

Green.ch

«Später dran als der Rest Europas»

Die Chefs der grossen Schweizer Telekom-Firmen trafen sich zum Streitgespräch über Monopole, Technik und die Zukunft: Carsten Schloter (Swisscom), Christoph Brand (Sunrise) und Andreas Wetter (Orange).

Von Marc Kowalsky, Roger Köppel (Text) und Robert Huber (Bild)

Vor genau zehn Jahren wurde der Schweizer Telekommunikationsmarkt liberalisiert – für Sie ein Grund zu feiern?

Christoph Brand: Sicher. Es ist für die Kunden ein Grund zu feiern, also auch für mich. Aber ich bin nicht zufrieden damit, wie sich der Telekommunikationsmarkt seither entwickelt hat.

Inwiefern?

Brand: In der Sprachtelefonie hat die Liberalisierung viel gebracht. Es gab im Festnetz und im Mobilfunk markante Preisreduktionen. Aber beim Breitbandinternet muss dies erst noch geschehen. Hier beherrscht nach wie vor die Swisscom den Markt. Da besteht noch dringender Handlungsbedarf, weil alle ausser der Swisscom Geld verlieren und die Kunden zu viel bezahlen.

Herr Schloter, Sie sehen da wohl keinen Handlungsbedarf?

Carsten Schloter: Eine Liberalisierung bezweckt einen Wettbewerb in Innovation, in Investitionen und sinkende Preise. In Bezug auf Pro-Kopf-Investitionen liegt die Schweiz weltweit auf Platz 5. Die Preise liegen, wenn man die Kaufkraft berücksichtigt, in allen Bereichen im unteren Drittel, und bei der Qualität der Infrastruktur, sei es beim Mobilfunk oder der Breitbandversorgung, hält die Schweiz einen Spitzenplatz.

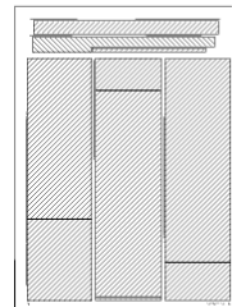
Herr Wetter, nach zehn Jahren hat die Swisscom noch immer einen sehr hohen Marktanteil: bei den Festnetzanschlüssen 92 Prozent, im Mobilfunk 60, im Breitbandinternet 70. Was haben

Sie als Herausforderer falsch gemacht?

Andreas Wetter: Wir sind nicht glücklich mit 20 Prozent Marktanteil im Mobilfunkbereich. Dass wir aber etwas falsch gemacht haben, stelle ich in Frage. Das grosse Problem ist, dass der Gesetzgeber, der Regulator und die Swisscom als Hauptplayer im Markt durch die gleiche Instanz kontrolliert werden: den Staat. Und der hat nicht den Willen, etwas an der Situation zu ändern. Dass die Swisscom im Internetbereich sogar noch stärker wird, ist sehr bedenklich. Und wenn sie wie geplant ein Glasfasernetz baut, droht das die Situation erst recht zu zementieren. Das ist gefährlich.

Schloter: Lassen Sie mich das zurechtrücken: Wir haben im Breitbandbereich nicht 70 Prozent Marktanteil, sondern 48. Die anderen 22 Prozent sind Alternativenbieter wie Sunrise, Green oder VTX, die unser Netz nutzen.

Wetter: Bei allem Respekt: Es läuft doch darauf hinaus, dass der Markt betoniert ist und dass es keine Verschiebung von Marktanteilen mehr gibt. Wenn ich das mit anderen



Argus Ref 29823468

Green.ch

Ländern vergleiche, in denen unser Mutterhaus France Télécom tätig ist: Da schaut man mit grossen Augen auf das, was hier in der Schweiz abläuft. Es besteht kein politischer Wille, die Dominanz des Ex-Monopolisten zu brechen. Das ist für einen ausländischen Investor eine sehr unbefriedigende Lage. Und gerade nach den jüngsten Veränderungen in Bundesbern wird es wohl kaum mehr zu einer grundlegenden Änderung im Fernmeldegesetz kommen.

Brand: Das kann ich bestätigen: Unsere Investoren haben elf Milliarden in die Sunrise gesteckt, und ihre Geduld ist langsam am Ende. Wir investieren ja wenigstens, unter grossen Risiken. Aber wir sind die Einzigen! Und wir kommen sieben Jahre nach dem Rest Europas, weil die Entbündelung der letzten Meile hier so lange gedauert hat.

Hat die Swisscom auf Zeit gespielt?

Wetter: Was die Swisscom im Rahmen ihrer Möglichkeiten als börsennotierte Firma macht, ist nicht verwerflich. Sie hat die Möglichkeiten voll auszunutzen, Punkt. Wenn sich der Volkswille gegen jemanden richten müsste, dann gegen die Politik. Wir haben einen Apparat, der in sich selbst dreht und der nicht den Willen aufbringt, die Liberalisierung mutig durchzusetzen.

Brand: Ich habe hier eine Liste von 44 Schritten, die die Swisscom seit dem Jahr 2000 unternommen hat, um Liberalisierungsfortschritte zu bremsen. Swisscom macht das im Interesse der Aktionäre: Der Bund als Eigentümer bremst die Forderungen des Parlaments nach mehr Wettbewerb.

Bezahlen Sie, Herr Brand, jetzt den Preis dafür, dass Ihre Vorgänger dem Lobbyieren in Bern zu wenig Beachtung geschenkt haben?

Brand: Ja! Aber nicht nur wir bezahlen den Preis. Wenn wir ständig Fristerstreckungsgesuche haben, dann schadet das am Schluss dem Kunden – egal ob es ein Privatkunde ist, ein KMU oder eine grosse Firma.

Schloter: Die Swisscom blockiert nicht den Willen des Parlamentes. Die Entbündelung ist der Wille des Gesetzgebers, und die Swiss-

com hält sich an die Gesetze. In keinem anderen Land wurden vier Monate nach Inkrafttreten des Gesetzes bereits die ersten Leitungen freigeschaltet. Der Wettbewerb ist positiv – auch für uns. Er hat uns schneller gemacht. Er hat uns besser gemacht, und er hat der Schweiz eine sehr viel bessere Infrastruktur gebracht.

Brand: Ich kann Carsten Schloter insoweit zustimmen, als seine Leute, die mit der Umsetzung der Entbündelung beschäftigt sind, positiv und konstruktiv mit uns zusammenarbeiten. Ich hätte auch nichts anderes erwartet. Auch weil wir sieben Jahre später dran sind als der Rest Europas. Wenn man dann jetzt noch die Spielchen spielen würde wie in Deutschland, wo man sich in den technischen Abläufen beim Kundenwechsel blockiert hat, dann wäre das für die Swisscom imagemässig eine Katastrophe.

Herr Schloter, was bedeutet die jüngste Verschiebung im Parlament und im Bundesrat für die Chancen der Swisscom auf eine Vollprivatisierung?

Schloter: Da wage ich keine Prognose. Aktuell schränken uns die strategischen Ziele des Bundesrats nicht ein, die nötigen unternehmerischen Risiken einzugehen. Wenn sich das ändert, wäre es nicht konsequent, an der Mehrheit des Bundes festzuhalten.

Seit Jahren tobt der Streit um die Interkonnektion. Wäre eine Netzgesellschaft wie in England ein Ausweg? Dort ist das Telefonnetz des Ex-Monopolisten in eine eigene Gesellschaft ausgegliedert, die ihre Kosten transparent darlegen und allen Anbietern den Netzzugang zu gleichen Konditionen gewähren muss.

Schloter: Das ist doch Augenwischerei! Die Verstaatlichung der Infrastruktur zu fordern, wäre ein absolutes Novum: Die Schweiz wäre das einzige Land, das so etwas täte. Und dann muss man sich fragen, was wären die Konsequenzen? In 50 Jahren werden wir nicht die gleiche Bandbreite nutzen wie heute, sondern ein x-Faches davon. Das bedeutet Neuinvestitionen ins bestehende Netz. Wenn die Schweiz eine Glasfaserinfrastruktur

Green.ch

tur möchte, dann kostet das 10 Milliarden Franken. Die muss jemand investieren. Eine staatliche Netzgesellschaft hätte dazu keinen Anreiz – sie bliebe ja Monopolistin. Nein, es braucht drei oder vier Anbieter, die dazu bereit sind, und dann wird sich der Wettbewerb auf der Infrastrukturebene abspielen. Und wer dieses Geld nicht hat, der soll diesem Markt fernbleiben. >>>

Brand: Aber es wäre doch volkswirtschaftlich völliger Unsinn, das Kabel- und Kanalisationsnetz noch ein zweites, drittes, viertes Mal zu bauen. Wir haben ja auch nicht eigene Strassen für Postautos. Ausserdem sind es Infrastruktur-Investitionen mit Horizonten von 20, 30, 40 Jahren. Daher sagen wir: Lasst uns diese Firma separieren. Sie muss ja nicht verstaatlicht werden, sondern kann der Swisscom gehören. Es soll für alle transparent sein, welche Kosten anfallen und wie der Preis für die Nutzung entsteht. Die Gesellschaft muss allen den gleichen Zugang bieten zum gleichen Preis. Die endlosen Diskussionen um Diskriminierung, um die Berechnung der Preise und ihre Höhe wären ein für alle Mal vorbei. Diese Firma könnte sich vor Aufträgen zum Ausbau nicht mehr retten! Es wäre für alle interessant, zu investieren und etwa Glasfaserleitungen zu legen.

Wetter: Den Vorwurf, es würde dann nicht mehr investiert, können mir meine Kollegen in England wirklich nicht bestätigen, ganz im Gegenteil. Vermutlich besteht tatsächlich dereinzig pragmatische Ansatz darin, die Swisscom aufzuteilen. Dann hätte man Transparenz, was die Investitionen, Kosten und Wiederverkaufspreise angeht.

Schloter: Jetzt haben wir gerade erst Fix- und Mobilfunk zusammengeführt, weil die Technologien verschmelzen. Dann müssten wir sie für diese Idee wieder auseinanderreißen. Das geht völlig gegen den Trend! Es gibt heute ja verschiedene Festnetze in der Schweiz, die in harter

Konkurrenz zueinander stehen: Swisscom, die Kabelfernsehnetze und die Elektrizitätswerke. Über eine Zusammenlegung der Kabelschächte ohne die Netze liesse sich diskutieren. Denn dann würde im «Vielleicht besteht der einzige pragmatische Ansatz darin, die Swisscom aufzuteilen.»

Hinblick auf die künftigen Glasfasernetze der Wettbewerb auf der Infrastrukturebene spielen. Aber nur, wenn es alle betrifft und nicht die Swisscom einseitig enteignet wird.

In anderen Ländern sind die Preise nach der Liberalisierung viel deutlicher gesunken: In Paris bekommt man einen Festnetzanschluss, Breitbandinternet mit deutlich höherer Kapazität als hierzulande und einen Fernsehanschluss mit HDTV für zusammen 50 Franken. Das Gleiche kostet in der Schweiz über 130 Franken. Warum sind Sie nicht konkurrenzfähig?

Schloter: In diesen Ländern konzentriert sich das Angebot auf die Grossstädte. Gleichzeitig gibt es ganze Landstriche, die weder Mobilfunk noch Breitbandversorgung haben. Man könnte auch den Preis für die Stadt Zürich nach unten bringen. Das wäre das Leichteste. Das ist eine politische Entscheidung. Aber dann gibt es im Lötschental dafür halt gar nichts. Das Konzept der Grundversorgung sieht vor, dass der Zürcher den Walliser finanziert. So läuft das in der Schweiz. Noch einmal: Kaufkraftbereinigt liegen die Schweizer Preise europaweit im unteren Drittel. Wo ist das Problem?

Eine Liberalisierung soll nicht nur tiefere Preise bringen, sondern auch Innovationen. Die Schweiz war jahrelang extrem innovativ, Prepaid-Karten und Roaming wurden von den PTT erfunden. Aber in den letzten Jahren kam keine nennenswerte Innovation mehr von Swisscom, Orange oder Sunrise.

Schloter: Die Innovation ist in der Qualität des Angebotes zu sehen. Wo haben Sie auf der Welt ein so gutes Netz, dass Sie praktisch in jedem Tunnel telefonieren können?

Green.ch

Wo haben Sie ein Land, in dem über 98 Prozent der Haushalte über einen Breitbandanschluss verfügen und jetzt gemäss Grundversorgung 100 Prozent angepeilt werden? Brand: Es hat massive Innovationen gegeben, aber eher hinter den Kulissen – in der Versorgung, in den Abläufen oder beim Kundendienst.

Wetter: Gerade KMUs profitieren enorm von unseren Diensten und schaffen so grossen volkswirtschaftlichen Nutzen. Vielleicht müssten wir auch mehr darüber reden.

Meine Herren, was Ihre Branche in den letzten Jahren an Innovationen gebracht hat, sei es MMS, Handy-TV oder Videotelefonie, ist alles gefloppt.

Schloter: Das stimmt nicht. Bei den Anwendungen finden Sie heute eine unglaubliche Innovationsvielfalt. Dazu tragen wir auch bei. Aber wir stehen nicht da als Nummer eins, weil es ein globaler Wettbewerb ist. Und es gibt kein anderes Land in Europa, in dem diese Datendienste so intensiv genutzt werden wie in der Schweiz. Das liegt daran, dass wir hier keine horrenden Gebühren für UMTS-Lizenzen zahlen mussten und das Geld stattdessen in die Infrastruktur stecken konnten. Deswegen ist die Schweiz das einzige Land, das eine praktisch flächendeckende mobile Breitbandversorgung hat.

Flächendeckung hat doch nichts mit Innovation zu tun. Das ist bestenfalls Schweizer Perfektionismus, aber nicht Kreativität.

Wetter: Ascom war das letzte Unternehmen, das hierzulande überhaupt noch in der Telekomentwicklung tätig war. Heute kommt von dort auch nichts mehr. Und die restliche schweizerische Industrie hat sich schon vor Jahrzehnten aus diesem Geschäft verabschiedet. Deswegen kommt die nächste Killerapplikation nicht aus der Schweiz.

Brand: Wir Anbieter sollten uns noch mehr Gedanken machen. Wir sollten mutiger sein und mehr Experimente wagen. Es ist deshalb so schwierig, weil der Schweizer Markt von einem Anbieter dominiert wird.

Um ein Beispiel zu bringen: Seit zehn Jahren reden

wir von der Möglichkeit, kleinere Geldbeträge mit dem Handy zu bezahlen, etwa am Getränkeautomaten oder beim Parkieren. Bis heute ist das noch immer nur in Einzelfällen möglich. Warum?

Schloter: Es bräuchte eine Branchenlösung, und zwar nicht nur auf der Telekomseite, sondern auch auf der Bankenseite. Es geht ja nicht, dass beispielsweise nur die Postfinance-Kunden davon profitieren. Wir haben viele Vorstösse gemacht Richtung Finanzindustrie. Aber dort hat man Angst, dass mobile Systeme die traditionellen Zahlungsmittel konkurrenzieren. Die Banken fragen sich vermutlich zu Recht: Welcher neue Kundennutzen würde durch Handyzahlung entstehen? Und die Schweiz ist kein Einzelfall: In den anderen Ländern ist man genauso wenig weit gekommen. Solche Innovationen sind unmöglich, wenn nicht alle Seiten mitziehen.

Stichwort Innovation: Sunrise und Swisscom haben fast zeitgleich einen neuen Marktauftritt eingeführt. Herr Wetter, wann kommen Sie mit einem neuen Logo?

Wetter: Das wäre das Dummste, wirklich Dummste, was Orange tun könnte. Unsere Marke ist einer der Hauptwerte unserer Firma.

Ein ganz anderes Thema: Wer von Ihnen bemüht sich nicht um die Vertriebsrechte für das iPhone? – Keiner? Das haben wir uns fast gedacht.

Schloter: Ist ja auch ein schönes Produkt. **Aber ein teures: Apple verlangt nicht nur einen Fixpreis pro Gerät, sondern von den Mobilfunkbetreibern auch einen Anteil an den Minutenumsätzen, die damit erzielt werden. Wenn Sie das zulassen, kommen Ihre Margen noch weiter unter Druck – und Sie wecken Begehrlichkeiten bei den anderen Handyherstellern, die dann ebenfalls Umsatzbeteiligung wollen.**

Wetter: Meine Kollegen bei Orange in Frankreich haben den Deal ja bereits gemacht. Der Erfolg ist dort sehr gross, weil die Synergien zwischen den Marken Apple und Orange spielen. Sicher ist das ein neues Geschäftsmodell, das man sorgfältig abwägen muss. Aber wenn ein starker Anbieter wie Apple viele neue und

Green.ch

treue Kunden und damit Wachstum bringt, dann kann man auch Kompromisse eingehen bezüglich der Umsatzbeteiligung. Wenn hingegen irgendein anderer Handyhersteller kommt und sagt, er hätte gerne das gleiche Modell, wird er ein müdes Lächeln bekommen.

Und wenn dieser Hersteller so stark ist wie Nokia mit seinen 40 Prozent Marktanteil?

Wetter: Dann müsste man genau die gleichen Überlegungen anstellen wie bei Apple. Wenn die Rechnung aufgeht, dann kann man darauf einsteigen. Sonst zeigt man die kalte Schulter. Davon gehe ich aus.

Die Gesprächstarife sinken seit Jahren, der Datenverkehr hat das noch nicht wettmachen können: Wie sieht das Geschäftsmodell der Zukunft aus für einen Mobilfunkbetreiber?

Wetter: Die Verdrängung wird weitergehen, denn wenn wir die Anzahl der Handys zusammenzählen in der Schweiz, ist das schon mehr als 100 Prozent der Bevölkerung...

Brand: ... und unsere Businesspläne zusammen ergeben 200 Prozent.

Wetter: Genau das ist der Punkt. Wachsen geht nur noch über Verdrängung. Zusätzliche Umsätze generieren kann man allenfalls noch über die Inhalte und beim Datenverkehr. Da gibt's noch Potenzial.

Mit welcher Art von Inhalten soll das Wachstum kommen?

Wetter: Hauptsächlich bei den Geschäftskunden. Das sind die Potenziale für den mobilen Datenverkehr zur Prozessautomatisierung und im E-Mail-Verkehr sehr gross. Bei den Privatkunden bieten die Unterhaltungsangebote viel Potenzial.

Schlöter: Ich sehe das anders. Das mobile Datengeschäft war bisher eine geschlossene Welt. Alles ging über unsere eigenen Portale, wo man jede Transaktion einzeln bezahlt – jeden Klingelton, jeden Informationsdienst. Das begrenzt gleichzeitig unser Wachstum: Das bisschen Geld, das wir dort verdienen, kommt von einer sehr geringen Anzahl Privatkunden.

Inzwischen aber ist das ganze Internet eins zu eins mit dem Handy erreichbar.

Das ist für uns eine neue Chance. Denn wenn jeder dieser Kunden mit einer günstigen Flat Rate auf das Internet zugreifen könnte, dann würden wir deutlich mehr

«Das Preisniveau wird in fünf Jahren nur noch halb so hoch sein.»

Umsatz generieren als mit unseren paar Mickymausbildchen, die wir einzeln abrechnen. Das wird kommen. In zehn Jahren kann sich keiner mehr vorstellen, nicht jederzeit und überall auf seine Mails zugreifen zu können.

Brand: Das stimmt. Irgendwann kommt man an einen Punkt, an dem das Wachstum explodiert. Genau das passiert jetzt bei den mobilen Breitbanddiensten bei uns: Die Datenvolumina gehen durch die Decke!

Das bedeutet auch, dass Sie nur noch für den Datentransfer Geld bekommen, aber nicht mehr für die Inhalte. Das fließt dann an Firmen wie Yahoo oder Google.

Brand: Wir haben auch bisher damit kaum Geld verdient. Aberso würde der Markt ausgedehnt werden.

Letzte Frage: Wie sieht der Telekommarkt in fünf Jahren in der Schweiz aus?

Wetter: Wenn der politische Wille weiterhin nicht besteht, die Marktdominanz der mehrheitlich im Staatsbesitz stehenden Swisscom zu ändern, wird es dann nur noch zwei Player geben. Die Swisscom wird weiterhin dominant sein in allen Bereichen, im Mobilfunk, im Internet, im Fixnetz, vermutlich sogar im Fernsehgeschäft. Das ist ein trübes Bild.

Brand: Wenn wir die heutige Situation extrapolieren, wäre das tatsächlich ein düsteres Bild – zurück zu den PTT. Daher möchte ich lieber eine Hoffnung ausdrücken: Es wird eine deutlich höhere Angebots- und Preisvielfalt geben, besonders im Festnetz. Dazu braucht es heute mutige Schritte. Das Parlament sagt immer wieder, wir wollen mehr Wettbewerb, der

Argus Ref 29823468

Bundesrat sagt es auch. Wenn das konsequent umgesetzt wird – etwa in einer Netzgesellschaft –, dann könnten endlich ein schweizweites Glasfasernetz und intensiver Wettbewerb entstehen.

Schlöter: Das Preisniveau wird in fünf Jahren nur noch halb so hoch sein. Die Netze werden drei- bis viermal so leistungsfähig sein wie heute. Und es wird das Gleiche passieren wie in anderen Ländern nach der Entbündelung: Zunächst eine rasch aufblühende Vielfalt an Angeboten, dann, nach drei, vier Jahren, eine dramatische Konsolidierung der Branche. ○

Telekom-Gipfel

Die Kontrahenten

Carsten Schlöter, 44, ist CEO der Swisscom. Der Deutsche mit französischem Hintergrund war 2001 als jüngstes und erstes ausländisches Mitglied in die Konzernleitung berufen worden, wo er für die Sparte Mobilfunk zuständig war. Vorher hatte er den Telekom-Operator Debitel aufgebaut, den die Swisscom 1999 erwarb und fünf Jahre später wieder verkaufte.

Christoph Brand, 38, kennt sowohl die Perspektive des Platzhirsches als auch jene des Herausforderers: 11 Jahre war er bei der Swisscom tätig, unter anderem als Leiter des Internetanbieters Bluewin, als Verantwortlicher für Grosskunden und als Strategiechef. Seit November 2006 ist er CEO von Sunrise, die zum dänischen Konzern TDC gehört. Dessen Chef ist auch ein Ex-Swisscom-Mann: der frühere CEO Jens Alder.

Andreas Wetter, 58, ist der Dienstälteste der drei: Er ist seit der Marktöffnung Chef von Orange Schweiz, die zu France Télécom gehört, und hat in den letzten zehn Jahren die Chefs der Konkurrenz kommen und gehen sehen. Zuvor leitete er die Firma Radio TV Steiner, die heute zu Interdiscount gehört. (mk)

Green.ch



«Bedenklich, dass die Swisscom im Internet noch stärker wird»: Brand, Schlöter, Wetter (von links).
Weltwoche Nr. 3.08

47

Argus Ref 29823468