

<b>Datum</b>	31. Januar 2013, 09.00 - 13.00 Uhr
<b>Ort</b>	Biel, Finecom
<b>Anwesend</b>	Marcel Eheim, GAW, Matthias Grossenbacher, Renet, Roger Kälin, ggsnet, Hans-Peter Bregy, Valaiscom Stefan Nieland, WWZ Nicolas Perrenoud, Nick Gast, Lukas Gysling, Reto Bitschnau, Marcel Gaggioli, Jacqueline Bühlmann, Finecom
<b>Entschuldigt</b>	Thomas Seiderer, Energie Belp, Roy Simmonds
<b>Verteiler</b>	Alle An- und Abwesenden
<b>Protokollführer</b>	Jacqueline Bühlmann

Die Präsentationsfolien wurden 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.

	<b>(E) Entscheid, (P) Pandez, (I) Info</b>	<b>Zuständig</b>	<b>Termin</b>
<b>1.</b>	<b>Protokoll der letzten Sitzung</b> keine Bemerkungen. Nachtrag der Protokollführerin: T.Seiderer und M.Eheim waren am 15.11.2012 anwesend und gingen aus Versehen auf der Präsenzliste vergessen.		
<b>2.</b>	<b>Produkt Management</b>		
<b>2.1</b>	<b>Produktdesign QL Business (Internet/Telefonie)</b> L.Gysling verteilt an der Sitzung einen Konzeptvorschlag, der in Zusammenarbeit mit Stefan Nieland erarbeitet wurde. Zielgruppe = Kleinunternehmen (2-10 Mitarbeitende) > Details siehe Folienpräsentation.		
(P)	Für die Partnerversammlung vom 21.2. sollen folgende Punkte spezifiziert bzw. geändert werden: - Standard SLA und Option Business-SLA. Leistungen genau definieren (Störungsannahme, Meantime to Repair, Kosten). - Symmetrisches Abo 10/10: wegnehmen. - Telefontarife (wieviel inkludiert) noch im Detail berechnen. Dasselbe Angebot wie Swisscom rechnet sich bei QL nicht. Differenzierung gegenüber SC sollte beim Internet-Access und beim Abo-Preis liegen. - Telefonapparate: max 2-3 Lieferanten. Standard-Modelle. VPBX ist virtuell (in der Cloud), ohne Telefonanlage. - Frühester realistischer Termin für RfS: Juni 2013. Phase 1: Access-Anpassung per 1. Mai Phase 2: Telefonie-Anpassungen im Q3 - Zusammenarbeit mit Vertriebspartner muss geklärt und umgesetzt werden (Interesse, Prozesse). Auch eine zentrale Lösung wäre möglich.  An der PV soll das Internet-Produkteangebot verabschiedet werden sowie die Grundsätze des Telefonie-Angebots.	L.Gysling/ S.Nieland	PV 21.2.

<p><b>2.2</b></p> <p>(P)</p>	<p><b>Multiscreen</b>  Realisiert wird eine White-Label-Lösung von Zattoo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ohne Werbeunterbrechung</li> <li>• Logos und Brand-bezogene Texte werden angepasst</li> <li>• Farben werden angepasst</li> <li>• Gewisse Inhalte werden angepasst</li> <li>• Als Login könnte das MyQuickline-Login dienen</li> <li>• Keine Schnittstelle zu Verte!</li> <li>• Einführung: 1. Mai 2013</li> <li>• Wird allen All-in-One-Kunden gratis hinzugeboten:</li> <li>• Bronze/Silber: Live-TV in «SD»</li> <li>• Gold/Platin: Live-TV in «HD» plus Freeze (30h)</li> <li>• Bronze- und Silber-Kunden können Freeze und HD zusätzlich aufschalten gegen eine monatliche Gebühr von CHF 3.00-4.00 (CHF 1.10 für UHG)</li> </ul> <p>Warum überhaupt ein solches Produkt: Alle Mitbewerber führen ein solches Angebot. Auch bei Quickline soll ein Multiscreen-Erlebnis geboten werden, damit Kunden unterwegs bzw. auf dem Tablet fernsehen können. Ohne Zattoo-Werbung und mit zeitversetzten Funktionen.</p> <p>Anpassungen für PV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CHF 4.00 für Bronze- und Silber-Kunden</li> <li>• Namensvorschlag: Quickline mobil tv</li> </ul>	<p>L.Gysling</p>	<p>PV 21.2.</p>
<p><b>2.3</b></p> <p>(P)</p> <p>(P)</p> <p>(I)</p> <p>(I)</p>	<p><b>Senderangebot</b>  Der Aufschalttermin 30.4. oder 23.4. wird nochmals überprüft. Sofern HD-Sender "P7S1RTL" kommen, muss es kommunikativ gut begleitet werden, da Sendersuchläufe erforderlich sind. Finecom erstellt Infoblatt für KNUs wie bei Umschaltung 2012.</p> <p>2. Februarwoche ist Swisscable-Termin in Bern betreffend P7S1RTL-HD-Sender.</p> <p>Nächster Umschalttermin ist per 29. Oktober 2013 geplant.</p>	<p>L.Gysling</p> <p>J.Bühlmann</p>	<p>asap</p> <p>Feb.</p>
<p><b>2.4</b></p> <p>(I)</p>	<p><b>Verte! Informationen</b>  Fast schon «courant normal»: Stabilität ist erreicht, Verbesserungen sind in Planung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolgt: Ausbau Freeze um 10 weitere Sender (per 15. Januar 2013) sowie Wiederaktivierung Serienaufnahme</li> <li>• Erfolgt: Integration des VoD-Aggregators Homedia (HollyStar) und Ausbau des Filmangebots auf über 1'000 Titel</li> <li>• Facebook-App wird entfernt (im Februar 2013)</li> <li>• Geplant: Freeze auf 30 Stunden erweitern (Q2 2013)</li> <li>• Die wichtigen HD-Sender in Freeze integrieren (Q2 2013)</li> </ul>		
<p><b>2.5</b></p> <p>(I)</p>	<p><b>Verte! GT12</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offizielle Einführung ab 1. März 2013</li> <li>• Gebühr wird von CHF -.80 auf CHF 1.10 bei den regulären Preisen erhöht (Erhöhung um Rp. 30)</li> <li>• Preise werden auf 1.3.13 angepasst</li> <li>• Kunden werden im Februar informiert, zusammen mit Infoschreiben und VOD-Booklet.</li> <li>• Die neuen (betroffenen) Endpreise sind dann: AiO Gold CHF 91.10 –; AiO Platin CHF 121.10; Verte! CHF 26.10</li> <li>• Die Promopreise bleiben wie bisher (Die Gebühr muss korrekt im Kleingedruckten ausgewiesen werden).</li> </ul> <p>Der Quickline-Marketingausschuss stimmt dem vorgeschlagenen Vorgehen zu.</p>		

<p><b>2.6</b></p> <p>(I)</p> <p>(P)</p>	<p><b>Mobiltelefonie</b>          Finecom hat mit Reto Bitschnau seit 16. Januar einen neuen Produkt Manager.</p> <p>An letzter PV beschlossene Massnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergünstigung von CHF 5.- pro Monat für alle All-in-One-Kunden, welche ein Mobil-Abo bestellen.</li> <li>• Einführung ab 1. März 2013 (Promo befristet bis 30.6.).</li> </ul> <p>Vorgesehene Mobil-Anpassungen in den Bereichen (per 1.3.):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Smartphones</li> <li>• Höhere Subventionen</li> <li>• Günstigere Abos, v.a. Flat-Abo.</li> </ul>	<p>PM R.Bitschnau</p>	<p>1.3.13</p>
<p><b>2.7</b></p> <p>(E)</p> <p>(P)</p>	<p><b>Promo QuickDeal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beim Neu-Abschluss eines All-in-One-Abos erhält der Kunde zusätzlich einen WLAN-Router geschenkt</li> <li>• Gilt für alle All-in-One-Abotypen</li> <li>• Gilt für Bestellungen ab 1. März bis Ende April.</li> <li>• WLAN-Router (WWZ-Vorschlag):            D-Link DIR-655            EP: CHF 71.-            VP (bei WWZ): CHF 129.- (ohne Konfiguration)</li> <li>• CHF 179.- (mit Konfiguration – sofort einsetzbar beim Endkunden zu Hause)</li> </ul> <p>M.Eheim hat im Vorfeld ein anderes Gerät beantragt:          Zyxel NBG 419N v2.</p> <p>Entscheid: Es wird ein einheitliches Angebot kommuniziert, mit unverbindlicher Preisempfehlung für die Variante ohne Konfiguration.</p> <p>Factsheet mit allen Details folgt raschmöglichst.</p>	<p>L.Gysling</p>	<p>KW 06</p>
<p><b>2.8</b></p> <p>(I)</p> <p>(E)</p> <p>(P)</p>	<p><b>Kombiangebot "All-in-One Light"</b>          L.Gysling fasst mündlich die Meinungen der Partner zusammen (Zirkularumfrage):</p> <p>Die meisten fänden es eine sinnvolle Ergänzung. Betreffend Preis/Leistung und kommunikativer Positionierung gibt es unterschiedliche Ansichten. Grösste unüberwindbare Hürde bleibt die einheitliche Grundgebühr.</p> <p>Meinung GAW: Begrüssst ein Einsteigerprodukt.          WWZ: Swisscom macht im Moment sehr aggressive Werbung. Haben im letzten Monat Verdoppelung der Plombierungen.</p> <p>Warum überhaupt ein AiO Light: Antwort auf "Gratis TV-Swisscom". Soll primär der Retention helfen, Neukundengewinnung eher sekundär.          Kommunikation: auf Preisliste, Website. Nicht in Kampagne pushen.          Bei Einführung sollte das AiO Silber eingefroren werden.          R.Kälin ist gegen AiO Light.</p> <p>Trotz Gegenstimme von R.Kälin beantragt die Marketinggruppe eine Einführung des AiO Light auf die nächste PV.          RfS 1. Mai.</p>	<p>L.Gysling</p>	<p>PV 21.2.</p>

<b>2.9</b>	<b>Garantiegesetz</b> Finecom beantragt die kulante Regelung:		
(I)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle verkauften Geräte und andere physischen Produkte erhalten 2 Jahre Garantie.</li> <li>• Gilt rückwirkend für alle Produkte, die am 1.1.2013 noch unter Garantie waren.</li> <li>• AGB werden, wo nötig, auf 1.3.13 angepasst.</li> <li>• Diese Regelung gilt für den ganzen Quickline-Verbund.</li> </ul>		
(E)	Die Marketinggruppe unterstützt diesen Vorschlag.	L.Gysling	PV 21.2.
<b>2.10</b>	<b>Quickline Vision</b>		
(I)	L.Gysling hat Timing und wichtigste Funktionen in den Folien zusammengefasst (siehe Präsi). Aus Zeitgründen wird an der Sitzung nicht darauf eingegangen.		
(P)	Vorstellung an der nächsten PV.	L.Gysling	PV 21.2.
<b>3.</b>	<b>Kommunikation</b>		
	<b>Planung Kommunikation 2013</b>		
(I)	J.Bühlmann präsentiert kurz die geplanten Kommunikationsmassnahmen für 2013. Details siehe Präsi. Änderungen gegenüber 2012:		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online-Werbung wird verstärkt.</li> <li>- QL Trend wird auf 2 Ausgaben reduziert.</li> <li>- 4x pro Jahr wird neu ein VOD-Booklet an Verteil-Kunden versendet</li> <li>- Kinowerbung wird reduziert auf Openair-Kinos.</li> <li>- Projekt Kostenbeteiligung wird nicht mehr weitergeführt. Eine lokale Verstärkung der Kampagnen ist nach wie vor sinnvoll und erwünscht.</li> </ul>		
(E)	Die Quickline-Kommunikationsmassnahmen für 2013 werden von der Marketing-Gruppe in der vorgeschlagenen Form verabschiedet. Die Umsetzung erfolgt durch das Finecom Kommunikationsteam.		
	<b>Neue Bildwelt "Fabian Cancellara"</b>		
(I)	Das Fotoshooting ist im Dezember erfolgt. Das CI-Manual ist aktuell in der Überarbeitung. Eine Hierarchie der Bildwelt ist erstellt. Details siehe Präsentation. Die Pressemitteilung "Markenbotschafter" wurde heute (31.1.) versendet. Ab jetzt können wir offiziell mit den Bildern nach Aussen auftreten. Die Website wird auch entsprechend angepasst.		
	<b>März-Kampagne</b>		
(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.	J.Bühlmann	April
(P)	Sujet: Vorschlag c) wird von der Marketinggruppe ausgewählt. Es werden noch Anpassungen in der Headline (Gratis TV-Sender) und in der farblichen Hervorhebung des QuickDeals gemacht.	J.Bühlmann	Feb.

<p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(E)</p>	<p><b>Anpassungen QL-Trend</b></p> <p>Im Jahr 2012 wurden verschiedene Verteilarten ausprobiert (Streumailing, Directmailing und Anzeiger-Beilage). Die Kundenumfrage zeigt eine grosse Akzeptanz der Zeitschrift. Das Ziel "Neukundengewinnung" konnte nicht erreicht werden.</p> <p>Daher empfiehlt J.Bühlmann, QL Trend im 2013 als reine Kunden-Zeitschrift zu positionieren. Formale Änderungen gegenüber 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2x jährlich, zwischen den Kampagnen (statt 3x)</li> <li>• Einheitliche Versandart, per Post an Kunden (keine Streuversände oder Anzeiger-Beilagen)</li> <li>• Mehr redaktionelle, weniger werberische Aussagen</li> <li>• 20 Seiten statt 24 Seiten (produktionstechnisch günstiger, Druck + Gewicht (Porto))</li> </ul> <p>Inhaltlich wird der VOD- und Pay-TV-Teil reduziert zugunsten von redaktionellen Beiträgen.</p> <p>Die Marketinggruppe verabschiedet das Konzept.</p>		
<p>(I)</p> <p>(P)</p>	<p><b>Aktions-Preisauszeichnung</b></p> <p>Eine Privatperson hat bei der Schweiz. Lauterkeitskommission eine Beschwerde gegen die "ab-Aktionsauszeichnung" von Quickline eingereicht. Es sei unlauter und irreführend.</p> <p>Eine Nachfrage beim Anwalt und bei SLK hat ergeben, dass unsere Preisauszeichnungen auf der Website klar sind. Auf eine reine Darstellung des tiefsten "ab-Preises" (ohne Aufschlüsselung) sollte aber zukünftig verzichtet werden. Dies wird als irreführend beurteilt.</p> <p>Die Kommunikation wird dies zukünftig entsprechend berücksichtigen.</p>	<p>J.Bühlmann</p>	
<p><b>4.</b></p>	<p><b>Vertrieb</b></p>		
<p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(I)</p> <p>(I)</p>	<p><b>Statusbericht Neue Vertriebskanäle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Mobilezone</u> Der Vertrag ist noch nicht unterzeichnet. Aktuell in Verhandlung ist noch die "Airtime-Fee". N.Perrenoud informiert, dass es ein schwieriger und auch teurer Partner ist.</li> <li>• <u>Post</u> Die Visualisierungsmassnahmen für 2013 wurden definiert. Das Erscheinungsbild ab 20. Februar steht fest (siehe Präsi). M.Gaggioli informiert, dass die Zusammenarbeit mit den KNUs seitens Post sehr geschätzt wird. Die Erfahrungen hinsichtlich Abschlüsse sind bei den KNUs sehr unterschiedlich: Renet verzeichnet gute Erfolge, ggsnet schlechte.</li> <li>• <u>Fust</u> Erneuter Versuch für verbesserte Zusammenarbeit ist am Laufen.</li> <li>• <u>Mediamarkt</u> Der Vertrag wurde auf 28.2.2013 gekündigt.</li> </ul>		

(I)	<p><b>Outbound</b> Per 28.1.2013: 15'381 erreichte Kunden. 80'879 getätigte Anrufe.</p> <p>Topseller: 330 AiO Bronze, 145 AiO Gold, 45 Verte!</p> <p>Die Takerate liegt bei Internet-only-Kunden: 6,3%. DTV-Kunden: 2,4% Pilot Strom Huttwil: 3,8%</p>		
<b>5.</b>	<b>Diverses</b>		
	<b>Jährliche Infopflicht</b>		
(I)	<p>Bakom hat uns auf folgende Pflichten aufmerksam gemacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Art. 40: Sperrung von Mehrwertdiensten &gt;Hinweis bei Vertragsabschluss und 1x jährlich</li> <li>• Art. 10a: Internationale Roaming-Tarife und Aktivierung/Deaktivierung &gt;Hinweis bei Vertragsabschluss und 1x jährlich</li> <li>• Info über Schlichtungsstelle &gt;muss zwingend auf der Rechnung des KNU stehen</li> <li>• Hinweis zu Bakom-Website betreffend Inhaber von Mehrwertdienst-Nummern &gt;sollte auf der Rechnung des KNU stehen</li> <li>• Art. 41: Schutz vor Minderjährigen (Gesetzliche Pflicht)</li> </ul>		
(P)	<p>Damit wir dieser Pflicht nachkommen können, schlägt J.Bühlmann vor, jährlich einen Infolyer (gespickt mit Quickline-Werbung) zu drucken und als Rechnungsbeilage zu versenden.</p>	J.Bühlmann	tbd
(E)	<p>Die Marketinggruppe ist mit dem Vorschlag einverstanden.</p>		
	<b>Preise Smartphones</b>		
(P)	<p>M.Eheim beanstandet, dass die Preise diverser Endgeräte bei Quickline zu teuer angeboten werden. Die Preise sind proaktiv in Überprüfung.</p>	R.Bitschnau	
	<b>Abos für Vertriebspartner</b>		
(P)	<p>M.Eheim schlägt vor, den Vertriebspartnern anstelle der Einzelprodukte (Internet + Verte!) ein Take2-Abo anzubieten. M.Gaggioli prüft die Idee.</p>	M.Gaggioli	
	<b>Auswertung A-/B-Vertriebspartner</b>		
(P)	<p>Die Partner wünschen eine Info der Auswertung aller Partner pro Gebiet.</p>	M.Gaggioli	
	<b>Verte! Updates</b>		
(I)	<p>Gemäss Mail vom 31.1. von Nick Gast werden ab sofort die Partner über alle Verte!-Firmware-Updates informiert.</p>		
<b>6.</b>	<b>Nächste Sitzung</b>		
	21. März 2013		


# QL Marketingsitzung


31. Januar 2013  
Biel



<b>1. Protokoll/Pendenzen</b> (E)		<b>4. Vertrieb</b>	(I)
		- Statusberichte	
<b>2. Produkt Management</b>		<b>5. Diverses</b>	(E)
2.1 Business-Angebot	(E)	- Infopflicht (Bakom)	
2.2 Multiscreen	(E)		
2.3 Senderangebot	(I)	<b>6. Nächste Sitzung</b>	
2.4 Verte!: Informationen	(I)		
2.5 Verte!: GT12	(E)		
2.6 Mobiltelefonie	(I)		
2.7 Promo QuickDeal	(E)		
2.8 Kombiangebote: „All-in-One Light“	(E)		
2.9 Garantiesgesetz	(E)		
2.10 Quickline Vision	(I)		
<b>3. Kommunikation</b>			
- Planung Kommunikation 2013	(E)		
- März-Kampagne	(E)		
- Anpassungen QL-Trend	(E)		
- Aktions-Preisauszeichnung	(I)		

2







## 1. Protokoll der letzten Sitzung


### Bemerkungen?

Protokoll/Pendenzen


**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

3



Protokoll/Pendenzen

<p><b>1. Protokoll/Pendenzen</b> (E)</p>	<p><b>4. Vertrieb</b> (I) - Statusberichte</p>	
<p><b>2. Produkt Management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Business-Angebot (E)</li> <li>2.2 Multiscreen (E)</li> <li>2.3 Senderangebot (I)</li> <li>2.4 Verte!: Informationen (I)</li> <li>2.5 Verte!: GT12 (E)</li> <li>2.6 Mobiltelefonie (I)</li> <li>2.7 Promo QuickDeal (E)</li> <li>2.8 Kombiangebote: „All-in-One Light“ (E)</li> <li>2.9 Garantiesgesetz (E)</li> <li>2.10 Quickline Vision (I)</li> </ul>	<p><b>5. Diverses</b> (E) - Infopflicht (Bakom)</p>	<p><b>6. Nächste Sitzung</b></p>
<p><b>3. Kommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planung Kommunikation 2013 (E)</li> <li>- März-Kampagne (E)</li> <li>- Anpassungen QL-Trend (E)</li> <li>- Aktions-Preisauszeichnung (I)</li> </ul>		



**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

4






# Produktdesign QL Business

Quickline Produktmanagement  
Präsentation Marketing-Ausschuss 31. Januar 2013




## Quickline Business Produktdesign

### 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

## Quickline Business Produktdesign

### Übersicht der Internet-Angebote

	30 KMU	60 KMU	100 KMU	Symm.
<b>Bandbreite</b>	30/3	60/6	100/10	10/10
<b>Fixe IP</b>	Nein	1	1	1
<b>Installation</b>	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>Security</b>	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>Dediz. Hotline</b>	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>SLA</b>	Best Effort	Best Effort	Best Effort	Best Effort
<b>Abopreis</b>	CHF 55.-	CHF 90.-	CHF 115.-	CHF 105.-
<b>Einm. Kosten</b>	CHF 150.-	CHF 150.-	CHF 150.-	CHF 150.-
<b>Minstdauer</b>	1 Jahr	1 Jahr	1 Jahr	1 Jahr
<b>Schnittstelle</b>	Modem-Router, inkl.	Modem-Router, inkl.	Modem-Router, inkl.	Modem-Router, inkl.
<b>WLAN-Router</b>	Optional	Optional	Optional	Optional
<b>Option Business-SLA</b>	Nein	Ja, CHF 60.-	Ja, CHF 60.-	Ja, CHF 60.-
<b>Zusätzliche IP</b>	Nein	CHF 20.-/IP	CHF 20.-/IP	CHF 20.-/IP



7

## Quickline Business Produktdesign

### Übersicht der Telefonie-Angebote (1/2)

	Analog A	Analog B	PBX A	PBX B	PBX C
<b>QL-Internet-Anschluss</b>	Zwingend	Zwingend	Zwingend	Zwingend	Zwingend
<b>Anzahl Sprachkanäle</b>	2	2	2	5	10
<b>Zusatz-Kanäle möglich</b>	2 mit 2. Modem	2 mit 2. Modem	Ja (abhäng. von PBX)	Ja (abhäng. von PBX)	Ja (abhäng. von PBX)
<b>Telefonapparate für Analog-Lösung</b>	Normale analoge	Normale analoge	x	x	x
<b>Telefonapparate für vPBX-Lösung</b>	X	X	VoIP-Apparate	VoIP-Apparate	VoIP-Apparate
<b>Telefonapparate für SIP-Trunking-Lösung</b>	X	X	VoIP-Apparate	VoIP-Apparate	VoIP-Apparate
<b>Zentrale-Funktionen</b>	Wenige	Wenige	Voll (abhäng. von PBX)	Voll (abhäng. von PBX)	Voll (abhäng. von PBX)
<b>Faxanschluss</b>	Auf 1 Spr.k.	Auf 1 Spr.k.	Über Analog-Anschluss	Über Analog-Anschluss	Über Analog-Anschluss
<b>Webfax</b>	Nein	Nein	Möglich	Möglich	Möglich



8

## Quickline Business Produktdesign

### Übersicht der Telefonie-Angebote (2/2)

Fortsetzung	Analog A	Analog B	PBX A	PBX B	PBX C
Anzahl Sprachkanäle	2	2	2	5	10
Abopreis	CHF 39.-	CHF 59.-	CHF 49.-	CHF 169.-	CHF 545.-
Tarif im Firmenverbund	Inkl.	Inkl.	Inkl.	Inkl.	Inkl.
Tarif CH-Festnetze	Inkl.	Inkl.	Inkl.	Inkl.	Inkl.
Tarif CH-Mobilnetze	CHF 0.30/Min.	Inkl.*	CHF 0.30/Min	Inkl.*	Inkl.*
Tarif International	Nach Tarifplan	Nach Tarifplan	Nach Tarifplan	Nach Tarifplan	1'000 Min. pro Vertrag
Anzahl Nummern	2	2	vPBX: beliebig SIP-T: abhäng. von PBX	vPBX: beliebig SIP-T: abhäng. von PBX	vPBX: beliebig SIP-T: abhäng. von PBX

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

9

## Quickline Business Produktdesign

### Details zu den Angeboten

<b>Bandbreite</b>	selbsterklärend
<b>Fixe IP</b>	selbsterklärend
<b>Installation</b>	Wird durch den KNU und/oder durch den Vertriebs- und Installationspartner (Elektroinstallateure) gemacht
<b>Security</b>	Security Package wie im heutigen Business-Internet-Angebot
<b>Dediz. Hotline</b>	Wie heute: Business-Kunden haben eine andere Hotline zum Kundendienst als Privatkunden und können 7x24 jemanden erreichen
<b>SLA</b>	Ist eine Garantie für gewisse Leistungen über den Best-Effort-Ansatz hinaus. Wie heute soll – wo angegeben – eine «durchschnittliche Reparaturzeit» (Mean Time To Repair, MTTR) von 8 Stunden garantiert werden

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

10

## Quickline Business Produktdesign

### Details zu den Angeboten

<b>Abopreis</b>	selbsterklärend
<b>Einmal. Kosten</b>	Selbsterklärend. Speziell vom Kunden gewünschte Installations- und Konfigurationsleistungen wären zusätzlich zu verrechnen
<b>Mindestdauer</b>	Mindestvertragsdauer – der sonst bei QL übliche Ansatz: 1 Jahr (9+3 – nach 9 Monaten kann unter Einhaltung der 3-monatigen Kündigungsfrist der Vertrag beendet werden) Mit längerer Mindestvertragspflicht könnten andere Preis-elemente u.U. günstiger gestaltet werden, z.B. Einmalige Kosten.
<b>Schnittstelle</b>	Zum Einsatz kommt der übliche Modem-Router
<b>WLAN-Router</b>	Kann zusätzlich oder als WLAN-Modem-Router gegen einmaligen Aufpreis zur Nutzung abgegeben werden
<b>Option Business-SLA</b>	MTTR 8h

QUICKLINE  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

11

## Quickline Business Produktdesign

### Details zu den Angeboten

<b>QL-Internet-Anschluss</b>	Muss QL-Business-Abo sein. Bei SIP-Trunking-Lösung braucht es mindestens X Mbps
<b>Anzahl Sprachkanäle</b>	Wie viele Gespräche können gleichzeitig geführt werden
<b>Zusatz-Kanäle möglich</b>	Bei analoger Lösung im Prinzip vorstellbar: Mit 2. Modem 2 weitere Sprachkanäle hinzufügen
<b>Telefon-Apparate</b>	Bei Analog-Lösung: Normale analoge Apparate Bei vPBX-Lösung: VoIP-Apparate Bei SIP-Trunking-Lösung: Normale analoge Apparate und VoIP-Geräte
<b>Zentrale-Funktionen</b>	Siehe separate Folie
<b>Faxanschluss</b>	Braucht einen analogen Anschluss. Bei VPBX-Lösung kann ein analoger Anschluss des Modem-Routers verwendet werden.

QUICKLINE  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

12

## Quickline Business Produktdesign

### Details zu den Angeboten

<b>Webfax</b>	Einkommende Faxe werden als PDF an eine Mail-Adresse weitergeleitet. Ausgehende Faxe müssen eingescannt und per Mail an bestimmte Mail-Adresse geschickt werden
<b>Tarif im Firmenverbund</b>	selbsterklärend
<b>Tarif CH-Festnetze</b>	selbsterklärend
<b>Tarif CH-Mobilnetze</b>	selbsterklärend
<b>Tarif International</b>	selbsterklärend
<b>Anzahl Nummern</b>	Welche von der Lösung unterstützt werden

13



## Quickline Business Produktdesign

### Zentrale-Funktionen

- Rufnummernanzeige\*
- Kurzwahl, Haltefunktion, Gespräche mit und ohne Rückfrage verbinden
- Anrufbeantworter/Voice Mail mit E-Mail-Zustellung von Sprachnachrichten\*
- Rufweiterleitung (sofort, verzögert, mehrstufig intern oder extern)
- Ringruf
- Tag-/Nachtschaltung
- Interne Teilnehmer, Kurznummer-Plan
- Besetztanzeige
- Music on Hold
- Konferenzschaltung
- Detaillierte Gesprächsübersicht online, inkl. Export für Auswertungen\*
- Zustellung von Fax als PDF-Datei per E-Mail
- Webfax-Funktion für den Faxversand direkt aus dem Web-Portal

\* Diese Funktionen sind auch bei der Analog-Lösung vorhanden

14



**Quickline Business  
Produktdesign**

**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 <u>Internet Security Package</u> 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 Inklusive ✓ Optional auch mit fixen IP-Adressen erhältlich (Preise unten abgebildet)		
<b>Preis pro Monat</b>	<b>58.-</b>	<b>98.-</b>	<b>148.-</b>

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Quickline Business  
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

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.-

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Marktsituation**

**Was bietet UPC Cablecom im Bereich Telefonie?**

VPBX-Lösung:

Virtuelle Telefonanlage		Preis einmalig	Preis monatlich	
Business Voice Virtual PBX	5 Teilnehmer	250.-	35.-	<a href="#">ANFRAGEN</a>
Business Voice Virtual PBX	10 Teilnehmer (1 gratis)	500.-	63.-	<a href="#">ANFRAGEN</a>
Business Voice Virtual PBX	20 Teilnehmer (3 gratis)	750.-	119.-	<a href="#">ANFRAGEN</a>

Folgende Leistungen sind im Service inbegriffen:

- Business-Support
- Störungsannahme rund um die Uhr
- Störungsbehebung innerhalb von 24 Stunden während der Supportzeiten

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Marktsituation**

**Was bietet UPC Cablecom im Bereich Kombis?**

**KMU Power Duo**

**149.-**  
statt 213.-

- 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

**KMU Smart Duo**

**99.-**  
statt 143.-

- 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

**KMU Basic Duo**

**69.-**  
statt 83.-

- 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



## Quickline Business Produktdesign

### 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
<b>Optionen</b>			
Business SLA	130.–		Für alle Privatprofile

19



## Quickline Business 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

20





**Quickline Business  
Produktdesign**

**Marktsituation**

**Was macht Swisscom im Bereich Telefonie?**

**MultiLINE ISDN**  
1 Anschluss, 2 Linien, bis zu 10 Rufnummern. MultiLINE ISDN ist die zuverlässige und günstige Lösung für kleinere Unternehmen.

**Anschlussstyp: ISDN**  
Lässt keine Wünsche offen

**3 Rufnummern**  
Ausbaubar auf 5 oder 10 Rufnummern

**2 gleichzeitig nutzbare Linien**  
Telefonieren und faxen oder surfen und telefonieren - gleichzeitig statt nacheinander

**CHF 0.08/Min.**  
Festnetz Normaltarif

**Abo mit**

3 Rufnummern	CHF 43.20/Mt.
5 Rufnummern	CHF 54.00/Mt.
10 Rufnummern	CHF 64.10/Mt.

Noch nicht Kunde von Swisscom? [Bestellen](#)  
 Bereits Kunde von Swisscom? [Bestellen mit Login](#)

Einschaltkosten CHF 43.- (Standard-Grundkosten bei 3 Rufnummern)

Verwalten Sie Ihren Anschluss im Kundencenter.  
[Zum Kundencenter](#)




**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

21

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Marktsituation**

**Was macht Swisscom im Bereich Telefonie?**

	Business Connect	Business Connect ★ ★ ★	Business Connect ★ ★ ★ ★	Business Connect ★ ★ ★ ★ ★
		Gratistelefonie ins Festnetz	Gratistelefonie ins Fest- und Mobilnetz	Gratistelefonie ins Fest- und Mobilnetz + 300 Gratisminuten ins Ausland <sup>1</sup> pro Kanal
	CHF 26.- pro Kanal <sup>2</sup>	CHF 45.- pro Kanal <sup>2</sup>	CHF 55.- pro Kanal <sup>2</sup>	CHF 65.- pro Kanal <sup>2</sup>
	Anzahl Sprachkanäle im Firmennetz 8 Rp./Min. ins Swisscom Mobilnetz 30 Rp./Min. ins fremde Festnetze 8 Rp./Min. ins fremde Mobilnetze 30 Rp./Min. international (Festnetz)	1 oder mehr ✓ ✓ ✓ ✓ Nach Preisplan	2 oder mehr ✓ ✓ ✓ ✓ Nach Preisplan	2 oder mehr ✓ ✓ ✓ ✓ 300 Min./pro Kanal
	Bellebiger Breitbandanschluss	Breitbandklasse 1, 2 oder 3 <sup>1</sup>	Breitbandklasse 2 oder 3 <sup>1</sup>	Breitbandklasse 3 <sup>1</sup>
		10% Gutschrift auf alle NATEL <sup>®</sup> business infinity-Abos <sup>4</sup> Telefonieren in alle Netze, SMS/MMS und surfen – schweizweit unlimitiert.		

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

22

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Kombiangebote**

**Angebotene Kombis mit Analog-Lösung**

	<b>Analog-Kombi 1</b>	<b>Analog-Kombi 2</b>	<b>Analog-Kombi 3</b>	<b>Analog-Kombi 4</b>
<b>Tel.</b>	<b>Analog A:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl.	<b>Analog B:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobil inkl.*	<b>Analog B:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobil inkl.*	<b>Analog A:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl.
<b>Internet</b>	<b>30/3</b> - Dyn. IP	<b>60/6</b> - 1 fixe IP	<b>100/10</b> - 1 fixe IP	<b>10/10</b> - 1 fixe IP
<b>Preis</b>	<b>CHF 94.-</b>	<b>CHF 149.-</b>	<b>CHF 174.-</b>	<b>CHF 144.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

23

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Kombiangebote**

**Angebotene Kombis mit PBX-Lösung**

	<b>PBX-Kombi 1</b>	<b>PBX-Kombi 2</b>	<b>PBX-Kombi 3</b>	<b>PBX-Kombi 4</b>
<b>Tel.</b>	<b>PBX A:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl.	<b>PBX B:</b> - 5 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobil inkl.*	<b>PBX C:</b> - 10 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobil inkl.* - 1'000 Int. Minuten	<b>PBX A:</b> - 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl.
<b>Internet</b>	<b>30/3</b> - Dyn. IP	<b>60/6</b> - 1 fixe IP	<b>100/10</b> - 1 fixe IP	<b>10/10</b> - 1 fixe IP
<b>Preis</b>	<b>CHF 104.-</b>	<b>CHF 259.-</b>	<b>CHF 659.-</b>	<b>CHF 154.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

24

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Vergleich mit Swisscom**

**Analog-Lösungen (ISDN)**

	<b>Quickline Analog-Kombi 1</b>	<b>Swisscom KMU Office ***</b>
<b>Tel.</b>	- 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CHF 0.30/Min. für Mobilnetze	- 1 Kanal - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CHF 0.32 – 0.35/Min. für Mobilnetze - inkl. Anschlussgebühr
<b>Internet</b>	<b>30/3</b> - Dyn. IP	<b>10/1</b> - Dyn. IP - Wlan-Router
<b>Preis</b>	<b>CHF 94.-</b>	<b>CHF 89.-</b>

25

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Vergleich mit Swisscom**

**Analog-Lösungen (ISDN)**

	<b>Quickline Analog-Kombi 2</b>	<b>Quickline Analog-Kombi 3</b>	<b>Swisscom KMU Office ****</b>
<b>Tel.</b>	- 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.*	- 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.* - International inkl.*	- 2 ISDN-Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl. - 300 Min. Ländergruppe 1 inkl. - inkl. Anschlussgebühr
<b>Internet</b>	<b>60/6</b> - 1 fixe IP	<b>100/10</b> - 1 fixe IP	<b>50/5 (wo möglich)</b> - 1 fixe IP - Wlan-Router
<b>Preis</b>	<b>CHF 149.-</b>	<b>CHF 174.-</b>	<b>CHF 169.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

26

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Vergleich mit Swisscom**

**vPBX-Lösungen**

	<b>Quickline PBX-Kombi 1</b>	<b>Swisscom Business Connect ***</b>
<b>Tel.</b>	- 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CHF 0.30/Min. für Mobilnetze*	- 2 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CHF 0.30/Min. für Mobilnetze
<b>Internet</b>	<b>30/3</b> - Dyn. IP	<b>20/2</b> - Dyn. IP
<b>Preis</b>	<b>CHF 104.-</b>	<b>CHF 159.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

27

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**Quickline Business  
Produktdesign**

**Vergleich mit Swisscom**

**vPBX-Lösungen**

	<b>Quickline PBX-Kombi 2</b>	<b>Swisscom Business Connect ****</b>	<b>Swisscom Business Connect ****</b>
<b>Tel.</b>	- 5 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.*	- 5 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.	- 5 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.
<b>Internet</b>	<b>60/6</b> - 1 fixe IP	<b>20/2</b> - 1 fixe IP	<b>50/5</b> - 1 fixe IP
<b>Preis</b>	<b>CHF 259.-</b>	<b>CHF 354.-</b>	<b>CHF 419.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

28

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

## Quickline Business Produktdesign

### Vergleich mit Swisscom

#### vPBX-Lösungen

	Quickline PBX-Kombi 3	Swisscom Business Connect *****
<b>Tel.</b>	- 10 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl.* - International inkl.*	- 10 Kanäle - Firmenverbund inkl. - CH-Festnetz inkl. - CH-Mobilnetze inkl. - 300 Min. Intern./Kanal
<b>Internet</b>	<b>100/10</b> - 1 fixe IP	<b>50/5</b> - 1 fixe IP
<b>Preis</b>	<b>CHF 659.-</b>	<b>CHF 794.-</b>

\* «Inkl.» = mit Fair Use Policy

29



## Quickline Business Produktdesign

### 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.

30



## 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.


31

## Herausforderungen

### Generell

- Plattformscheid (vPBX oder SIP-Trunking) muss gefällt werden
- Lösungspartner noch nicht bestimmt
- Verhandlungen über Partnerschaft müssen aufgenommen werden
- Integration ins QMC u.U. aufwändig
- Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern muss geklärt und umgesetzt werden (Prozesse)
- Frühester realistischer Termin für RfS: Juni 2013



32



## Antrag


---

Der Marketingausschuss empfiehlt der PV folgende Variante für IP-Telefonie zu wählen und gibt Machbarkeitsstudien in allen relevanten Bereichen (Partnerwahl, Integration, Finanzplan etc.) in Auftrag.

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

33



## 2. Produktmanagement



### 2.2 Multiscreen

## Multiscreen

---


### 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
- Als Login könnte das MyQuickline-Login dienen
- Keine Schnittstelle zu Verte!
- Einführung: 1. Mai 2013

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

34




## 2. Produktmanagement

### 2.2 Multiscreen


## Multiscreen

**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 3.50-4.00 (CHF 1.10 für UHG)
- Offen: Namen des Produkts



35



## 2. Produktmanagement

### 2.2 Multiscreen


## Multiscreen

**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 3.50*	CHF 5.41*	CHF 6.58*	CHF 5.50*
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD-Qualität</li> <li>• 30h Freeze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD-Qualität</li> <li>• 7 Tage «Freeze»</li> <li>• PVR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 Tage «Freeze»</li> <li>• PVR</li> <li>• Live Pause</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 Tage «Freeze»</li> <li>• PVR</li> <li>• Download</li> </ul>

\* davon CHF 1.10 für UHG



36






**2. Produktmanagement**  
**2.2 Multiscreen**

## Multiscreen


Antrag

**Antrag:**

Der All-in-One-Produktzusatz «Multiscreen» (definitiver Name wird noch festgelegt) in der vorgeschlagenen Form vom Quickline-Marketingausschuss verabschiedet.



37




**2. Produktmanagement**  
**2.3 Senderangebot**

## Frühlingstermin: 23. April 2013

Übersicht der Änderungen (TV)

Name	Beschreibung	Bemerkung	Paket	LCN-Nr.	Suchlauf
JoizTV	HD	Statt SD	GA	19 (neu)	ja
Sat.1 Gold	SD (MPEG-4)	Neues Programm	GA	76 (neu)	ja
N24	HD	Statt SD	GA	178	Nein
TF1	HD	Statt SD	GA	256	Nein
France 2	HD	Statt SD	GA	258	Nein
Channel 4	HD	Statt SD	GA	369	Nein
La 7d	SD (MPEG-4)	Neues Programm	Italiano	327 (neu)	Ja



38

**i**

**2. Produktmanagement**  
**2.3 Senderangebot**

**Frühlingstermin: 23. April 2013**

**Übersicht der Änderungen (TV)**

Name	Beschreibung	Bemerkung	Paket	LCN-Nr.	Suchlauf
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

39

QUICKLINE  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**i**

**2. Produktmanagement**  
**2.3 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

40


QUICKLINE  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS




**2. Produktmanagement**  
**2.3 Senderangebot**

### Zusätzliche Informationen

- Situation Pro7Sat1- und RTL-Sender (Swisscable-Termin im Feb.) (wird an der Sitzung erläutert)
- TS-Bedarf für den 23.4.13 gemäss DCG-Technik: Kein neuer Bedarf (abgesehen Dt. Private in HD)
- Umschalttermin im Herbst 2013: Dienstag, 29. Oktober 2013
- Prognose bezüglich Entwicklung des Senderangebots bis Ende 2014 im Hinblick auf eine Kapazitätsplanung (näheres an der Sitzung)
- Erste Ansätze zur neuen Senderreihenfolge 2014 (näheres an der Sitzung)



41




**2. Produktmanagement**  
**2.4 Verte!**


### Fast schon «courant normal»

**Stabilität erreicht, Verbesserungen geplant**

- Erfolgt: Ausbau Freeze24 um 10 weitere Sender (15. Januar 2013)
- Erfolgt: Wiederaktivierung Serienaufnahme (15. Januar 2013)
- Erfolgt: Integration des VoD-Aggregators Homedia (HollyStar) und Ausbau des Filmangebots auf über 1'000 Titel
- Facebook-App wird entfernt (1. Februar 2013)
- Geplant: Freeze24 auf 30 Stunden erweitern (Q2 2013)
- Die wichtigen HD-Sender in Freeze24 integrieren (Q2 2013)



42




**2. Produktmanagement**  
**2.5 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
- Die Promopreise bleiben wie bisher (Die Gebühr muss korrekt im Kleingedruckten ausgewiesen werden).

**Antrag:**  
Der Quickline-Marketingausschuss stimmt dem vorgeschlagenen Vorgehen zu.



43



**2. Produktmanagement**  
**2.6 Mobiltelefonie**

## Vorschläge im Februar


**Mit neuem Product Manager (Reto Bitschnau) seit 16. Januar**

An letzter PV beschlossene Massnahme:


- Vergünstigung von CHF 5.- pro Monat für alle All-in-One-Kunden, welche ein Mobil-Abo bestellen.  
Ab 1. März 2013 (befristet bis 30.6.)

Vorgesehene Anpassungen in den Bereichen:

- Neue Smartphones
- Höhere Subventionen
- Günstigere Abos



44



**2. Produktmanagement**  
**2.7 Promotion – März-Kampagne**


### QuickDeal



Zeitlich befristete Promotion

- Beim Neu-Abschluss eines All-in-One-Abos erhält der Kunde zusätzlich einen WLAN-Router geschenkt
- Gilt für alle All-in-One-Abotypen
- WLAN-Router (WWZ-Vorschlag):


**D-Link DIR-655**

EP: CHF 71.-  
VP (bei WWZ): CHF 129.- (ohne Konfiguration)  
CHF 179.- (mit Konfiguration – sofort einsetzbar beim Endkunden zu Hause)



45





**2. Produktmanagement**  
**2.7 Promotion – März-Kampagne**


### QuickDeal

Antrag:

**Antrag:**  
Der Quickline-Marketingausschuss stimmt dem Vorschlag zu, den vorgestellten WLAN-Router als Geschenk für den «QuickDeal» zu bestimmen.



46




## 2. Produktmanagement 2.8 Kombiangebot

### «All-in-One Light»

[Bedürfnisse der Partner noch offen. Werden an der Sitzung vorgestellt.]

47



## 2. Produktmanagement 2.9 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

48



**2. Produktmanagement**  
**2.10 Quickline Vision**


## Fahrplan

**Zeitlicher Ablauf des Projekts**

- **Jan. 2012 bis Nov. 2012:** Anforderungen wurden erarbeitet
- **Dez. 2012 bis Feb. 2013:** Ausschreibung wird durchgeführt
- **März 2013 bis Apr. 2013:** Partner wählen
- **Ab Mai 2013:** Umsetzung



49




**2. Produktmanagement**  
**2.10 Quickline Vision**

## Definition des Produkts

**Vorgehen bei der Definition der Anforderungen**

- **2011:** Diverse Workshops zum Scope des Projekts (Multiscreen, Homegateway, Cloud-Services)
- **Jan. 2012:** GL-Workshop: Strategische Vorgaben
- **Feb.- Apr. 2012:** Diverse Workshops der Arbeitsgruppe zu den Anforderungen
- **Mai-Jun. 2012:** Diverse Fokusgruppen zu Produktanforderungen
- **Aug. 2012:** Überprüfung des bisherigen Anforderungskatalog durch GL und VR
- **Sep.-Dez. 2012:** Erarbeitung der Req. Requirement Engineering: Aufbereitung der Anforderungen zur Durchführung der Ausschreibung



50



## 2. Produktmanagement

### 2.10 Quickline Vision

#### Herausstehende Eigenschaften

Was soll das Produkt auszeichnen? Einige Beispiele:

##### Programmauswahl (Recommendation):

- Einmalige Möglichkeiten, aus allen Inhalten gute Empfehlungen zur Betrachtung zu erhalten, bestimmte Inhalte schnell zu finden und Entdeckungsreisen durch die Programmviefalt machen zu können.

##### Geräteunabhängigkeit (Multiscreen):

- Alle Inhalte können auf Fernseher, Tablet, Smartphone und Notebook betrachtet werden.
- Eine Betrachtung am TV kann pausiert werden und an einem Tablet an der gleichen Stelle fortgesetzt werden.

##### Zeitversetztes Fernsehen (Freeze):

- Nie mehr einen Sendeanfang verpassen: Alle (!) Sender stehen 2 Stunden zurück zur Verfügung. 70+ Sender zusätzlich für 30 Std.

51

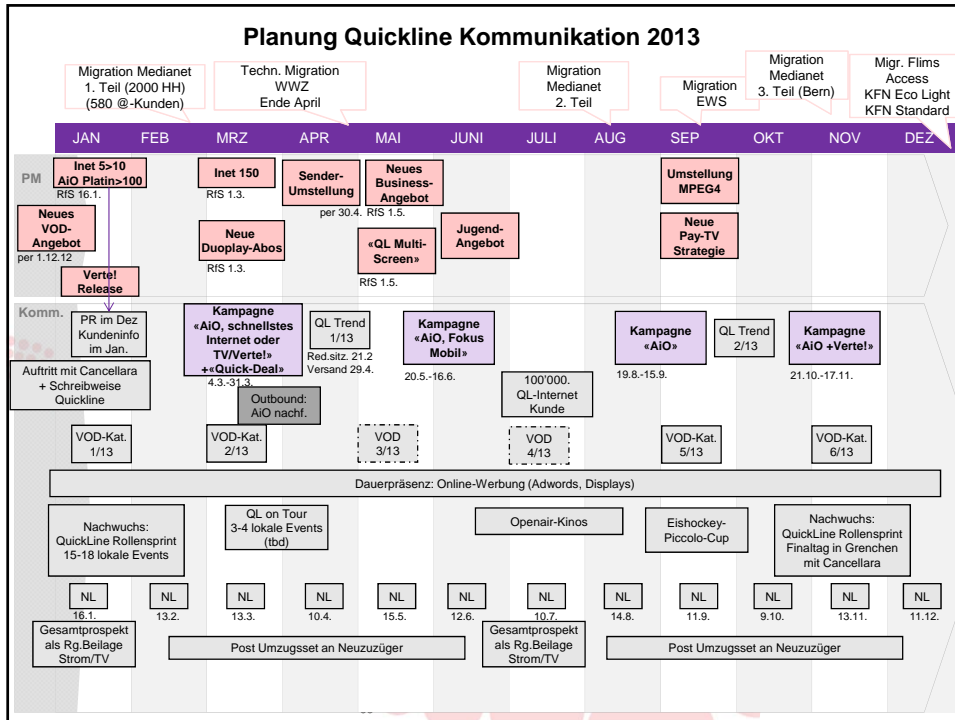
<b>1. Protokoll/Pendenz</b>	(E)	<b>4. Vertrieb</b>	(I)
		- Statusberichte	
<b>2. Produkt Management</b>		<b>5. Diverses</b>	(E)
2.1 Business-Angebot	(E)	- Infopflicht (Bakom)	
2.2 Multiscreen	(E)		
2.3 Senderangebot	(I)	<b>6. Nächste Sitzung</b>	
2.4 Verte!: Informationen	(I)		
2.5 Verte!: GT12	(E)		
2.6 Mobiltelefonie	(I)		
2.7 Promo QuickDeal	(E)		
2.8 Kombiangebote: „All-in-One Light“	(E)		
2.9 Garantiesgesetz	(E)		
2.10 Quickline Vision	(I)		

##### 3. Kommunikation

- Planung Kommunikation 2013 (E)
- März-Kampagne (E)
- Anpassungen QL-Trend (E)
- Aktions-Preisauszeichnung (I)

52





### 3. Kommunikation Planung Komm.-Aktivitäten 2013

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



**i**

### 3. Kommunikation

#### Planung Komm.-Aktivitäten 2013

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
<b>QL Trend</b> (Retention, X-/Upsell) <b>2x / Jahr</b>	QuickLine <b>Kundenzeitschrift</b> mit Informationen zu den Produkten, News, Angebot Videothek etc. Inside: <b>Individuelle Seite pro KNU</b> (optional).  <b>Reduzieren auf 2 Ausgaben. Inhalte anpassen.</b> Erkenntnisse aus Kundenumfrage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• VOD reduzieren (= separater Katalog)</li> <li>• mehr allgemeine, nützliche Infos (Tipps&amp;Tricks)</li> <li>• Zielgruppe 60+ liest es! <b>&gt;sep. Folien</b></li> </ul>	April Okt	CHF 200'000 (Druck, Lettershop)  Porti zu Lasten KNUs
<b>VOD-Booklet (neu)</b> (Retention, X-/Upsell) <b>4x / Jahr an Verteil-Kunden</b>	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)  Porti zu Lasten KNUs
<b>Drucksachen</b> (NK-Gewinnung, Up-/Xsell)	<b>Jahresplanung aufgrund Produkt-Anpassungen</b> Preislisten, Gesamtprospekt, Produkte-Flyer, Lettershop Kunden-Infoschreiben. <b>Gesamtprospekt: Individuelle Seite pro KNU</b> <b>möglich.</b> Ziel = Mind. 1x pro Jahr Versand an alle Haushalte. Durch KNUs als <b>Rechnungsbeilage zu</b> <b>TV-Gebühren</b> bzw. Stromgebühren.	Jan-Dez	CHF 350'000  Porti Infoschreiben zu Lasten KNUs

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**i**

### 3. Kommunikation

#### Planung Komm.-Aktivitäten 2013

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

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**i**

**3. Kommunikation**  
**Planung Komm.-Aktivitäten 2013**

Massnahme	Beschrieb	Timing	Budget
<b>PR-/Medienarbeit</b> (Bekanntheit)	Schreiben und Versenden von <b>Pressemitteilungen</b> bei Produktenevents, neuen Partnern etc. Sowie <b>exklusive Interviews</b> in nationalen Medien. <i>Wirkung: lokales Nachfassen/Kontakt durch KNU!</i>	ca. 5-6/Jahr	CHF 0 (sofern externe Kosten = Budget Finecom)
<b>QuickLine on Tour</b> (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)
<b>Kostenbeteiligung Werbung KNUs</b>	<b>Wurde 2011 + 2012 umgesetzt. Für 2013 nicht mehr eingeplant.</b> Begründung: <ul style="list-style-type: none"> <li>nur etwa die Hälfte der Partner schöpfte Budget wirklich für Kampagnenverstärkung aus.</li> <li>sehr aufwändiges Handling (Absprachen von x-einzelnen Massnahmen, Führen von Listen, quartalsweise einzelne Infos)</li> <li>einzelne Partner finanzierten so 50% ihrer Komm.massnahmen, die sie eh machen würden.</li> </ul>		CHF 0

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS



**i**


**3. Kommunikation**  
**Planung Komm.-Aktivitäten 2013**

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

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS

**3. Kommunikation**  
**Planung Komm.-Aktivitäten 2013**


Massnahme	Beschrieb	
<b>Sponsoring/ Markenbotschafter</b> (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"> <li>• <b>Sympathisch</b>, «einer von uns»: wir zeigen F.C. authentisch, als «Konsument», mit/ohne Produkte.</li> <li>• <b>Dynamisch</b>: wir zeigen F.C. in Bewegung, lässig, natürlich und als Sportler.</li> <li>• <b>Erfolg/Leistung</b>: Textliche Umsetzung durch peppige Zitate.</li> </ul> <p>Das Fotoshooting findet am 5./6.12.2012 statt. Anschliessend wird das CI-Manual angepasst und die erste Kampagne ausgearbeitet.</p>	
<b>Nachwuchs/ QL Rollensprint</b> (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>	
<b>Sponsoring Christian Schuler</b>	<p>2-Jahres-Vertrag. Massnahmen sind noch zu definieren. Eidg. Schwingfest in Burgdorf = 30.8.-1.9.2013</p>	
<b>Eishockey Nachwuchs-Cup</b>	<p>Wird in abgespeckter Form (ohne Startgelder) als «Traditions-Event» zum 5. mal durchgeführt</p>	



**3. Kommunikation**  
**Planung Komm.-Aktivitäten 2013**

Antrag:  
Die Quickline-Kommunikationsmassnahmen für 2013 werden von der Marketing-Gruppe in der vorgeschlagenen Form verabschiedet.

Die Umsetzung erfolgt durch das Finecom Kommunikationsteam.



i

### 3. Kommunikation

#### Neue Bildwelt «Fabian Cancellara»

**Hierarchie Bildwelt Quickline und Fabian Cancellara**

61

i

### 3. Kommunikation

#### März-Kampagne

**Kampagnen-Details**

Kampagnen-Dauer: 4.3. bis 31.3.2013  
 Ziel Verkauf: AiO  
 Kernbotschaft: schnellstes Internet  
 ((attraktivstes TV-Erlebnis wäre Plan b gewesen))  
 plus Quick-Deal (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	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	

62



### 3. Kommunikation

#### März-Kampagne

Flyer (Front-Seite): Entscheid zu Headlines und Auszeichnung QuickDeal



**«Du hast Dir die volle Power verdient.»**  
Fabian Cancallara

**Internet Speed ohne Limit.**  
Die Speed-Sensation: QuickLine Internet mit 150 Mbit/s!



**«Du willst es, weil es das Schnellste ist.»**  
Fabian Cancallara

**Internet ohne Geschwindigkeitslimit.**  
QuickLine Internet mit 150 Mbit/s!  
**QUICK DEAL:** WLAN Router geschenkt bei All-in-One



**«Du hast Dir die volle Power verdient.»**  
Fabian Cancallara

**Schnelleres Surfen gabs noch nie.**  
QuickLine Internet mit unschlagbarem 150 Mbit/s!



63



### 3. Kommunikation

#### Anpassungen QL-Trend

**Ausgangslage / Verteilung Trend 2012**

Ausgabe 1/12	Ausgabe 2/12	Ausgabe 3/12
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>220'000 Ex. (ohne WWZ, KFN)</li> <li>DM an Kunden (im Couvert, mit Brief Redesign) Fr. 41'000.00</li> <li>plus Streumailing in alle Briefk. Fr. 24'000.00</li> <li>Total 65'000.00 (ohne WWZ, KFN)</li> </ul> <p>+ Erreicht jeden Kunden, höhere Beachtung als unverpackt - doppelte Zustellung</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>130'000 Ex.</li> <li>DM an Kunden (foliert C5, adressiert)</li> <li>Total Fr. 100'000.00</li> </ul> <p>+ Erreicht jeden Kunden, Beachtung höher als bei Beilage, kann mit Titelbild «glustig» machen - teurer</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>320'000 Ex.</li> <li>Beilage im Anzeiger, teilw. Streumailing da Anzeiger nicht möglich</li> <li>Total Fr. 87'000.00</li> </ul> <p>+ Im Gesamtbetrag günstiger - Erreicht nur diejenigen, welche den Anzeiger öffnen; wird eher nur als Werbung wahrgenommen</p>



64

i

### 3. Kommunikation

#### Anpassungen QL-Trend

## «71% kennen QuickLine Trend»

**Ausgangslage / Kundenumfrage 2012**

- Unsere Kunden beurteilen das Trend analog dem Vorjahr: «Attraktivität» (4,7), «Nützlichkeit der Informationen» (4,5)
- leicht besser bewertet wurden: «Übersichtlichkeit» (4,7), «Verständlichkeit» (4,8)
- 96% fehlen keine Informationen
- 60% unserer Leserschaft ist 40-59 Jahre alt

- Am besten gefallen haben** (Umfrage im Trend 3/12)
  - Tipps & Tricks (15%)
  - Spiel & Spass (13%)
  - Vorteile DTV (9%)
  - Homestory (8%)
  - Aktuell / Mobil-Abos (5%)

n=361

#### Umfrage Trend 3/2012

Kategorie	Anzahl	Prozent
Editorial	14	4%
Inside	11	3%
QL on Tour	13	4%
Homestory	12	3%
Gastbeitrag	55	15%
Tipps&Tricks	28	8%
Videothek	26	7%
Aktuell (Mobil-Abos) Pay-TV	48	13%
Beitrag Vorteile DTV	6	2%
Spiel&Spass	17	5%
Angebote	15	4%


i

### 3. Kommunikation

#### Anpassungen QL-Trend

**Fazit für 2012**

- Diverse Verteilarten wurden ausprobiert
- |   |  |
|---|--|
| <p><u>Ziele 2012</u></p> <p>a) Kundenbindung</p> <p>b) Neukundengewinnung Up/X-Sell</p> | <p><u>Erfolge 2012</u></p> <p>a) erreicht (Messbarkeit schwierig: Kundenumfrage und Kudi-Feedbacks)</p> <p>b) nicht erreicht. Keine Ausschläge in den Bestellungen, keine speziellen Feedbacks</p> |
|---|--|



### 3. Kommunikation

#### Anpassungen QL-Trend

**Anpassungen für 2013**

**Ziele**


- Klare Positionierung als Kundenzeitschrift (kein Instrument zur Gewinnung von Neukunden)
- Mehrwert durch interessante, redaktionelle Beiträge
- X-/Upsell bei bestehenden Kunden

**Zielgruppe**


- Primär Fokus auf bestehende Kunden (DM's)
- Durch Auflegen bei Vertriebspartnern werden auch potentielle Kunden angesprochen

**Formale Änderungen gegenüber 2013**

- 2x jährlich, zwischen den Kampagnen (statt 3x)
- Einheitliche Versandart, per Post an Kunden (keine Streuversände oder Anzeiger-Beilagen)
- Mehr redaktionell, weniger werberische Aussagen
- 20 Seiten statt 24 Seiten (produktionstechnisch günstiger, Druck + Gewicht (Porto))



67



### 3. Kommunikation


#### Anpassungen QL-Trend

### Antrag: Anpassungen gemäss Vorschlag genehmigen

**Anpassungen für 2013**

**Inhalt**

- Editorial, KNU-Inside (wie bisher)
- Infos über neue Produkte
- Hintergrundinfos (zB. neuer Markenbotschafter, Shops etc.)
- Tipps & Tricks
- Reportage über Markttrends und/oder Homestory
- VoD: Filmtipps. Übersicht reduzieren, da separates VOD-Booklet
- Pay-TV: Übersicht emotional darstellen. Keine zeitlich begrenzten Highlights vorstellen, da Aktualität nicht gewährleistet bei Versand 2x pro Jahr
- Impressionen aus QL on Tour
- evtl. Gastbeitrag, evtl. «Spiel&Spas» (erfreuen sich grosser Beliebtheit)



68



i

### 3. Kommunikation

#### VOD-Booklet

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**

- Umschlag: 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

i

### 3. Kommunikation

#### VOD-Booklet

**Postaufgabe am Di, 5. Februar**

### 3. Kommunikation

#### Aktions-Preisauszeichnung

#### Situation

5.9.12

- Beschwerde einer Privatperson aus Bern (kein QL-Kunde) bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission.
- Unsere Aktions-Preisauszeichnung auf Drucksachen und auf Website sei «irreführend und unlauter».
- Bei «ab-Preisen» werde normalerweise ein Mehrwert erwartet, kein Aktionspreis.



Preis pro Monat	CHF 39.50	CHF 49.50	CHF 59.50
Ab 7. Monat CHF	62.00/Monat	Ab 7. Monat CHF	122.00/Monat
Option France24	für CHF 5.00/M.	Option QuickFair	(Symmetrische Bandbreite) für CHF 15.00/M.
Option QuickFair	(Symmetrische Bandbreite) für CHF 20.00/M.	Option QuickFair	(Symmetrische Bandbreite) für CHF 20.00/M.
<a href="#">Lesen Sie</a>	<a href="#">Lesen Sie</a>	<a href="#">Lesen Sie</a>	<a href="#">Lesen Sie</a>
<a href="#">» Details</a>	<a href="#">» Details</a>	<a href="#">» Details</a>	<a href="#">» Details</a>

5.12.12

- **SLK hat Beschwerde gutgeheissen und empfiehlt, inskünftig auf diese Art der irreführenden kommerziellen Kommunikation von «ab-Preisen» zu verzichten.**



71

### 3. Kommunikation

#### Aktions-Preisauszeichnung

#### Situation

**Die Rücksprache mit Anwalt und SLK (Telefon vom 25.1.2013) hat ergeben:**


- Auszeichnung gemäss Website klar.
- Auszeichnung gemäss Plakat/Inserat = irreführend.

**Entscheid Finecom**

- Keine Anpassung auf Website.
- Keine isolierten «ab-Preise» im Bubble bei Plakaten oder Inseraten

**Allfällige Folgen**

- SLK kann keine Bussen verhängen.
- Sie kann allerdings einen Entscheid veröffentlichen = evtl. Rufschädigung als Folge.
- Risiko, dass Konkurrenz Klage beim UWG einreicht ist da (eher klein).



72

<b>1. Protokoll/Pendenzen</b>		(E)	<b>4. Vertrieb</b>		(I)
			- Statusberichte		
<b>2. Produkt Management</b>			<b>5. Diverses</b>		(E)
2.1 Business-Angebot		(E)	- Infopflicht (Bakom)		
2.2 Multiscreen		(E)			
2.3 Senderangebot		(I)	<b>6. Nächste Sitzung</b>		
2.4 Verte!: Informationen		(I)			
2.5 Verte!: GT12		(E)			
2.6 Mobiltelefonie		(I)			
2.7 Promo QuickDeal		(E)			
2.8 Kombiangebote: „All-in-One Light“		(E)			
2.9 Garantiesetz		(E)			
2.10 Quickline Vision		(I)			
<b>3. Kommunikation</b>					
- Planung Kommunikation 2013		(E)			
- März-Kampagne		(E)			
- Anpassungen QL-Trend		(E)			
- Aktions-Preisauszeichnung		(I)			

73



	<b>4. Vertrieb</b>	
	<b>Statusbericht</b>	
<b>Vertriebspartner</b>		
<b>Übersicht aus dem Vertrieb</b>		
•	Mobilezone	• Vertrag noch nicht unterzeichnet
•	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

74



**i**

**4. 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

75

**i**

**4. Vertrieb  
Statusbericht**

**Outbound**

**Internet – Only / HD-Premium**

Anzahl Kunden Total:	56'464
Bis 11.1. Kunden erreicht:	14'259
Getätigte Calls:	76'221
Erfolgreich verkauft an:	596 Kunden
Topseller:	305 AiO Bronze 139 AiO Gold 35 Verte!

QUICKLINE  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS


76

<b>1. Protokoll/Pendenzen</b>		(E)	<b>4. Vertrieb</b>		
			- Statusberichte		(I)
<b>2. Produkt Management</b>			<b>5. Diverses</b>		
2.1 Business-Angebot		(E)	- Infopflicht (Bakom)		(E)
2.2 Multiscreen		(E)	<b>6. Nächste Sitzung</b>		
2.3 Senderangebot		(I)			
2.4 Verte!: Informationen		(I)			
2.5 Verte!: GT12		(E)			
2.6 Mobiltelefonie		(I)			
2.7 Promo QuickDeal		(E)			
2.8 Kombiangebote: „All-in-One Light“		(E)			
2.9 Garantiesgesetz		(E)			
2.10 Quickline Vision		(I)			
<b>3. Kommunikation</b>					
- Planung Kommunikation 2013		(E)			
- März-Kampagne		(E)			
- Anpassungen QL-Trend		(E)			
- Aktions-Preisauszeichnung		(I)			

77



**5. Diverses**



## 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**  
->sollte 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.

Vorschlag:  
1x jährlich Versand eines «Quickline Infoflyers» als Rechnungsbeilage.  
Angereichert mit Produktwerbung.

78



**i**

**6. Nächste Sitzung**

---

21. März 2013, 9 Uhr bis 13 Uhr 15  
Bei Finecom (Brainpool), in Biel

79

**QUICKLINE**  
MULTIMEDIA ANSCHLUSS