

# NEUE ZEICHEN SETZEN. UND WEITER WACHSEN.

**Neues Logo, neuer Auftritt und vor allem eine noch stärkere Fokussierung auf die eigentlichen Kundenbedürfnisse - die QSC AG positioniert sich im neuen Design, mit neuen Unternehmensfarben und einem neuen Erscheinungsbild auf dem Markt der zukunftsorientierten Breitbandkommunikation. Damit verbunden ist die unbedingte Ausrichtung auf die Anforderungen der Kunden: Konsequente Marketing-Aktivitäten also, um kontinuierliches Wachstum sicherzustellen und das Markenprofil der QSC AG weiter zu schärfen.**

## **Einfach, sorgenfrei, sicher und State-of-the-Art:**

An diesen Anforderungen misst die Kölner QSC AG ihre Dienste und Lösungen für Geschäftskunden und Partner. Das QSC-Leistungsversprechen an Kunden bedeutet: Einfache, klare Telekommunikations-

Lösungen in Premium-Qualität. Der QSC-Marken-Charakter wird konsequenter zusammengefasst und mit dem neuen Leitgedanken ausformuliert, der die neue Wertigkeit der Marke QSC auf den Punkt bringt:

## **„QSC – IHRE PREMIUM-ALTERNATIVE“**

Die QSC AG ist der Anbieter von echten Premium-Lösungen. Es werden auf der Grundlage hochwertiger Technik intelligente Lösungen aus einer Hand erarbeitet, die einen deutlichen Nutzen für den Kunden erschließen. Die QSC AG orientiert sich bei allen Angeboten konsequent an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden – ganz gleich, ob es dabei um individuelle Beratung

geht, um technische oder organisatorische Umsetzung, Begleitung im laufenden Betrieb oder um Modifikationen und Weiterentwicklungen. Im Mittelpunkt für die QSC AG stehen Prozessoptimierung, Effizienzsteigerung und natürlich Qualität, Sicherheit und Service.

## **PREMIUM BEDEUTET SORGLOSIGKEIT, EINFACHHEIT UND ZUVERLÄSSIGKEIT**

Das neue QSC-Logo symbolisiert sowohl Einfachheit als auch den klaren Anspruch eines State-of-the-Art-Anbieters. Dabei umfasst die QSC-Definition von Einfachheit sämtliche Aspekte des Kundenkontakts. Sie soll es Geschäftskunden ermöglichen, schnell und bequem zu den Diensten und Angeboten der QSC AG zu wechseln, dort übersichtliche und verständliche Tarife zu erhalten sowie Produkte und Bedieneroberflächen vorzufinden, die selbsterklärend sind. Die QSC AG wird ihren Geschäftskunden

künftig den Geschäftsalltag einfacher machen, damit diese sich stärker und selbstverständlicher auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Und die Voraussetzungen sind gut, denn die QSC AG verfügt über die entsprechende technische Infrastruktur und eine solide finanzielle Basis. Beides erlaubt Investitionen in State-of-the-Art-Technologie, damit auch die Telekommunikation der Kunden immer auf dem neuesten Stand bleibt und kompatibel für neue Dienste und Technologien ist.

## **MIT NEUEM AUFTRITT DIE POSITION WEITER AUSBAUEN**

Ziel der neuen Premium-Positionierung ist es, das Markenprofil der QSC AG als Anbieter hochwertiger Telekommunikations-Lösungen weiter zu stärken,

um die Marktstellung konsequent auszubauen und auch zukünftig zügig zu wachsen.

# INTERVIEW MIT THILO VEENEMA

Leiter Marketing & Produkte bei der QSC AG

**Herr Veenema, was waren die Beweggründe, der QSC AG ein neues Look & Feel zu geben?**

In den Jahren, in denen sich die QSC AG am Markt etablierte, standen technisch hochwertige DSL-Vorleistungen für Internet Service Provider und Internetzugänge für Geschäfts- und Privatkunden gleichermaßen im Mittelpunkt. Im Laufe der Zeit hat das Unternehmen seinen Kundenfokus geschärft, die QSC wandte sich konsequenter dem Geschäftskunden-Segment zu und positionierte sich als Premium-Business Telekommunikationsanbieter. Ab einem gewissen Zeitpunkt war uns dann klar, dass das bestehende Corporate Design den Premium-Charakter der Marke nicht angemessen transportieren kann.

**Die neue Marke wird dies schaffen?**

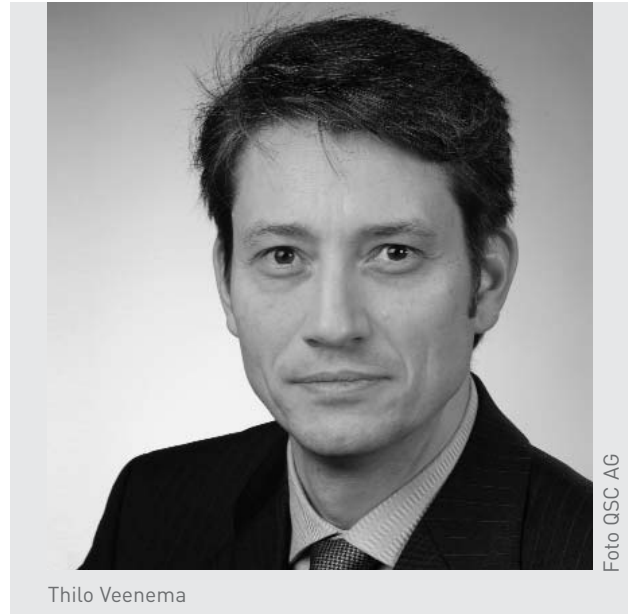
Sicher, denn in ihr spiegelt sich die Philosophie des Unternehmens wider. So steht das Silber für hohe Wertigkeit und die Schmuckfarbe Orange für die partnerschaftlich-persönliche Zusammenarbeit von der QSC und ihren Kunden und Lieferanten. Der ursprüngliche Farbton Kupfer sollte an die Kupfer-Doppelader erinnern, mit der wir unsere Dienste zum Kunden bringen...

**... und die nun die neue Idee zum Kunden bringt?**

Das Design setzt die vier Premium-Charakterzüge in eine Bildersprache um. Hinzu kommt der Claim: „Ihre Premium-Alternative“. Der besagt: „Sie haben die Wahl, es liegt in Ihrer Hand, wählen Sie Einfachheit, Sicherheit, Sorgenfreiheit und State-of-the-Art-Technologie.“

**Damit definieren Sie QSC als Premium-Anbieter.**

Eindeutig. Und Premium kann nicht jeder sein. Wer Premium sagt, benötigt dazu eine Premium-Unternehmenskultur, nur dann kann er auch Premium liefern. Wir arbeiten seit einigen Jahren mit großem Erfolg an einer solchen Unternehmenskultur. Deswegen trauen wir uns auch diese Positionierung



Thilo Veenema

zu. Das heißt nicht, dass wir nicht auch weiterhin hart arbeiten müssen, um Premium im Service zu bieten und in der Kommunikation mit dem Kunden noch einfacher und sorgenfreier zu gestalten.

**Welche Aktionen sind zur Markteinführung geplant? Wird es aufwändige Aktionen und Events geben?**

Die erstmalige Markenpräsentation ist für die diesjährige CeBIT geplant. Dort werden wir etwas größer als im Vorjahr präsent sein. Ansonsten werden wir das neue Design bei unseren regelmäßigen Kundenveranstaltungen mehr in den Vordergrund bringen. Wir wollen jetzt etwas selbstbewusster mit der Marke agieren als in der Vergangenheit, weil wir uns in ihr zutreffender gespiegelt sehen. Darüber hinaus werden wir Anzeigenkampagnen in der Fachpresse schalten und noch die eine oder andere Überraschung im Sport-Sponsoring parat haben.

**Auch dabei gilt Premium?**

Auch dabei gilt Premium!