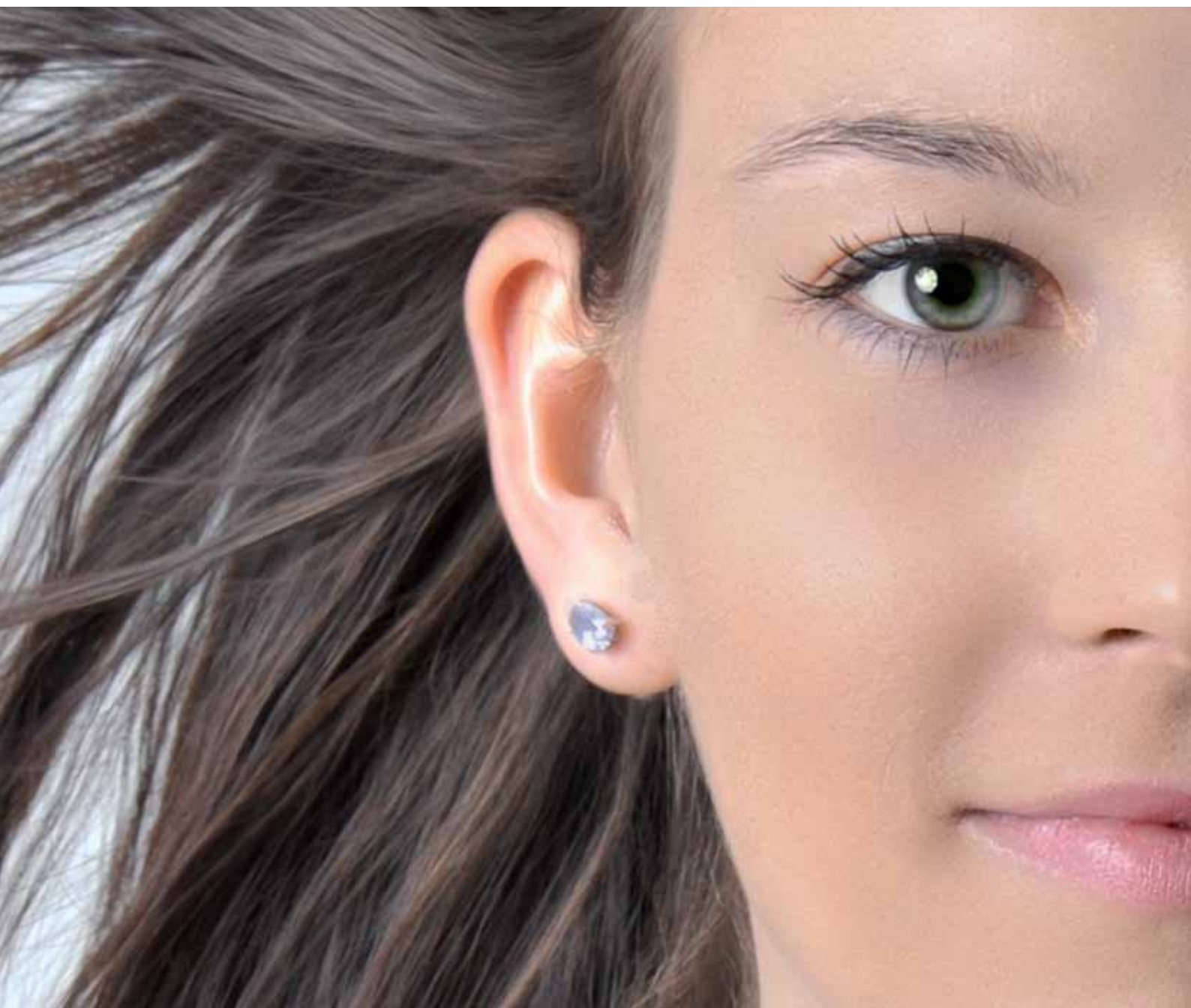


JAHRESBERICHT 2010



INHALT

EDITORIAL	3
BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG	4
Dienstleistungen der Kabelnetzanbieter	13
DIE KABELNETZBRANCHE IM SPIEGEL DER MEDIEN	19
Ausblick auf das Jahr 2011	21
Verbandsorgane	26
Arbeitsgruppen	27

EDITORIAL

DYNAMIK ODER REGULIERUNG?

Telekommunikation – einer der dynamischsten Bereiche moderner Wirtschaft und Gesellschaft. Neue Technologien ermöglichen laufend neue, leistungsfähige Anwendungen. Noch nie konnten Nutzerinnen und Nutzer aus einer so grossen Auswahl von Endgeräten, Dienstleistungen und Anbietern wählen wie heute. In dieser so vielgestaltigen Umgebung spielen die Übertragungsnetze eine zentrale Rolle, auch wenn sich der Anwender zu Recht wenig darum kümmert – solange sie sicher, zuverlässig und schnell genug funktionieren.

In der Telekommunikation spielt der Markt, der Wettbewerb ist entsprechend ausgeprägt. Dennoch fordern verschiedene Kreise immer wieder zusätzliche Regulierungen, namentlich im Bereich der Übertragung. Die Schweiz verfügt über eine gut ausgebaute, leistungsfähige Telekommunikation, die auch den internationalen Vergleich nicht zu scheuen braucht. Wir haben diesbezüglich keinerlei Notstand, wie manchmal behauptet wird, sondern eine starke Stütze unserer Volkswirtschaft.

Je stärker der Wettbewerb, um so weniger sind Regulierungen notwendig. Immerhin verfügt die Schweiz mit dem Kartellgesetz über ein griffiges, wirksames Instrument. Missbräuche von Marktmacht, wie sie sich gerade im Infrastrukturbereich nicht von vorneherein ausschliessen lassen, können damit wirksam bekämpft werden. Zusätzliche Regulierungen, die technologische Einschränkungen oder gar wettbewerbsverzerrende Behinderungen einzelner Marktteilnehmer bewirken sollen, sind hingegen nicht nur überflüssig, sondern eben marktbehindernd.

In diesem Sinne dürfen die Kabelnetze, die massgeblich zum Wettbewerb beitragen, nicht mit regulatorischen Massnahmen gegenüber anderen Infrastrukturen benachteiligt werden. Dafür hat sich Swisscable im vergangenen Jahr eingesetzt und wird dies auch in Zukunft tun.

Dr. Hajo Leutenegger
Präsident Swisscable



DR. HAJO LEUTENEGGER

BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

DAS JAHR 2010 WAR VOM HARTEN KONKURRENZKAMPF IM DIGITALEN FERNSEHEN UND VON DER HOHEN MARKTDYNAMIK MIT WICHTIGEN TECHNISCHEN ENTWICKLUNGEN UND NEUEN ANGEBOTEN GEPRÄGT. DANEBEN BESCHÄFTIGTE SICH DER VERBAND INTENSIV MIT DEM THEMA GLASFASERNETZE SOWIE MIT POLITISCHEN ANLIEGEN. DIE VOM VORSTAND BESCHLOSSENE VERSTÄRKUNG DER AUSSENKOMMUNIKATION WURDE ERFOLGREICH UMGESETZT.



DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ

Im Zentrum des Jahres 2010 stand der Kampf um Digital-TV-Kunden, der sich gegenüber den Vorjahren nochmals verschärft hat. Zum einen ist dies auf die breit angelegte Werbekampagne für Swisscom TV zurückzuführen. Zum anderen ist die hohe Marktdynamik für den stärkeren Wettbewerb verantwortlich. So werden nicht nur laufend neue TV-Sender aus der Taufe gehoben, sondern es werden auch kontinuierlich neue Angebote in den Bereichen Satelliten-TV, Internet-TV und Video-on-Demand (VoD) lanciert. Beispiele dafür sind Apple TV, DVDfly, SwissTV und Acetrax. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch der sich rasant entwickelnde Markt für TV-Geräte und Set-Top-Boxen. Stichworte dazu sind CI+, HDTV, 3D-TV und Hybrid-TV.

CI+ SETZT SICH DURCH

Obwohl kein offizieller Standard, hat sich der Industriestandard CI+ für den Empfang von Digital-TV im Berichtsjahr auf breiter Front durchgesetzt. So sind heute praktisch alle neuen TV-Geräte mit einer Schnittstelle für CI+ ausgerüstet. Dass

Cablecom mit der DigiCard – einem Steckmodul für TV-Geräte – ein Angebot lanciert hat, das auf CI+ aufsetzt, ist deshalb nicht verwunderlich. So können nun auch Kunden von Cablecom bei Bedarf auf eine Set-Top-Box verzichten. Dem gegenüber haben im Berichtsjahr verschiedene Kabelnetzunternehmen entschieden, auf die Verschlüsselung von Digital-TV zu verzichten. Damit wird den heutigen Analog-TV-Kunden der Umstieg auf digitales Kabelfernsehen, das heute zum Grundangebot gehört, einfacher gemacht.

HDTV WIRD IMMER WICHTIGER

Zwar gibt es immer noch zu wenige Inhalte, die in hochauflösender Qualität produziert werden; die Entwicklung von HDTV ist 2010 aber deutlich vorangekommen. So sind im Berichtsjahr weltweit zahlreiche neue HD-Sender lanciert worden. Das HD-Angebot der Kabelnetze beinhaltete Ende 2010 meistens im Minimum folgende Sender: HD suisse, ZDF HD, Das Erste HD, Arte HD, Anixe HD, BBC HD und ServusTV HD. Darüber hinaus sind bei vielen Kabel-

netzen weitere HD-Sender abonnierbar. Einen grossen Schritt vorwärts gemacht hat HDTV auch beim Geräteabsatz. So stehen bereits in rund 70 Prozent aller Schweizer Haushalte HD-fähige TV-Geräte.

3D-TV: VIEL LÄRM UM NICHTS?

Im Gegensatz zu HDTV, dem fast unisono eine strahlende Zukunft bescheinigt wird, ist das dreidimensionale Fernsehen 3D-TV umstritten. Zwar haben 2010 verschiedene Hersteller 3D-TV-Geräte für den Heimgebrauch lanciert, was dazu geführt hat, dass 3D-TV in der Öffentlichkeit ein grosses Thema war. Ob diese Aufmerksamkeit auch gerechtfertigt ist, bleibt jedoch fraglich. Dies hat nicht nur mit den fehlenden Inhalten und der sehr aufwendigen Produktion zu tun, sondern auch mit der Tatsache, dass es viele Menschen ablehnen, eine spezielle Brille zum Fernsehen tragen zu müssen. Andere können die räumliche Tiefe von 3D-TV nicht sehen oder vertragen diese nicht. Auch die alternative 3D-TV-Technik, die dank autostereoskopischen Displays

eine Brille überflüssig macht, hat ihre Grenzen: So sind Bildgrösse und Bewegungsfreiheit stark eingeschränkt. 3D-TV hatte für die Kabelnetze 2010 deshalb keine Priorität.

HYBRID-TV BRINGT DAS INTERNET AUF DEN TV-SCHIRM

Von der Bedeutung her zwischen HDTV und 3D-TV kann Hybrid-TV positio-





niert werden. Bei dieser neuen Art des Fernsehens können – zusätzlich zum gewohnten Fernsehen – via Fernbedienung Informationen und Angebote aus dem Internet auf den TV-Schirm gebracht werden. Heute geschieht dies meist über herstellereigene Portale. Eine Vereinfachung und Vereinheitlichung bringen könnte hier Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV), ein offener ETSI-Standard für Hybrid-TV. Setzt sich dieser Standard durch, kann man davon ausgehen, dass sich Hybrid-TV schnell verbreiten wird. Für die Schweizer Kabelnetze wäre dies zweifellos eine grosse Chance, da sie als Broadcaster ideale Voraussetzungen für HbbTV mitbringen.

KABELNETZE MIT TRÜMPFEN

In diesem Wettbewerb von neuen Angeboten und Möglichkeiten können die Schweizer Kabelnetzunternehmen mit einigen Vorteilen auftrumpfen. So verfügen sie über eine leistungsfähige Netzinfrastruktur, die es ihnen erlaubt, Radio, TV (analog und digital), Inhalte auf Abruf, Internet und Telefonie gleich-

zeitig und ohne Leistungseinbusse an allen Anschlüssen der Wohnung zur Verfügung zu stellen. Auftrumpfen können die Kabelnetze auch mit ihrem HDTV-Angebot, das praktisch auf allen Kabelnetzen verfügbar ist, und ihren superschnellen Internetangeboten. Mitte 2010 waren bereits in mehr als 300 Schweizer Gemeinden Kabelinternetangebote mit mindestens 50 Megabit pro Sekunde erhältlich. In vielen Städten und Dörfern können die Haushalte bei Bedarf sogar von Bandbreiten mit 100 Megabit pro Sekunde profitieren. Gründe dafür sind die hybride Netzinfrastruktur aus Glasfasern und Koaxialkabeln und die im Berichtsjahr erfolgte breite Einführung des Übertragungsstandards DOCSIS 3.0.

FTTH: ANZEIGE BEI DER WETTBEWERBSKOMMISSION

Ein wichtiges Thema für Swisscable war im Berichtsjahr auch der Bau von Glasfasernetzen (Fiber to the Home = FTTH). Die verschiedenen Kooperationsabsichten der Swisscom mit Stadt- und Elektrizitätswerken in Zürich, Genf,



Lausanne, St.Gallen, Luzern, Winterthur und Basel nährten bei Swisscable die Befürchtung, dass FTTH-Netze teilweise mit öffentlichen Geldern finanziert werden könnten. Um dies zu verhindern und Transparenz zu schaffen, zeigte Swiss-cable die Swisscom und die Stadt St.Gallen bei der Wettbewerbskommission an. Konkreter Anlass war die Vereinbarung zwischen der Swisscom und den Stadtwerken in St.Gallen. Erste Reaktionen der Weko, allenfalls die Einleitung einer Vorabklärung, werden für Anfang 2011 erwartet.

POSITIONIERUNG ZU FTTH

Die von Swisscable zum Thema FTTH definierte Position – keine öffentlichen Gelder und Quersubventionen für FTTH-Netze, Weiterführung des Infrastrukturwettbewerbs sowie kontinuierliche Entwicklung der HFC-Netzinfrastruktur – konnte im Berichtsjahr den Mitgliedern, verschiedenen Organisationen wie dem Gemeinde- und Städteverband, der Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete und der Öffentlichkeit erklärt werden. Wie im

letzten Jahr nahm Swisscable an den Arbeitsgruppen des von der Kommunikationskommission ComCom initiierten Runden Tisches zur Koordination von FTTH-Projekten teil. Zudem hat Swisscable beim Glasfasernetzprojekt der Valaiscom im Oberwallis beratend mitgearbeitet.

ERSTE FTTH-ANGEBOTE

Ende Juni gaben der Hauseigentümerverband und die Swisscom bekannt, dass sie sich auf einen Mustervertrag geeinigt hätten, gemäss dem die Swisscom oder ein anderer Kooperationspartner die Kosten für die Erschliessung mit Glasfasern bis in die Wohnungen übernimmt. In Städten, wo FTTH bereits eine gewisse Penetration erreicht hat, sind im Berichtsjahr zudem erste FTTH-Angebote auf den Markt gekommen, so zum Beispiel von Finecom, Green und der Swisscom. In der Regel handelt es sich dabei um Triple-Play-Angebote mit Digital-TV, Breitbandinternet und Telefonie. Zu Denken geben sollte, dass sich im Dezember mit Orange eine Akteurin der ersten Stunde bereits

wieder vom FTTH-Netz in Zürich verabschiedet hat: Das FTTH-Angebot wurde aufgrund einer strategischen Neuausrichtung und mangels Kundeninteresse kurzerhand eingestellt.

BERICHT ZUM FERNMELDEWESEN IN DER SCHWEIZ

Mitte September wurde der lang erwartete bundesrätliche Evaluationsbericht zur Entwicklung des schweizerischen Fernmeldemarkts veröffentlicht. Er enthält eine Auslegeordnung der verschiedenen Themenkreise und unterbreitet Vorschläge für eine allfällige Revision des Fernmeldegesetzes (FMG). Für Swisscable gab es aufgrund des Berichts jedoch keinen Anlass, auf eine FMG-Revision einzutreten. Zum gleichen Schluss kam der Bundesrat. Die im Bericht aufgezeigten Unzulänglichkeiten seien nicht derart gravierend, dass sie die mit einer Gesetzesrevision verbundenen negativen Auswirkungen auf die Investitionsdynamik rechtfertigen würden. Diese Schlussfolgerung stiess in verschiedenen Kreisen auf deutliche Kritik, weshalb sich die ständerätliche Fernmeldekommission dazu entschloss, anfangs 2011 die Regulierungsbehörden anzuhören, bevor sie über weitere Schritte entscheiden will.

REVISION DES RADIO- UND FERNSEHGESETZ VORERST ABGEWEHRT

Die Motion «Verschlüsselung von Set-Top-Boxen im digitalen Kabelnetz» beschäftigt Swisscable seit 2007. Der im Februar 2010 im Rahmen einer schriftlichen Anhörung vorgelegte Vorschlag

zur Umsetzung der Motion hatte ein widersprüchliches Echo zur Folge: Neben Swisscable wiesen auch alle anderen Organisationen aus dem Telekomsektor den Vorschlag zurück. Dieser besteht aus einer generellen Delegationsnorm im Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) sowie einer detaillierten und diskriminierenden Regulierungsabsicht in der Ausführungsverordnung. Auf der Gegenseite forderten Radio- und Fernsehändler, Konsumentenschutz, Hotellerie, Mieter und Hauseigentümer weitergehende Massnahmen. Am 17. September 2010 legte der Bundesrat die Botschaft für eine RTVG-Revision vor, die auf dem erwähnten Anhörungsvorschlag beruht. Um sich eine Meinung dazu zu bilden, lud die ständerätliche Fernmeldekommission die wichtigsten Interessengruppen – darunter auch Swisscable – im November zu einem Hearing ein und beschloss in der Folge, auf den Gesetzesentwurf nicht einzutreten. In der Wintersession folgte der Ständerat diesem Antrag. Das Geschäft geht anfangs 2011 an den Nationalrat (Zweitrat).

VERSTÄRKUNG DER KOMMUNIKATION

2010 hat Swisscable die politische Kommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit konzentriert und verstärkt. In diesem Zusammenhang steht auch die Einstellung der Publikationen «Swisscable» und «cable news». Dank den eingesparten Ressourcen konnte die Medienarbeit deutlich verstärkt werden. Davon zeugen nicht nur die gut besuchte Medienorientierung, die im Februar in Bern stattfand, sondern auch die regelmässi-



gen Medienmitteilungen zu Themen wie Infrastrukturwettbewerb, Regulierung von Set-Top-Boxen, Bau von Glasfasernetzen, CI+, Swisscom-Werbung, Fussball-Weltmeisterschaft, Kabelmarkt und Breitbandinternet. Zu diesen und weiteren Themen beantwortete Swisscable auch Medienanfragen und war Gegenstand von Blogs und Diskussionsforen im Internet. Neu veröffentlicht(e) Swisscable zudem die Quartalszahlen der Branche, was bei den Medien auf Interesse stösst. Zur guten Wirkung der Kommunikation nach Aussen haben auch Auftritte von Swisscable-Vertretern an verschiedenen Veranstaltungen sowie zahlreiche Gespräche mit Interessenverbänden und Partner-Organisationen beigetragen.

WERBEKAMPAGNE KOMMT AN

Die 2010 lancierte Werbung für die Kabelnetzbranche wurde im Berichtsjahr

erfolgreich fortgesetzt. Thematisiert wurden in den national geschalteten TV-Spots, Anzeigen und Bannern die Vorteile der Kabelnetze. Und die Internetseite www.ihr-kabelnetz.ch, Dreh- und Angelpunkt der Kampagne, stellte einem breiten Publikum eine Fülle von Informationen zu den Angeboten und Möglichkeiten der Kabelnetze zur Verfügung. Nebst diesen Werbemitteln konnten die Mitglieder auch Vorlagen für Plakatwerbung und eine Rechnungsbeilage übernehmen, um diese auf lokaler Ebene einzusetzen. Dies wurde von verschiedenen Kabelnetzunternehmen gemacht, was die Gesamtwirkung der Kampagne verstärkt hat. In einer schriftlichen Befragung unter den Mitgliedern konnte Swisscable feststellen, dass die Kampagne 2010 insgesamt gut bis sehr gut angekommen ist. Wie im Vorjahr schaltete der Verband zudem Publireportagen



zur Leistungsfähigkeit der Kabelnetze in den Publikationen «Propriété» und «Hauseigentümer».

MARKTFORSCHUNG: WERTVOLLE INFORMATIONEN FÜR DEN MARKETING-MIX

Wichtige Informationen für die Gestaltung der Werbekampagne von Swisscable konnten aus der Marktforschungsstudie zur Kundenzufriedenheit gewonnen werden. Im Unterschied zu 2009 wurden Kunden, die von einem Kabelnetz zu Swisscom TV gewechselt waren, neu detailliert zu den Gründen für diesen Schritt befragt. Wie bereits im Vorjahr hatten die Mitglieder die Möglichkeit, die Studie individuell in ihrem Versorgungsgebiet durchführen zu lassen. Davon Gebrauch machten 13 Kabelnetzunternehmen, die aus der Studie wertvolle Informationen zur Gestaltung ihres Marketing-Mix ziehen konnten.

REGES INTERESSE FÜR VERBANDS-VERANSTALTUNGEN UND KURSE

Der grosse Publikumsaufmarsch und die gut besuchte Ausstellung zeigten, dass die traditionelle Informationstagung von Swisscable auch 2010 auf reges Interesse stiess. Schwerpunkte waren die Themen Hybrid-TV, Fernsehen 2012 und Video on Demand. Gut besucht waren auch die regionalen Infotagungen, die in Bern, Zürich und Lausanne stattfanden. Im Bereich Weiterbildung organisierte Swisscable auch im Berichtsjahr verschiedene technische Kurse. Insgesamt sind 13 Kurse mit 126 Teilnehmenden durchgeführt worden. Am grössten war die Nachfrage bei Kursen zu CATV-Grundlagen, Messtechnik und Fiberoptik; rückläufig war die Nachfrage bei DOCSIS- und DVB-Kursen. Für 2011 sind neue Kursmodule in Vorbereitung.

INFORMATION, UNTERSTÜTZUNG UND BERATUNG DER MITGLIEDER

Die kontinuierliche Information der Mitglieder erfolgte wie bis anhin mit den bewährten Mitglieder-Infos und dem täglichen Pressespiegel. Daneben stellte Swisscable den Mitgliedern ein Merkblatt mit wichtigen Informationen für Bauherren und Architekten, einen Vergleich zwischen Kabel-TV und Swisscom TV sowie eine Broschüre zum Thema Heimvernetzung zur Verfügung. Letztere war auf Vorschlag der Gebäude Netzwerk Initiative GNI in Zusammenarbeit mit Swisscable und verschiedenen anderen Organisationen erstellt worden. Noch in Arbeit ist ein technisches Handbuch von CES/Electrosuisse zu Multimedia-Installationen in Ein- und Mehrfamilienhäusern. Durch die Teilnahme von Swisscable in der Arbeitsgruppe konnte erreicht werden, dass die koaxiale Technologie neben den Glasfaserinstallationen gleichberechtigt mit berücksichtigt wurde. Die Publikation kommt Anfang 2011 heraus. Zudem arbeitete Swisscable im Berichtsjahr beratend in Projekten und bei Workshops von Mitgliedern mit. Im Bereich der Inhalte wurde eine Arbeitsgruppe etabliert und ein Werbefenstervertrag mit Servus TV abgeschlossen.

NEUAUSRICHTUNG DER TECHNISCHEN KOMMISSION

An der Generalversammlung 2010 wurde entschieden, die ständige technische Kommission zugunsten von themenspezifische Ad-hoc-Gruppen aufzulösen. Spezifische technische Aufgaben können so gezielter angegangen werden. Wie bereits im Vorjahr, beschäftigte sich



Swisscable auch 2010 intensiv mit der Freigabe von terrestrischen Frequenzbändern zwischen 790 und 862 MHz



für den Mobilfunk (Digitale Dividende). Da in diesen Frequenzbänder auch die Kabelnetze tätig sind, könnte es künftig zu Störungen bei Geräten kommen, die nicht genügend abgeschirmt sind. Trotz wiederholten Interventionen durch Swisscable vertrat das Bundesamt für Kommunikation unverändert die Ansicht, dass die zu erwartenden Störungen in einem vertretbaren Rahmen bleiben dürften. Ende November 2010 wurde deshalb die Neuvergabe der Mobilfunkfrequenzen – inklusive des Bereichs 792-862MHz – lanciert. Swisscable beobachtet die Entwicklung und bereitet sich auf allfällige weitere Interventionen vor.

SWISSCABLE GEHT GEGEN SWISSCOM-WERBUNG VOR

Da Swisscable die aggressive Werbung der Swisscom, in welcher Swisscom TV einseitig und ausschliesslich mit dem analogen TV-Angebot der Kabelnetze verglichen wird, nicht hinnehmen wollte, klagte der Verband auf der Grundlage des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gegen die Swisscom. Die Klage ist hängig. Dane-

ben beschäftigte sich der Rechtsdienst von Swisscable mit dem Bau von FTTH-Netzen, der Teilrevision des Radio- und Fernsehgesetzes (siehe oben), dem Aufschaltgesuch des Schweizerischen Sportfernsehens SSF und dem Gesuch um Verbreitung auf einem bevorzugten Kanalplatz von Tele Top. Auch beteiligte sich der Verband an der Vernehmlassung im Zusammenhang mit der Revision des Bundesgesetzes betreffend die Überwachung des Post- und Fernmeldegesetzes. Im Übrigen hat Swisscable die Verhandlungen im Rahmen des Gemeinsamen Tarifs 1 (GT 1) begonnen. Dieser regelt die Entschädigungen für die Verbreitung geschützter Werke und Leistungen in Kabelnetzen. Der aktuell gültige Tarif läuft Ende 2011 aus und wird deshalb neu verhandelt.

Dr. Claudia Bolla-Vincenz
Geschäftsführerin Swisscable

DIENSTLEISTUNGEN DER KABELNETZANBIETER

DIE 244 SCHWEIZER KABELNETZUNTERNEHMEN VON SWISSCABLE VERZEICHNETEN IM BERICHTSJAHR BEI ALLEN DIGITALEN ANGEBOTEN EIN ERFREULICHES WACHSTUM. AM GRÖSSTEN WAR DIESES MIT 28 PROZENT BEIM DIGITALEN KABELFERNSEHEN, DAS PER ENDE 2010 VON RUND 771'000 HAUSHALTEN GENUTZT WURDE. DAGEGEN NAHM DIE ZAHL DER KABELANSCHLÜSSE GEGENÜBER DEM VORJAHR UM 0.45 PROZENT LEICHT AB.

Trotz intensivem Konkurrenzkampf im Markt für Radio-, TV- und Telekommunikations-Angebote ist es den Schweizer Kabelnetzunternehmen (KNU) auch 2010 gelungen, Kundinnen und Kunden für Digital-TV, Internet und Telefonie zu gewinnen. Währenddem dies im Wachstumsmarkt Digital-TV nicht überraschend ist, liegt der Kundenzuwachs in den stagnierenden Internet- und Telefoniemärkten klar über den Erwartungen. Demgegenüber nahmen die Kabelanschlüsse im Berichtsjahr um rund 13'000* oder 0.45 Prozent leicht ab (2009: -0.3 Prozent). Mit mehr als 2.8 Millionen Haushalten, die über einen Kabelanschluss verfügen, ist die Basis für weiteres Wachstum bei den digitalen Kabeldiensten jedoch weiterhin hervorragend.

KABELFERNSEHEN

771'400* – so viele Haushalte nutzten per Ende 2010 digitales Kabelfernsehen. Dies entspricht einem Wachstum von 171'400* Kundinnen und Kunden oder 28 Prozent (2009: 15 Prozent). Die Penet-

ration von Digital-TV im Kabel lag damit bei 27 Prozent (2009: 21 Prozent). Zwar ist dieses Wachstum erfreulich; es darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass in diesem stark expandierenden Markt auch die Hauptkonkurrentin Swisscom sehr schnell und sehr stark zugelegt hat. Kommt hinzu, dass auch Internetfernsehen und Satelliten-TV eine Rolle spielen. So ist nach Schätzungen von Swisscable der Gesamtmarkt für Digital-TV in der Schweiz 2010 um rund 30 Prozent gewachsen (inklusive Mehrfachnutzungen).

DIGITAL-TV FAST ÜBERALL OHNE SET-TOP-BOX EMPFANGBAR

Im Berichtsjahr hat sich der Trend verstärkt, digitales Kabelfernsehen so zu verbreiten, dass es von den Kundinnen und Kunden bei Bedarf ohne separates Empfangsgerät (Set-Top-Box) empfangen werden kann. Dazu beigetragen hat die DigiCard, die Cablecom im Frühjahr lanciert hat. Andere Kabelnetze haben 2010 beschlossen, auf die Verschlüsselung des digitalen Grundangebots zu verzichten, so zum Beispiel die Kabelnet-



ze der Besonet-Gruppe. Auch dies hat den Vorteil, dass für den Empfang von Digital-TV auf separate Set-Top-Boxen verzichtet werden kann. Zudem haben verschiedene Kabelnetze in der Romandie – wie zum Beispiel Naxoo und TELEDIS SA – im Berichtsjahr entschieden, Digital-TV zusätzlich zur Verbreitung via DVB-C im Standard DVB-T über Kabel anzubieten. Dieser wird seit längerem von praktisch allen TV-Geräten unterstützt. Dank all dieser Massnahmen war es per Ende 2010 fast überall in der Schweiz möglich, digitales Kabelfernsehen ohne Set-Top-Box zu beziehen.

WM, HDTV UND VOD ALS WACHSTUMS-TREIBER

Beigetragen zum Wachstum beim digitalen Kabelfernsehen haben auch die Fussball-Weltmeisterschaft, das immer grösser werdende Angebot an hochauflösenden Inhalten (High Definition TV = HDTV) sowie Filme auf Abruf (Video on Demand = VoD). Auf Resonanz gestossen ist zudem das Angebot «Verte» der Finecom, das nebst einem attraktiven Programmpaket und einem VoD-Dienst

auch Inhalte wie News, Facebook und Shoppingangebote aus dem Internet auf dem TV-Schirm zugänglich macht. Beim Wachstum eine Rolle gespielt haben auch die verschiedenen Dienste von Kabelnetzen, die den Bezug von TV-Sendungen auf Abruf (TV on Demand) ermöglichen. Solche Angebote, die sich bezüglich Sender und Bezugszeitraum unterscheiden, gab es per Ende 2010 zum Beispiel von Cablecom, von den Besonet-Netzen im Rahmen des Angebots Verte sowie von der Stadt Sion und von Sierre-Energie SA.

ENTSCHEIDEND SIND PROGRAMM-ANGEBOT UND BILDQUALITÄT

Wie die im Berichtsjahr durchgeführte Marktforschungsstudie zur Kundenzufriedenheit im Zusammenhang mit dem digitalen Fernsehen gezeigt hat, geben beim Entscheid für oder gegen ein bestimmtes Digital-TV-Angebot vor allem das Programmangebot und die (erwartete) Bildqualität den Ausschlag. Um den Erwartungen der Kunden zu entsprechen, sollte das Programmangebot möglichst gross und vielfältig und die

Bildqualität möglichst hoch sein. Eine wichtige Rolle spielen gemäss der Studie auch Zusatzfunktionen wie Video on Demand, der elektronische Programmführer, die Pausenfunktion sowie die Möglichkeit des zeitversetzten Fernsehens, das dank digitalem Videorecorder und/oder TV on Demand möglich ist. Nicht zuletzt fällt auch das Image des (potenziellen) Anbieters ins Gewicht. Generell lässt sich aufgrund der Studie sagen, dass die Wechselbereitschaft bei jüngeren Personen und Haushalten mit drei bis vier Personen am grössten ist. Der Preis – so ein Fazit der Marktforschungsstudie – spielt dabei eine untergeordnete Rolle; viel wichtiger sind Leistungen, Services und Image.

ANALOG-TV WEITERHIN POPULÄR

Trotz des starken Wachstums beim digitalen Fernsehen ist das analoge Fernsehen nach wie vor die in der Schweiz am meisten genutzte Variante des TV-Konsums. Mit rund 2'096'000 schauten per Ende 2010 rund 73 Prozent aller Kabel-TV-Kunden analog fern (2009: 79 Prozent). Nicht enthalten in diesen Zahlen sind all





diejenigen Kundinnen und Kunden, die Analog-TV zusätzlich zu digitalem Kabelfernsehen nutzen, zum Beispiel auf einem Zweit- oder Drittgerät. Swisscable geht davon aus, dass dies eine nicht zu vernachlässigende Zahl ist. Auch wenn der Trend mittel- und langfristig klar in Richtung Digital-TV und HDTV geht, ist die Bedeutung von Analog-TV also weiterhin hoch. Dafür gibt es zwei Hauptgründe: Erstens ist das analoge Angebot mit bis zu 50 Sendern nach wie vor attraktiv. Und zweitens ist Analog-TV, das nur noch via Kabel empfangen werden kann, weiterhin das einfachste Fernsehen.

KABELINTERNET

In der Schweiz profitierten per Ende 2010 bereits über 792'900* Kundinnen und

Kunden von den Vorteilen des Kabelinternets. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Wachstum um 42'900* oder 6 Prozent (2009: 2 Prozent). Zu verdanken ist dieses Wachstum vor allem der hohen Leistungsfähigkeit der Internetangebote via Hybrid Fiber Coax-Netze (HFC-Netze).

DOCSIS 3.0 AUF BREITER FRONT EINGEFÜHRT

Diese Leistungsfähigkeit basiert auf dem Übertragungsstandard DOCSIS 3.0, der im Berichtsjahr von den Kabelnetzen auf breiter Front eingeführt worden ist und Kabelinternet-Angebote mit Bandbreiten von bis zu 100 Megabit pro Sekunde auf konventionellen HFC-Netzen möglich machte. Eine Erhebung von Swisscable Mitte 2010 hat gezeigt, dass Kabelinternet mit Bandbreiten von



mindestens 50 Megabit pro Sekunde in mehr als 300 Schweizer Städten und Dörfern erhältlich war. Diese Zahl dürfte sich bis Ende 2010 nochmals deutlich erhöht haben. Damit haben die Kabelnetzunternehmen gegenüber der Konkurrenz einen Vorsprung, der auf Jahre hinaus erhalten bleiben dürfte, insbesondere dort, wo keine Glasfasernetze gebaut werden.

BEDEUTUNG VON SCHNELLEM INTERNET NIMMT ZU

Berücksichtigt man die Tatsache, dass die Internetnutzung kontinuierlich steigt und dass immer mehr Angebote und Anwendungen im World Wide Web nur via Hochgeschwindigkeits-Internet reibungslos funktionieren – so zum Beispiel das Streaming und Herunterladen von hochauflösenden Videos, die Durch-

führung von Videokonferenzen und die Übertragung von grossen Datenmengen – ist dieser Vorsprung ein zentraler Wettbewerbsvorteil der Kabelnetzbranche. 2011 wird es für die Kabelnetzunternehmen deshalb darum gehen, die Leistungsfähigkeit und Vorteile ihrer Internetangebote noch besser bekannt zu machen und konkrete Nutzungsmöglichkeiten zu zeigen. Die geplante Werbekampagne von Swiss-cable wird dazu beitragen.

KABELTELEFONIE

Auch im stark umkämpften und für die Kabelnetzbranche jüngsten Markt – der Telefonie – verzeichneten die 244 Kabelnetzunternehmen im Berichtsjahr ein erfreuliches Wachstum. So konnten sie die Zahl der Kundinnen und Kunden um 37'000* oder 10 Prozent steigern (2009: 2 Prozent). Damit profitierten per Ende 2010 402'000* Haushalte von der Kabeltelefonie (Voice over Cable = VoC). Zu diesem Wachstum beigetragen haben attraktive Abonnementspreise und tiefe Verbindungs-



taxen. Eine wichtige Rolle gespielt haben auch die erstklassige Sprachqualität und Zusatzdienste wie Rufnummernerkennung, Anrufbeantworter und Anrufumleitung, die bei der Kabeltelefonie heute zum Standard gehören.

BÜNDELANGEBOTE SIND AUF DEM VORMARSCH

Kabeltelefonie wird häufig im Rahmen von Bündelangeboten zusammen mit Kabelinternet und digitalem Kabelfernsehen abonniert. Ganz generell spielen solche Angebote, die oft auch als Triple oder – in Kombination mit Mobildiensten – Quadruple Play bezeichnet werden, eine zunehmend wichtige Rolle in der Verbreitung von Radio, TV und Telekommunikationsdiensten. Der Haupt-

grund dafür ist der Preisvorteil, der sich durch die Kombiangebote ergibt. Zudem schätzen es viele Kundinnen und Kunden, für sämtliche Telekommunikations-Dienstleistungen nur eine einzige Anbieterin zu haben und von dieser eine übersichtliche Gesamtrechnung zu erhalten. Im Berichtsjahr haben deshalb verschiedene Kabelnetzunternehmen mit Erfolg solche Bündelangebote lanciert.

** Hochrechnung auf der Basis einer Befragung der grössten Kabelnetzunternehmen.*

DIE KABELNETZBRANCHE IM SPIEGEL DER MEDIEN

«Vielleicht ändert sich aber jetzt wirklich etwas in der Schweiz. Nachdem Swisscom und Cablecom massiv HD ausgebaut haben, scheint der Wettbewerb zu spielen. Offenbar geht es jetzt wirklich darum, wer das beste Bild hat oder wer eben exklusiven Content liefert. Dies kann die qualitätsbewussten TV-Zuschauer nur freuen.» – Blogger digichris am 26.10.2010 auf www.digichris.info

«Dans l'ombre de Swisscom, les petits câblo-opérateurs romands proposent des offres intéressantes groupant télévision, accès à internet et téléphonie. Leurs tarifs sont souvent inférieurs à ceux de l'opérateur télécoms.» – *Le Temps*, 8 novembre 2010

«Inspiriert wohl durch die Fussball-WM in Südafrika vergibt Swisscable, der Wirtschaftsverband der Schweizer Kabel-TV-Unternehmen, an die Adresse von Swisscom vier gelbe Karten. Die Swisscom werde weiterhin mit einem Vergleich, der die verschiedenen Nachteile von Swisscom TV und die entsprechenden Vorteile des Kabelfernsehens verschweige. Damit hab der Telekomriese diese vier Karten verdient.» – Kleinreport vom 22.06.2010



«Les câblo-opérateurs réunis dans l'association faïtière Swisscable s'opposent à davantage d'interventions étatiques dans leur domaine. Dans une première prise de position face à la révision de la loi sur les télécommunications, ils rejettent l'idée d'une réglementation accrue. La concurrence dans les domaines de la radio, de la télévision et des télécommunications fonctionne convenablement en Suisse, a dit mardi le président de Swisscable, Hajo Leutenegger. La législation doit se cantonner à empêcher et sanctionner les abus, estime-t-il.» – *L'AGEFI*, 3 février 2010



«QuickLine, der nach eigenen Angaben grösste Kabelnetzverbund der Schweiz [...] lanciert ein Mobiltelefonie-Angebot. QuickLine wird somit nebst Swisscom zum zweiten Anbieter hierzulande, welcher neben Internet, TV und Festnetztelefonie nun neu auch Mobiltelefonie aus einer Hand anbietet.» – Der Sonntag vom 3.10.2010



«L'association des entreprises de télévision par câble accuse Swisscom de concurrence déloyale. Selon Swisscable, qui a déposé une requête auprès du Tribunal de Berne Laupen pour contrer la dernière campagne de publicité du géant bleu, Swisscom TV compare son offre uniquement à celle de la télévision analogique par câble sans mentionner les prestations de TV numérique des autres opérateurs.» – Tribune de Genève, 18 mai 2010

«Mutlos ist der neue Auftritt der Kabelnetzbetreiberin. Statt sich von den alten

Zöpfen zu trennen, klammert sich die Konzernleitung lieber an den bisher geführten Doppelnamen. Dafür kann man CEO Eric Tveter kritisieren. Aber das ist unfair. Tveter hat seit seinem Amtsantritt 2008 Cablecom auf Zuverlässigkeit und Leistung getrimmt, hat das Vertrauen der Kunden zurückerobert. Sein einziger Fehler: Er hatte früh angekündigt, sich vom Namen Cablecom verabschieden zu wollen. Heute muss er eingestehen, dass eine Umbenennung mehr zerstört als schafft. Er wird Angestellten und Kunden erklären, warum bei der Firmenidentität das Wesentliche beim Alten bleibt. Dass Tveter in diesen sauren Apfel beisst, ist ihm hoch anzurechnen.» – SonntagsZeitung vom 12.12.2010

«La télévision numérique par le câble fait toujours plus d'adeptes en Suisse. Fin septembre, plus de 715'000 foyers l'utilisaient, soit une hausse de 25% sur un an. Internet et le téléphone par le câble voient eux aussi leur nombre d'utilisateurs augmenter. Plus de 144'000 nouveaux abonnés à la télévision câblée numérique ont été enregistrés en une année, a indiqué mardi Swisscable, l'association des câblo-opérateurs de Suisse.» – Le Temps, 10 novembre 2010

AUSBLICK AUF DAS JAHR 2011

DER KONKURRENZKAMPF MIT DER SWISSCOM WIRD AUCH 2011 EINE GROSSE BEDEUTUNG HABEN, WOBEI WEITERE KONKURRENTEN MIT NEUEN ANGEBOTEN DEN MARKT PRÄGEN DÜRFTEN. SWISSCABLE UND DIE KABELNETZE WERDEN SICH IM NÄCHSTEN JAHR DESHALB STARK MIT KOMMUNIKATIONSAUFGABEN BESCHÄFTIGEN. EINE WEITERE HERAUSFORDERUNG WIRD SEIN, ATTRAKTIVE TRIPLE- UND QUADRUPLE-PLAY-ANGEBOTE ZU SCHNÜREN.

Branchenexperten erwarten, dass das Jahr 2011 von verschiedenen Entwicklungen geprägt sein wird, die sich alle um das Thema der Ubiquität drehen. Der ursprünglich religiöse Begriff bedeutet Allgegenwart und steht heute für das Bedürfnis der Konsumenten, möglichst alle Inhalte möglichst jederzeit von möglichst überall her beziehen zu können. Eng damit verknüpft ist der Siegeszug von mobilen Geräten wie Smartphones, iPads und Netbooks, die genau dies erlauben und gemäss einer Studie von Forrester entscheidend dazu beitragen, dass die Internetnutzung – vor allem bei jüngeren Leuten – kontinuierlich steigt. Für die Kabelnetzunternehmen stellt sich die Frage, ob und wie sie diesem Trend begegnen können. Aus diesem Grund wird Swisscable 2011 Möglichkeiten für eine Ergänzung der kabelgebundenen Angebote mit mobilen Diensten evaluieren.

HDTV WIRD ZUM STANDARD

Alles deutet darauf hin, dass das hochauflösende Fernsehen (HDTV) 2011 weiter kräftig zulegen wird. So haben ver-

schiedene Programmanbieter für das nächste Jahr HD-Versionen ihrer Sender angekündigt. Man kann also mit gutem Grund davon ausgehen, dass HDTV in relativ kurzer Zeit zum Standard für Digital-TV werden wird. Unterstützt wird diese Entwicklung auch durch die SRG, welche die Programme SF 1, SF zwei, TSR 1, TSR 2, RSI LA1, RSI LA2 bereits auf Anfang 2012 in HD-Qualität verbreiten und die Standard-Digital-TV-Versionen dieser Programme per Ende 2015 abschalten wird (Simulcastphase von Anfang 2012 bis Ende 2015).

VOD-, TRIPLE- UND QUADRUPLE-PLAY-ANGEBOTE WERDEN WICHTIGER

Daneben werden im nächsten Jahr voraussichtlich Inhalte auf Abruf (Video und TV on Demand) und Breitbandinternetangebote eine wichtige Rolle spielen. So soll demnächst Google TV lanciert werden, das auf eben dieser Kombination basiert, und auf der Basis des Betriebssystems Android einen neuen Zugang zu Internetinhalten verspricht. Angekündigt sind auch ein VoD- und TV-Angebot für die Xbox 360



und Xbox live von Microsoft. Zudem wird erwartet, dass sich der Trend zu Triple- und Quadruple-Play-Angeboten mit Radio/TV, Video on Demand, Internet, Festnetz- und Mobiltelefonie weiter akzentuieren wird. Für die Kabelnetze wird es also auf jeden Fall darum gehen, den Konsumenten ein breites und umfassendes Angebot möglichst aus einer Hand zu bieten.

WIRD SICH CONNECTED TV DURCHSETZEN?

Angekündigt ist sie schon länger: Die Revolution, die unter dem Oberbegriff Connected TV oder Hybrid-TV das Internet auf den TV-Schirm bringen und diesen interaktiv machen soll. Jedoch scheint alles etwas länger zu dauern als angenommen. Mit dem Standard HbbTV ist nun aber eine Basis gelegt,

auf der sich die bereits bestehenden Angebote und Neulancierungen rasch ausbreiten könnten. Video on Demand, verschiedene praktische Apps – bestens bekannt von den Smartphones –, intelligente Suchfunktionen, einfache Handhabung und die Integration von sozialen Netzwerken wie zum Beispiel Facebook dürften dabei eine entscheidende Rolle spielen. Als Broadcaster haben die Kabelnetzunternehmen eine gute Ausgangslage, um in diesem Bereich mitzuspielen, wobei die Frage, ob sich Connected TV 2011 durchsetzen wird, natürlich offen bleibt.

DIE STÄRKEN KONSEQUENT AUSSPIELEN

Deshalb gilt wohl: Bevor sich die Kabelnetze in irgendwelche teure und riskante Abenteuer stürzen, wird es auch 2011 darum gehen, ihre evidenten Stärken,

die auf der Leistungsfähigkeit ihrer Netzinfrastruktur basieren, konsequent auszuspielen. Dazu gehören insbesondere attraktive HD-Angebote und Hochgeschwindigkeitsinternet mit Bandbreiten von 50 Megabit pro Sekunde und mehr. In beiden Bereichen haben sie gegenüber der Swisscom und anderen Telekommunikationsanbietern einen deutlichen Vorsprung. Denn die Penetration von Fiber to the Home (FTTH) wird erst mittel- und langfristig ein Mass erreichen, das breitflächige FTTH-Dienste erlaubt, die allenfalls mit den Diensten auf HFC-Netzen konkurrieren können.

KLARE KOMMUNIKATION GEGEN DIE UNÜBERSICHTLICHKEIT

Wie oben ausgeführt, ist davon auszugehen, dass auch 2011 weitere Angebote in den Bereichen TV, Video on Demand und Telekommunikation hinzukommen und andere wieder verschwinden werden. Damit wird die bereits jetzt herrschende Unübersichtlichkeit bei den Angeboten weiter zunehmen. Für Swisscable und die Kabelnetzunternehmen bedeutet dies, dass sie noch mehr Erklärungsarbeit leisten müssen. Dazu gehört auch eine einfache und klare Kommunikation gegenüber der Öffentlichkeit und den Kunden. Wenn sich diese bei ihrem

lokalen Kabelnetz gut aufgehoben wissen, weil sie die unbestritten attraktiven Angebote transparent und verständlich erklärt erhalten, gibt es keinen Grund, den Anbieter zu wechseln.

WERBEKAMPAGNE ZUR UNTERSTÜTZUNG DER MITGLIEDER

Unterstützung bei dieser Kommunikationsaufgabe erhalten die Mitglieder durch den Verband, der seine Werbekampagne zur Profilierung der Kabelnetze 2011 in ähnlichem Umfang wie 2010 weiterführen wird. Für die Kabelnetzunternehmen bedeutet dies auch, dass sie fertig produzierte Werbemittel übernehmen und in ihrem Einzugsgebiet einsetzen können. Natürlich sollten diese Massnahmen durch weitere Marketingaktivitäten ergänzt werden, so dass sich die Kabelnetze in der Wahrnehmung der Kunden klar gegenüber der Konkurrenz abheben können. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch der Kundendienst, dem als Problemlöser und Orientierungshelfer eine immer grössere Bedeutung zukommt. Nebst der Werbekampagne wird Swisscable 2011 seine Aktivitäten in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und politischer Kommunikation weiterführen und teilweise verstärken.

CABLECOM GIBT NAMEN NICHT AUF

Anders als ursprünglich angekündigt, wird Cablecom im Rahmen der Neu-positionierung ihren Namen nicht aufgeben. Ab Mitte 2011 wird die Marktführerin im Digital-TV definitiv als UPC Cablecom auftreten. Als Erkennungszeichen wird die blaue Blüte von UPC dienen, der Muttergesellschaft von Cablecom. Der rote Werkzeugschlüssel wird endgültig begraben. Hauptgrund für die Weiterführung des Namens ist gemäss Cablecom die starke Verankerung des Namens in der Schweiz und die damit verbundene Innovationskraft. Der Name sei zudem ein Bestandteil der Identität, die nicht aufgegeben werden dürfe, erklärte Managing Director Eric Tveter in der Sonntagszeitung.

MUSS FTTH REGULIERT WERDEN?

Der Bericht des Bundesrats zur Fernmeldelandschaft Schweiz hat klar aufgezeigt, dass die Gefahr einer Monopolisierung der FTTH-Netze durch die Swisscom besteht. Aus diesem Grund muss sich Swisscable 2011 intensiv mit den entsprechenden Entwicklungen – namentlich den Kooperationen der Swisscom mit Elektrizitätswerken – befassen und verschiedene Handlungs-

szenarien prüfen. Im Zentrum dieser Szenarien steht die Frage, ob und wie FTTH reguliert werden müsste. Entscheidende Informationen zu dieser Frage wird einerseits die Antwort der Wettbewerbskommission auf die Anzeige der Swisscom durch Swisscable liefern. Andererseits werden die Einschätzungen und Handlungsempfehlungen der ständerätlichen Fernmeldekommission ins Gewicht fallen (vgl. Seite 8). Daneben wird sich Swisscable 2011 weiter mit dem Vorschlag zur Revision des Radio- und Fernsehgesetzes, der Netzneutralität und der Grundversorgung mit Breitbandinternet befassen.

INHALTE: ZUGANG UND FINANZIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Wie bei FTTH besteht auch im Bereich der Inhalte die Gefahr, dass ein Monopol durch die Swisscom entsteht. Hauptgrund dafür ist die Grösse und Marktmacht des blauen Riesen. So ist die Swisscom zum Beispiel massgeblich bei Cinetrade/Teleclub beteiligt. Die Kabelnetze stehen hier deshalb vor grossen Herausforderungen, denn exklusive Inhalte sind für das Digital-TV-Geschäft unbestrittenermassen wichtig. Es stellt sich also die Frage, mit welcher Strategie die Kabelnetze den Zugang zu

solchen Inhalten sichern können. Eine Rolle spielt dabei auch die grundsätzliche Frage, wie qualitativ hochstehende und aufwendig produzierte Inhalte in Zukunft finanziert werden können. Zwei Wege scheinen gangbar: Entweder werden diese Inhalte nur im Rahmen des Bezahlfernsehens angeboten. Oder aber die TV-Werbung geht neue Wege, indem sie die Möglichkeiten der Interaktivität in klick-, mess- und laufend optimierbare Produkte umsetzt, die – auf der Basis von Nutzerdaten – massgeschneidert eingesetzt werden können. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass das Fernsehen auch tatsächlich interaktiv wird (vgl. Ausführungen oben). So oder so: Swisscable und die Kabelnetzunternehmen tun gut daran, die Entwicklungen zu verfolgen, um sich im Bedarfsfall entsprechend positionieren zu können.

Wie diese Tour d'Horizon zeigt, wird 2011 Einiges in Bewegung geraten. Dies ist spannend, beinhaltet aber auch einige Herausforderungen. Die Kabelnetze sind so aufgestellt, dass sie diese meistern können.



VERBANDSORGANE

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

VORSTAND

PRÄSIDENT

DR. HAJO LEUTENEGGER

MITGLIEDER

NICOLAS ANTILLE, SIERRE-ÉNERGIE SA, SIERRE (VP)
 BEAT J. AMBÜHL, GGA MAUR, BINZ
 BERND KLEINSTEUBER, CABLECOM GMBH, ZÜRICH
 CHRISTOPHE MILLET, CABLECOM GMBH, ZÜRICH

ERIC TVETER, CABLECOM GMBH, ZÜRICH
 YANN LOMBARD, SERVICE MULTIMÉDIA, LAUSANNE
 ROY SIMMONDS, BESONET AG, SOLOTHURN
 THOMAS WEBER, EBL TELECOM, LIESTAL

GESCHÄFTSFÜHRUNG

GESCHÄFTSFÜHRUNG

DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ

- VERBANDSFÜHRUNG
- RECHT
- POLITIK
- REGULATORISCHES
- FINANZEN

SEKRETARIAT

CHRISTINE VON ARX

BUCHHALTUNG

MARLIS BURKHALTER

ASSISTENZ

EDITH WEIBEL

TECHNIK

MARTIN VOLKEN

- NEUE TECHNOLOGIEN
- TECHNOLOGIEGREMIIEN
- TECHNISCHE BERATUNG
- FACHAUSBILDUNG

INHALTE & STRATEGIE

PHILIPPE JAQUET (BIS 31.08.2010)

- PROGRAMMVERANSTALTER
- PROGRAMMRECHTE
- VERTRAGSVERHANDLUNGEN
- WERBEFENSTERVERTRÄGE

MARKETING & BUSINESS DEVELOPMENT

RETO ZUMBERHAUS

- MARKETING
- MARKTFORSCHUNG
- NEUE GESCHÄFTSFELDER
- WERBUNG

PUBLIC RELATIONS

MATTHIAS LÜSCHER

- MEDIENARBEIT
- ISSUES MANAGEMENT
- KOMMUNIKATION
- REDAKTION

ARBEITSGRUPPEN

ARBEITSGRUPPE RECHT & POLITIK

PRÄSIDENT

DR. HAJO LEUTENEGGER

MITGLIEDER

DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ, SWISSCABLE, BERN
BERND KLEINSTEUBER, CABLECOM GMBH, ZÜRICH

ROY SIMMONDS, BESONET AG, SOLOTHURN
DR. KURT WALSER, SWISSCABLE, BERN

TECHNISCHE KOMMISSION (AUFGELÖST PER 31.05.2010)

PRÄSIDENT

THOMAS REBER, WWZ ENERGIE AG, ZUG

MITGLIEDER

BEAT J. AMBÜHL, GGA MAUR, BINZ
STEFAN HUBER, TECHNISCHE BETRIEBE, WIL
ANDRES KELLER, CABLECOM GMBH, ZÜRICH

MICHEL RENFER, FINECOM AG, BIEL
LEO RENGGLI, LEO RENGGLI GMBH, ROTHENBURG
THOMAS WEBER, EBL TELECOM, LIESTAL

ARBEITSGRUPPE INHALTE

PRÄSIDENT

WALTER BLANZ, SASAG, SCHAFFHAUSEN

MITGLIEDER

PASCAL AMREIN, CABLECOM GMBH, ZÜRICH
GUNNAR GREITER, DIGITAL CABLE GROUP AG, ZUG

STEFAN HUBER, TECHNISCHE BETRIEBE, WIL
MATTHIAS LEHMANN, EW BUCHS, BUCHS

Impressum

Herausgeber: Swissscable – Verband für Kommunikationsnetze, Bern

Redaktion: Matthias Lüscher, Swissscable

Gestaltung: Blowfish AG, Bern

Druck: Gaffuri AG, Bern

Swisscable

Verband für Kommunikationsnetze

Kramgasse 5

Postfach 515

3000 Bern 8

Telefon (+41) 031 328 27 28

Fax (+41) 031 328 27 38

info@swisscable.ch

www.swisscable.ch

www.ihr-kabelnetz.ch

