

Partnerversammlung

Do, 20. Februar 2014, 13.30 – 17.30,
Residenz-au-Lac, Biel
anschliessend: Jahresessen im Palace!

entschuldigt:

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

Traktanden

- | | | | |
|--|-----|---|-----|
| 1. Protokoll | | 5. Anträge / Inputs Marketing-Ausschuss | |
| 1.1 Genehmigung Stimmrechtsanteile | (E) | 5.1 Vertreter Marketingausschuss | (E) |
| 2. Reporting der Kundenentwicklung | | 5.2 Kampagnen-Spot | (I) |
| | | 5.3 Redesign Quickline-Logo | (E) |
| 3. Services & Produkte | | 5. Anträge / Inputs Techn. Kommission | |
| 3.1 Quickline Personal Cloud | (E) | 5.4 FTTH-Rollout | (I) |
| 3.2 Mobil | (E) | 5.5 Abschaltung ATV | (E) |
| 3.3 Grosse Senderumstellung | (E) | 5.6 Technische Minimalanforderungen
2014 im QL-Access Netz | (E) |
| 4. Planung und strat. Fragestellungen | | 5. Anträge / Inputs Prozesse-Gruppe | |
| 4.0 Entwicklung Kundendienst | (E) | 5.7 Inputs zu QL Tools | (I) |
| 4.1 Trendwende Wachstum Quickline | (D) | 6. Anträge, Inputs & Fragen der
QL-Partner | |
| 4.2 Verkaufsaktivitäten | (D) | 6.1 Projektentschädigung | (E) |
| 4.3 Positionierung FTTH-Portfolio | (D) | 6.2 Senderumstellung | (E) |
| | | 7. Diverses | |

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



1. Protokoll

Bemerkungen?

Protokoll



3



1.1 Quickline Partnerversammlung
Stimmrechtsanteile


Genehmigung der Stimmrechtsanteile

Anhang 1 des Quickline Reglements

KNU	Gewichtung Anz.	Gewichtung Netz	Total pro KNU
EBL Telecom Media	2.125%	2.853%	4.978%
EBM Telecom	2.125%	1.518%	3.643%
Energie Belp	2.125%	1.372%	3.497%
Energie Seeland	2.125%	1.156%	3.281%
EWA Energie Wasser Aarberg	2.125%	0.456%	2.581%
EWS Energie	2.125%	0.708%	2.833%
Films Electric	2.125%	0.565%	2.690%
GA Grenchen	2.125%	2.673%	4.798%
GA Region Herzogenbuchsee	2.125%	0.893%	3.018%
GA Weissenstein	2.125%	5.159%	7.284%
Gemeindebetriebe Muri	2.125%	0.787%	2.912%
ggsnet schwangimatt	2.125%	3.085%	5.210%
KFN Kabelfernsehen Nidwalden	2.125%	2.242%	4.367%
Localnet	2.125%	2.420%	4.545%
Region Münchenbuchsee	2.125%	0.551%	2.676%
Region Muttlenz	2.125%	1.001%	3.126%
Region Schönbuli	2.125%	0.432%	2.557%
Renel	2.125%	2.307%	4.432%
Valaiscom	2.125%	2.198%	4.323%
WWZ Telecom	2.125%	10.124%	12.249%
	42.50%	42.50%	85.00%

Neuer Stimmrechtsanteilschlüssel 2014

- 15% Finecom Service-Provider
- Gewichtungen
 - 42.5% Anzahl der QL-Partner
 - 42.5% Netzgrösse



4

2. Reporting der Kundenentwicklung

Frédéric Goetschmann

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

5

i
2. Reporting

HH-Anzahl im QL-Verbund sank im 2013 um ϕ -0.7% (VJ -0.6%)

Entwicklung der Haushaltszahlen

Region	Change (%)
E-Belp	-1.4%
ESAG	-0.1%
EWA	-0.4%
EWS	-1.1%
Films	1.5%
GAG	-0.9%
GARH	1.8%
GAW	-1.5%
GB Muri	-1.4%
GGS	-0.2%
KFN	0.3%
Localnet	-1.2%
Renet	-0.8%
Valaiscom	-0.7%
WWZ	2.4%

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

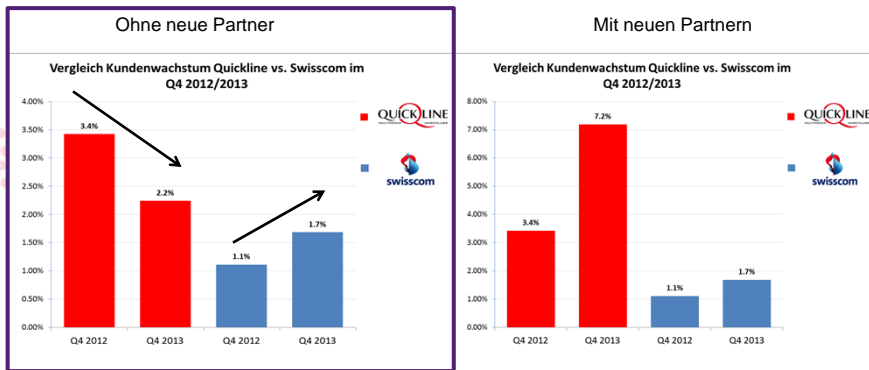
6



2. Reporting

Internetkundenwachstum rückläufig bei Quickline während Swisscom zulegt

Vergleich Kundenwachstum Internet Quickline vs. Swisscom im Q4 12/13




Im Januar konnten wir 761 Internetkunden aufschalten und ein Kundenzuwachs von 1% realisieren.



3. Services & Produkte






3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud

Einleitung

Was ist die Quickline Personal Cloud?


In der Quickline Cloud können Fotos, Filme, Musik, Dokumente und vieles mehr sicher online gespeichert und jederzeit und von überall abgerufen werden.




Haupt-Features:

- Dateien zentral und sicher online speichern
- Zugang von überall via PC, Mobile, Tablet, TV
- Dateien mit anderen teilen

Unsere Kunden können insbesondere ihre Multimedia-Inhalte (Fotos, Videos, Musik) auf allen Endgeräten, insbesondere auch im Wohnzimmer via TV (Projekt Vision) genießen.



9



3. Services & Produkte


3.1 Quickline Personal Cloud

Leistungsumfang

Die Quickline Personal Cloud beinhaltet folgende Features:

Vollständige Portalintegration, intuitives Handling, Übersichtlichkeit und Integration sämtlicher Plattformen sind für das Kundenerlebnis zentral.


Aktuell	Geplant
3party Cloud Integration: Dropbox / Facebook / Flickr	Integrierte Portallösung (myQuickline, e-mail, Cloud)
Teil-GUI Anpassung nach Quickline CD	Verschiedene Profile innerhalb der Cloud (Shared Space, Private Space)
App für Vision (Integration)	Back Up von E-Mail
App für iOS, Android, Windows Phone	
Software für PC und Mac	
Daten Verschlüsselung: Übertragung 128bit-SSL / Speicherung 256	
Back Up von Kontakte	
Unterstützung sämtlicher Dateiformate	
Integrierter Musik Player (Online, App, Vision)	
Integrierter Video Player (Online, App, Vision)	
Daten Sharing	
Daten Upload und internes Handling via Drag & Drop	



10

3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud




Produkt Matrix

Personal Cloud wird als Zusatzleistung in folgende Produkte integriert:

	Cloud 5	Cloud 10	Cloud 15
Internet 10	✓		
Internet 50	✓		
Internet 100		✓	
Internet 200			✓
Take2 HD	✓		
Take2 HD Premium	✓		
Take2 Start	✓		
Take2 Talk	✓		
Take2 Surf	✓		
Take2 Flat	✓		
AiO Bronze	✓		
AiO Gold		✓	
AiO Platin			✓


- Differenzierung zw. den Produkten. Die Produkte werden mit zusätzlichem Mehrwert angeboten.
- Die Auflistung ist abschliessend. Übrige Quickline Kunden (Festnetz, Mobile, Digital TV, AiO Light) können die Cloud Optionen erwerben.
- Personal Cloud Ziel: Rund 20% des Kundenstamms (Internet 10 bis AiO Platin) nutzen die Cloud.



11

3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud



Varianten und Optionen

- Die Quickline Personal Cloud wird kostenlos in drei Varianten nur als Zusatzleistung und Kundenbindungsinstrument in bestehende Quickline Produkte integriert.
- Unabhängig der Basisvariante können 3 Optionen zusätzlich erworben werden.

Cloud
5

- 5 GB Online-Speicher kostenlos

Cloud
10

- 10 GB Online-Speicher kostenlos

Cloud
15


- 15 GB Online-Speicher kostenlos

+

Option +25 GB
 CHF 3.20 / Mon. (38 / Jahr)

Option +50 GB
 CHF 6.20 / Mon. (75 / Jahr)


Option +100 GB
 CHF 12.50 / Mon. (150 / Jahr)



12

3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud




Price

Price

- Beschränkte Promotion 12 Monate zu 1/2 Preis
- Rascher Aufbau von Kunden mit Optionswahl

Option	Normalpreis CHF	Promopreis CHF
+25	3.20 / Monat 38 / Jahr	1.60 / Monat 19 / Jahr
+50	6.20 / Monat 75 / Jahr	3.10 / Monat 37.50 / Jahr
+100	12.50 / Monat 150 / Jahr	6.20 / Monat 75 / Jahr


- Die Kosten werden monatlich verrechnet



13

3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud



Finance

Der Personal Cloud Service erhöht den Kombi-EP um CHF 0.38


Umsatzseite Personal Cloud im Abo:
Bei einer erwarteten Nutzungsquote von rund 20% und Ø 4 GB Speicherbedarf ermitteln sich über alle Pakete nach einer Aufbauphase durchschnittliche Kosten pro Kunde von CHF 0.60.

Anteil Cloud im Abo (Drittkosten): 0.60 CHF (vor jeweiligem Partneranteil)

Im Aktionärsmodell erhöht sich beispielsweise der EP eines All-in-One Gold von heute CHF 43.29 somit auf CHF 43.67 ($CHF\ 0.60 \cdot 63\% = CHF\ +0.38$)

Leistung Finecom:


- Umsetzung, Betreuung und Support
- Anteil an den Drittkosten (Differenz Drittkosten zur EP-Erhöhung)
- Risikoübernahme der MGs



14

3. Services & Produkte

3.1 Quickline Personal Cloud




Antrag

Antrag


Finecom beantragt, den Produkt Roll out der Personal Cloud wie vorgeschlagen anzunehmen

Entscheide	Ja	Nein
Produkt: <i>Die Free-Cloud wird in unterschiedlichen Grössen in die Produkte integriert</i>	✓	
Preise: <i>Preise und Kostenteiler wie vorgeschlagen werden angenommen</i>	✓	
Promotionen: <i>Die ½ Preis Promo für 12 Monate wird umgesetzt</i>	✓	
Termine: <i>Die Markteinführung ist ca. Ende Mai /Anfang Juni 2014</i>	✓	











3. Services & Produkte

3.2 Mobil




Erweiterung des Budget-Abos

Budget neu in zwei Ausprägungen

	Budget 10.--	Budget Plus 20.-- Neu
	Ohne Handy	mit Handy
	12 Monate	24 Monate
	Telefonieren	Family Flat
	Einheitstarif in alle CH Netze*	40 Rp/Min
	SMS / MMS	40 Rp/Min
	SMS inklusive	50
	SMS / MMS	15 Rp / 50 Rp
	Daten	15 Rp / 50 Rp
	MB inklusive	50

Identische Leistung



3. Services & Produkte
3.2 Mobile

QL Mobil Portfolio

	Budget	Start	Talk	Surf	Fiat
Telefonieren	Family Flat				
Einheitsstarf in alle CH Netze*	40 Rp/Min	60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze	60 Min gratis danach 40 Rp/Min	Flat in alle Netze
SMS / MMS					
SMS inklusive	50	100	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat	SMS und MMS Flat
SMS / MMS	15 Rp / 50 Rp	15 Rp / 50 Rp			
Daten					
MB inklusive	50	100	100	Flat	Flat
Handy	Budget Plus 24 Monatsabo für 20 CHF / Monat: mit Vergünstigung	mit Vergünstigung	mit Vergünstigung	mit Vergünstigung	mit Vergünstigung

*Mehrwertdienste und Spezialnummern ausgeschlossen

17

3. Services & Produkte
3.2 Mobil


Marktvergleich – «Wenignutzer» Mobilabos

	Budget Plus	entry basic	NOW start	Orange Me Swiss 60
Abname				
Grundgebühr	CHF 20	CHF 33	CHF 29	CHF 30
Tarifdetails				
Anrufe zu Familie innerhalb Vertrag	flat			
Inklusive Minuten CH		30	50	60
jede weitere Minute	CHF 0.40	CHF 0.40	CHF 0.30	CHF 0.40
SMS & MMS				
SMS inklusive	50	flat	flat	flat
SMS zusätzliche	CHF 0.15			
MMS inklusive	-	flat	flat	-
MMS zusätzliche	CHF 0.50			CHF 0.60
Daten				
MB inklusive	50	100	250	-
MB zusätzlich	CHF 0.10	CHF 0.10	CHF 0.10	2.- / Tag
iPhone 4s (24 Monatsvertrag)	CHF 199.00	CHF 399.00	CHF 229.00	CHF 399.00

Budget Plus - Verkaufsargumente

- ✓ Günstigste monatliche Grundgebühr für Mobilabo mit Handysubvention
- ✓ Für Wenignutzer das perfekte Abo
- ✓ Einziger Tarif mit Flat Telefonie innerhalb der Familie
- ✓ Optional mit «Data 500» Option für CHF 15 / Monat
- ✓ Attraktivste Handypreise gegenüber Konkurrenz

18




3. Services & Produkte
3.2 Mobil

Budget Plus – Argumente Intern


- ✓ «Budget» mit der Family Flat ist einer der attraktivsten Tarife
- ✓ Bedürfnis eines neuen Handys auch in diesem Segment vorhanden
- ✓ Erhöhung des Handyabsatzes
- ✓ Kundenbindung mit 24 Monatsverträgen erhöhen
- ✓ Handy-Subvention – etwas weniger als auf Start

Revenue-Share und Provisionen

- ✓ Analog existierendes Budget
 - ✓ 5% Revenue Share auf Abo-Grundgebühr
 - ✓ 30 CHF Provision auf Neuabschlüssen



19




3. Services & Produkte
3.2 Mobil

Antrag

Finecom beantragt, das Mobil-Abo «Budget» mit der «Budget Plus» Variante zu ergänzen


Entscheide	Ja	Nein
Produkt: <i>Ergänzung der Budget Variante Plus wird angenommen</i>	✓	
Preise: <i>CHF 20 / Monat, MVD 24 Monate</i>	✓	
Promotionen: <i>Integration in Mobil-Upselling Aktion. 2 Monate kostenlos (2 x 20 CHF Gutschrift); KNU / Finecom Kostenteiler: 50/50</i>	✓	
Termine: <i>Geplante Einführung Mitte April 2014</i>	✓	



20

3. Services & Produkte

3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.




Antrag

Neue Sendersortierung

Finecom beantragt die Annahme der Komplett-Liste wie:

- ✓ Regional-Sendersortierung gemäss Vorlage
- ✓ Regelung der dt. Privatsender (Verschlüsselte Versionen hinten angliedern)
- ✓ Vorzugsplatzierung der CH-Privatsender
- ✓ Platzierung dritte deutsche Programme
- ✓ Aufschaltungen, Abschaltungen und Mutationen
- ✓ LCN und Frequenzbelegungen
- ✓und sämtliche weiteren Nuancen


Weitere Details sind der Detailliste zu entnehmen



21

3. Services & Produkte

3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.




«Komplett überarbeitete Senderstruktur»

Vergleich Veränderung HEUTE - MORGEN

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
Musik	Fr. 6.00	SPORTS	Fr. 11.00	Neue Sender in HD, ohne Soft Erotik
Sport	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
Sport Plus	Fr. 12.00 wird eingefroren, Ersatz mit HD	PREMIUM	Fr. 33.00	Kombination BASIS+, EXTRA, SPORTS + Soft Adult
Film	Fr. 8.00 wird eingefroren, Ersatz mit HD	EROTIK	Fr. 24.00	vereint Hard- und Soft-Erotiksender
Familie	Fr. 6.00 wird eingefroren, Ersatz mit HD			3 für 2 wird nicht mehr angeboten
Dokumentation	Fr. 8.00 wird eingefroren, Ersatz mit HD			Super Kombi wird nicht mehr angeboten
HD Premium	Fr. 19.00			
Erotik	Fr. 24.00 wird direkt migriert			
3 für 2 Themenpakete	wird bei eingefrorenen Paketen weiterhin so verrechnet			
Super Kombi	Fr. 50.00 wird eingefroren, Ersatz mit HD			

Details zu den neuen Paketen finden sich in den Beilagen



22

i 3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Migrations-Konzept HD Premium

«Auf bestehender Kundenbasis aufbauen»

7'000 bestehende HD-Premium Abonnenten* sind zu migrieren

60% HD-Paket ohne Kombi

40% HD-Paket mit Kombi

So viele Abonnenten wie möglich sollten ins neuen Premium migriert werden, um Minimumgarantien (MG) und Programmkosten zu decken.

* Per Ende Dezember 2013

IE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i 3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Migrations-Vorgehen für Kunden ohne Kombi

«Wahlfreiheit HD-Premium-Kunden»

- Ca. 4'200 Kunden haben das «HD Premium» ohne Kombi.
- Diese Kunden erhalten das neue Premium während 3 Monaten zum alten Preis.
- Ab dem 4. Monat wird der reguläre Preis von CHF 33.- verrechnet.
- Wir gehen davon aus, dass dann ca. 20% ins Paket Sport und 30% ins Paket Extra wechseln. Im neuen Premium bleiben dann 50%.

HD Premium		CHF 19.00/Mo.
Auto motor und sport HD	National Geographic HD	6.9
AXN HD	National Geographic Wild HD	6.9
Austral Planet HD	Planet HD	6.9
Channel HD	Discovery TV HD	6.9
Discovery Channel HD	ESPN	6.9
ESPN America HD	TNT Film HD	6.9
Eurosport HD	TNT Serie HD	6.9
FOX HD	Travel Channel HD	6.9

20% → SPORTS 11.-

30% → EXTRA 22.-

50% → PREMIUM 33.-

(Betroffene Kunden: 4181)

3 Monate zum alten Preis von CHF 19.00. Ab 4. Monat CHF 33.-

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Migrations-Vorgehen bei Kombi-Kunden mit «HD Premium»

«Preiserhöhung bei Platin – aber deutlich mehr Leistung»

All-in-One Platin (2185) 121.10 > 200/10 Mbit/s > 24 h gratis in CH-Festnetz > 190 TV-Sender, über 60 in HD	+10.-	All-in-One Platin 131.10 > 200/10 Mbit/s > Flat Telefonie alle CH-Netze > 230 TV-Sender, über 100 in HD (PREMIUM)
Take2 Premium (604) 86.10 > 50/5 Mbit/s > 190TV-Sender, über 60 in HD		Take2 Premium 86.10 > 50/5 Mbit/s > 220 TV-Sender, über 90 in HD (EXTRA)

Siehe auch Business-Regeln im Anhang

25

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Finanzierung der Einführungsphase («3 Mt. alter Preis»)

Vorgehensvorschlag für die Migration bestehender Kunden

- Bestehende Kunden ohne Kombi erhalten das neue PREMIUM die ersten 3 Monate zum alten Preis. Ab 4. Monat wird der reguläre Preis von CHF 33.- verrechnet. **Preisvorteil für 3 Monate: CHF 14.-/Mt.**
- Bestehende Kunden mit Kombi Platin erhalten das neue PREMIUM während drei Monaten zum alten Preis. Ab dem 4. Monat wird der neue Preis von CHF 131.10 verrechnet. **Preisvorteil für 3 Monate: CHF 10.-/Mt.**
- Die Ausfälle bei den Einnahmen aufgrund des Einführungsrabatts («3 Mt. alter Preis») sollen zu 40% vom KNU und 60% von Finecom getragen werden.**

26

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i **3. Services & Produkte**
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

DB Schlüssel Pay TV

Vergleich: Altes versus neues Modell

Schematische Darstellung der DB Modelle

Altes Modell:

Neues Modell:

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

27

i **3. Services & Produkte**
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Übersicht Verträge mit Minimumgarantien


«Finecom trägt Risiko der Minimumgarantien»

PAKET	Sender mit Minimumgarantien	MG Total FC	Ungedeckte MG/y FC (Jahr 1)
BASIS+	MTV Live HD, MTV brand:neu, MTV Music; MTV Dance; VH1 Classic; RCK TV HD, Jukebox HD	€ 131'760	Keine MGs
EXTRA	National Geographic HD, National Geographic Wild HD, FOX HD; Your Family Entertainment; Kinowelt HD; Glitz HD; TNT Film HD; TNT Serie HD; Cartoon Network HD; Boomerang HD	€ 409'200	€ 200'000
TOTAL		€ 508'560	€ 200'000

Finecom trägt in den nächsten Jahren jährlich MG zwischen € 120-200K.

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

28



3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.


DB Schlüssel Pay TV


Vergleich: Altes vs. neues Modell

- Die Berechnung basiert auf den bestehenden Kundenzahlen 2013 (exkl. WWZ)
- Die neuen Produkte werden auf die Bestandskunden aufgeschlüsselt
- Bestehende Pay Pakete werden eingefroren. Der VP bleibt gleich
- Der Umsatz steigt auf Grund von höheren VP's bei den neuen Pay Paketen (Premium)

Kriterien	Altes Modell	Neues Modell	Veränderung
Partnermodell	VP (exkl. MwSt.) - Programmkosten (inkl. Minimumgarantien) - 30% des VP's = DB Partner	VP (exkl. MwSt.) - Programmkosten - 55% vom gesamt DB = DB Partner	Neues Modell
Gesamt Umsatz	4'624'150	4'808'190	+184'041
ARPU	5,81	6,04	+3,9%
DB Partner	1'131'656	1'229'479	+97'822 (8,6%)
DB FC	1'305'794	1'502'947	+197'153 (15,1%)

FC kann ein Teil der Minimumgarantien von CHF 250'000 decken welche im neuen Modell nicht inkludiert sind






3. Services & Produkte
3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.


«Das ändert sich»

Konklusionen

- Durch Integration von mehr Pay-TV im BASIS+ schmälert sich der DB – sowohl bei Finecom als auch bei den QL Partnern.
- Die grossen Pakete wie EXTRA und PREMIUM bringen dem QL Partner einen grösseren DB (neuer VP)
- Bei Sendererweiterungen werden die Schlüssel basierend auf dem neuen EP bzw. Deckungsbeitrag angepasst. Dies führt zu einer Verbesserung der Situation der Partner im Vergleich zum bisherigen Geschäftsmodell (fixer Umsatzanteil Finecom).

30





3. Services & Produkte


3.3 Grosse Senderumstellung 6.5.

Antrag

Antrag



Finecom beantragt, die überarbeitete Senderstruktur und die neuen HD Angebote wie vorgeschlagen anzunehmen

Entscheide	Ja	Nein
Produkt: <i>Das Product Design wird wie vorgeschlagen angenommen</i>	✓	
Preise/Geschäftsmodell: <i>Die Endkundenpreise und Schlüsselsystematik wird wie vorgeschlagen angenommen. Die definitive Aufschlüsselung der Produkt- und Sprachpakete wird an der PV vom 10. April nach Abschluss der Sender-Vertragsverhandlungen verabschiedet</i>	✓	
Promotionen: <i>Die Vermarktungsstrategie inklusive Migrationen und Promotion werden angenommen</i>	✓	
Business Rules: <i>Annahme der vorgeschlagenen Business Rules</i>	✓	

31


Quickline Vision Screens

Stand 7.2.2014

4. Planung und strategische Fragestellungen

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

33



4. Entwicklung Kundendienst Zukunft im Quicklineverbund

Änderung im Geschäftsmodell Kundendienst


Ausgangslage aktuell

1 / 2

- Das Geschäftsmodell Kundendienst sieht vor, dass der Kundendienst in Biel über die bestehenden 0800er Nummern als Ergänzung zum lokalen Partner kontaktiert werden kann.
- Der USP des Verbundes ist die persönliche Note gepaart mit der lokalen Verbundenheit. Aus diesem Grund wird auf allen Kommunikationsmitteln immer die Partnernummer und die 0800er Nummer angegeben.
- Grundsätzlich ist es die Meinung des Verbundes, dass die primäre Anlaufstelle der Partner ist und in Ergänzung als Überlauf und ausserhalb der Bürozeit wie auch samstags der Kundendienst der Finecom in Anspruch genommen werden kann.
- Der lokale Ansprechpartner für den Kunden vor Ort (persönlich und telefonisch) ist ein wesentliches Erfolgselement des Quickline-Verbundes
- Die heutige Nutzung des Finecom Kundendienstes ist je nach Partner sehr unterschiedlich

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

34




4. Entwicklung Kundendienst Zukunft im Quicklineverbund


Änderung im Geschäftsmodell Kundendienst

Ausgangslage aktuell
2 / 2

- Grundsätzlich gilt, der Kunde entscheidet selber, welche Nummer er benutzen will.
- Als ideale Basis, da jeder mögliche Haushalt ein potentieller Kunde sein kann, wurde die Anzahl Internetkunden genommen und ins Verhältnis der Total Anrufe gestellt.
- Die vorgenommene quantitative und qualitative Analyse ergab, dass im Schnitt jeder vierte Anruf in den Kundendienst nach Biel kommt. 65% Support Calls und 35% Info Calls. Im Ticketing verhält es sich im gleichen Rahmen.
- Ziel solle es sein, die Info Calls an die Partner abzugeben, während in Biel mehr Calls über die Support Hotline anzunehmen sind. Denn da liegt die entsprechende Kernkompetenz sowie das Synergiepotential.
- Basierend auf der Kostenanalyse 2013 hat sich gezeigt, dass sich die Vollkosten pro Call auf CHF 21.-- belaufen



35




4. Entwicklung Kundendienst Zukunft im Quicklineverbund


Änderung im Geschäftsmodell Kundendienst

Anpassung Geschäftsmodell Kundendienst

- Der lokale Kundendienst hat gewisse Mindeststandards gemäss seiner Grösse zu erfüllen. Die Situation ist individuell zu bewerten und die Finecom kann bei der Auslegeordnung derjenigen behilflich sein. Es geht primär darum, dass die Verkaufs- und Administrationsorganisation wie auch die Technik im Verhältnis der Anzahl Haushalte und Quickline-Kunden aufgesetzt sein muss, um die Grundbasis der Anrufe entgegen nehmen zu können.
- Mit der neuen Regelung wird die Trennung, zwischen Infoline und Supportline vollzogen. Die Supportanrufe für Quickline Produkte sind grundsätzlich im Geschäftsmodell inkludiert, bei Anrufen auf die Infoline wird davon ausgegangen, dass die definierten Mindeststandards bei den Partnern eingehalten werden und somit die Anzahl Calls nur zu statistischen Zwecken erhoben werden.
- Der Kostenansatz je Call wird jedes Jahr anhand der Vollkostenrechnung des Kundendienstes im Verhältnis zu den Total Anrufe des Jahres neu berechnet. Für das Jahr 2014 werden keine Kosten verrechnet. Es gibt Anfang 2015 eine erneute Standortbestimmung, ob die Kosten der Infoline-Anrufe den Partnern in Rechnung gestellt werden sollen oder nicht.



36




4. Entwicklung Kundendienst Zukunft im Quicklineverbund

Service Champion


Weitere Schritte...

- Mit der technischen Entwicklung wollen wir näher an unser Ziel des Service Champions herankommen und die Nähe zum Kunden als Vermarktungspotential nutzen.
- Grob skizziert sehen die nächsten Schritte wie folgt aus:
 - Q2 / 2014 – Einführung der IVR => alle Infoline Calls gehen zum Partner
 - Q3 / 2014 – Einführung des prozessgesteuerten Beratungstools bei der Finecom
 - Q1 / 2015 – Einführung der neuen Tools bei den QL-Partnern
- Eine Idee ist, Ende 2015 ein Planungstool «Fieldforce» für alle Partner einzuführen. Der Input kam von verschiedenen Partnern und haben wir natürlich dankbar aufgenommen.



QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

37




4.1 Strategische Fragestellung Trendwende Wachstum Quickline

Wie bringen wir Quickline wieder auf Wachstumskurs


Wie bringen wir Quickline wieder auf Wachstumskurs

- Im 4. Quartal 2013 nahm das Wachstum im Vergleich zur Vorjahresperiode bei Quickline im Bereich Internet um rund 30% ab. Gleichzeitig ist Swisscom beim Festnetz-Access im Vorjahresvergleich rund fast 50% stärker gewachsen
- Mit welchen Mitteln und Massnahmen bringen wir Quickline wieder zu einem stärkeren Wachstum?
- Was ist eure Einschätzung zu diesem Thema?



QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

38




4.2 Strategische Fragestellung

Verkaufsaktivitäten

Von der Beratung zum Verkauf

- Heute ist der KNU und die Partner 1. Ansprechstelle für den Kunden
- In den meisten Fällen findet ein Beratungsgespräch statt
- Mit welchen Mitteln und Massnahmen gelangen wir von einem Beratungsgespräch zu einem Verkaufsgespräch mit dem primären Ziel dem Kunden ein Quickline Produkt zu verkaufen

- Was ist eure Einschätzung zu diesem Thema?



39



4.3 Strategische Fragestellung

FTTH Portfolio

Wie Positionieren wir das FTTH Produktportfolio

- Angestrebt wird im Q3 14 *ein* Produkte-Portfolio für Coax/HFC und FTTH, um die Vermarktung zu vereinfachen.

Es stellen sich einige Grundsatzfragen:

- Wie sollen sich die Angebote differenzieren? Zum Beispiel: Symmetrische Bandbreiten oder sehr hohe Bandbreiten (+ 500 Mbps).
- Wie wird bei FTTH-Kunden mit dem Grundanschluss umgegangen?

- Was ist eure Einschätzung zu diesem Thema?



40



i

5. Aus dem Mark.Ausschuss
5.1 Vertreter Mark.Ausschuss

Antrag neuer Vertreter im Marketingausschuss

- Hans-Peter Bregy wird innerhalb Valaiscom eine andere Aufgabe übernehmen. Neu ist David Guntern für die Marketingthemen bei Valaiscom zuständig und soll auch im Marketingausschuss Hans-Peter ersetzen.
- David Guntern hat sich am Marketingausschuss vom 29.01.2014 vorgestellt
- Der Marketingausschuss empfiehlt der PV, David Guntern als Vertreter der Valaiscom im Marketingausschuss zu wählen

42

QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

i

**5. Aus dem Mark.Ausschuss
5.2 Kampagnenplanung**

März-Kampagne (zur Info)

- Laufzeit 3.3. - 30.3.2014

Spot:
http://preview.elementp.ch/13095_QuicklineSpots_neu/





43

i


**5. Aus dem Mark.Ausschuss
5.3 Redesign Quickline Logo**

Entscheid Verwaltungsrat vom 17.2.2014

- Das Redesign Quickline Logo wird nicht umgesetzt.
- Einzig der Zusatz "Multimedia Anschluss" entfällt. Dies gilt ab 19.5.2014 für Quickline Holding (Unternehmensmarke) und Quickline Produkte.





- Zur Differenzierung der Unternehmens- und Produktmarke werden Kommunikationsclaims entwickelt. Diese stehen nicht zwingend beim Logo.
- In den nächsten 2-3 Jahren soll der "revolutionäre Ansatz" realisiert werden.



44

5. Anträge / Inputs

aus der Technischen Kommission

45

i

Technische Kommission

5.4

FTTH Rollout

Information

Material:


- FAN (Chassis & Karten)
=> In KW 5 an alle Partner mit FTTH Rollout ausgeliefert
- GPON Modem
=> per sofort via BBN beziehbar (Bestellung & Forecast mit BBN synchronisieren)

Nächste Schritte:


• HLD & LLD Architektur final erstellen	(Engineering Finecom & Huawei)
• Dokumente erstellen	(Engineering Finecom)
• Installation vollenden	(Engineering Finecom & Partner)
• SW auf FAN installieren	(Engineering Finecom)
• QMC anpassen	(SW Engineering Finecom)
• Fieldtrial & Rollout Freigabe	

RFS Rollout:

- Aus heutiger Sicht per Anfang April 2014



46



Technische Kommission

5.5

Abschaltung ATV

Diskussion in QL-TK

Auftrag:

- in QL-TK (aus technischer Sicht) ein geeignetes Zeitfenster zur Abschaltung von ATV definieren

Vorgehen:


- Thema in TK-Kerngruppe erarbeitet
- Resultat z.Hd. QL-TK zur Abstimmung und Definition

Erkenntnis:


- Unterschiedliche Partner Sichten und –Bedürfnisse betreffend Abschaltung von ATV
- **Einheitliche Erkenntnis; ATV wird in 2015 im QL-Verbund abgeschaltet**

Nutzen:

- zusätzliche Kanäle für zwingende DOCSIS-Erweiterung zur Verfügung
=> Erhöhung QL INT Abo Speed



47



Technische Kommission

5.5


Abschaltung ATV

Entscheid in QL-TK => Empfehlung Entscheid QL-PV


1. ATV wird zwingend im QL-Verbund (alle Partner!) in 2015 abgeschaltet
2. Diese Abschaltung erfolgt bevorzugt gleichzeitig zur Abschaltung der SD-Sender durch SRG
 - Heute kein bekanntes Datum von SRG vorhanden
 - Kontakt mit SRG vorhanden; wir warten SRG Stellungnahme bis Mitte 2014 ab
 - **Entscheid wird zwingend in QL-PV Aug. 2014 gefällt** (auch ohne Stellungnahme von SRG)

Empfohlenes Zeitfenster der ATV Abschaltung

- H1 2015 (eventuell sogar Q1 2015)
- Nutzen: zusätzliche Kanäle für
 - DOCSIS zur Erhöhung von QL INT Abo Speed
 - Vision- und Verte! Kapazitätswachstum



48



Technische Kommission
5.6

Technische Minimalanforderungen 2014 im QL-Access Netz

Diskussion in QL-TK

Auftrag:

- QL-TK erarbeitet und bestimmt die minimalen Netzanforderung 2014
- Finecom und QL-Partner passen HE, CMTS und Access-Netz entsprechend an

Nutzen:



- Technologie & Netz unterstützen proaktiv Kundenwachstum und QL-Produkt Anpassungen in 2014

Vorgehen:

- Thema in TK-Kerngruppe erarbeitet
- Resultat z.Hd. QL-TK zur Abstimmung und Definition

Erkenntnis:

- **Keine zus. Kanäle durch Abschaltung ATV in 2014 für DOCSIS verfügbar machen**
- **Kein Umbau von HE Zusammenschaltung, CMTS und Access-Netz in 2014 sinnvoll**
 Grund; unterstützt nicht bevorstehender Umbau von CCAP (2015) und DOCSIS 3.1 (2015/2016)
- Deshalb; minimale Erweiterung des aktuellen Standard in 2014
 => DS (unverändert) 8 DS
 => US (angepasst) 2 US und 64 QAM (bevorzugt) oder 4 US und 16 QAM (Ausnahme)
- **Unterstützt Qualität-Verbesserung für aktuelle INT Abo Profile, nicht aber INT Abo Erhöhungen in 2014!**

49




Technische Kommission
5.6


Technische Minimalanforderungen 2014 im QL-Access Netz

Entscheid in QL-TK => Empfehlung Entscheid QL-PV

1. # DS Kanäle in 2014
 - 4 bis 8 Kanäle für Verte! (in Abhängigkeit von Kundenpenetration pro Zelle)
 - 4 Kanäle für Vision
 - 8 Kanäle für DOCSIS (unverändert)
 - **Tot => 16 bis 20 Kanäle pro Partner-Netz** für DOCSIS, Verte! & Vision
2. # US Kanäle in 2014
 - **2 US Kanäle mit CB und 64 QAM** (Ausw. zum akt. Standard; -1 dB ; +19 Mbit/s)
oder
 - **4 US Kanäle mit CB und 16 QAM** (Ausw. zum akt. Standard; -3 dB ; +38 Mbit/s)
3. Kein erweiterter Ausbau von HE Zusammensch., CMTS und Access-Netz in 2014
 - **Auswirkung; keine Erhöhung des akt. INT Abo Profils (200 Mbit/s) realisierbar!**
4. Erweiterter Ausbau von HE Zusammensch., CMTS und Access-Netz in 2015
 - Zusätzliche DS DOCSIS Kanäle (+16) durch Abschaltung von ATV in 2015
 - Umbau von CMTS mit *future-proofed* (CCAP & DOCSIS 3.1) Vendor/Equipment **
 - Notwendige Anpassungen im Partner Access-Netz (wie 1:2 Splitt)

50



Technische Kommission



5.6

Technische Minimalanforderungen 2014 im QL-Access Netz

Alternativ Entscheid in QL-TK => Alternativ-Empfehlung Entscheid QL-PV

Notwendiges Ausbauszenario für 2014 wurde in QL-TK verabschiedet, sollte die QL-PV den QL-TK Entscheid nicht gutheissen (=> INT Abo Profil 200 Mbit/s muss erhöht werden):

1. # DS Kanäle in 2014
 - **+8** Kanäle für DOCSIS (neu 16 DOCSIS Kanäle)
 - **Tot => 24 bis 28 Kanäle** für DOCSIS, Vertel & Vision pro Partner-Netz (Änderung muss bei aktueller Sendersummschaltung im Mai berücksichtigt werden)
2. **+ neue CPEs** für INT Abos > 200 Mbit/s
 - TC7230 mit 24 Tuner (ab ca. Oktober 14 einsetzbar)
3. Erweiterter Ausbau von HE Zusammensch., CMTS und Access-Netz in 2014
 - Access-Netz; Splitt Verhältnis **neu 1:2** für alle Partner (mit Ausnahme von EBL, ESAG und EBM; haben bereits ein 1:2 Splitt)
 - CMTS Umbau; neu 16 DS DOCSIS Kanäle pro Zelle
=> Bedingt CMTS Um- oder Neubau
=> Gefahr; CMTS Equipment ist nicht *future proofed* (Docsis 3.1 ready)


51

5. Anträge / Inputs

aus der Tools- und Prozesse-Gruppe




52




Tools & Prozesse Gruppe
5.7

Inputs zu QL Tools

Zentrale Plattform zum Erfassen von Änderungen zu QL Tools

- Die QL Tools & Prozesse Gruppe hat eine Liste mit Change Requests und neuen Features erarbeitet und bewertet. Anhand dieser gemeinsamen Beurteilung werden nun die verschiedenen Punkte abgearbeitet. Eingabe und Wünsche zu den QL internen Tools (QMC, TicketXPert, etc.) seitens der Partner können jederzeit via die Online Plattform erfasst werden
 - <https://idee.quickline.com>
- Die QL Tools & Prozesse Gruppe hat sich entschieden im ersten halben Jahr 2014 monatlich eine Sitzung zu machen, damit rasch die verschiedensten offenen Punkte adressiert und ein klarer Überblick über Bedürfnisse und Umsetzungswünsche erhalten werden kann.




53

6. Anträge / Inputs und Fragen der Quickline-Partner



54



6. Anträge QL-Partner

6.1 Projektentschädigung


Entschädigungen

Bsp. Vision

ESAG stellt den Antrag, dass eine gewisse Entschädigung für Projektunterstützung entrichtet werden. Dies anhand des Beispiels im Projekt «Quickline Vision».


Finecom empfiehlt diesem Antrag aus folgendem Grund nicht zu entsprechen:

- die Mitwirkung der Teilnehmer ist freiwillig



QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

55




6. Anträge QL-Partner

6.2 Senderumstellung

Antrag betreffend die Umstellungen von Digitalpaketen bzw. Schieben

Die zahlreichen Umstellungen der letzten Zeit verärgert unsere Kunden je länger je mehr. Nicht alle Kunden sind in der Lage ihre Geräte selber umzustellen. Wir sind der Meinung, dass eine Beruhigung stattfinden muss, denn mit der Zeit geht das Verständnis stark zurück (unsere Erfahrungen an der Front). Die direkte Konkurrenz hat den Vorteil, dass deren Kunden nicht selber umstellen müssen.

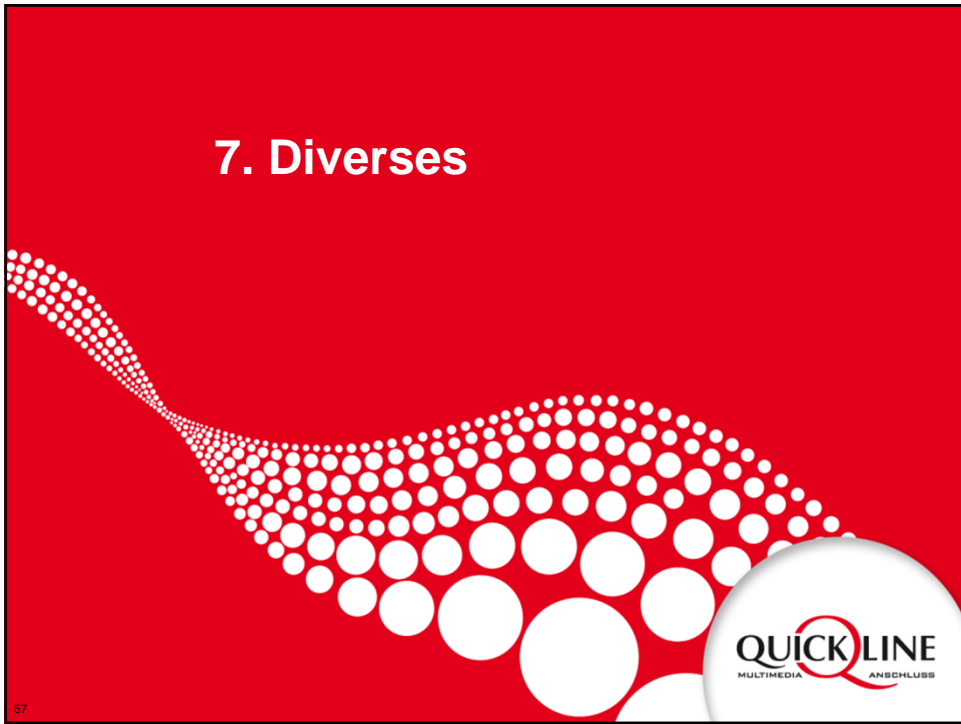
>> Antrag GA Region Herzogenbuchsee: max. eine Umstellung jährlich (besser nur alle zwei Jahre).




QUICKLINE
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

56

7. Diverses



57



58



und jetzt: Essen im Palace

Nächste PV: 10. April 2014



59