



«Unser Erfolgsrezept ist die Regionalität»

Seit Jahren steht die Sasag Kabelkommunikation AG im Konkurrenzkampf mit den ganz Grossen der Branche. Im Gespräch erklärt Geschäftsführer Daniel Kyburz, wie er die Stärken des Unternehmens ausbauen und die zukünftigen Herausforderungen meistern will.



Trotz den Grossen der Branche: Sasag-Chef Daniel Kyburz.

ARCHIVBILD ROBERTA FELE

Interview: Iris Fontana

Wenn man sich den Preiskampf und den hohen Werbedruck anschaut, wird in der Telekommunikationsbranche mit harten Bandagen gekämpft.

Stimmt dieser Eindruck?

Daniel Kyburz: Ja, das ist schon so. Der Konkurrenzkampf hat sich vor allem in den letzten drei Jahren akzentuiert, seitdem der Markt in der Schweiz gesättigt ist. Seither geht es vielen unserer Konkurrenten nur noch darum, den andern mit möglichst attraktiven Promotionen Kunden abzujagen.

Umso erstaunlicher ist, dass Sie sich als kleiner Anbieter behaupten können.

Wie hoch ist Ihr Kundenanteil

in Schaffhausen?

Kyburz: Wir geben keine konkreten Zahlen bekannt, da unsere Mitbewerber schweizweit tätig sind und keine regionalen Zahlen veröffentlichen. Aber ich kann sagen, dass wir einen sehr hohen Marktanteil in unserem Tätigkeitsgebiet haben, der wahrscheinlich vergleichbar mit demjenigen der Swisscom schweizweit ist.



Was ist das Rezept dahinter?

Kyburz: Unser Erfolgsrezept ist sicher die Regionalität. Wir sind klein, agil, schnell in den Prozessen, und wir sind Schaffhauser. Die Wege sind kurz. Dies alles würde jedoch nicht ausreichen, wenn wir nicht auch attraktive Angebote hätten.

Diese bieten Sie dank Partnerschaften an.

Kyburz: Ja. Beispielsweise bei IPTV (digitales Fernsehen) mit Funktionen wie Pause, Replay oder Aufnahme und im Bereich Mobile sind wir auf Partner angewiesen. Dort liegt unsere Herausforderung darin, die besten Partner zu gewinnen, jedoch das Gesamtpaket unter unserem Namen vertreiben zu können. «On top» versuchen wir, einen besseren Service zu bieten als unsere national tätigen Mitbewerber. Grossen Wert legen wir zudem auf das Versprechen, dass unser Service auf dem Land derselbe ist wie in der Stadt. Unser Netz ist überall genau gleich gut. Dies ist sicher ein Vorteil, den wir gegenüber gewissen Konkurrenten bieten können, welche ihr Glasfaserkabel nur in der Stadt verlegen, die Kunden auf dem Land jedoch vernachlässigen.

Bezüglich Netz. Wie steht es damit?

Kyburz: Das Sasag-Netz gehört alleine uns. Niemand anderes hat Zugriff darauf. Wir betreiben und unterhalten unser Netz auch rundum selbst. Wie bereits erwähnt, bieten wir an jedem Anschluss die identische Leistung an und sind dank unserem Glasfaserkabelnetz nicht abhängig von den Leitungslängen, welche bei den Netzen der Mitbewerber zu Einschränkungen führen.

Wie schaffen Sie es, im Bereich Mobile konkurrenzfähig zu sein?

Kyburz: Im Mobilebereich arbeiten wir über einen Zwischenhändler mit einem grossen nationalen Anbieter zusammen. Um so noch konkurrenzfähige Abos anbieten zu können, sind unsere Margen äusserst klein. Wichtig ist für uns jedoch, dass wir unseren Kunden ein Gesamtpaket anbieten können. Die Reaktion der Kunden gibt uns recht. So konnten wir im vergangenen Jahr über 30 Prozent Neukunden im Mobilebereich dazugewinnen. Wir haben

jedoch noch viel Potenzial.

Wie sehen Sie die Entwicklung bei den Roaminggebühren, die gerade in Ferienzeiten immer wieder grosses Thema sind?

Kyburz: Ich erwarte die Entwicklung dahingehend, dass immer mehr Leistungen im Abo inbegriffen sein werden. Bei unserem mittleren Abo, welches 39.90 Franken kostet, sind pro Monat 30 Gigabyte mobiler Datentransfer und unbegrenztes Telefonieren in Europa und Amerika miteingeschlossen. Dieser Trend wird anhalten. Auch wenn die Schweiz leider immer noch ein Sonderfall ist, quasi eine Roaminginsel. In der EU wurden die Roaminggebühren ja vor gut fünf Jahren abgeschafft.

Wie schätzen Sie die Zukunft des Fernsehens ein?

Kyburz: Der Konsum des klassischen, linearen Fernsehens wird sicher weiter zurückgehen. Ein gewisses Potenzial sehe ich noch beim erwähnten IPTV. Wachsen werden sicher weiterhin die Streamingdienste. Aber auch da steigt der Konkurrenzdruck immer mehr an.

Hat die Zunahme des Streamings einen Einfluss auf Ihr Geschäft?

Kyburz: Nicht direkt. Einzig dahingehend, dass es noch wichtiger wird, unseren Kunden einen schnellen Internetzugang anzubieten. Die Zunahme der Streamingnutzer erfordert Bandbreite. Dies kann ich eins zu eins bei uns zu Hause beobachten: Wir haben drei Kinder. Jedes von ihnen hat mittlerweile ein eigenes Mobile-Device und generiert dementsprechend Traffic.

Zeigt sich die Veränderung im Bereich der Streamingnutzung auch bei den abgeschlossenen Abozahlen?

Kyburz: Nein, nicht direkt. Wir stellen einfach fest, dass der Abruf von linearem Fernsehen zurückgeht, die Nachfrage nach IPTV jedoch zunimmt. In diesem Bereich gab uns die Innovationspartnerschaft mit der TV-Plattform Zattoo einen grossen Schub, da unser Angebot dadurch an Attraktivität gewann.

Und die gesamte Branche? Wohin geht die Reise?

Kyburz: Im Moment stellen wir keinen



neuen Megatrend fest. Es heisst einfach überall immer: Mobile, mobile, mobile. Aber da stellt sich die Frage: Was ist mobile? Sobald man zu Hause im WLAN surft, ist das zwar auch mobile. Dahinter steht jedoch ein Anschluss, der im Boden verlegt ist. Dass in diesem Bereich eine Veränderung stattfindet, nehmen wir sehr stark wahr. Bis vor fünf Jahren sprach man von einer guten Internetverbindung, wenn der Computer schnell lief. Heute besteht die Anforderung der Kunden darin, dass auf jedem Handy durch alle Mauern hindurch und auf dem ältesten Endgerät immer noch eine superschnelle Internetverbindung verfügbar sein muss. Im Netzwerkbereich ist zudem, wie erwähnt, nach wie vor die ganze Bandbreitensteigerung ein Thema. So nimmt auch die Qualität kon-

tinuierlich zu. Überall werden 4K- oder UHD-Fernsehgeräte beworben, aber praktisch kein Sender verwendet diese Technologie bislang, weil dafür schlicht das Geld fehlt. Wenn sich die Technologie aber einmal durchsetzt, stehen wir als Sasag vor der Herausforderung, einen nochmals gesteigerten Traffic bewältigen zu müssen.

Leitet sich daraus Ihre Zukunftsstrategie ab?

Kyburz: Ja. Wir müssen in den nächsten Jahren in unser Netz investieren und alles daransetzen, mit unseren Produkten kompetitiv zu bleiben. Auch wird unser Fokus weiterhin auf Regionalität und auf eine gute Zusammenarbeit mit leistungsfähigen Partnern gerichtet bleiben.

Zur Person

Der 56-jährige **Daniel Kyburz** ist mit seiner Familie in Flurlingen wohnhaft. Seit 2014 ist er Geschäftsführer der Sasag Kabelkommunikation AG. Nach einer Lehre bei GF als Maschinenmechaniker wechselte er in die Telekommunikationsbranche, wo er bei der Fernmeldeleitung in Winterthur, der heutigen Swisscom, eine Ausbildung absolvierte. Es folgte die Technikerschule und ein Nachdiplomstudium in Betriebswirtschaft, während er über viele Jahre bei nationalen Telekommunikationsanbietern tätig war.

Dieser Artikel stammt aus dem Schaffhauser Wirtschaftsnewsletter «Zahltag». Hier geht es zur Anmeldung (kostenlos):

