



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD

**Preisüberwachung PUE**

# **Kabelfernsehpreise in der Schweiz**

Vergleich der Angebote der  
Kabelnetzbetreiber mit mehr  
als 5'000 Abonnenten

Bern, September 2010

Autor: Andrea Zanzi

Fachbereich Energie und Telekommunikation



## Zusammenfassung

Die technische Entwicklung der letzten Jahre, im Speziellen die Weiterentwicklung der Digitalisierung des Fernsehangebots, hat das Umfeld, in welchem die Kabelnetzbetreiber tätig sind, tiefgreifend verändert. Wenngleich die Unternehmen bei der Verbreitung der analogen Radio- und TV-Programme nach wie vor über ein Monopol verfügen, so sind sie doch in der digitalen Verbreitung sowie der damit verbundenen Dienste (elektronische Programmführer, digitale Videoaufzeichnungen, Video-on-Demand sowie HDTV) vermehrt der Konkurrenz durch Anbieter mit anderen Verbreitungsformen (xDSL, Satelliten, Glasfasernetze) ausgesetzt. Um die Auswirkungen dieses Wechsels auf dem Schweizer Kabelnetzmarkt besser zu verstehen, haben wir eine Bestandesaufnahme und anschliessend eine Vergleichsanalyse der verschiedenen analogen Fernsehgrundangebote durchgeführt. Sämtliche der Studie zugrunde liegenden Informationen haben wir vorgängig mittels eines standardisierten Fragebogens bei den 62 Schweizer Kabelnetzbetreibern mit mehr als 5'000 Abonnenten eingeholt.

Wir konnten feststellen, dass annähernd alle der befragten Unternehmen entweder selbst oder via Zusammenarbeit mit Partnern digitales Fernsehen (100%), Internetzugänge (98%) und Festnetztelefonie (95%) anbieten. Im Bereich des analogen Grundangebots haben wir eine starke Heterogenität zwischen den verschiedenen Anbietern festgestellt. Tatsächlich variieren die monatlichen Abonnementskosten (exkl. MWSt. und Urheberrechte) für den analogen Fernsehanschluss und die Anzahl der angebotenen Programme im jeweiligen Grundangebot je nach Unternehmung stark. Beispielsweise bezahlen Kunden der Gemeinde Binningen mit einer monatlichen Abonnementsgebühr von Fr. 5.36 rund fünfmal weniger als Kunden der GrischaVision AG (Fr. 27.-). Dafür erhalten Letztere mit dem Basisangebot Zugang zu 62 TV-Programmen, was gegenüber den 32 Kanälen, die Sinergy Infrastructure SA im Basisangebot anbietet, rund doppelt so viel ist.

Die Analyse hat keine signifikante Korrelation zwischen Preis und der Anzahl angebotenen TV-Programme im Grundangebot der ausgewählten Unternehmen ergeben. Demgegenüber besteht eine solche – lineare – Korrelation ( $R^2 = 0.69$ ) bei denjenigen Unternehmen, deren Preise pro Programm sich zwischen dem 1. und 3. Quartil der Stichprobe befinden. Dies sind diejenigen 50% der Unternehmen, welche sich am nächsten beim Median befinden. Für diese Unternehmen haben wir einen durchschnittlichen Preis pro TV-Programm von Fr. 0.41 berechnet.

Schliesslich konnte ein gewisser Zusammenhang zwischen der Rechtsform, der Eigentümerschaft und der Attraktivität des Basisangebots der ausgewählten Kabelnetzbetreiber beobachtet werden. Es zeigte sich, dass im Allgemeinen die Preise pro TV-Programm der privaten und teilweise privatisierten Unternehmen höher ausfallen als diejenigen der Gemeindebetriebe. Die Preise der ausgelagerten Betriebe der öffentlichen Hand (AG/GmbH im Eigentum der öffentlichen Hand) liegen hingegen im Mittelfeld, d.h. zwischen den beiden oben genannten Unternehmenskategorien. Diese Resultate berücksichtigen Faktoren wie das Alter des Netzes, Zeitdauer seit der letzten Erneuerungsinvestitionen ins Netz, Topologie und Dichte des Versorgungsgebietes, einmalige Anschlussgebühren sowie der Zugang zu Kapital zu privilegierten Konditionen nicht.



# Vergleich der Angebote und Tarife der schweizerischen Kabelnetzbetreiber

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Umfang und Methode der Analyse</b> .....	<b>1</b>
2.1	Der Kabelfernsehmarkt in der Schweiz .....	1
2.2	Die Entwicklung des digitalen Fernsehens in der Schweiz .....	2
2.3	Ziele der Preisüberwachung .....	4
2.4	Die Zuständigkeit der Preisüberwachung .....	4
<b>3</b>	<b>Stand des Schweizer Kabelfernsehmarktes</b> .....	<b>5</b>
3.1	Befragung der Schweizer Kabelnetzbetreiber mit mehr als 5'000 Abonnenten .....	5
3.2	Beschränkung der Untersuchung auf Kabelnetzbetreiber .....	6
<b>4</b>	<b>Ergebnis der Umfrage</b> .....	<b>7</b>
4.1	Anzahl Kunden der Unternehmen .....	7
4.2	Abonnementspreise der Kabelnetze .....	8
4.3	Anzahl analoger TV-Programme im Grundangebot .....	9
4.4	Verhältnis zwischen Preis und angebotenen analogen Fernsehprogrammen .....	10
4.5	Die Kabelnetzbetreiber: Rechtsform und Finanzierungsquellen .....	14
4.6	Verhältnis zwischen Unternehmensform, Preis des Basisangebots und Anzahl der angebotenen Programme .....	15
4.6.1	Verhältnis zwischen Unternehmensform und Preis des Basisangebots .....	16
4.6.2	Verhältnis zwischen Unternehmensform und Verhältnis Preis / Programme im Grundangebot .....	19
<b>5</b>	<b>Schlussfolgerungen</b> .....	<b>24</b>



# 1 Einleitung

Der Schweizer Kabelnetzmarkt ist seit einigen Jahren im Wandel. Eine Mehrheit der Kabelnetzbetreiber bietet heute neben dem klassischen analogen Radio- und Fernsehangebot auch digitales Fernsehen, Breitband-Internetanschlüsse sowie Telefoniedienste an. In vielen Fällen wurde auch das Radio- und Fernsehbasisangebot angepasst, das vermehrt auch digitales Fernsehen umfasst. Um die digitalen Programme zu empfangen, wird eine Set-Top-Box oder ein Fernseher mit integriertem digitalen Empfangsgerät (DVB-C Receiver) benötigt.

Es ist anzunehmen, dass das analoge Kabelfernsehen in den nächsten Jahren zunehmend durch digitales Fernsehen ersetzt wird. Bereits im ersten Semester des laufenden Jahres kann festgestellt werden, dass im insgesamt wachsenden Kabelfernsehmarkt das digitale Fernsehen verhältnismässig stark gewachsen ist. Gemäss Schätzungen von Swisscable, welche auf einer Umfrage bei den grössten Kabelnetzbetreibern basieren, beziehen per Ende Juni 2010 23.6% der Haushalte mit einem Kabelfernsehanschluss digitales Fernsehen (+22.7% im Verhältnis zum Juni 2009).

Aufgrund dieser Veränderung des Schweizer Kabelfernsehmarkts sowie in Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben, hat die Preisüberwachung entschieden, einen Vergleich der Angebote und Grundtarife der Schweizer Kabelnetzbetreiber mit über 5'000 Abonnenten vorzunehmen. Diese Studie stützt sich auf Angaben, welche im Rahmen einer schriftlichen Befragung von 62 Kabelnetzbetreibern erhoben wurden. Ziel der Umfrage war es, einen generellen Überblick über das Angebot der Betreiber zu erhalten sowie eine Vergleichsstudie zum Grundangebot des analogen Kabelfernsehangebots zu erstellen, welches nach wie vor von regional oder national tätigen Anbietern erbracht wird, die in ihrem Versorgungsgebiet über eine Monopolstellung verfügen.

## 2 Umfang und Methode der Analyse

### 2.1 Der Kabelfernsehmarkt in der Schweiz

Die Schweizer Kabelnetzbetreiber bedienen rund 90% der Haushalte mit Radio und Fernsehen. Die Kabelnetze stellen die häufigste Verbreitungsform von Fernsehen in der Schweiz dar. Daher spielen sie nicht nur unter dem Aspekt der Verbreitung, sondern auch medien- und kulturpolitisch gesehen eine wichtige Rolle.

Mit mehr als 400 Anbietern kann die Struktur des Kabelnetzmarktes als erstaunlich bezeichnet werden. Marktführerin ist nach wie vor Cablecom. Diese Unternehmung hat ungefähr 1.4 Millionen Abonnenten und bedient somit umgerechnet ca. 50% aller Schweizer Haushalte mit Kabelanschluss. Zudem ist Cablecom die einzige Anbieterin, die schweizweit über mehr als 100'000 Kunden verfügt. Die Mehrzahl der anderen Anbieter haben weniger als 5'000 Abonnenten.

In den letzten Jahren ist das Total der Kabelfernsehanschlüsse konstant bei ungefähr 2.8 Millionen geblieben. Das digitale Fernsehen via Kabel hat innerhalb weniger Jahre starken Zulauf erhalten und macht nun ungefähr einen Anteil von 23.6% aller Anschlüsse aus.

Die anderen, alternativ zum Kabelanschluss angebotenen Produkte wie beispielsweise Telefonie und Internetanschluss haben ebenfalls eine starke Nachfrage erfahren:



	2005	2006	2007	2008	30.06.2009	30.06.2010 *
<b>Kunden Kabel-TV-Anschlüsse (Kunden TV ANALOG)</b>	<b>2'837'787</b>	<b>2'883'358</b>	<b>2'881'137</b>	<b>2'889'761</b>	<b>2'884'300</b>	<b>2'880'325</b>
Veränderung zum Vorjahr (absolut)	42'775	45'571	-2'221	8'624	-5'461	-3'975
Veränderung zum Vorjahr (in %)	1.53%	1.61%	-0.08%	0.30%	-0.19%	-0.14%
<b>Kunden TV DIGITAL</b>	<b>250'000</b>	<b>280'000</b>	<b>401'094</b>	<b>510'000</b>	<b>553'864</b>	<b>679'708</b>
Veränderung zum Vorjahr (absolut)	100'000	30'000	121'094	108'906	43'864	125'844
Veränderung zum Vorjahr (in %)	66.7%	12.0%	43.3%	27.2%	8.6%	22.7%
<b>Penetration Digital-TV im Kabel</b>	<b>8.8%</b>	<b>9.7%</b>	<b>13.9%</b>	<b>17.6%</b>	<b>19.2%</b>	<b>23.6%</b>
<b>Kunden INTERNET</b>	<b>600'000</b>	<b>660'000</b>	<b>710'400</b>	<b>730'000</b>	<b>739'048</b>	<b>765'907</b>
Veränderung zum Vorjahr (absolut)	120'000	60'000	50'400	19'600	9'048	26'859
Veränderung zum Vorjahr (in %)	25%	10.0%	7.6%	2.8%	1.2%	3.6%
<b>Kunden TELEFONIE</b>	<b>200'000</b>	<b>280'000</b>	<b>318'865</b>	<b>350'000</b>	<b>356'207</b>	<b>378'641</b>
Veränderung zum Vorjahr (absolut)	95'000	80'000	38'685	31'315	6'207	22'434
Veränderung zum Vorjahr (in %)	90.50%	40.0%	13.8%	9.8%	1.8%	6.3%

\* Hochrechnung auf der Basis einer Befragung der grössten Kabelnetzunternehmen Quelle: Swisscable

Tabelle 1: Anzahl Kunden der Schweizer Kabelnetzbetreiber nach abonnierten Diensten

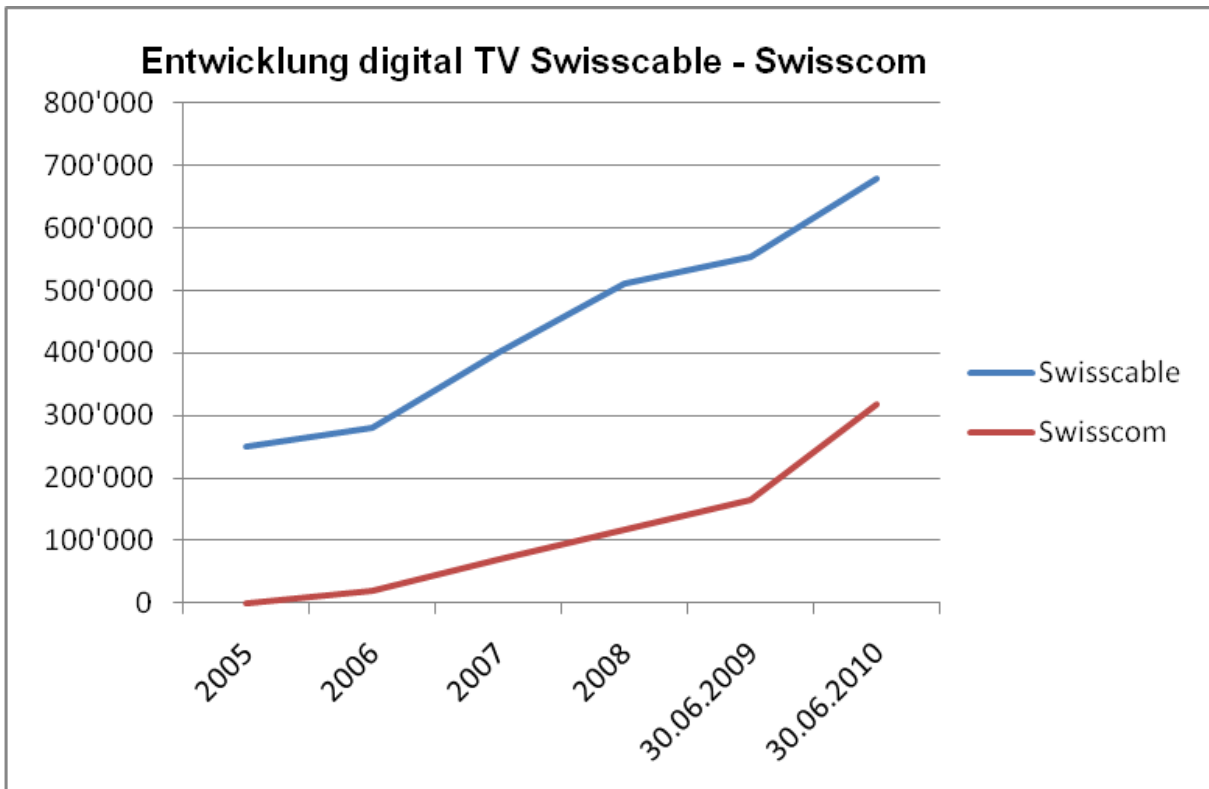
Die Schweizer Kabelnetze haben im ersten Semester des laufenden Jahres ein Wachstum auf allen Märkten verzeichnet. Im Bereich des digitalen Fernsehangebots war dieses Wachstum am signifikantesten. Im Vergleich zum selben Zeitraum des vorangehenden Jahres verzeichnet das digitale Kabelfernsehen ungefähr 125'000 Neuabonnenten (+22.7%). Total nutzten per Ende Juni 2010 rund 680'000 Haushalte digitales Fernsehen, was einem Anteil von rund 23.6% aller Kabelanschlüssen entsprach (+4.4%). Die Anzahl der Kabelanschlüsse (2'880'325) hingegen ist im Vergleich zum Vorjahr praktisch identisch geblieben.

Trotz dieser Tendenz muss hervorgehoben werden, dass ungefähr drei Viertel aller Schweizer Haushalte nach wie vor ausschliesslich das analoge Fernsehen nutzen. Eine grosse Mehrheit ist mit den im analogen Format angebotenen Programmen zufrieden. Dies rührt auch daher, dass in der Schweiz bereits im analogen Programmangebot eine grosse Anzahl fremdsprachiger Programme enthalten sind, dies unter anderem im Bestreben darum, die vier Landessprachen abzudecken. Nichtsdestotrotz sind die technischen Möglichkeiten des analogen Fernsehens beschränkt. So stehen neue Dienste wie beispielsweise der elektronische Programmführer (Electronic Program Guide), die digitale Videoaufnahme (PVR), Video-on-Demand und Standards wie High Definition TV (HDTV) nicht zur Verfügung. Zudem erfordert die Ausstrahlung der analogen Programme eine grössere Bandbreite als digitale Programme, was sich darin äussert, dass im analogen Angebot oftmals weniger Programme angeboten werden können als mit den digitalen Technologien. Aus diesen Gründen dürfte das analoge Fernsehen in den kommenden Jahren in der Schweiz zunehmend durch digitales Fernsehen verdrängt werden. Parallel zum digitalen Programmangebot wird das gesetzliche Mindestangebot an analogen Programmen, zusammengesetzt namentlich aus den Programmen des Schweizer Fernsehens, den öffentlich-rechtlichen Anbietern unserer Nachbarländer sowie der jeweiligen Lokalsender auch weiterhin in analoger Form zur Verfügung stehen.

## 2.2 Die Entwicklung des digitalen Fernsehens in der Schweiz

Historisch gesehen ist analoges Kabelfernsehen seit jeher ein Monopol. Die Entwicklung der digitalen Technologie hat es nicht nur erlaubt, die Anzahl der Programme im Basisangebot massiv auszubauen, sondern auch eine Auswahl an thematisch zugeordneten Programmen anzubieten (Sportkanäle, Kino, Kinderkanäle etc.). Ebenso ermöglicht es auch neue Technologien wie beispielsweise die Filmleihe (Video on Demand) und hochauflösendes Fernsehen (HDTV).

Für die Inanspruchnahme dieser neuen Angebote fallen den Schweizer Haushalten in der Regel Mehrkosten gegenüber dem Basisangebot an, was wiederum den Markteintritt im Bereich des digitalen Fernsehens für neue Anbieter interessant macht. Der Zugang zu digitalen Fernsehangeboten ist nicht nur den Kabelnetzen vorbehalten, sondern auch via Telefonleitung (ADSL) oder Satellitenempfang möglich. Zur Zeit ist Swisscom mit ihrem Angebot „Swisscom TV“ mit rund 320'000 Abonnenten Ende des ersten Semester 2010, d.h. einem Marktanteil von rund 30%, grösster Konkurrent der Kabelnetzbetreiber im Bereich des digitalen Fernsehens. Die untenstehende Grafik zeigt die Entwicklung des digitalen Fernsehangebots durch die Mitglieder von Swisscable sowie Swisscom TV zwischen 2005 und Ende des ersten Semesters 2010 auf:



Grafik 1: Entwicklung des digitalen Fernsehens Mitglieder Swisscable – Swisscom

Dank dem Angebotspaket «Casa Trio» (TV + ADSL + Telefonie) hat die Anzahl an Swisscom TV-Kunden innerhalb eines Jahres um 92% zugenommen und ist von 165'000 auf 317'000 Abonnenten angestiegen.<sup>1</sup> In derselben Zeitspanne hat die Anzahl Kabelnetzabonnenten mit digitalem Fernsehen um rund 23% zugenommen. Mit 125'844 Neukunden hat das Angebot des digitalen Fernsehens via Kabel den Schwellenwert von 700'000 Abonnenten erreicht, wovon rund 415'000 Abonnenten Kunden von Cablecom sind.<sup>2</sup>

Die Anzahl Anbieter von digitalen Fernsehangeboten wird dank der Weiterentwicklung von optischen Glasfasernetzen möglicherweise während der kommenden Jahre weiter anwachsen (fiber to the home/FTTH). So bieten beispielsweise bereits mehrere Betreiber<sup>3</sup> im Grossraum Zürich digitales Fernsehen über das Glasfasernetz der EWZ an.

Die Firma VTX Telecom hat letzten Herbst ebenfalls ein Pilotprojekt für den Raum Freiburg angekündigt, mit welchem in Zukunft unter anderem digitales Fernsehen via Glasfasernetz der Groupe E für das Quartier Torry (Stadt Freiburg) sowie Neyruz (ungefähr 3'000 Haushalte) angeboten werden soll.<sup>4</sup>

Der Empfang von digitalen Fernsehprogrammen mittels Satellit wird vorwiegend in Regionen verwendet, wo es nicht möglich ist, einen Kabelnetzanschluss oder eines der Angebote von Swisscom TV zu nutzen. So bietet beispielsweise die Schweizer Filiale von CanalSat diese Übertragungsart an, welche aber im Vergleich zu den Kabelnetzangeboten oder Swisscom kaum wettbewerbsrelevant ist. Dies aufgrund der Tatsache, dass zusätzlich zum Abonnement bei CanalSat ein Empfangsgerät sowie eine Parabolantenne angeschafft werden müssen. Jedem Benutzer ist es freigestellt, seine Geräte bei einem spezialisierten Händler seiner Wahl zu erwerben, was mit Kosten von ungefähr Fr. 150.- bis Fr. 600.- verbunden ist. Dazu kommen weiter die Abonnementkosten im engeren Sinn (die Tarife variiere-

<sup>1</sup> Daten erhoben am 30 Juni 2010, Quelle: [http://www.swisscom.com/GHQ/content/Media/Medienmitteilungen/2010/20100804\\_MM\\_Q2\\_2010.htm](http://www.swisscom.com/GHQ/content/Media/Medienmitteilungen/2010/20100804_MM_Q2_2010.htm)

<sup>2</sup> <http://www.cablecom.ch/b2c/about/media.htm?newsitem=199>

<sup>3</sup> Orange, Sunrise, GGA Maur, Mygate, Cyberlink und Leunet [http://www.stadt-zuerich.ch/ewz/de/index/telecom/ewz\\_zuerinet/uebersicht\\_serviceprovider.html](http://www.stadt-zuerich.ch/ewz/de/index/telecom/ewz_zuerinet/uebersicht_serviceprovider.html)

<sup>4</sup> [http://www.vtx.ch/d2wfiles/document/4454/7/0/Communique\\_de\\_presse\\_vtx\\_groupe\\_e.pdf](http://www.vtx.ch/d2wfiles/document/4454/7/0/Communique_de_presse_vtx_groupe_e.pdf)



ren je nach gewähltem Angebot) sowie je nach Programmveranstalter der Kauf einer Zugangskarte zum Dechiffrieren der Programme (Smartcard / SAT-Access-Karte).

### 2.3 Ziele der Preisüberwachung

Die monatlichen Abonnementspreise für die Grundangebote der Kabelnetzbetreiber waren in den vergangenen Jahren mehrmals Gegenstand von Interventionen seitens der Preisüberwachung. Im Jahr 2001 hat der Preisüberwacher beispielsweise erstmals mittels Verfügung die Abonnementsgebühren eines regionalen Kabelnetzbetreibers gesenkt. Diese Verfügung wurde beim Bundesgericht angefochten, welches den Entscheid der Preisüberwachung letztinstanzlich bestätigte. Diesen Frühling konnte mit Cablecom eine Einigung betreffend die Abonnementspreise für das analoge und digitale Grundangebot für die Jahre 2010 bis 2012 getroffen werden.

Damit die Preisüberwachung ihrem gesetzlichen Auftrag nachkommen kann, ist es unumgänglich, die Entwicklung auf dem Kabelfernsehmarkt kontinuierlich zu beobachten. Besonderes Augenmerk wird der Entwicklung des Produkteangebots und der dafür von den verschiedenen Dienst Anbietern in Rechnung gestellten Preise gewidmet. Die Preisüberwachung hat sich in ihrer Untersuchung daher speziell auf die zwei im Folgenden genannten Aspekte konzentriert:

1. Das Erstellen einer *Bestandesaufnahme des Schweizer Kabelfernsehmarktes*. Aus diesem Grund haben wir die 62 Schweizer Kabelnetzbetreiber mit mehr als 5'000 Abonnenten schriftlich befragt. Dies erlaubte uns einen Überblick über die angebotenen Produkte und Dienste (analoges und/oder digitales Radio- und TV Grundangebot, Internetzugang, Telefonie) zu gewinnen.
2. Das Erstellen eines *Vergleichs des Grundangebots für analoges Radio- und Fernsehen* der 62 von uns ausgewählten Unternehmen. Dabei konzentrierten wir uns auf das Verhältnis zwischen Preis des Grundangebots, Anzahl der angebotenen analogen Fernsehprogramme, die Rechtsform sowie die Finanzierungsquellen (privat/öffentliche Hand) der Kabelnetzbetreiber.

Ziel dieses Berichts ist es, die Resultate der durch die Preisüberwachung ausgeführten Arbeiten zu veröffentlichen.

### 2.4 Die Zuständigkeit der Preisüberwachung

Die Kabelnetzbetreiber verfügen im Bereich des analogen Fernsehens in ihrem Versorgungsgebiet über eine Monopolstellung. Aus diesem Grund fallen sie in den Anwendungsbereich des Preisüberwachungsgesetzes (PüG; SR 942.20).

Die Hauptaufgaben der Preisüberwachung liegen darin, die Preisentwicklungen zu beobachten und missbräuchliche Erhöhungen und Beibehaltungen von Preisen zu verhindern oder zu beseitigen (Art. 4 Abs. 1 u. 2 PüG). Damit der Preisüberwacher beurteilen kann, ob ein Preis missbräuchlich hoch ist, kann er verschiedene Beurteilungselemente berücksichtigen wie beispielsweise die Preisentwicklung auf Vergleichsmärkten, Kostenentwicklungen, besondere Unternehmerleistungen oder besondere Marktverhältnisse (Art. 13 Abs. 1 lit. a – e).

In Erfüllung seiner gesetzlichen Aufgabe hat der Preisüberwacher entschieden, die Schweizer Kabelnetzbetreiber mit mehr als 5'000 Abonnenten, die mehr als 80 Prozent des Marktes abdecken, zu befragen und einen Vergleich der analogen Kabelfernsehgrundangebote durchzuführen.

Vorliegender Bericht wird publiziert, um dem gesetzlichen Auftrag des Preisüberwachers, die Öffentlichkeit über seine Tätigkeit zu informieren, nachzukommen (Art. 4 Abs. 3 PüG).



## 3 Stand des Schweizer Kabelfernsehmarktes

### 3.1 Befragung der Schweizer Kabelnetzbetreiber mit mehr als 5'000 Abonnenten

Die vorliegende Untersuchung der Angebote von Schweizer Kabelnetzbetreibern mit mehr als 5'000 Abonnenten, welche rund 80% der Anschlüsse in Schweizer Haushalten ausmachen, gibt Aufschluss über die aktuelle Situation auf dem Kabelnetzmarkt in der Schweiz. Dank den uns vom Bundesamt für Kommunikation zur Verfügung gestellten Informationen konnten wir unsere Auswahl auf 62 Kabelnetzbetreiber beschränken, welchen wir im vergangenen Frühjahr einen Fragebogen mit den folgenden drei Hauptfragestellungen zugestellt haben:

1. *Grundangebot und Neuanschluss an das Kabelnetz* (monatliche Abonnementsgebühren, Abrechnungsperiode, angebotene Programme, Übernahme von Reparatur- und Erneuerungskosten, Anschlussgebühren und letzte Tarifänderungen);
2. *Dienste* (Angebot digitales Fernsehen und Radio, Miete und Kauf einer Set-Top-Box, Angebote für Internetzugang sowie für Festnetztelefonie);
3. *Informationen betreffend das Unternehmen* (Rechtsform, Finanzierungsquellen, Eigentumsverhältnisse).

Alle der befragten Unternehmen haben den Fragebogen ausgefüllt retourniert. Die Informationen betreffend Basisabonnemente, Neuanschlüsse sowie Dienstleistungen werden in Tabelle 1 des Anhangs wiedergegeben. Die von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Daten betreffend Rechtsform, Finanzierung und Eigentumsverhältnisse werden in vorliegender Untersuchung in anonymisierter Form in den Kapiteln 4.5 und 4.6 behandelt.

Die wichtigsten Ergebnisse unserer Untersuchung werden nachfolgend aufgezeigt. Detailliertere Angaben betreffend Abonnementspreise für das Grundangebot, Anzahl analoge Programme sowie die Monatskosten pro Kanal werden im vierten Teil dieses Berichtes wiedergegeben.

- Der durchschnittliche monatliche Abonnementspreise für das Grundangebot beträgt Fr. 17.44 (exkl. Steuern und Urheberrechtsabgabe). Die Gemeinde Binningen bietet für monatlich Fr. 5.36 das günstigste Angebot an. GriscaVision AG stellt mit einem monatlichen Abonnementspreis von Fr. 27.- den teuersten Anbieter unserer Stichprobe dar.
- Durchschnittlich wird ein analoges Grundangebot von 45 Fernsehprogrammen geboten. Mit 62 Programmen stellen die Technischen Betriebe Weinfelden AG sowie GriscaVision AG das umfassendste Angebot zur Verfügung. Das Unternehmen Sinergy Infrastructure SA bietet mit 32 Fernsehprogrammen das kleinste Grundangebot.
- 85% der von uns ausgewählten Kabelnetzbetreiber verrechnen für die Neuerstellung eines Kabelnetzanschlusses eine einmalige Anschlussgebühr. Ist dies der Fall, muss für den Anschluss eines neuen Gebäudes an das Kabelnetz mit einer Gebühr von mindestens Fr. 1'000.- gerechnet werden. Neuanschlüsse für die einzelnen Wohnungen kosten mindestens Fr. 100.-.
- Alle der von uns befragten Unternehmen tragen die Reparatur- sowie Erneuerungskosten bis zum Haus. Rund 32% der Unternehmen führen auch Unterhalts- sowie Erneuerungsarbeiten bis zur Steckdose durch, stellen diese Kosten aber oftmals den jeweiligen Liegenschaftsbesitzern in Rechnung.
- Fast alle der von uns befragten Unternehmen bieten sowohl digitales Fernsehen (100%) wie auch Internetzugänge (98%) und Festnetztelefonie (95%) an. In 24% aller Fälle werden diese Produkte in Zusammenarbeit mit Partnerfirmen angeboten. In mehr als 80% der Fälle ermöglicht der Ausbaustand des Kabelnetzes den Internetzugang wie auch die Festnetztelefonie in der gesamten versorgten Region.
- Durchschnittlich bieten die befragten Unternehmen ein digitales Grundangebot von 107 Fernseh- und 86 Radioprogrammen an.
- 87% der ausgewählten Kabelnetzbetreiber ermöglichen den Empfang ihres digitalen Grundangebots ebenfalls mit auf dem Markt frei erhältlichen Set-Top-Boxen oder mittels in neueren Fernseh-





apparaten bereits integrierten Empfangsgeräten.

- 44% der untersuchten Unternehmen bieten eine Miete der Set-Top-Box für den Empfang des digitalen Angebots an. Der monatliche Mietpreis variiert zwischen Fr. 4.- und Fr. 18.-. In 3% der Fälle ist die Mietgebühr der Set-Top-Box bereits in der monatlichen Abonnementsgebühr eingeschlossen. 53% der Unternehmen vermieten keine Empfangsgeräte.

Knapp drei Viertel der Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden mindestens ein Modell einer Set-Top-Box zum Kauf an. Die günstigsten Set-Top-Box-Angebote der Unternehmen variieren zwischen Fr. 79.- und Fr. 450.-. 27% der Unternehmen verkaufen gar keine Set-Top-Boxen. Zwei dieser Unternehmen bieten die Miete des Empfangsgerätes im Basisangebot an, die anderen Unternehmen geben ihren Kunden die Möglichkeit, andere im Fachhandel erhältliche Set-Top-Boxen zu verwenden.

### **3.2 Beschränkung der Untersuchung auf Kabelnetzbetreiber**

Wie erwähnt, wird vorliegend ein Vergleich der monatlichen Abonnementskosten für den Kabelfernsehanschluss bezweckt. Es handelt sich dabei um die mit Abstand bedeutendste Empfangsmöglichkeit für Fernsehen in der Schweiz. Bei Neubauten gilt der Kabelfernsehanschluss als Standard, bei Mietwohnungen werden die Abonnementskosten in der Regel via Miete oder Mietnebenkosten abgerechnet. Der Kabelfernsehanschluss kann als Service Public bezeichnet werden, der je nach Gebiet von privaten oder staatlichen Unternehmen erbracht wird. Ziel des Vergleichs ist, die Preise und Leistungen der in der Kabelfernsehgrundversorgung tätigen Unternehmen zu vergleichen und transparent aufzuzeigen. Es handelt sich somit um einen Vergleich von Produkten, die in technischer und kommerzieller Hinsicht ähnlich sind, aber nicht in der gleichen Region angeboten werden.

Alternative Möglichkeiten für den Fernsehempfang, die je nach Region und Wohnsituation zur Verfügung stehen und über unterschiedliche Vor- und Nachteile verfügen, wurden dagegen in den Vergleich nicht einbezogen. Dies gilt auch für das Radio- und Fernsehangebot „Swisscom TV“, das über die Telefonleitung angeboten wird. Obschon bei Swisscom TV ebenfalls Radio- und Fernsehsignale über Leitungen verbreitet werden, ist die Vergleichbarkeit dieses Produkts mit dem traditionellen Kabelfernsehen doch begrenzt. Dies aus folgenden Gründen:

- Swisscom bietet kein analoges Kabelfernsehen, das Schwerpunkt dieses Vergleichs darstellt. Fernsehapparate können nicht direkt an der Buchse, sondern nur mit einem Zusatzgerät („Set-Top-Box“) angeschlossen werden. Pro Fernseher wird eine Set-Top-Box benötigt.
- SwisscomTV stellt ein Zusatzangebot dar, das nur bezogen werden kann, wenn ein Telefonanschluss und ein ADSL-Internetzugang der Swisscom abonniert wurde. Es stellt damit kein direkt vergleichbares Substitut zum Kabelfernsehanschluss dar.

Die Preisüberwachung vermutet, dass eine grössere Anzahl Haushalte mit SwisscomTV ihren analogen Kabelanschluss nicht kündigen, weil sie beispielsweise für Zweitapparate weiterhin den Kabelanschluss benutzen. Sowohl SwisscomTV als auch digitales Fernsehen über Kabelnetze ersetzen damit häufig das klassische analoge Kabelfernsehen nicht, sondern werden ergänzend eingesetzt.



## 4 Ergebnis der Umfrage

Dieser Teil des Berichts befasst sich mit dem analogen Kabelfernsehgrundangebot. Die uns von den 62 befragten Kabelnetzbetreibern gelieferten Daten wurden erst analysiert, um die Anzahl Kunden des jeweiligen Unternehmens, die Anschlusskosten an das Kabelnetz, die Anzahl der analog angebotenen Fernsehkanäle, die juristische Form sowie wie die Eigentümerschaft (öffentliche Hand/privat) zu ermitteln. Die Beziehungen zwischen den einzelnen Elementen werden anschliessend aufgezeigt.

### 4.1 Anzahl Kunden der Unternehmen

Die Unternehmen aus unserer Stichprobe sind in untenstehender Tabelle in Kategorien nach Anzahl Kunden aufgeführt. Die Anzahl Unternehmen pro Kategorie sowie der Anteil dieser Unternehmen am Total der Unternehmen wird in der zweiten und dritten Spalte dargestellt. Die Anzahl Kunden pro Kategorie sowie deren Anteil am Total der Stichprobe sind in den letzten zwei Spalten festgehalten. Die Grafik stellt die Beziehung zwischen der Anzahl Unternehmen und Anzahl der Kunden dar.

Kategorien	Anzahl Unternehmen	Anteil der Unternehmen in %	Anzahl Abonnenten	Anteil der Abonnenten in %
4'900 - 9'999	33	53.2%	224'248	9.5%
10'000 - 14'999	12	19.4%	149'301	6.3%
15'000 - 19'999	5	8.1%	89'019	3.8%
20'000 - 29'999	3	4.8%	75'436	3.2%
30'000 - 39'999	5	8.1%	187'016	7.9%
40'000 - 79'999	3	4.8%	171'373	7.3%
> 80'000	1	1.6%	1'463'330	62.0%
Total	62	100.0%	2'359'723	100.0%

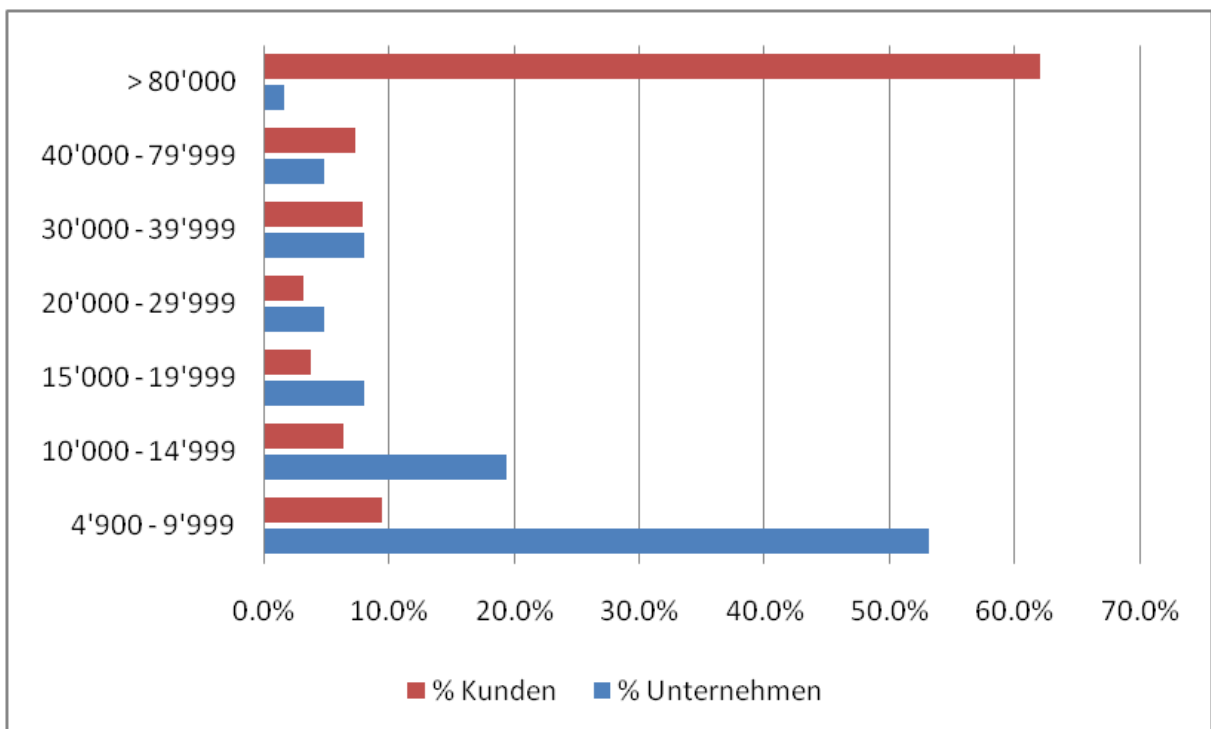


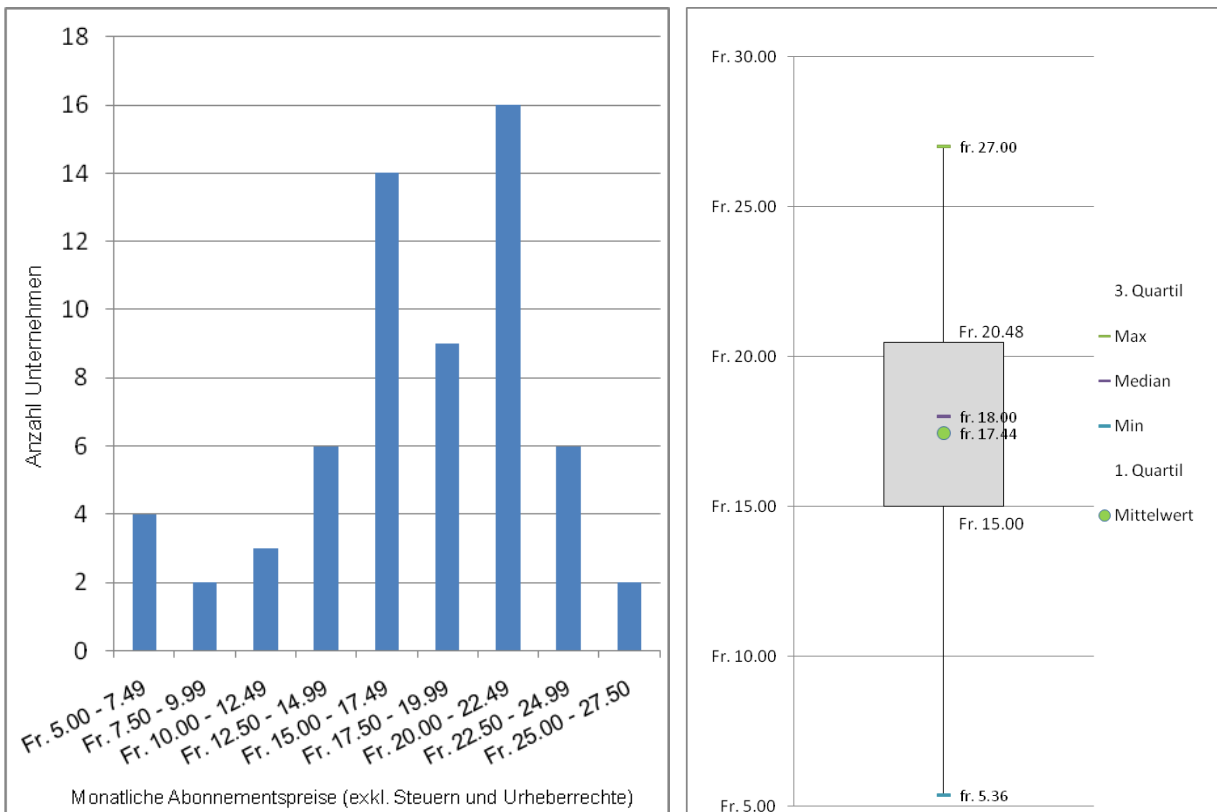
Tabelle 2 und Grafik 2: Verhältnis zwischen der Anzahl Unternehmen und der Anzahl Kunden



Die 62 Unternehmen aus unserer Stichprobe zählen rund 2.4 Millionen Kabelanschlüsse. Etwas mehr als die Hälfte davon (33 Unternehmen) haben zwischen 4'900 und 9'999 Abonnenten, repräsentieren jedoch nur 9.5% der Gesamtheit aller Anschlüsse. Die Firma Cablecom zählt alleine ungefähr 1.4 Mio. Anschlüsse und ist klar wichtigster Kabelnetzanbieter in der Schweiz (62% der Kunden aus unserer Stichprobe). Cablecom ist zudem das einzige Unternehmen, welches die Schwelle von 100'000 Abonnenten überschreitet und zugleich auch 20 mal mehr Kunden als Services Industriels de Lausanne aufweist, welche mit 71'500 Abonnenten zweitgrösste Anbieterin auf dem Schweizer Kabelnetzmarkt ist. Tabelle 1 im Anhang zeigt die Anzahl Kunden aller Unternehmen aus unserer Stichprobe auf.

## 4.2 Abonnementspreise der Kabelnetze

Im Folgenden werden die monatlichen Abonnementspreise für das Grundangebot von Radio und Fernsehen exkl. Steuern beurteilt. Das nachfolgende Histogramm sowie die Box-Plot stellen die von den 62 ausgewählten Anbietern praktizierten Preise dar:



Histogramm 1 und Box-Plot 1: Monatliche Abonnementspreise (exkl. Steuern und Urheberrechte)

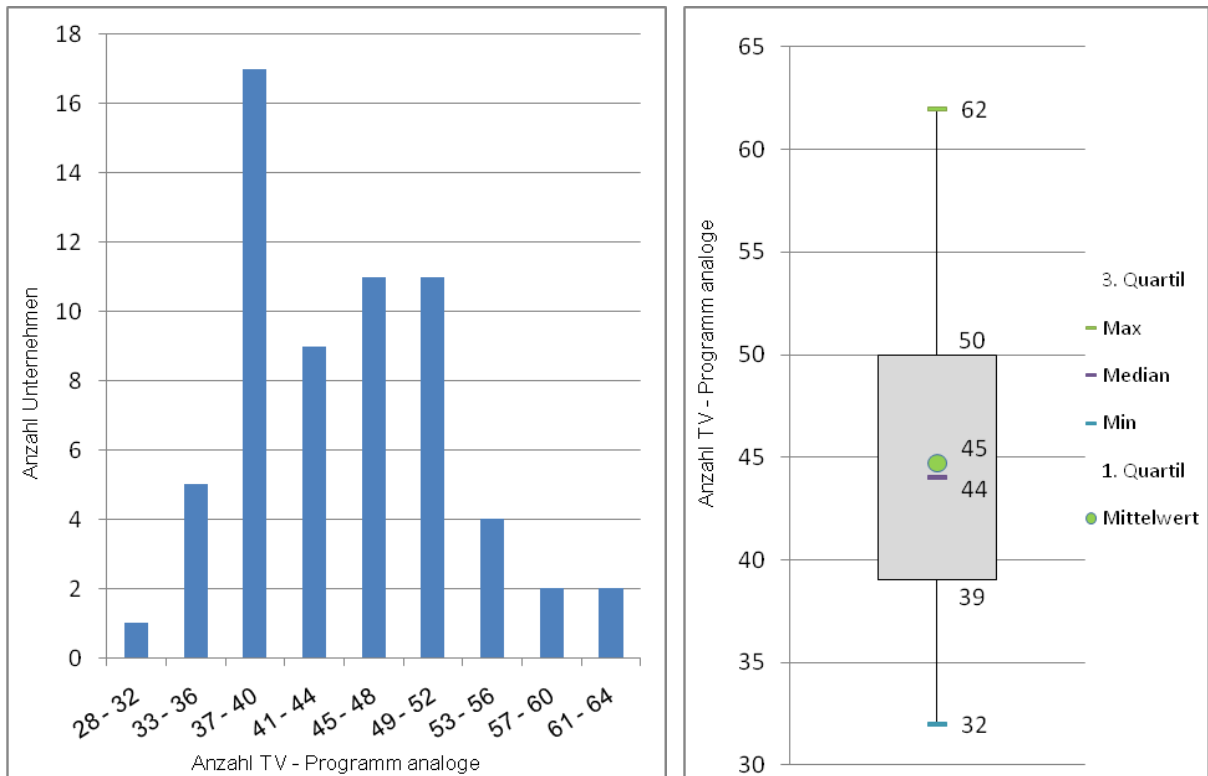
Der durchschnittliche Abonnementspreis für den Kabelanschluss beträgt in unserer Stichprobe Fr. 17.44. Wir stellen eine grosse Heterogenität zwischen den von den verschiedenen Unternehmen offerierten Angeboten fest. Ebenfalls konnten wir feststellen, dass der von der Firma GrischaVision AG verlangte Preis von Fr. 27.- den Höchstpreis unserer Stichprobe darstellt und rund 5 mal höher ausfällt als derjenige der Gemeinde Binningen, welcher bei Fr. 5.36 liegt.

Die Hälfte der Tarife bewegt sich zwischen Fr. 15.- und Fr 20.50, mit Abweichungen von 37% des Preises zwischen dem höchsten und tiefsten Preis dieser Preisspanne. So bezahlt beispielsweise ein Abonnent der Kabelfernseh Bödéli gut einen Drittel mehr als ein Kunde von NetCom Sion SA (Fr. 20.50 pro Monat im Gegensatz zu Fr. 15.00 pro Monat).



### 4.3 Anzahl analoger TV-Programme im Grundangebot

In diesem Kapitel vergleichen wir die Anzahl TV-Programme, welche in analoger Form im Grundangebot der Unternehmen unserer Stichprobe angeboten werden. Untenstehendes Histogramm sowie die Box-Plot zeigen die Angaben der Angebote unserer Stichprobe von 62 ausgewählten Kabelnetzbetreibern auf:



Histogramm 2 und BoxPlot 2: Anzahl analog angebotener TV-Programme

Die durchschnittliche Anzahl angebotener Fernsehprogramme unserer Stichprobe der Kabelnetzbetreiber beträgt 45. Der Unterschied zwischen dem Unternehmen mit dem grössten Angebot an Programmen im Vergleich zum Unternehmen mit dem kleinsten Angebot an Programmen ist weit weniger gross als die beobachtete Differenz bezüglich des Preisniveaus für den Kabelnetzanschluss (1 zu 5). Die von den Technischen Betrieben Weinfeld AG sowie GrischaVision AG angebotenen 62 Programme im Basisangebot stellen knapp das Doppelte der von Sinergy Infrastructure SA angebotenen 32 Programme des Basisangebots dar.

Knapp 80% der Unternehmen (48/62) bieten ein Basisangebot mit 37 bis 52 TV-Programmen an. In dieser Gruppe umfasst das grösste Angebot 40% mehr Programme als das kleinste. So können die Abonnenten der Jac. Steiner Söhne AG zwischen 52 TV-Programmen auswählen, was rund 15 Programme (40%) mehr sind als die Kunden der NetCom Sion SA als Grundangebot erhalten. 27% der Unternehmen bieten ein Programmangebot von 37 bis 40 frei empfangbaren analogen Programmen an.



#### 4.4 Verhältnis zwischen Preis und angebotenen analogen Fernsehprogrammen

Aus Sicht der Kunden kann ein grösseres Programmangebot einen höheren Abonnementspreis rechtfertigen. Der aus unserer Stichprobe errechnete Preis pro TV-Programm<sup>5</sup> für jedes Unternehmen erlaubt es festzustellen, ob zwischen den Abonnementspreisen und der Anzahl angebotene TV-Programme des Basisangebots des jeweiligen Unternehmens eine Beziehung besteht. Ein Zusammenhang würde sich in relativ kleinen Unterschieden bzw. in einheitlichen monatlichen Kosten pro Programm manifestieren.

Untenstehende Tabelle zeigt die für die Unternehmen aus unserer Stichprobe errechneten Preise pro Programm:

Unternehmen	Basispreis (exkl. Steuern/ Abgaben)	Anzahl TV- Progr. analog	Preis pro Progr.	Unternehmen	Basispreis (exkl. Steuern/ Abgaben)	Anzahl TV- Progr. analog	Preis pro Progr.
Einwohnergemeinde Binningen	Fr. 5.36	55	Fr. 0.10	EBL Telecom AG, Liestal	Fr. 20.37	50	Fr. 0.41
Gemeinde Birsfelden	Fr. 5.92	55	Fr. 0.11	Energieversorgung Belp (EVB)	Fr. 15.00	36	Fr. 0.42
OAA Rheinfelden	Fr. 6.67	56	Fr. 0.12	Vidéo 2000 SA, Neuchâtel	Fr. 19.20	46	Fr. 0.42
Gemeinde Ittigen	Fr. 6.28	48	Fr. 0.13	Industrielle Betriebe Langenthal	Fr. 15.80	37	Fr. 0.43
Einwohnergemeinde Muttenz	Fr. 9.75	52	Fr. 0.19	Stadtantennen AG, Baar	Fr. 20.05	47	Fr. 0.43
GGA Volketswil (Politische Gemeinde Volketswil)	Fr. 7.80	37	Fr. 0.21	Société Electrique Intercommunale de la Côte SA, Gland	Fr. 17.00	39	Fr. 0.44
Glattwerk AG, Dübendorf	Fr. 10.92	50	Fr. 0.22	R+F Netz Zollikon	Fr. 20.00	45	Fr. 0.44
die Werke Versorgung Wallisellen AG	Fr. 10.98	50	Fr. 0.22	Gruyère Energie SA	Fr. 20.17	46	Fr. 0.44
Energie Seeland AG, Lyss	Fr. 12.00	49	Fr. 0.24	GrischaVision AG, Chur	Fr. 27.00	62	Fr. 0.44
Einwohnergemeinde Riehen	Fr. 13.72	58	Fr. 0.24	Schefer AG, Rorschach	Fr. 22.00	49	Fr. 0.45
InterGGA AG, Reinach (BL)	Fr. 12.80	51	Fr. 0.25	Regas AG, Spiez	Fr. 17.00	37	Fr. 0.46
Technische Betriebe Wil	Fr. 13.40	48	Fr. 0.28	WWZ Telekom AG, Zug	Fr. 20.05	44	Fr. 0.46
Gemeindebetriebe Muri	Fr. 16.00	54	Fr. 0.30	Sinergy Infrastructure SA, Martigny	Fr. 14.92	32	Fr. 0.47

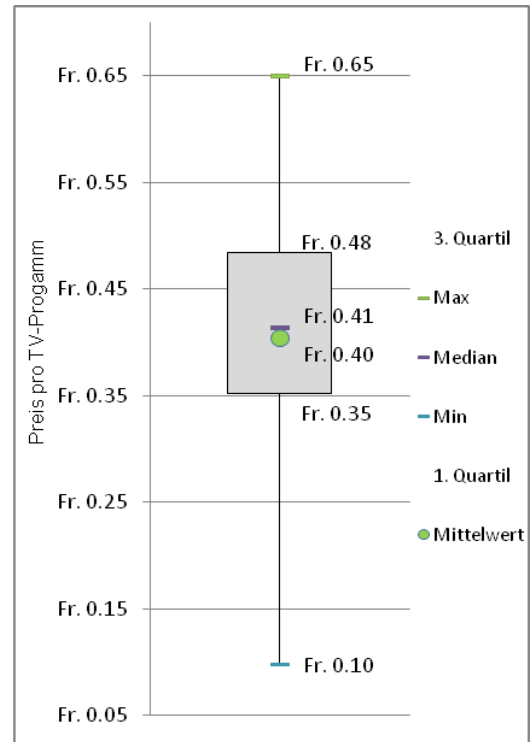
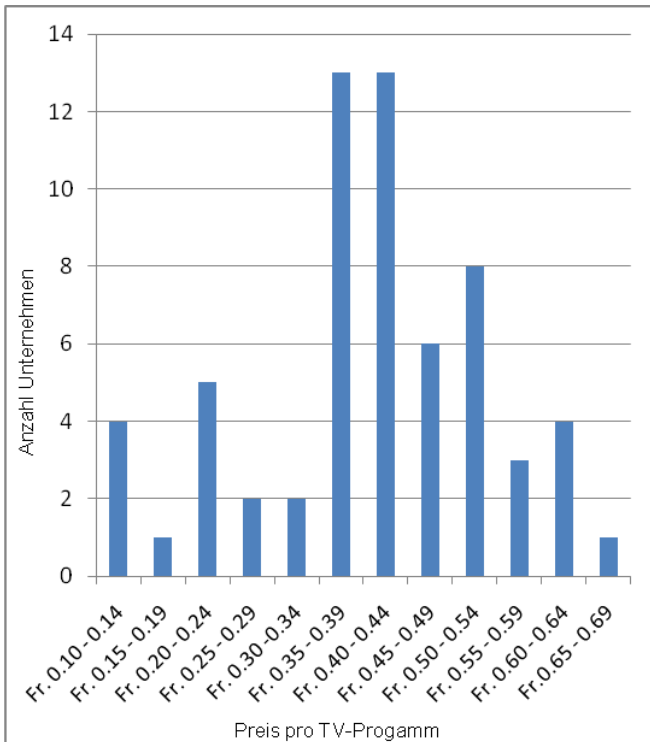
<sup>5</sup> Monatlicher Abonnementspreis des Basisangebots dividiert durch Anzahl der angebotenen analogen TV-Programme.



Technische Betriebe Weinfelden AG	Fr. 20.42	62	Fr. 0.33	EWS Energie AG, Reinach	Fr. 16.50	35	Fr. 0.47
GA Weissenstein GmbH, Solothurn	Fr. 14.00	40	Fr. 0.35	Gemeinschaftsantennen-Anlage Region Grenchen AG	Fr. 16.88	36	Fr. 0.47
EBM Telecom AG, Münchenstein	Fr. 17.67	51	Fr. 0.35	sasag Kabelkommunikation AG, Schaffhausen	Fr. 20.50	40	Fr. 0.51
Télévision Sierre SA	Fr. 17.00	47	Fr. 0.36	Kabelfernsehen Bodeli AG, Unterseen	Fr. 23.00	45	Fr. 0.51
KFA Kabelfernsehanlage Schwyz GmbH	Fr. 18.00	50	Fr. 0.36	EW Höfe AG, Freienbach	Fr. 18.50	35	Fr. 0.53
Telekabel Arbon AG	Fr. 21.50	60	Fr. 0.36	TvT Services SA, Renens	Fr. 20.12	38	Fr. 0.53
Localnet AG, Burgdorf	Fr. 14.55	39	Fr. 0.37	022 Télégenève SA, Genève	Fr. 21.30	40	Fr. 0.53
NetCom Sion SA	Fr. 15.00	41	Fr. 0.37	Sateldranse SA, Le Châble	Fr. 20.00	37	Fr. 0.54
Stadtantenne Kreuzlingen AG	Fr. 18.62	50	Fr. 0.37	TRN Téléréseau de la Région Yvernoise SA	Fr. 21.60	40	Fr. 0.54
Jac. Steiner Söhne AG, Goldau	Fr. 19.20	52	Fr. 0.37	VO Energies SA, Télécité, Orbe	Fr. 22.50	42	Fr. 0.54
STAFAG Communications AG, Frauenfeld	Fr. 17.00	45	Fr. 0.38	Cablecom GmbH, Zürich	Fr. 23.20	42	Fr. 0.55
Télédistribution Intercommunale SA, Sion	Fr. 15.90	41	Fr. 0.39	Services Industriels de Lausanne	Fr. 22.92	40	Fr. 0.57
Evard Antennenbau AG, Brügg (BE)	Fr. 16.30	42	Fr. 0.39	Télécarouge SA, Carouge	Fr. 22.00	38	Fr. 0.58
GGA Maur, Binz	Fr. 16.85	43	Fr. 0.39	Téléonex SA, Onex	Fr. 23.00	38	Fr. 0.61
KFN Kabelfernsehen Nidwald AG, Oberdorf	Fr. 19.25	48	Fr. 0.40	Télémeysin SA, Meryn	Fr. 23.10	38	Fr. 0.61
Rega-Sense AG, Düringen	Fr. 17.00	41	Fr. 0.41	Télédis SA, Vernayaz	Fr. 22.10	35	Fr. 0.63
Werke am Zürichsee AG, Küssnacht	Fr. 18.00	44	Fr. 0.41	Télélancy SA, Lancy	Fr. 23.90	38	Fr. 0.63
Sitebco, Boudry	Fr. 19.00	46	Fr. 0.41	Cometo AG, Schlosswil	Fr. 26.00	40	Fr. 0.65

Tabelle 3: Preis pro Programm nach Unternehmen

Die Tabelle zeigt, dass die teuersten Anbieter nicht notwendigerweise das grösste Programmpaket anbieten. Das folgende Histogramm sowie die Box-Plot zeigen die Verteilung der Kosten pro Programm der ausgewählten Kabelnetzbetreiber:



Histogramm 3 und Box-Plot 3: Preis pro TV-Programm

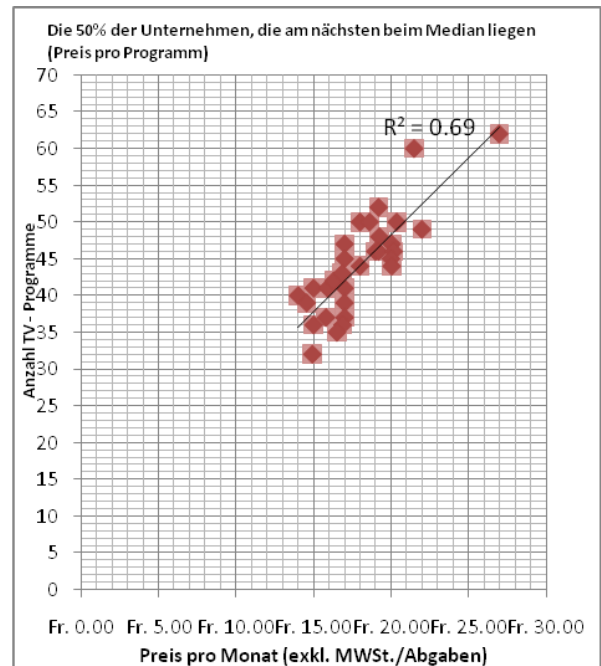
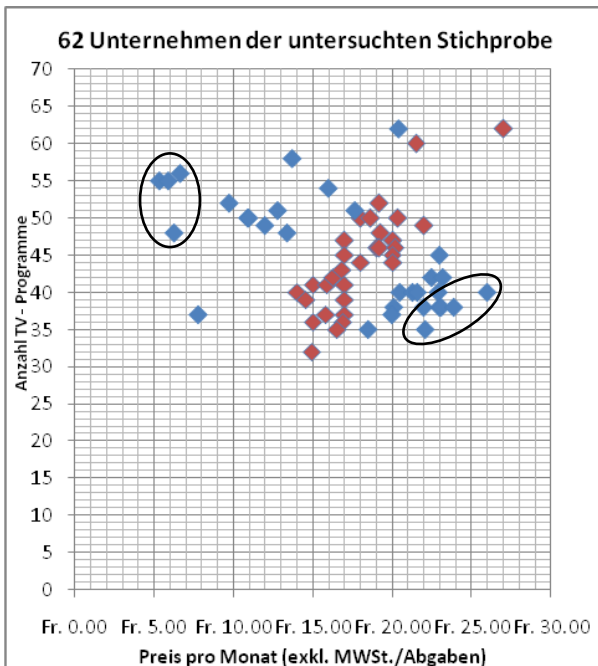
Der durchschnittliche Preis pro TV-Programm aus unserer Stichprobe beträgt Fr. 0.40. Für 42% der Unternehmen haben wir einen Preis zwischen Fr. 0.35 und Fr. 0.45 errechnet. Der tiefste Preis pro Programm beträgt Fr. 0.10 und wird durch die Gemeinde Binningen angeboten, welche gleichzeitig auch diejenige Kabelnetzanbieterin mit den tiefsten Preisen ist. Das Unternehmen Cometo AG stellt mit Fr. 0.65 die höchsten Preise pro TV-Programm in Rechnung. Dieser Preis liegt 6.6 mal höher als derjenige in der Gemeinde Binningen.

Im Vergleich zu den Abonnementspreisen und der Anzahl Programme kann für die Preise pro Programm eine grössere Streuung zwischen den beiden Extremwerten festgestellt werden. Im Gegenzug bewegt sich die Hälfte der Unternehmen wie beim Abonnementspreis und dem Programmangebot auch beim Preis pro Programm um den Mittelwert.

	Durchschnitt	Median	Min.	Max.	Max./Min.	1. Quartil	3. Quartil	3. Q/1.Q
<b>Preis Basisangebot</b>	Fr. 17.44	Fr. 18.00	Fr. 5.36	Fr. 27.00	5.04	Fr. 15.00	Fr. 20.48	1.37
<b>Anzahl TV-Programme</b>	45	44	32	62	1.94	39	50	1.28
<b>Preis pro TV-Programm</b>	Fr. 0.40	Fr. 0.41	Fr. 0.10	Fr. 0.65	6.67	Fr. 0.35	Fr. 0.50	1.43

Tabelle 4: Referenzdaten für den Abonnementspreis, die Anzahl Programme und den Preis pro Programm

Anhand der Daten aus unserer Stichprobe konnten wir einen recht signifikanten linearen Zusammenhang (Korrelation:  $R^2 = 0.69$ ) zwischen dem Preis des Basisangebots und der Anzahl angebotenen TV-Programmen bei der Gruppe der Unternehmen mit Preisen pro Programm zwischen dem 1. und 3. Quartil (50% der Unternehmen, welche sich am nächsten beim Median befinden) feststellen. Der durchschnittliche Preis pro Programm dieser Gruppe beträgt Fr. 0.41.



Grafik 3 und 4: Zusammenhang zwischen dem Abonnementspreis (exkl. MWSt. und Urheberrechtsabgabe) und der Anzahl Programme

Die Angebote mehrerer Kabelnetzbetreiber entfernen sich dagegen stark von der oben beschriebenen Relation (vgl. die blauen Punkte in der obenstehenden Grafik). Man kann beispielsweise beobachten, dass die Gemeinden Binningen, Birsfelden, Ittigen und Muttenz ein vergleichsweise grosses Programmangebot zu deutlich unterdurchschnittlichen Preisen anbieten. Im anderen Extrem finden sich die westschweizer Unternehmen Services Industriels de Lausanne, Télécrouge SA, Téléonex SA, Télémeyrin SA, Télédís SA, Télélancy sowie die Cometo AG, welche im Berner Mittelland tätig ist. Diese Unternehmen praktizieren höhere Preise für ein vergleichsweise geringes Programmangebot.

Schliesslich haben wir die durchschnittlichen Abonnementspreise für das Grundangebot, die durchschnittliche Anzahl analoge Programme sowie den durchschnittlichen Preis pro Programm nach Anzahl Abonnenten pro Unternehmen gewichtet.

	Mittelwert (nach Unternehmen)	Gewichteter Mittelwert (nach Kunden)
<b>Preis Basisangebot</b>	Fr. 17.44	Fr. 21.35
<b>Anzahl TV-Programme</b>	45	42.69
<b>Preis pro TV-Programme</b>	Fr. 0.40	Fr. 0.50

Tabelle 5: Vergleich der Durchschnittswerte ungewichtet nach Unternehmen und gewichtet nach Anzahl Kunden

Wir stellen eine grosse Abweichung zwischen dem Mittelwert nach Unternehmen und den nach Kunden gewichteten Durchschnittswerten fest. Der nach Anzahl Kunden gewichtete durchschnittliche Abonnementspreis liegt knapp 22% höher, für ein Programmangebot mit durchschnittlich mehr als zwei Programmen weniger. Dieser Effekt erklärt sich mehrheitlich durch den Einfluss der Cablecom, die mit 62% der Kunden unserer Stichprobe die gewichteten Mittelwerte stark beeinflusst.



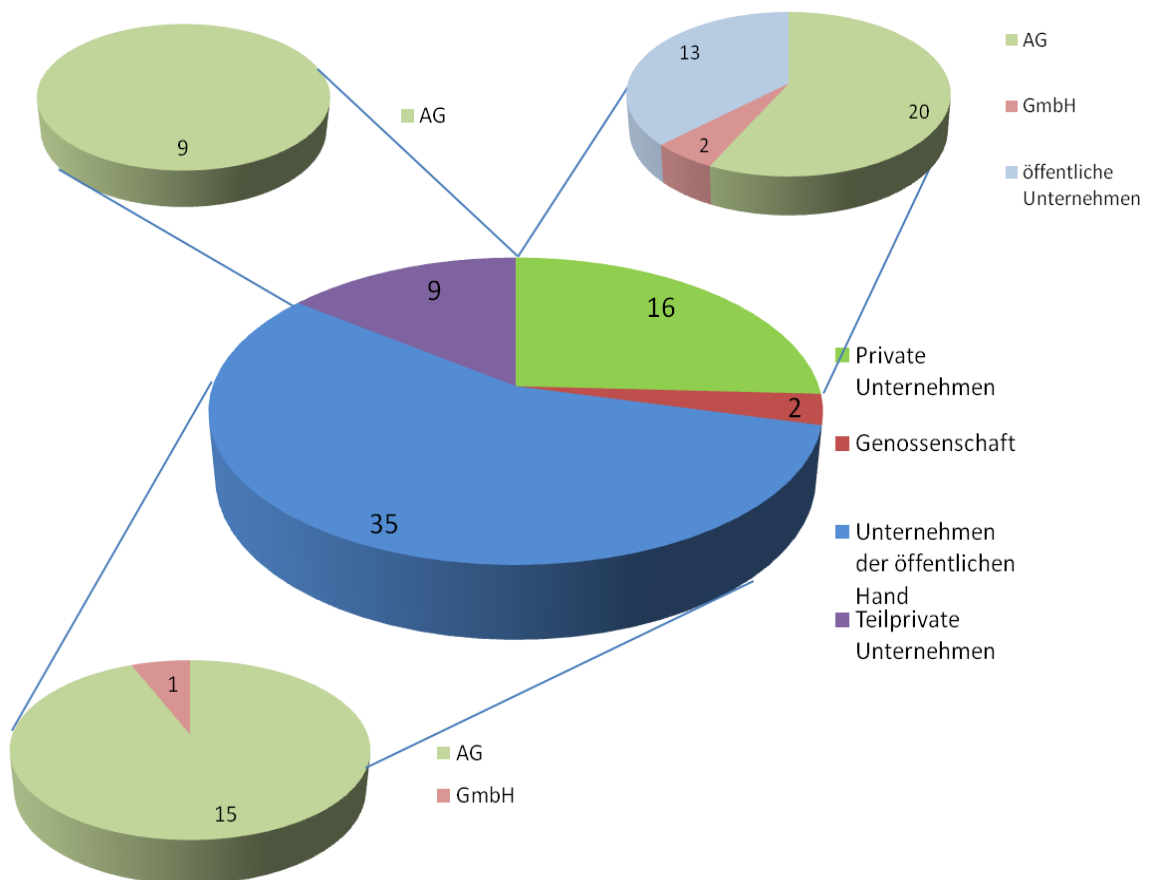


#### 4.5 Die Kabelnetzbetreiber: Rechtsform und Finanzierungsquellen

Untenstehend werden wir genauer auf die in unserer Stichprobe enthaltenen Unternehmen eingehen, indem wir die folgenden zwei Aspekte beleuchten:

1. Die *Rechtsform*: Unsere Stichprobe enthält sowohl Unternehmen des Privatrechts in Form von Aktiengesellschaften (AG) sowie Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH), als auch öffentliche Unternehmen ohne privatrechtliche Struktur, welche oftmals durch einzelne Gemeinden oder Gemeindeverbände gegründet wurden, aber auch Unternehmen, die in Form von Genossenschaften errichtet wurden.
2. Die *Finanzierungsquelle*: In der von uns ausgewählten Stichprobe gibt es Unternehmen, welche vollumfänglich durch die öffentliche Hand finanziert werden und sich - unabhängig von ihrer juristischen Form - gänzlich im Eigentum der öffentlichen Hand befinden. Wir konnten ferner feststellen, dass es auch Unternehmen gibt, die rein privat finanziert werden und entweder einem anderen Unternehmen oder einer natürlichen Person gehören. In unsere Stichprobe fallen auch Unternehmen, die teilweise durch die öffentliche Hand, andernteils durch private Investoren finanziert werden, was wir im Folgenden als „gemischt“ bezeichnen. Die privaten sowie die teilprivaten Unternehmen weisen stets eine juristische Form des Privatrechts auf.

Die untenstehenden Grafiken geben anhand der Rechtsform und der Finanzierungsquelle Aufschluss über die Unternehmensformen der von uns gewählten Kabelnetzbetreiber:



Grafik 5: Verteilung der Unternehmen nach Rechtsform und Eigentümerschaft



Mehr als die Hälfte der Unternehmen (35/62) werden durch die öffentliche Hand finanziert. Die grosse Mehrheit dieser Unternehmen haben eine privatrechtliche Form (AG oder GmbH), während nur gerade gut ein Drittel davon Unternehmen des öffentlichen Rechts sind. Ein Viertel der von uns ausgewählten Unternehmen (16/62) wird ausschliesslich privat finanziert, während rund 16% der Unternehmen (9/62) sowohl privat als auch durch die öffentliche Hand finanziert werden. 47 Unternehmen haben eine privatrechtliche Organisationsform (44 AG und 3 GmbH). Nur gerade zwei der Unternehmen sind Genossenschaften.

In der Folge haben wir für unsere Untersuchung die zwei oben genannten Faktoren (Rechtsform und Eigentümerschaft) zu den vier unten genannten Kategorien der Unternehmensformen kombiniert:

*Öffentliche Unternehmen:* Unternehmen, welche keine spezielle juristische Form des Privatrechts aufweisen, oft durch Gemeindeverwaltung oder Gemeindeverbände gegründet wurden und sich im Eigentum der öffentlichen Hand befinden;

*AG und GmbH der öffentlichen Hand:* Unternehmen des Privatrechts (AG und GmbH) im Eigentum der öffentlichen Hand;

*Private und teilprivate Unternehmen:* Unternehmen mit einer privatrechtlichen Organisationsform (AG oder GmbH) in mindestens teilweise privatem Eigentum;

*Genossenschaft:* Diese Unternehmensform stellt eine eigene Rechtsform dar und wird nachfolgend weder den öffentlichen noch den privaten Unternehmen zugeteilt. Definiert wird die Genossenschaft im Wesentlichen durch die Merkmale, dass sich alle Gesellschafter gleichermassen an der Verwaltung beteiligen und kein Gewinn ausbezahlt wird.

Untenstehende Tabelle zeigt die Verteilung der von uns ausgewählten Unternehmen auf die vier Kategorien:

	Öffentliche Unternehmen	AG und GmbH der öffentlichen Hand	Private und teilprivate Unternehmen	Genossenschaften
Anzahl Unternehmen	13	22	25	2

Tabelle 6: Verteilung der Unternehmen nach Kategorie

In unserer Stichprobe gibt es lediglich zwei Genossenschaften, was nicht ausreicht um eine allgemeingültige Aussage zu dieser Unternehmensform zu machen. Wir werden uns daher im Folgenden im Rahmen unserer Analyse hauptsächlich auf die öffentlichen Unternehmen, die öffentlichen AG und GmbH sowie die privaten und teilprivaten Unternehmen beschränken.

#### **4.6 Verhältnis zwischen Unternehmensform, Preis des Basisangebots und Anzahl der angebotenen Programme**

In diesem Kapitel werden in einem ersten Schritt die in Kapitel 4.5 beschriebenen Unternehmensformen im Verhältnis zu den in Kapitel 4.2 erläuterten monatlichen Abonnementsgebühren für die analogen Basisangebote von TV und Radio (exkl. Steuern) aufgezeigt. In einem zweiten Schritt werden wir ebenfalls die Anzahl der angebotenen TV-Programme der Basisangebote in die Analyse einfließen lassen.

Wir stellen fest, dass zwischen den Grundangeboten der ausgewählten Kabelnetzbetreiber grosse Unterschiede bestehen. Es gilt nun festzustellen, ob zwischen gewählter Unternehmensform und Angebot des jeweiligen Unternehmens ein Zusammenhang besteht.

Nachfolgend soll geprüft werden, wie sich die Unternehmen unserer Stichprobe bezüglich der untenstehenden Thesen verhalten:

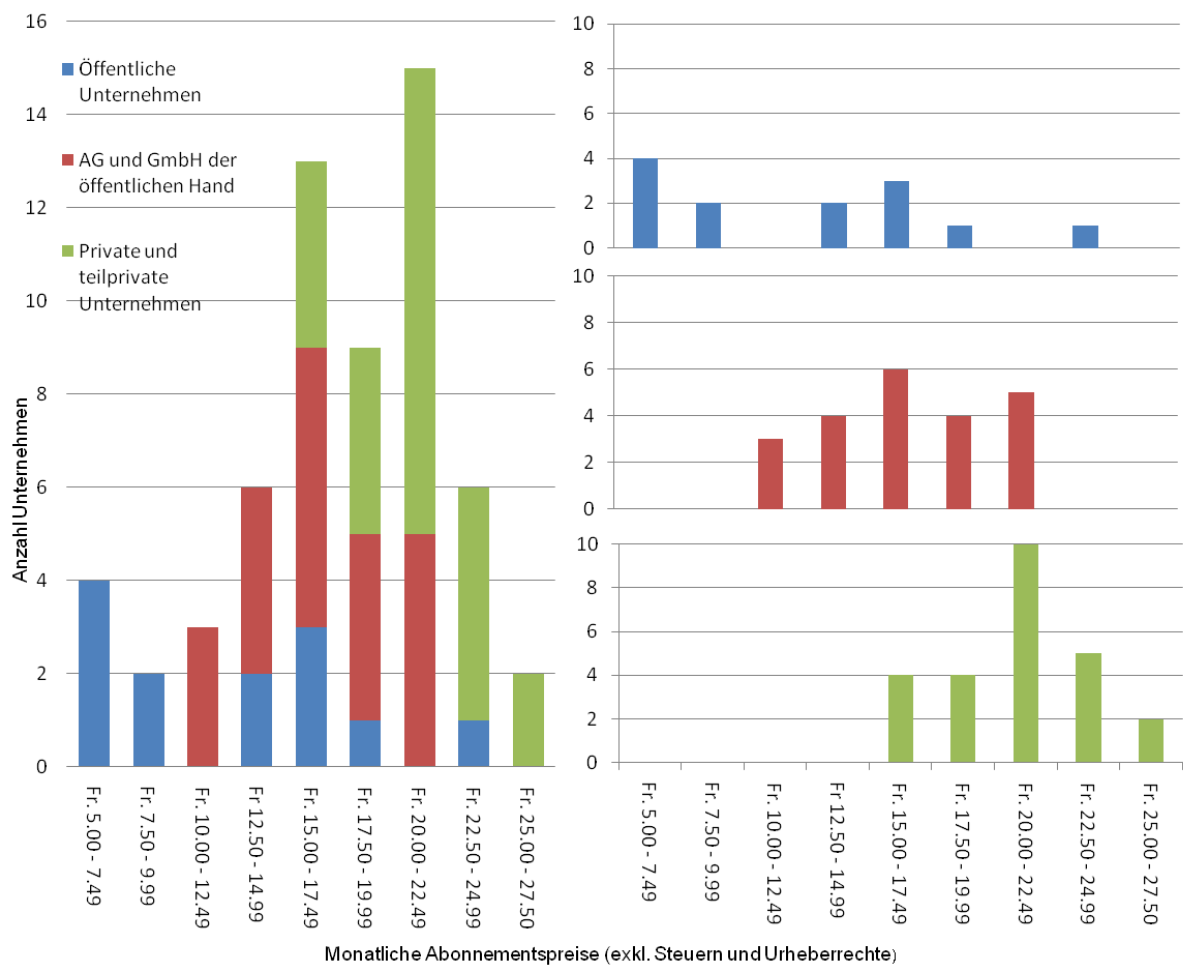


- *Die privaten sowie die teilprivaten Unternehmen* sind klar gewinnorientiert. Demzufolge dürften ihre Angebote nicht nur darauf abzielen, die Betriebskosten zu decken und die Investitionen zu finanzieren, sondern auch eine gewisse Rentabilität sicherzustellen. Mit anderen Worten besteht eines der Hauptziele dieser Unternehmen darin, zugunsten der Aktionäre einen Gewinn zu erwirtschaften. Unter sonst gleichen Umständen *dürften die Preise der jeweiligen Angebote möglicherweise höher liegen als bei anderen Unternehmensformen.*
- *Die öffentlichen Unternehmen* haben zum Ziel, diejenigen Dienstleistungen sicherzustellen, mit welchen sie beauftragt wurden. *Der Fortbestand dieser Unternehmensform wird durch eine eventuelle Unterdeckung der effektiven Kosten nicht gefährdet.* Oftmals verwenden diese Unternehmen keine analytischen Buchführungsinstrumente und die Aktivierung von Investitionen sowie die Wertermittlung des Kabelnetzes können sich als lückenhaft erweisen. Somit ist eine Bestimmung der Kapitalkosten (Zinsen und Abschreibungen) nach betriebswirtschaftlichen Kriterien schwierig. Im Gegensatz zu anderen Unternehmensformen können öffentliche Unternehmen Kapital für die notwendigen Investitionsmittel (beispielsweise für Netzausbau oder Netzerneuerung) oft zu sehr vorteilhaften Konditionen von der Gemeinde beziehen. Zudem profitieren gemeindeeigene Kabelnetze häufig von Verbundvorteilen dank der Zusammenarbeit mit anderen Sparten wie Wasser, Abwasser, Elektrizität oder Gas. Auch Quersubventionierungen sind nicht in jedem Fall auszuschliessen. Unsere Hypothese lautet demzufolge, dass diese Unternehmensform – unter gegebenen Annahmen - **tieferer Angebotspreise als andere Unternehmensformen anbieten können.**
- *AG und GmbH der öffentlichen Hand* haben zum Ziel, allen Benutzern eine gewisse Dienstleistung (Prinzip des Service Public) zu erbringen und zugleich sicherzustellen, dass die finanzielle Transparenz sowie die volle Kostendeckung wie bei einem Privatunternehmen gewährleistet wird. Wir vermuten daher, dass die durch diesen Unternehmenstyp angebotenen Produkte - unter gegebenen Annahmen – *sich preislich im Mittelfeld, d.h. zwischen den Angebotspreisen von privaten und teilprivaten Unternehmen einerseits sowie öffentlichen Unternehmen andererseits bewegen dürften.*

Auch andere Faktoren können die Angebote der Kabelnetzbetreiber beeinflussen. So können beispielsweise die Preise für das Basisangebot sowie die Anzahl der darin inbegriffenen TV-Programme durch unterschiedliche Rahmenbedingungen und damit unterschiedliche Kosten der jeweiligen Unternehmen bedingt sein. Als Beispiele seien hier das Alter des Kabelnetzes und der Zeitraum seit den letzten Netzerneuerungsarbeiten genannt, welche wesentliche Unterschiede betreffend Kapitalkosten (Zinsen und Amortisierung) verursachen können. Die örtlichen Gegebenheiten wie die Siedlungsdichte und die Topographie des versorgten Gebiets können sich ebenfalls in einer unterschiedlichen Kosten- und Gewinnsituation bei den Kabelnetzbetreibern niederschlagen. Schliesslich stellt derjenige Anteil am Netz, welcher durch die Erhebung von Anschlussgebühren finanziert wurde, ein weiteres Element dar, welches die Kosten und damit auch das Preisniveau des Basisangebots beeinflussen kann. Diesen Faktoren konnte in vorliegender Analyse nicht Rechnung getragen werden. Sie wären aber bei der Beurteilung der Missbräuchlichkeit der Preise eines Netzbetreibers zu berücksichtigen.

#### **4.6.1 Verhältnis zwischen Unternehmensform und Preis des Basisangebots**

Um zu prüfen, ob der Preis für das Grundangebot der Kabelnetzbetreiber mit den oben beschriebenen Kategorien von Unternehmen variiert, sind wir in der von uns ausgewählten Stichprobe von Preisspannen von Fr. 2.50 ausgegangen und haben bestimmt, wie viele Unternehmen aus den oben genannten jeweiligen Unternehmenskategorien in den jeweiligen Tranchen auftreten. Folgende Grafiken zeigen die entsprechenden Resultate:



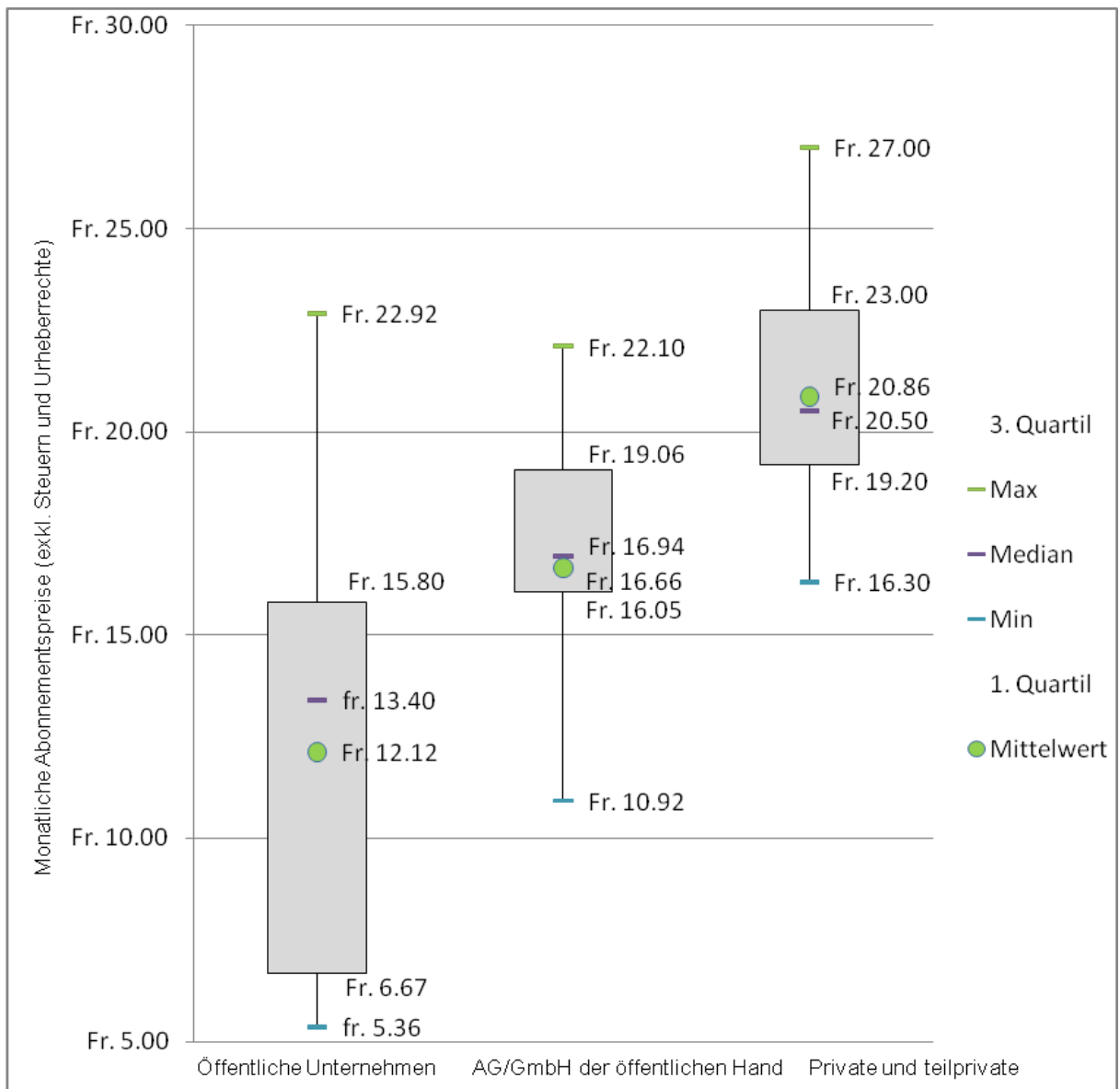
Histogramm 4: Monatlicher Abonnementpreis (exkl. MWSt./Urheberrechte) nach Kategorie der Unternehmen

Die zwei teuersten Tranchen (zwischen Fr. 22.50 und Fr. 24.99 sowie zwischen Fr. 25.00 und Fr. 27.50) repräsentieren 13% der Unternehmen aus unserer Stichprobe und bestehen praktisch nur aus privaten oder teilprivaten Unternehmen (7 Unternehmen von 8). Auf der Gegenseite, d.h. in zwei Tranchen mit den günstigsten Preisen (zwischen Fr. 5.00 und Fr. 7.49 sowie zwischen Fr. 7.50 und Fr. 9.99) finden sich knapp 10% der untersuchten Unternehmen, ausschliesslich öffentliche Unternehmen.

Annähernd alle öffentliche Unternehmen (12/13) bieten das Basisangebot zu einem Preis an, der unter dem Durchschnittspreis der gesamten Stichprobe liegt (Fr. 17.44). Im Gegensatz dazu bietet eine grosse Mehrheit der privaten sowie der teilprivaten Unternehmen (21/25) das Grundangebot zu einem Preis an, der über dem Durchschnitt liegt.

Ungefähr die Hälfte aller AG und GmbH der öffentlichen Hand (10/22) bietet das Grundangebot zu einem dem Durchschnittspreis nahekommenden Preis an (Tranchen zwischen Fr. 15.00 und Fr. 17.49 sowie zwischen Fr. 17.50 und Fr. 19.99). Die Abonnementpreise der anderen AG und GmbH der öffentlichen Hand belaufen sich auf Fr. 10.92 bis Fr. 22.10, d.h. auf Preise, die weit entfernt von den zwei in der Grafik festgehaltenen Extremwerten liegen.

Die untenstehende Tabelle sowie die Box-Plot-Grafik zeigen auf, in welchen Bereichen sich die Preise der privaten und teilprivaten Unternehmen, der öffentlichen Unternehmen sowie der AG/GmbH der öffentlichen Hand bewegen:



Preis Grundangebot (exkl. Steuern/Urheberrechte)	Öffentliche Unternehmen	AG und GmbH – der öffentlichen Hand	Private und teilprivate Unternehmen
Höchster Preis	Fr. 22.92	Fr. 22.10	Fr. 27.00
3. Quartil	Fr. 15.80	Fr. 19.06	Fr. 23.00
Durchschnittspreis	Fr. 12.12	Fr. 16.66	Fr. 20.86
Differenz zum Durchschnittspreis der Stichprobe (Fr. 17.44)	Fr. -5.32	Fr. -0.78	Fr. 3.42
Median Preis	Fr. 13.40	Fr. 16.94	Fr. 20.50
1. Quartil	Fr. 6.67	Fr. 16.05	Fr. 19.20
Tiefster Preis	Fr. 5.36	Fr. 10.92	Fr. 16.30

Box-Plot 4 und Tabelle 7. Abonnementspreis (ohne MWSt./Urheberrechte) nach Unternehmenskategorie

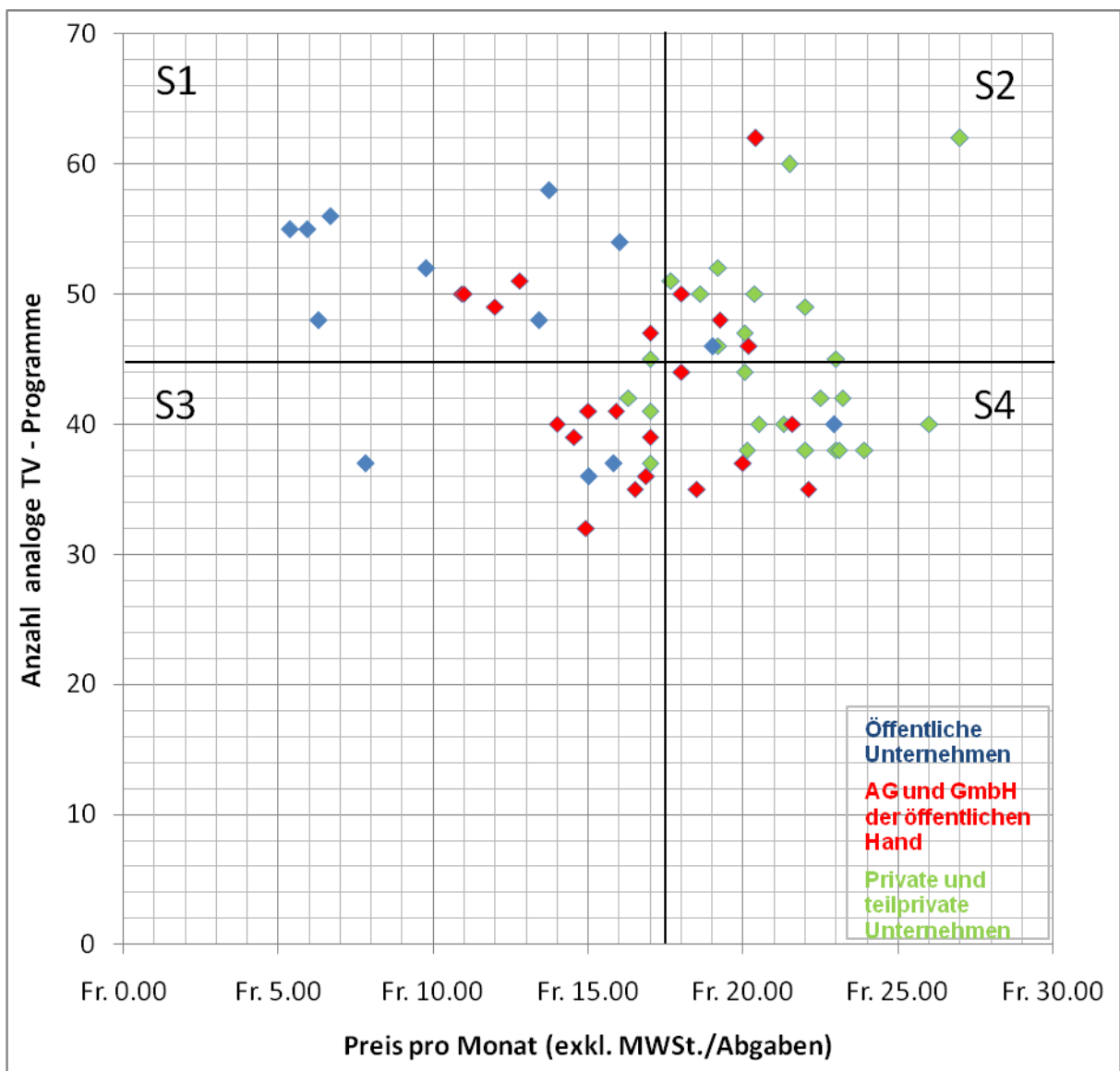


Ein Verhältnis zwischen Preis des Grundangebots und Unternehmenskategorie ist klar ersichtlich. Die Analyse der von uns untersuchten Unternehmen erlaubt uns daher den Schluss zu ziehen, dass Öffentliche Unternehmen generell tiefere Preise anbieten als private oder teilprivate Unternehmen und dass die Angebote der AG und GmbH preislich ungefähr im Mittelfeld der vorgenannten zwei Unternehmenskategorien liegen.

#### 4.6.2 Verhältnis zwischen Unternehmensform und Verhältnis Preis / Programme im Grundangebot

Um zu prüfen, wie sich die Unternehmen bezüglich der ursprünglichen Thesen verhalten, untersuchen wir untenstehend das Verhältnis zwischen Preis und Angebot von analogen TV-Programmen nach Unternehmenskategorien.

Aus diesem Grund haben wir ein Diagramm erstellt, welches die Basisgebühren auf Punkten der Abszisse sowie die Anzahl der im Basisangebot enthaltenen TV-Programme auf der Ordinate aufzeigt. Wir haben die Kabelnetzbetreiber aus unserer Stichprobe nach ihrer Rechtsform farblich gekennzeichnet. Die untenstehende Grafik zeigt die Ergebnisse auf:



Grafik 6: Verhältnis zwischen der Anzahl TV-Programme, der Abonnementspreise (exkl. MWSt./Urheberrechte) und der Unternehmenskategorie



Wir haben die Grafik in vier Sektoren aufgeteilt, einerseits durch eine horizontale Achse, welche den Durchschnitt der angebotenen TV-Kanäle der ausgewählten Unternehmen (45 Kanäle) wiedergibt, und andererseits durch eine vertikale Achse, die den Durchschnittspreis des Grundangebots der Unternehmen (Fr. 17.44) wiedergibt.

Ausgehend von der Hypothese, dass der Endkunde bereit ist, einen höheren Preis für den Empfang eines erweiterten TV-Programmangebots zu bezahlen, betrachten wir die vier Sektoren mit folgenden Charakteristika ausschliesslich unter dem Aspekt der Kundenzufriedenheit:

**S1:** Die sich in diesem Sektor befindenden Angebote beinhalten Programmpakete mit mehr TV-Programmen als die durchschnittlichen Basisangebote zu tieferen Preisen. Was das Verhältnis zwischen TV-Programm und Preis angeht, vermögen diese Angebote der Kundenzufriedenheit am besten Rechnung zu tragen.

**S2 und S3:** Die Angebote aus diesen beiden Sektoren weisen ein ähnliches Verhältnis von Preis und angebotenen TV-Programmen zu den jeweiligen Durchschnitten auf. Die in diesen Sektoren aufgeführten Unternehmen weisen entweder sowohl bezüglich Programmmzahl und Preis ein erhöhtes Niveau (S2), oder für beide Parameter ein im Vergleich zu ihren durchschnittlichen Referenzwerten tieferes Niveau (S3) auf. Die Preise entwickeln sich also relativ zu den Durchschnittswerten in dieselbe Richtung wie die Anzahl der TV-Programme. Wir gehen daher davon aus, dass die Abonnenten dieser Sektoren ungefähr eine gleich grosse Kundenzufriedenheit aufweisen. Sie dürfte unter der Kundenzufriedenheit der Abonnenten der Unternehmen in Sektor 1 aber über derjenigen der Abonnenten der Unternehmen in Sektor 4 liegen.

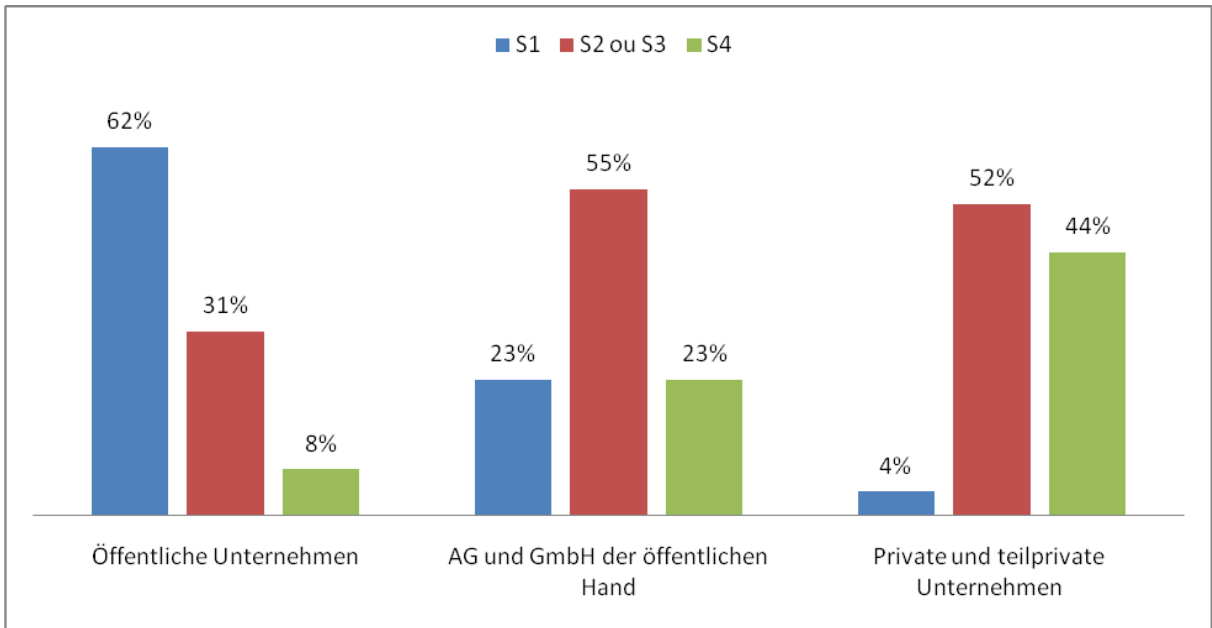
**S4:** Die Angebote dieser Kategorie beinhalten weniger TV-Programme als der Durchschnitt und werden zu einem überdurchschnittlich hohen Preis angeboten. Basierend auf dem Verhältnis TV-Programme/Preis sind die Angebote dieses Sektors die am wenigsten zufriedenstellenden für die Abonnenten.

Die unten aufgeführte Tabelle zeigt die Verteilung der Unternehmenskategorien auf die oben beschriebenen Sektoren:

	<b>S1</b>	<b>S2 oder S3</b>	<b>S4</b>	<b>Total</b>
<b>Öffentliche Unternehmen</b>	8	4	1	13
<b>AG und GmbH der öffentlichen Hand</b>	5	12	5	22
<b>Private und teilprivate Unternehmen</b>	1	13	11	25
<b>Total</b>	14	29	17	60

Tabelle 8: Unternehmenskategorie nach Sektor Kundenzufriedenheit

Die Unternehmen sind gleichmässig über die vier Sektoren verteilt. In der unten aufgeführten Grafik kann festgestellt werden, wie die Kabelnetzbetreiber der verschiedenen Unternehmenskategorien auf die jeweiligen Sektoren verteilt sind:

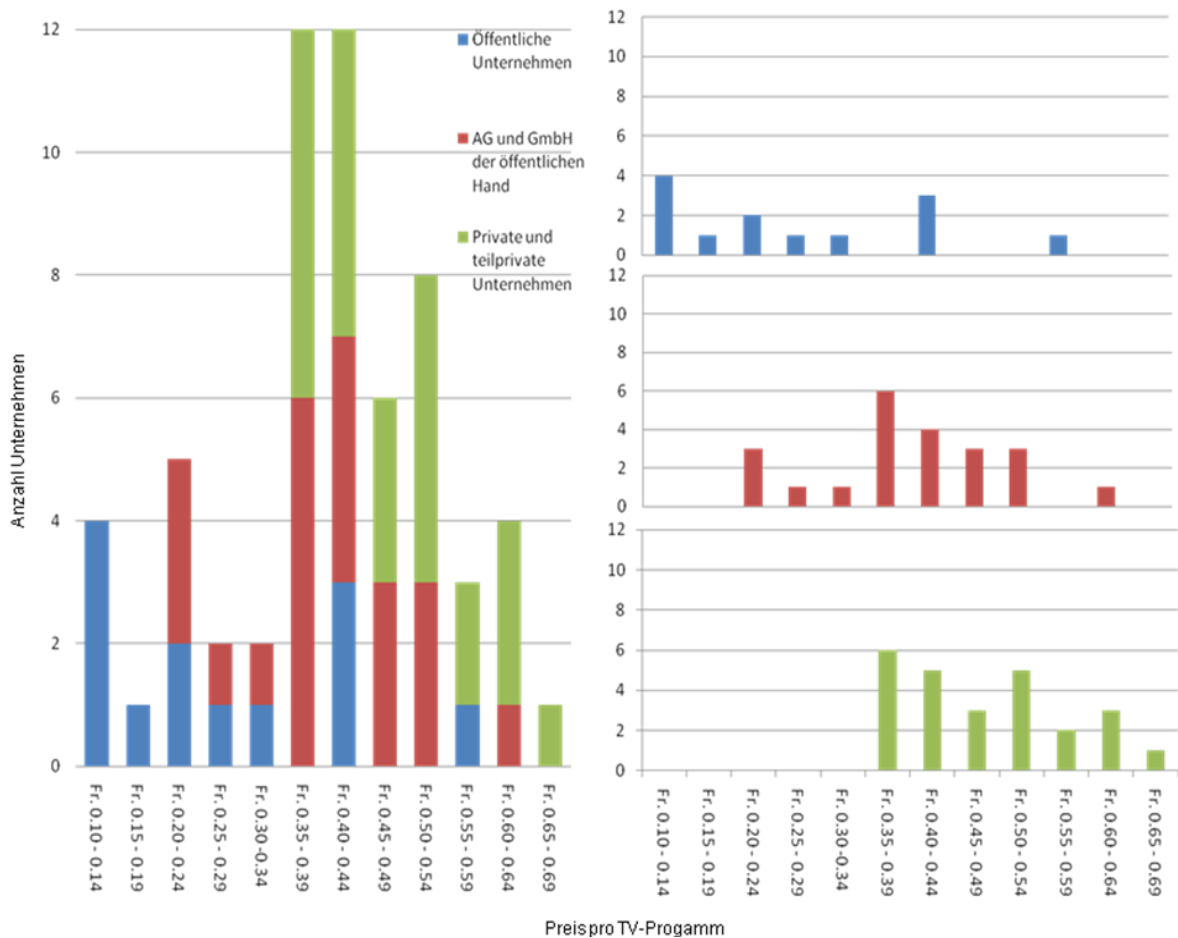


Histogramm 5: Verteilung der Unternehmenskategorien nach Sektoren der Kundenzufriedenheit

Wir können einen gewissen Zusammenhang zwischen diesen Resultaten und den eingangs gestellten Thesen beobachten. Die Mehrheit der öffentlichen Unternehmen und Mehrheit der AG und GmbH der öffentlichen Hand sind in Sektor S1 (62%) bzw. in den Sektoren S2/S3 (55%) vertreten. Die Mehrheit der privaten und teilprivaten Unternehmen verteilen sich fast hälftig auf Sektoren S2/S3(52%) und S4 (44%). Die Grafik zeigt, dass sich die öffentlichen Unternehmen gegenüber den privaten und teilprivaten Unternehmen bezüglich Abonnementspreis / Programmmzahl deutlich unterscheiden. Die AG's und GmbHs der öffentlichen Hand, die sich gemäss der anfänglichen Hypothese mit ihren Angebot im Mittelfeld bewegen sollten, liegen in der Tendenz eher bei den privaten als bei den öffentlichen Unternehmen.

Nachfolgend wird anhand des Verhältnisses zwischen angebotenen Programmen im Grundangebot und Unternehmensform noch genauer zu untersuchen sein, wie sich die Unternehmen unserer Stichprobe bezüglich der eingangs des Kapitels 4.6 formulierten Thesen verhalten. Wir haben die von uns ausgewählten Kabelnetzbetreiber in Gruppen aufgeteilt, welche durch eine Preisspanne von 5 Rp. pro Programm festgelegt wurden, und konnten so feststellen, wie viele Unternehmen der jeweiligen Unternehmensform pro Gruppe resultierten. Untenstehende Grafiken zeigen die Resultate auf:

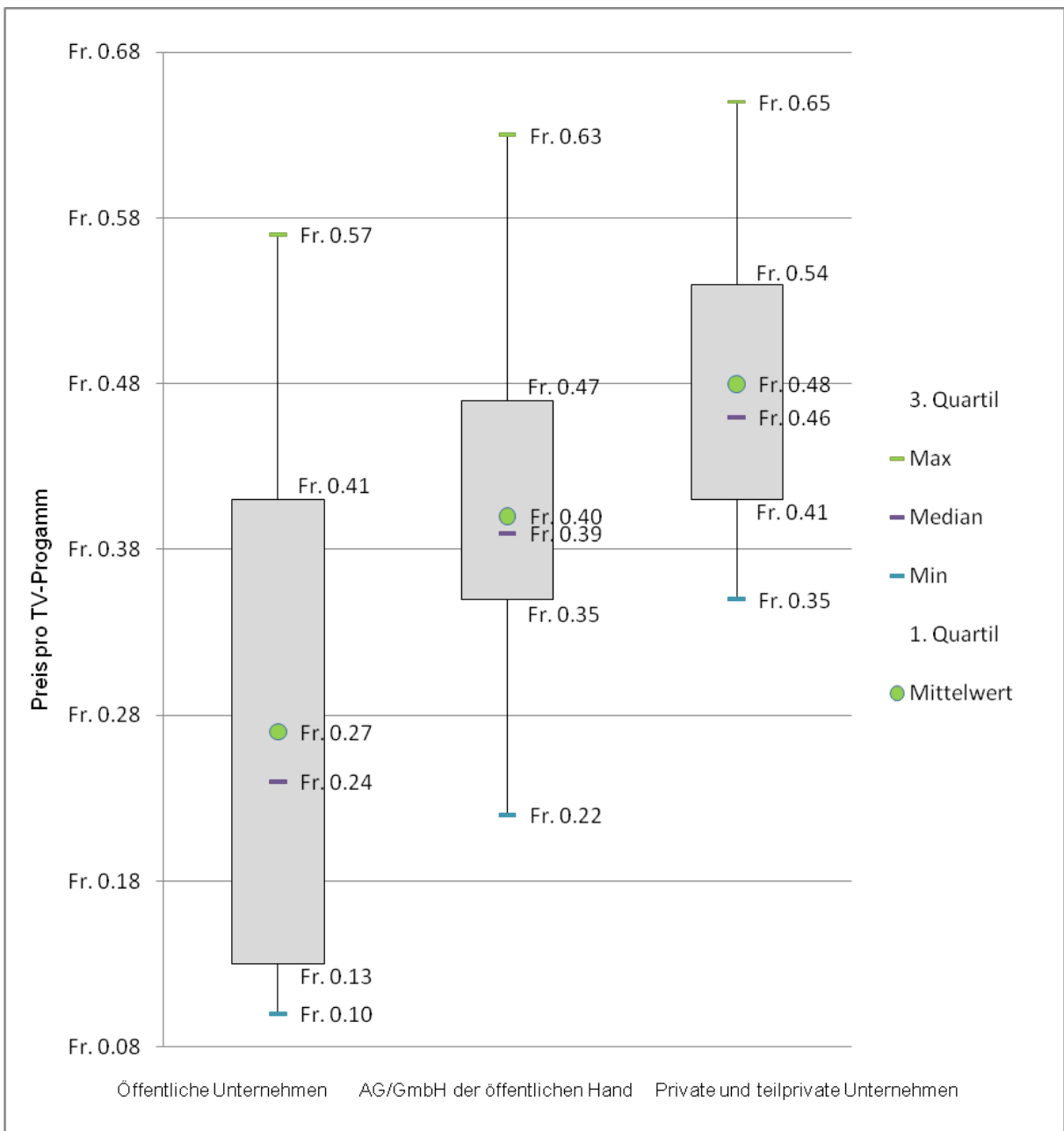




Histogramm 6: Preis pro Programm nach Unternehmenskategorie

80 % der privaten oder teilprivaten Unternehmen haben einen höheren Preis pro Programm als der ermittelte Durchschnittswert von Fr. 0.40. Knapp mehr als die Hälfte der AG und GmbH (13/25) der öffentlichen Hand bieten ihre TV-Programme zu einem Preis an, der nahe am Durchschnittspreis liegt. Der Preis pro Kanal von knapp 70% der öffentlichen Unternehmen liegt unter Fr. 0.30, d.h. weit unter dem durchschnittlichen Preis.

Die ermittelten Verhältnisse zwischen Unternehmenskategorien und Preisniveau pro TV-Programm werden in untenstehender Grafik nochmals ausdrücklich bestätigt:



Preis pro TV-Programm im Grundangebot	Öffentliche Unternehmen	AG und GmbH der öffentlichen Hand	Private und teilprivate Unternehmen
Höchster Preis	Fr. 0.57	Fr. 0.63	Fr. 0.65
3. Quartil	Fr. 0.41	Fr. 0.47	Fr. 0.54
Durchschnittspreis	Fr. 0.27	Fr. 0.40	Fr. 0.48
Differenz zum Durchschnitt der Stichprobe (Fr. 0.40)	Fr. -0.13	--	Fr. 0.08
Medianpreis	Fr. 0.24	Fr. 0.39	Fr. 0.46
1. Quartil	Fr. 0.13	Fr. 0.35	Fr. 0.41
Tiefster Preis	Fr. 0.10	Fr. 0.22	Fr. 0.35

Box-Plot 5 und Tabelle 9: Preis pro TV Programm nach Unternehmenskategorie



Die Ergebnisse der Box-Plot-Grafik bestätigen die bereits oben beschriebene Tendenz. Tatsächlich ergeben neben den Medianwerten auch die Maximalwerte sowie die Quartilwerte der unterschiedlichen Unternehmenskategorien jeweils ein identisches Resultat: der Preis pro TV-Programm von öffentlichen Unternehmen ist tiefer als derjenige von privaten oder teilprivaten Unternehmen. Die Abonnementspreise von Aktiengesellschaften oder Gesellschaften mit beschränkter Haftung der öffentlichen Hand liegen jeweils im mittleren Bereich, d.h. sie sind zwischen den Preisen der zwei oben genannten Unternehmenskategorien angesiedelt.

Aufgrund der im Rahmen unserer Untersuchung von den Unternehmen gelieferten Informationen können die oben formulierten Thesen nicht widerlegt werden.

## 5 Schlussfolgerungen

Die technische Entwicklung der letzten Jahre, im Speziellen die Weiterentwicklung der Digitalisierung des Fernsehangebots, hat das Umfeld, in welchem die Kabelnetzbetreiber tätig sind, tiefgreifend verändert. Wenngleich die Unternehmen bei der Verbreitung der analogen Radio- und TV-Programme nach wie vor über ein Monopol verfügen, so sind sie doch in der digitalen Verbreitung sowie der damit verbundenen Dienste (elektronische Programmführer, digitale Videoaufzeichnungen, Video-on-Demand sowie HDTV) vermehrt der Konkurrenz durch Anbieter mit anderen Verbreitungsformen (xDSL, Satelliten, Glasfasernetze) ausgesetzt.

Die steigende Verbreitung des digitalen Fernsehangebots in Schweizer Haushalten lässt erahnen, dass der Markt eine zunehmend tragende Rolle bei den Angeboten der Kabelnetzbetreiber einnehmen wird. Um die Auswirkungen dieses Wechsels auf dem Schweizer Kabelnetzmarkt besser zu verstehen, haben wir eine Bestandesaufnahme und anschliessend eine Vergleichsanalyse der verschiedenen analogen Fernsehgrundangebote durchgeführt. Sämtliche der Studie zugrunde liegenden Informationen haben wir vorgängig mittels eines standardisierten Fragebogens bei den 62 Schweizer Kabelnetzbetreibern mit mehr als 5'000 Abonnenten eingeholt.

Die Resultate unserer Studie sind in Tabelle 1 des Anhangs publiziert und stellen die von uns eingeholten Informationen zum Grundangebot, zu den angebotenen Produkten (analoges und/oder digitales TV und Radio, Internetzugang, Telefonie), zum Preis und der Anzahl Programme im Grundangebot und den angebotenen Dienstleistungen dar. Wir konnten feststellen, dass annähernd alle der befragten Unternehmen entweder selbst oder via Zusammenarbeit mit Partnern digitales Fernsehen (100%), Internetzugänge (98%) und Festnetztelefonie (95%) anbieten.

Die Analyse der uns von dieser Auswahl an Firmen zugestellten Daten erlaubt den Schluss, dass eine starke Heterogenität zwischen den verschiedenen Grundangeboten der einzelnen Anbieter besteht. Tatsächlich variieren die monatlichen Abonnementskosten (exkl. MWSt. und Urheberrechte) für den analogen Fernsehanschluss und die Anzahl der angebotenen Programme im jeweiligen Grundangebot je nach Unternehmung stark. Beispielsweise bezahlen Kunden der Gemeinde Binningen mit einer monatlichen Abonnementsgebühr von Fr. 5.36 rund fünfmal weniger als Kunden der GrischaVision AG (Fr. 27.-). Dafür erhalten Letztere mit dem Basisangebot Zugang zu 62 TV-Programme, was gegenüber den 32 Kanälen, die Sinergy Infrastructure SA im Basisangebot anbietet, rund doppelt so viel ist.

Die Analyse hat keine signifikante Korrelation zwischen Preis und der Anzahl angebotenen TV-Programmen im Grundangebot der ausgewählten Unternehmen ergeben. Demgegenüber besteht eine solche – lineare – Korrelation ( $R^2 = 0.69$ ) bei denjenigen Unternehmen, deren Preise pro Programm sich zwischen dem 1. und 3. Quartil der Stichprobe befinden. Dies sind diejenigen 50% der Unternehmen, welche sich am nächsten beim Median befinden. Für diese Unternehmen haben wir einen durchschnittlichen Preis pro TV-Programm von Fr. 0.41 berechnet.

Schliesslich konnte ein gewisser Zusammenhang zwischen der Rechtsform, der Eigentümerschaft und der Attraktivität des Basisangebots der ausgewählten Kabelnetzbetreiber beobachtet werden. Es zeigte sich, dass im Allgemeinen die Preise pro TV-Programm der privaten und teilweise privatisierten



Unternehmen höher ausfallen als diejenigen der Gemeindebetriebe. Die Preise der ausgelagerten Betriebe der öffentlichen Hand (AG/GmbH im Eigentum der öffentlichen Hand) liegen hingegen im Mittelfeld, d.h. zwischen den beiden oben genannten Unternehmenskategorien. Diese Resultate berücksichtigen Faktoren wie das Alter des Netzes, Zeitdauer seit der letzten Erneuerungsinvestitionen ins Netz, Topologie und Dichte des Versorgungsgebiet, einmalige Anschlussgebühren sowie der Zugang zu Kapital zu privilegierten Konditionen nicht.



## Anhang 1: Daten der Kabelnetzbetreiber mit mehr als 5'000 Abonnenten

Unternehmen	Anzahl Abonnenten (Anfang 2010)	Basispreis (exkl. MWSt., Urheberrechte) pro Monat	Steuern und Abgaben	Monatlicher Abo-Preis (inkl. Steuer und Abgaben)	Einmalige Anschlussgebühr	Periodizität der Abrechnung M: Pro Monat Z: Zweimonatlich Q: Pro Quartal S: Pro Semester J: Pro Jahr	Übernahme von Kosten und Reparaturen bis zur Hauskante	Übernahme von Kosten und Reparaturen bis zur Steckdose	Anzahl TV-Programme analog	Anzahl TV-Programme digital	Anzahl Radio-Programme analog	Anzahl Radio-Programme digital	Kaufpreis Set-Top-Box	Mietpreis Set-Top-Box pro Monat	Freie Wahl der Set-Top-Box	Internetzugang	Anteil internettaugliche Anschlüsse	Telefondienste	Anteil telefonietaugliche Anschlüsse
022 Télégenève SA	38'767	Fr. 21.30	Fr. 3.85	Fr. 25.15	Nein	T/S/J	Ja	Ja	40	250	37	105	Fr. 170.00	n/a	Nein	Nein	n/a	Nein	n/a
Cablecom GmbH <sup>1)</sup>	1463'330	Fr. 23.20	Fr. 4.00	Fr. 27.20	Ja	M/T/J	Ja	Ja (Fr. 2.00 pro Monat)	42 <sup>2)</sup>	55	35	70	Fr. 150.00	Fr. 4.00	Ja	Ja	95%	Ja	95%
Cometo AG	18'836	Fr. 26.00	Fr. 4.25	Fr. 30.25	Ja	S/J	Ja	Nein	40	147	40	105	Fr. 235.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
die Werke Versorgung Wallisellen AG	6'846	Fr. 10.98	Fr. 3.01	Fr. 13.99	Ja	T	Ja	Nein	50	131	46	142	Fr. 90.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
EBL Telecom AG	54'328	Fr. 20.37 <sup>3)</sup>	Fr. 3.79	Fr. 24.17	Ja	T	Ja	Teilweise	50	Angebot Cablecom	51	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	90%	Ja	90%
EBM Telecom AG	11'579	Fr. 17.67 <sup>3)</sup>	Fr. 3.58	Fr. 21.25	Ja	J	Ja	Nein	51	127	41	110	n/a	n/a	Ja	Ja	97%	Ja	97%
Einwohnergemeinde Binningen	6'800	Fr. 5.36	Fr. 2.64	Fr. 8.00	Ja	J	Ja	Nein	55	140	53	0	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Einwohnergemeinde Müttenz	7'724	Fr. 9.75	Fr. 3.15	Fr. 12.90	Ja	J	Ja	Nein	52	110	47	143	Fr. 295.00	Fr. 14.90	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Einwohnergemeinde Riehen	9'110	Fr. 13.72	Fr. 3.28	Fr. 17.00	Ja	J	Ja	Nein	58	Angebot Cablecom	42	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom		Angebot Cablecom	
Energie Seeland AG	6'715	Fr. 12.00	Fr. 3.15	Fr. 15.15	Ja	T	Ja	Ja	49	120	41	120	Fr. 245.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Energieversorgung Belp (EVB)	5'364	Fr. 15.00	Fr. 3.40	Fr. 18.40	Ja	T/S	Ja	Nein	36	213	43	184	Fr. 149.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Evard Antennenbau AG	14'773	Fr. 16.30 <sup>3)</sup>	Fr. 3.48	Fr. 19.78	Ja	T/S/J	Ja	Ja	42	190	39	70	Fr. 150.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
EW Hofe AG	11'191	Fr. 18.50	Fr. 3.61	Fr. 22.11	Ja	T	Ja	Nein	35	Angebot Cablecom	45	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	100%	Angebot Cablecom	100%
EWS Energie AG	5'581	Fr. 16.50	Fr. 3.50	Fr. 20.00	Ja	J	Ja	Nein	35	130	46	120	Fr. 150.00	Fr. 6.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
GA Weissenstein GmbH	39'800	Fr. 14.00	Fr. 3.32	Fr. 17.32	Ja	J	Ja	Nein	40	211	38	180	Fr. 149.00	Fr. 5.90	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Gemeinde Birsfelden	5'651	Fr. 5.92	Fr. 2.69	Fr. 8.61	Ja	J	Ja	Nein	55	132	45	110	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Gemeinde Ittigen	5'585	Fr. 6.28	Fr. 2.72	Fr. 9.00	Ja	J	Ja	Nein	48	122	44	98	Fr. 150.00	Fr. 6.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Gemeindebetriebe Muri	6'253	Fr. 16.00	Fr. 3.50	Fr. 19.50	Ja	S/J	Ja	Nein	54	110	47	120	Fr. 220.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Gemeinschaftsantennen-Anlage Region Grenchen AG	17'857	Fr. 16.88	Fr. 3.51	Fr. 20.39	Ja	T/J	Ja	Nein	36	117	42	184	Fr. 145.00	n/a	Ja	Ja	80%	Ja	80%
GGA Maur	18'037	Fr. 16.85	Fr. 3.65	Fr. 20.50	Ja	J	Ja	Nein	43	136	44	113	n/a	Fr. 9.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
GGA Volketswil (Politische Gemeinde Volketswil)	7'034	Fr. 7.80	Fr. 2.90	Fr. 10.70	Ja	J	Ja	Nein	37	Angebot Cablecom	44	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Glattwerk AG	11'976	Fr. 10.92	Fr. 3.07	Fr. 13.99	Ja	M/T/S	Ja	Ja (Fr. 2.00 pro Monat)	50	130	46	142	Fr. 90.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
GrischaVision AG	5'460	Fr. 27.00	Fr. 4.29	Fr. 31.29	Ja	T/S/J	Ja	Nein	62	Angebot Cablecom	43	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	100%	Ja	100%
Gruyère Energie SA	13'228	Fr. 20.17	Fr. 4.92	Fr. 25.09	Ja	M/T/J	Ja	Ja	46	102	35	44	Fr. 150.00	Fr. 6.00	Nein	Ja	100%	Ja	100%
Industrielle Betriebe Langenthal	7'024	Fr. 15.80	Fr. 3.43	Fr. 19.23	Nein	T	Ja	Nein	37	118	38	120	Fr. 220.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
InterGGA AG	45'545	Fr. 12.80	Fr. 3.22	Fr. 16.02	Ja	J	Ja	(Arbeitskosten zulasten des Eigentümers)	51	133	41	109	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Jac. Steiner Söhne AG	6'238	Fr. 19.20	Fr. 3.70	Fr. 22.90	Ja	S/J	Ja	Nein	52	146	46	53	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Nein	n/a
Kabelfernsehen Bodeli AG	15'035	Fr. 23.00 <sup>4)</sup>	Fr. 4.01	Fr. 27.01	Ja	T/S/J	Ja	Ja	45	149	30	154	Fr. 280.00	n/a	Ja	Ja	99.5%	Nein	n/a
KFA Kabelfernsehanlage Schwyz GmbH	4'960	Fr. 18.00	Fr. 3.61	Fr. 21.61	Ja	J	Ja	Ja (Fr. 2.00 pro Monat)	50	97	46	42	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
KFN Kabelfernsehen Nidwald AG	13'028	Fr. 19.25	Fr. 3.70	Fr. 22.95	Ja	J	Ja	Nein	48	54	51	101	Fr. 150.00	Fr. 5.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Localnet AG	7'741	Fr. 14.55	Fr. 3.35	Fr. 17.90	Ja	T	Ja	Nein	39	110	44	120	Fr. 295.00	Fr. 14.90	Ja	Ja	100%	Ja	100%
NetCom Sion SA	24'386	Fr. 15.00	Fr. 3.38	Fr. 18.38	Ja	Z	Ja	Ja	41	49	31	0	n/a	Gratis (im Angebot inbegriffen)	Nein	Ja	100%	Ja	100%
OAA Rheinfelden	5'443	Fr. 6.67	Fr. 2.84	Fr. 9.50	Ja	J	Ja	Nein	56	175	45	95	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
R+F Netz Zollikon	5'933	Fr. 20.00	Fr. 3.76	Fr. 23.76	Ja	S	Ja	Ja	45	Angebot Cablecom	45	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	100%	Ja	100%
Regas AG	5'606	Fr. 17.00	Fr. 3.50	Fr. 20.50	Ja	S	Ja	Nein	37	Angebot Cablecom	36	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	100%	Ja	100%
Rega-Sense AG	10'610	Fr. 17.00	Fr. 3.45	Fr. 20.45	Ja	T/J	Ja	Nein	41	190	39	120	Fr. 150.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%



Unternehmen	Anzahl Abonnenten (Anfang 2010)	Basispreis (exkl. MWSt., Urheberrechte) pro Monat	Steuern und Abgaben	Monatlicher Abo-Preis (inkl. Steuer und Abgaben)	Einmalige Anschlussgebühr	Periodizität der Abrechnung M: Pro Monat Z: Zweimonatlich Q: Pro Quartal S: Pro Semester J: Pro Jahr	Übernahme von Kosten und Reparaturen bis zur Hauskante	Übernahme von Kosten und Reparaturen bis zur Steckdose	Anzahl TV-Programme analog	Anzahl TV-Programme digital	Anzahl Radio-Programme analog	Anzahl Radio-Programme digital	Kaufpreis Set-Top-Box	Mietpreis Set-Top-Box pro Monat	Freie Wahl der Set-Top-Box	Internetzugang	Anteil internettaugliche Anschlüsse	Telefondienste	Anteil telefonietaugliche Anschlüsse
sasag Kabelkommunikation AG	39'500	Fr. 20.50 <sup>3)</sup>	Fr. 3.82	Fr. 24.32	Ja	T/J	Ja	Nein	40	130	40	110	n/a	Fr. 6.00	Ja	Ja	35%	Ja	11%
Sateldranse SA	9'829	Fr. 20.00	Fr. 4.90	Fr. 24.90	Nein	M/T/J	Ja	Nein	37	49	27	0	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Schefer AG	11'731	Fr. 22.00	Fr. 4.03	Fr. 26.03	Ja	T/J	Ja	Ja	49	Angebot Cablecom	45	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	100%	Ja	100%
Services Industriels de Lausanne	71'500	Fr. 22.92	Fr. 3.98	Fr. 26.90	Ja	Z	Ja	Nein	40	110 DVB-T; 160 DVB-C	50	20	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Sinergy Infrastructure SA	8'220	Fr. 14.92	Fr. 3.38	Fr. 18.30	Nein	S	Ja	Nein	32	46 DVB-T; 98 DVB-C	33	44 DVB-C	Fr. 150.00	Fr. 6.00	Ja DVB-T; Nein DVB-C	Ja	100%	Ja	100%
Sitebco	6'064	Fr. 19.00	Fr. 3.70	Fr. 22.70	Ja	T/J	Ja	Nein	46	Angebot Cablecom	44	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	via Video 2000 SA	100%	via Video 2000 SA	100%
Société Electrique Intercommunale de la Côte SA	7'200	Fr. 17.00	Fr. 3.55	Fr. 20.55	Nein	T	Ja	Nein	39	115	39	18	Fr. 99.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Stadtantenne Kreuzlingen AG	7'810	Fr. 18.62	Fr. 3.65	Fr. 22.27	Ja	M/T/J	Ja	Nein	50	Angebot Cablecom	35	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	Siehe Cablecom	Ja	Siehe Cablecom
Stadtantennen AG	8'562	Fr. 20.05	Fr. 3.80	Fr. 23.85	Ja	T/S/J	Ja	Ja	47	61	45	182	Fr. 110.00	Fr. 5.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
STAFAG Communications AG	12'180	Fr. 17.00	Fr. 3.55	Fr. 20.55	Ja	J	Ja	Nein	45	77	40	57	Fr. 107.60	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Technische Betriebe Weinfelden AG	4'939	Fr. 20.42	Fr. 3.79	Fr. 24.21	Ja	T	Ja	Nein	62	130	54	86	Fr. 99.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Technische Betriebe Wil	14'997	Fr. 13.40	Fr. 3.25	Fr. 16.65	Ja	T	Ja	Nein	48	142	41	125	Fr. 150.00	Fr. 18.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Télécarouge SA	8'287	Fr. 22.00 <sup>4)</sup>	Fr. 3.91	Fr. 25.91	Nein	T/S/J	Ja	Ja	38	Angebot 022 Télégenève	37	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Nein	Ja	Siehe Cablecom	Ja	Siehe Cablecom
Télédis SA	28'395	Fr. 22.10	Fr. 3.95	Fr. 26.05	Ja	T/J	Ja	Nein	35	49	33	0	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Télédistribution Intercommunale SA	7'328	Fr. 15.90	Fr. 3.45	Fr. 19.35	Ja	Z	Ja	Ja	41	49	31	0	n/a	Gratis (im Angebot inbegriffen)	Nein	Ja	100%	Ja	100%
Telekabel Arbon AG	8'207	Fr. 21.50	Fr. 4.00	Fr. 25.50	Ja	T/J	Ja	Ja	60	142	54	106	Fr. 450.00	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Télélancy SA	10'244	Fr. 23.90 <sup>4)</sup>	Fr. 4.05	Fr. 27.95	Nein	T/S/J	Ja	Ja	38	Angebot 022 Télégenève	37	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Nein	Ja	Siehe Cablecom	Ja	Siehe Cablecom
Télémeysin SA	7'061	Fr. 23.10 <sup>4)</sup>	Fr. 3.99	Fr. 27.09	Ja	T/S/J	Ja	Ja	38	Angebot 022 Télégenève	37	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Nein	Ja	Siehe Cablecom	Ja	Siehe Cablecom
Téléonex SA	7'036	Fr. 23.00 <sup>4)</sup>	Fr. 3.98	Fr. 26.98	Nein	T/S/J	Ja	Ja	38	Angebot 022 Télégenève	37	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Angebot 022 Télégenève	Nein	Ja	Siehe Cablecom	Ja	Siehe Cablecom
Télévision Sierre SA	22'655	Fr. 17.00	Fr. 4.45	Fr. 21.45	Ja	M/Z	Ja	Ja	47	49	33	0	Fr. 290.00	Fr. 8.00	Nein	Ja	100%	Ja	100%
TRN Télé réseau de la Région Nyonnaise SA	13'764	Fr. 21.60	Fr. 3.88	Fr. 25.48	Ja	Z	Ja	Nein	40	115	39	19	n/a	n/a	Ja	Ja	95%	Ja	95%
TvT Services SA	19'254	Fr. 20.12	Fr. 3.78	Fr. 23.90	Nein	Z	Ja	Ja	38	175	44	45	Fr. 79.00	n/a	Ja	Ja	96%	Ja	96%
Vidéo 2000 SA	32'249	Fr. 19.20	Fr. 4.50	Fr. 23.70	Ja	T/J	Ja	Nein	46	Angebot Cablecom	43	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Angebot Cablecom	Ja	100%	Ja	100%
VO Energies SA Télécity	6'057	Fr. 22.50	Fr. 3.95	Fr. 26.45	Ja	T	Ja	Ja	42	119	49	19	n/a	n/a	Ja	Ja	100%	Ja	100%
Werke am Zürichsee AG	6'580	Fr. 18.00	Fr. 3.52	Fr. 21.52	Ja	T	Ja	Nein	44	136	44	113	n/a	Fr. 9.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%
WWZ Telekom AG	36'700	Fr. 20.05	Fr. 3.76	Fr. 23.81	Ja	S	Ja	Nein	44	223	52	184	Fr. 149.00	Fr. 5.00	Ja	Ja	100%	Ja	100%

1) Angebot gültig ab 1. Juni

2) Entspricht dem Median und dem Mittelwert der Programme, die in den von Cablecom bedienten Gemeinden angeboten werden

3) Durchschnittspreis in den vom Kabelnetzbetreiber bedienten Gemeinden

4) Preisreduktion bei jährlicher Zahlung