



NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 130'756
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 648.40
Abo-Nr.: 1055395
Seite: 35
Fläche: 27'133 mm²

Kabelnetzbetreiber kritisieren Teleclub-Politik

Im Digital-TV-Markt werden die Karten neu verteilt. Eine wesentliche Rolle in diesem Verteilungskampf spielt auch die Bezahlfernseh-Anbieterin Teleclub, an der Swisscom beteiligt ist. Seit dieser Woche bietet Teleclub ihren Abonnenten Fernsehen in hochauflösender Bildqualität an, das sogenannte High-Definition-TV (HD-TV). Bis heute können allerdings nur jene Abonnenten davon profitieren, welche über Swisscom oder Sunrise fernsehen. «Den Kabelnetzkunden, die auch Teleclub-Abonnenten sind, bleibt die höhere Bildqualität verwehrt», bestätigt Claudia Bolla-Vincenz, Geschäftsführerin von Swisscable, dem Branchenverband der Kabelnetzbetreiber. Seit Monaten habe man mit Teleclub über entsprechende Verträge verhandeln wollen, Gespräche seien allerdings nicht zustande gekommen.

Die gleiche Erfahrung wie Bolla-Vincenz als Branchenvertreterin machte auch Nicolas Perrenoud, Chef des Kabelnetzverbands Quickline. «Der Wille zu einer gegenseitigen Partnerschaft ist schlicht und einfach nicht da», kritisiert er.

Dabei ist das hochaufgelöste Fernsehen, HD-TV, nur ein Mosaikstein in

einem Bild, das die Kabelnetzbetreiber als düster bezeichnen. In der Regel bestehe Teleclub darauf, dass alle Kabelnetzkunden eine direkte Beziehung mit der Pay-TV-Anbieterin hätten, also auch eine zweite Set-Top-Box mit Fernbedienung zu Hause hüten müssten. Zudem sind die Endkundenpreise der Teleclub-Angebote für Swisscom-TV-Kunden entweder weniger umfangreich oder bis zu 10 Fr. günstiger als für Kunden von Kabelnetzbetreibern. Und da sich die Teleclub-Mutter Cinetrade die Sportübertragungsrechte für Fussball und Eishockey sicherte, können nur Swisscom-TV-Kunden aus der gesamten Spielepalette auswählen.

Die Swisscable-Chefin ärgert die Situation: «Es darf nicht sein, dass ein halbstaatliches Unternehmen wie die Swisscom über Beteiligungen den Markt für TV-Inhalte dermassen beeinflussen kann.» Teleclub ist die relevante Bezahlfernseh-Anbieterin in der Schweiz. Laut NZZ bedient Teleclub über Swisscom-TV 700 000 Haushalte, 100 000 sind es über Kabelnetzbetreiber. Wer sich einmal für einen digitalen TV-Anbieter entschieden hat, wechselt so schnell nicht mehr.

Bei Teleclub wehrt man sich vehement

gegen die Vorwürfe: «Den Kabelnetzbetreibern wurde unser HD-Angebot ebenfalls zur Verbreitung angeboten», sagt Teleclub-Chef Willy Heinzelmänn. Es seien auch Verhandlungen in «fortgeschrittenem Stadium» in Gang. Cablecom bestätigt Verhandlungen mit Teleclub. Dem Streit um eine zweite Set-Top-Box liegt eine Auseinandersetzung um unterschiedliche Technologien zugrunde. Und die tieferen Preise für Swisscom-TV-Kunden, so Heinzelmänn, rührten daher, dass die Technologien von Kabelnetz und internetbasiertem Fernsehen unterschiedlich seien. «Die Technik wird hier bloss vorgeschoben», kontert Bolla-Vincenz dieses Argument.

Am Ende wird die Wettbewerbskommission (Weko) darüber befinden, ob die Kritik der Kabelnetzbetreiber gerechtfertigt ist. Der Weko sei das Problem der HD-Verbreitung bekannt, sagt Direktor Rafael Corazza. Die Wettbewerbshüter analysieren zurzeit im Rahmen einer Vorabklärung, ob und mit welchem Instrument man das Thema Cinetrade/Teleclub allenfalls angehen werde. «Bis Ende Jahr entscheiden wir darüber.» *Gabriela Weiss*

Datum: 16.09.2012

NZZ am Sonntag



swisscable

NZZ am Sonntag
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch/sonntag

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 130'756
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 648.40
Abo-Nr.: 1055395
Seite: 35
Fläche: 27'133 mm²

Fernsehmarkt

Begehrte TV-Kunden

2,8 Millionen Haushalte haben heute noch analoges Fernsehen. Auf genau diese Kunden haben es die Swisscom und die Kabelnetzbetreiber abgesehen. Mit spezifischen Angeboten im Bereich des Bezahlfernsehens versuchen sie, die Kunden zum digitalen Fernsehen zu bewegen. Der grösste Trumpf dabei sind die Live-Sportübertragungen. Hier hat sich die Film- und Sportrechte-Händlerin

Cinetrade die Rechte für die Schweizer Fussball- und Eishockeyübertragungen gesichert. Swisscom ist seit 2004 mit 49% an Cinetrade beteiligt und kann so zahlreiche Spiele exklusiv senden. Die Pay-TV-Anbieterin Teleclub wiederum ist eine Tochter von Cinetrade. Sie ist die wichtigste Bezahlfernseh-Anbieterin in der Schweiz. Daneben gewinnen iTunes und Apple TV an Bedeutung. (weg.)