

JAHRESBERICHT 2012



INHALT

EDITORIAL	3
BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG	4
Dienstleistungen der Kabelnetzunternehmen	14
Die Kabelnetzbranche im Spiegel der Medien	18
Ausblick auf das Jahr 2013	20
Verbandsorgane	26
Arbeitsgruppen	27

EDITORIAL

Nach diesem ersten Jahr als Präsident von Swisscable stelle ich fest, dass die Dynamik im Telekommunikations- und TV-Markt sehr hoch ist. Zwar dauert das Zusammenwachsen von Internet und Fernsehen länger als erwartet; es hat aber schon heute zu einem markant veränderten Nutzungsverhalten geführt (alles, überall, jederzeit), wobei die mobilen Geräte dabei eine wichtige Rolle spielen. Kommt hinzu, dass – speziell im Bereich Digital-TV – ein harter Konkurrenzkampf herrscht, der von neuen Angeboten geprägt ist und für Wahlmöglichkeiten sorgt.

Für die etablierten Anbieter bedeutet dies, dass sie ihre Angebote laufend optimieren und ausbauen müssen. So auch die Kabelnetze. Mit ihrer Hochleistungsinfrastruktur und ihren attraktiven Radio/TV-, Internet- und Telefonie-Angeboten konnten sie sich im vergangenen Jahr erfolgreich im Markt behaupten. Dies hat entscheidend dazu beigetragen, dass die Schweizer Bevölkerung von besseren und günstigeren Angeboten profitieren kann. Damit dies so bleibt und die Kabelnetze auch in Zukunft erfolgreich sind, braucht es strategische Schwerpunkte und eine klare Positionierung. Ich glaube, dass es für die Schweizer Kabelnetze in der

laufenden Transformationsphase wichtig ist, sich mit Vehemenz als Innovatoren und technische Leader zu profilieren. Ich denke dabei zum Beispiel an Hochgeschwindigkeitsinternet, das zurzeit nur auf Kabelnetzen flächendeckend verfügbar ist. Wegweisend sind zudem Kooperationen wie net+ und interaktive Digital-TV-Plattformen wie «Verte» und «Horizon». Zentral wird auch sein, dass die Kabelnetze ein attraktives Mobilangebot bereitstellen können.

Dass Innovationen und technologische Entwicklungen der Kabelnetze unter günstigen Rahmenbedingungen geschehen können, dafür ist der Verband zuständig. Um seine Aufgaben optimal wahrnehmen zu können, muss auch dieser seine strategische Ausrichtung schärfen. So gilt es, sich noch stärker auf einen funktionierenden Wettbewerb der Infrastrukturen zu konzentrieren, denn nur der Wettbewerb bringt den technologischen Fortschritt auf breiter Front und sorgt für kundenfreundliche Preise. Gift für einen funktionierenden Markt ist hingegen eine zunehmende Regulierung, die es zu bekämpfen gilt.

Filippo Leutenegger
Präsident Swisscable



FILIPPO LEUTENEGGER

BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

WICHTIGE THEMEN IM JAHR 2012 WAREN FÜR SWISSCABLE DAS HOCHAUFLÖSENDE FERNSEHEN HDTV, DER VORMARSCH VON DIGITAL-TV UND DER INTENSIVE KONKURRENZKAMPF IN DIESEM BEREICH. WEITERE AUFGABEN ERGABEN SICH IM ZUSAMMENHANG MIT FIBER TO THE HOME (FTTH), DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND WERBEKAMPAGNE VON SWISSCABLE SOWIE DER REGULIERUNGSTHEMATIK RUND UM MUST-CARRY.



DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ

Beim Digitalfernsehen ging die Auseinandersetzung zwischen der Teleclub-Mutter Cinetrade AG und Swisscable in die zweite Runde. Nachdem die Cinetrade AG 2011 den Zuschlag für die Fernsehrechte an den Schweizer Fussball- und Eishockeyspielen erhalten hatte, ging es nun um die Ausgestaltung der Teleclub-Verträge, welche die Kabelnetzkunden deutlich benachteiligen. So besteht Teleclub beim Basispaket auf einem um 10 Franken höheren Preis, und das Sportangebot für Kabelnetzkunden ist massiv kleiner als für Kunden von Swisscom TV. Die Wettbewerbskommission (Weko) führt deshalb eine Voruntersuchung durch, im Rahmen derer geklärt werden soll, ob Cinetrade allenfalls eine marktbeherrschende Stellung innehat. Der Entscheid wird für Januar 2013 erwartet.

VORMACHTSTELLUNG BEIM DIGITAL-TV BEHAUPTET

Nach wie vor konnten die Kabelnetze ihre Vormachtstellung beim digitalen Kabelfernsehen behaupten und auch bei den übrigen digitalen Diensten Kun-

den dazugewinnen. Das Wachstum um über 700'000 Kunden in den letzten drei Jahren ist umso beachtlicher, als der Wettbewerb gerade im Bereich Digital-TV äusserst intensiv ist. Diese positive Entwicklung ist Beweis dafür, dass die Angebote, die Qualität und das Preis-Leistungsverhältnis der Kabelnetzunternehmen von den Kunden sehr geschätzt werden.

Um die Durchdringung mit Digital-TV weiter zu fördern und sich im Wettbewerb in diesem Bereich optimal zu positionieren, hat upc cablecom im Herbst 2012 entschieden, die digitale Grundverschlüsselung per sofort aufzuheben. Auch kleinere Kabelnetze haben im Berichtsjahr diverse Anstrengungen zur Positionierung unternommen. So hat beispielsweise die GGA Pratteln eine Werbekampagne mit Plakaten, einem Mailing an alle Haushalte, einer Artikelserie im lokalen Anzeiger und einem Auftritt an der Gewerbeausstellung durchgeführt.

RADIO- UND FERNSEHGESETZGEBUNG

Im Frühjahr 2012 führte das UVEK eine

Anhörung zu einer Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) durch. Im Zentrum stand ein Szenario für den Ausstieg aus der analogen Verbreitungstechnologie, verbunden mit der schrittweisen Aufhebung der Must-Carry-Verpflichtung für analoge TV-Programme. Der Bundesrat setzte die Verordnungsänderung per 1. August 2012 in Kraft. Damit kann nun das UVEK die Kabelnetzunternehmen aus ihrer analogen Verbreitungspflicht entlassen, sobald die analogen TV-Programme nur noch von einer Minderheit genutzt werden.

Im Sommer 2012 folgte eine Vernehmlassung zu einer Teilrevision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG). Besonders wichtig für die Kabelnetzbranche war die angestrebte Aufhebung der Verbreitungsbeschränkung für konzessionierte Regionalfernsehprogramme mit Gebührenanteil, die auf breite Unterstützung stiess. Der auszuarbeitende Gesetzesentwurf soll vom Bundesrat im ersten Halbjahr 2013 verabschiedet und für die parlamentarische Beratung freigegeben werden.

Nachdem upc cablecom die Grundverschlüsselung ihrer digitalen TV-Programme Mitte November 2012 aufgehoben hatte, führte das BAKOM Anfang Dezember 2012 eine weitere dringliche Anhörung zu einer Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) durch. Die in der Vernehmlassung zum RTVG praktisch unbestrittene Aufhebung der Verbreitungsbeschränkung für konzessionierte Regionalfernsehsender soll nun mittels einer Ausnahmeregelung für





digitale Programme bereits im Frühjahr 2013 offiziell konkretisiert werden.

FERNMELDEGESETZGEBUNG

Im ersten Evaluationsbericht zur Entwicklung des schweizerischen Fernmelde-marktes von 2010 war der Bundesrat zum Schluss gekommen, dass sich keine Revision des Fernmeldegesetzes (FMG) aufdränge. Auf Verlangen der national- und der ständerätlichen Verkehrs- und Fernmeldekommissionen legte der Bundesrat am 28. März 2012 einen Ergänzungsbericht vor. Darin kam er zum Schluss, dass die herrschende Investitionsdynamik nicht in allen Bereichen automatisch zu einem funktionierenden Wettbewerb führe, und dass das verfügbare Regulierungsinstrumentarium ohne eine technologie neutrale Erweiterung künftig wirkungslos werde.

Aus diesem Grund beabsichtigt der Bundesrat, in der laufenden Legislaturperiode (2011-2015) eine Vernehmlassungsvorlage für eine Teilgesetzesrevision auf den Weg zu bringen.

BEZIEHUNGEN ZU DEN KANTONEN

Obwohl mit der FMG-Revision 1998 das Fernmeldewesen ausschliesslich zur Bundessache geworden war, haben seit 2009 zahlreiche Städte, Gemeinden und Kantone begonnen, sich direkt oder indirekt auf dem Gebiet des Glasfasernetzbaus zu engagieren. Swisscable verfolgt diese Entwicklung aufmerksam und baut seit Mitte 2011 Kontakte und Beziehungen zu den Kantonen auf. Der Verband konzentriert sich dabei auf jene Kantone, in denen mehrere Kabelnetzunternehmen tätig sind. Ziel ist es, die zuständigen kantonalen

Departemente, Ämter und Verbände für eine umfassende Sicht des Themas Hochbreitbandversorgung zu sensibilisieren und zu dokumentieren.

SWISSCABLE NUTZT NEU DIE SOZIALEN MEDIEN

Swisscable hat im Berichtsjahr ihre intensive Kommunikation mit Mitgliedern, Behörden, Verbänden, Partnerorganisationen und der Öffentlichkeit fortgeführt. Neu kamen dabei erstmals auch die sozialen Medien zum Einsatz. So pflegt Swisscable seit 2012 unter twitter.com/swisscable einen eigenen Twitter-Account und nutzt diesen als zusätzlichen Kanal, um auf Trends und Entwicklungen in der Branche aufmerksam zu machen. Ebenfalls 2012 wurde mit dem Aufbau eines sozialen Netzwerks für die Mitglieder von Swisscable begonnen; die Lancierung ist im Frühling 2013 geplant. Zudem hat Swisscable im Berichtsjahr eine Facebook-Seite lanciert und Google+ eingerichtet, um sich mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen auf zusätzlichen Kanälen austauschen zu können.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT BREIT ABGESTÜTZT

Im Berichtsjahr publizierte Swisscable insgesamt sieben Medienmitteilungen inklusive Auswertungen und Medienresonanzanalysen. Themen waren das Wachstum der Kabelnetze, ihre Spitzenposition beim Digitalfernsehen und der Wechsel im Verbandspräsidium, das im März von Hajo Leutenegger an Nationalrat Filippo Leutenegger übergang. Zur Beantwortung von internen wie ex-

ternen Anfragen erarbeitete Swisscable Zusammenstellungen von Branchenzahlen, Analysen und Entwicklungen im Bereich Digital-TV. Ebenfalls Teil der Kommunikationsarbeit waren Recherchen und das Verfassen von Factsheets sowie Memos zu Themen wie Branchenstruktur, Teleclub, Sportrechte, Angebote von und Forderungen gegenüber Swisscom. Für diverse Auftritte galt es Präsentationen zu erarbeiten, unter anderem für die Infotagung, die Swisscable Klausurtagung und für Referate, etwa zur Erschliessung von Wohnhäusern mit Telekom-Infrastruktur.

PRÄSENZ IN FACH-, TAGES- UND SONNTAGSMEDIEN

In diversen Fachmedien wie Cable!Vision und HomeElectronics war Swisscable im redaktionellen Teil mit Interviews und Beiträgen präsent. Auch die Tages- und Sonntagsmedien interessierten sich für Themen von Swisscable. Einen Schwerpunkt bildeten dabei Replay-TV und die Auseinandersetzung mit Cinetrade. Swisscable beantwortete diesbezüglich unter anderem Anfragen der NZZ am Sonntag, der Handelszeitung, der Sonntagszeitung und der Berner Zeitung. Zu Themen wie Digital-TV, FTTH, Video on Demand, Infrastrukturwettbewerb, Leistungsfähigkeit von HFC-Netzen, Konkurrenz zu Swisscom und weiteren gab Swisscable verschiedenen Zeitungen, Fernseh- und Radiosendern Auskunft, lieferte Zitate, beantwortete Interviewfragen und erarbeitete Stellungnahmen. Auf besonderes Interesse,



unter anderem seitens der Sendungen Tagesschau und Kassensturz, stiess die Aufhebung der Grundverschlüsselung für Digital-TV-Angebote. Begleitend dazu erschienen 2012 in den Fachmedien Propriété, Hauseigentümer, BAU Info und ImmoBilia wieder mehrere Publi-reportagen zu Angeboten und Leistungen der Kabelnetze. Sie dienten auch dazu, die Webseite www.ihr-kabelnetz.ch noch besser bekanntzumachen.

Auch Forschungsinstitutionen, Verbände und Privatpersonen wandten sich mit diversen Fragen an Swisscable – etwa zum Kabelmarkt Schweiz, zu CI Plus, zu Breitbandinternet und zu Digital-TV-Zahlen.

KOMMUNIKATIONSUNTERSTÜTZUNG FÜR MITGLIEDER

Zur Unterstützung der Mitglieder im Hinblick auf die Kommunikation rund um Glasfasernetze hat Swisscable ihre Broschüre «Die Schweiz braucht ein leistungsstarkes Glasfasernetz. Wie gut, dass sie bereits eines hat» an sämtliche Gemeinden in der Schweiz verschickt. Swisscable verfolgt damit das Ziel, die Entscheidungsträger in den Gemeinden über das Thema Glasfaser und die Leistungsfähigkeit der Kabelnetze zu informieren und darzulegen, dass keine Notwendigkeit besteht, als Gemeinde in eine parallele Infrastruktur zu investieren.

Zur Information der Mitglieder stellte Swisscable täglich einen Pressespiegel mit allen für die Kabelnetzbranche relevanten Themen zusammen und verfasste Newsletter – die M-Infos – zu aktuellen Themen. Im Berichtsjahr wurden insgesamt 27 M-Infos verschickt und darüber

hinaus zahlreiche Anfragen von Mitgliedern direkt beantwortet.

WERBEKAMPAGNE AUSGEZEICHNET UND WEITERGEFÜHRT

Für ihre Werbekampagne «Ihr Kabelnetz – das Netz der unbegrenzten Möglichkeiten» ist Swisscable mit der Marketing-Trophy 2012 ausgezeichnet worden. Diese wird jährlich vom Branchenverband Swiss Marketing verliehen. Bei den Swiss Effie Awards 2012 war die Kampagne ebenfalls nominiert und erhielt ein Diplom. Mit dem Effie Award zeichnet der Verband bsw swiss leading agencies erfolgreiche Marketingkommunikation aus.

Die Kampagne wurde im Berichtsjahr denn auch weitergeführt. So kamen die drei bekannten TV-Spots und Suchmaschinenmarketing zum Einsatz. Der Fokus lag dabei auf dem hochauflösenden Fernsehen HDTV. Swisscable nutzte ausserdem die Umstellung der SRF-Programme (damals SRG) auf HD am 29. Februar 2012, um die Bevölkerung schweizweit darüber zu informieren, dass diese und weitere HD-Programme auf den Kabelnetzen verfügbar sind.

Als Neuerung in der Kampagne wurden die Webseite www.ihr-kabelnetz.ch suchmaschinen-optimiert und die Netzsuche erweitert. So ist neu eine detailliertere Suche bis auf die einzelne Hausnummer möglich.

MARKTFORSCHUNG AUSGEWEITET UND ANGEPAST

Die jährlich durchgeführte Marktforschungsstudie zur Kundenzufriedenheit



wurde 2012 dahingehend angepasst, dass neu auch die Mehrfachnutzung erhoben wurde, die Studie eine grössere Stichprobe umfasste und das Profil von TV-Konsumenten, die ausschliesslich Analog-TV konsumieren, detailliert erfasst wurde, damit diese Zielgruppe in der Folge konkret bearbeitet werden kann. Diese Resultate dienen als Basis für die geplante Reduktion des Analog-Angebots in Zusammenhang mit der neuen Radio- und Fernsehverordnung. Insgesamt nutzten 16 Mitglieder die Möglichkeit, die allgemeine Studie zusätzlich in ihrem eigenen Versorgungsgebiet durchführen zu lassen.

Um Kabelnetzen die Möglichkeit zu geben, mit Kunden in Kontakt zu treten, die neu in ihr Versorgungsgebiet ziehen, hat Swisscable 2012 erstmals eine Gemeinschaftskampagne im Umzugset der Post realisiert. Die Kampagne

ermöglicht gerade auch kleineren Kabelnetzen, eine für sie wesentliche Zielgruppe – nämlich umziehende Personen – direkt anzusprechen und bereits vor dem Umzug ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen. 31 Kabelnetze mit insgesamt über 340'000 Anschlüssen profitierten von dieser Marketingmassnahme.

VERANSTALTUNGEN UND KURSE ERFREUEN SICH GROSSER BELIEBTHEIT

Am 6. November fand die Infotagung statt, die jährliche Branchenveranstaltung, an der jeweils ein Grossteil der Mitglieder teilnimmt und die Gelegenheit nutzt, Fachinformationen aus erster Hand zu erhalten und sich untereinander auszutauschen. Diesmal besuchten über 250 Vertreter von Kabelnetzen die Referate und die Begleitausstellung. Die Infotagung war von einer grossen Themenvielfalt geprägt: Ein Themenblock



widmete sich der Bedeutung von Connected TV, Smart TV und HbbTV für die Kabelnetze, ein weiterer dem Netzausbau und der dritte schliesslich Public & Community WLAN. Ergänzt wurden diese Schwerpunkte durch Technologieausblicke zu IPv6 und der Weiterentwicklung von DOCSIS 3.0.

Zusätzlich zur nationalen Infotagung fanden im Mai die regionalen Infotagungen in Bern, Zürich und Lausanne statt. Im September stand die jährliche Klausurtagung des Swisscable Vorstands auf dem Programm, an der unter anderem die Lancierung einer Arbeitsgruppe «Strategie» beschlossen wurde.

Im Bereich Weiterbildung schrieb Swisscable 2012 insgesamt 16 technische Seminare aus, die von total 224 Teilnehmern besucht wurden. Es wurden Module zu CATV, DOCSIS, DVB, Fiber-Optik und Messtechnik angeboten. Das Seminar CATV I wurde 2012 komplett überarbeitet. Die beiden neuen Module Fiber-Optik II: RFoG und Messtechnik II kamen bei den Teilnehmern sehr gut an. Radio Frequency over Glass (RFoG) ist ein Schritt in Richtung Fibre to the Building (FTTB), wobei sich die Koaxverkabelung auf das Gebäudeinnere beschränkt und die bestehenden Prozesse auf der Basis von DOCSIS beibehalten werden können.

RICHTLINIEN, LEITFÄDEN UND MUSTERVERTRÄGE

Die Richtlinien zur Planung und Installation hausinterner Verteilanlagen für Breitbandkommunikation in Kabelfernsehtetzen, die HVA-Richtlinien, wurden 2012

erweitert. So wurden gegenüber der Version von 2009 FTTH und MoCA (Multimedia over Coax Alliance) integriert.

Neu stellt Swisscable ihren Mitgliedern einen Mustervertrag für die Erschliessung von Liegenschaften mit Glasfasern zur Verfügung. Dieser regelt alle relevanten Punkte zwischen Eigentümer und Kabelnetz, insbesondere in Bezug auf die Erschliessung des Gebäudes und die Nutzung der gebäudeinternen Verkabelung.

Im Berichtsjahr hat Swisscable in der Arbeitsgruppe des BAKOM zum Next-Generation-Access-Mapping (NGA-Mapping) mitgewirkt. Unter dieser Bezeichnung wird eine elektronische Übersichtskarte erstellt, auf der ersichtlich ist, welche Anschlusstechnologien (Fiber, Koax, Kupfer) und Angebote (Breitbandinternet und -TV) an welchen Orten der Schweiz verfügbar sind. Für diese Karte werden auch Daten der Kabelnetze benötigt. Swisscable hat diese zentral erfasst und dem BAKOM zur Verfügung gestellt, welches die Daten für die Verwendung auf der Karte anonymisieren wird. Ebenfalls als Teil dieser Initiative erarbeitete die Arbeitsgruppe 2012 einen «Leitfaden Hochbreitband». Dieser richtet sich an politische Entscheidungsträger in Kantonen, Regionen und Gemeinden. Er bietet ihnen eine Orientierungshilfe bezüglich der technologischen Möglichkeiten und vermittelt ihnen die wichtigsten Hintergründe zum Thema Breitband.

Unter dem Titel «Anschluss nicht verpassen» hat Swisscable zudem einen Leitfaden lanciert, der die relevanten



Zielgruppen beim Netzausbau und der Erschliessung von Liegenschaften identifiziert und entsprechende Kommunikationsmassnahmen vorschlägt. Der Leitfadent wird den Mitgliedern Anfang 2013 zur Verfügung gestellt werden.

VERHANDLUNGEN UND RICHTS- ENTSCHEIDE

Der Rechtsdienst von Swisscable hat neue Pay-Verträge mit Discovery HD, National Geographic, Nat Geo und Fox HD ausgearbeitet. Mit Teleclub hat Swisscable 2012 über Sportangebote und HD-Programme verhandelt.

2011 hatte Swisscom in ihrer Werbung ihr TV-Angebot mit dem analogen Kabelfernsehen verglichen. Daraufhin erhob Swisscable Klage auf Grundlage des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Im Berichtsjahr konnte nun vor dem Berner Handelsgericht ein Vergleich geschlossen werden.

Tele Top hatte im Berichtsjahr ein Gesuch um die Verbreitung ihres Senders auf einem bevorzugten analogen Kanalplatz gestellt. Gemäss Gerichtsent-scheid muss der Kanalplatz aber lediglich unter der Gesamtzahl der Must-Carry-Programme liegen und nicht innerhalb der Zahl der Programme, die Anspruch auf eine Verbreitung auf den vorderen Plätzen haben. Das Schweizer Sportfernsehen (SSF) hat auf seinen Anspruch als Must-Carry-Programm verzichtet, nachdem Swisscable erfolgreich geltend machen konnte, dass SSF die dafür anfallenden Signalzuführungskosten übernehmen müsste.

Zurzeit laufen Verhandlungen zwischen Swisscable und der 3 Plus Group zur Verbreitung ihrer Programme. Die 3 Plus Group besteht darauf, dass die Kabelnetze die Programme 3+ und 4+ nur dann in HD verbreiten dürfen, wenn sie 4+ auch analog verbreiten. Sowohl 3+ als auch 4+ sind Free-TV-Programme und

könnten gemäss Gemeinsamem Tarif 1 (GT 1) darum auch ohne Einverständnis des Programmveranstalters verbreitet werden. Allerdings ist das Signal weder terrestrisch noch über Satellit verfügbar. Darum klärt Swisscable zurzeit die Frage der Signalanlieferung. Gleichzeitig sind die beiden Verhandlungspartner daran, einen Mustervertrag für den Simulcast von 3+ und 4+ auszuarbeiten.

Im Bereich HD führt Swisscable die Verhandlungen mit der Pro7Sat1 Media AG sowie RTL Television GmbH über die Kabelverbreitung ihrer Programme im Rahmen des Werbefenstervertrags fort. Swisscable stellt sich auf den Standpunkt, dass auch die HD-Formate dieser Sender unter den GT 1 fallen, was Pro7Sat1 und RTL in Abrede stellen. Sie fordern nach wie vor eine Entschädigung für das teurere HD-Signal, eine Verschlüsselung als Zugangsbeschränkung sowie die Implementierung kundenseitiger Nutzungsbeschränkungen (Kopiersperre, Unterbinden von Ad-Skipping). Vor diesem Hintergrund hat Swisscable ein Positionspapier erstellt.

TARIFVERHANDLUNGEN BEENDET

Der intensive Wettbewerb in der Verbreitung von Radio- und Fernsehprogrammen hat dazu geführt, dass die Zahl der aktiven Kabelanschlüsse abnimmt. Der seit dem 1. Januar gültige GT 1 sieht darum vor, dass zu viel bezahlte Urheberrechtsgebühren Swisscable gutgeschrieben werden. Der Verband seinerseits erstattet diesen Betrag den betroffenen Kabelnetzen zurück. Neu ist die Erfassung des GT 1 auch online möglich.

Der Rechtsdienst von Swisscable war auch in die Verhandlungen zum GT 12 involviert, wo es zu einer Einigung beim zeitversetzten Fernsehen kam: Die Schiedskommission hat entschieden, dass der neue GT 12, der am 1. Januar 2013 in Kraft tritt, zeitversetztes Fernsehen explizit abdeckt und die Abgabe für die Nutzung von Settop-Boxen mit Speicher und serverbasierten Speichermöglichkeiten unverändert bleibt. TV-Programme können in der Folge bis maximal sieben Tage aufbewahrt werden.

Da die Verhandlungen zum GT Y, dem Tarif für Pay-TV, ohne Einigung endeten, musste auch hier die Schiedskommission angerufen werden, welche die von den Verwertungsgesellschaften beantragten Erhöhungen der Abgaben für Pay-Musikfernsehsender genehmigte. Der neue GT Y gilt ab 2013 bis Ende 2015 und sieht eine schrittweise Erhöhung der Abgaben vor. Obwohl die wirtschaftlichen Auswirkungen für die einzelnen Anbieter gering sind, hatten sich Swisscable und andere Nutzerverbände aus grundsätzlichen Überlegungen gegen die Erhöhungen gewehrt.

Dr. Claudia Bolla-Vincenz
Geschäftsführerin Swisscable

NEUEINTRITTE

TELAN 1
8954 GEROLDSWIL

KABELFERNSEHGENOSSENSCHAFT BRITTNAU
4805 BRITTNAU

TECHNISCHE GEMEINDEWERKE MÄRSTETTEN
8560 MÄRSTETTEN

ENERGIE- UND WASSERVERSORGUNG OBERBURG
3414 OBERBURG

TV-COM AG
9492 ESCHEN/LIECHTENSTEIN

EW AADORF
8355 AADORF

AUSTRITTE

TECHNISCHE BETRIEBE AMRISWIL
8580 AMRISWIL

022 TÉLÉGENÈVE SA
1211 GENÈVE

ANTENNE COLLECTIVE COMMUNALE
2812 MOVELIER

DIENSTLEISTUNGEN DER KABELNETZUNTERNEHMEN

DIE SCHWEIZER KABELNETZE KONNTEN 2012 BEI ALLEN DIGITALEN DIENSTEN KUNDEN HINZUGEWINNEN. GRÖSSTER WACHSTUMSTREIBER WAR ERNEUT DAS DIGITALE FERNSEHEN. GEGENÜBER DER VORJAHRESPERIODE SCHAUTEN 27 PROZENT MEHR KUNDEN DIGITALE KABELFERNSEHEN. DAS ENTSPRICHT INSGESAMT ÜBER 1'330'000 DIGITAL-TV-KUNDEN PER ENDE 2012. DAS WACHSTUM BEIM KABELINTERNET BETRUG 9 PROZENT, WÄHREND DIE KABELTELEFONIE-ANSCHLÜSSE UM 17 PROZENT ZUNAHMEN. *

Insgesamt konnten die Kabelnetze in den vergangenen drei Jahren mehr als 700'000 Digital-TV-Kunden gewinnen. Damit sind sie klare Marktführer. Dieses Wachstum ist umso beachtlicher, als der Wettbewerb äusserst intensiv und anspruchsvoll ist und ständig neue Anbieter hinzukommen. Der Erfolg der Kabelnetze beim Digital-TV ist insbesondere auf die erstklassige Qualität ihrer Angebote und das hervorragende Preis-Leistungsverhältnis zurückzuführen. Auch die Aufhebung der Grundverschlüsselung Mitte November 2012 hat dem digitalen Kabelfernsehen noch einmal zusätzlichen Schub verliehen.

Beim Kabelinternet ist der Markt nahezu gesättigt. Vor diesem Hintergrund ist das Wachstum um rund 81'500 Kunden erfreulich. Ende 2012 hatten über 940'000 Haushalte Kabelinternet abonniert. Ebenso erfreulich entwickelte sich die Sparte Kabeltelefonie mit einem Zuwachs von 17 Prozent respektive rund 82'500 Kunden auf total über 566'500 Anschlüsse.

Die schweizweite Durchdringung mit

Digital-TV im Kabel lag Ende 2012 bei über 50 Prozent. Dabei weisen die Kabelnetze einen Vorsprung von über 560'000 Anschlüssen gegenüber der zweitplatzierten Swisscom auf. Gerade im Bereich Digital-TV sind die Kabelnetze gegenüber der Konkurrenz auch für die Zukunft bestens positioniert. Kabelnetz-Kunden können dank der Broadcasting-Technik beliebig viele TV-Geräte gleichzeitig verwenden, was bei Swisscom nur beschränkt möglich ist. Dies ist insbesondere für jene rund 35 Prozent der Schweizer Haushalte interessant, die über mehr als ein Fernsehgerät verfügen. Die Leistungsfähigkeit der Kabelnetze ermöglicht zudem, dass parallel zur TV-Nutzung mit Hochgeschwindigkeit im Internet gesurft werden kann – im Gegensatz zur Swisscom ohne Beeinträchtigung der Surfgeschwindigkeit. Die hohe Leistungsfähigkeit der Kabelnetze ist ein wichtiger Trumpf im Kampf um Kunden und wird offenbar von diesen sehr wohl zur Kenntnis genommen.

Grosser Beliebtheit erfreuen sich nach wie vor Triple-Play-Pakete, welche Digital-TV, Internet und Telefonie aus einer

* SÄMTLICHE ZAHLEN BASIEREN AUF EINER PROVISORISCHEN HOCHRECHNUNG.



Hand anbieten. Sie sind in zweifacher Hinsicht kundenfreundlich: Sie sind sowohl preislich interessant als auch einfach verständlich.

Mit -41'700 Kunden (-1.5 Prozent) bewegte sich die Anzahl Kabelanschlüsse im Berichtsjahr erneut leicht rückläufig. Nach wie vor verfügen aber über 2.76 Millionen Haushalte über einen Kabelanschluss.

KABELFERNSEHEN

Ende 2012 nutzten 1'330'500 Haushalte digitales Kabelfernsehen inklusive HDTV. Gegenüber dem Vorjahr kamen damit 279'500 neue Kundinnen und Kunden hinzu, was einem Wachstum von 27 Prozent entspricht. Die Penetration von Digital-TV im Kabel nahm von 37 Prozent Ende 2011 auf 50 Prozent Ende 2012 zu.

BESCHLEUNIGTER UMSTIEG AUF DIGITAL-TV

Zwei Faktoren haben im Berichtsjahr wesentlich dazu beigetragen, dass

zahlreiche bisherige Analog-TV-Kunden auf digitales Kabelfernsehen umgestiegen sind: zum einen die Aufhebung der Grundverschlüsselung durch upc cablecom, zum anderen die Tatsache, dass moderne TV-Geräte über integrierte Empfangsgeräte verfügen und damit der Anschluss einer separaten Set-Top-Box überflüssig wird. Attraktiv ist für die Fernsehzuschauer auch die stetig steigende Anzahl an verfügbaren HD-Programmen. Dies trägt ebenfalls dazu bei, dass sich Kundinnen und Kunden neue HD-fähige TV-Geräte anschaffen und auf Digital-TV umsteigen.

INTEGRATION VON INHALTEN VIA «HORIZON»

Es ist zu erwarten, dass die Einführung von «Horizon» von upc cablecom als weiterer Treiber in dieser Entwicklung fungiert. Horizon ist eine neue Set-Top-Box mit eingebautem Modem, Telefonanschluss und TV-Recorder. Die Box bietet zahlreiche neue Funktionen. So kann man zum Beispiel über das TV-Gerät normal ein Programm sehen und über ein iPad ein weiteres Programm



auf einem anderen Sender verfolgen. Man kann auch bis zu vier Programme aufnehmen und gleichzeitig noch ein weiteres Programm live verfolgen. Ebenso ist es möglich, Inhalte vom Computer über die Horizon-Box auf den TV zu streamen.

ANALOG-TV STARK RÜCKLÄUFIG

Parallel zum Anstieg beim Digital-TV verzeichnete das analoge Kabelfernsehen im Berichtsjahr einen weiteren Rückgang. Weniger als 800'000 Haushalte schauten per Ende 2012 ausschliesslich analog fern. Die Kabelnetze sind die einzigen Anbieter, welche ihren Kunden Analog-TV zur Verfügung stellen. Zurzeit sind analog im Durchschnitt rund 35 Sender empfangbar. Im Zuge der Lockerung der Must-Carry-Verpflichtung und mit steigender Durchdringung mit Digital-TV ist hingegen für die Zukunft von einer

Reduktion der Anzahl an Analog-Sendern auszugehen.

QUALITÄT UND PROGRAMMANGEBOT ALS WECHSELTREIBER

Die Ergebnisse der im Berichtsjahr durchgeführten Umfrage zur Kundenzufriedenheit belegen, dass nach wie vor drei Hauptkriterien für den Wechsel von Analog- zu Digital-TV verantwortlich sind: 37 Prozent der rund 1'000 befragten Personen nannten die Bildqualität, 21 Prozent gaben das bedeutend grössere Programmangebot als Grund für ihren Wechsel an und für 17 Prozent war die Tonqualität wichtig, wobei Mehrfachnennungen möglich waren. Dass die Bildqualität beim Wechsel auf Digital-TV an erster Stelle genannt wird, ist gleichzeitig ein Hinweis auf die steigende Bedeutung von HDTV.



KABELINTERNET

Die Anzahl Kabelinternet-Anschlüsse nahm 2012 um 81'500 auf 944'500 zu. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Wachstum von 9 Prozent. Es ist zu erwarten, dass 2013 die Marke von 1'000'000 Kabelinternet-Anschlüssen geknackt werden kann, begeistern sich doch viele Kunden für die attraktiven und einfachen Bündel-Angebote der Kabelnetze. Ein weiteres Plus sind die sehr schnellen Internetverbindungen der Kabelnetze. Inzwischen gehören Bandbreiten zwischen 50 und 100 MBit/s zum Standard. Dank ihrer leistungsstarken und preislich attraktiven Angebote haben die Kabelnetze auch für den künftigen Wettbewerb gute Karten, umso mehr, als ihre auf Glasfaser basierende Technologie schweizweit quasi flächendeckend vorhanden ist.

KABELTELEFONIE

Im Bereich Kabeltelefonie konnte die Zahl der Kundinnen und Kunden von 484'000 im Jahr 2011 auf 566'500 per Ende 2012 gesteigert werden, was einer Zunahme von 82'500 (+17 Prozent) entspricht. Wie beim Kabelinternet tragen auch hier die attraktiven Triple-Play-Angebote wesentlich zum Erfolg und zum anhaltenden Wachstum der Sparte bei. Zahlreiche Kabelnetze bieten ihren Kundinnen und Kunden innerhalb ihres Netzes oder ihres Verbunds sogar kostenlose Gespräche an. Eine sehr gute Sprachqualität und Zusatzdienste wie Rufnummernerkennung, Anrufbeantworter und Anrufumleitung sind ebenfalls selbstverständlich.

DIE KABELNETZBRANCHE IM SPIEGEL DER MEDIEN



Wir möchten uns beim HbbTV auf regionale Inhalte konzentrieren und unsere Kunden dazu bringen, dass sie ihren Fernseher ans Internet anschliessen.

Marcel Eheim, Geschäftsleiter der GA Weissenstein, in der Solothurner Zeitung vom 19.11.2012



Ce partenariat nous permet d'étendre l'offre à tout le canton et plus seulement à la Gruyère et à la Glâne.

Claude Thürler, Directeur de Gruyère Energie, lors de la fondation de netplusFR dans La Gruyère du 15.11.2012



Wir wollen bis zum Jahr 2016 unseren Marktanteil auf 25% oder 500'000 Haushalte erhöhen.

Finecom-CEO Nicolas Perrenoud in der Sonntags-Zeitung vom 10.06.2012



Cette information de cessation de nos activités est complètement mensongère, et cette campagne de démarchage totalement illicite!

Christian Messerli, administrateur de Sitebco, dans L'Impartial du 27.10.2012



Dieser Schritt ist ein Meilenstein in der Schweizer Telekommunikationsgeschichte.

Eric Tveter, Managing Director von upc cablecom, über die Aufhebung der Grundverschlüsselung im Blick am Abend vom 16.10.2012



L'accord entre la ville et l'opérateur [Swisscom] comporte un risque commercial, mais nous prenons l'engagement de fournir les mêmes prestations que nos concurrents.

Jean-Yves Pidoux, municipal des Services Industriels Lausanne, dans 24heures du 5.7.2012



Jedoch ist FTTH nur die Technologie und sagt noch nichts über das Angebot sowie die Qualität des Signals aus.

Peter Trüby von der Thurcom in der Wiler Zeitung vom 11.12.2012



Il s'agit de procéder à l'étape de construction dénommée Fibre to the Home (FTTH) qui consiste à amener les réseaux optiques jusqu'aux appartements et commerces.

Dieter Gisiger, directeur de la SEIC, dans La Côte du 26.03.2012



Der Kunde merkt von der Umstellung nichts. Wer bisher digitale Sender empfangen hat, kann sein Equipment weiterhin voll nutzen.

Janine Cadieli, Marketingleiterin bei Rii-Seez-Netz zur Aufhebung der Grundverschlüsselung im Sarganserländer vom 27.11.2012



Mais nous avons des atouts face à notre concurrent: nous proposons à tous nos clients des chaînes en haute définition, alors que Swisscom ne dessert que 70% de ses utilisateurs avec du contenu en HD. De plus, chez nous, regarder la télévision n'affecte pas la bande passante disponible pour Internet.

Koen Verwee, responsable du marketing et des produits chez upc cablecom, dans Le Temps du 31.5.2012



Unsere Kunden sollen vom intensiven Wettbewerb unter den Anbietern profitieren. Wir wollen als regional verankerter Multimedialebetrieb zu den leistungsfähigsten Unternehmen in diesem Bereich gehören.

Markus Schlatter, CEO der Stafag, in der Thurgauer Zeitung vom 12.12.2012



En moyenne, les gens regardent entre 10 et 12 chaînes. La plupart n'ont donc pas besoin d'un abonnement coûteux qui en compte 300.

Patrick Baud-Lavigne, directeur général de Naxoo, dans La Tribune de Genève du 10.11.2012



Der Test der Sendung Kassensturz zeigt nicht nur, dass wir auf dem richtigen Weg sind, sondern auch, dass vermeintlich kleinere Anbieter manchmal das bessere Angebot haben können als die Grossen.

Valaiscom-CEO Günter Seewer im Walliser Bote vom 22.03.2012

AUSBLICK AUF DAS JAHR 2013

DAS JAHR 2013 WIRD STARK VON DER MIGRATION ZUM DIGITALEN FERNSEHEN GEPRÄGT SEIN, DIE INSBESONDERE DURCH DIE AUFHEBUNG DER GRUNDVERSCHLÜSSELUNG VERSTÄRKT VORANGETRIEBEN WERDEN WIRD. GLEICHZEITIG WIRD AUCH DIE KONKURRENZSITUATION ZWISCHEN DEN KABELNETZEN, SWISSCOM TV, SUNRISE TV UND WEITEREN ANBIETERN WIE TELEBOY, ZATTOO UND WILMAA IM BEREICH DIGITAL-TV NOCH STÄRKER SPÜRBAR WERDEN.

Die Kabelnetze werden 2013 die Migration zum digitalen Fernsehen weiter vorantreiben. Einen wichtigen Schritt in diese Richtung hat upc cablecom bereits im Herbst 2012 unternommen, indem sie die Grundverschlüsselung für die digitalen Programme aufgehoben hat. Dadurch können ihre Kundinnen und Kunden auf allen Kabelanschlüssen ein attraktives Angebot an Digital-TV- und HDTV-Programmen frei empfangen. Eine Set-Top-Box ist für den Digital-Empfang nicht mehr nötig, ein Fernsehgerät mit eingebautem DVB-C-Tuner ist dafür ausreichend. Aus Sicht vieler potenzieller Digital-TV-Kunden fiel damit erfreulicherweise eine grosse Hürde für ihren Umstieg auf das digitale Kabelfernsehen weg. Entsprechend werden sich 2013 weitere bisherige Analog-TV-Kunden für Digital-TV entscheiden. So wird Digitalfernsehen in der Schweiz zum Standard werden.

Allerdings wird sich die Konkurrenzsituation für die Kabelnetze weiter akzentuieren. Dabei verändert sich die Situation dahingehend, dass die Web-TV-Anbieter wie Teleboy, Zattoo und Wilmaa

ihre Angebote via Kooperationen mit TV-Geräte-Herstellern und TV-Apps neu auch auf die grossen TV-Bildschirme bringen. So ist etwa Teleboy als TV-App auf Samsung-Fernsehern und Bluray-Playern der neueren Generation verfügbar. Zattoo bietet mit der VideoWeb TV Box ebenfalls die Möglichkeit, Unterhaltungsangebote und Funktionen – beispielsweise TV-Mediatheken, Zattoo Live TV, Internetdienste wie Youtube Leanback und die Online-Videothek von maxdome – direkt auf den Fernseher zu bringen. Bis anhin war Internet-TV ein Nischenangebot. Das könnte sich jedoch ändern, falls die Anbieter ihr Web-TV benutzerfreundlich und in guter Qualität erfolgreich auf die grossen Fernsehbildschirme transportieren können. Dadurch könnten sich die künftigen Marktanteile zwischen Kabelfernsehen, IPTV wie Swisscom TV und Sunrise TV und Internet-TV verschieben.

2013 wird auch die Verbreitung von HD weiter voranschreiten und werden neue HD-Angebote aufgeschaltet werden. Dabei ist bereits die Full-HD-Nachfolger-technologie in der Pipeline: 4K oder UI-





tra HD ist viermal schärfer als HD. Erste Fernsehgeräte wurden bereits vorgestellt.

MIGRATION WIRD UNTERSTÜTZT

Die fortschreitende Migration zum Digitalfernsehen wird Swisscable auch im neuen Jahr aktiv mit verschiedenen Kommunikationsmassnahmen unterstützen. Der Fokus soll dabei auf die Einfachheit des digitalen Kabelfernsehens gelegt werden. Den potenziellen Kundinnen und Kunden wird aufgezeigt, wie einfach und unkompliziert der Wechsel vom analogen zum digitalen Kabel-TV heute ist. In diesem Sinne zielen die Kommunikationsmassnahmen darauf ab, die Migration vom analogen zum digitalen Fernsehen weiter zu beschleunigen.

Die Kundenumfrage 2013 wird sich eng an jene von 2012 anlehnen, um insbesondere die Entwicklung im Bereich der Analog-Kunden ablesen zu können. Swisscable wird den Mitgliedern wiederum die Möglichkeit bieten, die Marktforschung individuell in ihrem eigenen Gebiet durchführen zu lassen.

WEITERE REDUKTION DER MUST-CARRY-VERPFLICHTUNGEN

Swisscable wird sich 2013 beim Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) weiterhin dafür einsetzen, dass die Must-Carry-Verpflichtungen der Kabelnetze schrittweise reduziert werden. Dies drängt sich insbesondere nach dem Wegfall der digitalen Grundverschlüsselung auf, in deren Folge digitales Kabelfernsehen für alle Nutzer frei zugänglich ist.



INTERNET UND TV NÄHERN SICH NOCH MEHR AN

Im Bereich Hybrid-TV, also dem Zusammenkommen von Internet und Fernsehen, wird die Entwicklung 2013 weiter voranschreiten. So ist absehbar, dass weitere Digital-TV-Angebote lanciert werden. Die Einführung der Medien- und Unterhaltungsplattform «Horizon» durch upc cablecom ist für Anfang 2013 geplant. Mit Horizon kombiniert das grösste Schweizer Kabelnetzunternehmen Digital-TV, Internet und Telefonie in einem einzigen Gerät, das über sechs integrierte TV-Tuner verfügt. Dadurch wird schnelleres Zappen möglich, und es können bis zu vier Programme gleichzeitig aufgenommen werden. Weiter verfügt Horizon über eine neuartige Bild-in-Bild-Funktion, eine Empfehlungsfunk-

tion, eine Horizon TV App für das iPad und das iPhone sowie weitere Apps, die zusätzliche Informationen aus dem Internet direkt auf den TV-Bildschirm bringen.

Bereits heute verfügen moderne TV-Geräte über einen Internetanschluss, der Anwendungen wie Video on Demand, Apps und Web-TV ermöglicht. Der Hbb-TV-Standard, der in den meisten neuen TV-Geräten eingebaut ist, bietet die Basis für weitere senderspezifische Zusatzinformationen und Anwendungen.

Nachdem bereits letztes Jahr grosse Erwartungen in Google TV und Apple TV gesetzt worden waren, verlief die Entwicklung hier eher zögerlich. Google TV wurde zwar lanciert, konnte aber noch nicht richtig Fuss fassen. Zurzeit soll eine neue Version mit intelligenter Sprachsteuerung in Erarbeitung sein. Die neue Generation von TV-Geräten ist generell darauf ausgerichtet, noch mehr Internet-Inhalte zu integrieren. Auf ein TV-Gerät von Apple müssen die Nutzer allerdings weiter warten. Über das Datum der Lancierung wird spekuliert; Branchenkenner gehen von Ende 2013 aus. Erwartet wird, dass der Apple TV den Fernsehmarkt ähnlich revolutioniert wie vor ein paar Jahren das iPhone den Markt für Smartphones und dabei bezahlbar bleibt.

Das Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet macht sich auch in der Messung der Mediennutzung bemerkbar. So wird die bisherige Erhebung durch Telecontrol ab 2013 durch ein neues Instrument – Kantar Switzerland – ersetzt, welches auch die Fern-



sehnutzung über Computer und Handy misst.

AUSTAUSCH VON BEST PRACTICES UNTER MITGLIEDERN

Damit die Kabelnetze ihre Vorteile gegenüber der Konkurrenz tatsächlich ausspielen können, ist nicht nur ein koordiniertes Vorgehen des Verbands notwendig, sondern es braucht auch die Bereitschaft der Mitglieder, erfolgreiche Strategien und Massnahmen anderer Mitglieder für ihr eigenes Kabel-

netz zu übernehmen. Swisscable wird 2013 darum ein Online-Netzwerk lancieren, das den intensiven Austausch unter den Mitgliedern erleichtern soll. Ziel ist, eine Best-Practice-Plattform zu schaffen. So können die Mitglieder untereinander von guten Ideen und erprobten Massnahmen profitieren und sich gegenüber den Mitbewerbern klar positionieren.

In eine ähnliche Richtung geht die Gründung einer neuen Strategie-Arbeitsgruppe, die sich 2013 mit der



- von superschnellem Internet, über HD-Fernsehen bis zu interaktivem Video-on-Demand.

upc cablecom wird neben der Einführung von «Horizon» ihre Internetgeschwindigkeiten weiter ausbauen. Das bislang schnellste Angebot ermöglicht Downloadgeschwindigkeiten von bis zu 100 Mbit/s. Ausbauen wird upc cablecom aber auch ihre Präsenz vor Ort, indem 2013 die Eröffnung weiterer Shops und Service Points geplant ist. Nach wie vor ein Thema ist auch Quadruple Play, also die Lancierung eines Mobile-Angebotes.

Die Teilrevision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) wird 2013 weiter voranschreiten. Im ersten Halbjahr wird der Bundesrat den Gesetzesentwurf in die parlamentarische Bearbeitung geben.

Erarbeitung einer Zukunftsstrategie für Swisscable auseinandersetzen wird. Dabei wird ein grosser Trumpf weiterhin die hohe Leistungsfähigkeit der Kabelnetzinfrastruktur sein. Entsprechend werden die Kabelnetze auch 2013 ihre Infrastruktur zukunftsfähig ausbauen. Dabei wird das Glasfaserkabel bedarfsgerecht Schritt für Schritt näher ans Haus gezogen, wobei die HFC-Technologie als Basis bestehen bleiben wird. Damit können die Kabelnetze in den nächsten Jahren ihren Kunden sämtliche gewünschten Angebote liefern

VERBANDSORGANE

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

VORSTAND

PRÄSIDENT

DR. HAJO LEUTENEGGER (BIS 16.03.2012)

FILIPPO LEUTENEGGER, NATIONALRAT (NEU)

MITGLIEDER

NICOLAS ANTILLE, SIERRE-ÉNERGIE SA, SIERRE (VP)

BEAT J. AMBÜHL, GGA MAUR, BINZ

PHILIPPE JAQUET, SERVICES INDUSTRIELS, LAUSANNE

BERND KLEINSTEUBER, UPC CABLECOM, ZÜRICH

DR. CHRISTA KÖPPEL, GEMEINDE WIDNAU, WIDNAU

ERIC MICHEL, 022 TÉLÉGENÈVE SA, GENÈVE

CHRISTOPHE MILLET, UPC CABLECOM, ZÜRICH

ROY SIMMONDS, BESONET AG, SOLOTHURN

ERIC TVETER, UPC CABLECOM, ZÜRICH

THOMAS WEBER, EBL TELECOM, LIESTAL

GESCHÄFTSFÜHRUNG

GESCHÄFTSFÜHRUNG

DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ

VERBANDSFÜHRUNG, RECHT, POLITIK, REGULATORISCHES, FINANZEN

STRATEGIE & INHALTEBESCHAFFUNG

RETO ZUMBERHAUS

STRATEGIE, PROGRAMMRECHTE, WERBEFENSTER, WERBUNG, TECHNIK

PUBLIC AFFAIRS

DR. KURT WALSER

POLITISCHE BEZIEHUNGEN ZU BUND, KANTONEN UND VERBÄNDEN

PUBLIC RELATIONS

MATTHIAS LÜSCHER

MEDIENARBEIT, ISSUES MANAGEMENT, KOMMUNIKATION, REDAKTION

ADMINISTRATION

YVONNE BALMER

DAIANA MELCHIONDA

CHRISTINE VON ARX

BUCHHALTUNG

MANUELA ROTHENBÜHLER

ARBEITSGRUPPEN

ARBEITSGRUPPE RECHT & POLITIK

PRÄSIDENT

FILIPPO LEUTENEGER, NATIONALRAT

MITGLIEDER

DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ, SWISSCABLE, BERN

BERND KLEINSTEUBER, UPC CABLECOM, ZÜRICH

ROY SIMMONDS, BESONET AG, SOLOTHURN

DR. KURT WALSER, SWISSCABLE, BERN

ARBEITSGRUPPE WERBUNG

LEITUNG

RETO ZUMBERHAUS, SWISSCABLE, BERN

MITGLIEDER

BEAT FINGERHUT, UPC CABLECOM, ZÜRICH

ERIC MICHEL, 022 TÉLÉGENÈVE SA, GENÈVE

ROBERT WATTS, WWZ TELEKOM AG, ZUG

JACQUELINE BÜHLMANN, FINECOM TELECOMM. AG, BIEL

JUDITH GRANAT, SERVICES INDUSTRIELS, LAUSANNE

ARBEITSGRUPPE STRATEGIE

PRÄSIDENT

FILIPPO LEUTENEGER, NATIONALRAT

MITGLIEDER

NICOLAS ANTILLE, SIERRE-ÉNERGIE SA, SIERRE

DR. CLAUDIA BOLLA-VINCENZ, SWISSCABLE, BERN

BERND KLEINSTEUBER, UPC CABLECOM, ZÜRICH

ROY SIMMONDS, BESONET AG, SOLOTHURN

Impressum

Herausgeber: Swissscable – Verband für Kommunikationsnetze, Bern

Redaktion: Matthias Lüscher, Swissscable; int/ext Communications AG, Basel

Gestaltung: Blowfish AG, Baar & 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

