

Sitzungsleitung	Nicolas Perrenoud	Sitzungsdatum	16.04.2015	Sitzungszeit	13.30 – 18.00
Protokoll	Jacqueline Blaser	Protokolldatum	06.05.2015		
Sitzungsort	Residenz au Lac, Biel		Dateiname	15-04-16_QL PV_protokoll	

Anwesend	Vorname, Name	Kürzel	KNU	Kürzel
	Adrian Koessler	AKo	EBL Telecom Media AG	EBL
	Alain Schütz	ASc	Energie Belp AG	Belp
	Ruedi Eicher	REi	Energie Seeland AG	ESAG
	Christian Bosshard	CBo	Energie Wasser Aarberg AG	EWA
	Christian Gerber	CGe	EWS Energie AG	EWS
	Kurt Hohler	KHo	GA Grenchen AG	GAG
	Hans-Jörg Köchli	HKö	GA Region H'buchsee AG	GARH
	Marcel Eheim	MEh	GA Weissenstein GmbH	GAW
	André Schneider	ASc	Gemeindebetriebe Muri	GBM
	Roger Kälin	RKä	ggsnet schwängimatt	GGs
	Katrin Bayer (stv. G.Schmid)	KBa	interGGA	IGA
	Christian Bircher	CBi	KF Nidwalden AG	KFN
	Marcel Stalder	USc	Localnet AG	LOC
	Matthias Grossenbacher	MGr	Renet AG	RENET
	David Guntern	DGu	Valaiscom AG	VAG
	Stefan Nieland	SNi	Wasserwerke Zug AG	WWZ
	Mark Thommen	MTh	Quickline Business AG	QLBAG
	Markus Definti	MDe	Quickline Business AG	QLBAG
	Nicolas Perrenoud	NPe	Quickline AG	QLAG
	Frédéric Goetschmann	FGö	Quickline AG	QLAG
	Michel Renfer (stv. R.Krebs)	MRe	Quickline AG	QLAG
	Marc Loosli	MLo	Quickline AG	QLAG
	Matthias Heri (stv. P.Kocher)	MHe	Quickline AG	QLAG

Entschuldigt	Vorname, Name	Kürzel	KNU	Kürzel
	Roy Simmonds	RSi	Quickline Holding AG	QLHAG
	Martin Maron	MMA	Flims Electric	Flims

Verteiler	Quickline Verbund Kader
------------------	--------------------------------

Die Präsentation „QL PV 16.04.15 inklusive Beilagen“ wurde vorgängig versendet.
Die aktualisierte Version der Präsentation 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	wer / wann
1.	Protokoll	
(I)	Keine Bemerkungen. Das Protokoll wird verdankt und einstimmig verabschiedet.	
1.1	Antrag ggsnet: Konsolidierung Stimmrechtanteil Quickline	
(I)	<u>Antrag auf Konsolidierung der Stimmrechtanteile der Quickline Holding</u> Die vier Partner (QL Business, Münchenbuchsee, Muttenz und Schönbühl) sollen als ein (1) Partner aufgeführt werden. Die neue Gewichtung 42,5 % Anzahl Partner würde somit auf 18 Partner aufgeteilt und beträgt neu 2,361%. Die Gewichtung der Netzgrösse würde sich für QL nicht ändern und wie bisher 3,028% betragen. Zusammen mit dem fixen Anteil von 15% für Quickline wäre der Stimmanteil mit 20,389% etwas höher als 2013 und die Logik und der Verantwortung gerecht verteilt.	

<p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(E)</p> <p>(P)</p>	<p><u>Diskussion/Inputs</u> RKä: Ihm war nicht bewusst, das die Quickline-Gruppe durch das Wachstum auch laufend den Stimmanteil vergrössert. NPe: Einzige Veränderung in den letzten Jahren war der Zuwachs von QL BAG, die restlichen Anteile waren die letzten Jahre schon so. Diese Anpassung ist eine Änderung des Geschäftsmodells und muss offiziell im VR verabschiedet werden und nicht in der PV. Die Erwartungshaltung wurde im VR bereits aufgenommen. MEh: Frage der Betrachtungsweise. Definition "Partner" müsste geklärt werden. 4 Netze = 1 Partner. NPe: Die Regelung bisher lautete 15% als Serviceprovider und 4 Netze als Stimmrechts-Vertreter.</p> <p><u>Antrag/Abstimmung</u> Dafür: 14 Partner Dagegen: 0 Enthaltungen: 4 Partner (iGA, Valaiscom, QLAG, QL BAG)</p> <p>Die Stimmrechtsanteile der QLAG werden angepasst, ab sofort auf 20,389%. Die offizielle Verabschiedung muss im VR erfolgen. Die neuen Stimmrechtsanteile werden im Anhang 1 zu den Organisationsreglementen angepasst (siehe Beilage).</p>	
<p>2.</p>	<p>Reporting der Kundenentwicklungen</p>	
<p>(I)</p> <p>(P)</p> <p>(I)</p>	<p>FGö informiert über die neusten Zahlen aus erstem Quartal. Details siehe Folienpräsentation.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Internet-Aufschaltungen rund 17% höher als Vorjahr (ohne Migrationen). - Guter Jahresbeginn: Organisches Internetwachstum deutlich über Vorjahr. - Internet-Penetration steigt im Q1 auf Ø 39% (exkl. InterGGA). - Swissflat bringt grosses Wachstum: 60% über Vorjahr. - Festnetz-Höhenflug bei Renet. <p><u>Input Renet</u>: Folge des Heimberatungsprojekts mit Outbound-Calls und Techniker-Besuch. Ist sehr gut angekommen und erfolgreich.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steigerung der Telefonie-Penetration auf Ø 23.7% (in % der Haushalte). - Sinkende Telefonie-Penetration auf Ø 57.7% (in % Internetkunden). - Wachstumsrückgang bei Verte! aufgrund doppelt so hoher Kündigungsrate im Vergleich zu Vorjahr - Steigerung der Verte!-Penetration auf Ø 7.7% <p><u>Diskussion/Inputs</u> SNI: Kundenumfrage zeigt auch "knapp genügend" bei Produktzufriedenheit von Verte! - warum? NPe: Impact Swisscom TV und Netflix sind spürbar. Unzufriedenheit kommt vermutlich aber auch daher, dass sich Konsumenten früher voll stabiles Fernsehen gewohnt waren und dies bei IPTV nicht mehr möglich ist. MEh: Kündigungen Verte! haben massiv zugenommen. SNI: Bei Kündigungen unbedingt Retention-Massnahme einsetzen.</p> <p>FGö: Parallel werden wir die Kündigungsgründe Verte! auswerten</p> <ul style="list-style-type: none"> - ARPU-Reduktion durch Kombis und Migrationsprodukte - Swissflat mit Kundenwachstum aber ARPU Rückgang - ARPU-Verlust wegen tieferen VOD/PVR-Nutzung - Mobile: März Rekordbestell-Volumen: 576 Bestellungen, 380 Aufschaltungen. Smart Flat S ohne Gerät ist Bestseller. <p>NPe: Fazit: Internet und Telefonie erfreulich. Trendwende geschafft. Highlight Mobile. Verfünffachung gegenüber Vorjahren.</p>	<p>F.Götschmann</p>

(I)	<u>Diskussion/Einschätzung Wachstum</u> SNI: Mobile-Produktanpassungen, kombiniert mit Outbound ist das Erfolgsrezept. Mehr Anstrengungen, mehr Möglichkeiten tragen Früchte.	Finance/QMC
(P)	Im Reporting wäre sehr interessant die effektive Neukunden-Entwicklung. NPe: Internet-Kunden sind meistens Neukunden. Wie aktivieren wir die Grundanschluss-Kunden? HKö: Neuzuzüger bringen heute oft schon Swisscom-TV mit, was eine grosse Gefahr ist. Zudem Augenmerk auf Flatrate bei zukünftigen Produktdesigns. Es gibt leider einige Kunden, die dies ausnutzen. Evtl. wieder Minutengrenze einführen und auch transparent kommunizieren? Drittes Bedürfnis: Wie können wir jüngeres Zielsegment ansprechen? MEh: Würde nicht überreagieren hinsichtlich Flatrate, da man sonst viele darauf aufmerksam macht, dass sie es eigentlich gar nicht ausnutzen. MGr: Möchte allen ans Herz legen, Outbound bei Bestandskunden einzusetzen. Renet verzeichnet sehr grosse Erfolgsraten. Adressqualität ist grosse Herausforderung. Wir haben noch 50% Potential. Internet für junge Zielgruppen mit neuen, frischen Komm.Mitteln ansprechen (Renet offeriert Kebab-Gutscheine für 100.—bei Abschlüssen). KHö: Müssen viele Interessenten ablehnen aufgrund sehr schlechter Bonität. Interessant wäre eine Art Prepaid-Internet-Abo. NPe: Interessanter Ansatz, Erfahrungsaustausch mit Kautionen.	
(P)	Die obigen Inputs werden aufgenommen und im Produktmarketing überprüft.	PM/P.Kocher
3.	Services & Produkte	
3.1	Business Produkte Quickline Office	
(I)	MDe: Ist seit anfangs Jahr als CMO bei QL BAG. Hat Office-Produkte im Detail analysiert (siehe Folienpräsi mit Konkurrenzvergleich). Office Duo kann mit einer "Frühgeburt" verglichen werden: es lebt, muss aber noch stark aufgebaut werden. Wir liegen in gewissen Leistungsmerkmalen hinter der Konkurrenz, aber auch die bisherige Kommunikation wird als ungenügend beurteilt (z.B. zu technische Factsheets). Ziel ist, Kommunikation und Kundenerlebnis zu verbessern sowie die Zusammenarbeit mit den Partnern zu optimieren. MDe ist viel unterwegs, besucht die Partner und nimmt Bedürfnisse auf.	QLBAG/Erfa-Grp. bis Juni PV
(I)	<u>Im Mark.Ausschuss besprochen und bereits umgesetzt:</u> Segmentorientierter Einstieg auf Website und Namensgebung. Generell soll das Produkt und auch die Kommunikation vereinfacht werden. Details zum Portfolio und zu den geplanten Marketing-Massnahmen siehe Folienpräsentation.	
(P)	<u>Weiteres Vorgehen</u> Zusammen mit den KNU (ERFA Gruppe) werden die Themen aufbereitet: <ul style="list-style-type: none"> • Definition der Produkthanpassungen. Aufzeigen der Einföhrungstermine und der Entwicklung gemäss Produktbereitstellungsprozess • Erarbeiten eines «Service Gesamtkonzeptes» zusammen mit den Partnern. Abstimmen in den notwendigen QL-Gremien. • Überarbeiten der Fulfillment- und Assurance Prozesse. 	
(I)	<u>Fragen/Inputs</u> MEh: Wie siehts aus mit FTTH? MDe: Ist mit Herausforderungen verbunden, jedoch in Prüfung. HKö: Wie werden Störungsfälle behoben? Braucht im GK-Segment anderes Vorgehen. MDe: Ist aktuell nicht optimal. Wird in der Erfa-Gruppe schwerpunktmässig erarbeitet und an der nächsten PV vorgestellt. Sieht heute verschiedene mögliche Szenarien. DGu: Ist eine Backup-Lösung vorgesehen? MDe: Ist als eine der vielen Funktionserweiterungen vorgesehen. In erster Prio wird Fokus auf Marktbearbeitung und Prozesse gelegt.	

3.2	CH Telekom-Markt "Wingo"	
(I)	<p>NPe stösst die Diskussion zum Swisscom-Produkt "Wingo" an. Primär wird ein Internetanschluss auf Fiber mit 250/25 Mbit/s angeboten. Ergänzend kann TV und gratis Festnetz Telefonie gewählt werden. Wingo ist aktuell nur über FTTH (OTO ready) verfügbar (> 800'000 Haushalte). Aktueller Fokus in der Kommunikation auf junges, urbanes Zielsegment.</p> <p><u>Wie beurteilt der Verbund die Situation?</u> MEh: Bei FTTH gibt es auch andere Angreifer (Solnet mit 1 GigaBit/s). Wir brauchen eine Antwort auf Wingo. SNI: Trend auf FTTH geht klar in Richtung Internet-only, siehe auch init7. Restliche Services holen sich die Konsumenten mit Gratis-Apps. Viele Junge schauen nur noch OTT-TV. Wir sollten auch mit einem Secondbrand in diesen Markt einsteigen. Herausforderung ist HFC mit Grundanschluss. Kann nicht in die bestehende Produktpalette eingebunden werden (Kannibalismus). MEh: Haben wir die Marktkraft für einen zweiten Brand? Ein neues Produkt könnte auch unter "Quickline Young" (oder ähnlich) laufen. NPe: Wingo ist eine reine IPTV-Plattform, nicht vergleichbar mit unserer komplexen Hybrid-TV-Plattform. ASc: Den Jungen ist egal, auf welcher Technologie sie ihre Produkte haben. Unsere hybride Technologie ist enorm komplex und kostenintensiv. Wie sinnvoll ist dies noch in der Zukunft? NPe: IP-only ist ein aktuelles Strategie-Thema. KHö: Was heisst OTO-Ready? Wer bezahlt die Verkabelung? MHe: Produkt ist nur bestellbar, wenn OTO-Ready ist. Wir wissen nicht, wie Swisscom dies löst.</p> <p><u>Diskussion "Internet only ohne GA"?</u> KF Bödeli bietet das an, verzichtet auf 25.—GA. Bedingt grosses Vertrauen. MEh: Sieht das unmöglich. Bei Wingo ist der Tel.GA inkludiert. CBI: Wir müssen heute die Weichen dahingehend stellen und auf längere Sicht ein Internet-only ohne GA anbieten können. Parallel zum jetzigen Portfolio. HKö: Wir müssen zwingend um Internet-Anschlüsse kämpfen, das ist der wichtigste Service für den Kunden. Bei diesem Anbieter bestellt der Kunde auch weitere Services. AKe: Wie kann mit den Pauschalverrechnungen umgegangen werden? MTh: All-IP auf unseren Netzen? Ist das technologisch überhaupt möglich? NPe: Mit Docsis 3.1 höchstwahrscheinlich.</p> <p><u>Konsultativ-Umfrage:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn der Umsatz stimmt (75.--) wer möchte ein <u>Internet-only ohne GA</u> einführen? Die Mehrheit streckte die Hände hoch. • <u>Wer mit neuem Brand?</u> Zurückhaltende Stimmen. • <u>Anderes Produktportfolio auf FTTH?</u> Zurückhaltende Stimmen. 	
(E/P)	Auftrag ans PM: Reagieren, eine Antwort auf Wingo soll ausgearbeitet werden.	PM/P.Kocher
3.3	Redesign 2015 mit Verte! Plus	
(I)	<p>NPe hat anfangs der Partnerversammlung erwähnt, dass der Prozess mit dem Marketing-Ausschuss nicht optimal gelaufen ist. Die Mehrheit der Marketing-Ausschuss-Teilnehmer stimmte gegen die August-Einführung des Redesign mit Verte Plus. Parallel hat die Mehrheit der Tools- und Prozessgruppe der Entkoppelung zugesprochen. Getrieben durch diesen Entscheid und durch die Veränderungen am Markt (Swisscom hat per 9.3.2015 die Vivo Kombis im Bereich Internet mit teils massiv mehr Leistung ohne Preisanpassung angepasst), entwickelte QLAG das Produkt weiter, stellte einen Antrag an die PV, ohne vorgängige Info an Marketing-Ausschuss. NPe entschuldigte sich für das Vorgehen.</p>	

(I)	<p>Im vorliegenden Antrag soll lediglich über die Entkopplung des Redesign (neue Produktpalette inkl. Verte Plus) und dem Launch der TV-Plattform Vision abgestimmt werden. Bis zur Juni-PV haben wir nähere Kenntnisse zur Marktsituation und zur Roadmap von Vision. Details zur Ausgangslage, Marktsituation und Risikomanagement sind der Folienpräsentation zu entnehmen.</p>	
(I)	<p><u>Massnahmen zur zusätzlichen Attraktivierung aufgrund der Swisscom Offensive</u> (Details siehe Folien) = Leistungsupdate per August 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bandbreitenerhöhung beim AiO S: von 10/1 auf 20/2 Mbit/s • Erhöhung Verte! Plus PVR AiO M / L / XL: Verdoppelung • Erhöhung Replay Sender AiO M / L / XL: von 40 auf 75 Sender 	
(I)	<p><u>Diskussion/Fragen</u></p> <p>MEh: Ein mögliches Fallbackszenario wäre AiO Bronze aus der Schublade zu ziehen.</p> <p>SNi: Ist überrascht über die Erkenntnis der Entkoppelung. Diese Diskussion hatten wir vor einiger Zeit geführt, dann war es seitens QLAG kein Thema. Bronze ist ein wichtiges Produkt, auch hinsichtlich Analog-Abschaltung.</p> <p>NPe: Daraus zeigt sich, dass QLAG lernfähig ist. Ein paralleles Führen vom neuen und alten Portfolio ist nicht möglich.</p> <p>DGu: Er war in der Mark.gruppe auch gegen die Entkopplung. Mit den neuen Änderungen hat VAG die Meinung geändert und unterstützt den Antrag.</p> <p>MGr: Die Situation der Präsentation in der Mark.gruppe und heute sieht ziemlich anders aus. Er war sich der Risikobetrachtung zuwenig bewusst und kann dies nicht abschätzen.</p> <p>MEh: Priorisierung CMTS-Umbau oder Vision?</p> <p>NPe: CMTS-Umbau ist erst möglich, wenn dahinter alle Netze bereit sind.</p> <p>MRe: Material für CMTS-Umbau ist ab Mitte August da. Partner, welche ihre Netze ready haben, werden dann umgebaut. Der genaue Zeitplan ist abhängig von der Vision-Roadmap.</p> <p>CBi: Unterstützt Votum SNI hinsichtlich Bronze. Je kürzer der Zeithorizont zwischen den Produkteinführungen desto besser.</p> <p>SNi: Was passiert mit den alten Abos?</p> <p>MHe: Die werden eingefroren.</p> <p>EWS: Warum können wir nicht erst im Juni über beides abstimmen?</p> <p>NPe: Wir brauchen diese Zeit für die Vorbereitungen.</p> <p>CBi: Würde beliebt machen, im Timing auch die Analog-Abschaltung zu berücksichtigen.</p> <p>MEh/RKä: AiO S ersetzen mit AiO Bronze? Viele Kunden wollen keine Box.</p> <p>AKo: Würde sich dem anschliessen, ist bestes Pferd im Stall.</p> <p>HKö: Spürt grosse Verunsicherung seitens Partner. Sein Vorschlag wäre, bis zur Juni PV beide Szenarien – mit oder ohne Entkoppelung – vorzustellen.</p>	
(I)	<p>Zusammenfassend gibt es grob 3 Lager:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partner, welche keine Entkopplung wollen, jedoch die Risikoeinschätzung der QLAG überlassen. - Partner, welche eine Entkopplung wollen und einen möglichst frühen Einführungszeitpunkt des neuen Produkteportfolios wegen den FTTH-Produkten (1.9.2015). - Partner, welche eine Entkopplung wollen, aber einen eher späteren Einführungszeitpunkt, nach der ATV-Abschaltung (1.11.2015). 	
(I)	<p><u>NPe ergänzt den Antrag mit folgenden neuen Rahmenbedingungen:</u> AiO S soll nochmals überprüft werden hinsichtlich Möglichkeiten und Machbarkeit von neuen Szenarien (mit Zapperbox, Preis ua.). Dies soll im nächsten Mark.Ausschuss diskutiert und in der PV Juni verabschiedet werden. Im Juni soll auch das finale Timing bestimmt werden. Dafür werden die Faktoren FTTH und Analog-Abschaltung mit berücksichtigt.</p>	<p>PM/P.Kocher Juni PV</p>

(E)	<p><u>Antrag/Abstimmung:</u> Entkoppelung der neuen Produkt Kombis von der Einführung der TV-Plattform Vision. Parallel soll der Markt beobachtet und die Rahmenbedingungen gemäss vorangehender Formulierung überprüft werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dafür: 9 Partner (QL , WWZ, Muri, GARH, VAG, KFN, GAW, ESAG, EBL) • Dagegen: 4 Partner (Loc, Renet, GAG, ggs) • Enthaltungen: 4 Partner (IGA, EWS, Belp, EWA) <p>Es wird entschieden, den Antrag anzunehmen.</p>	
4.	Planung und strategische Fragestellungen	
4.1	Präsentation Endkundenzufriedenheit	
(I)	JBI führt kurz durch die wichtigsten Folien der Kundenzufriedenheits-Umfrage. Details siehe Folienpräsentation. Vorgängig hat jeder Partner die Details seines KNUs in einem Factsheet erhalten.	
(I)	<p><u>Fazit und Massnahmen</u> Die Kundenzufriedenheit als ein Messinstrument für den «Service Champion»</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Gesamtzufriedenheit im QL-Verbund hat in den letzten 5 Jahren leicht abgenommen. • Im Durchschnitt sind unsere Kunden mit uns zufrieden (Wert leicht über 5.0). • Wir wollen uns weiterentwickeln und verbessern, dafür werden wir das Projekt «Service Champion» starten. 	
(I)	<p><u>Diskussion/Fragen</u> SNI: Sollte Kunden-werben-Kunden weiter gepusht werden? Q-Point-Auswertung? JBI: Weiterempfehlungen lassen sich nicht mit Anreizen erzwingen. Dies haben frühere Ansätze (attraktive Prämien, Jahresgewinner) gezeigt.</p>	
(P)	Trotzdem gibt es natürlich Optimierungs- und Erweiterungsmöglichkeiten des bestehenden Systems. Dies soll mal in einem Marketing-Ausschuss diskutiert werden.	P.Kocher/Mark. Ausschuss
(P)	Auch weitere Erkenntnisse aus der Umfrage sollen im Marketing-Ausschuss vertieft thematisiert werden.	PKo/MA
(P)	RKä: ggsnet hat sehr gute Erfahrungen gemacht mit einer Aktion, bei der lokale Vereine angeschrieben und mit zusätzlichen Anreizen zu Quickline motiviert wurden. Die Aktion soll im Mark.Ausschuss vorgestellt werden.	RKä/ggsnet
4.2	Massnahme "Service Champion"	
(I)	<p>Der Kunde soll vom ersten Augenblick an von Quickline begeistert und begleitet werden. Details zu den Zielen siehe Folienpräsentation. Zusammen mit den Partnern werden folgendes erarbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Aufarbeitung der Kundenerlebniskette und deren Subtasks. • Gruppenbildung mit Einbezug von dedizierten Partnern zur finalen Definition von Service Champion im Verhältnis zur Kundenerlebniskette. Es werden verschiedenste Workshops im 2015 dazu stattfinden. • Partnernvorschlag: Renet, Energie Belp, Valaiscom, EWA, EWK, WWZ. • Bestimmen der Benchmarks und der dazugehörigen Massnahmen. • Roll out Ende Q2 / 2016 mit stetiger Weiterentwicklung. 	
5.	Anträge / Inputs aus dem Marketing-Ausschuss	
(I)	Die Themen wurden alle in den vorangegangenen Punkten behandelt.	

6.	Anträge / Inputs aus der Techn. Kommission	
6.1	Neue Modems	
(I)	<p>MRe informiert über den aktuellen Stand des neuen <u>WLAN-Modems</u>. Details zum Produkt siehe Folienpräsentation.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestellfreigabe ab 1. April 2015 • Feldtest April + Mai mit «Friendly Customers» <p>Offene Punkte aus Diskussion innerhalb TK Unmittelbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bridge Modus (Support bis Juni geplant um Phase-Out 57x zu unterstützen) • Einfluss auf WLAN Modem Einmalgebühren -> PM/MKT-GRP <p>Mittelfristig</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voller Zugang des Kunden zum Modem GUI («Advanced Mode») -> TEC/PM/Partner • «Günstigeres» Bridge-Modem Data/Voice -> TEC/PM/MKT-GRP <p><u>Fragen/Inputs</u> HKö: Wieviel besser als heutiges? MRe: Besser, nicht wie 3-400-fränkiges Produkt. Benchmark ist Swisscom. Dort können wir mithalten.</p>	
(I)	<p><u>FTTH Modem für P2P</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Für QL-Partner abrufbar ab sofort (CHF 163.-) <p>Details zum Produkt siehe Folienpräsentation.</p>	
6.2	Information FTTH Projekt	
(I)	<p>MRe informiert über den aktuellen Status im Projekt FTTH. Details zu allen Milestones siehe Folienpräsentation.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schulungen der Partner & QL-KD optional vor oder nach Juli 2015 geplant. • FTTH-Rollout Freeze pro Partner kombiniert mit Migration 'alte' auf 'neu' FTTH Architektur ab August 2015 geplant. => benötigt eine Abstimmung mit allen FTTH-Partner. <p>Als besonderes Risiko sieht MRe die Zeitplanung durch die komplexe Integration mit mehreren Herstellern.</p> <p>Offene Punkte aus TK Diskussion: Supportfunktionen sind aus Sicht Partner zu wenig spezifiziert. Was wird im ersten Release wirklich supported?</p> <p><u>Fragen/Inputs</u> HKö: Wann ist es soweit? MRe: Ab August, unter Vorbehalt der erwähnten Risiken. Wir sind uns der Dringlichkeit bewusst. MDe: Rollout Business-Produkte? MRe: Ist im ersten Release nicht vorgesehen.</p>	
7.	Anträge / Inputs aus der Tools- und Prozesse-Gruppe	
	Keine.	
8.	Diverses	
8.1	Quickline Business AG	
	<p>MTh informiert über die Roadmap der Backbone-Zusammenführung und <u>Migration der Enterprise GK-Kunden</u>. Details zur Roadmap siehe Folienpräsi.</p> <p>Die <u>Realisation des Datacubes</u> wird eindrücklich in einem Film dargestellt: http://business.quickline.ch/enterprises/datacenter/</p> <p>NPe erwähnt, dass der Besuch des neuen Datacenters anlässlich der Eröffnung sehr eindrücklich war. MTh lädt die Quickline-Partner herzlich dazu ein, sich in</p>	

	Münchenstein einen persönlichen Eindruck zu verschaffen.	
8.2	Termin nächste PV	
(I)	Die PV vom 18. Juni findet statt. Allerdings gibt es eine zeitliche Änderung: 10.00 – 12.00h PV 12.00 – 13.00 Mittagslunch 13.00 – 16.00 PV Anschliessend 16.00 – 19.00 Verschiebung ins VIP-Zelt zur Zieleinfahrt Tour de Suisse. Einladung dazu folgt.	
(E)	Alle Partner begrüßen diese Aktivität.	
8.3	Verabschiedung Hans Beer	
(I)	Hans Beer ist in die wohlverdiente Pension gerückt und kam sich noch kurz von allen Partner verabschieden. NPe verdankt sein grosses Engagement seit 1998 in der Besonet und seit 2001 im QL-Verbund. Hans Beer verabschiedet sich mit folgender Bitte: Bleibt auf der richtigen Flughöhe (strategisch), bleibt föderalistisch, manchmal müssen Kompromisse gemacht werden.	

16.04.2015 | Quickline Partnerversammlung

Quickline Partnerversammlung

16.04.2015

Residenz au Lac, Biel

Entschuldigt: Roy Simmonds
 Martin Maron, Flims
 Patrick Kocher, QLAG



1. Protokoll

- 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline (I)

2. Reporting der Kundenentwicklungen

- 2.1 Reporting (I)

3. Services und Produkte

- 3.1 Business Produkte QL Office (I)
 3.2 CH Telekom Markt «Wingo» (I)
 3.3 Redesign 2015 Verte Plus (E)

4. Planung und strategische Fragestellungen

- 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit (I)
 4.2 Massnahme «Service Champion» (I)

5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss

6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission

- 6.1 Neue Modems (I)
 6.2 Information FTTH Projekt (I)

7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe

8. Diverses

- 8.1 Quickline Business AG (I)

9. Termin nächste PV





Genehmigung des Protokolls der PV vom 15.02.2015

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: <i>Die Partnerversammlung genehmigt das Protokoll vom 15.02.2015</i>	✓	
Anpassungen: <i>Keine</i>	✓	

1. Protokoll

- 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline (I)

2. Reporting der Kundenentwicklungen

- 2.1 Reporting (I)

3. Services und Produkte

- 3.1 Business Produkte QL Office (I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo» (I)
3.3 Redesign 2015 Verte Plus (E)

4. Planung und strategische Fragestellungen

- 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit (I)
4.2 Massnahme «Service Champion» (I)

5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss

6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission

- 6.1 Neue Modems (I)
6.2 Information FTTH Projekt (I)

7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe

8. Diverses

- 8.1 Quickline Business AG (I)

9. Termin nächste PV



Antrag ggsnet. Konsolidierung Stimmrechtanteil Quickline

Antrag auf Konsolidierung der Stimmrechtanteile der Quickline Holding

Heute kommt die Quickline Holding (QLAG und QBAG) auf ein Stimmrechtanteil von 26,124%

- Quickline AG	15%
- Quickline Business AG	3,299%
- Münchenbuchsee	2,504%
- Muttenz	2,905%
- Schönbühl	2,416%
Total:	26,124%

Antrag Roger Kälin ggsnet:

Die vier Partner (QL Business, Münchenbuchsee, Muttenz und Schönbühl) sollen als ein (1) Partner aufgeführt werden. Die neue Gewichtung 42,5 % Anzahl Partner würde somit auf 18 Partner aufgeteilt und beträgt neu 2,361%. Die Gewichtung der Netzgrösse würde sich für QL nicht ändern und wie bisher 3,028% betragen. Zusammen mit dem fixen Anteil von 15% für Quickline wäre der Stimmanteil mit **20,389%** etwas höher als 2013 und die Logik und der Verantwortung gerecht verteilt.



Antrag ggsnet. Konsolidierung Stimmrechtanteil Quickline

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: Konsolidierung der Stimmrechtanteile Quickline Holding von heute 26,124% auf neu und konsolidiert 20,389%	✓	

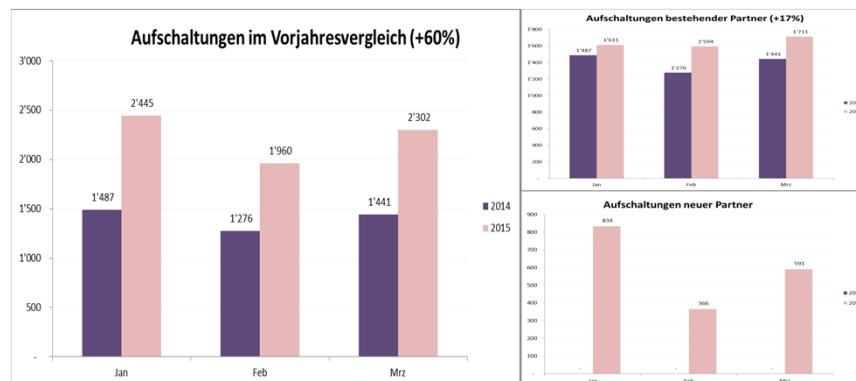
- | | |
|---|-----|
| 1. Protokoll | |
| 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline | (I) |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | |
| 2.1 Reporting | (I) |
| 3. Services und Produkte | |
| 3.1 Business Produkte QL Office | (I) |
| 3.2 CH Telekom Markt «Wingo» | (I) |
| 3.3 Redesign 2015 Verte Plus | (E) |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | |
| 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit | (I) |
| 4.2 Massnahme «Service Champion» | (I) |
| 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |
| 6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission | |
| 6.1 Neue Modems | (I) |
| 6.2 Information FTTH Projekt | (I) |
| 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 8. Diverses | |
| 8.1 Quickline Business AG | (I) |
| 9. Termin nächste PV | |

2. Reporting der Kundenentwicklungen

Kennzahlen

Aufschaltungen rund 17% höher als Vorjahr (ohne Migrationen)

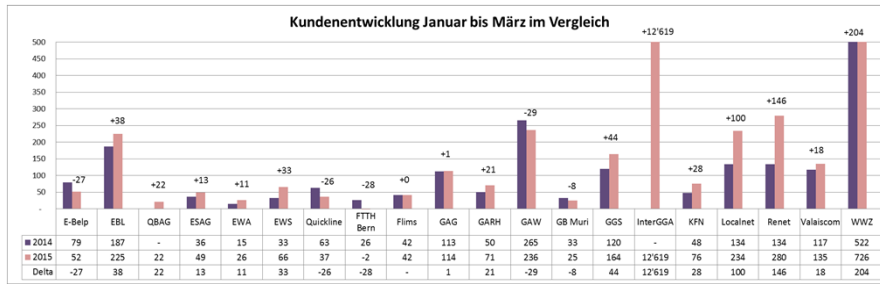
Internetaufschaltungen im Vorjahresvergleich





Guter Jahresbeginn: Organisches Internetwachstum deutlich über Vorjahr

INTERNET – Wachstum Januar bis März 2014/2015



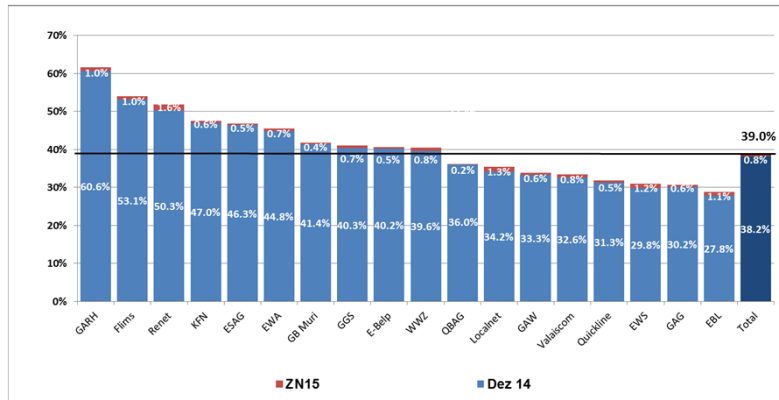
Kundenentwicklung Jan-Mrz	2014	2015	Delta	in %
organisch	2'017	2'476	459	23%
anorganisch	-	12'721	12'721	n/a
Total	2'017	15'197	13'180	653%

Anorganisch 2015 QBAG (+22), InterGGA (+12'619), WWZ Böhler/RAO (+80)



Penetration steigt im Q1 um 0.8%-Punkte auf Ø 39%

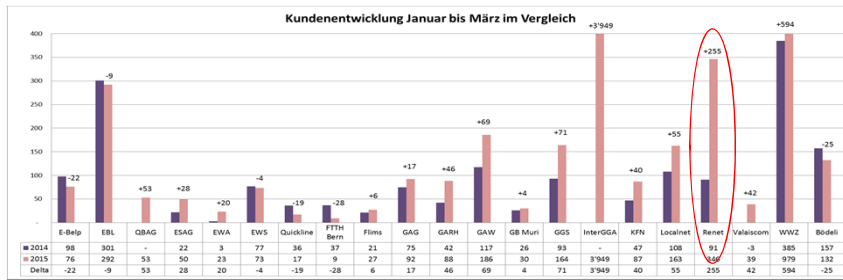
INTERNET – Penetration 2015 (exkl. InterGGA)





• **Swissflat bringt grosses Wachstum: 60% über Vorjahr**

TELEFONIE – Wachstum Januar bis März 2014/2015



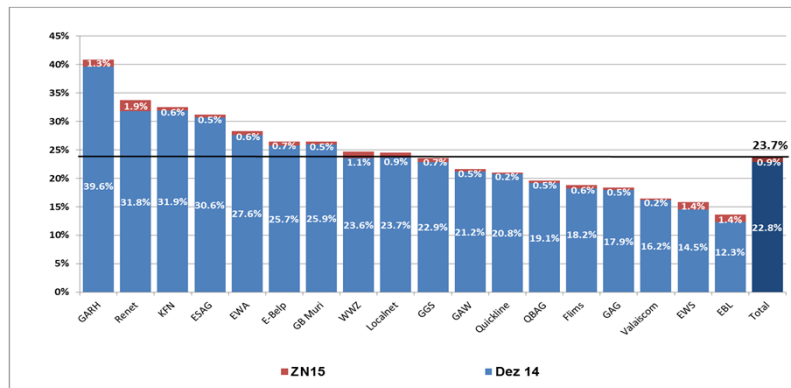
Kundenentwicklung Jan-Mrz	2014	2015	Delta	in %
organisch	1'733	2'765	1'032	60%
anorganisch	-	4'110	4'110	n/a
Total	1'733	6'875	5'142	297%

Anorganisch 2015: QBAG (+53), InterGGA (+3'949), WWZ RAO/Böhler (+108)



Steigerung der Penetration um 0.9%-Punkte auf Ø 23.7%

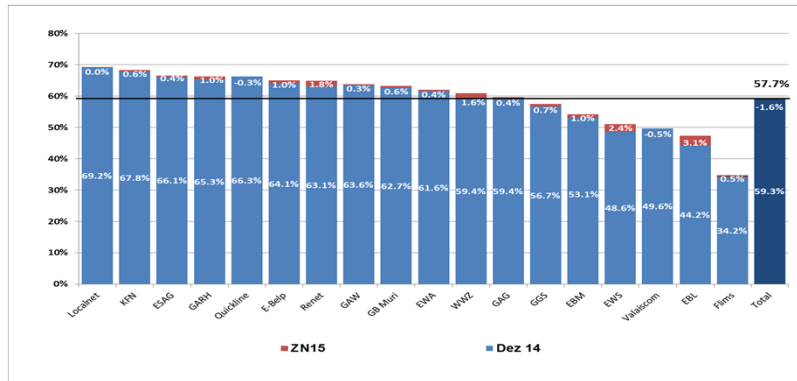
TELEFONIE – Penetration 2015 (in % der Haushalte, exkl. InterGGA)





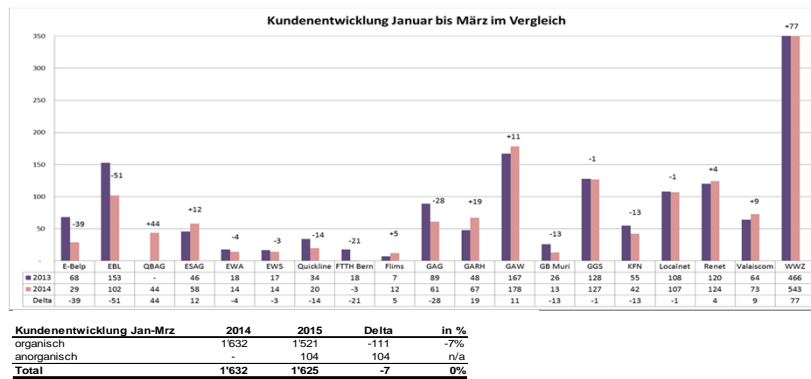
Sinkende Penetration um 1.6%-Punkte auf Ø 57.7%

TELEFONIE – Penetration 2015 (in % Internetkunden)



Wachstumsrückgang bei Verte! aufgrund doppelt so hoher Kündigungsrate im Vergleich zu Vorjahr

VERTE! – Wachstum Januar bis März 2014/2015



Kundenentwicklung Jan-Mrz	2014	2015	Delta	in %
organisch	1'632	1'621	-11	-0.7%
anorganisch	-	104	104	r/va
Total	1'632	1'625	-7	0%

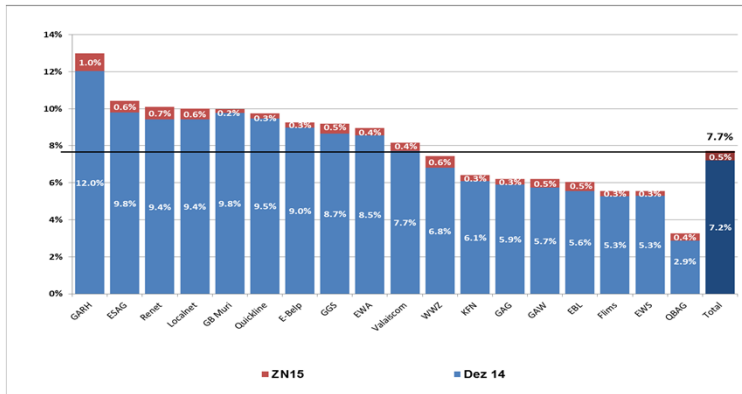
Anorganisch 2015 QBAG (+44), WWZ RAO/Böhler (+60)





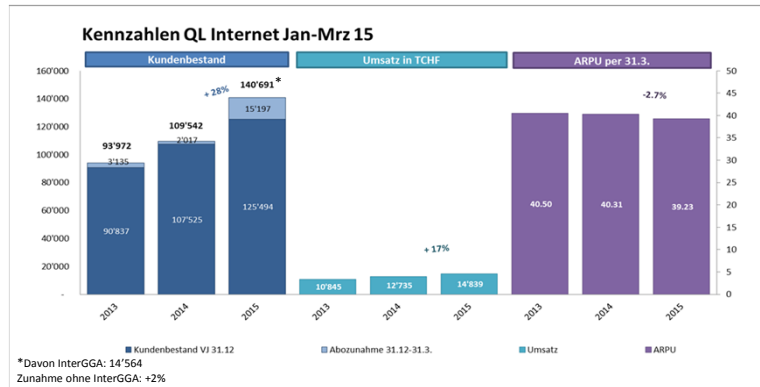
Steigerung der Penetration um 0.5% auf Ø 7.7%

VERTE! – Penetration 2015



ARPU-Reduktion durch Kombis und Migrationsprodukte

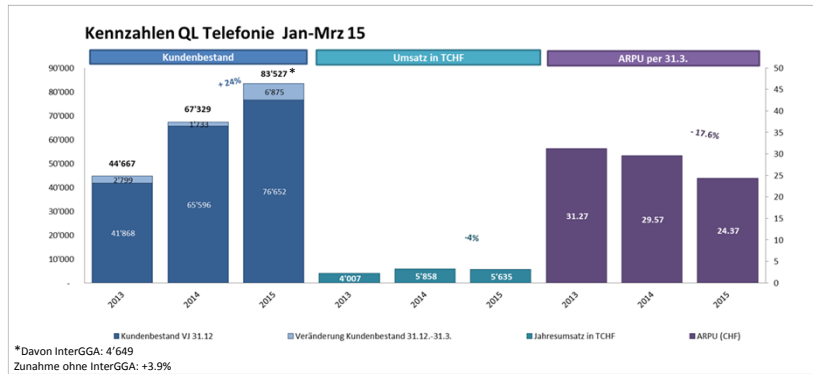
Entwicklung Quickline Internet Januar-März 2015





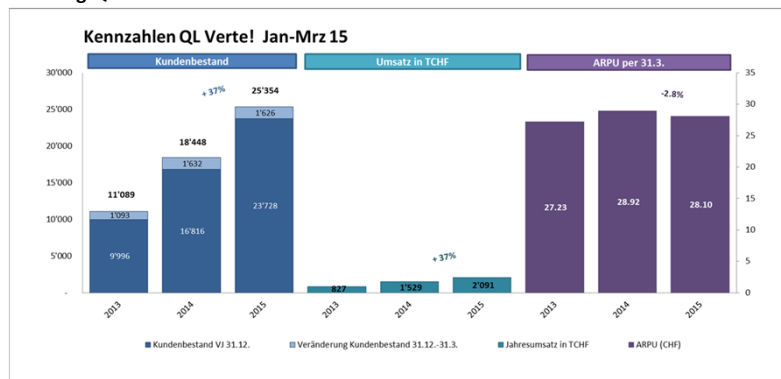
Swissflat mit Kundenwachstum aber ARPU-Rückgang

Entwicklung Quickline Telefonie Januar-März 2015




ARPU-Verlust wegen tieferen VOD/PVR-Nutzung


Entwicklung Quickline Verte! Januar-März 2015



1. Protokoll		6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission	
1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline	(I)	6.1 Neue Modems	(I)
2. Reporting der Kundenentwicklungen		6.2 Information FTTH Projekt	(I)
2.1 Reporting	(I)	7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe	
3. Services und Produkte		8. Diverses	
3.1 Business Produkte QL Office	(I)	8.1 Quickline Business AG	(I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo»	(I)	9. Termin nächste PV	
3.3 Redesign 2015 Verte Plus	(E)		
4. Planung und strategische Fragestellungen			
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit	(I)		
4.2 Massnahme «Service Champion»	(I)		
5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss			

Seite 19 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung




3. Service und Produkte 
3.1 Business Produkte QL Office

Quickline Office Produkte

Konkurrenzvergleich (Schulnoten 1-6)

Beschreibung	QL Office Duo	SC KMU Office	UPC KMU	Sunrise Office
Preisleistung	6	5	6	4
Internet	6	4	6	4
Telefonie	4 (6)	6 (EU Flat)	6 (EU Flat)	5
Mobile	-	5 (10%)	4 (30.- Flat)	6 (15%)
Kundenerlebnis	3 (6)	5	6	3
Wertung	P3 (19)	P2 (20)	P1 (24)	P4 (16)
Ziel	P1 (24)			

Seite 20 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung





Quickline Office Produkte

Segmentierung, Namensgebung

- Klare Segmentierung



- Namensgebung Quickline Office

Begründung	Name alt	Name neu
Klares Verständnis = Konkurrenz	Quickline Office	Quickline Office Internet
Bleibt bestehen	Quickline Office Duo	Quickline Office Duo

→ **Quickline Office** wird neu zur Produktfamilie und schafft platz für weitere Office Produkte!



Quickline Office Produkte

Portfolio

Quickline Office Internet

- Neue Gestaltung der QL Office Internet Produkte
- Aufhebung von der Vermischung von IP-Adressen und SLA
- Einheitliche Störungsbehebung (Störungsbehebung innert 24h oder 12h)
- Mehr Optionen

Quickline Office Duo

- Flat Telefonie Schweiz (Mobile/Festnetz)
- Flat Telefonie Nachbarländer + USA (Mobile/Festnetz)
- Kostenlose QL Mobile Client als Mobile Lösung (verfügbar Ende Juni 2015)
- Desktop Client als Telefon Ersatz / CHF 7.- pro Monat (erste Version verfügbar Ende Juni 2015)
- Einheitliche Störungsbehebung (Störungsbehebung innert 24h oder 12h)

- Schwachstelle: Beim QL Office Duo ist momentan nur **eine Fixe IP Adresse** möglich!



Quickline Office Produkte

Übersicht QL Office Duo

PREMIUM	179,-	STANDARD	99,-	START	75,-
Ideal als Ersatz der alten Telefonanlage plus high Speed Internet		Ideal für 2-5 Telefonapparate inkl. Fax plus schnellem Internet Zugang		Ideal als ISDN Ersatz plus Internet Zugang	
Internet	200/10 Mbit/s	Internet	100/10 Mbit/s	Internet	50/5 Mbit/s
IP Telefon-Anlage	Inklusive plus IVR	IP Telefon-Anlage	Inklusive	IP Telefon-Anlage	Inklusive
Telefonlinien	5 Linien (max. 9)	Telefonlinien	3 Linien (max. 6)	Telefonlinien	2 Linien (max. 3)
QL Mobile App	Inklusive	QL Mobile App	Inklusive	QL Mobile App	Inklusive
Tarif CH-Festnetz	Flat plus*	Tarif CH-Festnetz	Flat plus*	Tarif CH-Festnetz	CHF 0,04/Minute
Tarif CH-Mobile	CHF 0.25/Minute	Tarif CH-Mobile	CHF 0.25/Minute	Tarif CH-Mobile	CHF 0.25/Minute
Business Support	Standard 24h	Business Support	Standard 24h	Business Support	Standard 24h

Optionen

Flat plus pro Linie	CHF 10.00/Monat
Flat Mobile pro Linie	CHF 20.00/Monat
QL Desktop Client	CHF 7.00/Monat
1 Fixe IP Adresse	CHF 20.00/Monat
Business Support Premium 12h	CHF 90.00/Monat
IVR	CHF 7.00/Monat



Quickline Office Produkte

Marketing Massnahmen

- Gestaltung des Marketings durch den Aufbau einer Kundenerlebniskette:



- Neu Produktfamilie **Quickline Office** -> QL Office Internet, QL Office Duo, QL Office Backup usw.
- Anpassung der QL Business Website: zielgruppengerechte Ansprache und Einstieg
- Bessere Aufbereitung und Erklärung der Quickline Business Produkte
- Quickline Office Produkte werden auf der Website besser präsentiert (weniger PDF Dokumente, mehr Interaktion durch multimediale Elemente)
- Verkaufsunterlagen (Print & Onlinemedium) Leporello und Prospekt
- Vereinfachung des Bestellprozess' (bessere Usability durch weniger Hürden und Abbau von Schnittstellen)
- **Schwachstelle: Marketing Kampagne sind noch zu planen!**



Quickline Office Produkte

Vereinfachung Bestellprozess

- Neuer Bestellprozess für QL Office Produkte:



- Der Prozess muss stark vereinfacht werden, so das für den Endkunden das Kundenerlebnis bereits bei der Bestellung sehr positiv beginnt.
- Quickline Business übernimmt mehr Verantwortung.
- Der Bestellprozess wird neu erstellt. Der Kunde kann die Bestellung gleich der Konkurrenz direkt auf der Website in wenigen Schritten durchführen. Produktoptionen und Endgeräten können ebenfalls direkt auf der Website bestellt werden. Der Kunde und der Partner erhalten gleich nach der Bestellung eine Übersicht der kompletten Bestellung. Anschliessend wird die Bestellung komplett durch die MA der Quickline Business durchgeführt und mit dem Partner koordiniert und abgewickelt.




Weiteres Vorgehen

Zusammen mit den KNU (ERFA Gruppe) werden die Themen aufbereitet

Die Anpassung des Namings wurde am Marketingausschuss vom 26.03.2015 freigegeben

- Definition der Produktpassungen. Aufzeigen der Einführungstermine und der Entwicklung gemäss Produktbereitstellungsprozess in Abstimmung mit QLAG dem QMC Team und als Antrag zur Umsetzung in der Juni Partnerversammlung
- Erarbeiten eines «Service Gesamtkonzeptes» zusammen mit den Partnern. Abstimmen in den notwendigen QL-Gremien. Antrag an der Juni Partnerversammlung
- Überarbeiten der Fulfillment- und Assurance Prozesse. Abstimmen in den notwendigen QL Gremien wie der Tools und Prozesse Gruppe und Antrag der relevanten Änderungen in der Juni Partnerversammlung

1. Protokoll		6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission	
1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline	(I)	6.1 Neue Modems	(I)
2. Reporting der Kundenentwicklungen		6.2 Information FTTH Projekt	(I)
2.1 Reporting	(I)	7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe	
3. Services und Produkte		8. Diverses	
3.1 Business Produkte QL Office	(I)	8.1 Quickline Business AG	(I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo»	(I)	9. Termin nächste PV	
3.3 Redesign 2015 Verte Plus	(E)		
4. Planung und strategische Fragestellungen			
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit	(I)		
4.2 Massnahme «Service Champion»	(I)		
5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss			




3. Service und Produkte 

3.2 CH Telekom Markt «Wingo»

Wingo Product

Was wird angeboten?

Primär wird ein Internetanschluss auf Fiber mit 250/25 Mbit/s angeboten.
Ergänzend kann TV und gratis Festnetz Telefonie gewählt werden.

<p>Internet</p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">75</p> <p>CHF pro Monat + CHF 58 einmalige Kosten</p> <p style="font-size: 0.8em;">Highspeed-Internet via Glasfaser, 250 Mbit/s Download, 25 Mbit/s Upload, ohne Mindestvertragsdauer</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center; border: 1px solid white; padding: 2px;">Zur Bestellung</p>	<p>TV</p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">+14</p> <p>CHF pro Monat + CHF 29 einmalige Kosten</p> <p style="font-size: 0.8em;">150 Sender davon 50 in HD-Qualität, bis zu 100 Stunden Aufnahmezeit</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center; border: 1px solid white; padding: 2px;">Zur Bestellung</p>	<p>Fix </p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">+0</p> <p>CHF pro Monat</p> <p style="font-size: 0.8em;">Keine monatliche Grundgebühr, tiefer Minutentarif</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center; border: 1px solid white; padding: 2px;">Zur Bestellung</p>
--	--	--

[LINK](#)

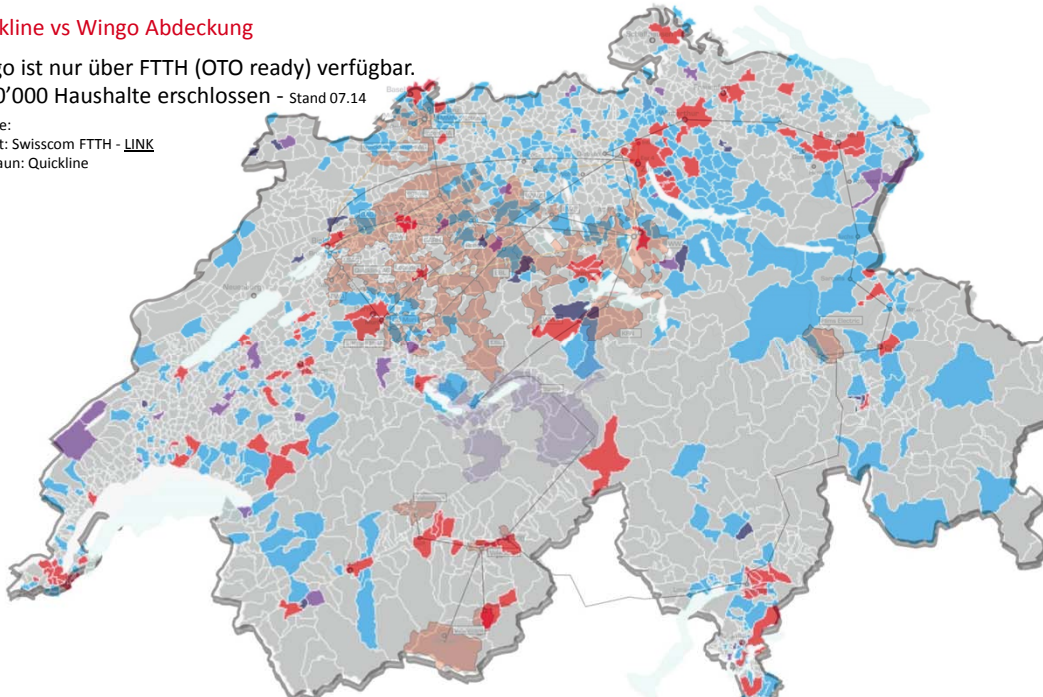
Quickline vs Wingo Abdeckung

Wingo ist nur über FTTH (OTO ready) verfügbar.

> 800'000 Haushalte erschlossen - Stand 07.14

Legende:

- Rot: Swisscom FTTH - [LINK](#)
- Braun: Quickline



Fazit

Angebot und Herausforderung

Wingo bietet:

- ein nationales jedoch eingeschränkt verfügbares Angebot
- ein Angebot ohne Grundanschluss und ohne zusätzliche Kosten
- ein sehr einfaches und minimalistisches Angebot für Kunden, welche primär nur einen sehr schnellen Internet Anschluss benötigen und sich ihr „Bundle“ selber zusammenstellen. (TV online, Music- / Film- Streaming, Cloud usw.)
- ein sehr gutes Preis- / Leistungsverhältnis
- ein sehr klares Leistungsversprechen (garantierter Speed)



Diskussion

Einschätzung der Quickline Partner

Quickline Herausforderungen:

- Ein GA oder FTTH Start stellt die Grundvoraussetzung dar
- Adäquates Angebot fehlt (Preis-/Leistung und Einfachheit)
- Unsere Angebote und die Kommunikation erreichen die Wingo Zielgruppe weniger

Was heisst dies für Quickline?

- Ist ein „stand alone“ Internet mit hohen Bandbreiten und ohne Grundanschluss ein Marktbedürfnis?
- Macht es sinn dieses Marktbedürfnis abzubilden?
- Wollen wir „stand alone“ Internet ohne GA anbieten?
- Was ist unsere Antwort auf dieses Angebot?

1. Protokoll

- 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline (I)

2. Reporting der Kundenentwicklungen

- 2.1 Reporting (I)

3. Services und Produkte

- 3.1 Business Produkte QL Office (I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo» (I)
3.3 Redesign 2015 Verte Plus (E)

4. Planung und strategische Fragestellungen

- 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit (I)
4.2 Massnahme «Service Champion» (I)

5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss

6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission

- 6.1 Neue Modems (I)
6.2 Information FTTH Projekt (I)

7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe

8. Diverses

- 8.1 Quickline Business AG (I)

9. Termin nächste PV



Redesign 2015 Verte Plus

Ausgangslage

Veränderungen am Markt und Risikominimierung veranlassen uns zum proaktiven Handeln

- Swisscom hat per 9.3.2015 die Vivo Kombis im Bereich Internet mit teils massiv mehr Leistung ohne Preisanpassung angepasst
- Das neue Quickline Produktportfolio könnte per Anfang 2015 am Markt eingeführt werden. Die Verzögerung von Vision und die Tatsache, dass die neuen Produkte an Vision gekoppelt waren, führte dazu, dass wir die Produkte nicht wie vorgesehen an den Markt bringen konnten
- In der Zwischenzeit haben wir die **neuen Produkt Kombis von Vision entkoppelt** und wären somit in der Lage, auf die aktuellen Marktgegebenheiten zu reagieren

Neue und innovative 4-Play Angebote

- Das Produktdesign mit Verte plus inklusive der Kostenteiler wurde an der PV vom 20.02.2015 abgenommen
- Das „Redesign 2015 Verte plus“ könnte per August 2015 auf HFC und FTTH lanciert werden



Redesign 2015 Verte Plus

Markttreiber

- Die Einführung der neuen Kombi Produkte war auf Herbst 2014 geplant und wurde mit der Verschiebung von Vision „mit verschoben“
- Einführung der FTTH Produkte mit Symmetrie und FTTH Start
- Swisscom ist sehr aktiv auf dem Markt – Reaktion Produkt- sowie Kommunikations- Seitig gefordert
 - Teils massive Bandbreiten Erhöhung in den Kombis per 9.3.2015
 - Einführung „Wingo“ LINK mit Internet Standalone und Gratis-Telefonie per 1.4.2015
 - Bandbreiten Erhöhung in den Natel easy smart Datenpaketen per 1.4.2015
 - Einführung Infinity Plus per 13.4.2015
- „Frontrunner“. Erster Anbieter mit innovativen und attraktiven 4P Kombis (Marktvorsprung)
- Neukunden sind ab Einführung auf dem neuen Portfolio und können mit identischem Preis auf Vision überführt werden. (Migrationserleichterung)



Redesign 2015 Verte Plus

Interne Treiber und Risikomanagement

- Definitive Einführung von Vision im Jahr 2015 ist nicht gesichert
- Bei weiterer Vision Verzögerung, hätten wir trotzdem ein marktgerechtes Portfolio
- Risikominimierung bei zweistufiger Einführung des Redesign:
 - 1. Schritt: neue Portfoliostruktur, neue Prozesse
 - 2. Schritt: neue TV Plattform Vision
- Backup wenn Vision Plattform nach der Einführung nicht wie erwartet laufen würde. Redesign mit Verte Plus könnte weitergeführt werden.



Redesign 2015 Verte Plus

Massnahmen zur zusätzlichen Attraktivierung aufgrund der Swisscom Offensive

Leistungsupdate per August 2015:

- Bandbreitenerhöhung beim AiO S: von 10/1 auf 20/2 Mbit/s
- Erhöhung Verte Plus PVR AiO M / L / XL: Verdoppelung
- Erhöhung Replay Sender AiO M / L / XL: von 40 auf 75 Sender ([LINK](#))

(Die Leistungen bei PVR und Replay Sender bleiben nach wie vor geringer als mit Vision um per dessen Einführung einen grossen Leistungsvorteil zu gewährleisten.)

	AiO S CHF 60	AiO M CHF 85	AiO L CHF 105	AiO XL CHF 130
Bandbreiten:				
Verte Plus (05.2015)	10/1	50/5	100/10	250/20
→ Redesign Verte Plus (08.2015)	20/2	50/5	100/10	250/20
Vision (12.2015 tbc)	20/2	50/5	100/10	250/20
PVR Stunden:				
Verte Plus (05.2015)	20	50	100	200
→ Redesign Verte Plus (08.2015)	20	100	200	400
Vision (12.2015 tbc)	20	500	1000	1500
Replay Sender:				
Verte Plus (05.2015)	1	40	40	40
→ Redesign Verte Plus (08.2015)	1	75	75	75
Vision (12.2015 tbc)	1	130	130	130



Redesign 2015 Verte Plus

Update Kombi Angebote

Quickline Kombi-Pakete	All-in-One S	All-in-One M	All-in-One L	All-in-One XL
Internet Download/Upload Quickline Personal Cloud Online-Speicher inklusive	20/2 Mbit/s 5 GB	50/5 Mbit/s 10 GB	100/10 Mbit/s 20 GB	250/20 Mbit/s 40 GB
*Festnetz Swiss Flat inkl. Gratis-Telefonie in alle CH-Netze	✓	✓	✓	✓
Mobile Smart Start	✓	✓	✓	✓
HDTV – Verte plus Senderinfos TV-Sender Record Replay Mobile TV	Über 130 20 Stunden 1 Sender / 30 Stunden	Über 190 100 Stunden 75 Sender / 30 Stunden	Über 190 200 Stunden 75 Sender / 7 Tage	Über 210 400 Stunden 75 Sender / 7 Tage
Kosten pro Monat	CHF 60.–	*CHF 85.–	*CHF 105.–	CHF 130.–

NEU

* Ohne Festnetz Swiss Flat: Rabatt CHF 15.–
Eine zweite Set-Top Box kostet CHF 10.–
Erweiterte Aufnahme: CHF 1.30 / Monat für weitere 10 Stunden
Die Preise verstehen sich exkl. Kabel-TV-Grundgebühren der Kabelnetzunternehmen.

Seite 37

16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung



Redesign 2015 Verte Plus - Pricing

Preissenkungen mittels Promotionen

Grundsätzlich soll das Vision Pricing auch für das Redesign Verte Plus übernommen werden. Um die geringere Leistung im AiO M und L auszugleichen, sollen zusätzliche befristete Promotionen bis zum Vision Launch eingeführt werden.

Varianten:

- V1: Zusätzlicher Gratismonat bei AiO M und L bei Abschluss bis zur Vision Einführung. Promo 3 + 1.
- V2: 3 Monate gratis und danach 9 Monate mit einem Rabatt von CHF 10.00 / Monat bei AiO M und L
- V3: Keine Monate gratis, 12 Monate Rabatt AiO S 10.00 / AiO M 25.00 / AiO L 30 / AiO XL 35
- V4: Anstelle 3 Monate gratis auf allen AiO's ein Tablet (z.B. Samsung Tab 4 10.1") geschenkt plus 6 Monate einem Rabatt von CHF 10.00/ Monat bei AiO M und L.

Promotionswert:

	AiO S 60 CHF	AiO M CHF 85	AiO L CHF 105	AiO XL CHF 130
Aktuelle Promo 3 Mt. gratis	180	255	315	390
V1	180	340	420	390
V2	180	345	405	390
V3	120	300	360	420
V4	250	310	310	250

Empfehlung QLAG V3

Seite 38

16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung





Antrag

Entkoppelung der Produkt Kombis von Vision

Entscheide	Ja	Nein
Genehmigung: <i>Entkoppelung der neuen Produkt Kombis von der Einführung Vision</i>	✓	
Genehmigung: <i>Proaktive Marktbeobachtung des CH Telekom Marktes in den nächsten 2 Monaten</i>	✓	
Genehmigung: <i>Entscheid über den Einführungszeitpunkt an der Juni PV</i>	✓	

- | | |
|---|---|
| 1. Protokoll | 6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission |
| 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline (I) | 6.1 Neue Modems (I) |
| | 6.2 Information FTTH Projekt (I) |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe |
| 2.1 Reporting (I) | |
| 3. Services und Produkte | 8. Diverses |
| 3.1 Business Produkte QL Office (I) | 8.1 Quickline Business AG (I) |
| 3.2 CH Telekom Markt «Wingo» (I) | |
| 3.3 Redesign 2015 Verte Plus (E) | 9. Termin nächste PV |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | |
| 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit (I) | |
| 4.2 Massnahme «Service Champion» (I) | |
| 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | |

4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit



Projektbeschreibung

Ziel der Erhebung:

- Messen der Kundenzufriedenheit
- Erfassen der Kundenurteile zu Internet, Festnetz, Mobile, Digital-TV und Verte!

Befragungszeitraum: Januar 2015

Methode:

- Online Fragebogen
- Einladung der Kunden per Email

Zielpublikum:

Quickline Kunden (inklusive Partner)

Kabelnetz-unternehmen	Ausgangs-adressen mit Email	Interviews	Teilnahme-quote
Energie Belp	3136	534	17.03%
Energie Seeland AG	3293	465	14.12%
EW Aarberg	1367	174	12.73%
Films Electric AG	1082	155	14.33%
GA Reg. H'buchsee	3126	457	14.62%
GA Weissenstein GmbH	3990	462	11.58%
GA Reg. Grenchen	3993	457	11.45%
GB Muri	2219	346	15.59%
GGsnet	3988	506	12.69%
KFN	3915	535	13.67%
Localnet AG	3989	628	15.74%
RENET AG	3996	545	13.64%
Valaiscom AG	1368	220	16.08%
WWZ	3999	413	10.33%
EBL	1872	375	20.03%
EWS	745	151	20.27%
Quickline AG (EWB)	701	135	19.26%
Quickline AG (GBM)	2012	301	14.96%
Quickline AG (Muttenz)	405	71	17.53%
Quickline Business AG	175	39	22.29%
Total	49'371	6969	14.12%

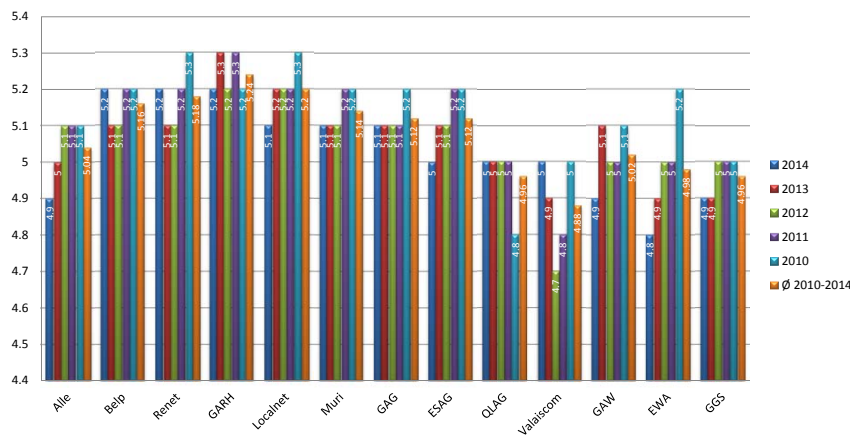
Quickline Business AG wurde aufgrund der zu geringen Fallzahl (n=39) im nachfolgenden Gesamtindex ausgeschlossen.



4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit



Gesamtzufriedenheit aller "Bestands-Partner" von 2010 - 2014



- Belp & Renet haben in der Bewertung der Gesamtzufriedenheit zugelegt.
- Über alle Partner gesehen, hat die Gesamtzufriedenheit über die letzten 5 Jahre etwas abgenommen.
- Mit der Durchschnittsnote 5.04 befinden wir uns immer noch in einem guten Wert, jedoch muss die Verschlechterung von 2014 gegenüber 2013/12 kritisch betrachtet werden!



4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit

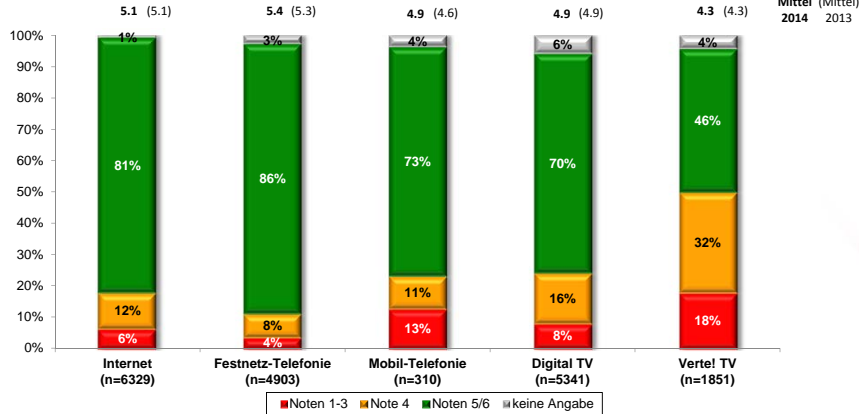


Zufriedenheit mit den Produkten

A30. Wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Produkten?

Filter: nutzt Quickline-Angebot

Bewertung auf der Schulnoten skala von 1 (überhaupt nicht zufrieden) bis 6 (voll und ganz zufrieden)



- Mit der Festnetz-Telefonie sind die Kunden sehr zufrieden
- gefolgt vom Internet
- Digital TV und Verte! TV werden gleich gut wie im letzten Jahr bewertet.
- Die Mobil-Telefonie hat sich gegenüber dem letzten Jahr verbessert.

Die Antwortdaten sind proportional zur Anzahl Kunden je Partner gewichtet



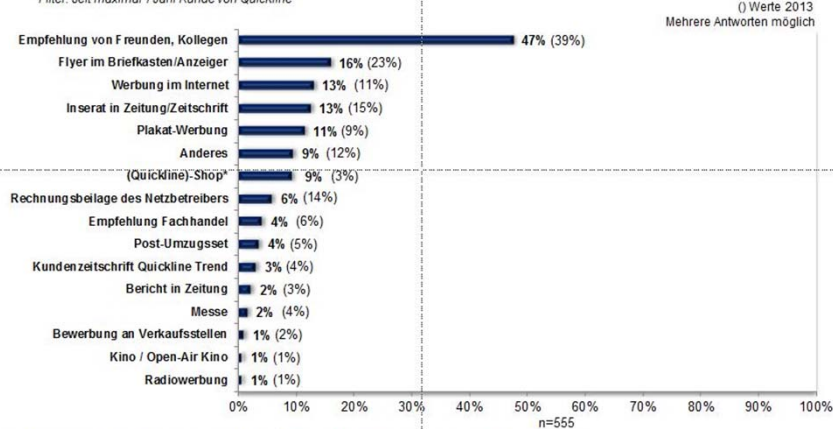
4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit



Kennenlernen Quickline

B10. Wie sind Sie auf Quickline aufmerksam geworden?

Filter: seit maximal 1 Jahr Kunde von Quickline



- Mund-zu-Mund Propaganda: Rund 4 von 10 Neukunden haben Quickline auf Empfehlung von Freunden und Kollegen kennengelernt.
- Rund 1 von 7 Neukunden wurde via Flyer im Briefkasten auf Quickline aufmerksam.

*nur bei Localnet-, Renet-, Valaiscom-, ggsnet-, EBL-, EWS-, KFN-, WWZ-, EWA- und GAW-Kunden abgefragt

Die Antwortdaten sind proportional zur Anzahl Kunden je Partner gewichtet



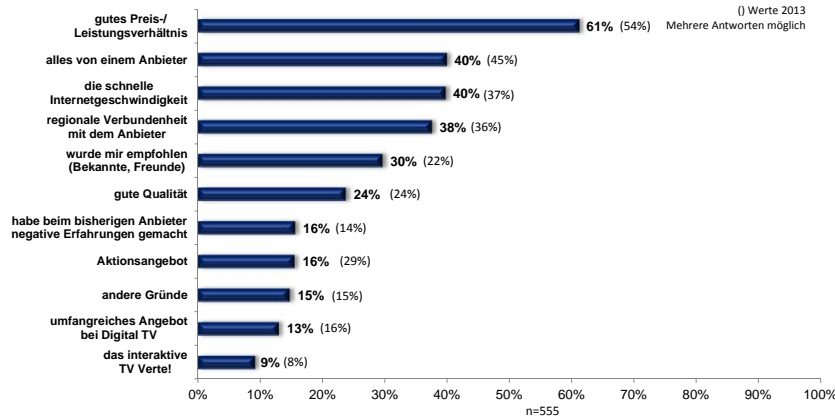
4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit



Entscheidungskriterien für Quickline

B30. Es gibt ja verschiedene Gründe, weshalb man sich für ein bestimmtes Produkt entscheidet. Was waren bei Ihnen die drei hauptsächlichsten Gründe weshalb Sie sich für die Quickline-Produkte entschieden haben?

Filter: seit maximal 1 Jahr Kunde von Quickline



- Hauptargument für den Entscheid zugunsten von Quickline ist weiterhin das gute Preis-/Leistungsverhältnis
- gefolgt von 'alles von einem Anbieter'
- Negative Erfahrungen beim bisherigen Anbieter sind hingegen nicht so ein häufiger Grund für einen Wechsel zu Quickline.

Die Antwortdaten sind proportional zur Anzahl Kunden je Partner gewichtet



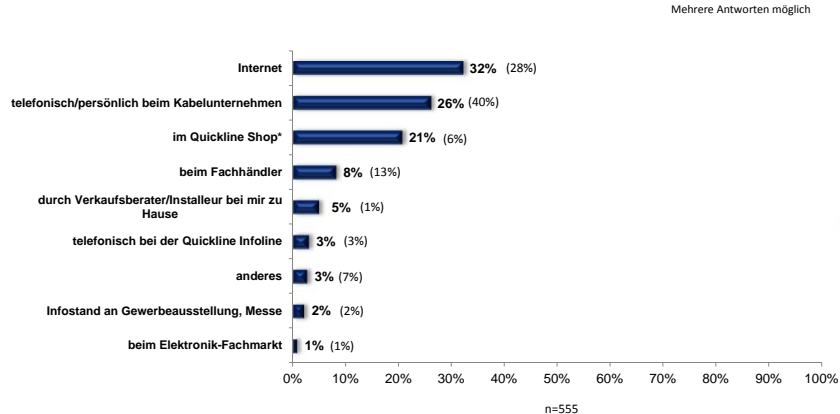
4. Planung und strategische Fragestellungen
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit



Art der Anmeldung bei Quickline

B40. Wie haben Sie sich für Quickline angemeldet?

Filter: seit maximal 1 Jahr Kunde von Quickline



- Am häufigsten haben sich die Kunden direkt im Internet bei ihrem Kabelnetzunternehmen angemeldet.
- Am zweithäufigsten telefonisch oder persönlich bei ihrem Kabelnetzunternehmen, dies jedoch bedeutend weniger häufig als noch vor einem Jahr.

*nur bei Localnet-, Renet-, Valaiscom-, ggsnet-, EBL-, EWS-, KFN-, WWZ-, EWA- und GAW-Kunden abgefragt

Die Antwortdaten sind proportional zur Anzahl Kunden je Partner gewichtet





Fazit und Massnahmen

Die Kundenzufriedenheit als ein Messinstrument für den «Service Champion»

- Die Gesamtzufriedenheit im QL Verbund hat in den letzten 5 Jahren leicht abgenommen
- Im Durchschnitt sind unsere Kunden mit uns zufrieden (Wert leicht über 5.0)
- Wir wollen uns weiterentwickeln und verbessern, dafür werden wir das Projekt «Service Champion» starten

- | | | | |
|---|-----|---|-----|
| 1. Protokoll | | 6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission | |
| 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline | (I) | 6.1 Neue Modems | (I) |
| | | 6.2 Information FTTH Projekt | (I) |
| 2. Reporting der Kundenentwicklungen | | 7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe | |
| 2.1 Reporting | (I) | | |
| 3. Services und Produkte | | 8. Diverses | |
| 3.1 Business Produkte QL Office | (I) | 8.1 Quickline Business AG | (I) |
| 3.2 CH Telekom Markt «Wingo» | (I) | | |
| 3.3 Redesign 2015 Verte Plus | (E) | 9. Termin nächste PV | |
| 4. Planung und strategische Fragestellungen | | | |
| 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit | (I) | | |
| 4.2 Massnahme «Service Champion» | (I) | | |
| 5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss | | | |



We are the «Service Champion»

Einheitliche Ansätze entlang der Kundenerlebniskette

- Der Kunde soll vom ersten Augenblick an von uns begeistert und begleitet werden. Dies erreichen wir nur mit einem einheitlichen Verständnis, was für alle Partner als Verpflichtung und Teil des Quickline Gedankens gilt. „Wahrnehmen, Informieren, Bestellen, in Betrieb nehmen, Nutzen, Hilfe bekommen, Angebot wechseln“ bildet die Erlebniskette.



Die groben Ziele die wir verfolgen:

- Image, hohe Kundenzufriedenheit, Retention, minimieren Churn, Mehrumsatz etc.
- Klare Strukturen, Prozesse, Verantwortlichkeiten, welche für alle verständlich und identisch sind. Dies stärkt den Grundgedanken des Verbundes, weil der Kunde wohin er auch immer geht, die selbige Quickline Qualität im selbigen Ablauf erhält.




Weiteres Vorgehen


Zusammen mit den Quickline Partnern erarbeiten wir den nötigen Benchmark

- Analyse und Aufarbeitung der Kundenerlebniskette und deren Subtasks
- Gruppenbildung mit Einbezug von dedizierten Partnern zur finalen Definition von Service Champion im Verhältnis zur Kundenerlebniskette. Es werden verschiedenste Workshops im 2015 dazu stattfinden
- Partnervorschlag: Renet, Energie Belp, Valaiscom, EWA, EWK, WWZ
- Bestimmen der Benchmarks und der dazugehörigen Massnahmen
- Roll out Ende Q2 / 2016 mit stetiger Weiterentwicklung

1. Protokoll	
1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline	(I)
2. Reporting der Kundenentwicklungen	
2.1 Reporting	(I)
3. Services und Produkte	
3.1 Business Produkte QL Office	(I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo»	(I)
3.3 Redesign 2015 Verte Plus	(E)
4. Planung und strategische Fragestellungen	
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit	(I)
4.2 Massnahme «Service Champion»	(I)
5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss	
6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission	
6.1 Neue Modems	(I)
6.2 Information FTTH Projekt	(I)
7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe	
8. Diverses	
8.1 Quickline Business AG	(I)
9. Termin nächste PV	

Seite 51 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung




6. Anträge Inputs aus der Tech. Kommission 
6.1 Neue Modems

Neue Modems

Lifecycle WLAN Modem

TC7230 von Technicolor

- 24 x 8, Full band Tuner
- WLAN 2.4 GHz (802.11n 2x2), 5 GHz (802.11ac 3x3)
- Extensives WLAN Testing bei Excentis
- Bestellfreigabe ab 1. April 2015
- Feldtest April + Mai mit «Friendly Customers»
- Produktionsstart ab Juni sofern Feldtest erfolgreich
- Preis innerhalb VPA CHF 101.40
- Einführungsaktion 1.4. bis 30.6.2015: CHF 91.40



QUICKLINE

Seite 52 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung



Neue Modems

Lifecycle WLAN Modem

Offene Punkte aus Diskussion innerhalb TK

Unmittelbar:

- Bridge Modus (Support bis Juni geplant um Phase-Out 57x zu unterstützen)
- Einfluss auf WLAN Modem Einmalgebühren -> PM/MKT-GRP

Mittelfristig

- Voller Zugang des Kunden zum Modem GUI («Advanced Mode») -> TEC/PM/Partner
- «Günstigeres» Bridge-Modem Data/Voice -> TEC/PM/MKT-GRP




Neue Modems

FTTH Modem für P2P


Genesis Platinum-6820

- 4 x Gbps LAN
- 2 x POTS
- 1 x USB
- WLAN
2.4 GHz (802.11n & 2x2 MIMO)
5 GHz (802.11ac)
- Ohne RF-Port!
- Für QL-Partner abrufbar ab sofort (CHF 163.-)



1. Protokoll		6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission	
1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline	(I)	6.1 Neue Modems	(I)
2. Reporting der Kundenentwicklungen		6.2 Information FTTH Projekt	(I)
2.1 Reporting	(I)	7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe	
3. Services und Produkte		8. Diverses	
3.1 Business Produkte QL Office	(I)	8.1 Quickline Business AG	(I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo»	(I)	9. Termin nächste PV	
3.3 Redesign 2015 Verte Plus	(E)		
4. Planung und strategische Fragestellungen			
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit	(I)		
4.2 Massnahme «Service Champion»	(I)		
5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss			

Seite 55 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung



6. Anträge Inputs aus der Tech. Kommission 
6.2 Information FTTH Projekt

Projektplan

FTTH Projekt Milestones

Milestones:

- Migrationen der 'alten' Ericsson FTTH-Kunden auf die 'neuen' Huawei FTTH-Systeme muss bis Mai 2015 abgeschlossen sein
- SW-Entwicklung (QMC) bis Ende Juni 2015 abgeschlossen
- Acceptance-Tests für Juli 2015 geplant
- Schulungen der Partner & QL-KD optional vor oder nach Juli 2015 geplant
- FTTH-Rollout Freeze pro Partner kombiniert mit Migration 'alte' auf 'neu' FTTH Architektur ab August 2015 geplant
=> benötigt eine Abstimmung mit allen FTTH-Partner
- Nach erfolgreicher Migration pro Partner stehen die neuen FTTH-Rolloutprozesse zur Verfügung

Hinweis:

- In dieser Phase konnten ausschliesslich die Residential-Prozesse und-Produkte abgebildet werden
=> die Business-Produkte werde nachfolgend entwickelt (Technik/QMC) und eingeführt

Seite 56 16.04.2015 | Quickline Partnersversammlung





Projektplan

FTTH Projekt Milestones

Risiken:

- Komplexe Integration mit mehreren Hersteller macht Zeitplanung schwierig
- Performance des Lieferanten Huawei
- Änderungseinflüsse seitens QL Partner (Monitoring, Prozesse)

Offene Punkte aus TK Diskussion

- Supportfunktionen sind aus Sicht Partner zu wenig spezifiziert. Was wird im ersten Release wirklich supported?

1. Protokoll

- 1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline (I)

2. Reporting der Kundenentwicklungen

- 2.1 Reporting (I)

3. Services und Produkte

- 3.1 Business Produkte QL Office (I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo» (I)
3.3 Redesign 2015 Verte Plus (E)

4. Planung und strategische Fragestellungen

- 4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit (I)
4.2 Massnahme «Service Champion» (I)

5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss

6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission

- 6.1 Neue Modems (I)
6.2 Information FTTH Projekt (I)

7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe

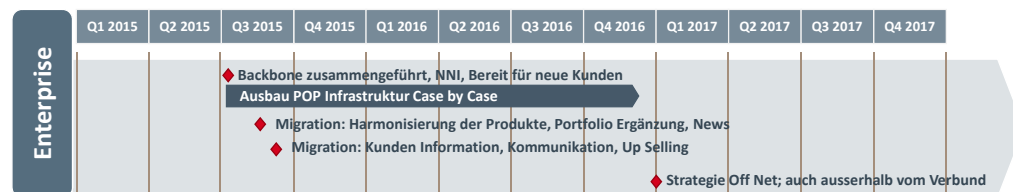
8. Diverses

- 8.1 Quickline Business AG (I)

9. Termin nächste PV

Backbone und Migration Enterprise GK Kunden

Roadmap



- Erster Pilot, Deal:
Delfin Amazonia / Qualipet: 4 Stao Glas, 87 Stao FTTH oder xDSL

Datacube

Baudokumentation

<http://business.quickline.ch/enterprises/datacenter/>

Statusbericht:

- **Kunden Event: 24. und 26. März 2015 mit gegen 200 Besucher**
- **Fertigstellung letzte Phase**
- **Auch einmal eine erfreuliche Berichterstattung aus unserer Region und unsern Medien**
- **erfolgreichen Abnahme durch den Kunden Rocket per 1. April 2015**
- **potentielle Pipeline**

1. Protokoll		6. Anträge Inputs aus Tech. Kommission	
1.1 Antrag ggsnet. Stimmrechtanteil Quickline	(I)	6.1 Neue Modems	(I)
2. Reporting der Kundenentwicklungen		6.2 Information FTTH Projekt	(I)
2.1 Reporting	(I)	7. Anträge / Inputs aus der Tools- & Prozessgruppe	
3. Services und Produkte		8. Diverses	
3.1 Business Produkte QL Office	(I)	8.1 Quickline Business AG	(I)
3.2 CH Telekom Markt «Wingo»	(I)		
3.3 Redesign 2015 Verte Plus	(E)		
4. Planung und strategische Fragestellungen		9. Termin nächste PV	
4.1 Präsentation Endkundenzufriedenheit	(I)		
4.2 Massnahme «Service Champion»	(I)		
5. Anträge / Inputs aus dem Marketingausschuss			

9. Termin nächste PV 

PV vom 18. Juni 2015

Situation: Wir halten am Termin 18. Juni fest (danke "einewäg" fürs Doodeln)

Ein Fest für Biel : Tour de Suisse Etappenankunft am 18. Juni

>> Wir würden euch gerne einladen, live im VIP-Zelt an der Etappenankunft dabei zu sein (in Biel)
inkl. kurzes Meet & Greet mit Fabian Cancellara
ca. 16.00 - 19.00h (erwartete Zielankunft = ca. 18.00h)

- Umfrage: Wer hätte Interesse an dieser Einladung?
- Und wäre es möglich, die PV zeitlich vorzuzuschieben?
10.00 - 12.00h (anschl. Mittagessen)
14.00 - 16.00h



**WIR SAGEN
DANKE**