

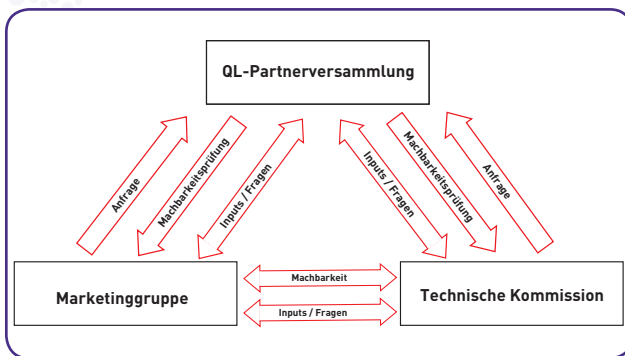
Organisationsreglement des Marketingausschusses

1. Zweck und Ziel des QuickLine-Marketingausschusses

Der QL-Marketingausschuss ist verantwortlich für die Planung (Zeit, Budget, Kostenverteilung, ect.) der Marketingaktivitäten des QL-Produkteportfolios. Er arbeitet seine Vorschläge mit den entsprechenden Entscheidungshilfen (Dokumentationen) aus und gibt diese anhand von Anträgen in die QL-Partnerversammlung ein. Sie werden anschliessend von einem Mitglied des Marketingausschusses in der QL-Partnerversammlung präsentiert.

2. Lenkung und Kommunikation der einzelnen Gremien

Die folgende Grafik zeigt die Lenkungs- und Kommunikationsmöglichkeiten der einzelnen Gremien untereinander auf.



Anträge: Der Marketingausschuss und die Technische Kommission stellen Anträge an die QL-Partnerversammlung.

Machbarkeitsprüfungen: Die QL-Partnerversammlung kann von beiden Gremien Machbarkeitsabklärungen verlangen. Des Weiteren haben der Marketingausschuss und die Technische Kommission die Möglichkeit, gegenseitig eine Machbarkeitsstudie in Auftrag zu geben.

Inputs/Fragen: Diese können innerhalb aller Gremien gemacht werden.

3. Teilnehmer

Der QL-Marketingausschuss setzt sich aus 6 Mitgliedern (5 KNU-Vertreter sowie 1 Finecom GL-Mitglied) zusammen, welche von der QL-Partnerversammlung gewählt werden. Nach Möglichkeit sollten darin alle Interessen der unterschiedlichen Unternehmensstrukturen vertreten sein (reiner Kabelnetzbetreiber versus Querverbundunternehmung, kleiner Netzbetreiber versus grosser Netzbetreiber, Besonetpartner versus Nicht-Besonetpartner). Der Marketingausschuss wird durch eine Person aus dem Finecom Marketing komplettiert, welche jedoch nicht stimmberechtigt ist. Die Mitglieder werden alle 2 Jahre neu gewählt.

4. Organisation des Marketingausschusses

4.1. Sitzungsrhythmus

Die QL-Marketingsitzung findet in der Regel sechsmal jährlich statt.

Bei aussergewöhnlichen Geschäftsereignissen kann Finecom eine ausserordentliche Sitzung einberufen.

4.2. Sitzungsorganisation

Die Organisation der QL-Marketingsitzung obliegt der Finecom.

Folgende Punkte müssen dafür im Vorfeld realisiert werden:

- Organisation der Sitzungsräumlichkeiten
- Sammlung der Anträge der QL-Partnerversammlung
- Erstellen der Traktandenliste
 1. Protokoll der letzten Sitzung
 2. Product Management
 3. Kommunikation
 4. Channel Management
 5. Diverses
 6. Nächste Sitzung
- Versenden der Einladungen an die Sitzungsteilnehmer
- Traktanden
- Entscheidungsgrundlagen (Dokumentationen)

4.3. Sitzungsführung

Die Sitzungsführung untersteht dem CEO der Finecom bzw. dessen Stellvertreter.

Die Finecom ist verantwortlich, dass an jeder Sitzung ein Protokoll verfasst wird und dieses allen Teilnehmern zugesendet wird.

4.4. Umsetzung der Entscheide

Die Organisation und/oder Umsetzung der an der Partnerversammlung getroffenen Entscheide obliegt der Finecom. Sie setzt diese entweder direkt um oder organisiert die Umsetzung mit den einzelnen Partnern und Lieferanten. Der Marketingausschuss begleitet und kontrolliert die Umsetzung.

4.5. Diskretionspflicht

Die Mitglieder sind grundsätzlich über alle Angelegenheiten und Beschlüsse zur Verschwiegenheit verpflichtet. Die Protokolle des Marketingausschusses sind vertraulich zu behandeln. Die Hauptversammlung entscheidet darüber, welche Informationen welchen Ansprechgruppen gezielt weitergeleitet werden dürfen.



5. Aufgaben & Kompetenzen

Der QL-Marketingausschuss dient in erster Linie als Planungsorgan aller QL-Marketingaktivitäten.

Die Detailausgestaltung und Umsetzung der zentral gesteuerten Aktivitäten obliegt der Finecom.

Zu den Hauptaufgaben gehören:

- Einholung der Inputs von der Finecom und der QL-Partnerversammlung
- Planung der Marketingaktivitäten
- Markt- und Konkurrenzanalysen
- Festlegung der Marketing-Zielsetzung
- Jahresplanung der Marketingaktivitäten
- Budgetplanung (inkl. Kostenaufstellung & Kontrolle)
- Ausarbeitung der Kostenverteilung
- Grundlagen zur Erarbeitung von Aktionen und Kampagnen
- Feedback und Wahl bei Kreativ-Vorschlägen
- Terminierung der Aktivitäten
- Vorbereitung der Entscheidungshilfen (Dokumentationen, Präsentationen)
- Sicherstellung der Vorschlagseingabe in die QL-Partnerversammlung
- Präsentation der Vorschläge in der QL-Partnerversammlung
- Erarbeiten der Entscheidungsgrundlagen
- Ausarbeitung neuer Produkte oder Vorschläge für Preisanpassungen sowie Relaunch-Vorschläge

Folgende Aufgaben werden davon abgegrenzt, da diese durch die Finecom gemacht werden:

- Inhalt und Gestaltung der Homepage (www.quickline.com)
- Inhalt, Gestaltung und Versand des Newsletters
- Detailausarbeitung der Aktionen und Kampagnen
- Texte und Gestaltung der Werbemittel (Prospekte, Flyer, Plakate etc.)
- Auftragsvergabe und Koordination der Lieferanten
- Individualanpassung pro KNU
- Timing und Erfolgskontrolle
- Sicherstellung der Informationen an KNU und Vermittler
- Gestaltung und Produktion von POS-Material und Werbemittel
- Realisation Direktverkauf (Door-to-Door, Telefonmarketing, POS), in Koordination mit KNU
- Texte und Gestaltung der Anmeldeprozesse sowie der Plattformen QMC und myQuickLine

Der Marketingausschuss hat die Kompetenz eigene Ideen bis zum Umsetzungsstadium zu erarbeiten und bringt diese als Antrag in die QL-Partnerversammlung ein. Die definitiven Entschiede über die eingebrachten Anträge werden in der QL-Partnerversammlung getroffen.

Das Reglement wurde in dieser Form an der QuickLine-Partnerversammlung vom 25. Juni 2008 einstimmig verabschiedet.

