

Kolumne

# Elefantenhochzeit und was danach kommt



Luzi von Salis ist Geschäftsführer der Firma Von Salis Engineering und agiert als Interim-Manager, Konsulent sowie als «Business Troubleshooter» im ICT-Sektor. In seiner Kolumne kommentiert und beleuchtet er aktuelle Themen aus dem ICT-Bereich. luzi.vonsalis@vseng.ch

Die Elefantenhochzeit in der Telecom-Branche zwischen UPC und Sunrise ist beschlossene Sache und das Messerschleifen voll im Gange, wer welche Position einnehmen darf. Das ist menschlich und irgendwie logisch. Der CEO und die Nummer zwei sind bestimmt, der Rest zittert noch vor sich hin und ist gespannt.

Zweifellos ist der Zusammenschluss der beiden Firmen eine grössere Sache für den Schweizer Markt und tut dem Wettbewerb gegenüber Swisscom sicher gut. Bis diese Wirkung eintreten wird, wird man sich leider noch lange gedulden müssen – Monate, wenn nicht Jahre. Erst, wenn jeder sein Plätzchen gefunden hat und die Firma die Post-Merger-Integration hinter sich hat, wird sich etwas tun. Ob das wirklich zugunsten der Kunden sein wird, ist für mich noch fraglich. Welcher Brand wird gewählt werden? Die Marke Sunrise, die stark ist und gut etabliert, oder UPC, also die ehemalige Cablecom, die damals ja schlechten Kundeneindruck hinterlassen hat, der leider immer noch (!!)

nachwirkt, obwohl die Firma massiv in den Kundendienst und die effiziente Problemlösung investiert hat. Zu Unrecht wird ihr noch schlechtes nachgeredet! Anders ist es bei Sunrise: Schöne Hochglanzwerbung und attraktive Angebote. Wenn technische Probleme auftauchen, dann sieht die Sache etwas anders aus. Man landet im Callcenter in der Türkei,

das administrativ keine Ahnung hat. Zudem hört man, dass technische Probleme gerne ungelöst bleiben. Lieber «vergisst» man ein Ticket und der Kunde muss sich darum kümmern.

Hoffen wir, dass das Bessere von beiden Firmen zugunsten des Kunden Einzug hält: Ein starker Brand, wettbewerbsfähige Angebote, guter und kompetenter Kundendienst und weniger anfällige Netze (HFC). Hoffentlich begreift UPC, dass die Glasfaserleitungen, die Sunrise mit Millionen für 20 Jahre auf Vorrat eingekauft hat, effizient ausgerollt und eingesetzt werden können. Die Investitionen in DOCSIS und die hybriden HFC-Netze sind immer noch beträchtlich und die Speedmaster-Position ist seit 2016 auch schon verloren. Init7, Salt und auch Swisscom positionieren sich schon eher an der Bandbreiten-Spitze, obwohl diese Datendurchsätze eigentlich keiner wirklich

braucht. Sind wir gespannt, was die neue Firma macht. Oder wird sie nach zwei Jahren schon wieder weiterverkauft? Für die Schweizer Kunden hoffe ich es nicht, rechne aber damit. Und dann landen die Kunden doch immer wieder bei der Ex-Monopolistin, die ihren Job gut macht! Lassen wir den Markt weiterspielen und geben wir ihm auch den Raum dazu – etwas, womit sich die Schweiz oft schwer tut!

«Hoffen wir, dass das Bessere von beiden Firmen zugunsten des Kunden Einzug hält.»

Luzi von Salis

Keine Ausgabe verpassen – jetzt **abonnieren** oder **kostenlos kennenlernen**:

[www.itmagazine.ch/abo](http://www.itmagazine.ch/abo)