



Nicolas Perrenoud, CEO Quickline im Interview von Helmuth Fuchs



Nicolas Perrenoud, CEO Quickline Group.

Moneycab: Herr Perrenoud, Quickline ist auch in diesem Jahr überdurchschnittlich gewachsen: 7% bei den TV-Kunden, 17% bei den Internet-Kunden und 34% bei den Telefonie-Kunden. Wie hat sich das auf die Profitabilität ausgewirkt und welche Wachstumsziele haben Sie für das kommende Jahr?

Nicolas Perrenoud: Unsere Profitabilität hat sich in den letzten Jahren stabil entwickelt. Wir haben sehr hohe Investitionen in unsere Produkt-Plattformen und Netzinfrastrukturen getätigt. Trotz zunehmenden Umsätzen gehen wir aufgrund der Abschreibungen aus den Investitionen und aufgrund des zunehmenden Wettbewerbsdrucks in Zukunft von einer Margenverschlechterung aus.

«Gemeinsam haben wir in den letzten vier Jahren rund 400 Arbeitsplätze geschaffen.»

Nicolas Perrenoud, CEO Quickline

Dieser Entwicklung wollen wir jedoch mit weiterem Wachstum, vor allem in den Bereichen Mobil-Telefonie und IPTV, sowie mit Kundenzuwachstum ausserhalb unseres bisherigen Gebiets entgegenwirken.

Sie arbeiten in einem speziellen Verbundnetz mit Partnern zusammen (Quickline-Verbund). Wie viel des Wachstums können Sie über die Partner abwickeln, wie viele Mitarbeitende werden Sie selbst anstellen?

Im Quickline-Verbund, der sich aus unserer Unternehmensgruppe und unseren 24 Quickline-Partnern zusammensetzt, ist die Anzahl Mitarbeitende im Gleichschritt gewachsen. Gemeinsam haben wir in den letzten vier Jahren rund 400 Arbeitsplätze geschaffen. In Zukunft wird das Wachstum flacher verlaufen.

Der Schweizer Telekom-Markt ist im Wesentlichen gesättigt und unter dem Preiswettbewerb gehen die Erlöse der grossen Anbieter teilweise zurück. Welche



Chancen sehen Sie in diesem schwierigen Umfeld für Quickline?

Unser «Dauerrezept Preis/Leistung, innovative Produkte und Top-Kundenservice» hat uns die letzten Jahre zu Wachstum verholfen und wir sehen dies auch als Chance für Quickline in der Zukunft. In den letzten Monaten haben wir erfolgreich ein attraktives Mobile-Angebot lanciert und ein innovatives TV-Produkt.

Für Aufsehen haben Sie jüngst mit der Lancierung eines kostenlosen und werbefreien schweizweiten Angebots über eine TV-App auf Ihrer eigenen TV-Plattform gesorgt. Wie viele Neukunden möchten Sie damit gewinnen und wie lange werden Sie dieses kostenlose Angebot aufrechterhalten können?

Wir sind davon überzeugt, dass das Kundensegment, welches sogenannte OTT (Over-the-Top)-Services bezieht, in den nächsten Jahren stark wachsen wird. Das Marktpotential schätzen wir dabei auf rund 500'000 bis 700'000 Haushalte in 5 Jahren ein. Quickline will mit dem neuen Angebot einen möglichst grossen Teil dieses Marktpotentials ausschöpfen. Das Produkt dürfte in der jetzigen Spezifikation auch in ein paar Jahren noch kostenlos sein.

«Es ist unser Ziel, eine Highend Userexperience zu bieten, jedoch zu einem Drittel des aktuellen Preises.»

«Gratis» ist kaum ein nachhaltiges Geschäftsmodell, ausser man könne wie Google oder Facebook mit Nutzerdaten Geld verdienen. Welches Geschäftsmodell verfolgen Sie mit Ihrem Gratis-Angebot?

Das Einstiegsprodukt, welches wir heute auf dem Markt haben, ist ohne Werbung. Später werden neue bezahlbare Optionen dazu kommen, unter anderem auch eine Lösung für den Firstscreen, also den Fernsehapparat mit einer

TV-Box. Zudem hat der Kunde bereits heute die Möglichkeit, Filme und Sport-Events (MySports) zu kaufen. Es ist unser Ziel, eine Highend Userexperience zu bieten, jedoch zu einem Drittel des aktuellen Preises.

Was ist das Spezielle Ihrer eigenen TV-Plattform und welches waren die grössten Probleme, die Sie bei der Entwicklung der Plattform lösen mussten?

Wir haben das TV-Erlebnis persönlich gemacht. Jedes Familien-Mitglied kann sein eigenes Profil erstellen. Quickline TV lernt seine Kunden zu verstehen und macht Vorschläge zu Sendungen und Filmen, die zu den persönlichen Profilen passen. So bekommt der Vater beispielsweise Vorschläge für Actionfilme oder Fussball, die Mutter für Serien oder Dokumentationen und das Kind für Zeichentrickfilme.

«Wir bieten die 30 Std. Replay-Funktion an, eine Free-Version ohne Werbung und werden uns durch MySports und Eishockey differenzieren.»

Die Herausforderung in der Entwicklung war die Komplexität des Projekts. Wir wollten von Anfang an innovative Ideen umsetzen und neue Wege gehen. Das hat auch unsere Partner in der Umsetzung herausgefordert und beanspruchte mehr Zeit als wir angenommen haben. Zudem hatten wir den Anspruch, mit hoher Qualität auf den Markt zu kommen. Parallel schreitet die Technologie voran, was laufende Anpassungen erforderte.

Nebst den klassischen TV-Anbietern wie Swisscom, UPC und Sunrise buhlen Over-the-Top (OTT) Anbieter wie Zattoo, Teleboy oder Netflix um die Fernsehzuschauer.



Was kann Quickline den Zuschauern bieten, das sie nicht schon dutzendfach anderswo bekommen?

Wir bieten die 30 Std. Replay-Funktion an, eine Free-Version ohne Werbung und werden uns durch MySports und Eishockey differenzieren. Zattoo, Wilmaa oder Teleboy sind klassische App-Anbieter, welche den TV-Konsum primär auf Tablets, Smartphones – also dem Secondscreen – ermöglichen und sich entsprechend positioniert haben. Wir haben den Fokus Firstscreen und wollen den Kunden ein besseres Konsumerlebnis bieten.

Bei Bezahlendern punkten vor allem Serien- und Sportanbieter. Im Sportbereich schalten Sie das Angebot von MySports auf, die vor allem Eishockey und Fussball abdecken. Wie entwickelt sich MySports bei Quickline, lassen sich damit neue Kunden gewinnen?

Es ist noch zu früh, um Bilanz zu ziehen. Wir verzeichnen erfreulich viele MySports Pro-Bestellungen. Auch von vielen Bestandskunden, MySports ist ein gutes Retention-Produkt.

Zur Digitalisierung der Schweiz braucht es vor allem ein stabiles und schnelles Glasfasernetz. Wie sehen Ihre Pläne aus bezüglich Erschliessung der Haushalte mit Glasfasertechnologie (FTTH)?

Wir suchen Partnerschaften mit guten Serviceorganisationen. Unsere Quickline-Partner bauen bereits intensiv ihre Netze mit FTTH aus. Bereits heute beziehen rund 5% all unserer Kun-

den die Quickline-Produkte End-to-End über die FTTH-Infrastruktur. Unser Vorteil ist, dass wir bereits im 2011 angefangen haben, unsere Services auf beiden Infrastrukturen anzubieten.

Welches sind die strategisch wichtigsten Projekte, die Sie in den kommenden Jahren umsetzen wollen?

Wir sind stets daran, neue Produkte und Projekte zu entwickeln. In naher Zukunft fokussieren wir uns auf die Weiterentwicklung unserer TV-Plattform, auf MySports und auf unsere nationale Ausrichtung. Mit dem OTT-Angebot bewegen wir uns hin zum Plattform-Anbieter und weg vom Infrastruktur (Netze)-Betreiber.

Zum Schluss des Interviews haben Sie noch zwei Wünsche frei. Wie sehen die aus?

Primär wünsche ich mir Gesundheit für meine Familie und mich.
Zweitens, dass es Quickline gelingt, noch mehr Bewegung in den Schweizer Telekommarkt zu bringen.

Moneycab.com

Helmuth Fuchs
Sternenweg 12 · 8840 Einsiedeln
Mobile 079 421 05 09
helmuth.fuchs@moneycab.com
www.moneycab.com



Der Gesprächspartner

Nicolas Perrenoud (Jg. 1973) studierte Betriebswirtschaft an der HWV Bern (Abschluss 1998). Er begann seine berufliche Laufbahn als Revisionsleiter bei Ernst & Young bevor er im Jahr 2000 zur BVGroup in den Bereich Private Equity/Venture Capital wechselte. Im 2003 machte er sich selbständig und übernahm diverse Mandate als CFO. Ende 2004 trat er als CFO in die Finecom Telecommunications AG (heutige Quickline AG) ein. Seit 2010 ist Nicolas Perrenoud CEO der Quickline AG und der Quickline Holding AG und somit massgeblich verantwortlich für das starke Wachstum und die Entwicklung des Quickline-Verbundes. In den letzten 13 Jahren beeinflusste er massgebend die Weiterentwicklung der Produkte und das Wachstum des Quickline-Verbundes und sammelte vertiefte Kenntnisse in der Telcobranche. Nicolas Perrenoud ist seit 2012 zudem Mitglied des Verwaltungsrates der Digital Cable Group AG in Zug, seit 2013 Mitglied des Verwaltungsrates der Quickline Business AG und Vorstandsmitglied des Branchenverbandes Suissedigital.

Das Unternehmen

Die Quickline-Gruppe gehört schweizweit zu den führenden Full-Service-Anbietern von Unterhaltung und Kommunikation. Die Angebote richten sich an Privatkunden, Geschäftskunden sowie Netzbetreiber. Die Quickline-Gruppe ist mit 24 unabhängigen Netzbetreibern im Quickline-Verbund zusammengeschlossen und versorgt im Schweizer Kabelnetzmarkt rund 400'000 Haushalte. Gemeinsam werden unter der Marke «Quickline» die Multimedia-Produkte Internet, Digital-TV/Radio, Festnetz- und Mobile-Telefonie vermarktet. Der Quickline-Verbund ist der drittgrösste TV-Anbieter und viertgrösste Internet- und Telefon-Anbieter in der Schweiz. Weitere Infos unter:

www.quickline.ch