn etwas "geklaut" und dafür Geld verlangt wird.</p>		
(E)	<p><u>Entscheid:</u> Es wird mit einem Mehrheitsentscheid verabschiedet, dass die Deutschen Privaten im unverschlüsselten Grundangebot ausgestrahlt werden.</p>		
(P)	<p>Aufschaltung per 23.4.2013. Die Information nach Aussen darf frühestens per Anfangs April erfolgen. Ein Kommunikationsplan folgt.</p>	J.Bühlmann	
	MTV		
(I)	<p>Grundsätzlich gilt die Einigung vom Herbst 2012. Ein schriftlicher Vertrag zur digitalen Verbreitung ist noch ausstehend. Die Konditionen für digitale Programme sind an analoge Weiterverbreitung gekoppelt. MTV ist zurzeit aktiv in Kontakt mit den KNUs, um die Verträge zur analogen Verbreitung zu erneuern. Es soll aber nur einen Vertrag, sowohl für analoge als auch digitale Verbreitung, geben.</p>		
	<p>Es konnte an der PV kein abschliessendes Vorgehen definiert werden, da einige Partner offenbar die Analog-Verträge bereits gekündigt haben.</p>		
(E)	<p>Entscheid: Der Status Quo und das konkrete Vorgehen muss bilateral mit den KNUs definiert werden.</p>	L.Gysling /KNUs	
	Weitere Sendermutationen		
(I)	<p>Die Übersicht der weiteren Änderungen per 23.4. sind dem Folienanhang zu entnehmen.</p>		
(I)	<p>TS-Bedarf für den 23.4.13 gemäss DCG-Technik: Für die Deutschen Privaten in HD sind 2 weitere TS nötig (welche vor über einem Jahr einmal angemeldet wurden).</p>		
(I)	<p>Der nächste Umschaltermin ist auf Di, 29. Oktober 2013 geplant.</p>		

	MPEG-4 Migration		
(I)	L.Gysling informiert, dass mit der Transkodierung von SD-Sendern von MPEG-2 auf MPEG-4 ca. 9 TS eingespart werden können. Das ist das konkrete Ziel dieser "Übung". Es wird geschätzt, dass ca. 10-15% der Haushalte mit einem MPEG-4-fähigen Endgerät ausgerüstet werden müssen.		
(P)	<u>Umstellung</u> : 1. Phase im Herbst 2013 mit Minoritäten-Sendern (Sprachpakete). Eine Liste mit Anzahl Paketen/Partner folgt. Die Erfahrungen aus dieser Umstellung sollen für die zweite Phase genutzt werden. Geplanter Termin für 2. Phase: Ende Januar 2014 (Themen-Pay-Pakete). 3. Phase: 3. Dt. Programme. 4. Phase: Rest. Zeitraum: April 2014 Localnet findet es heikel, mit den Sprachpaketen zu starten. Die DCG-Gruppe hat dies so entschieden, da es die kleinste Gruppe ist. Themenpakete (Phase 2) sind viel mehr.	L.Gysling	
(P)	<u>Herausforderung</u> : 1. Anzahl Boxen zum Auswechseln ist unklar. Die Bestellung der STB muss durch KNUs sehr bald erfolgen. 2. Kommunikationsplan. Es müssen alle Sprachpaket-Abonnenten in den entsprechenden Sprachen (mit Bild der STB) angeschrieben werden.	J.Bühlmann	
(P)	<u>Diskussion STB-Austausch</u> : GAG: Wer übernimmt Kosten der STB? Eine Empfehlung wird abgegeben, Entscheid liegt im Ermessen des KNU. Bedürfnis für günstige Zapperbox war nicht da. Idee Incentive: Gutschein für 100.-- TV-Gerät abgeben oder HD-Box vergünstigt abgeben.	L.Gysling	
	Verte!		
(I)	Fast schon wieder "courant normal", die Stabilität wurde erreicht. Verbesserungen geplant. <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgt: Integration des VoD-Aggregators Homedia (HollyStar) und Ausbau des Filmangebots auf über 1'000 Titel • Facebook-App wird entfernt. Verte!-Startseite wird umgestaltet (bis spätestens 1. April 2013) • Geplant: Freeze wird auf 30 Stunden erweitern (Q2 2013) • Die wichtigen HD-Sender werden in Freeze integriert (Q2 2013) Kritisiert wird, dass die Kommunikation betreffend Verte!-Tickets zu wenig rasch erfolgt. Dies kommt daher, dass nicht innerhalb von wenigen Stunden das Problem erkannt und gelöst werden kann.		
	GT12		
(I)	So wird dies gehandhabt: <ul style="list-style-type: none"> • Offizielle Einführung ab 1. März 2013 • Gebühr wird von CHF -.80 auf CHF 1.10 bei den regulären Preisen erhöht (Erhöhung um Rp. 30) • Preisbekanntgaben werden auf 1.3.13 angepasst • Kunden werden im Februar informiert • Die neuen (betroffenen) Endpreise sind dann: AiO Gold CHF 91.10 – AiO Platin CHF 121.10 – Verte! CHF 26.10 • Take2: CHF 1.10 sind inkludiert • Die Promopreise bleiben wie bisher (Die Gebühr muss korrekt im Kleingedruckten ausgewiesen werden). 		

	Quickdeal		
(I)	<p>Diese zeitlich befristete Promotion wird wie folgt definiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beim Neu-Abschluss eines All-in-One-Abos erhält der Kunde zusätzlich einen WLAN-Router geschenkt • Dauer: 1.3. bis 30.4. • Gilt für alle All-in-One-Abotypen • WLAN-Router: D-Link DIR-655 • Beschaffung: Finecom Finance koordiniert den Einkauf • Abgabe: Der Kunde erhält den Router vom KNU • Konfiguration: Partner sind frei, Konfiguration für Kunden vorzunehmen • Support: Es wird kein Support vom Finecom-Kundendienst erbracht <p>Diskussion: Localnet möchte keinen Produkt-Namen kommunizieren. Dieser Input kommt leider zu spät. Die Antwort kann jedoch wie folgt lauten: Es hat leider keine mehr, wir geben ihnen....</p> <p>Input T.Seiderer: Kein Support vom Finecom-Kundendienst ist nicht "Service-Champion"-like. Darauf entgegnet WWZ, dass es ein Fass ohne Boden wäre. Sie haben Erfahrung mit diesem Produkt.</p>		
	Take2's		
(I)	Die Produkte werden gemäss Beschluss vom Dez. 12 per 1. März eingeführt. Details zu den Produkten sind dem Folienanhang zu entnehmen.		
(P)	Entsprechende Factsheets werden noch versendet.	L.Gysling	asap
	All-in-One Light		
(I)	<p>Vorschlag des Marketing-Ausschuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retention-Produkt, Antwort auf "Gratis TV Swisscom" • Internet 2/0.2 – Festnetz-Anschluss (keine Flat) • Preis: CHF 40.- pro Monat (exkl. TV-Kabelanschluss) • Einführung: 1. Mai 2013 • All-in-One Silber aus dem Verkauf ziehen • Kommunikation: nur erwähnt (Website u.ä.), keine Kampagne <p><u>Diskussion</u> Localnet: Hat noch nie Mühe gehabt, das kleinste Produkt anzubieten. Produktpalette ist schon heute riesig und unübersichtlich. WWZ: Hatte früher ein Einsteigerprodukt, würde es sehr begrüßen. Die Nachfrage ist da. GAW: Einsteigerprodukt für kleinen Kundenkreis.</p> <p>Die Abstimmung hat folgendes Resultat ergeben: 47,78% sind dafür. 44,76% sind dagegen</p>		
(E/P)	Es wird entschieden, das Produkt AiO Light einzuführen. Es wird keine Setup-Gebühr erhoben.	L.Gysling	1.5.13

	Neues Garantie-Gesetz		
(I)	Es soll eine kulante, einheitliche Regelung im ganzen QL-Verbund angewendet werden:		
(P)	<ul style="list-style-type: none"> • Alle verkauften Geräte und andere physischen Produkte erhalten 2 Jahre Garantie. • Gilt rückwirkend für alle Produkte, die am 1.1.2013 noch unter Garantie waren. • AGB werden, wo nötig, auf 1.3.13 angepasst. 	L.Gysling	
(E)	Dieser Antrag wird einstimmig angenommen.		
	Quickline Vision		
(I)	L.Gysling gibt einen mündlichen Überblick über die geplanten Funktionen.		
	Diese werden - aus Geheimhaltungsgründen - weder protokolliert noch versendet.		
	Meinung G.Seewer zum Produkt: "Geil" !		
3.2	Kommunikation		
	Planung Komm.-Aktivitäten 2013		
(I)	J.Bühlmann gibt einen kurzen Überblick über die geplanten Massnahmen. Diese wurden im Marketing-Ausschuss detaillierter besprochen. Details siehe Folienanhang.		
(E)	Die Massnahmen wurden einstimmig verabschiedet. Die Umsetzung erfolgt durch das Finecom Kommunikationsteam.		
	Neue Bildwelt Fabian Cancellara		
(I)	Die Fotos vom Shooting stehen zur Verfügung und werden seit Januar in allen neu erstellten Drucksachen umgesetzt.		
(P)	Das CI-Manual ist noch in Erarbeitung. Es wird nach Finalisierung den Partnern zur Verfügung gestellt.	J.Bühlmann	
	März-Kampagne		
(I)	Die Kommunikation der Kampagne ist vom 1.3.-31.3. geplant. Kernbotschaft: Schnellstes Internet. Verkaufsziel: AiO. Mediamix: Flyer als Streumailing, Inserate, Online-Werbung, Passenger TV, Rg.Beilagen. Als "Pilotversuch" realisieren wir im KFN-Gebiet ein Directmailing und versuchen die Rückläufe gegenüber Streumailing auszuwerten.		
(P)		J.Bühlmann	
	VOD-Booklet "Film ab"		
(I)	Finecom erhält von Homedia die Rohdaten für das Booklet. Vier mal pro Jahr versenden wir dieses an die Verteil-Kunden. Design im Quickline-Look angepasst.		
	Jährlicher Infoflyer		
(I)	Bakom hat uns auf diverse Infopflichten aufmerksam gemacht, v.a. im Zusammenhang mit Mobil (Sperrung von Mehrwertdiensten, Internationale Roaming-Tarife) u.a. Details siehe Folienanhang.		
(E)	Der Vorschlag, einen jährlichen Infoflyer als Rechnungsbeilage zu versenden wird einstimmig angenommen.		
(P)	Der Flyer wird nebst den obligatorischen Infos auch Quickline-Werbung enthalten. Timing/Vorschlag folgt.	J.Bühlmann	

3.3	Vertrieb		
	Statusbericht neue Vertriebspartner		
	<p>M.Gaggioli gibt einen Überblick über den Stand der Dinge.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilezone : Vertrag ist unterzeichnet, Verkauf (Duo/Triple/Mobile) gestartet. Die Filialen werden besucht. • Post: Visualisierung fürs 2013 wird mit Post definiert (Ziel Februar fix). Erscheinungsbild ab 20.2. siehe Folienanhang. • Fust: Erneuter Versuch für verbesserte Zusammenarbeit. • Mediamarkt: Vertrag wurde auf 28.2. gekündigt 		
	Outbound		
	<p>Erfolg bei "Internet only" / HD-Premium:</p> <p>Anzahl Kunden Total: 56'464 Bis 10.2. Kunden erreicht: 17'922 Getätigte Calls: 94'040 Erfolgreich verkauft an: 748 Kunden Topseller: 361 AiO Bronze, 180 AiO Gold</p> <p>Erfolg beim Pilot Stromkunden Huttwil, Renet:</p> <p>Anzahl Kunden Total: 772 Bis 10.2. Kunden erreicht: 248 Getätigte Calls: 837 Erfolgreich verkauft an: 9 Kunden Topseller: 4 AiO Bronze, 5 AiO Gold</p> <p>Die Auswertungen pro Gebiet können bei Marcel Gaggioli auf Wunsch bezogen werden.</p>		
	Neue Leistungen für Fachhandel		
(I)	<p>M.Eheim hat den Antrag gestellt, den Vertriebspartnern neu ein Take2-Abo zur Verfügung zu stellen.</p> <p>Dies wurde geprüft, die Nachteile überwiegen. Details siehe Folienanhang.</p>		
(E)	<p>Es wird entschieden, wie bis anhin den Vertriebspartnern die Einzeldienste anzubieten.</p>		
4.	Aus der Tech-Kommission		
(I)	<p>Nick Gast informiert über die laufenden Projekte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsame FTTH Strategie: Interviews mit Broadband Network laufen. • Projektmitarbeit im Projektteam Vision. • RFGW Bandbreitenerhebung je Partner. • WLAN Modem Technicolor. Infos folgen. • Informationen zum Provisionierungsprojekt durch Pascal Gloor: Bis Mitte Mai werden alle Partner migriert. 		
5.	Inputs und Fragen der QL-Partner		
	24/7 Betrieb für Quickline-Kunden		
	<p>N.Gast stellt einen Vorschlag für einen 24/7-Betrieb des Quickline-Kundendienstes vor. Details siehe Folienanhang.</p> <p><u>Diskussion</u> ggsnet: Kommt für sie nicht in Frage, haben eigene Organisation aufgebaut GAW: Würde verlängerte Öffnungszeiten begrüßen (z.B. von 21.00 auf 23.00h) 7x18h.</p> <p>Die meisten Querverbundsunternehmen haben eigene Organisationen, welche alle Bereiche (Strom/Gas/Wasser) abdecken. Ihnen bringt ein reiner Quickline 24/7-Dienst nichts.</p>		

	Roy: Der VR wird über diese Massnahme und Investition nur entscheiden, sofern es dem Bedürfnis aller Partner entspricht.		
(P)	Nick Gast erhält den Auftrag, eine detaillierte Aufnahme der heutigen Service-Organisationen und Bedürfnisse zu erfassen als Grundlage für eine nächste Abstimmung. Der Antrag von WWZ (s. Folienanhang) wird in das neue Konzept integriert.	PV 11.4.13	
6.	Diverses		
	New Ticketing-System		
(I)	Das Thema wird aus Zeitgründen auf die nächste PV verschoben.	PV 11.4.13	
	Organigramm Finecom		
(I)	Finecom hat in der personellen Organisation diverse Änderungen vorgenommen. Aus Zeitgründen konnten die einzelnen Bereiche nicht vorgestellt werden. Details zu den Teams sind dem Folienanhang zu entnehmen.		
	Terminblocker Quickline Party		
(I)	Beide Datumsvorschläge passen. Ergänzung zur Sitzung: Das Datum wurde festgelegt auf Samstag, 14. September, ab ca. 14.30 Uhr bis spät. Ort: Bieler Strandbad.	alle	
7.	Nächste Sitzungen		
(I)	Do, 11.4.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel Mi, 29.5.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel Do, 12.9.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel Do, 12.12.2013, 13.30 - 17.30h, Residenz-au-Lac, Biel		
(E)	Es wird entschieden, das Jahresessen auch nächstes Jahr wieder im Februar (statt im Dezember) durchzuführen.		

Partnerversammlung

Do, 21. Februar 2013, 13.30 – 17.30, Finecom
mit anschliessendem Nachtessen

entschuldigt: Martin Maron, Flims
Urs Gnehm (stv M.Rohn, M.Käser)

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Traktanden

0. Organisation

Org.reglemente/Stimmrechtsanteile (E)
PV-Beschlüsse per Zirkularweg (E)

1. Protokoll

(E)

2. Reporting der Aboentwicklung

(I)

3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS

3.1 Produktmanagement

Quickline Business (E)
Quickline Mobil (E)
Quickline Mobil TV (Multiscreen) (E)
Senderangebot: Schalttag 23.4. (E)
MPEG-4-Transkodierung (I)
Verte! (I)
GT12 (I)
QuickDeal (I)
Take2 (I)
All-in-One Light (E)
Garantie (E)
Quickline Vision (I)

3.2 Kommunikation

Planung Komm.-Aktivitäten 2013 (E)
Neue Bildwelt „Fabian Cancellara“ (I)
März-Kampagne (I)
VOD-Booklet (I)
Jährlicher Infolyer (E)

3.3 Vertrieb

Status Vertriebspartner (I)
Status Outbound (I)
Neue Leistungen für Fachhandel (E)

4. AUS DER TECH-KOMMISSION

5. Inputs und Fragen der QL-Partner

6. Diverses

New Ticketing (E)
Organigramm Finecom (I)
20 Jahre Finecom – Terminblocker (I)

7. Nächste Sitzungen

(E)

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



0. Organisation

Organisationsreglemente / Stimmrechtsanteile

Stimmrechtsverteilung

Organisationsreglement der QuickLine-Partnerversammlung

- > Anhang 1 (Stimmrechtsverteilung) wird mit den neusten Zahlen aktualisiert
- > das Reglement inkl. **Anhang wird an der PV verteilt**
 - > jährliche Verabschiedung
 - > Versand des Anhangs zusammen mit dem Protokoll



3



0. Organisation

PV-Beschlüsse per Zirkularweg

Vorgehen (wie von Christian Bircher, KFN, vorgeschlagen):

- Zuerst über Zirkularbeschluss als Entscheidungsweg entscheiden, in Angesicht der Thematik und der Dringlichkeit
- Dann, falls niemand dagegen ist, per Zirkularweg die Sache entscheiden
- Falls jemand dagegen ist, die Sache an der nächsten PV entscheiden
- Resultate der Zirkularbeschlüsse mit allen abgegebenen Stimmen bekannt geben



4

i **0. Organisation**

Kürzliche Zirkularbeschlüsse

[Redacted]

- Produktnamen für Duo-Kombis: «Take2»
- Facebook-App auf Verte! wird entfernt
- Mobil-Abos sind als Einzelprodukte bestellbar

5



Hand icon **1. Protokoll der letzten Sitzung**

Bemerkungen?

Protokoll

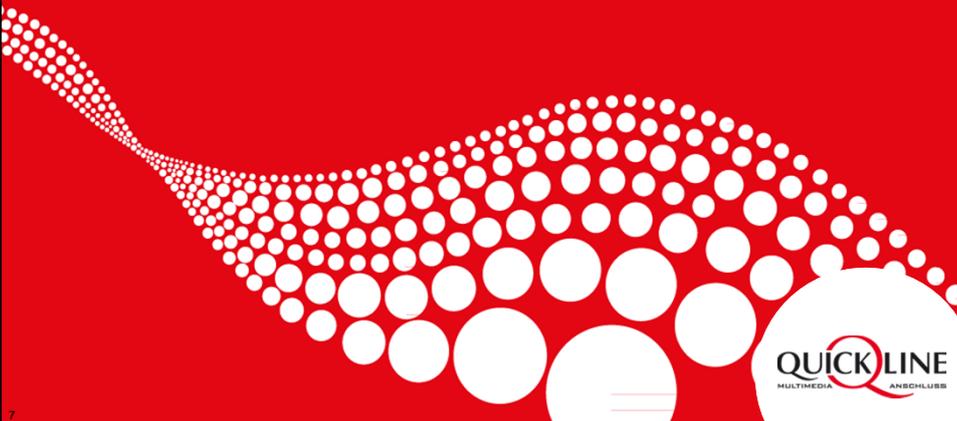
[Redacted]

6



2. Reporting

Frédéric Goetschmann



QUICK LINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

7

i 2. Reporting

Mündliche Info

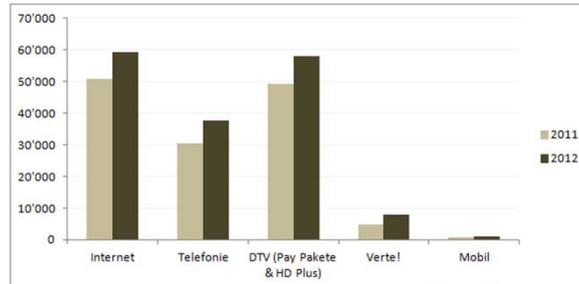
Dezember 2012 / Januar 2013



QUICK LINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

8

Kundenentwicklung 2012 - organisch



Anzahl Neukunden ^{*)}	2011	2012	Δ Absolut	Δ in %
Internet	50'723	59'390	8'667	17.1%
Telefonie	30'551	37'528	6'977	22.8%
DTV (Pay Pakete & HD Plus)	49'120	58'076	8'956	18.2%
Verte!	4'679	7'929	3'250	69.5%
Mobil	611	987	376	61.5%

^{*)} ohne neue QL-Partner (WWZ/KFN/Flims)

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Kundenentwicklung 2012 - total

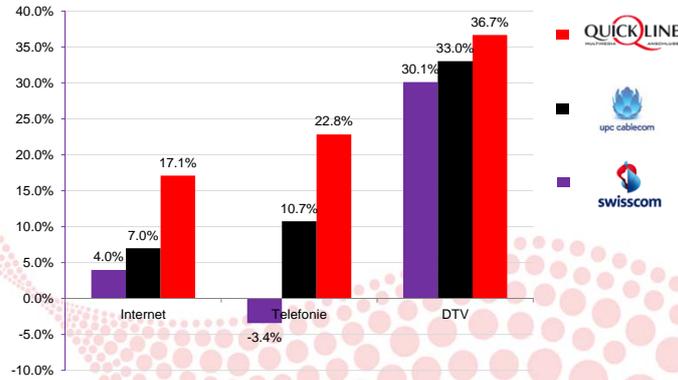
Anzahl Neukunden (inkl. neue Partner)	2011	2012	Δ Absolut
Internet	50'866	91'075	40'209
Telefonie	30'681	41'868	11'187
DTV (Pay Pakete & HD Plus)	49'120	63'714	14'594
Verte!	4'746	9'996	5'250
Mobil	611	1'003	392

Neukunden aus Migrationen	WWZ	KFN	Flims	Total
Internet	25'590	5'531	1'936	33'057
Telefonie	0	3'812	0	3'812
DTV (Pay Pakete & HD Plus)	2'299	3'339	0	5'638
Verte!	1'451	298	0	1'749
Mobil	2	12	2	16

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

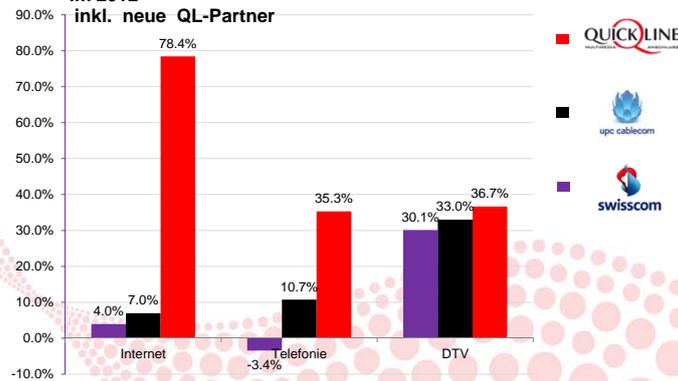
Kundenentwicklung 2012

Vergleich Kundenwachstum QuickLine vs. Swisscom & UPC im 2012 ohne neue QL-Partner



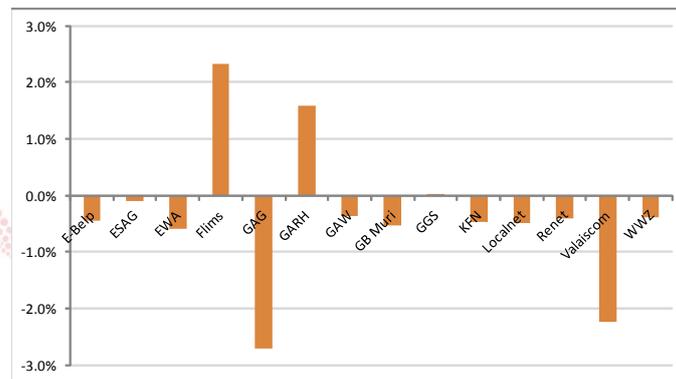
Kundenentwicklung 2012

Vergleich Kundenwachstum QuickLine vs. Swisscom & UPC im 2012 inkl. neue QL-Partner



Haushaltsentwicklung 2012 \emptyset -0.6%

Entwicklung Anzahl Haushalte Besonet



3. Aus dem Marketing-Ausschuss

Product Management: Lukas Gysling



Traktanden		
0. Organisation	(I)	3.2 Kommunikation
1. Protokoll	(E)	3.3 Vertrieb
2. Reporting der Aboentwicklung	(I)	4. AUS DER TECH-KOMMISSION
3. AUS DEM MARKETING-AUSSCHUSS		5. Inputs und Fragen der QL-Partner
3.1 Produktmanagement		Zirkularbeschlüsse (E)
Quickline Business	(E)	6. Diverses
Quickline Mobil	(E)	7. Nächste Sitzungen
Quickline Mobil TV	(E)	
Senderangebot: Schalttag 23.4.	(E)	
MPEG-4-Transkodierung	(I)	
Verte!	(I)	
GT12	(I)	
QuickDeal	(I)	
Take2	(I)	
All-in-One Light	(E)	
Garantie	(E)	
Quickline Vision	(I)	

15



i	Produktmanagement Quickline Business
Übersicht Folien Business-Angebot	
1. Ausgangslage	
2. Heutiges Internet-Angebot	
3. Vorschlag: Neues Angebotsdesign Internet	
4. Marktvergleich mit UPC Cablecom und Swisscom	
5. Antrag zu Internet-Angebot	
6. Marktsituation Business-Telefonie und Kombis	
7. Marktvergleich mit UPC Cablecom und Swisscom	
8. Vorschlag: Kombi-Angebote mit Analog	
9. PBX-Lösungen: vPBX vs. SIP-Trunking	
10. Antrag: Grundsatzentscheid	
11. Detailinformationen	

16





Produktmanagement
Quickline Business

Ausgangslage

- Gefordert wird ein konkurrenzfähiges Angebot für kleine Betriebe (2-10 Mitarbeitende) mit Internet-Anschluss und Festnetztelefonie auf HFC.
- Die aktuelle Festnetztelefonie-Lösung mit 2 analogen Sprachkanälen reicht z.T. nicht aus: Keine Zentralen-Funktionen, zu wenig Sprachkanäle u.a.m.
- Ein neues Angebot muss mit dem direkten Konkurrenten Swisscom bei gleicher Leistung einen besseren Preis bieten.
- Der Preisvergleich muss sich an den Bedürfnissen und Entscheidungskriterien der Zielgruppe orientieren.
- Die Verrechnungsmodelle der Swisscom lassen einen einfachen Vergleich nicht zu, da sie viele Flat-Elemente, welche wir nicht bieten können, beinhalten. Nutzungsprofile sind keine bekannt.
- Ablösung vom ISDN Angebot Quickline und Swisscom
- Es sollen so wenig wie möglich (Internet-Telefonie-) Kombinationen angeboten werden
- Einführung in 3 Phasen:
 1. neue Internet-Abos (1.5.13);
 2. Analog-Kombis (Q2/13);
 3. PBX-Lösung





Produktmanagement
Quickline Business

Heutige Situation

	Internet 60/6	Internet 100/10
Bandbreite	60/6	100/10
Einmalige Kosten	CHF 0.-	CHF 0.-
IP-Adressen	Bis 3 dynamisch, fixe IP soviel wie Bedarf nachgewiesen werden kann	Bis 3 dynamisch, fixe IP soviel wie Bedarf nachgewiesen werden kann
Dez. Hotline	Ja	Ja
Security	Ja	Ja
DNS-Einträge	CHF 50.- pro Zone/Wechsel	CHF 50.- pro Zone/Wechsel
Verfügbarkeit	Best Effort	Best Effort
SLA	<i>MTTR 8 Std. – nicht klar definiert</i>	<i>MTTR 8 Std. – nicht klar definiert</i>
Preis pro Monat	CHF 190.- (exkl. MwSt.)	CHF 250.- (exkl. MwSt.)



Produktmanagement
Quickline Business



Vorschlag: Neues Angebotsdesign

	30 KMU	60 KMU	100 KMU
Bandbreite	30/3	60/6	100/10
IP, dyn.	1	Bis 3	Bis 3
Installation	Ja	Ja	Ja
Security-Package	Ja	Ja	Ja
Dediz. Hotline (Erreichbarkeit: Mo-Fr 8-21, Sa 9-17)	Ja	Ja	Ja
Verfügbarkeit	Best Effort	Best Effort	Best Effort
SLA 1 inkl. (MTTR 12h, Mo-Fr 8-21, Sa 9-17)	Ja	Ja	Ja
Option SLA 2 (MTTR 6h, Mo-Fr 8-21, Sa 9-17) IP-Range nach Bedarf (exkl. MwSt.)	nein	CHF 90.- / Monat	CHF 90.- / Monat
Option SLA 3 (Erreichbarkeit: 7x24; MTTR 6h 7x24) IP-Range nach Bedarf	Nein	CHF ? / tbd	CHF ? / tbd
Abopreis (exkl. MwSt.)	CHF 70.-	CHF 95.-	CHF 150.-
Einmalige Kosten (exkl. MwSt.)	CHF 150.-	CHF 150.-	CHF 150.-
Endgerät inkl. (Docsis-3-Modem mit 2 Tel.-Anschlüssen)	Ja	Ja	Ja
1 fixe IP (exkl. MwSt.)	Ja, CHF 18.50/Mt.	Ja, CHF 18.50/Mt. (wenn keine Business-SLA)	Ja, CHF 18.50/Mt. (wenn keine Business-SLA)



19

Produktmanagement
Quickline Business

Marktsituation

Was bietet UPC Cablecom im Bereich Internet?

	Business Internet Fiber Power 30	Business Internet Fiber Power 60	Business Internet Fiber Power 100
Download	30 Mbit/s	60 Mbit/s	100 Mbit/s
Upload	3 Mbit/s	6 Mbit/s	7 Mbit/s
Servicegarantie	✔ Modem wird businessgerecht vor Ort installiert und in Betrieb genommen *		
Business-Support	✔ Störungsannahme während 24 Std. / 365 Tagen pro Jahr ✔ Störungsbehebung innert 24 Std. von Mo bis Fr 07.00 bis 18.00 Uhr		
Sicherheit	✔ GRATIS Internet Security Package für bis zu 3 Computer inklusive		
Netzanschlussgerät	✔ Mit dynamischer IP-Adresse: WLAN-Router/Modem im Abopreis inbegriffen ✔ Mit fixer IP-Adresse: IP-Router/Modem im Abopreis inbegriffen		
IP-Adressen	✔ Mit dynamischer IP-Adresse: Stateful Firewall, DHCP Inklusiv ✔ Optional auch mit fixen IP-Adressen erhältlich (Preise unten abgebildet)		
Preis pro Monat	58.-	98.-	148.-

Preise exkl. MwSt.



20

Produktmanagement
Quickline Business

Marktsituation

Was macht Swisscom im Bereich Internet?

Bezeichnung	Abopreis monatlich inkl. MWSt	Preis einmalig inkl. MWSt	Bemerkungen
Business Internet VDSL 2000/200 max.	29.–	149.–	Privatprofil
Business Internet VDSL 10000/1000 max.	49.–	149.–	Privatprofil
Business Internet VDSL 20000/2000 max.	69.–	149.–	Privatprofil
Business Internet VDSL 30000/3000 max.	89.–	149.–	Privatprofil
Business Internet VDSL 2000/2000	220.–	149.–	Businessprofil
Business Internet VDSL 4000/4000	270.–	149.–	Businessprofil
Business Internet VDSL 6000/6000	320.–	149.–	Businessprofil
Business Internet VDSL 8000/8000	370.–	149.–	Businessprofil
Optionen			
Business SLA	130.–		Für alle Privatprofile

21

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLÜSSE

Produktmanagement
Quickline Business

Vergleich mit Swisscom

Internet-Angebot

	QL 10	QL 30	QL 30 KMU	QL 60 KMU	QL 100 KMU	Swisscom	Swisscom	Swisscom
Bandbreite	10/1	30/3	30/3	60/6	100/10	10/1	20/2	30/3
SLA 1	nein	nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Option SLA 2	Nein	Nein	Nein	CHF 90.-	CHF 90.-	-	-	-
Option SLA 3	Nein	Nein	Nein	CHF ? / tbd	CHF ? / tbd	CHF 130.-	CHF 130.-	CHF 130.-
Preis, in CHF	32.40*	46.30*	70.-*	95.-*	150.-*	45.35*	63.90*	82.40*
IP-Adresse	2 fixe à je CHF 18.50	2 fixe à je CHF 18.50	1 fixe à CHF 18.50*					

* exkl. MwSt.

22

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLÜSSE

Produktmanagement
Quickline Business



Antrag Business Internet

Antrag:

Die PV stimmt dem neuen Produktdesign (Leistungen, Preise und Kommunikation) und der Einführung per 1. Mai 2013 zu.



23

Produktmanagement
Produktdesign

Marktsituation

Was bietet UPC Cablecom im Bereich Telefonie?

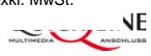
Analog-Lösung
 Business Voice Digital Phone ist der ideale Telefonanschluss für kleine KMU, die höchstens vier Telefonanschlüsse bzw. Rufnummern benötigen.

- ✓ Günstigster Festnetzanschluss von upc cablecom business
- ✓ 2 oder 4 Telefonlinien
- ✓ Behalten Sie Ihre Telefonnummer inkl. Vorwahl
- ✓ Optional mit den einzigartigen Flatrates **Swiss** (kostenlos ins Schweizer Festnetz telefonieren) und **Global** (kostenlos ins Festnetz von 34 Ländern telefonieren)
- ✓ Mit herkömmlichen analogen Telefongeräten nutzbar und somit ohne hohe Investitionskosten
- ✓ Business-Support mit Servicegarantie und Störungsannahme rund um die Uhr

Dienste Telefonietarife **Preise**

Preise			
Monatliche Kosten	Digital Phone Basic (ohne Flatrate)	Digital Phone mit Flatrate Swiss	Digital Phone mit Flatrate Global
2 Linien	25.-	45.-	65.-
4 Linien	50.-	70.-	90.-

Preise exkl. MwSt.



24

Produktmanagement
Produktdesign

Marktsituation

Was bietet UPC Cablecom im Bereich Kombis?

KMU Power Duo	KMU Smart Duo	KMU Basic Duo
 <p>149.- statt 213.-</p>	 <p>99.- statt 143.-</p>	 <p>69.- statt 83.-</p>
<ul style="list-style-type: none"> Business Internet Fiber Power 100 Down-/Upload: 100'000 / 7'000 Kbits Digital Phone Flatrate Global Kostenlos ins Festnetz von 34 Ländern (inkl. CH) telefonieren Business-Support mit Servicegarantie und Störungs- annahme rund um die Uhr Online-Kommunikationslösungen von Microsoft® 1 Lizenz Office 365 inbegriffen 	<ul style="list-style-type: none"> Business Internet Fiber Power 60 Down-/Upload: 60'000 / 6'000 Kbits Digital Phone Flatrate Swiss Kostenlos ins Schweizer Festnetz telefonieren Business-Support mit Servicegarantie und Störungs- annahme rund um die Uhr Online-Kommunikationslösungen von Microsoft® 1 Lizenz Office 365 inbegriffen 	<ul style="list-style-type: none"> Business Internet Fiber Power 30 Down-/Upload: 30'000 / 3'000 Kbits Digital Phone Basic Telefonanschluss mit günstigen Telefonietarifen Business-Support mit Servicegarantie und Störungs- annahme rund um die Uhr Online-Kommunikationslösungen von Microsoft® 1 Lizenz Office 365 inbegriffen

Preise exkl. MwSt. NE

Produktmanagement
Produktdesign

Marktsituation

Was macht Swisscom im Bereich Telefonie?

EconomyLINE	MultiLINE ISDN	BusinessLINE ISDN	Business Connect
Analoganschluss Zuverlässig und sicher	ISDN- Anschluss Lässt keine Wünsche offen	ISDN- Anschluss Konfigurationsmöglichkeiten à discretion	IP-Telefonie Der Zukunft einen Schritt voraus
1 Rufnummer Weil eine Linie meistens reicht	3 Rufnummern Erweiterbar auf 5 oder 10	1 Hauptnummer Bis zu 30 Nutzkanäle	Div. Standorte Inklusive Aussendienst und Heimarbeitsplätze
CHF 25.35 /Mt.	AB CHF 43.20 /Mt.	AB CHF 53.80 /Mt.	CHF Preis auf Anfrage

Preise inkl. MwSt. **QUICKLINE**
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Produktmanagement Quickline Business

Marktsituation

Kombi-Angebote von Swisscom

KMU Office*** Das Basis-Paket

JETZT 1 MONAT GRATIS*

Festnetz

Gratis in alle Schweizer
Festnetze telefonieren inkl.
Anschlussgebühren.

Ausland nicht inklusive.

10'000 kBit/s
maximale Download-
Geschwindigkeit. Gratis
WLAN Router.

CHF 89.- / Mt.

KMU Office**** Das Komfort-Paket

JETZT 3 MONATE GRATIS*

Fest-/Mobilne...

Gratis in alle Schweizer
Mobil- und Festnetze
telefonieren. Inkl.
Anschlussgebühren.

60 Min. inkl.
für Gespräche ins Festnetz
von EU-/Westeuropa, USA,
Kanada. (1)

20'000 kBit/s
maximale Download-
Geschwindigkeit. Gratis
WLAN Router.

CHF 119.- / Mt.

KMU Office***** Das Top-Paket

JETZT 3 MONATE GRATIS*

Fest-/Mobilne...

Gratis in alle Schweizer
Netze telefonieren.
MULTILINE ISDN Anschluss
bis 3 Nummern inkl.

300 Min. inkl.
für Gespräche ins Festnetz
von EU-/Westeuropa, USA,
Kanada. (1)

50'000 kBit/s
maximale Download-
Geschwindigkeit. Gratis
WLAN Router.

CHF 159.- / Mt.

Preise inkl. MwSt.

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

27

Quickline Business Produktdesign

Vorschlag: Kombiangebote mit Analog-Lösung

	QL Kombi 30p	QL Kombi 60	QL Kombi 100	Swisscom KMU Office ***	Swisscom KMU Office ****
Bandbreite	30/3	60/6	100/10	10/1	20/2
SLA 1	Nein	Inkl.	Inkl.	Nein	Nein
Option SLA2	Nein	CHF 90.-	CHF 90.-		
Option SLA3	Nein	CHF ? / tbd	CHF ? / tbd	CHF 130.-	CHF 130.-
Tel.	- 1 Linie - 2. Linie optio.	- 1 Linie - 2. Linie optional - CH-Festnetz	- 1 Linie - 2. Linie option. - CH-Festnetz - Internat.: 60 Min.	- 1 Linie - CH-Festnetz	- 1 Linie - CH-Festnetz - CH-Mobilnetz - Internat.: 60 Min.
Mobil	Nein	Rabatt 10%	Rabatt 10%	Rabatt bei Infinity bis CHF 25.-	Rabatt bei Infinity bis CHF 25.-
Einzelpreise	50+14=64	95+14+15=124	150+14+15+15=194	49+25+15=89	69+25+25=119
Preis	CHF 64.-	CHF 109.-*	CHF 164.-*	CHF 89.-	CHF 119.-
Anschluss	Exkl.	Exkl.	Exkl.	Inkl.	Inkl.
Inkl. Anschl.	CHF ~84.-	CHF ~129.-	CHF ~184.-	CHF 89.-	CHF 119.-

* exkl. MwSt.

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

28

Herausforderungen

Generell

- Plattformscheid (vPBX oder SIP-Trunking) muss gefällt werden
- Lösungspartner noch nicht bestimmt (vPBX). SIP-Trunking können wir selber lösen
- Integration ins QMC u.U. aufwändig
- Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern muss geklärt und umgesetzt werden (Prozesse)
- Frühester realistischer Termin für RfS: Q3 2013

29

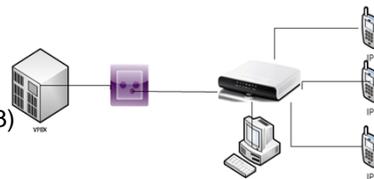
QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



VoIP-Telefonielösungen

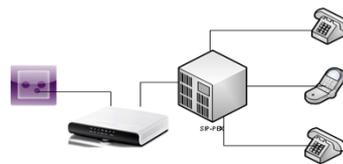
vPBX

- KMU ab 2 SPK
- Kosten ab CHF 33.- Monat
- In Verhandlung /Testing (Q2/13)



SIP-Trunking

- KMU bis n-SPK (CATV <12)
- WWZ seit 2010



QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Produktmanagement
Quickline Business**

Herausforderung

VPBX

- Elektriker wird das Produkt kaum verkaufen, weniger Interesse, kein Verdienst, allenfalls QL-Provision
- Support von Endgerät/Kundennetz
- Zentrale Support Organisation für Vor-Ort Einsätze notwendig
- +Fertige «End to End» Lösung
- +Internetanbindung und damit höherer Verdienst
- +Marktfeld nicht den Mitbewerbern überlassen
- +Höherer Umsatz

Ein Hauptpunkt ist die QOS auf dem Netz, unsere Kabelnetzbetreiber müssen sicherstellen, dass ihre Upstreams nicht mehr als 70% ausgelastet sind, ansonsten müssen aufwändig Policy Servers installiert werden.

**Produktmanagement
Quickline Business**

Herausforderungen

SIP-Trunk Anschluss

- +Elektriker kann weiterhin seine eigene PBX dem Kunde verkaufen/installieren
- +kein QL-Support für Endgerät
- +/-Ansprechpartner für den Kunden bleibt beim Elektriker
- +Möglichkeit Internetangebot
- Keine komplette «End to End» Lösung
- Kein Umsatz pro Telefongerät (nur an Minuten)
- Handling Endgeräte

Ein Hauptpunkt ist die QOS auf dem Netz, unsere Kabelnetzbetreiber müssen sicherstellen, dass ihre Upstreams nicht mehr als 70% ausgelastet sind, ansonsten müssen aufwändig Policy Servers installiert werden.

Produktmanagement
Quickline Business



Antrag

Grundsatz-Entscheid

Die PV entscheidet, dass...

- ...Nur die vPBX-Lösung
- ...Nur die SIP-Trunking-Lösung
- ...oder beide Ansätze (vPBX und SIP-Trunking)

...zur Umsetzung weiterverfolgt werden soll/sollen.



33

Produktmanagement
Quickline Business

Details zu den Angeboten

Grundsatz-Entscheid

Installation	Wird durch den KNU und/oder durch den Vertriebs- und Installationspartner (Elektroinstallateure) gemacht
Security	Security Package wie im heutigen Business-Internet-Angebot
Dediz. Hotline	Dediz. Hotline: Business-Kunden haben eine andere Hotline zum Kundendienst als Privatkunden und können Hotline-Zeiten jemanden erreichen.
MTTR	MTTR bedeutet Mean Time To Repair, also durchschnittliche Zeit bis der ausgefallene Service wieder zur Verfügung steht.



34

Produktmanagement
Quickline Business

Details zu den Angeboten

SLA 1	Inklusive bei allen Business-Internet-Abos. Erreichbarkeit: Montag bis Freitag: 8-21 Uhr, Samstag 9-17 Uhr. MTTR 12h
SLA 2	Optional. Erreichbarkeit: Montag bis Freitag: 8-21 Uhr, Samstag 9-17 Uhr. MTTR 6h
SLA 3	Optional. Erreichbarkeit: 7x24, MTTR 6h
Verfügbarkeit	Best-Effort. Bedeutet: es wird keine Verfügbarkeit versprochen (z.B. 98.5% oder max. monatliche Ausfallzeit von 3 Stunden)
Einmalige Kosten	Selbsterklärend. Speziell vom Kunden gewünschte Installations- und Konfigurationsleistungen wären zusätzlich zu verrechnen
1 fixe IP-Adresse	Wie beim Private-Angebot soll auch der Business-Kunde 1 fixe IP-Adresse erhalten können. Für mehrere fixe IP-Adressen (IP-Range) soll der Kunde eine SLA-Option dazu nehmen

35

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLÜSSE



Produktmanagement
Quickline Mobil

Die Anpassungen auf einen Blick

Ab 1. März 2013

Tarifanpassungen

Quickline Mobil Flat

Ab sofort alles unlimitiert!

- SMS **unlimitiert**
- Daten **unlimitiert**
- Telefonie schweizweit unlimitiert
- Grundgebühr neu **CHF 110.-**
- **Fair Use Policy**

Quickline Mobil Flat

- CHF 5.- Rabatt mit All-in-One auf Basic, Extra und Flat

Handy Portfolio

Neugeräte

- iPhone 5 16 / 32 / 64 GB
- Samsung Galaxy S3 mini
- HTC Windows Phone 8x
- Galaxy SII Plus
- Nokia Lumia 920

Phase-Out div. Geräte

- Samsung C3350
- Nokia C3-01.5
- Nokia Lumia 900
- Xperia S

36

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLÜSSE

i **Produktmanagement**
Quickline Mobil

Ab 1. März 2013

QL Mobil Flat

SMS	2000 Neu: unlimitiert
Daten	2000 Neu: unlimitiert
Telefonie Innerhalb Familie/Vertrag - ins QL Mobilnetz - ins QL Festnetz Ins QL Mobil- und Festnetz Ins Schweizer Mobil- und Festnetz	gratis
Abopreis pro Monat	CHF 115.-- Neu: 110.--

37

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i **Produktmanagement**
Quickline Mobil

Auswirkungen

QL Mobil Flat Anpassung

- Die neuen Bedingungen und Preis gelten ab 1.3.2013
- Neukunden wie auch Bestandskunden profitieren davon automatisch

QL Mobil AiO Rabatt (an PV 13.12.12 beschlossen)

- Der Rabatt von CHF 5.– gilt für QL Mobil Basic, Extra und Flat unabhängig von Vertragsdauer per 1.3.2013
- Neukunden wie auch Bestandskunden profitieren davon automatisch

38

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



Produktmanagement
Quickline Mobil

Fair-Use Policy

Zum Schutz vor übermässiger Nutzung der unlimitierten Leistungen und die dadurch entstehenden hohen Kosten, wird eine Fair-Use Policy eingeführt. Die Policy gilt für alle QL Mobil Tarife.

Kommunikation:
Die Fair-Use Policy wird nur auf der Website unter den Rechtlichen Bedingungen aufgeführt. Wir verweisen auf sämtlichen Druckmittel für die aktuellsten Preise und Nutzungsbedingungen immer auf unsere Website.



39



Produktmanagement
Quickline Mobil

Fair-Use Policy Wording

«Die Quickline Mobil Abos sind für den privaten Gebrauch vorgesehen. Quickline behält sich jederzeit das Recht vor, bei erheblicher Abweichung der Nutzung vom privaten Gebrauch oder bei Anzeichen der Nutzung durch Spezialanwendungen (Durchwahl, Dauerverbindungen, Maschine-Maschine), den Kunden auf ein anderes Angebot zu migrieren, die Dienstleistung einzustellen oder andere geeignete Massnahmen zu ergreifen.»



40



Produktmanagement
Quickline Mobil

Fair-Use Policy Regeln

Es werden folgende Limiten definiert, welche nicht an den Endkunden kommuniziert werden.

SMS Nutzung	>3'000 Stk / Monat
Daten	>3'000 MB / Monat
Telefonie	>2'000 Min / Monat (1 Std. pro Tag)

3-stufiges Verfahren:

1. Kunden, welche im Vormonat die Limite überschritten haben, erhalten ein SMS.
2. Kunden, welche SMS erhalten haben und erneut über der Limite sind, erhalten einen Anruf vom Partner.
3. Kunden, welche 3 Monate hintereinander die Limite überschritten haben, werden ohne Vorwarnung auf einen anderen Tarif migriert.



41



Produktmanagement
Quickline Mobil

Swisscom Fair-Use Policy

Weitere Preise

- Alle Preise in CHF inkl. Mehrwertsteuer
- Mindestvertragsdauer 12 Monate
- Das Abo NATEL[®] infinity S gilt für den normalen Eigengebrauch. Weicht die Nutzung erheblich vom üblichen Gebrauch ab oder bestehen Anzeichen, dass die SIM-Karte für Spezialanwendungen (z.B. Überwachungsanwendungen, Maschine-Maschine-, Durchwahl- und Dauer-Verbindungen) benutzt wird, behält sich Swisscom jederzeit vor, die Leistungserbringung einzustellen oder einzuschränken, oder eine andere geeignete Massnahme zu ergreifen.



42



Produktmanagement
Quickline Mobil

Sunrise Fair-Use Policy

Rechtliche und allgemeine Hinweise

- Als Anrufe auf Sunrise Mobile gelten nur Anrufe, welche auf einen Sunrise Mobiltelefonanschluss getätigt werden.
- Bei Sunrise flat 1 wird bei Überschreitung einer Datenmenge von 500 MB pro Monat die Bandbreite reduziert.
- Allgemeine Tarifiedetails:
Zusätzlich verrechnet werden Anrufe und Nachrichten ins und im Ausland, Verbindungen, die Sie im Ausland herstellen, Anrufe auf Spezialnummern (z. B. 084x, 090x, 18xx) und Mehrwertdienste sowie die Monatsgebühr sämtlicher Zusatzoptionen. Gespräche werden in der Regel im Minutentakt, mobile Internetverbindungen in 20-KB-Schritten abgerechnet. Weicht die Nutzung von unlimitierten Inklusivleistungen erheblich vom üblichen Privatkundengebrauch ab, behält sich Sunrise vor, den Kunden in ein anderes Produkt zu überführen, die Dienstleistung einzustellen oder eine andere geeignete Massnahme zu ergreifen oder nach vergeblicher vorgängiger Abmahnung fristlos zu kündigen. Mobiles Internet mit einem Mobilabo oder einer Zusatzoption ist auf Datenverbindungen ohne VoIP mit einem einzigen Mobiltelefon beschränkt ohne Nutzung mit daran angeschlossenen Geräten, Modems oder Geräten mit eingebautem Modem.



43



Produktmanagement
Quickline Mobil

Antrag

Die PV stimmt der Angebotsanpassung bei «Flat» und der Einführung der Fair Use Policy wie vorgeschlagen per 1. März 2013 zu.



44



Produktmanagement
Quickline Mobil

Das Handset Portfolio von Quickline

Portfolio Grundsätze

	Aktuell	Grundsätze für zukünftiges Portfolio
Low Tier < 350 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  Nokia C3 189.--  Samsung C3350 199.--  HTC One V 349.--  Galaxy Ace Plus 329.-- 	<ul style="list-style-type: none"> Führung von 3 Handset Kategorien, welche auf Tarifstruktur passen. <ul style="list-style-type: none"> • Low Tier -> Basic • Mid Tier -> Extra • High-End -> Flat Jedes Gerät sollte mit dem entsprechenden 24M Tarif auf 1.-- subventionier bar sein. Im höheren Preissegment kann es Ausnahmen geben. In jeder Kategorie führen wir je mindestens 1 Gerät pro Betriebssystem (Ausnahmen iOS im Low Tier). Im Low Tier führen wir zwei «T9» Geräte (Tastatur), um das ältere und technik-averse Publikum zu erreichen. Das Portfolio wird monatlich aktualisiert Durchmischung der Brands innerhalb der Kategorien muss vorhanden sein.
Mid Tier < 699 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  Galaxy S2 (16GB) 499.--  iPhone 4 8 GB 549.--  Xperia S 549.--  Lumia 900 599.--  iPhone 4s 16 GB 639.-- 	
High End > 699 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  HTC One X 699.--  Galaxy S3 (16GB) 699.-- 	



45



Produktmanagement
Quickline Mobil

Handset Roadmap

◆ End of life, so lange Vorrat

◆ Neueinführung

Handset Roadmap

	Aktuell	Feb	Mrz	Apr	
Low Tier < 350 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  Nokia C3  Samsung C3350  HTC One V  Galaxy Ace Plus 	<p style="text-align: center;">Push (16Stk) → ◆</p> <p style="text-align: center;">Push (25Stk) → ◆</p>	<p style="text-align: center;">Push (7 Stk) → ◆</p> <p style="text-align: center;">Push (2 Stk) → ◆</p>	<ul style="list-style-type: none">  Nokia Lumia 620 Ca. ab Mitte März 2013  Samsung Galaxy S3 Mini 	
Mid Tier < 699 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  Galaxy S2 (16GB)  Xperia S  Lumia 900  iPhone 4 8 GB  iPhone 4s 16 GB 	<p style="text-align: center;">Push (8 Stk) → ◆</p> <p style="text-align: center;">Push (20 Stk) → ◆</p> <p style="text-align: center;">Push (25 Stk) → ◆</p>	<p style="text-align: center;">Push (16 Stk) → ◆</p>	<p style="text-align: center;">Push (16 Stk) → ◆</p>	<ul style="list-style-type: none">  Samsung S2 Plus  HTC Windows Phone 8x
High End > 699 CHF VP	<ul style="list-style-type: none">  HTC One X  Galaxy S3 (16GB) 	<p style="text-align: center;">Push (16 Stk) → ◆</p>	<p style="text-align: center;">Push (16 Stk) → ◆</p>	<ul style="list-style-type: none">  Nokia Lumia 920  iPhone 5 16 / 32 GB / 64GB 	



46



Produktmanagement
Quickline Mobil

Low-Tier - Neugeräte

Model	Merkmale	Entscheid
 <p>Nokia Lumia 620  Ab Mitte März 2013</p>	<p>Speicher: 8GB Kamera: 5 Mpix Display: 3.8", 480 x 800 Pixel Special: Div. Farben, Design «jung & frisch»</p>	<p>Könnte aufgrund des Preises zum Topseller werden. Junges Zielpublikum!</p> <p>★</p>

★ Aufnahme ins Sortiment von QL Mobil



47



Produktmanagement
Quickline Mobil

Mid-Tier - Neugeräte

Model	Merkmale	Entscheid
 <p>Samsung Galaxy S2 Plus</p>	<p>Speicher: 8GB Kamera: 8 Mpix, 2Mpix Frontcam Display: 4,3", AMOLED Special: Nachfolger von S2</p>	<p>Nachfolger zum Galaxy S2 Plus mit besserem Display und Kamera</p> <p>★</p>
 <p>Samsung Galaxy S3 Mini </p>	<p>Speicher: 8GB Kamera: 5 Mpix Display: 4", 480 x 800 Pixels Special: kleiner und leichter als S3</p>	<p>Bestseller, Preis/Leistung, Ersetzt HTC One V, Kann im Low-Tier vermarktet werden.</p> <p>★</p>
 <p>HTC Windows Phone 8x </p>	<p>Speicher: 16GB Kamera: 8 Mpix, 2,1 Mpix Frontcam Display: 4,3", HD, Gorilla Glas Special:</p>	<p>Medium-Tier Windows 8 Bestseller</p> <p>★</p>

★ Aufnahme ins Sortiment von QL Mobil



i

Produktmanagement
Quickline Mobil

High-End - Neugeräte

Model	Merkmale	Entscheid
 <p>Nokia Lumia 920  Ca. 699.--</p>	Speicher: 32GB + 7GB Skydrive Kamera: 8.7 Mpix Carl Zeiss + 1,2Mpix Frontcam Display: 4.5", PureMotion HD+, 768 x 1280 Pixel Special: Div. Farben, Design «jung & frisch»	High-End Windows 8 Topseller, junges, technisch affines Zielpublikum ★
 <p>iPhone 5 16 GB / 32 GB / 64 GB 719.-- / 824.-- / 922.--</p>	Speicher: 16 GB / 32 GB Kamera: 8 Mpix, 1,2 Mpix Front Display: 4", Retina, Special: Bestseller	Topseller Rang 2, nach 4S ★

★ Aufnahme ins Sortiment von QL Mobil



49

i

Produktmanagement
Quickline Mobil

Monatliche Anpassungen Geräteportfolio

- Das Geräteportfolio wird ab sofort monatlich angepasst.
 - Preispunkte pro Gerät und Abo werden auf Ende jedes Monats für den nächsten Monat angepasst
 - Das Portfolio an Geräten wird monatlich auf den aktuellen Stand angepasst. D.h. es können jeden Monat neue Geräte hinzukommen, aber auch wegfallen
 - Kommunikationsmittel / Unterstützung Geräteportfolio
 - Handflyer monatlich neu: Neugeräte, Aktionen + bestehendes Portfolio
 - Factsheet monatlich neu: Ganzes Portfolio mit sämtlichen Preisen pro Abo
 - Preisschilder monatlich neue Preisschilder für die Shops
 - News News Schaltung auf Quickline.ch
 - Dummies
 - Die Shops erhalten ab sofort von allen Neugeräten Dummies für die Schaufenster (Verfügbarkeit vorbehalten)

★ Aufnahme ins Sortiment von QL Mobil



50



Produktmanagement
Quickline Mobil

Ausblick Mobil

- Tarifportfolio wird voraussichtlich auf Mai angepasst
 - Kampagne Mobil im Mai mit AiO Angebot
 - Nachverhandlungen mit Sunrise, um attraktivere, marktfähige Tarife gestalten zu können. (Datapreise, Roamingpreise)
- Alternative Bezugsquellen für Geräte werden geprüft, um attraktivere Preisgestaltung machen zu können.



51



Produktmanagement
Quickline Mobil

Mobil als Einzelprodukt

- Partner-Antrag an letzter PV (13.12.12)
- Zirkularbeschluss im Januar 2013
- Entscheidung: Mobil soll auch als Einzelprodukt bestellt werden können
- Umsetzung: Per 1. Mai 2013
- Rückkommensantrag?



52



Produktmanagement
Multiscreen

Quickline Mobil-TV

White-Label-Lösung von Zattoo

- Praktisch wie das Zattoo-Angebot, aber ohne Nennung von Zattoo.
- Keine Werbeunterbrechung
- Logos und Brand-bezogene Texte werden angepasst
- Farben werden angepasst
- Gewisse Inhalte werden angepasst
- Keine Schnittstelle zu Verte!
- Einführung: 1. Mai 2013




53



Produktmanagement
Multiscreen

Quickline Mobil-TV

Produktvorschlag

- Wird allen All-in-One-Kunden gratis hinzugeboten:
 - Bronze/Silber: Live-TV in «SD»
 - Gold/Platin: Live-TV in «HD» plus Freeze (30h)
- Bronze- und Silber-Kunden können Freeze und HD zusätzlich aufschalten gegen eine monatliche Gebühr von CHF 4.00 (CHF 1.10 für UHG)




54



**Produktmanagement
Multiscreen**

Quickline Mobil-TV

Konkurrenzvergleich für Bezahl-Option

1 Jahr Internet-TV mit HD und Freeze für AiO-Bronze- und Silber-Kunden:

Quickline	Zattoo HD	Wilmaa Premium	Teleboy Plus
CHF 4.00*	CHF 5.41*	CHF 6.58*	CHF 5.50*
<ul style="list-style-type: none"> • HD-Qualität • 30h Freeze 	<ul style="list-style-type: none"> • HD-Qualität • 7 Tage «Freeze» • PVR 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 Tage «Freeze» • PVR • Live Pause 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 Tage «Freeze» • PVR • Download

* davon CHF 1.10 für UHG



55



**Produktmanagement
Multiscreen**

Quickline Mobil-TV

Antrag

Antrag:

Die PV stimmt der Einführung des Produkts gemäss Produktgestaltung wie vorgeschlagen per 1. Mai 2013 zu.



56



Folie nach der Sitzung angepasst
(gemäss Entscheid)

Produktmanagement
Senderangebot

Frühlingstermin: 23. April 2013

Deutsche Private in HD

- Deutsche Private in HD (8 Sender: ProSieben, SAT.1, kabel eins, Sixx; RTL, RTL II, VOX, SuperRTL) sollen am 23.4. auch ohne Vertragslösung aufgeschaltet **im «Grundangebot Plus-HD»** werden.
- Bei den HD-Signalen handelt es sich um Programme, welche als SD FTA sind und nach schweizerischer Gesetzgebung bereits über den GT1 abgegolten werden. Damit sind die rechtlichen Rahmenbedingungen gegeben, um die HD-Signale ohne weiteres ebenfalls zu verbreiten.
- Die Aufschaltung zu verantworten haben die KNU.
- Zum Empfang müssen im Head-End Consumer-STB eingesetzt werden.
- Die deutschen SD-Versionen fallen weg (aber nicht die schweizerischen SD-Versionen, auch Werbefenster genannt).
- Die Kunden müssen Ende März/Anfang April wegen Sendersuchlauf informiert werden, da Programme wegfallen und neue hinzukommen.



57



Produktmanagement
Senderangebot

Frühlingstermin: 23. April 2013

Deutsche Private in HD

Antrag:

Die PV stimmt der Aufschaltung der HD-Programme der Deutschen Privaten gemäss dem mit diversen Swisscable-Mitgliedern (alle DCG-Partner, InterGGA, Bödeli) abgestimmten Vorgehen zu.



58



Produktmanagement
Senderauswahl

MTV

Vertrag noch abzuschliessen

- Einigung vom Herbst 2012 gilt grundsätzlich
- (Schriftlicher) Vertrag zur digitalen Verbreitung ist noch ausstehend
- Konditionen für digitale Programme sind an analoger Weiterverbreitung gekoppelt
- MTV ist zurzeit aktiv in Kontakt mit KNU für neue Verträge zu analoger Verbreitung
- Es soll aber nur einen Vertrag, sowohl für analoge als auch digitale Verbreitung, geben

Antrag: KNU unterschreiben Anhang «Analoge Verbreitung» im Vertrag zur digitalen Verbreitung.



59



Produktmanagement
Senderangebot

Frühlingstermin: 23. April 2013

Übersicht der Änderungen (TV)

Name	Beschreibung	Bemerkung	Paket	LCN-Nr.	Suchlauf
JoizTV (CH)	HD	Statt SD	GA	19 (neu)	ja
RTL (D)	HD		GA PI. HD	45	ja
Sat1 (D)	HD	Dt. SD-Version fällt weg	GA PI. HD	47	ja
Pro7 (D)	HD	Dt. SD-Version fällt weg	GA PI. HD	50	ja
VOX (D)	HD		GA PI. HD	53	ja
Kabel 1 (D)	HD		GA PI. HD	55	ja
RTL2 (D)	HD		GA PI. HD	57	ja
Sixx (D)	HD		GA PI. HD		
SuperRTL (D)	HD		GA PI. HD		
Sat.1 Gold	SD (MPEG-4)	Neues Programm	GA	76 (neu)	ja
N24	HD	Statt SD	GA	178	Nein



60

i **Produktmanagement**
Senderangebot

Frühlingstermin: 23. April 2013

Übersicht der Änderungen (TV)

Name	Beschreibung	Bemerkung	Paket	LCN-Nr.	Suchlauf
TF1 (F)	HD	Statt SD	GA	256	Nein
France 2 (F)	HD	Statt SD	GA	258	Nein
Channel 4 (UK)	HD	Statt SD	GA	369	Nein
La 7d	SD (MPEG-4)	Neues Programm	Italiano	327 (neu)	Ja
Hayat BH	Bosnisch, SD (MPEG-4)	Einkauf kostenlos	Bosnian	562 (neu)	Ja
Hayat Folk	Bosnisch, SD (MPEG-4)	Einkauf kostenlos	Bosnian	564 (neu)	Ja
Hayat Plus	Neuer Name, bisher «NTV Hayat»		Bosnian	563	Nein

61

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i **Produktmanagement**
Senderangebot

Frühlingstermin: 23. April 2013

Übersicht der Änderungen (TV)

Sender	Bemerkung	Sender	Bemerkung
Radio LoRa (CH)	Neu	Nova (F)	Anstelle BeurFM
FM1 St. Gallen (CH)	Neu	RMC (F)	Anstelle WRN
SWRinfo (D)	Neu	RDS Radio Dimensione S. (I)	Neu
Country Radio Switzerland (CH)	Neu	Radio Italia SMI (I)	Neu
Fun Radio (F)	Anstelle BFM	Radio Italia Anni 60 (I)	Neu

62

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



Produktmanagement
Senderangebot

Zusätzliche Informationen

- TS-Bedarf für den 23.4.13 gemäss DCG-Technik: Für die Deutschen Privaten in HD sind 2 weitere TS nötig (welche vor über einem Jahr einmal angemeldet wurden)
- Umschalttermin im Herbst 2013: Dienstag, 29. Oktober 2013



63



Produktmanagement
MPEG-4 Migration

MPEG4-Transkodierung

- Mit der Transkodierung von SD-Sendern von MPEG-2 auf MPEG-4 können ca. 9 TS eingespart werden.
- Ca. 10-15% der Haushalte müssen mit einem MPEG-4-fähigen Endgerät ausgerüstet werden.
- Die Umstellung soll in Phasen erfolgen. Die 1. Phase soll im Herbst 2013 mit Minoritäten-Sendern (Sprachpakete ~~und Themenpakete~~) stattfinden.
- Erfahrungen aus dieser Umstellung sollen für die zweite Phase genutzt werden. Geplante Termin für 2. Phase: **Ende Januar 2014 (Themen-Pay-Pakete)**. 3. Phase: **3. Dt. Programme**. 4. Phase: **Rest**. Zeitraum: April 2014



64



Produktmanagement
MPEG-4 Migration

MPEG4-Transkodierung

- Der Gewinn an Bandbreite erfolgt erst, wenn die Umstellung komplett abgeschlossen ist.
- Die Herausforderung für die KNU ist, seine Kunden mit MPEG-4-fähigen STB auszurüsten.
- Am 29.10. sollen die Sprach-Pay-Pakete umgestellt werden. Heute gibt es hier 5'400 abonnierte Pakete. Zum Zeitpunkt der Umstellung auf HD-STB waren es ca. 3'000 abonnierte Pakete.
- ~~• Das Thema muss u.a. in der technischen Kommission bearbeitet werden.~~
- Finecom unterstützt die KNU mit kommunikativen Massnahmen, **welche zurzeit in Erarbeitung sind.**
- Der KNU muss zunächst entscheiden, wie viele neue STB er braucht, um betroffene Kunden ausrüsten zu können.




65



Produktmanagement
2.4 Verte!

Fast schon «courant normal»

Stabilität erreicht, Verbesserungen geplant

- Erfolgt: Integration des VoD-Aggregators Homedia (HollyStar) und Ausbau des Filmangebots auf über 1'000 Titel
- Facebook-App wird entfernt. Verte-Startseite wird umgestaltet (**bis spätestens 1. April 2013**)
- Geplant: Freeze24 auf 30 Stunden erweitern (Q2 2013)
- Die wichtigen HD-Sender in Freeze24 integrieren (Q2 2013)




66



Produktmanagement
Verte!

GT12: So soll dies gehandhabt werden

Gebührenerhöhung

- Offizielle Einführung ab 1. März 2013
- Gebühr wird von CHF -.80 auf CHF 1.10 bei den regulären Preisen erhöht (Erhöhung um Rp. 30)
- Preisbekanntgaben werden auf 1.3.13 angepasst
- Kunden werden im Februar informiert
- Die neuen (betroffenen) Endpreise sind dann:
AiO Gold CHF 91.10 – AiO Platin CHF 121.10 – Verte! CHF 26.10
- Take2: CHF 1.10 sind inkludiert
- Die Promopreise bleiben wie bisher (Die Gebühr muss korrekt im Kleingedruckten ausgewiesen werden).



67



Produktmanagement
Promotion – März-Kampagne

Quickdeal

Zeitlich befristete Promotion

- Beim Neu-Abschluss eines All-in-One-Abos erhält der Kunde zusätzlich einen WLAN-Router geschenkt
- Dauer: 1.3. bis 30.4.
- Gilt für alle All-in-One-Abotypen
- WLAN-Router: **D-Link DIR-655**
- Beschaffung: Finecom Finance koordiniert den Einkauf
- Abgabe: Der Kunde erhält den Router vom KNU
- Konfiguration: Partner sind frei, Konfiguration für Kunden vorzunehmen
- Support: Es wird kein Support vom Finecom-Kundendienst erbracht





68



Produktmanagement
Kombi-Angebote

Take2's

Folgende DuoPlay-Abos wurden an der PV im Dez. 12 beschlossen

Take2 Basic	Take2 Extra	Take2 Flat	Take2 HD	Take2 HD Premium
Internet 50/5	Internet 50/5	Internet 50/5	Internet 50/5	Internet 50/5
Basic (100 SMS, 500 MB, gratis in QL Netze tel., andere Netze 0.40/Min)	Extra (200 SMS, 1000 MB, gratis in alle Festnetze & QL Mobil tel.)	Flat (SMS unlimitiert, Datenvol. unlim., gratis in alle CH Netze tel.)	Verte (ü 170 TV-Sender, 29 HD, Freeze24, VOD, 10h Aufnahme.) Inkl. UHG von CHF 1.10	Verte (ü 180 TV-Sender, 45 HD, Freeze24, VOD, 50h Aufnahme.) Inkl. UHG von CHF 1.10
CHF 80.00	CHF 100.00	CHF 130.00	CHF 70.00*	CHF 85.00*

- Einführung per 1. März
- ***Promotion:** 3 Monate ½-Preis (für Take2 HD und Take2 HD Premium)



69



Produktmanagement
Kombiangebot

«All-in-One Light»

Bedürfnisse der Partner aus der Umfrage:

- Für die meisten eine sinnvolle Angebotsergänzung
- Unterschiedliche Ansichten bezüglich der kommerziellen Bedeutung und damit der Kommunikation/Marketing
- Grösste Hürde: Einheitliche Grundgebühr
- Im Detail z.T. unterschiedliche Preis- und Leistungserwartungen



70



Folie nach der Sitzung angepasst
(gemäss Entscheid)

Produktmanagement
Kombiangebot

«All-in-One Light»

Vorschlag des Marketingausschusses

- Retention-Produkt
- Internet 2/0.2 – Festnetz-Anschluss (keine Flat) – TV: Grundangebot
- Preis: CHF 40.- pro Monat
- Setup-Gebühr: **keine**
- Einführung: 1. Mai 2013
- All-in-One Silber aus dem Verkauf ziehen
- Kommunikation: nur erwähnt (Website u.ä.), keine Kampagne

Antrag: Die PV stimmt dem Vorschlag zu.



71



Produktmanagement
Neues Garantie-Gesetz

Einheitliche Regelung im ganzen QL-Verbund

Kulante Auslegung

- Alle verkauften Geräte und andere physischen Produkte erhalten 2 Jahre Garantie.
- Gilt rückwirkend für alle Produkte, die am 1.1.2013 noch unter Garantie waren.
- AGB werden, wo nötig, auf 1.3.13 angepasst.

Antrag:

- Diese Regelung gilt für den ganzen Quickline-Verbund.



72

i

2. Produktmanagement
2.10 Quickline Vision

- **Geplante Funktionen wurden an der Sitzung präsentiert.**
- **Die Folien werden aus Geheimhaltungsgründen nicht versendet.**

73



**3. Aus dem Marketing-
Ausschuss**

3.2 Kommunikation: Jacqueline Bühlmann

74





3.2 Kommunikation

Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Die nachfolgenden Quickline-Kommunikationsmassnahmen wurden im Marketing-Ausschuss detaillierter besprochen.

Antrag:
Der Marketing-Ausschuss empfiehlt, die Massnahmen in der PV vom 21.1. zu verabschieden.

Die Umsetzung erfolgt durch das Finecom Kommunikationsteam.





Planung Quickline Kommunikation 2013

3.2 Kommunikation

	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>Migration Medianet 1. Teil (2000 HH) (580 @-Kunden) RIS 25./26.2.</div> <div>Techn. Migration WWZ Ende April RIS 23.4.</div> <div>Migration Medianet 2. Teil RIS 2./3.9.</div> <div>Migration EWS RIS 7./8.10.</div> <div>Migration Medianet 3. Teil (Bern) RIS 11./12.11.</div> <div>Migr. Films Access KFN Eco Light KFN Standard</div> </div>												
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>PM Inet 5->10 AIO Platin-100 RIS 16.1.</div> <div>Inet 150 Neue Duoplay-Abos Mobil Push bei AIO RIS 1.3.</div> <div>Sender-Mutationen per 23.4. RIS 1.5.(?)</div> <div>Neues Business-Angebot QL Mobil TV RIS 1.5.</div> <div>Jugend-Angebot</div> <div>Umstellung MPEG4 Neue Pay-TV Strategie</div> <div>Sender-Mutationen per 29.10.</div> </div>												
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>Komm. PR im Dez Kundeninfo im Jan. Auftritt mit Cancellara + Schreibweise Quickline</div> <div>Kampagne «AIO, schnellstes Internet» «Quick-Deal» 4.3.-31.3. Outbound: AIO nachf.</div> <div>QL Trend 1/13 Red.sitz. 21.2 Versand 29.4.</div> <div>Kampagne «AIO, Fokus Mobil» 20.5.-16.6.</div> <div>100'000. QL-Internet Kunde</div> <div>Kampagne «AIO» 19.8.-15.9.</div> <div>QL Trend 2/13 Red.sitz. 8.7. Versand 30.9.</div> <div>Kampagne «AIO-Vertel» 21.10.-17.11.</div> </div>												
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>«Film ab» 1/13 Daten 22.12. Versand 11.2.</div> <div>VOD 2/13 kein Versand</div> <div>«Film ab» 3/13 Daten 22.4. Versand 24.5.</div> <div>VOD 4/13 kein Versand</div> <div>«Film ab» 5/13 Daten 22.8. Versand 26.9.</div> <div>«Film ab» 6/13 Daten 22.10. Versand 25.11.</div> </div>												
Dauerpräsenz: Online-Werbung (Adwords, Displays)												
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>Nachwuchs: QuickLine Rollensprint 15-18 lokale Events NL 16.1. 13.2.</div> <div>QL on Tour 3-4 lokale Events (tbd) NL 13.3. 10.4. 15.5.</div> <div>Openair-Kinos NL 12.6. 10.7.</div> <div>Eishockey-Piccolo-Cup NL 14.8. 11.9.</div> <div>Nachwuchs: QuickLine Rollensprint Finaltag in Grenchen mit Cancellara NL 9.10. 13.11. 11.12.</div> </div>												
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 6px;"> <div>Gesamtprospekt als Rg.Beilage Strom/TV</div> <div>Post Umzugsset an Neuzuzüger</div> <div>Gesamtprospekt als Rg.Beilage Strom/TV</div> <div>Post Umzugsset an Neuzuzüger</div> </div>												

7.2.2013

i

3.2 Kommunikation
Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
Verkaufsförderung-Kampagnen (NK-Gewinnung, X-/Upsell) 4x / Jahr	1. Kampagne = Fokus schnellstes Internet Ziel = AiO verkaufen	4.3.-31.3.	CHF 300'000
		20.5.-16.6.	CHF 300'000
		19.8.-15.9.	CHF 300'000
		21.10.-17.11.	CHF 300'000 (Kreation, Produktion, Media)
	2. Kampagne = Fokus Mobil Ziel = Quadruple verkaufen + Outbound (nachfassen bei AiO)		
	3. Kampagne = Thema tbd		
	4. Kampagne = Thema tbd		
	Erkenntnisse Mediamix: <ul style="list-style-type: none"> Flyer im Briefkasten, im Anzeiger oder als Rechnungsbeilage = wichtigstes Instrument Ergänzt von Inseraten, Plakaten und Online-Werbung Begleitmedien (Radio/Kino) massiv reduzieren 		
Online-Werbung	Dauerpräsenz: Platzierung von Google-Adwords und Banner-Displays im Internet. Für 2013 verstärken. Optimierung Google Adwords + Google Analytics (mittels Experte).	Jan-Dez	CHF 250'000

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

3.2 Kommunikation
Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
QL Trend (Retention, X-/Upsell) 2x / Jahr	QuickLine Kundenzeitschrift mit Informationen zu den Produkten, News, Hintergründe etc. Inside: Individuelle Seite pro KNU (optional).	April Okt	CHF 200'000 (Druck, Lettershop) <i>Porti zu Lasten KNUs</i>
	Formale Änderungen gegenüber 2013 <ul style="list-style-type: none"> 2x jährlich, zwischen den Kampagnen (statt 3x) Einheitliche Versandart, per Post an Kunden (keine Streuversände oder Anzeiger-Beilagen) 20 Seiten statt 24 Seiten Klare Positionierung als Kundenzeitschrift (kein Instrument zur Gewinnung von Neukunden) Mehrwert durch interessante, redaktionelle Beiträge Ziel = X-/Upsell bei bestehenden Kunden 		
VOD-Booklet (neu) (Retention, X-/Upsell) 4x / Jahr an Verteil-Kunden	Wird durch Hollystar 2monatlich produziert (Original-Daten gehen jeweils am 22. in Druck, 3. Versand) Jan/Feb (22.12.), März/Apr (22.2.), Mai/Juni (22.4.), Juli/Aug (22.6.), Sep/Okt (22.8.), Nov/Dez (22.10.) VOD-Katalog (Inhalt übernehmen), im QL Look&Feel Versand an Verteil-Kunden >zu prüfen, evtl. als Beilage zu QL Trend?	Jan März Sep Nov	CHF 60'000 (Druck, Lettershop, 4x an 9-15'000 Kunden) <i>Porti zu Lasten KNUs</i>
Drucksachen (NK-Gewinnung, Up-/Xsell)	Jahresplanung aufgrund Produkt-Anpassungen Preislisten, Gesamtprospekt, Produkte-Flyer, Lettershop Kunden-Infoschreiben. Gesamtprospekt: Individuelle Seite pro KNU möglich. Ziel = Mind. 1x pro Jahr Versand an alle Haushalte. Durch KNUs als Rechnungsbeilage zu TV-Gebühren bzw. Stromgebühren.	Jan-Dez	CHF 350'000 <i>Porti Infoschreiben zu Lasten KNUs</i>

NE
KLUBB

i

3.2 Kommunikation
Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
Umzugsset Post	Vertrag mit Post für Vertragsrecht. Wird jedem Einwohner bei Anmeldung auf der Post abgegeben.	Jan-Dez	CHF 55'000 (Jahresvertrag, abhängig von Anzahl PLZ)
Website + Partner iFrames quickline.com quickline.ch (NK-Gewinnung, X-/Upsell)	Diverse Anpassungen Website/Bestellprozess. Interaktivität Fabian Cancellara. Labor-Testing für Optimierung. Strukturumbau für DTV Pay-Pakete (Q3)	Jan-Dez	CHF 100'000 (SLA = 30'000)
eNewsletter (Retention, Up-/Xsell)	Mischung zwischen nützlichen Informationen, Mehrwert/Unterhaltung, X-/Upselling. Monatlicher Versand, 1. oder 2. Dienstag im Monat. Zielgruppen-orientierte Versandmöglichkeiten. Lokale, KNU-spezifische Infos möglich (optional).	monatlich	CHF 0
Social Media	Laufende Aktualisierung/Dialog auf Facebook Page (aktuell: 1'300 Fans), Twitter und Beiträge/Dialog auf diversen Foren (digitv, cablemodem...) Erarbeitung und Umsetzung Neues Social Media-Konzept inkl. Integration Kundendienst.	Jan-Dez	CHF 0
Kinowerbung	Reduzieren auf Openair-Kinos im Sommer.	Juli/Aug	CHF 5'000
Friendsclub (NK-Gewinnung)	Kunden werben Kunden: System vereinfachen (Redesign), Flyer als Rechnungsbeilage.	ca. 2x/Jahr	CHF 0 (im Budget Drucksachen)

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

3.2 Kommunikation
Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
PR-/Medienarbeit (Bekanntheit)	Schreiben und Versenden von Pressemittteilungen bei Produktenevents, neuen Partnern etc. Sowie exklusive Interviews in nationalen Medien. Wirkung: lokales Nachfassen/Kontakt durch KNU!	ca. 5-6/Jahr	CHF 0 (sofern externe Kosten = Budget Finecom)
QuickLine on Tour (Kundenbindung)	3-4x pro Jahr organisieren wir für unsere Endkunden vergünstigte Tickets zu ausgewählten Veranstaltungen oder exklusive Führungen, möglichst im QuickLine-Gebiet. 2011: Postfinance Arena, Stars of Sounds, Biketec Huttwil 2012: Jura-Kaffee, Stars of Sounds, Konzert Vivace, Zuckerfabrik Aarberg Für 2013 werden noch Ideen/Themen gesucht.	März Juni Sep (Daten/Events für 2013 noch offen)	CHF 20'000 (Organisation möglichst zu Selbstkosten)
Kostenbeteiligung Werbung KNUs	Wurde 2011 + 2012 umgesetzt. Für 2013 nicht mehr eingeplant. Begründung: <ul style="list-style-type: none"> nur etwa die Hälfte der Partner schöpfte Budget wirklich für Kampagnenverstärkung aus. sehr aufwändiges Handling (Absprachen von x-einzelnen Massnahmen, Führen von Listen, quartalsweise einzelne Infos) einzelne Partner finanzierten so 50% ihrer Komm.massnahmen, die sie eh machen würden. 		CHF 0

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

3.2 Kommunikation

Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
Lancierung Jugendangebot (Upsell)	Postkarten-DM an bestehende Kunden.	2. Qu 2013 (tbd)	CHF 25'000
Lancierung Business-Angebote (NK-Gewinnung)	DM an Business-Kunden, inkl. Adressmiete	2. Qu 2013 (tbd)	CHF 20'000
Lancierung neue Pay TV-Strategie (Upsell)	DM (Infoschreiben an bestehende Kunden), Postkarten-Mailing für Upselling	3. Qu 2013	CHF 33'000
DTV-Push (Upsell Smartcards)	Postkarten-DM an bestehende Kunden, Porti zu Lasten KNUs	tbd	CHF 25'000



i

3.2 Kommunikation

Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	
Sponsoring/ Markenbotschafter (Impact, Image)	<p>Fabian Cancellara wird ab 2013 das «Gesicht» für QuickLine. Wir verbinden die Kernwerte mit unserer Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sympathisch, «einer von uns»: wir zeigen F.C. authentisch, als «Konsument», mit/ohne Produkte. • Dynamisch: wir zeigen F.C. in Bewegung, lässig, natürlich und als Sportler. • Erfolg/Leistung: Textliche Umsetzung durch peppige Zitate. <p>Das Fotoshooting findet am 5./6.12.2012 statt. Anschliessend wird das CI-Manual angepasst und die erste Kampagne ausgearbeitet.</p>	
Nachwuchs/ QL Rollensprint (Sympathie, Markenbekanntheit)	<p>Swiss Cycling setzt ab Frühling 2013 zur Talentrekrutierung ein neues Tool ein: den Rollensprint. QuickLine sponsort dieses Tool. Nebst Branding (Rückwand u.a.) dürfen wir den Rollensprint an 15-20 eigenen Events einsetzen und so einen „QuickLine Nachwuchs-Challenge“ durchführen. Geplant ist dann ein Final-Event in Grenchen mit Fabian Cancellara.</p>	
Sponsoring Christian Schuler	<p>2-Jahres-Vertrag. Massnahmen sind noch zu definieren. Eidg. Schwingfest in Burgdorf = 30.8.-1.9.2013</p>	
Eishockey Nachwuchs-Cup	<p>Wird in abgespeckter Form (ohne Startgelder) als «Traditions-Event» zum 5. mal durchgeführt</p>	





3.2 Kommunikation

Neue Bildwelt «Fabian Cancellara»

1. Kampagne
Synchronisch, mit Werbe



2. Allgemeine Anwendungen / Editorial
mit/ohne Produkte und Umgebung



3 «Jokers» / Promotion
mit Quickline-Shirt



4 «Reinformer»
Stockbilder, vs. im Themenbereich
Sport, Leistung...

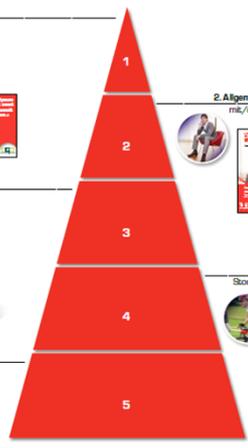


5. Begleitbilder
vs. im Innenbereich, aber
auch bei Facetheate



**Hierarchie
Bildwelt
Quickline und
Cancellara**

CI-Manual ist in
Erarbeitung





83



3.2 Kommunikation

März-Kampagne

Kampagnen-Details

Kampagnen-Dauer: 4.3. bis 31.3.2013
 Ziel Verkauf: AiO
 Kernbotschaft: schnellstes Internet
 plus Quickdeal
 (WLAN-Router geschenkt)

Media-Mix:

Massnahme März	Media	Produktion
. Flyer als Streumailing (1x)	40'000.00	40'000.00
. Inserate in Regional- und Lokalblättern	120'000.00	
. Pilot Direct Mailing KFN		10'000.00
. RG Beilage bestehende Kunden	0.00	0.00
. Online-Werbung	10'000.00	
. POS / Material-KNUs	0.00	5'000.00
. Passenger TV (Buswerbung)	15'000.00	



«Du hast Dir die volle
Power verdient.»
Fabian Cancellara

**Quick
DEAL**
schnellstes Internet
mit WLAN-Router
geschenkt

**Schnelleres Surfen gabs
noch nie. Gratis-TV inklusive.**
Quickline Internet mit versch. Paketen 100 Mbit/s.
Bei allen Abo's sind 130 digitale TV-Sender gratis dabei.







3.2 Kommunikation

VOD-Booklet

«Film ab»

Das neue VOD-Booklet wird 4x jährlich an Verte!-Kunden versendet

JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
VOD-Kat. 1/13		VOD-Kat. 2/13		VOD 3/13		VOD 4/13		VOD-Kat. 5/13		VOD-Kat. 6/13	

- Versand 4x jährlich an Verte!-Kunden
- persönlich adressiert, mit Brief, im Couvert (oder foliert)
- Porto-Kosten zu Lasten KNU

Inhalt

- Titelseite: Filmneuheit (ganzseitiges Filmcover)
- Rückseite: Quickline-Inserat (aktuelle Kampagne, Aktionen)
- Intro/Editorial: Neuheiten, Verte-Angebote
- Doppelseite Mitte: Verte! aktuell, Filmtipp (Titelthema), Werbung Verte!, Quickline-Angebote





85



3.2 Kommunikation

Jährlicher Infolyer

Infopflicht

Bakom hat uns auf folgende Pflichten aufmerksam gemacht

- Art. 40: Sperrung von Mehrwertdiensten (Jugendschutz)
->Hinweis bei **Vertragsabschluss** und **1x jährlich**
- Art. 10a: Internationale Roaming-Tarife und Aktivierung/Deaktivierung
->Hinweis bei **Vertragsabschluss** und **1x jährlich**
- Info über Schlichtungsstelle
->muss zwingend auf der Rechnung des KNU stehen
- Hinweis zu Bakom-Website betreffend Inhaber von Mehrwertdienst-Nummern
->solte auf der Rechnung des KNU stehen
- Art. 41: Schutz vor Minderjährigen (Gesetzliche Pflicht)
->Bedingt zwingend **saubere Erhebung des Geburtsdatums** bei Festnetz- und Mobil-Anschlüssen. Im Zweifelsfall ist ein Ausweis zu verlangen. Wird heute nicht von allen KNUs gemacht.

Antrag Marketing-Ausschuss:
1x jährlich Versand eines «Quickline Infolyers» als Rechnungsbeilage.
Angereichert mit Produktwerbung.



86

3. Aus dem Marketing-Ausschuss

3.3 Vertrieb: Marcel Gaggioli



87

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

**3.3 Vertrieb
Statusbericht**

Vertriebspartner

Übersicht aus dem Vertrieb

- Mobilezone
 - Vertrag ist unterzeichnet, Verkauf (Duo/Triple/Mobile) gestartet
 - Die Filialen werden besucht
- Post
 - Visualisierung fürs 2013 wird mit Post definiert (Ziel Februar fix)
 - Erscheinungsbild ab 20.2. siehe nachfolgende Folie
- Fust
 - Erneuter Versuch für verbesserte Zusammenarbeit
- Mediamarkt
 - Vertrag wurde auf 28.2. gekündigt

88

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

**3.3 Vertrieb
Statusbericht**

Plakat bei der Schweizerischen Post (Schalter rechts), ab 20.2.13

«Beste Leistung clever kombiniert.»
Fabian Cancellara



Jetzt hier bestellbar

All-in-One Gold: Internet, Telefonie und HDTV
zum Aktionspreis von CHF 45.- * pro Monat.
* ab 7. Monat CHF 90.80 pro Monat

www.quickline.com

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

89

i

**3.3 Vertrieb
Statusbericht**

Outbound

Internet – Only / HD-Premium

Anzahl Kunden Total:	56'464
Bis 10.2. Kunden erreicht:	17'922
Getätigte Calls:	94'040
Erfolgreich verkauft an:	748 Kunden
Topseller:	361 AiO Bronze 180 AiO Gold

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

90



3.3 Vertrieb
Statusbericht

Outbound

Pilot Stromkunden Huttwil / Renet

Anzahl Kunden Total:	772
Bis 10.2. Kunden erreicht:	248
Getätigte Calls:	837
Erfolgreich verkauft an: 9 Kunden	
Topseller: 4 AiO Bronze 5 AiO Gold	



91



3.3 Vertrieb
Antrag aus dem Marketingausschuss

Neue Leistungen für Fachhandel?

Take2 HD Premium

Antrag Marcel Eheim:
Fachhandel soll neu Take2 Abos zur Verfügung gestellt bekommen

Leistung heute	Leistung Take2
Internet: 60Mbit free	Internet: 50Mbit free
DTV: PayTV auf SmartCard's Verte inkl. Freeze und PayTV	DTV: Verte inkl. Freeze und HD-Premium

Mit den Take2 Abos würde unseren Partner eine Minderleistung zur aktuellen Situation angeboten.
Elektriker, IT-Spezialist, TV-Fachhandel haben nicht die selben Bedürfnisse (nicht jeder kann einen TV ausstellen).



92



3.3 Vertrieb
Antrag aus dem Marketingausschuss

Neue Leistungen für Fachhandel

Bedürfnisse des Fachhandels

- Stabile Internetanbindung für den Standort des VP
- SmartCard's inkl. allen Sendern
um bei Störungsfällen direkt agieren zu können
- Verte! inkl. Freeze und PayTV zu Demozwecken im Showroom (wo vorhanden)



93



3.3 Vertrieb
Neue Leistungen für Fachhandel

Empfehlung Channel Management

Keine Anpassung des Angebotes

Leistung	Rabatt für VP
Bisher: Internet 60 Mbit / 6 Mbit	100% A / 50% B / 0% C
Bisher: Festnetzanschluss	0%
Bisher: 3 DTV SmartCard's inkl. Pay TV	100% A / ---- B / ---- C
Bisher: 3 DTV SmartCard's inkl. HD Hardware	---- A / 100% B / ---- C
Bisher: Verte! inkl. Freeze & Pay TV	100% A / 100% B / 0% C
Bisher: Verte! inkl. Freeze & Pay TV	100% A / 50% B / 0% C

Vorteile, Einzeldienste anbieten zu können:

- Mehr Flexibilität um auf Bedürfnisse der VP eingehen zu können
- DTV und Verte! muss dem Kunden gezeigt werden können (wo Möglichkeit vorhanden)



94

4. Aus der Tech-Kommission

Nick Gast



i 4. Aus der Tech-kommission
Information

Aus der Technik Kommission

Informationen

- Gemeinsame FTTH Strategie / Interviews mit Broadband Network
- Projektmitarbeit im Projektteam Vision
- RFGW Bandbreitenerhebung je Partner
- WLAN Modem Technicolor
- Informationen zur Provisionierungsprojekt (Pascal Gloor)



96

5. Inputs und Fragen der QL-Partner



24 / 7 Betrieb für Quickline Kunden

Partnerversammlung vom 21. Februar 2013



24 / 7 Betrieb für Quickline Kunden

Sanfte Entwicklung den Kundenbedürfnissen entsprechend

Für unsere Quickline Kunden sind wir 24 / 7 erreichbar

Quickline Kunden sind Kunden, welche im QMC einen Kundenstamm haben – zB. Ein CATV-Kunde welcher kein zahlbarer Quickline dienst hat, würde somit nicht in Biel sondern lokal beim Partner bedient

Ziel ist unserem Credo vom Service Champion noch näher zu kommen

In einem ersten Schritt wird die Störungshotline aller Partner auf 24 / 7 erweitert

Allenfalls könnte in einem nächster Schritt könnte die Infoline erweitert werden



24 / 7 Betrieb für Quickline Kunden

- Nach Öffnungszeiten der Partner übernimmt Finecom die Anrufe, welche via Quickline Störungshotline kommen
- Nach Schliessung des Kundendienstes der Finecom übernimmt ein Call Center diese Aufgabe
- Anruf des Quickline Kunden wird angenommen, Problem erörtert und wenn nötig Ticket erstellt und eine Abarbeitung am nächsten Arbeitstag in Aussicht gestellt
- Störungsfälle werden per Telefon und via Ticket an die Pikettorganisation des jeweiligen Partners weitergeleitet. Dazu ist ein Single Point of Contact pro KNU nötig, welcher die Weiterverarbeitung im Anschluss sicherstellt.
- Es werden keine schwierigen Fehleranalysen gemacht oder Produktinformationen weitergegeben



24 / 7 Betrieb für Quickline Kunden

Nr	Beschreibung	Aktion	Resultat
1	Quickline Kunde ruft an, da er Problem mit @/Tel/DTV/AiO hat	Call aufnehmen, Problem versuchen zu lösen, wenn nicht möglich Ticket erstellen, Rückruf in Aussicht stellen	Rückruf an Kunde erfolgt am nächsten Arbeitstag (zB. für Sa ist Mo, für So ist Mo, für Di ist Mi)
2	Quickline Kunden (mehr als 5 Anrufe in 30 Minuten) rufen an, haben selbiges Problem mit @/Tel/DTV/AiO	Call aufnehmen, Pikett KNU anvisieren, Information auf Quickline Webpage aufschalten	Pikett des KNU tritt in Aktion

Darüber nicht abgewickelt werden:

Nicht Quickline Kunden
 Pikettorganisationen ohne Single Point of Contact
 (Bedürfnis WWZ geht in diesem Punkt weiter)



24 / 7 Betrieb für Quickline Kunden

Nächste Schritte

- Verabschiedung des Vorschlages an der Partnersversammlung
- Entscheid des Verwaltungsrates zur Umsetzung (Freigabe von zusätzlichen finanziellen Mitteln)
- Umsetzung im Q4 / 2013 als Zielelement



Antrag WWZ: Erweiterte Triage- Möglichkeiten im Kunden-Support

PV vom 21.2.2013



Ist – Situation :



Kunde

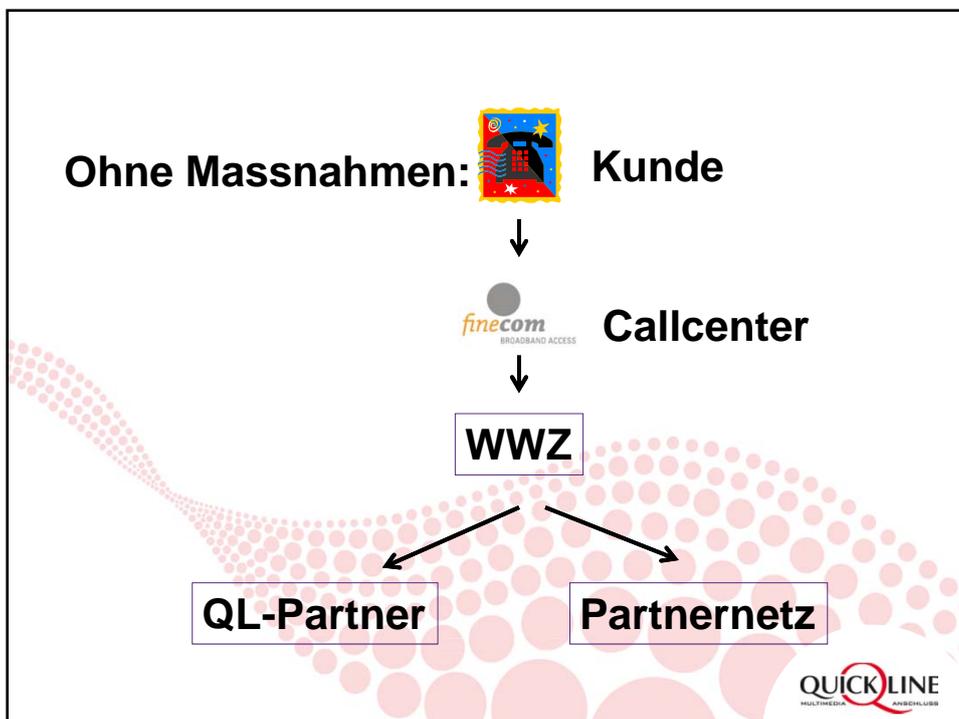
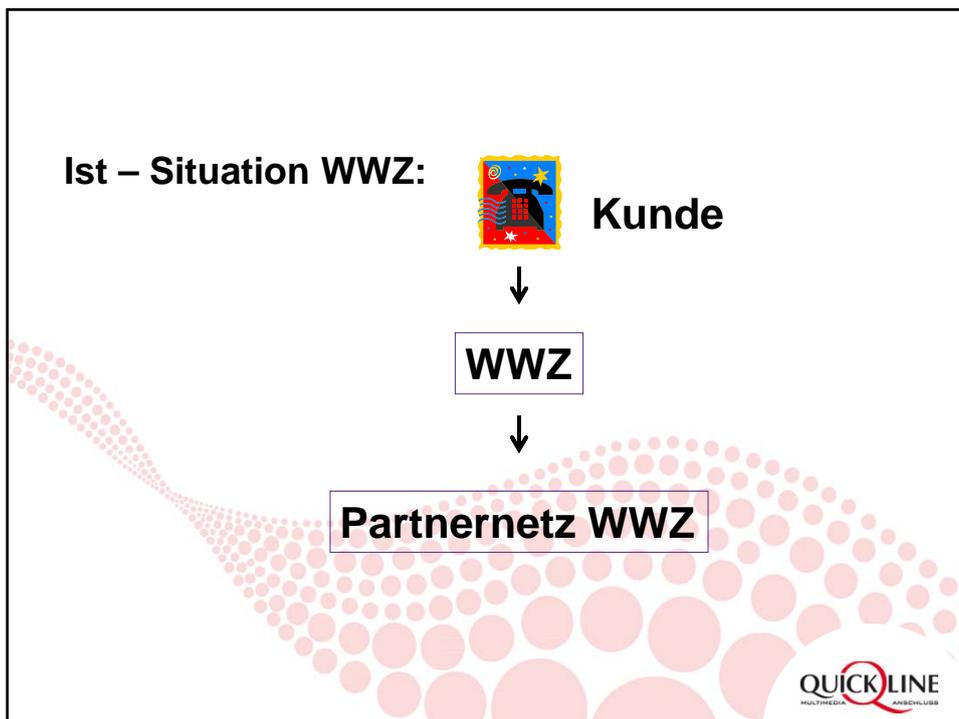


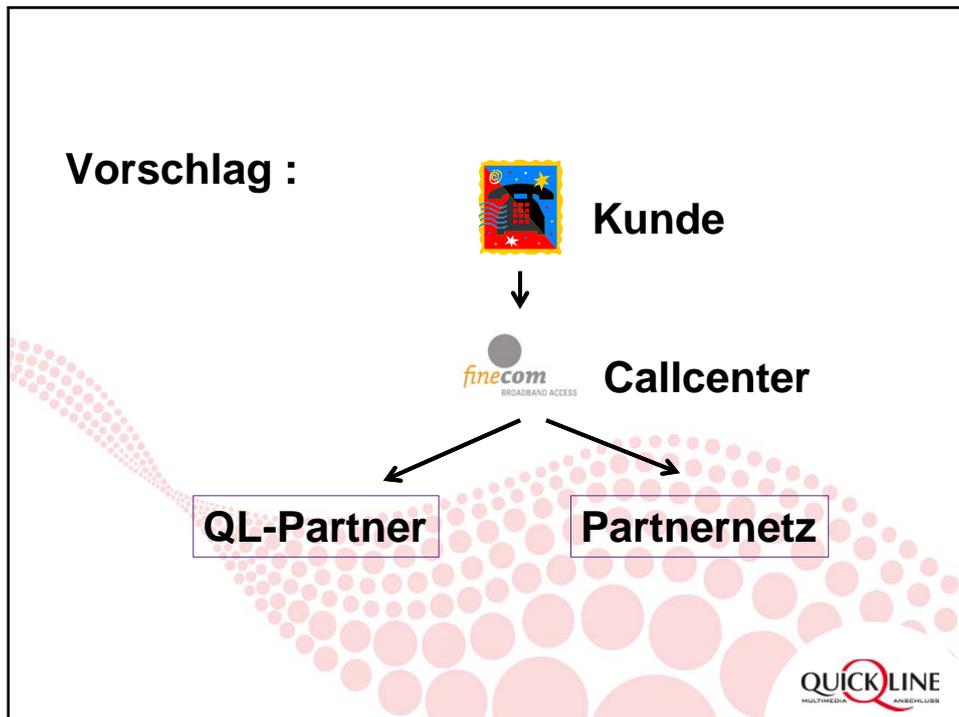
Callcenter



QL-Partner

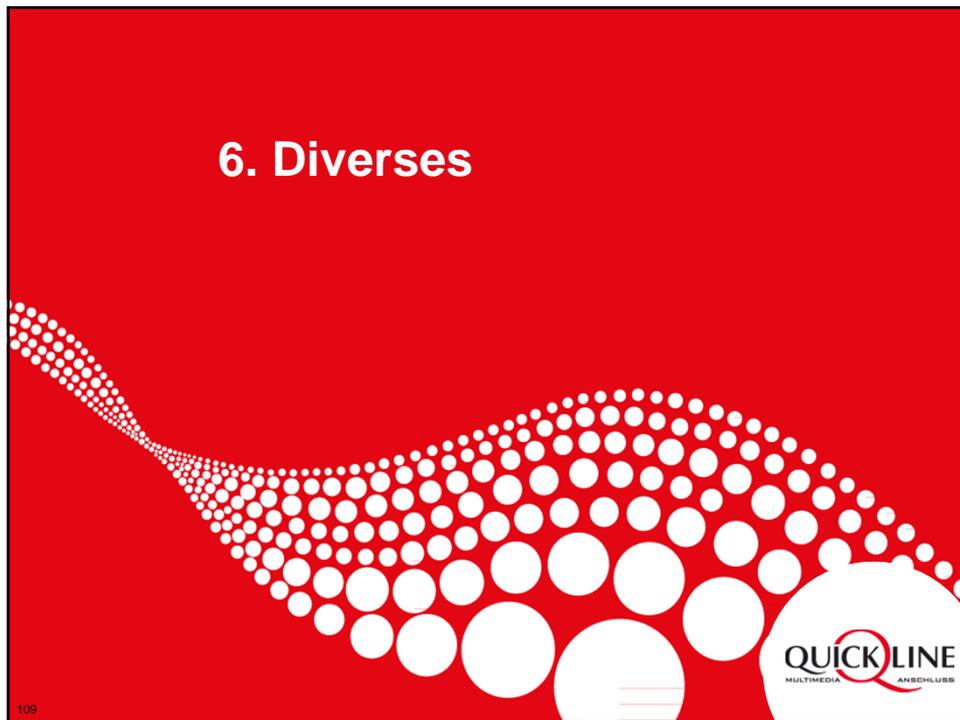






Antrag

- Finecom erarbeitet ein Konzept, so dass direkt zu Partnernetzen triagiert werden kann.
- Nutzt WWZ alleine diese Lösung, so werden allfällige Mehrkosten von WWZ getragen.





Wird an der nächsten PV behandelt

6. Diverses
New Ticketing

Ziel: Einheitliches Ticketsystem für alle Partner

Ausgangslage

- Das Ticketsystem wurde aus der Migration WWZ herausgelöst und bildet nun ein eigenständiges Projekt
- Es soll allen Partnern ein einheitliches und leistungsfähiges Ticketsystem zur Verfügung gestellt werden
- Eine Muss-Kriterien-Liste wurde bereits im letzten Jahr erstellt
- Dino Wiedemar löst Hanspeter Lingg als Projektleiter ab
- RfS ist Mitte 2014



110



**6. Diverses
New Ticketing**

Nutzen von New Ticketing

Inhalt

- **Einfache Anpassung**
Bei neuen Produkten oder Anpassungen können die Änderungen selber vorgenommen werden
- **Leistungsstarke Schnittstellen**
Auf Knopfdruck können z.B. Modemwerte direkt ausgelesen werden und alle relevanten Daten (Stammdaten, Kundennummern, gekaufte Produkte, Ticket-Historie, usw.) werden übernommen
- **Vordefinierte Workflows**
Effizientere Ticketabarbeitung dank weniger Klicks
- **Diverse Reporting-Möglichkeiten**
Automatisch, einfach, übersichtlich
- **Erhöhte Kompatibilität**
Modularer Aufbau lässt Erweiterungen (z.B. an mobile Geräte) zu



111



**6. Diverses
New Ticketing**

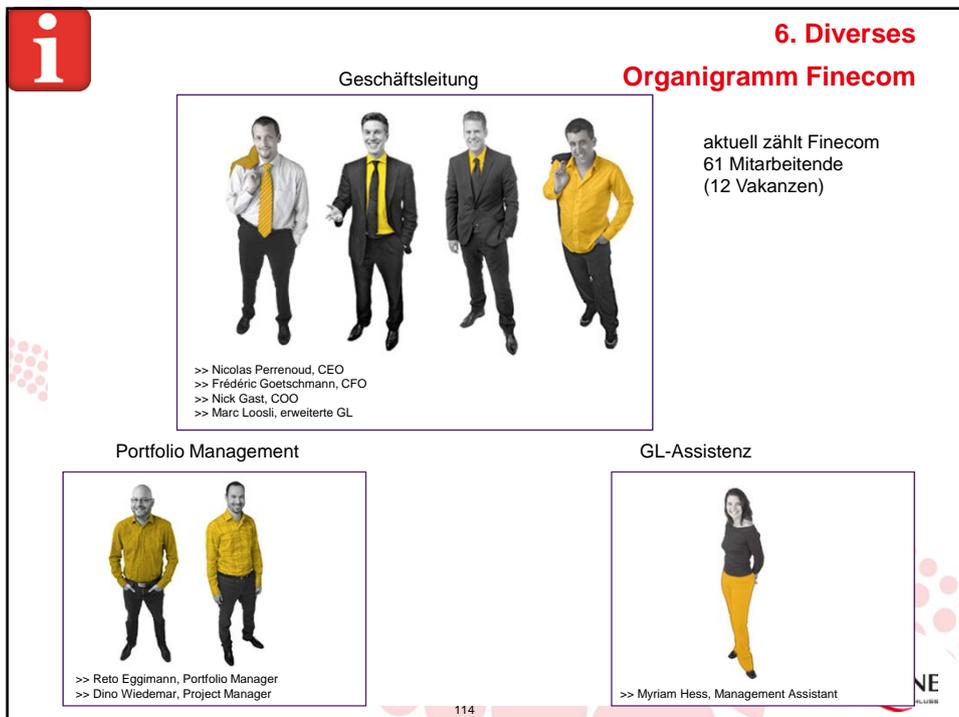
Ziel: Einheitliches Ticketsystem für alle Partner

Anträge

- Die PV heisst das Projekt New Ticketing gut
- Es wird eine Mitarbeit von vier Partnern erwartet, die die Anforderungen der anderen Partner vertreten und bei der Umsetzung mitwirken



112





Technik

**6. Diverses
Organigramm Finecom**

Network Engineering



System Engineering



Alexander Jüni

- >> Michel Renfer, Teamleader Network Engineering
- >> Stefan Marti, Network Engineer
- >> Martin Jaggi, Network Engineer
- >> Pascal Gloor, Network Engineer
- >> Gregor Jeker, Network Engineer
- >> Mihai Tanasescu, Network Engineer

- >> Christoph Sutter, System Engineer 2nd Level
- >> Sam Rumhy, System Engineer
- >> Alexander Jüni, System Engineer 3rd Level

115





Kundendienst

**6. Diverses
Organigramm Finecom**




- >> Adrian Meyer, Teamleader Administrative Customer Support
- >> Oona Hertig, Administrative Customer Supporter
- >> Diana Duveiek, Administrative Customer Supporter
- >> Pascal Fouquet, Administrative Customer Supporter
- >> Sandra Prankl, Administrative Customer Supporter
- >> Lukas Den, Administrative Customer Supporter

- >> Pascal Maitan, Teamleader Technical Customer Support
- >> Remo Kuoni, Technical Customer Supporter
- >> Lionel Wolf, Technical Customer Supporter
- >> Davoud Samiullah, Technical Customer Supporter
- >> Jonathan Boss, Technical Customer Supporter
- >> Dino Koenig, Technical Customer Supporter
- >> Marc Pfeffer, Technical Customer Supporter

116





Software Entwicklung

**6. Diverses
Organigramm Finecom**



- >> Marc Haller, Teamleader Software Development
- >> Roger Sauter, Software Engineer
- >> Dominik von Burg, Software Engineer
- >> Mehmet Ayas, Software Engineer
- >> Jan Oesch, Software Test Engineer
- >> Alessandro Ragusa, Software Engineer
- >> Andreas Emch, Software Engineer
- >> Michael Lopez, Lernender Informatik



117



Kommunikation & Vertrieb

**6. Diverses
Organigramm Finecom**

Kommunikation



- >> Jacqueline Bühlmann, Head of Communications
- >> Corinne Marti, Communication Manager
- >> Stefan Kuhn, Communication Manager
- >> Cécile Berlinger, Communication Manager
- >> Rilana Luginbühl, Graphic Designer
- >> Cindy Freiburghaus, Graphic Designer

Vertrieb



- >> Marcel Gaggioli, Head of Channel Management
- >> Patrizia Weber, Channel Management Assistant
- >> Fabrizio Passani, Channel Manager



118



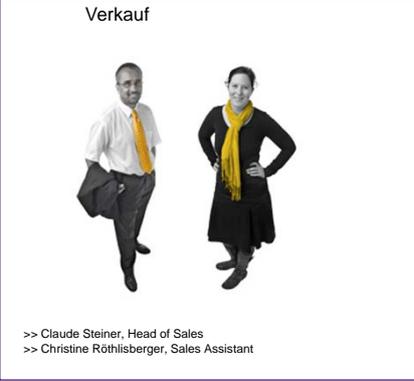
Produkt Management

**6. Diverses
Organigramm Finecom**



>> Lukas Gysling, Head of Product Management
 >> Marco Goetschi, Product Manager TV
 >> Reto Bitschnau, Product Manager Telefonie

Verkauf



>> Claude Steiner, Head of Sales
 >> Christine Röthlisberger, Sales Assistant



119



Finanzen & Personal

**6. Diverses
Organigramm Finecom**

Finanzen & Personal



>> Karin Zeier, HR Manager
 >> Sejdafa Römer, Head of Financial Accounting
 >> Andrea Arnold, Back Office
 >> Maribel Läderach, Financial Accounter
 >> Brigitte Wüthrich, Back Office Finance
 >> Nadine Elstner, Financial Accounter
 >> Franziska Stauffer, KV-Lernende

Controlling



>> Fabienne Krähenbühl, Business Controller
 >> Miriam Koch, Business Controller
 >> Philipp Berger, Business Controller



120



Folie nach der Sitzung angepasst
(gemäss Entscheid)

Quickline Event 2013
100'000 Internet Kunde

Terminblocker Quickline Party

- Samstag, 14. September 2013
- Im Bieler Strandbad
- ab ca. 14.30 Uhr bis spät nachts
- Sind irgendwelche lokale Feste oder Feiertage bekannt, welche eine Teilnahme aller Mitarbeiter des Quickline-Partners verhindern würden?





Folie nach der Sitzung angepasst
(gemäss Entscheid)

7. Nächste Sitzung

Jahresessen zukünftig wieder im Februar.

11. April 2013	Donnerstag	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel
29. Mai 2013	Mittwoch	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel
12. September 2013	Donnerstag	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel
12. Dezember 2013	Donnerstag	13.30-17.30h	Residenz-au-Lac, Biel

