

Preiskampf im Festnetz

Die Kabel-TV-Betreiberin will die Festnetztelefonie aufmischen und bricht einen Preiskampf vom Zaun. Aber nicht die ganze Schweiz kann profitieren. Und der Kundendienst bleibt ungenügend.

«Auch sechs Jahre nach der Liberalisierung dominiert die Swisscom den Schweizer Festnetzmarkt sehr stark», sagte Cablecom-Chef Rudolf Fischer vor den Medien in Zürich. Trotz Konkurrenz von beispielsweise Sunrise oder Tele2 könne die Swisscom mit 65 Prozent aller Kunden satte 88 Prozent des Gesamtumsatzes von rund 3 Milliarden Franken einstreichen.

Diese Situation solle sich jetzt ändern, sagte Fischer. «Digital Phone ist die erste wirkliche Alternative zur Swisscom», sagte der Produktverantwortliche Stefan Luder.

Cablecom will den Fernmeldekonzernen die Kunden über den Preis abwerben. Ab dem 1. Juli könnten die Festnetznutzer von abends sieben bis morgens um sieben Uhr und während des ganzen Wochenendes gratis telefonieren. Werktags kostet ein Gespräch 3 Rappen pro Minute und eine Einwahlgebühr von 8 Rappen.

Für den ersten Anschluss verlangt die Kabelnetzbetreiberin monatlich 20 Franken, für die zweite Linie 10 Franken. Zum Vergleich: Die Swisscom will für einen Anschluss 25,25 Franken pro Monat. Bei den bedeutendsten hiesigen Telekomkonzernen kostet die Minute zwischen 6,5 und 8 Rappen.

Laut dem Internet-Vergleichsdienst Comparis wird Cablecom mit diesen Preisen zum billigsten Festnetzanbieter der Schweiz: Ein durchschnittlicher Schweizer Haushalt müsse bei Cablecom monatlich für Gespräche und Anschlussgebühr 35,59 Franken bezahlen. Bei Sunrise wären dafür 48,76 Franken zu überweisen, bei Swisscom 50 Franken.

Das Gratisangebot in der Nacht und am Wochenende könne sich Cablecom dank der Anschlussgebühren leisten. «Das Ganze beruht auf einer Mischrechnung», sagte Fischer. «Weil wir eine letzte Meile haben, können wir mit ganz anderen Kosten rechnen» als die alternativen Telekomanbieter, welche der Swisscom für die Benutzung des Netzes bezahlen müssten.

Ab «etwas über 100'000 Kunden» erreiche Cablecom im Telefongeschäft die Gewinnschwelle, sagte Fischer. Derzeit habe man rund 32'000 Kunden. Bis Ende Jahr sollen es 80'000 sein.

Allerdings kann nicht die ganze Schweiz von den billigen Tarifen profitieren: Insgesamt seien 1,4 Millionen Haushalte für die Telephonie über den TV-Anschluss erreichbar, davon 1,1 Millionen direkt über Cablecom und 300'000 über die 44 Partnernetze, sagte Fischer. Weisse Löcher gebe es noch in der Westschweiz und in Basel. Die Swisscom habe dagegen Zugang auf 3,2 Millionen Privathaushalte.

Die Telefonie übers TV-Kabel sei sehr stabil, sagte Luder. Es gebe nur wenige Ausfälle. Dagegen sei der Kundendienst trotz «klaren» Verbesserungen noch ungenügend: «Während wir im Januar 80 Prozent aller Anrufe im Administrations- und Rechnungsbereich nicht beantwortet haben, sind es heute unter 20 Prozent», sagte Fischer.

Cablecom habe in die Infrastruktur investiert und 40 neue Stellen im Call Center geschaffen. «Aber wir sind natürlich noch nicht dort, wo wir sein wollen», sagte Fischer. Der Kundendienst bleibe ein zentrales Thema für dieses und das nächste Jahr.