

Interview

«Das verstehe ich als Bürger dieses

Der Swisscom-Chef Urs Schaeppi sieht die Digitalisierung als Gewinnerin der Krise. Dass dennoch der Widerstand gegen 5G wächst, kann er nicht begreifen. Er warnt: Wenn sich das nicht ändert, wird die Schweiz wirtschaftlich abgehängt werden.

Interview: Stefan Ehrbar
und Raffael Schuppisser

Herr Schaeppi, viele Technologiefirmen gehen als Gewinner aus der Coronakrise. Die Swisscom auch?

Der langfristige Gewinner dieser Krise ist die Digitalisierung. Das wird uns helfen. Aber in der kurzen Frist leiden wir: Die Hälfte unserer Shops waren sechs Wochen lang zu, unser Pay-TV von Teleclub kann keinen Livesport zeigen. Wir verzeichnen zwar eine höhere Nutzung, aber weil die meisten Kunden schon Flatrates haben, profitieren wir kommerziell nicht.

Das erstaunt. Schliesslich dürften nun viele neue TV-Abos abschliessen oder höhere Internetabos kaufen.

Zum Teil ist das so. Die Intensivnutzer hatten aber schon vor der Krise schnelle Abos. Bei Geschäftskunden konnten wir nun einige Projekte wie Homeoffice-Lösungen umsetzen. Andere Projekte wurden aber auch gestrichen oder zurückgestellt.

Ihre Kunden können über Teleclub Filme und Serien kaufen. Dieses Geschäft dürfte nun boomen.

Das ist so, wir stellen eine deutliche Zunahme fest. Früher sahen wir jeweils einen Höhepunkt der Nutzung am Sonntagabend, jetzt wird dieses Niveau jeden Tag erreicht. Aber unser Pay-TV-Geschäft leidet auch darunter, dass wir keinen Livesport mehr zeigen können.

Die Swisscom leidet schon ohne Coronakrise, das zeigen ihre Zahlen für das erste Quartal. Der Umsatz sank. Sie verzeichneten sowohl bei den Mobilfunk- als auch den Breitbandanschlüssen weniger Kunden.

Unser Marktanteil bezogen auf den Umsatz ist stabil, aber der Markt ist gesättigt und die Preise sinken. Unsere Leistung ist gut, ich bin zufrieden. Unser Fernsehprodukt Swisscom TV begeistert die Kunden. Wir wachsen im Vergleich zum Vorjahr.

Bei den wichtigen Mobilfunkabos haben Sie aber innert eines Jahres 1,4 Prozent Marktanteil verloren.

Diese Kenngrösse berücksichtigt nur die Anteile der SIM-Karten. Sie ist irreführend, denn sie berücksichtigt nicht, ob ein Kunde 10 oder 80 Franken Umsatz beisteuert. Am Umsatz gemessen ist unser Anteil stabil.

Während der Coronakrise arbeiten mehr Leute zu Hause. Sie schauen häufiger fern oder streamen Filme und Serien. Wie hat sich das auf Ihre Netze ausgewirkt?

Wir hatten nie Kapazitätsengpässe auf unseren Netzen. Zu Beginn gab es einen Engpass beim Netzübergang mit Sunrise. Den konnten wir aber gemeinsam rasch beseitigen. Die Krise zeigt, wie wichtig der Ausbau der Netze ist.

Wir investieren jährlich rund 1,6 Milliarden Franken in unsere Infrastruktur in der Schweiz und verdoppeln die Zahl der Glasfaseranschlüsse in die Wohnungen und Geschäfte bis 2025.

Der Ausbau der neuesten Mobilfunk-Generation 5G kommt nicht richtig voran.

Das Thema macht mir grosse Sorgen. Wir brauchen Rechtssicherheit und die Rahmenbedingungen, damit wir das 5G-Netz bedarfsgerecht aufbauen können. Momentan zeigen die Behörden teils auf kantonaler und nationaler Ebene auf den anderen. Vieles ist gebremst oder blockiert, auch der Ausbau von 4G.

Der Bundesrat will 5G-Antennen wie konventionelle behandeln, was den Ausbau erschwert. Auch einer Lockerung der strengen Grenzwerte erteilt er eine Abfuhr.

Das verstehe ich als Bürger dieses Landes nicht. Ich stütze mich auf die Wissenschaft, um das Risiko einer Technologie einschätzen zu können. Erst kürzlich haben internationale Organisationen wie beispielsweise die WHO lang erwartete Studien veröffentlicht. Das Fazit ist klar: Es gibt bei Einhalten der internationalen Grenzwerte keine gesundheitlichen Auswirkungen von 5G.

Was ist so schlimm daran, wenn die Grenzwerte nicht erhöht werden?

Wir können in gewissen Kantonen nicht einmal unter den bestehenden Grenzwerten bauen, weil es Moratorien gibt. Mit den geltenden und in der Schweiz sehr strengen Werten können wir das Potenzial von 5G nicht nutzen. Der Ausbau verzögert sich über Jahre und wir müssen Tausende neue Antennen bauen.

Die Technologie sorgt für viel Verunsicherung. Können Sie das verstehen?

Dass bei neuen Technologien Ängste entstehen, verstehe ich gut. Die Diskussion muss aber basierend auf den Erkenntnissen der Wissenschaft erfolgen. Ich wünsche mir hier deutlich mehr Unterstützung von den Behörden, um den vielen Halbwahrheiten entschieden entgegenzutreten.

Warum brauchen wir 5G überhaupt so dringend?

Die Mobilfunknutzung wächst rasant und verdoppelt sich aktuell alle 18 Monate. Wir müssen das Netz jetzt ausbauen, bevor wir Datenkolonnen und Datenstaus haben. Sind diese erst einmal da, dauert es Jahre, bis sie gelöst werden können.

Die meisten Leute, die wir kennen, sehnen sich nicht nach einem schnelleren Internet, sondern viel eher nach mehr Zeitfenstern ohne Handy. Wie wollen Sie diese Menschen überzeugen, dass 5G wichtig ist?



Früher hätten die Kunden vor allem am Sonntagabend über Swisscom TV Filme ausgeliehen. «Jetzt wird dieses Niveau jeden Tag erreicht».

Ich kenne praktisch niemanden, der auf sein Smartphone verzichten möchte. Und: Die gleiche Diskussion führten wir schon bei der Lancierung von 3G vor knapp 20 Jahren. Viele Journalisten fragten mich damals, warum es das braucht. Schliesslich gab es da ja schon das 2G-Netz. Damit könnten sie heute aber überhaupt nichts mehr anfangen.

«Die Krise zeigt, wie wichtig der Ausbau des Netzes ist.»

Urs Schaeppi
CEO von Swisscom

Damals war der Nutzen aber klar: 3G und 4G ermöglichten Videotelefonie, das Anschauen von Videos oder das Musikhören von unterwegs.

Nein, man zweifelte ebenso am Nutzen solcher Dienste und die Smartphones kamen erst später auf den Markt. Und heute sind beide nicht mehr wegzudenken.

Seit über 20 Jahren dabei

Urs Schaeppi (Jg. 1960) stiess vor über 20 Jahren zur Swisscom. Er übernahm Aufgaben in der noch jungen Mobilfunksparte. Rasch stieg er auf und wurde 2006 Mitglied der Konzernleitung. Nach dem Tod von CEO Carsten Schloter übernahm er 2013 den Chefposten in einer schwierigen Situation. Schnell brachte er Ruhe ins Unternehmen. Er trieb den Wandel weiter voran, baute die TV-Sparte aus und gestaltete die Swisscom von einem Netzanbieter zu einem Technologieunternehmen um. Die Swisscom, zu 51 Prozent im Besitz des Bundes und an der Börse kotiert, ist hochprofitabel. Schaeppi hat Maschinenbau an der ETH Zürich sowie Betriebswirtschaft an der HSG studiert. Er lebt mit seiner Partnerin in Bolligen BE. (chm)

Wofür brauchen wir denn 5G?

Wir benötigen mehr Kapazität im Netz und höhere Geschwindigkeit. 5G ist aber noch viel mehr: Wir bauen die Plattform, darauf aufbauend entstehen Innovationen. Viele Anwendungen sind nur mit 5G möglich. Das betrifft etwa Steuerungen in der Industrie. Ein weiteres Beispiel ist die Landwirtschaft: 5G wird es ermöglichen, viel effizienter und nur dort zu düngen, wo es nötig ist. Das vermindert die Kosten und die Umweltbelastung. Hinzu kommt die virtuelle Realität. Ich habe eine App gesehen, mit derer sich Italiener aus verschiedenen Orten zusammenfanden, um eine Symphonie zu spielen. Das ist doch grossartig, gerade in der aktuellen Zeit!

Wenn wir Sie richtig verstehen, wird 5G vor allem für die Industrie wichtig?

Nicht nur. Welches die nächste grosse Anwendung ist, weiss ich aber auch nicht. Die gleiche Nutzung ist bei 5G mit geringerer Leistung möglich, denn das Netz ist viel effizienter und damit auch energiesparender. Das ist vergleichbar mit dem Unterschied von Glühbirnen zu heutigen Leuchtmitteln. Natürlich können wir uns 5G verweigern, aber dann wird die Schweiz den Anschluss verlieren. Wir haben heute die besten Mobilfunknetze der

Landes nicht»



sagt Urs Schaeppi.

Bild: Franz Rindlisbacher

Welt. Das sollten wir nicht aufs Spiel setzen.

Wie sieht denn Ihre Strategie aus, um 5G doch noch zu ermöglichen?

Wir pflegen den Dialog mit der Bevölkerung und den Behörden auf allen Stufen. In vielen Kantonen können wir bauen, in anderen braucht es mehr Anstrengungen. Es braucht aber auch neutrale Stimmen, die Medien, die Industrie und die Wissenschaft, die sich sachlich in die Debatte einbringen. Gerade die Industrie und viele Wissenschaftler sprechen sich für 5G aus. Die Frage ist nur: Hört man auf sie? Die Debatte um 5G müssen wir führen, da führt kein Weg daran vorbei. Das Problem ist nur: Solange die Infrastruktur funktioniert, interessiert sie viele nicht.

Warum sind Sie überhaupt so sicher, dass das Datenvolumen immer weiter steigt?

Wir sind keine Propheten. Aber: Alles wird multimedialer, die Vernetzung steigt. Schauen Sie sich die Medien an: Früher setzten alle auf Papier. Heute ist Video wichtig, morgen vielleicht Augmented Reality. Es ist aber auch wichtig, dass die Randregionen nicht entvölkert werden. Deshalb muss die Wertschöpfung dort erhalten werden, und das geht nicht ohne eine leistungsfähige Infrastruktur.



Urs Schaeppi kündigt das erste 5G-Handy an.

Bild: zvg (Zürich, 10. April 2019)

Smartphone-Sucht, Fake News auf sozialen Netzwerken und Daten-skandale: In den letzten Jahren wurde der technologische Wandel von vielen hinterfragt. Führt die Coronakrise nun wieder zu einem Umdenken?

Ja, das glaube ich schon. Homeoffice etwa wäre ohne starke Infrastruktur gar nicht möglich, der wirtschaftliche Schaden wäre um ein Vielfaches höher. Das zeigt, dass Technologie sehr viel Nutzen stiftet.

Anfang Jahr machte die Swisscom eine schlechte Figur. Sie verzeichnete gleich drei grössere Pannen. Wenn wir uns vorstellen, dass über dieses Netz einmal der automatisierte Verkehr geregelt wird, machen wir uns grosse Sorgen.

Ja, Anfang Jahr konnten wir unsere Ansprüche nicht erfüllen. Aber: Die Swisscom ist ein qualitativ sehr gutes Unternehmen, das sagen auch neutrale Beobachter. Die Störungen und Ausfallminuten sind in den letzten Jahren zurückgegangen. Aber wir müssen die Verfügbarkeiten und die Resilienzen weiter verbessern. Die Pannen hatten unterschiedliche Ursachen. Natürlich haben wir die Lehren daraus gezogen.

Dass in der Schweiz der Notruf stundenlang nicht erreichbar ist, hätten wir nicht für möglich gehalten. Garantieren Sie, dass das nicht mehr vorkommt?

Eine hundertprozentige Sicherheit gibt es nicht. Aber die Systeme werden zuverlässiger. Die Konzepte müssen noch robuster werden, das lösen wir gemeinsam mit den Notruforganisationen. Einige Notrufzentralen hatten ja keine Probleme, weil sie solche Konzepte schon umgesetzt hatten. Heute ist natürlich alles viel komplexer, viele verschiedene Systeme müssen zusammenarbeiten.

Die Fernsehsender kämpfen gegen die Replay-Funktion, mit der Sendungen aus der Vergangenheit geschaut werden und Werbung überspult werden kann. Das Parlament hat Replay zwar fürs Erste gesichert, sie mussten aber Gespräche mit den Sendern versprechen. Wie ist der Stand?

Die Verhandlungen laufen noch. Klar ist: Die Kunden wollen Replay. Lösungen gegen die Kunden durchzuboxen, wird nicht funktionieren. Ich bin über-

zeugt: Hätten wir keine Replay-Funktion, würde es den linearen Fernsehkanälen viel schlechter gehen. Der Kunde wandert schnell zu Netflix und Co. ab. Hinzu kommt: Wir Provider in der Schweiz bezahlen den Sendern jährlich bereits einen dreistelligen Millionenbetrag für zeitversetztes Fernsehen und Live-TV. Ein Zwangskonsum von Werbung wird kaum funktionieren. Den Sendern muss klar sein: Schalten sie zu viel Werbung, gehen die Kunden weg.

Die Swisscom mischt selbst im Fernsehgeschäft mit. Allein für die Rechte der Champions League sollen Sie 20 Millionen Franken jährlich bezahlen. Können Sie das im Schweizer Markt je refinanzieren?

Die Zahl kommentiere ich nicht. Wir glauben, dass wir dies refinanzieren können, denn Sport ist jenes Angebot, das live geschaut wird. Wir wollen Goals sehen, wenn sie fallen. Wir schalten aber auch die Angebote der Konkurrenten bei uns auf. Der Markt ist schliesslich extrem fragmentiert. Wir wollen unseren Kunden über unsere TV-Plattform einen einfachen Zugang zu einem möglichst breiten Inhaltsangebot bieten.

Der Bund will nun, dass Streaminganbieter vier Prozent ihrer Umsätze in die Förderung des heimischen Films investieren müssen. Was halten Sie davon?

Unser Teleclub fördert den Schweizer Film bereits mit vier Prozent der Einnahmen. Wenn man aber solche Regeln aufstellt, müssen alle Anbieter gleich behandelt werden. Ich kann mir nicht vorstellen, dass der Bund diese Abgabe von Netflix oder Disney einfordern kann. Deshalb sind wir gegen eine Ausweitung. Hinzu kommt: Eine solche Abgabe würde auf die Preise durchschlagen. Und es ist noch vieles unklar, etwa ob da nur die Umsätze von Teleclub zählen würden oder alle von Swisscom TV.

Letztes Jahr dominierte die missglückte Fusion von Sunrise und UPC die Schlagzeilen. Sind Sie froh, weiter keinen grossen Wettbewerber zu haben?

Der Schweizer Markt funktioniert sehr gut und der Wettbewerbsgrad ist hoch. Das wäre auch so, wenn sich zwei andere Anbieter zusammenschliessen würden – und auch dann wären wir weiterhin Marktführer.

Amazons Erfolg führt zu grossem Lädelerben

Amazon profitiert von der Coronakrise wie kaum ein anderes Unternehmen. Das ist kein gutes Omen.

Mit dem Online-Vertrieb von Büchern fing Mitte der Neunzigerjahre alles an. In der Krise offenbart Amazon, was ihm an den gedruckten Werken noch liegt: nichts. Der Onlinehandelsriese von CEO Jeff Bezos konzentriert sich auf «Artikel, die Kunden am dringendsten benötigen» und degradiert Bücher zu Störfaktoren, die Lagerkapazitäten fressen. Werke, die erst im Januar dieses Jahres erschienen, sind bei Amazon gedruckt zum Teil gar nicht mehr erhältlich.

Es ist dies für den Konzern die grosse Chance, den Verkauf von E-Books anzukurbeln, der in den letzten Jahren stagnierte. Mit Amazon Kindle verdient er nämlich kein Geld, nur mit dessen Nutzung. Gemäss Statista, ein deutsches Portal für Statistik, machten E-Books in der deutschsprachigen Schweiz zwischen 2016 und 2018 nur 9% des gesamten Umsatzes im Buchhandel aus. Mit der E-Book-Offensive droht nun weiteres Ungemach für den Buchhandel, der sich schon in der Vergangenheit immer wieder den Konditionen von Amazon beugen musste.

Existenzbedrohend nicht nur für den Buchhandel

Amazons Machtkonzentration ist längst nicht nur für die Buchbranche existenzbedrohend: Der Konzern hat sich spätestens ab 2006 zu einem Ökosystem entwickelt, mit dem Anspruch, Dienste für fast alle Bereiche des Lebens zu bieten. Er ist heute ein Gemischtwarenladen und ein Technologiekonzern, der mit dem Sprachservice Alexa auch im Bereich der künstlichen Intelligenz mitmischte. Einträglichstes Geschäft sind die Cloud-Dienste. Letztes Jahr stieg der Umsatz um 20% auf 280,5 Milliarden Dollar.

In der Coronakrise steigt auch die Nachfrage nach diesen Leistungen – es steht ausser Frage, dass Amazon seine Marktmacht noch ausbauen wird. Das wissen die Anleger: Amazon hat im März innert weniger Tage um 100 Milliarden US-Dollar an Wert zugelegt. Vor allem aber profitiert Amazon von folgendem Mechanismus: Wenn der Techgigant E-Books priorisiert, findet das nicht auf einem neutralen Markt statt, auf dem Angebot und Nachfrage spielen. Philipp Staab, Professor für die Soziologie der Zukunft der Arbeit an der Humboldt-Universität zu Berlin, hat mit seinem Buch «Digitaler Kapitalismus» eine

brillante Analyse vorgelegt, in der er nachzeichnet, warum wir es bei Amazon und anderen Techgiganten wie Google und Facebook nicht mit klassischen Monopolunternehmen zu tun haben, die auf Märkten agieren – sie verkörpern vielmehr diese Märkte. Amazon hat die Rolle des Marktes privatisiert: Der Konzern bestimmt, was angeboten wird, wer wo in der Trefferliste erscheint und welche Preise an Amazon zu zahlen sind, um diesen Marktplatz nutzen zu können. Amazon verdient Geld, weil es einen Markt besitzt.

Bezos trägt kaum etwas zur Wohlstandsmehrung bei

Das ist deshalb problematisch, weil diese Märkte wenig zu Wachstum und Wohlstand beitragen, sondern nur den Konsum in eine andere Richtung lenken und die Profite von Produzenten zu Marktbesitzern verschieben: Statt Läden wird auf der Amazon-Plattform eingekauft, wo der Konzern alleine mit seiner schieren Grösse für tiefere Preise sorgen kann.

Das untergräbt auch den Wohlfahrtsstaat: Gründer und CEO Jeff Bezos, mit seinem dreistelligen Milliardenvermögen der reichste Mensch der Welt, trägt zur allgemeinen Wohlstandsmehrung kaum etwas bei, im Gegenteil: Das Unternehmen hat 2017 und 2018 in den USA keinen Cent an Bundeseinkommensteuern bezahlt, trotz eines Gewinns von knapp 17 Milliarden Dollar. Dass chronische Steuervermeider wie Amazon prozentual wenig in die öffentlichen Kassen beitragen, birgt angesichts der nun geschnürten Rettungspakete in Billionenhöhe grossen Sprengstoff. Dass Jeff Bezos gestern vor Verlusten wegen der Coronakrise warnte, täuscht nicht darüber hinweg.

Für die Zeit nach Corona heisst es also nichts Gutes, wenn es dank der Digitalisierungsschübe Unternehmen wie Amazon sind, die zulegen, während andere der Existenz beraubt werden. In der Schweiz liegt Amazon an dritter Stelle, hinter Zalando und Digitec – der Online-Einkauf im Inland dominiert. Für den stationären Einzelhandel ist das kein Trost. Handelsexperten sind sich einig in ihrer Prognose, dass der Onlinehandel als Folge der Coronakrise dauerhaft mehr Zulauf erfahren wird. Es droht ein Lädelerben im Zeitraffer.

Manuela Specker



Eine Angestellte in einem Amazon-Paketzentrum. Bild: dpa/Keystone