

## Medienmitteilung

Zürich, 11. Februar 2010

### **Cablecom baut Kundenservice und Marketing weiter aus**

**Mit ihrem im Herbst 2009 lancierten «Changing for you»-Programm will cablecom die Kundenorientierung über alle Bereiche des Unternehmens hinweg radikal verstärken. In diesem Zusammenhang hat das Unternehmen den neuen Bereich «Operational Excellence & Customer Experience» geschaffen. Zudem passt cablecom ihre Marketingorganisation an die neue kundenzentrierte Unternehmensstrategie an.**

«Auf unserem Weg, eine verstärkt kundenzentrierte Organisation zu werden, haben wir schon erhebliche Verbesserungen erzielt – die Arbeit geht jedoch auch in diesem Jahr unvermindert weiter», so Eric Tveter, Managing Director von cablecom. «Der äussere und innere Wandel sind dabei untrennbar miteinander verbunden.» Nach innen hat cablecom den neuen Bereich Operational Excellence & Customer Experience geschaffen. Dieser ergänzt den bereits vorgängig gebildeten Business Deployment Bereich, welcher im vergangenen Jahr massgeblich dazu beigetragen hat, die Qualität und Reife der zentralen IT Release für den operativen Einsatz zu verbessern. Das Team von Operational Excellence & Customer Experience hat nur eine einzige Aufgabe: sicherzustellen, dass überall, wo das Unternehmen mit seinen Kunden in Kontakt kommt, ein gleiches Kundenerlebnis höchster Qualität geboten wird. Nach aussen richtet cablecom ihr Marketing und die Kommunikation systematisch auf die bestehenden Kundenbedürfnisse aus, um sowohl mit ihren Produkten als auch mit der Kundenansprache gezielt auf die Kunden und ihre Wünsche einzugehen. «Diese zwei Funktionen sind zentrale Treiber für das zukünftige Wachstum von cablecom.»

Die Position als Director Marketing hat per Mitte Januar Trine Olsen übernommen. Die gebürtige Dänin, die seit über zehn Jahren in der Schweiz lebt, hat einen Master of Economics & Business Administration mit Schwerpunkt internationales Marketing. Zuletzt war sie als Senior Group Brand Manager bei Mars Schweiz AG tätig. Weitere Stationen ihrer Karriere waren sich schnell entwickelnde, weltweit bekannte Unternehmen der Konsumgüterindustrie wie Unilever, Johnson & Johnson oder Hilti.

«Ich freue mich sehr, dass wir mit Trine Olsen eine Managerin mit hervorragendem Leistungsausweis, profundem Wissen über die Schweizer Verbraucher sowie grossem Knowhow über globale Markenführung für diese anspruchsvolle Aufgabe gewinnen konnten», erklärt Koen Verwee, Vice President Marketing und Product Management.

Ihre zentrale Aufgabe ist es, über die nächsten Monate die neue «Go to market»-Strategie von cablecom zu definieren und umzusetzen sowie ein ganzheitlich neues Kundenerlebnis zu schaffen. Es gilt, eine attraktive Kommunikationsstrategie zu definieren, die den Schweizer Konsumenten gezielt dort abholt, wo ein konkreter Bedarf besteht. Dies soll auch bei der Kundenansprache verstärkt berücksichtigt werden.

Darüber hinaus ist Trine Olsen dafür verantwortlich, dass die kundenzentrierte Gesamthaltung des Unternehmens mit dem bereits angekündigten Rebranding in ein neues visuelles Erscheinungsbild übergeht. Diesen Schritt geht cablecom jedoch bewusst erst dann, wenn die eingeleiteten Massnahmen und Verbesserungen auch nach aussen verstärkt spürbar sind.

Zum Director Operational Excellence & Customer Experience wurde David Patarica ernannt, der seit vielen Jahren in verschiedenen Funktionen bei cablecom tätig ist und über umfangreiche Erfahrung im Kundenservice verfügt. In seiner neuen Rolle treibt er mit seinem Team in enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung den Kulturwandel und die nötigen Prozessänderungen im Hinblick auf ein verbessertes Kundenerlebnis gezielt voran.

Sowohl Trine Olsen als auch David Patarica rapportieren an Koen Verwee, Vice President Marketing und Product Management von cablecom.

### **Medienschaffenden stehen wir für weitere Informationen gerne zur Verfügung:**

cablecom Media Relations  
Tel. +41 44 277 99 99  
media.relations@cablecom.ch

### **Elektronisches Bildmaterial findet sich unter folgenden Links:**

[http://www.cablecom.ch/trine\\_olsen\\_photo.zip](http://www.cablecom.ch/trine_olsen_photo.zip)  
[http://www.cablecom.ch/david\\_patarica\\_photo.zip](http://www.cablecom.ch/david_patarica_photo.zip)

### **Über cablecom**

Cablecom – ein Unternehmen von UPC Broadband – ist das grösste Kabelnetzunternehmen der Schweiz und versorgt seine Kundinnen und Kunden mit Angeboten in den Bereichen Kabelfernsehen, Breitband-Internet, Festnetz- und Mobiltelefonie. Per 30. September 2009 zählte das Unternehmen über 1,6 Mio. Fernsehkunden, davon 362 000 im Digitalbereich sowie 485 000 Internet- (hispeed) und 305 000 Telefonie-Kunden (digital phone). Weiter bietet cablecom Sprach-, Daten- und Mehrwertdienste für Geschäftskunden an. Kabelnetzunternehmen versieht cablecom mit Anlagenbau sowie mit Anwendungs- und Übertragungsdiensten für Fernsehen, Telefonie und Internet. Das eigene Netzwerk erschliesst rund 1,9 Millionen Haushalte und versorgt alle grösseren Städte der Schweiz. Per Ende Dezember 2008 erzielte das Unternehmen mit rund 1500 Mitarbeitenden einen Umsatz von über 1 Mrd. Schweizer Franken. Cablecom ist eine Ländergesellschaft von UPC Broadband, der europäischen Kabelnetzgruppe von Liberty Global Inc.

<http://www.cablecom.ch/about>

## Über Liberty Global

Als international führender Kabelnetzbetreiber verbindet Liberty Global seine Kunden mit der Welt der Unterhaltung, Kommunikation und Information – dies mithilfe modernster Fernseh-, Sprach- und Breitband-Internetdienste. Per 30. September 2009 versorgten die Breitbandnetze von Liberty Global rund 17 Millionen Kunden in 14 Ländern: vor allem in Europa, Japan, Chile und Australien. Ausserdem besitzt Liberty Global ein bedeutsames Programmangebot, wie Chellomedia in Europa.

[www.lgi.com](http://www.lgi.com)